

Einkaufs-Festival Reichenbach steigt

Pup-up-Stores: Bei der Zweitaufgabe öffnen vom 7. bis 10. Dezember in der Innenstadt so viele Läden wie sonst nie. Und wer im Kaufhaus Reichenbach Beratung braucht, der wird sogar gelotst.

VON GERD MÖCKEL

REICHENBACH – An diesen vier Tagen ist ohnehin viel los im Reichenbacher Zentrum. Zum Beispiel beim Adventsmarkt des Gewerbevereins auf dem Postplatz mit Tannenbaumverkauf. Oder bei der Volksmusik-Gala Schäfer-Weihnacht im Neuberinhaus. Oder bei Konzerten in der Trinitatiskirche. Auch die Aufführung des Kultfilms „Drei Haselnüsse für Aschenbrödel“ im Neuberinhaus ist eine Zugnummer, die das „Einkaufs-Festival Reichenbach“ um weitere Angebote ergänzt. „Ich denke, wir haben ganz gute Aussichten auf einen weiteren Erfolg“, sagt Unternehmer und Pop-up-Initiator Ralf Schaller im Hinblick auf die vom 7. bis 10. Dezember steigende Zweitaufgabe, die anders als die erfolgreiche Premiere im Sommer nicht nur auf die Zenkergasse beschränkt ist.

Mehr als 20 Pop-ups und 30 Einzelhandelsgeschäfte ziehen bei der erweiterten Auflage mit und verwandeln die Innenstadt mit Markt, Bahnhofstraße, Zwickauer Straße, Weinholdstraße und Zenkergasse mit vielen exotischen und etablierten Angeboten in ein Advents Kaufhaus. In Kürze gibt dazu die bereits bei der Vermarktung der Premiere

federführende Agentur Realitätsverlust eine Broschüre mit Informationen zu allen Aktionen und teilnehmenden Geschäften heraus. Deren Anzahl, das mutmaßt auch Agenturchef Severin Zähringer, dürfte für so viel geöffnete Geschäfte in der Innenstadt sorgen wie sonst nie.

Ralf Schaller: „Pi mal Daumen haben in diesen Tagen 50 Läden auf, die Gastronomie zieht mit, es gibt Sonderaktionen. Der Einsatz aller hat sich gelohnt“, sagt der Pop-up-Initiator im Hinblick auf die nun auf mehrere Schultern verteilten Aufgaben. Stadtverwaltung, Gewerbeverein und Agentur haben das umgesetzt, was Ralf Schaller bereits während der Premiere vorgeschwebt war: die Belebung der Innenstadt über eine Erweiterung der Aktion. Dazu waren die Initiatoren ausgeschwärmt und hatten Straße für Straße um ihre Ideen geworben. „Wir hatten fast jede Woche eine Sitzung, jeder hat sich gekümmert. So geht's voran“, sagt Ralf Schaller, der in Sachen Stores leichtes Spiel hatte. Fast alle der damaligen Akteure mischen erneut mit. „Es gibt sogar schon Interesse für die dritte Auflage, die vor Ostern geplant ist.“

Neu bei der zweiten Pop-up-Auflage ist zudem ein Angebot, das sich nicht nur an die von auswärts kommenden Kunden richtet: Martina Müller bietet Führungen an. Wer nicht nur der Nase nach unterwegs sein will, den lotst die Geschäftsfrau durch die Stadt und zeigt dabei, was das Kaufhaus Reichenbach zu bieten hat. Dazu sollte auch die bei der Premiere für Flanier-Flair sorgende Straßenmusik gehören. Ralf Schaller: „Da kann sich jeder spontan einbringen.“ Ob mit Musik, mit Theater oder Malerei im Stile des Reichenbacher Spontan-Kunst-Duos Mindset. „Alles geht, alles ist willkommen.“