



Roger Scholl zur Zukunft der Werbegemeinschaft

## Weichen beizeiten stellen

Wer sich schon einmal andernorts die Arbeit von Werbegemeinschaften ansehen durfte, der weiß, was Mannheim an diesem Verein hat. Nicht umsonst heben IHK und Einzelhandelsverband die Leistungen von Lutz Pauels und seinem Vorstands-Team als „benchmark“ und „best practice“ hervor – in der Sprache der Business-Welt steht das schlicht für „beispielhaft“. Hier gilt es, nicht nachzulassen. Dabei ist sich das Führungsteam sehr wohl bewusst, dass man mittlerweile an einer kritischen Grenze angekommen ist, was die „Events“, die Großveranstaltungen in der Innenstadt also, betrifft. Lutz Pauels hat das ganz deutlich formuliert, ein „Noch mehr“ soll es nicht geben.

Und auch auf einer anderen Zukunftsschiene muss der Verein die Weichen stellen. Pauels, Motor und Macher der Werbegemeinschaft, bleibt weitere zwei Jahre an der Spitze. Ob er dann, mit fast 69 Jahren, allerdings noch einmal verlängert, dürfte alles andere als sicher sein. Bei der rechtzeitigen Suche nach einem Nachfolger ist dem Verein ein ähnlich glückliches Händchen zu wünschen wie bei der letzten.

# Stets starker Partner in der City

Von unserem Redaktionsmitglied Roger Scholl

Kontinuität, Verlässlichkeit, Führungsstärke und Engagement – all das lässt sich bei der Werbegemeinschaft Mannheim City schon allein an zwei Zahlen ablesen: 60 Jahre alt ist dieser Zusammenschluss aus Händlern, Gastronomen und Gewerbetreibenden in der Innenstadt nun schon geworden, und in diesen vielen Jahren standen nur drei „Chefs“ an der Spitze dieses Vereins, der längst zu einer Institution in unserer Stadt geworden ist: Paul Kunze, Dieter Obladen und jetzt Lutz Pauels. Letzterer bleibt der Werbegemeinschaft zumindest für zwei weitere Jahre erhalten: Die Mitglieder wählten den 66-Jährigen mit einstimmigem Votum zu ihrem Vorsitzenden – und mit ihm sein gesamtes Führungsteam. Ein Traum-Ergebnis also, es signalisiert Zufriedenheit und Vertrauen, und auch sonst gab es bei dieser außergewöhnlichen Versammlung im Haus der Sparkasse Rhein-Neckar Nord viel Lob und Anerkennung. Außergewöhnlich deshalb, weil man quasi so nebenher auch noch den 60. Geburtstag feierte – in aller Bescheidenheit, aber mit hochkarätigen Gästen.

Selbst die eigentliche Mitgliederversammlung verläuft in vollkommener Harmonie, keine Beschwerden, Einstimmigkeit bei den Neuwahlen und ein Tätigkeitsbericht des Vorstands, der sich mittlerweile liest wie eine Kurzzusammenfas-



Gratulation zum Jubiläum: OB Dr. Peter Kurz (l.) mit Lutz Pauels.

BILD: BLUETHNER

sung all dessen, was in der City mittlerweile an Handels- und Marketing-Aktivitäten läuft: Tüten und Töne, Einkaufsnächte, verkaufsoffener Sonntag, aber auch Turmfest, Ausstellungen und Konzerte. Überall bringt sich die Werbegemeinschaft längst ein, sie stößt an, ist Partner und Akteur. Und sie kümmert sich um die Sorgen all derer, die hier ihre Läden, Lokale und Betriebe haben. „Es waren große Herausforderungen“, umschreibt Vereinschef Lutz Pauels das, was man stemmen musste: Da sind zuvorderst die Baustellen zu nennen, die etliche Händ-

ler an den Rand der wirtschaftlichen Existenz geführt haben, Nöte, denen man gemeinsam mit der Stadt, der IHK, der Sparkasse und dem Einzelhandelsverband nun mit dem Unterstützungsprogramm begegnet, 380 000 Euro hat der Gemeinderat dafür in die Waagschale geworfen, alles, damit Mannheim auch in Zukunft bleibt, was es seit mehr als 60 Jahren ist: die Einkaufsstadt in der Metropolregion.

Dafür machen sich auch die Gratulanten stark. Oberbürgermeister Dr. Peter Kurz weiß genau, was er, was Mannheim an der Werbege-

## Die Werbegemeinschaft City

Die Werbegemeinschaft wurde 1953 gegründet, sie hat aktuell eine absolute Mitglieder-Höchstmarke von 267 erreicht.

Der komplette Vorstand wurde einstimmig für weitere zwei Jahre im Amt bestätigt: Lutz Pauels (1. Vorsitzender), Dieter Heinle (2. Vorsitzender), Karlheinz Balles (Schatzmeister), Doris Horwedel und Martina Braun (Beisitzerinnen). scho

meinschaft hat: „Sie sind uns seit 60 Jahren ein guter und verlässlicher Partner“, lobt Kurz, und gerade jetzt, in schwierigen Zeiten, habe sich die Stadt den Anregungen und Forderungen, die die Werbegemeinschaft zusammen mit der Händlerschaft formuliert habe, nicht verschlossen.

Für den Hauptgeschäftsführer der Industrie- und Handelskammer Dr. Axel Nitschke, ist die Jubilarin einfach nur „best practice“, ein Paradebeispiel für Engagement im Sinne der City, und Manfred Schnabel, der Präsident des Einzelhandelsverbands, spricht gar von der „Doppelspitze des Handels“, um die enge Verbindung zwischen seiner Organisation und der Werbegemeinschaft zu charakterisieren. Und in seinem ganz persönlichen Dankeschön an den „Freund Lutz“ ist Pauels dann schlicht, aber ergreifend „ein richtiger Pfundskerl“.