

RheinPublik für die Menschen in Bonn, Rhein-Sieg-Kreis und die Nachbarn an Rhein, Ahr und Erft (<https://www.rheinpublik.de/>)

City Marketing Bonn jetzt besonders gefragt



RheinPublik: Frau Kröber, Sie sind Mitinhaberin von „Kröber Hören & Sehen“ in Bonn und Vorsitzende des Vereins City-Marketing Bonn. Was sind die Ziele des Vereins?

Karina Kröber: Wir wollen als Initiative aus Handel, Gastronomie und Kultur den „Erlebnisraum Innenstadt“ gestalten, so die Attraktivität der City erhöhen und als Lebens-, Wirtschafts-, Kultur-, Arbeits- und Wohnstandort verbessern. Wir sind diejenigen, die jedes Jahr im Herbst das Bonn-Fest und auch Bonn Leuchtet organisieren, die Bürgeraktion „Unser Ludwig“ auf dem Münsterplatz 2019 haben wir gemeinsam mit den Bürgern für Beethoven ins Leben gerufen.

RheinPublik: Was war denn bisher Ihr größter Erfolg?

Karina Kröber: Das war ganz sicher die Aktion „Unser Ludwig“, Kunstinstallation „Ode an die Freude“ von Ottmar Hörl. Zwei Wochen lang haben wir 700 lächelnde Skulpturen des jungen Ludwigs in Opalgrün und Gold auf dem Bonner Münsterplatz in einer Kunstinstallation präsentiert. Die Aktion hat nicht nur Aufsehen und großes Medien-Interesse erzeugt, sondern die Bonner emotional wirklich bewegt. Im wörtlichen Sinne durch eine Aktion der Tanzschule Lephene, die mit allen Bonnern zwischen den Ludwigs getanzt hat, aber auch im übertragenen Sinne durch viele Menschen, die ihre Freude an der Aktion ausgedrückt haben, die ihre ehrenamtliche Hilfe anboten, Kaffee und Kuchen für die Helfer brachten und die Patenschaft eines Ludwigs übernommen haben.

Wir freuen uns darüber ja nicht nur als Geschäftsleute, sondern als Bonner Bürgerinnen und Bürger, die sich mit Herz und Verstand für ihre Heimat einsetzen. Am Ende haben wir den Prototypen dann auch noch versteigert und konnten so mit dem Erlös auch noch ein Projekt unterstützen, an dem uns sehr liegt: dem Prälat Schleich-Haus. Das ist ein Treffpunkt für Obdachlose, eine Einrichtung der Caritas, wo die Menschen sich nah an der City treffen können, eine warme Mahlzeit bekommen und betreut werden. Dafür hatten wir früher schon ein anderes erfolgreiches Projekt gestartet: den Beethoven Taler, den man in einer Reihe von Geschäften in der City kaufen konnte und so diese Einrichtung für Obdachlose unterstützen konnte.

RheinPublik: Was haben die Stadt Bonn und ihre Bürger von den Aktionen des Vereins City-Marketing?

Karina Kröber: Gastronomie, Handel und Kultur machen eine Stadt lebendig. *Bistros, Cafes, Restaurants, Eisdielen, Weinstuben, Kaufhäuser, Fachgeschäfte und Boutiquen, Kinos, Theater, natürlich auch städtische und kirchliche Angebote wie Volkshochschule und Gemeindezentren. (Aufzählung Vorschlag von W. Preusker)* Ohne Leben in der Stadt sähe es in der City traurig aus, das sehen wir leider in vielen anderen Innenstädten. Seit Einrichtung der Fußgängerzone gilt Bonn mit seinen vielen Straßencafes und der lebendigen Innenstadt für viele als die nördlichste Stadt Italiens. Eine leere Stadt ist trostlos und stößt Besucher ab, in einer lebendigen Stadt kann man sich sicher fühlen und sie zieht Besucherinnen und Besucher zum Bummeln für Verabredungen an.

RheinPublik: Was können denn die Bürger tun, um Ihre Arbeit zu unterstützen?

Karina Kröber: Wir freuen uns über Ideen und konstruktive Kritik. Unser Verein nimmt auch Freunde und Förderer auf und man kann sich an unseren Aktionen beteiligen. Eine relativ neue Idee sind Pflanzkästen, wie in der Bonngasse. Das fänden wir sehr schön, wenn wir Blumen auch in anderen Straßen hätten. wir planen eine Begrünung der Innenstadt und bei Anklang werden wir Patenschaften anbieten, diese zu pflegen.

Eine Aktion, an der sich jeder beteiligen kann, ist „BLEIB STARK – KAUF VOR ORT“. Die Gewerbevereine Bonn´s haben hierzu eine Bekennerkampagne entwickelt und sich prominente Bonner zur Unterstützung geholt: Seit dem 02.12.2020 erscheinen in ganz Bonn Werbeschaltungen in einer eigenen Bildsprache, zu Beginn mit den Gesichtern von Margie Kinsky und Bill Mockridge mit dem Slogen „Keine Frage – oder? Bleib stark – kauf vor Ort“-

Weitere Bonner prominente Gesichter werden folgen und über die sozialen Medien startet diese Kampagne mit vielen Bonner Gesichtern aus sämtlichen Bereichen des Lebens.

Ebenso startete an diesem Tag eine groß angelegte Radioaktion, ebenfalls mit der Familie Mockridge/Kinsky.

Unterstützung fanden die Vereine bei vielen Sponsoren, die ohne großes Zögern Ihre finanzielle Zusage gaben, so dass diese Kampagne überhaupt stattfinden kann: Stadt Bonn, SWB, Sparkasse Köln Bonn, Hahne Gastronomie, IHK, Haus und Grund, Bäckerei Rott, Intersport u.v.m.

Auch die Bonner Gewerbevereine sind darum bemüht, ihrer Aufgabe in diesen Zeiten gerecht zu werden und ihre Mitglieder in jeglicher Art zu unterstützen. Dies ist eine Aktion, die auf die Emotionalität aller Bonner Bürger abzielt – bitte unterstützen Sie uns!

Übrigens: die Idee stammt von Patrick Müller, Augenoptik- und Hörakustikmeister aus dem Hause Kröber Hören und Sehen am Friedensplatz. Selbst betroffen macht er sich Sorgen um die Zukunft des Bonner Einzelhandels und hofft auf jede Unterstützung.

RheinPublik: Was könnte denn die Stadt Bonn tun, um Ihre Arbeit zu unterstützen und die Innenstadt zu beleben?

Karina Kröber: Auch die Stadt Bonn, Rat und Verwaltung, haben Interesse an einer lebendigen Innenstadt und unterstützen uns in der Vergangenheit vielfach. Wir gehen davon aus, dass dies auch mit dem neuen Rat so bleibt. An erster Stelle wünschen wir uns das direkte Gespräch vor politischen Entscheidungen. Auch wir sind für sichere Rad- und Fußgängerwege. Wir sind sehr dafür, dass man mit einem vernünftigen Konzept erst den Ausbau von ÖPNV, Fahrradwegen und -Parkplätzen angeht, dann braucht es unserer Meinung nach gar keine Beschränkungen mehr für den motorisierten Individualverkehr. In keiner Großstadt reissen die Menschen sich darum, mit dem PKW in die Innenstadt zu fahren, weil eben alles andere so gut ausgebaut ist. Darauf sollten wir abzielen und nicht durch Umleitungen, Verbote etc. den Autoverkehr verbieten. Das tut dem eh schon gebeutelten Handel nicht gut. Im Gegenteil, dass wird ihm das Genick brechen.

Auch mehr Wohnraum in der Innenstadt durch Dachgeschoßausbau, wie von der neuen Koalition geplant, ist eine tolle Idee für mehr Leben in der Stadt und gegen den Wohnungsmangel. Auch da muss man aber konzeptionell denken. Warum dürfen

Anwohner zu bestimmten Zeiten sich nicht mit dem Auto beliefern lassen oder selbst vordrehen, um ihre Einkäufe, Pakete, Koffer, etc. bequem auszuladen oder mit Getränken, mit Möbeln, größeren Einkäufen, wie die Geschäfte beliefert werden?

Wie gesagt, miteinander reden ist ein Schlüssel für vernünftige Regelungen und vernünftigen Interessenausgleich. Ein Beispiel: Ich wohne auch in der Innenstadt und habe mich geärgert über den kreischenden Lärm nachts aus einem benachbarten Restaurant durch Wegziehen der Tische von der Straße in das Lager. Dann habe ich das einmal mit dem Chef in Ruhe besprochen und seitdem nimmt er Rücksicht. Das ist der richtige Weg, wie wir miteinander umgehen sollten.

RheinPublik: Frau Kröber, wir danken Ihnen für das Gespräch.

Das Interview für RheinPublik führte Werner Preusker

Foto: Randolph Bunge

Karina Kröber, Bonn
Vorstand city-marketing bonn e.V.