

Der „Oooh“-Effekt

Die Weihnachtsbeleuchtung in unseren Innenstädten hat eine faszinierende Wirkung, besonders dann, wenn – wie hier auf dem Bild – Dunkelheit und Lichterglanz den Straßen eine heimelige Atmosphäre geben.



Bild von [Christian B.](#) auf [Pixabay](#)

Doch was passiert, wenn es das nicht mehr gibt...?

Am vergangenen Samstag wurde ich von einer Person nach einem Gottesdienst darauf angesprochen, dass in diesem Jahr die Weihnachtsbeleuchtung in Oberhausen-Sterkrade gar nicht mehr stattfinden würde (Ob die Aussage stimmt, konnte ich noch nicht bestätigen.)

Ich fand die damit verbundene emotionale Reaktion interessant, die sich mit einem bedauerlichen fast schon traurigen „**Oooh!**“ ausdrücken lässt.

Das war für mich natürlich die Gelegenheit, diesen Faden aufzugreifen. Und ich fragte zurück, ob sie sich vielleicht erklären könnte, warum das so sei?

Darauf wusste sie jedoch keine Antwort.

Ich erinnerte sie daran, dass die Installation und der Abbau der Beleuchtung, aber auch die Wartung und auch die Verwendung einiges kostet und diese Kosten von der Stig (Sterkrader Interessengemeinschaft) getragen werden müssten.

Aber in Zeiten, da immer weniger Leute die Geschäfte in den Innenstädten aufsuchen, um dort einzukaufen und stattdessen die Malls oder das Internet zum Einkaufen nutzen, würde natürlich auch der örtliche Einzelhandel darunter leiden und

nicht mehr so viel Umsatz und Gewinn machen. Und das Geld müsse ja irgendwo her kommen.



Bild von [alexramos10](#) auf [Pixabay](#)

Auf einmal erkannte ich ein gewisses Erstaunen in ihren Gesichtszügen.

Ob dieser Person wohl in diesem Augenblick einmal mehr klar wurde: **Von nichts kommt nichts!?**

Auch die immer so selbstverständlich hingenommenen Verschönerungen in unseren Innenstädten müssen erwirtschaftet werden. Und die Verbraucher haben es mit ihrem Verhalten selbst in der Hand.