

Schnelle Kisten in der Altstadt

Wie kann man die Altstadt attraktiver machen? In einem „Marketing-Quickie“ erarbeiteten Studenten der Hochschule Niederrhein Konzepte für Events, um nachhaltig Besucher in die Kneipen am Alten Markt zu locken.

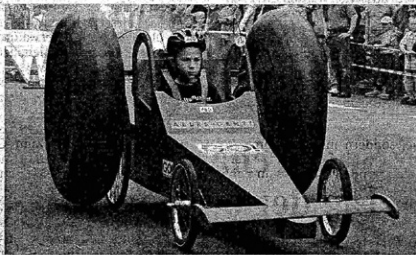
VON GARNET MANECKE

Die Aufgabe hört sich einfach an: Ein attraktives Event soll konzipiert werden, das die Gladbacher Altstadt in das Bewusstsein der Bevölkerung bringt und viele Besucher anlockt. Alles ist möglich, der Fantasie sind keine Grenzen gesetzt. Der Haken: Es muss zu 100 Prozent durch Sponsoren finanziert werden.

Ideen einer Woche

Eine Woche hatten die 24 Studenten des Fachbereichs Wirtschaftswissenschaften an der Hochschule Niederrhein für ihre erste praktische Übung im Unterseminar Marketing bei Professor Dr. Harald Vergossen Zeit. Dabei sollten sich die Studenten nicht nur Gedanken über die Veranstaltung, sondern auch über mögliche Sponsoren, Werbung und Medienpartner machen. Der Impuls für die Übung war von Lars Thierling, einst selbst Student an der Hochschule, ausgegangen. Thierling hat in der Altstadt eine Event-Agentur. „Das Schöne ist: Die Konzepte sind alle umsetzbar“, urteilte er nach der Präsentation der sechs Ideen. Doch in der nötigen Vorbereitungszeit zeigten die Konzepte erhebliche Unterschiede.

Relativ schnell könnten die Konzepte „Mehr Live-Musik in der Altstadt“, „Cocktail-Night“ und „Casino-Nacht“ umgesetzt werden, weil hier vor allem die Initiative der in



Mit der Seifenkiste die Hindenburgstraße hinunter sausen. Der Traum könnte wahr werden, wenn das Konzept umgesetzt wird. FOTO: BLAZI (ARCHIV)

der Altstadt ansässigen Gastronomen gefragt ist. Eine längere Vorbereitungszeit ist bei den Open-Air-Events mit Wettbewerben für Nachwuchs-Comedians oder unbekannt Musikbands nötig.

Während bei der „Live-Musik“ vor allem Jazz-Musiker in den bekannten Szene-Lokalen auftreten sollen, geht es bei der „Cocktail-Night“, um den Genuss exotischer Mixgetränke in verschiedenen Bars. Dabei haben die Studenten auch an die Sicherheit der Besucher gedacht. „In Gladbach gibt es einen Nachtschuttle, mit dem die Gäste nach Hause fahren können“, bietet Fritz Buro (36) während der Präsentation an. Die „Casino-Night“ appelliert an den Spieltrieb der Gäste. Bei Roulette, Black Jack und Poker

Anzeige

RÄUMUNGSVERKAUF

WEGEN UMBAU

HEISSE PREISE
HEISSE DESSOUS
WARME PYJAMAS
DA SCHWITZ SELBST
DER NIKOLAUS

GINA LEHNEN

Lingerie

STEPHANSTR. 12 · MG

INFO

Blick von außen

Bei der Erarbeitung der Vorschläge wurde die Gladbacher Altstadt auch mit den Augen Außenstehender gesehen. **50 Prozent** der beteiligten Studenten wohnen weiter als 30 Kilometer von der Altstadt entfernt. Dozent **Professor Dr. Harald Vergossen** sieht darin einen Vorteil: „So fließen neue Ideen ein. Die Studenten sind noch nicht betriebsblind.“ Allerdings: Die Konzepte wurden ins **Blaue** entworfen, ohne die Umsetzbarkeit zu prüfen. Bei einigen Events hängt die Machbarkeit somit komplett von Dritten ab.

wird um harte Spieldollars gekämpft, um rechtliche Bedenken auszuschließen. Den Siegern winken Sachpreise. „Wir haben überlegt, was Gladbach von anderen Städten unterscheidet. Das ist die abschüssige Hindenburgstraße“, stellt Leona Zur Nieden das Konzept ihres Teams vor. Ihre Lösung: Ein Seifenkistenrennen für die ganze Familie.

„Das Schwierigste war, etwas zu finden, das es noch nicht gab, um damit neues Publikum zu locken“, zieht Robertina Matic (29) das Fazit aus der Projektarbeit. Lars Thierling will jetzt prüfen, ob eines der Konzepte umgesetzt werden kann. Sollte es dazu kommen, wartet auf das Erfinder-Team eine neue Herausforderung: die Realisierung.