



## **Dominique Liggins: »Ich bin keine Eierlegende Wollmilchsau«**

**Dominique Liggins ist seit September 2019 der zweite hauptamtliche Citymanager in Mainz. Die ersten acht Wochen seiner Tätigkeit seien interessant gewesen, meint er.**

Interessant - eine Zuschreibung, die in verschiedene Richtungen gedeutet werden kann. Dominique Liggins hat einige der wichtigsten Akteure des Mainzer Wirtschaftslebens kennengelernt, setzt u.a. auf die gute Zusammenarbeit mit der Wirtschaftsförderung, Stadtverwaltung und MainzPlus Citymarketing: »Das sind meine wichtigsten Kollegen.« Der 38-Jährige bringt Kenntnisse als selbständiger Unternehmer mit, kennt sich, so sagt er, gut im Veranstaltungsmanagement und in der Hotellerie aus. Er wirkt offen und sympathisch. Alles zusammen genommen eine gute Voraussetzung, um seine Hauptaufgabe zu meistern, die Mainzer Innenstadt zu beleben. Aber: Warum nur die Innenstadt? Was ist mit den Stadtteilen? Auch hier gibt es Mitglieder seiner Arbeitgeber, Mainz Citymanagement (MCM) und der Mainzer Werbegemeinschaft, die Unterstützung einfordern.

»Wir, das heißt vor allem MCM muss klar nach außen kommunizieren, was Citymanagement bedeutet und was die Aufgabe des Citymanagers ist«, stellt Liggins fest.

Er baut auf der Arbeit seines Vorgängers Jörg Hormann auf, weiß aber, dass z.B. Arbeitsgemeinschaften, deren Themen kaum auf Resonanz unter den Gewerbetreibenden stoßen und die nicht in Eigenverantwortung funktionieren, nicht von ihm weiter geführt werden können: »Ich finde es gut, dass Erwartungen an mich herangetragen werden, aber wir müssen Prioritäten setzen, Impulse aufgreifen und in die Umsetzung bringen - ich bin keine Eierlegende Wollmichsau.«

Als erste Aktion hat Liggins für die Vorweihnachtszeit einen »Lebendigen Adventskalender« organisiert, der an den Dezember-Tagen jeweils um 17 Uhr zu Weihnachtslieder-Singen und ähnlichem an speziellen Orten einlädt. Wo sich die Türen des Adventskalenders öffnen, wird auf der MCM-Webseite bekannt gegeben. Auf seiner Themenliste stehen aktuell außerdem das Leerstandkonzept, die Digitalisierung des Handels, die Verkaufsoffenen Sonntage und weitere Veranstaltungen für 2020 sowie die Baustellen in Mainz.

Beim Thema Leerstand gehe man jetzt in eine erste Umsetzungsphase: »Es gibt in Mainz kaum Leerstände, aber die Bevölkerung reagiert sehr sensibel auf leere Ladenlokale. Wir wollen in einer Broschüre für die Immobilienbesitzer die Möglichkeiten zur Zwischennutzung erläutern und wie wir dabei unterstützen können.«

Für die »Digitalisierung des Handels« setzt Liggins auf Bausteine, wie eine Webpräsenz der Mainzer Innenstadt, die Suchmaschinenoptimierung, den Mainz Navigator (der vom MAINZER entwickelt wurde) und die Socialmedia-Präsenz. Das Konzept das ihm dazu vorschwebte und das zumindest in Teilen bereits umsetzungsreif sei, basiert im Bereich Socialmedia auf dem »Influencer-Marketing«: Fünf Mainzer/-innen sollen aus der Perspektive »junge Frau«, »Familie«, Händler/-in/Gastronom/-in erzählen, was neu ist und gut, wohin es sich zu gehen lohnt, welche Veranstaltungen besucht werden können. Der Citymanager selbst wird als »Influencer« über die »Lebendige Innenstadt« berichten, drei weitere Mainzer/-innen hat er bereits gefunden und eine Person soll über eine öffentliche Aufforderung auserkoren werden. »Im Grunde ist es eine Ergänzung des ‚Mainz-Gefühls‘, der PR-Aktion von MainzPlus Citymarketing, die das positive Image der Stadt als Einkaufs- und Erlebnisraum nach innen und nach außen verbreiten soll«, fasst Liggins zusammen.

## **Einkaufen: Ein Erlebnis?**

Drei Verkaufsoffene Sonntage wird es 2020 geben, wobei das jeweilige Event-Konzept im Vordergrund stehen müsse, auch um die geänderten gesetzlichen Vorgaben zu erfüllen. An den Plänen für den Frühlingssonntag (26. April 2020) arbeitet Liggins bereits. »Ich glaube allerdings, wir müssen dieses Erlebnis-Konzept ausweiten, also öfter als dreimal im Jahr umsetzen.« Eine Idee für 2020 skizziert Liggins wie folgt: der Black-Friday als Mega-Rabatt-Tag am letzten November-Freitag ist für große Filialisten interessant, kleinere Einzelhandels-Geschäfte können, zumal direkt vor dem Weihnachtsgeschäft, solche Rabattierungs-Aktionen nicht stemmen. Aber, so regt Liggins an, sie könnten sich mit eigenen Aktionen dranhängen, z.B. mit einer Spendensammelaktion an diesem Tag: »Außerdem müssen nicht immer alle mit- und vor allem nicht alle das Gleiche machen, es geht doch unter anderem darum, die jeweiligen Alleinstellungsmerkmale zu kommunizieren.« Liggins denkt dabei auch an lokale, auf einzelne Einkaufsquartiere und sogar auf einzelne Geschäfte begrenzte Aktionen, denn: »Jeder kleine Event trägt zu einer Belebung des Umfeldes bei.« Das könne gut funktionieren, wenn die Aktionen innerhalb der Einkaufsquartiere organisiert würden, der Citymanager als Unterstützer und Multiplikator wirke: »Optimal wäre, wenn die Quartiere wieder »Sprecher/-innen« benennen könnten, die Aktionen anstoßen und durchführen.«

## **Baustellenmanagement: Proaktiv?**

Baustellen wird es in Mainz in den nächsten Jahren weiterhin geben, Einschränkungen im Wirtschaftsleben sind die Folge. »Wir sollten weg vom bloßen Reagieren, wir wollen proaktiv die Gewerbetreibenden informieren, sie sollen sich längerfristig vorbereiten können, auch an Marketingmaßnahmen im Voraus denken und sie planen können.«

Wie soll das funktionieren? Liggins verweist auf den Baustellen-Blog von Coburg. Und wer soll die Inhalte auf eine solche Informationsplattform einstellen? »Wir müssen die Aufgabenverteilungen auch mit der Stadt im Austausch besprechen. Partnerschaftlich und mit einem gemeinsamen Ziel«, meint Liggins.

Baustellen brauchen Bauzäune und die könnten mit Werbung für die

umliegenden Geschäfte oder mit Fotos verschönert werden, so eine Idee des neuen Citymanagers, die zumindest beim Bauzaun an der Deutschen Bank bereits Früchte trägt. Längerfristig denkt er an die Akquise eines Fördertopfs für die Gestaltung solcher Bauzäune. »Es sind manchmal Kleinigkeiten, die aber eine große Wirkung entfalten können und die anzustoßen sehe ich auch als meine Aufgabe.« Funktionieren sollen solche Aktionen dann ohne den Einsatz des Citymanagers.

| SoS

[Citymanager Jörg Hormann: Bald ist er weg](#)