

Dirk Matthiessen ist studierter Diplom-Physiker und seit zweieinhalb Jahren im Stadtmarketing Pinneberg tätig. Der zweifache Vater lebt im Quellental und will vor allem den Leerstand der Geschäfte in der Innenstadt beenden



„ Ein Programmkinos mit Bar für alle Generationen, das wäre schön „

Dirk Matthiessen ist seit zweieinhalb Jahren im Stadtmarketing Pinneberg tätig und kümmert sich vor allem um Veranstaltungen, die Entwicklung eines Markenbildes für die Stadt und das Leerstandsproblem in der City. Im PINNWAND-Interview verrät der 52-Jährige Fortschritte, Ziele und persönliche Wünsche.

Welche Aktionen bereiten Sie derzeit vor?

Wir sprechen derzeit mit den Einzelhändlern über saisonale Dekorationsmöglichkeiten, die unseren Slogan ‚Persönlich. Ehrlich. Anders.‘ aufgreifen sollen. Außerdem werden wir einen Einkaufsführer mit Einzelangeboten, Gutschein- und Rabattaktionen herausgeben. Und wir bereiten den verkaufsoffenen Sonntag am 29. März mit einem Frühlings- und Pflanzenmarkt sowie dem Charity Walk & Run vor.

Was ist in der letzten Zeit schon getan worden?

Dank des neuen Markenbildes werden Großveranstaltungen und die verkaufsoffenen Sonntage in einheitlicher Gestaltung beworben. Die Marke ‚Pinneberg‘ ist vielfach sichtbar geworden. Außerdem konnten wir durch viele Einzelgespräche mit den von Leerständen betroffenen Eigentümern weiteres Vertrauen gewinnen. Hier werden

dicke Bretter gebohrt, denn nur im Zusammenspiel von Verwaltung, Wirtschaftsförderung und Stadtmarketing sind sichtbare Erfolge zu erwarten. Wer in der City etwas auf die Beine stellen möchte, kann sich auf unsere konstruktive Begleitung fest verlassen!

Wie sieht es mit Parkplätzen aus?

Es stehen rund 1200 Parkplätze unmittelbar in unserer Innenstadt zur Verfügung. Für Auswärtige gibt es eine Park-Infokarte, die in öffentlichen Einrichtungen und in den Geschäften ausliegt. Das Gleiche planen wir jetzt für Fahrradstellplätze.

Wie wollen Sie leerstehende Geschäfte für Mieter attraktiv machen?

Wir beraten Eigentümer bei allen Fragen zu Vermarktung, Renovierung oder Neugestaltung und schaffen Kontakte zwischen Unternehmen, Eigentümern und überregionalen Verwaltungsgesellschaften. Unser

größtes Anliegen: Leerstände zurückzudrängen und sie künftig zu vermeiden. Allerdings können wir auf die Umgestaltung von Mietobjekten wenig Einfluss nehmen.

Welche Branchen wären ideal und fehlen derzeit?

Ich würde mir ein klassisches Haushaltwarengeschäft, mehr Schuhläden und die Weiterentwicklung des Fahltkamp zur Gastro-Meile wünschen. Ebenso ein Programmkinos für alle Generationen mit integriertem Café-Bar-Bistro und eine kostenlose WLAN-Versorgung in der City. Dies würde den Erlebniswert in der Innenstadt steigern, und die Kunden würden länger dort verweilen.

Worauf legen Sie selbst Wert beim Einkauf?

Auf Qualität, individuelle Angebote und auf persönliche, kompetente aber unaufdringliche Beratung. my