



Ein einfaches Mittel der Werbung ist Freundlichkeit. Die wurde beim Aktionstag am Samstag durch die Mitglieder von Alt-Radolfzell vermittelt, dazu gab's Äpfel gratis.  
BILDER: GERALD JARAUSCH

30.10.06

## Aktionstag zur Eröffnung des Seemaxx verläuft gut Auftakt ist geglückt

**Der Aktionstag zur Eröffnung des Herstellerverkaufszentrums Seemaxx verlief wunschgemäß. Die Besucherzahl in der Altstadt lag deutlich über der an einem gewöhnlichen Samstag, die Verbindung zum Seemaxx funktionierte.**

VON  
TORSTEN LUCHT

**Radolfzell** – Der Vorsitzende der Aktionsgemeinschaft, Helmut Villinger, und Arnold Kannenberg als Vermieter des Seemaxx kamen unabhängig voneinander zum gleichen Ergebnis. In Telefonaten mit dem SÜDKURIER bezeichneten sie gestern den Aktionstag als erfolgreich, auch das Rahmenprogramm habe seinen Zweck erfüllt. Mit ihm sollte unter anderem getestet werden, ob und wie bei auswärtigen Besuchern nachhaltig die Vorzüge der Stadt Radolfzell in Verbindung mit einem besonderen Einkaufserlebnis vermittelt werden können.

„Wir waren am Samstag als Einkaufsstadt der Mittelpunkt im Landkreis“, bilanzierte Helmut Villinger. Einmal mehr habe sich gezeigt, dass die „Menschen nach Radolfzell kommen, wenn man ihnen etwas bietet“. Seinen Beobachtungen zufolge waren die beiden zwischen dem Seemaxx und der Altstadt beziehungsweise der Uferpromenade eingesetzten Nostalgiebusse immer voll besetzt. Gleiches gelte für den Rösslebus. Mit der Unterstützung des Wirtkreises, Alt-Radolf-

zell und verschiedener Musikbands habe die Verbindung zwischen Herstellerverkaufszentrum und Altstadt funktioniert. „Die Achse war ja zeitweise fast so belebt wie die Einkaufsmeile in einer Großstadt“, stellte Helmut Villinger bei seinen Wanderungen zwischen den beiden Zentren fest.

Die negativen Folgen der innerstädtischen Entwicklung hat der Vorsitzende der Händlergemeinschaft allerdings ebenfalls registriert. Nach Ende des Wochenmarktes auf dem Markt-

platz sei es in der Seestraße „erschreckend leer“ zugegangen. Dauerhaft für nicht umsetzbar hält er ferner die samstäglichen Öffnungszeiten bis 18 Uhr. „Aber es wäre ein toller Erfolg, wenn wir gemeinsame Öffnungszeiten bis 16 Uhr hinbekämen.“ Für entwicklungsbedürftig hält Helmut Villinger angesichts der neuen Achse zwischen Seemaxx und Altstadt die Höllturmpassage. Sie bilde eines der beiden Enden der Verbindung und erscheine in dieser Funktion „zurzeit

eher als eine Katastrophe“.

Für Arnold Kannenberg ist nicht nur der Aktionstag, sondern die gesamte Seemaxx-Eröffnungsphase wunschgemäß verlaufen. „Aus Sicht unserer Mieter ist der Start optimal gewesen“, resümiert er. Was bei den Store-Betreibern besonderen Eindruck hinterlassen habe, sei die optimistische und freundliche Atmosphäre in der Stadt. Und natürlich trug auch der „rege Einkauf“ das Seine zur guten Stimmung bei. Geglückt ist nach Ansicht des Geschäftsführers der Hesta Immobilien GmbH ferner die Durchwegung des ehemaligen Industriegebiets sowie das Rahmenprogramm. Dabei sei erkennbar gewesen, mit welchen einfachen Mitteln bei auswärtigen Besuchern die Reize Radolfzells vermittelt werden können.

Sowohl Helmut Villinger als auch Arnold Kannenberg wiesen zugleich auf die Grenzen ihrer Möglichkeiten hin. „Wir können nicht jeden Samstag für Trallala in der Stadt sorgen“, so Helmut Villinger, „uns hat der Aktionstag gleich mal wieder so um die 5500 Euro gekostet.“ Die städtischen Rahmenbedingungen müssten „irgendwann einmal so sein, dass das aus sich selbst heraus läuft“. Arnold Kannenberg argumentiert am Beispiel der Ausflugsfahrten auf dem See in die gleiche Richtung. „Wir können nicht jedes Wochenende so ein Angebot zur Förderung des Tourismus machen.“



Die beiden Nostalgie-Busse kamen beim Seemaxx-Aktionstag sehr gut an, viele Besucher lernten so die Reize Radolfzells kennen.

ⓐ Bilder zum Seemaxx-Aktionstag unter [www.suedkurier.de](http://www.suedkurier.de)

### KOMMENTAR



TOURISMUS

### Unterschiede

VON TORSTEN LUCHT

Es ist schon seltsam. Seit Jahr und Tag wird in Rathaus und Gemeinderat darüber diskutiert, wie Radolfzells geografische Lage für den Tourismus zu nutzen sei. Man sollte meinen, dass dazu Ausflugsfahrten auf dem See ein geeignetes Mittel wären. Leider sei das aber nicht rentabel, so heißt es immer wieder. Dann aber das: Beim Seemaxx-Aktionstag standen die Menschen an der Mole Schlange für eine Tour auf dem Untersee. Oder man nehme die Sanierung von Gebäuden. Vor sieben Jahren wurde die Hesta GmbH gegründet, heute ist die einstige Industriebrache eine Attraktion mit weitreichender, touristischer Ausstrahlung. Was freilich so nicht geplant war: Die Besucher bekommen zugleich zu sehen, was in dieser Zeit auf städtischer Seite beim Milchwerk gemacht wurde – nichts. Noch ein Beispiel: Auf dem Markthalen-Areal wurde von der Hesta termingerecht ein funktionierendes Wegenetz umgesetzt, zu dem die Achse zur Innenstadt das Zeug zu einer Einkaufs- und Promenadenmeile hat. Die städtische Verkehrsführung gleicht dagegen noch immer einer labyrinthischen Touristenfalle. Die Beispiele ließen sich fortsetzen – und seltsam ist am Ende nur dies nicht mehr: Die gefühlte Distanz zu den vollmundigen Ankündigungen aus dem Rathaus, Radolfzell zu einer Stadt mit größerer touristischer Ausstrahlung zu entwickeln.