



Gute Laune bei der Versammlung des Vereins **City- und Stadtmarketing Bremervörde**: die Vorsitzende Silke Lorenz (Vierte von links) und City-Managerin Bärbel Hensel (Zweite von links) mit Bürgermeister Detlev Fischer (Dritter von links) sowie den Vorstandsmitgliedern. Foto: Monsees

„Verein hat laufen gelernt“

Verein City- und Stadtmarketing auf gutem Weg – Vernetzung von Handel und Kultur eines der Ziele

VON CARMEN MONSEES

BREMERVÖRDE. Die Stadt für Bürger, Unternehmen und Handel attraktiver machen, sie zu einem Markenzeichen werden zu lassen – das ist das Bestreben des derzeit knapp 100 aktive Mitglieder zählenden City- und Stadtmarketingvereins (CSM) Bremervörde. Bei der vierten Mitgliederversammlung des Vereins am Montag im Oste-Hotel wurde deutlich: Das Ziel und der Weg dorthin sind klar definiert, die Schwierigkeiten der ersten beiden Jahre, als der Verein rund um City-Managerin Bärbel Hensel neben viel Lob auch Kritik einstecken musste, sind passé.

„Unser Verein hat laufen gelernt“, zeigte sich Silke Lorenz vor rund 40 anwesenden Mitgliedern des City- und Stadtmarketingvereins zufrieden. In ihrem Jahresbericht ging die Vereinsvorsitzende auf die Fortschritte und erfolgreich absolvierten Aufgaben ein. Dabei habe es sich hauptsächlich um vom Verein organisierte und finanzierte Aktivitäten gehandelt. Diese habe das Ziel geeint, das Image der Oststadt zu schärfen und die Besucherfrequenz zu erhöhen. Das Erscheinungsbild der Stadt über deren Grenzen hinaus zu prägen, sei das Bestreben.

Jährlich, so Lorenz, kämen 200 000 Besucher zu den Events der Stadt Bremervörde, um die Gelegenheit zu nutzen, erlebnisorientiert einzukaufen. Dies zeige, dass der CSM auf dem richtigen Weg sei, so die Vorsitzende. „Mit Event-Shoppings und dem Ansprechen über emotionale Faktoren gehen wir in den direkten Wettbewerb um Kunden und Kaufkraft.“

Sichtlich erleichtert zeigte sich Silke Lorenz ob der guten Nachricht, die der neue Bürgermeister Detlev Fischer bei seinem „Antrittsbesuch“ im Gepäck hatte. Die Stadt, teilte Fischer mit, habe dem Verein den gewünschten Zuschuss über 25 000 Euro bewilligt. „Etwas mehr Optimismus tut der Stadt gut“, führte der Bürgermeister aus, der die Bedeutung des City- und Stadtmarketings für Bremervörde betonte. „Dazu bedarf es vieler Akteure, die die Stadt attraktiv und lebenswert machen“, sagte Fischer.

Die 25 000 Euro seien eine Unterstützung, für die der Verein im Vorjahr hart habe kämpfen musste, führte Lorenz aus, die die „konstruktive und offene Gesprächskultur“ mit den Fraktionsvorsitzenden, dem Verwaltungs-

ausschuss sowie Fischer und dessen Bürgermeister-Vorgänger Eduard Gummich lobte. Informationsdefizite seien ausgeräumt worden, sagte Lorenz über die „konstruktiven Gespräche“ mit dem neuen Bürgermeister.

Einigkeit herrsche insbesondere darin, dass der CSM eine wichtige Institution für die Stadt sei und „langfristig angelegt“ werden müsse. Der Verein benötige Planungssicherheit und hoffe deshalb auch weiterhin auf die Unterstützung von Politik und Verwaltung. Die Vorsitzende dankte in diesem Zusammenhang der Wirtschaftsgilde für die finanzielle Unterstützung. Erfreut zeigte sich Lorenz auch darüber, dass sich der Verein mit der Stadtverwaltung und dem Verein „City West“ auf eine gemeinsame Weihnachtsbeleuchtung habe einigen können. Dieses von der EWE und Mode Steffen unterstützte Projekt sei ein deutlicher Fortschritt.

» Mit Event-Shoppings und Ansprechen über emotionale Faktoren gehen wir in direkten Wettbewerb um Kunden und Kaufkraft. «
BÄRBEL HENSEL
CITY-MANAGERIN

Menschen mit Kaufkraft fördernden Veranstaltungen mit hohem Erlebniswert in die Stadt locken, das sei der Rote Faden, der zu einer positiven Außenwirkung führe, erläuterte City-Managerin Bärbel Hensel ihre Überzeugung. Dabei sei es wichtig, dass sich der Einzelhandel beteilige und beispielsweise beim „Ladenhütermarkt“ das Geschäft nach draußen verlege. Die Verzahnung von Online-Handel sowie lokalem Einzelhandel, sei mit der neuen Internet-Plattform „ViMa“ auf einen guten Weg gebracht worden, erinnerte Hensel an den neu geschaffenen „Virtuellen Marktplatz“ im Internet.

Um die Ziele des CSM künftig noch erfolgreicher angehen zu können, sollen Kräfte gebündelt werden. Kultur und Handel miteinander zu verzahnen sei ein Stützpfiler auf diesem Weg, sagte Arne Suter von der „AG Netzwerk Kultur“ und verwies auf das Horizonte-Festival, ein Gemeinschaftsprojekt von Kultur- und Heimatkreis, Stadt sowie Verein Tandem. „Bremervörde hat genug Veranstaltungen. Das Problem ist deren Wahrnehmung“ meinte Suter, der dazu aufrief, die Veranstaltungsdichte zu optimieren.