

## Muttkrat-Aktion nutzt leere Ladenlokale

In einigen Jülicher Schaufenstern blicken nun Erdkröten den Passanten ins Gesicht. Werbung für die ganze Stadt.

Von Volker Uerlings

**Jülich** An einem erkennbar leerstehenden Ladenlokal laufen die meisten Menschen natürlich achtlos vorbei. Warum sollten sie auch stehen bleiben? Die Schaufenster des früheren Netto-Marktes an der Düsseldorfer Straße sind aber nicht mehr leer. Zwei große Plakate sind da nun zu sehen, die eine Gemeinsamkeit haben: Sie zeigen im Mittelpunkt Muttkrate, also Erdkröten, die ja früher eine eher beleidigende Bezeichnung für Jülicher gewesen sind. Das wird schon sehr lange nicht mehr so empfunden, und jetzt machen sie Werbung für die Stadt. Das funktioniert. Csaba Racz zum Beispiel schaut hin.



### „Könne och französisch“

Der Einzelhändler, der am Marktplatz der Herzogstadt ein Uhrengeschäft betreibt, sieht auf dem einen Großdruck, dass „Muttkrate och französisch könne“. Darunter befindet sich ein Text über die Festung Brückenkopf, deren Bauherr die französischen Besatzer Anfang des 19. Jahrhunderts waren – und letztlich Napoleon selbst. Auf dem zweiten Plakat ist zu lesen, dass „Muttkrate jod fesshale“. Der Text schlägt dann eine Brücke von „fess“ (fest) zu „veste“ und Festung Zitadelle, deren „Beständigkeit“ (was „veste“ meint) nicht zu leugnen ist.

Csaba Racz hat den Sinn der Aktion des Vereins Stadtmarketing Jülich gleich erkannt: „Das ist auf jeden Fall besser, als in die Leere zu schauen.“ Natürlich würden auf diese Weise die doch nicht so wenigen Ladenleerstände im Zentrum ziemlich betont. Beides ist Absicht, wie der Vorsitzende des Vereins Stadtmarketing, Wolfgang Hommel, auf Anfrage der Redaktion erklärt. „Ein ganz leeres Schaufenster hat überhaupt keinen Nutzen. Erst recht nicht, wenn es abgeklebt und schmutzig ist. Wir können so Werbung für Jülich machen, die richtet sich vor allem auch an die Besucher der Stadt.“

Ein kleineres Plakat neben den beiden großen erklärt: „Leere Ladenlokale senken auch die Attraktivität einer Innenstadt, weil hier weniger passiert als möglich wäre. Aber sie bieten Chance für eine neue Geschäftsidee, für ein anderes Warensortiment oder eine Serviceleistung. ... Darauf möchten wir aufmerksam machen.“ Die Besitzer einiger leerstehender Geschäfte machen schon mit, andere haben sich laut Wolfgang Hommel noch Bedenkzeit erbeten. Einige wenige haben sich auf das Schreiben des Stadtmarketing e.V. bislang nicht gemeldet. Insgesamt zehn verschiedene Entwürfe haben Sunita Gupta und Pia von Ameln erstellt. Hommel: „Ideen für zehn weitere sind da.“

Die Themen überraschen Jülich-Kenner nicht, aber sie sind auch nicht die Adressaten: Der Solarturm, die Fachhochschule, das Forschungszentrum oder die Pasqualini-Brücke gehören dazu.

Der Stadtmarketing-Verein hat seit dem Frühjahr 2016 die Veränderungen in den Jülicher Innenstadt-Geschäften aufgezeichnet. Über 70 neue Unternehmen gingen an den Start, davon seien 50 als „wirklich neu“ zu beschreiben, denn 14-mal habe es Umzüge gegeben sowie 13 Inhaberwechsel. Ende August 2018 lag die Zahl der Leerstände in zentraler Lage bei 38, aber auch das ist laut Verein nur eine Momentaufnahme, weil alles im Fluss ist.

### Die Bedeutung

Erdkröte ist „als Symbolfigur genial“

Ein „Muttkrat“ meint eine Erdkröte. „Wir Jülicher wurden vor langer Zeit als ‚Muttkrate‘ verunglimpft, als es noch Wassergräben rings um die Jülicher Festung gab“, schreibt der Stadtmarketing e.V. Sie sei aber bodenständig, uneitel, tolerant, gesellig, kurz: „als Symbolfigur genial“.