

**Bürgerbeteiligung am Entscheidungsfindungsprozess erwünscht**

# Stadtmarketingverein will Sarstedts Image stärken

**Sarstedt (gk).** Im rappelvollen Veranstaltungssaal der Kulturgemeinschaft ging es am 31. Januar lebhaft zu. Der im vergangenen Sommer neu formierte Marketingverein hat sich unter Vorsitz von Karl-Heinz Forster ein umfangreiches Programm auf die Fahnen geschrieben. Zu den geplanten Maßnahmen, die allerdings nicht von heute auf morgen verifiziert werden können, zählt auch der Aufbau eines gut funktionierenden Netzwerkes. Der Führungsriege des Vereins gehören neben Karl-Heinz Forster auch Bürgermeister Karl-Heinz Wondratschek, Peter Glaser, Werner Schönfeld, Andrea Satli, Stephan Patzek, Petra Blach und Dirk Eichler an. Horst-Dieter Schelpner nahm als allgemeiner Vertreter des Verwaltungschefs an der gelungenen Veranstaltung teil.

Image, Innenstadt, Tourismus und Standort-Marketing müssten von Vordermann gebracht werden, waren sich alle einig. An gut durchdachten Konzepten mangelt es jedenfalls nicht. Wenn engagierte Sarstedter Bürger mit ins Boot steigen, können schneller als gedacht positive Effekte erzielt werden. Man solle der Stadt mithilfe eines Maskottchens ein unverwechselbares Gesicht verleihen, wurde vorgeschlagen. Dass die Versorgung der Innenstadtbewohner mit Waren des täglichen Bedarfs speziell für ältere Mitbürger problematisch und außerdem noch keine Lösung in Sicht ist, bedauerten die Gesprächspartner. Über vermeintliche Parkplatzprobleme und über die unterschiedlichen Öffnungszeiten der Läden in der City muss noch beratschlagt werden, das steht fest. Die



Foto: Gerda Kühle

## Das Gremium und die zahlreichen Besucher

Nähe zu Hannover und Hildesheim sei für Sarstedt nicht nachteilig, bestätigten führende Vertreter der Vereine und Verbände. Aktionen wie die seinerzeitige Einladung zum Bürgerfrühstück, aber auch nahe gelegene Gutshöfe mit Gastronomie, Begrüßungstage für Neubürger sowie für Investoren und noch Vieles mehr solle man in die Überlegungen mit einbeziehen, schlug Karl-Heinz Forster vor. Der Ausbau der Fahrradwege in und um Sarstedt solle nicht in Vergessenheit geraten, forderte Peter Glaser. Auch der Vorschlag, Werbe- und Begrüßungsschilder gemeinsam mit Künstlern der HAKW Hildesheim zu entwerfen, stieß auf offene Ohren. Adventslauf, Musiktage, Stadtführungen und Hobbykünstler-Ausstellungen sollten auch in Zukunft nicht vernachlässigt werden, kam an diesem Abend klar zu Tage.

Wenn das von Karl-Heinz Forster angestrebte „Wir-Gefühl“ sich in absehbarer Zeit tatsächlich entwickle, könnten viele der angepeilten Ziele sogar „maximiert“ werden, waren sich alle einig. Peter Glaser sprach danach mit Sportsgeist vom „Wohlfühlgefühl einer Stadt“. Und Sarstedt sei ja zudem schon jetzt gut aufgestellt, konstatierten die Initiatoren. Dem widersprach Architekt Bernhard Krätzig. Seiner Meinung nach fielen die in den vergangenen Jahren erfolgten Innenstadt-Initiativen nicht alle auf fruchtbaren Boden. Ehrenbürgermeister Walter Gleitz schlug daraufhin dem Marketingverein vor, eine „Ist-Aufnahme“ vorzubereiten. Aktive Bürger wie Klaus Ludwig und Uwe Glitz verwundert es, dass führende Mitglieder der Verwaltung und ebenso des Rates nur wenig Interesse an öffentlichen Veranstaltungen bekunden.

Trotz der schriftlichen Einladungen seien stets nur wenige Interessierte zu den Auftritten erschienen. Karl-Heinz Forster schätzt aber, dass sich diese Art der Abstinenz künftig nicht wiederholen wird. Der Giftener Axel Heller vertraut gar darauf, dass im Hinblick auf die bevorstehende Kommunalwahl so manches Rats- und Verwaltungsmitglied wieder mehr öffentliche Präsenz zeigen wird.

Obwohl die Innerstestadt bislang noch keine Publikumsmagneten aufzuweisen habe, sei sie dennoch eine lebendige, moderne und liebenswerte Stadt, befand die Mehrheit der Diskutanten. Wer Interesse hat, kann sich auf der Internetseite des Vereins unter [www.stadtmarketing-sarstedt.de](http://www.stadtmarketing-sarstedt.de) informieren. ■