



Gerd Lache
PZ-Redakteur, zu:

Geplante Gemeinschaftsaktion der Sedanplatz-Geschäfte

Das Schulterchluss und Netzwerke etwas vorantreiben können, müssten die rund um den Pforzheimer Sedanplatz angesiedelten Geschäftsleute spätestens seit ihrer kürzlich erfolgten Protestaktion erkannt haben. Sie lehnten sich gegen die unerträgliche Stausituation in Bleich- und Dillsteiner Straße auf, weil ihre Kunden auf Grund dieser Misere weggeblieben sind. Und tatsächlich hat die Stadtverwaltung entsprechend reagiert. Klar ist, dass mit dieser einen Aktion nicht alle Verkehrsprobleme vom Tisch sind. Aber ein Anfang ist gemacht und zumindest eine Entspannung der infarktfähnlichen Stausituation ist spürbar. Die Sedaner haben sich Gehör verschafft, sie sind ernst genommen worden und man hat sie an den Planungen teilhaben lassen.

Mitmachen

Ähnlich ist es mit dem jetzt vorgestellten Konzept, das dem Sedanplatz wieder sein traditionelles Gesicht als Flaniermeile verleihen soll. Nur wenn die Geschäftsleute nachhaltig an einem gemeinsamen Konzept-Strang ziehen, können sie bei potenziellen Kunden mehr Aufmerksamkeit für ihr Quartier bekommen und an den Konsumausgaben teilhaben. Vom Vermarkten dieses Wir-Gefühls profitiert letztendlich auch der Einzelne – mal mehr, mal weniger.

Die Werbeagentur conceptplus hat das Jahresbudget so gestaffelt, dass der finanzielle Beitrag für jeden Teilnehmer umso geringer wird, je mehr Geschäftsleute sich an der Aktion beteiligen. Auch das ist ein schlagkräftiger Grund dafür, dass alle mit ins Boot einsteigen sollten. Mitmachen lautet die Devise für die Sedaner.

Sedanplatz zeigt sein wahres Gesicht

Historischer Einkaufsmeile der Pforzheimer Innenstadt soll neues Leben eingehaucht werden – Werbeaktion vorgestellt

PFORZHEIM. Pforzheim soll seine historische Flaniermeile zurückbekommen. Unter dem Motto „Einkaufen im Herzen der Goldstadt“ planen die Geschäftsleute am Sedanplatz einen gemeinsamen Marketingauftritt.

PZ-REDAKTEUR
GERD LACHE

„Am Sedanplatz gibt es 3890 Jahre Erfahrung im Umgang mit Menschen, dort werden monatlich 850 Firsuren kreiert und über 1000 Menschen beschäftigt.“ So stellte Mimmo Hager von der Pforzheimer Werbeagentur „conceptplus“ einige der Vorzüge heraus und meinte: „Es gibt eine Vielfalt an Perspektiven rund um den Sedanplatz.“

Mit der Anrede „liebe Sedanerinnen und Sedaner“ stellte Hager am Mittwochabend im PZ-Forum vor rund 50 Geschäftsleuten aus dem Bereich um Dillsteiner, Bleich- und Weierstraße ein Konzept vor, mit dem dieser Teil der Innenstadt besser auf seine Stärken und Vorteile aufmerksam machen kann. Der Sedanplatz habe „über viele Jahre hinweg sein Gesicht versteckt“.

„Nur gemeinsam kann man Einfluss nehmen“, erklärte der Werbefachmann. Punktuelle und sporadische Einzelaktionen der Geschäfte seien lediglich sinnvoll, wenn es um das Erreichen von kurzfristigen Werbezielen gehe. Sollen hingegen ein eigenes Profil für die Einkaufsmeile geschaffen werden oder sollen dem Kunden Vertrauen und Kontinuität vermittelt werden, dann seien langfristige Strategien gefragt, machte Hager deutlich und meinte: „Mit einer einzigen Anzeige ist es nicht getan.“ Er hat deshalb einen



Markanter Punkt am Sedanplatz: Das grüne Dreieck mit dem Brunnen in der Mitte.

Foto: Ketterl

Jahresplan für Printwerbung vorgestellt, zudem soll es entsprechende Onlineaktivitäten geben.

Am Anfang steht das optische Signal. Einer der Konzept-Bestandteile ist eine sogenannte Wortbildmarke

(der Name Sedan mit Stillisierung) mit dem Slogan: „Sedan – Einkaufen im Herzen der Goldstadt.“ Das stilisierte „A“ im Namen des Platzes soll einerseits – als Punkt in der Mitte – den Brunnen darstellen, anderer-

seits – in der Farbe Grün gehalten – die Dreiecksform des mit Bäumen bepflanzten Sedanplatzes. Zudem wurde das A der Wortbildmarke als „Sedanplatz-Siegel“ herausgestellt, das jeder Händler an Schaufenstern oder

auf Einkaufstüten mitverwenden kann – um zu signalisieren: Ich gehöre der Sedan-Gemeinschaft an.

In einem Rückblick erinnerte Hager an eine Zeit, in der das Areal um den Sedanplatz eine attraktive Flaniermeile gewesen sei – plakativ belegt hat er dies mit einem Foto aus dem Jahr 1912, als sich noch Schienenstränge der Straßenbahn durch die gepflasterten Dillsteiner- und Bleichstraße zogen.

Bei der Namensgebung, ließ Hager wissen, hatten sich die Pforzheimer seinerzeit in Erinnerung an die Schlacht von Sedan leiten lassen. Sie fand am 1. September 1870 während des Deutsch-Französischen Krieges statt. Das Online-Lexikon erläutert dazu: Mit der Kapitulation der französischen Truppen und der Gefangennahme des französischen Kaisers Napoléon III. am 2. September sei die Schlacht von Sedan vorentscheidend für den Ausgang des Krieges gewesen.

Kampf um die Kunden

Heutzutage führen die Geschäftsleute um Bleich- und Dillsteiner Straße den Kampf um die Kunden, insbesondere seit die Baustelle am Turnplatz eingerichtet worden ist und die Umleitung für zähflüssige Verkehrsströme und Staus sorgt (die PZ berichtete). In einer gemeinsamen Aktion protestierten die Anlieger des Sedanplatzes bei der Stadtverwaltung gegen die ihrer Ansicht nach unzureichende Planung. Nach einem Gespräch mit dem Bürgermeister sind bereits erste Maßnahmen zur Verbesserung eingeleitet worden (siehe nebenstehenden Bericht: „Nachgebessert“). An diesem Beispiel sehe man, sagte Werbefachmann Hager, dass gemeinsames Handeln durchaus sinnvoll sei.

KOMMENTAR

SEDAN
EINKAUFEN IM HERZEN DER GOLDSTADT

Eine Wortbildmarke mit Slogan wurde für die Geschäfte rund um den Sedanplatz kreiert.

Foto: conceptplus

Nachgebessert

Kunden, Ihr könnt wieder kommen – so lautet das Signal, das die Geschäftsleute rund um den Sedanplatz aussenden. Dies erklärte Karlheinz Pfeiffer am Mittwochabend im PZ-Forum bei der Vorstellung des geplanten Werbekonzeptes für das Einkaufsquartier in der Innenstadt. Pfeiffer ist einer der Initiatoren, die sich bei der Verwaltung für eine Verbesserung der Verkehrs-

situation am Sedanplatz eingesetzt haben. „Die Stadt war einsichtig und hat nachgebessert“, erläuterte Pfeiffer den betroffenen Geschäftsleuten. Bereits am Mittwoch sei die Linksabbiegemöglichkeit von der Zerrennerstraße in Richtung Sedanplatz (auf Höhe des ehemaligen SinnLefers-Gebäudes) abgeschafft worden. Vorübergehend sei die Verkehrsführung nun zweispurig – vom Con-

gressCentrum kommend in Richtung Jahnhalle. Vorteil laut Pfeiffer: Der Verkehr fließe schneller ab. In vier Wochen werde man erneut mit der Stadtverwaltung zusammensetzen, um die Ergebnisse zu diskutieren. Im Übrigen informierte Pfeiffer, dass das Stadtmaking von der Verwaltung ein Budget zur Verfügung gestellt bekommen soll, um die Änderungen zu kommunizieren. gel