



So rappellvoll wie im vergangenen Jahr wird sich die Stadt wohl auch beim Fasnachtszug am 6. Februar zeigen. Das Planen und Umsetzen von Brauchtumsveranstaltungen wie dieser übernimmt der Marketing Verein in den nächsten Monaten Schritt für Schritt vom Verein „Lebendiges Hockenheim“.

ARCHIVBILD: OECHSLER

Hockenheimer Marketing Verein: Geschäftsführer Thomas Schmitt verstärkt das Team seit Dezember / Veranstaltungen sollen Besucher in die Innenstadt locken

Gemeinsam lässt sich etwas bewegen

HOCKENHEIM. Seit Dezember verstärkt er das Team des Hockenheimer Marketing Verein (HMV): Geschäftsführer Thomas Schmitt (Bild) hat nicht nur sein Büro in der neu eröffneten Geschäftsstelle in der Ottostraße 2 bezogen, sondern mit der neuen Aufgabe auch seinen privaten Lebensmittelpunkt in die Rennstadt verlagert.



„Seit November wohnen meine Frau und ich hier und sind somit auch melderechtlich Hockenheimer. Wir fühlen uns sehr wohl“, erklärt der 35-Jährige, den vor allem das hohe Engagement der Menschen beeindruckt hat. „Das kann man spüren und davon profitiert unser Verein – von der Beteiligung der Händler, Unternehmer, Vereine und Privatpersonen.“

Zur Person

■ Thomas Schmitt, geboren am 9. September 1980 in Gerolstein, studierte **Wirtschaftsgeografie** und **Marketing** in Trier und Koblenz.

■ Er arbeitete als **wissenschaftlicher Mitarbeiter** in einem auf den Mittelstand fokussierten Forschungs- und Beratungsinstitut in Trier, danach als **Sales Manager** bei einem auf den Veranstaltungsbereich spezialisierten IT-Dienstleister in Trier.

■ Er ist **verheiratet** und wohnt mit seiner Frau in **Hockenheim**.

In die Innenstadt zieht es Schmitt nicht nur von Berufswegen, sondern auch in seiner Freizeit: „Ich bin ein Fan vom lokalen Einkaufen. Mir ist es wichtig, dass ich beim Einkaufen Menschen treffe und mich austauschen kann.“ Natürlich lassen sich die Leerstände, die Geschäfte, die mittlerweile ihre Türen geschlossen haben, nicht verleugnen. „Das ist nicht von der Hand zu weisen“, ist sich Schmitt dieser Tatsache bewusst.

Warum stehen Geschäfte leer?

Warum gibt es gerade in der Rennstadt diese zahlreichen Leerstände? „Ich sehe den Grund im veränderten Konsumverhalten und dem Trend hin zu den Online-Kanälen“, sagt Schmitt. „Das ist kein Phänomen, das in Hockenheim solitär zu sehen ist, damit haben viele Städte zu kämpfen.“ Dagegen will Schmitt vorgehen – mit einem Konzept, an dem möglichst viele Beteiligte mitarbeiten sollen, wie er betont. „Wir wollen gemeinsam Maßnahmen entwickeln und den Händlern ein Rüstzeug mitgeben.“ Das könnte in Form von Schulungen geschehen, etwa über Auftritte im Internet oder Schaufenstergestaltung, doch das befindet sich noch in der Planung. Auch ein Arbeitskreis zum Thema Leerstandsmanagement soll entstehen.

Klar ist, dass sich die Innenstadt mit Leben füllen soll. Veranstaltungen spielen dabei eine wichtige Rolle, verkaufsoffene Sonntage etwa, die der HMV begleitet – erstmals trat der Verein bei der Kerwe in Aktion



Kurze Wege in die Innenstadt: Wer am Messplatz parkt, muss nicht weit laufen. Parkplätze gibt es an der neuen Verbindungsstraße, die am Gauß-Gymnasium vorbeiführt und zur Schubert- (hinten im Bild) beziehungsweise Karlsruher Straße führt.

BILD: LENHARDT

sowie bei der „Nacht der Musik“ als Veranstalter. Schritt für Schritt wird der Marketing-Verein in diesem Jahr die Veranstaltungen vom Verein „Lebendiges Hockenheim“ übernehmen und schaut auch beim Fasnachtszug Samstag, 6. Februar, 13.44 Uhr, genau hin.

Veranstaltungen mit Tradition

Im nächsten Jahr wird der HMV die Narrenparade selbstständig planen und umsetzen. „Ich mag Fasching, ich komme ja aus der Gegend zwischen Köln und Mainz, da gehört das dazu“, sagt Schmitt. „Veranstaltungen wie diese sind aus meiner Sicht sehr wichtig, sie haben eine hohe Tradition und Qualität und sorgen

für die Identifikation der Hockenheimer mit ihrer Stadt.“ Unter anderem für die Organisation der Brauchtumsveranstaltungen sucht der HMV personelle Verstärkung. Der Vorteil der Events: Sie ziehen Besucher in die Innenstadt, wovon auch die lokalen Händler profitieren können.

Bei der Kerwe im Herbst haben alle an einem Strang gezogen und das Motto „Willkommen zum Oktoberfest“ gemeinsam umgesetzt, zeigt sich Schmitt zufrieden. „Zusammen haben wir das Motto mit Leben gefüllt. So wollen wir es in diesem Jahr weiter fortführen. Positive Impulse setzen nicht Einzelne, sondern das klappt nur gemeinsam. Das

ist ein guter Weg, um in Gespräch zu bleiben“, meint Schmitt.

Es gibt viel zu tun

In diesem Jahr hat der HMV viel vor. Ein wichtiger Meilenstein sind die neue Website und der Newsletter mit Informationen nach innen und außen. Arbeitskreise zu verschiedenen Themen sind geplant. „Ein lebendiger Verein wie der unsere lebt davon, dass die Menschen sich engagieren und sich austauschen. Prozesse brauchen aber auch Zeit, das geht nicht von jetzt auf gleich.“

 Informationen unter www.hockenheimer-marketing-verein.de