PZ - Mühlacker vom 03.03.2016

Endspurt auf dem Weg in den Landtag

FOTO: KETTERL

Sie wollen in zehn Tagen den Einzug in den Landtag schaffen und nach Möglichkeit regieren, die hiesigen Kandidaten der größeren Parteien. Gestern Abend stellten sich (von links) Marianne Engeser, (CDU, Pforzheim), Viktoria Schmid, (CDU, Enzkreis), Katrin Lechler, (Die Grünen, Pforzheim), Stefanie Seemann, (Die Grünen, Enzkreis), Annkathrin Wulff, (SPD, Pforzheim), Thomas Knapp, (SPD, Enzkreis) und Hans-Ulrich Rülke, (FDP, Pforzheim und Enzkreis) bei der traditionell größten Pforzheimer Podiumsdiskussion vor rund 200 Besuchern im Kulturhaus Osterfeld den Fragen der Veranstalter und des Publikums zu kulturellen, sozialen und Wirtschaftsthemen sowie der Flüchtlingsproblematik, die von den zwei Moderatoren Philipp Salamon-Menger (Zweiter von rechts), Direktor der Volkshochschule Pforzheim-Enzkreis, und Marek Klimanski (rechts), stellvertretender Chefredakteur der „Pforzheimer Zeitung", an sie gerichtet wurden. Eine ausführliche Berichterstattung über die Podiumsdiskussion finden Sie in der morgigen Ausgabe. *gk*

Der Verlauf des Abends zum Nachlesen im Live-Ticker unter www.pz-news.de

Wihö ringt um verkaufsoffenen Sonntag

- Interessengemeinschaft Wilferdinger Höhe diskutiert kontrovers.
- Unterschiedliche Perspektiven und Kritik an Wirtschaftsförderung.

STEFAN DWORSCHAK | PFORZHEIM

Wenn Pforzheims größtes Gewerbegebiet an zwei Sonntagen im Jahr seine Pforten öffnet, platzt der Bereich um die Karlsruher Straße aus allen Nähten. Die Wilferdinger Höhe erweist sich regelmäßig als Besuchermagnet. Zum tatsächlichen Nutzen gibt es dennoch unterschiedliche Haltungen, wie das Unternehmerfrühstück der Interessengemeinschaft (IG) gestern gezeigt hat.

Rund 30 Mitglieder diskutierten im Hotel „Residenz" ihre Sichtweise auf die Verkaufsaktion selbst, Wege zur Verbesserung der Organisation und mögliche Alternativen und Ergänzungen. Eine klare Mehrheit sprach sich dafür aus, den verkaufsoffenen Sonntag beizubehalten. „Für uns ist er elementar wichtig", sagte etwa Saturn-Geschäftsführer Timo Gsell, der an die Reichweite weit über die Region hinaus erinnerte.

Die Wahrnehmung erwies sich als so unterschiedlich wie die Profile der Mitgliedsfirmen. Während etwa großflächige Ladengeschäfte Umsatzschübe verzeichnen, sind kleinere und spezialisiertere Kollegen tendenziell zurückhaltender in ihrer Einschätzung, ebenso Dienstleister. Für sie bedeuten die Sonntage mitunter vor allem Kosten und einen Aufwand, den sie auch aus Solidarität betreiben.

Strategische Fragen zum Frühstück: Saturn-Chef Timo Gsell (vorne) am Tisch mit Nicole Kälber und Dirk Kälber vom Intersport-Profimarkt, Jürgen Wenz von Wenz Versicherungsmanagement sowie Ulrich Kuhn, Filialdirektor der Sparkasse Pforzheim Calw (von links). FOTO: KETTERL

Ungeliebte Mottos

Auf unverhältnismäßigen Aufwand bei geringem Nutzen zielte auch die Kritik an den Mottos Mobilität sowie Sport und Gesundheit ab, die jeweils einen verkaufsoffenen Sonntag prägen. Die IG-Vorsitzende Nicole Kälber kennt die Vorbehalte. Sie betonte jedoch, dass die Themen eine Voraussetzung dafür seien, die Genehmigung für die verkaufsoffenen Sonntage zu erhalten – und auch inhaltlich keine Handhabe bestehe: „Sie werden von der Stadt vorgegeben."

An den Mottos ist offenbar nichts zu rütteln, die verkaufsoffenen Sonntage haben eine Mehrheit, und auch bei der Finanzierung ist die IG Wihö weiterhin auf sich selbst gestellt – bleibt die Frage nach Organisation sowie neuen Formen, wie sich die Wilferdinger Höhe besser präsentieren und mehr Kunden anziehen kann.

Unzufrieden mit dem WSP

Auf die Wirtschaftsförderung sollte man da besser nicht zählen, so AHG-Chef Marcus Bouquerot. „Haken Sie's ab", resümierte der frühere Wihö-Manager seine Erfahrungen mit dem Wirtschaft und Stadtmarketing Pforzheim (WSP) und regte zugleich an, über Themenwochen nachzudenken, um Kräfte zu bündeln. Es war nicht die einzige Klage über geringes Interesse an der Wilferdinger Höhe seitens des städtischen Eigenbetriebs unter Oliver Reitz, der die Organisation der Verkaufssonntage in der City verantwortet.

Die Diskussion war nach rund eineinhalb Stunden beendet, doch das Thema wird insbesondere den Arbeitskreis Event weiterhin beschäftigen. Der wird immer auch die Frage stellen müssen, an die Nicole Kälber erinnerte: „Wer macht's?"

JOURNAL

360-Grad-Fotos im Innenstadtring

PFORZHEIM. Die Firma Cyclomedia fährt derzeit mit einem Kamera-Auto durch alle Großstädte Deutschlands. Auch in Pforzheim ist ein Kamerawagen in einem Teilstück des Stadtgebiets – innerhalb des Innenstadtrings – unterwegs. Die sogenannten „Cycloramas" sind 360-Grad-Aufnahmen des Straßenraums und könnten, wie das Unternehmen mitteilt, unter Umständen Vor-Ort-Termine der Stadtverwaltungen ersetzen. Die Befahrungen finden in der Verantwortung der Firma statt, nicht im Auftrag der Stadt. Die in der Befahrung enthaltenen Informationen – zum Beispiel Gesichter und Kennzeichen – werden unkenntlich gemacht. Die Hausbesitzer haben zudem die Möglichkeit, über ein Formular oder per E-Mail einer Darstellung zu widersprechen. In einem solchen Fall würde zudem auch die Hausfassade verpixelt. Die Aufnahmen sind für Dritte nicht zugänglich und werden nicht im Internet veröffentlicht. *pm*

Informationen zum Thema Datenschutz sowie ein Formular für den Widerspruch sind auf dem Internetauftritt der Firma Cyclomedia zu finden: http://pzlink.de/3d

Verkehrsschule wieder offen

PFORZHEIM. Die Jugendverkehrsschule, Steubenstraße 74, hat nach der Winterpause ihren Schulungsbetrieb wieder aufgenommen. Neben der Radfahrausbildung vormittags kann sie auch von Eltern mit ihren Kindern zwischen sieben und 13 Jahren zum Üben besucht werden. Leih-Fahrräder gibt es vor Ort kostenlos. Ein Fahrradhelm muss mitgebracht werden. In Pforzheim kann die Jugendverkehrsschule freitags von 14 bis 16 Uhr besucht werden. Sie hat zusätzlich in den Schulferien (Ostern, Pfingsten, Sommer und Herbst) donnerstags und freitags zwischen 14 und 16 Uhr geöffnet. *pol*

Für Rückfragen steht die Verkehrsprävention telefonisch unter (0 72 31) 186 12 70 zur Verfügung.

ANZEIGE

PENNY.

Do, 3.3. – Sa, 5.3.

SAN FABIO

Mehr unter penny.de/sanfabio

Italien für zu Hause.

RAMAZZOTTI Amaro 30% vol oder Aperitivo Rosato* 15% vol, italienischer Kräuterlikör 0,7-Liter-Flasche 1 Liter = 12.64 -19% 8.85 10.99

MELITTA Kaffee* Auslese Verschiedene Sorten 500-g-Pckg. 1 kg = 6.98 -30% 3.49 4.99

Rote Tafeläpfel Royal Gala* Deutschland, Kl. I, Sorte: Tenroy 1-kg-Schale Aktion 0.88

Heidelbeeren* Marokko, Chile 125-g-Schale 100 g = 0.79 Aktion 0.99

MÜHLENHOF Frisches Hähnchen-Geschnetzeltes* Mariniert 500-g-Packung 1 kg = 6.66 Nach Gyros-Art Aktion 3.33

MÜHLENHOF Frisches Schweine-Stielkotelett 500-g-Packung 1 kg = 5.38 -10% 2.69 2.99

LANGNESE Magnum Verschiedene Sorten 4 x 100-/ 4 x 110-ml-Pckg. 1 Liter = 4.98 / 4.52 -39% 1.99 3.29

RAMA Brotaufstrich* 550-g-Becher 1 kg = 1.80 Aktion 0.99

Preis-TIPP der Woche

Multi-Kochmixer PC-MKM 1074*
- Leistung ca. 1.300 W • 600-W-Motor
- Große Edelstahl-Schüssel für ca. 2 l Nutzinhalt, inkl. Deckel mit Nachfüllöffnung
- 3-teiliger Dampfgaraufsatz zur schonenden Zubereitung von Fisch, Gemüse u. v. m.
- 9-Stufen-Schaltung, plus Turbofunktion
- LCD-Display mit Temperatur-, Geschwindigkeits- und Zeitanzeige • 3 Automatikprogramme für Suppen, Marmeladen und Soßen • 90-Minuten-Timer
- Temperatureinstellung 30–120° C

Stück

Mit umfangreichem Zubehör mit Rezeptbuch

Bedienungs- und reinigungsfreundlich

-57% 199.– UVP 469.–

In vielen Märkten Mo – Sa von 7 bis 22 Uhr für Sie geöffnet. Bitte beachten Sie die Aushänge am Markt.

*Dieser Artikel ist nur vorübergehend und nicht in allen Filialen erhältlich. Aufgrund begrenzter Vorratsmengen kann der Artikel bereits kurz nach Öffnung ausverkauft sein. Die Abgabe erfolgt nur in haushaltsüblichen Mengen. Alle Preise ohne Deko. Druckfehler vorbehalten. PENNY Markt GmbH, Domstraße 20, 50668 Köln.

09. KW - 02/05/06/07/09

penny.de