

Wie funktioniert die Wirtschaft einer Stadt?

— Wovon ist der Wohlstand einer Region abhängig und was bedeutet die Nutzung der Heilquellen für Stadt und Umland Bad Kissinger? Wir haben uns mit Dr. Sascha Genders von der IHK Würzburg-Schweinfurt unterhalten, zuständig für Standortpolitik, Existenzgründung und -förderung in Mainfranken.



Dr. Sascha Genders. Foto: Norbert Schmelz, IHK Würzburg-Schweinfurt

Um Wirtschaft beurteilen zu können, braucht man Zahlen, die man interpretieren muss. „Ich denke, dass ich hautnah mit der Wirtschaft in Bad Kissingen verbunden bin“, sagt Genders. „Das mag auch an meiner Rolle als Geschäftsführer des IHK-Gremialausschusses liegen. Dieser ist das Sprachrohr der Bad Kissinger Wirtschaft zur IHK.“ Über diesen Ausschuss gehen Erfahrungen, Ideen und Themen aus Stadt und Landkreis Bad Kissingen in die Arbeit der Wirtschaftskammer ein.

Kleinteiliges Denken schadet

„Die Wirtschaft muss das kleinteilige Denken überwinden. Es ist sinnvoll in Regionen zu denken, um wettbewerbsfähig zu bleiben“, sagt Genders. „Gemeinsam ist man einfach stärker als alleine. Deshalb gibt es Zusammenschlüsse wie die Rhön GmbH, das Bäderland Bayerische Rhön oder das Biosphären-Reservat. Sie versuchen bestimmte Themen überregional bewusst zu machen und zu vermarkten. Die Region Mainfranken GmbH tut Gleiches. Sie alle stoßen Strategieprozesse an, um die wichtigen Aufgaben zur Entwicklung der Region auf den Weg zu bringen.“ Diese Aufgaben sind vielfältig und stellen auch für Bad Kissingen Herausforderungen dar. Dazu gehört das Bemühen, Fachkräfte herzuholen. Denn ohne

gutes Personal in Hotellerie und Gastronomie sind die Erwartungen der Gäste nicht zu erfüllen.

Kurtourismus erhöht Attraktivität

Nun ist Bad Kissingen dienstleistungsorientiert. Der Landkreis zählt fast 2,2 Mio. Übernachtungen jährlich – mehr als doppelt so viel wie beispielsweise in Würzburg. „Der Kurtourismus trägt dazu bei, dass die Verweildauer der Gäste im regionalen Vergleich sehr hoch ist. Hier steht der Landkreis Bad Kissingen mit durchschnittlich fünf Nächten pro Gast an der Spitze in Mainfranken“, so Genders.

Die Heilquellen sind Publikumsmagnete. Das gilt selbstverständlich für die ganze Bäderregion. Und je zielsicherer diese Magnete genutzt und beworben werden, desto kräftiger wächst die Region. Dann wird der Kuchen größer, von dem alle hier ein Stück abbekommen. Mehr Gäste bedeutet: besseres Kaufangebot, attraktiveren Nahverkehr, mehr Kultur, mehr Freizeitangebote. Alles hängt zusammen. Dadurch wird die Region natürlich interessanter für Fachkräfte und

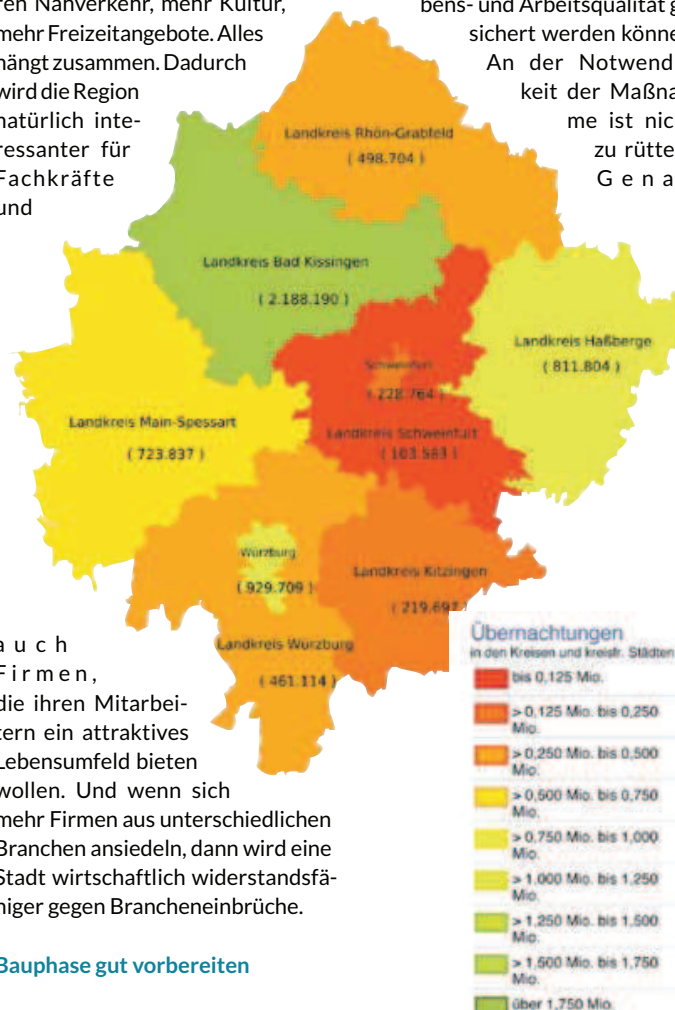
auch Firmen, die ihren Mitarbeitern ein attraktives Lebensumfeld bieten wollen. Und wenn sich mehr Firmen aus unterschiedlichen Branchen ansiedeln, dann wird eine Stadt wirtschaftlich widerstandsfähiger gegen Brancheneinbrüche.

Bauphase gut vorbereiten

Als „resilient“, also wider-

standsfähig, bezeichnet der IHK-Mann die Ökonomie in Mainfranken. Was die Unternehmensgründung und vor allem die Unternehmensnachfolge angeht, so sieht er jedoch Herausforderungen für die Stadt Bad Kissingen. „Es wird relativ wenig gegründet in Bad Kissingen. Und auch die Suche nach Nachfolgern bestehender Unternehmen ist nicht einfach. Die Unternehmer wünschen sich klare Zukunftsvisionen, um sich ausrichten und investieren zu können. Da spielt natürlich auch das Projekt Neue Altstadt eine große Rolle. Wir wissen: In den kommenden fünf Jahren stehen einige Unternehmensübergaben an. Die Unternehmen müssen deshalb möglichst gut dastehen. Das wirkt sich auf den Übergabepreis aus. Baustellen erschweren aber naturgemäß den Zugang zu Geschäften. Das ist allen klar. Und so befürchten die Inhaber Umsatzeinbußen. Ebenso wichtig ist es, die Attraktivität der Stadt zu erhalten, damit auf lange Sicht die Aufenthalts-, Lebens- und Arbeitsqualität gesichert werden können.“

An der Notwendigkeit der Maßnahme ist nicht zu rütteln.
G e n a u



deshalb braucht die Bad Kissinger Wirtschaft Planungssicherheit.“

Stadt bietet Gesprächspartner

Dafür investiert die Stadt einiges. Die Werbegemeinschaft „Pro Bad Kissingen“ und die Wirtschaftsförderung der Stadt arbeiten Hand in Hand. Die Projektkommunikation und die Öffentlichkeitsarbeit der Stadt binden alle Leistungsträger der Stadt ein. Das Quartiersmanagement bietet eine zusätzliche Anlaufstelle für Fragen und Anregungen. So ist die Stadt für das Projekt gut gerüstet, auch wenn die Durchführungsphase der technisch hoch komplizierten Maßnahme noch nicht feststeht. „Wir nähern uns allmählich den Genehmigungsverfahren“, sagt Projektleiter Thomas Hornung. „Wie lange diese Verfahren dauern, haben wir nicht in der Hand. Aber sobald wir von den Genehmigungsbehörden Näheres wissen, werden Anwohner, Eigentümer und natürlich Handel und Gewerbe informiert.“

Richtig vorsorgen

Die Unternehmen selbst können bereits vorplanen, meint Genders: „Mein Appell geht dahin, dass die Unternehmen die Gesprächsangebote der Planungsstellen und Projektbeteiligten nutzen. Es ist wichtig gemeinsam Lösungen zu erarbeiten, voneinander zu lernen. Für die Zeit der Baumaßnahmen sollten alternative Vermarktungswege geprüft werden. Wie sieht es mit der Web-Nutzung aus? Wie kann man innovativ mit den Kunden kommunizieren? Wichtig ist es beispielsweise die Zugänglichkeit der Geschäfte bestmöglich zu sichern und die Kunden schon im Vorfeld auf diese Ausnahmezeit vorzubereiten. Unternehmen müssen über jeden Bauabschnitt rechtzeitig im Vorfeld informiert werden, um etwa mit Sonderverkäufen und Marketingaktionen reagieren zu können. Ich meine, dass Kommunen wie auch betroffene Unternehmen frühzeitig kommunizieren müssen, dass derartige Baumaßnahmen notwendig sind, hinterher aber zur Attraktivität der Innenstadt beitragen“, sagt Genders. „Wenn das gelingt, dann halten die Kunden ihren Läden auch während der Bauzeit die Treue.“