

Gestern, heute und morgen



Sarstedt (gk). Karl-Heinz Forster, Vorsitzender des Stadtmarketing Sarstedt e.V., hatte für den 16. Februar alle Mitglieder zu einer Gesprächsrunde ins Stadtbad-Restaurant eingeladen. Die Versammlung fand außer der Reihe

statt. Karl-Heinz Forster ist der Meinung, dass man sich außer der alljährlichen Hauptversammlung auch mal zwischendurch zu konstruktiven Gesprächen treffen sollte, in denen jedes Mitglied seine Wünsche und Anregungen zwecks Optimierung des Sarstedter Bekanntheitsgrades vortragen könne. Symbolisch fand die Sitzung unter der Bezeichnung „Wunschkonzert“ statt. Die Musikrichtung? Die Instrumente? Das Tempo? Über das alles und noch mehr sollten die Besucher beratschlagen. Ideen, Lob und Kritik waren ausdrücklich erwünscht. Schriftführerin Natalie Conrad warb unter anderem in ihrer Einführungsrede um „lebendige Vereinsarbeit“. Die meisten Mitglieder hatten es sich nicht nehmen lassen, dieser „Ideenfindungskonferenz“ beizuwohnen. Wo stehen wir? Was können wir erreichen? Die Teilnehmer verewigten dazu ihre Gedankengänge auf geduldigem Papier. Karl-Heinz Forster setzte sich für einheitliche Zielsetzung mit entsprechenden Strategien und Handlungsfeldern ein. „Wir müssen das Marketing für alle Menschen attraktiv machen“, postulierte er. Danach zählte der Vorsitzende eine Reihe von Vereinen, Verbänden, Kulturbereichen, Stadtteilen, Industrie- und Gewerbebetrieben sowie auch die Stadtverwaltung auf, welche man, wenn möglich, mit ins Boot holen sollte. Auch das Tourismus-Marketing dürfe nicht zu kurz kommen, hob Forster hervor. Im Wettbewerb mit anderen Kommunen bestens dazustehen, ist das Ziel des Sarstedter Stadtmarketingvereins. Denn ein gutes Marketing ist das Aushängeschild für eine Stadt. Nach dem kreativen Gedankenaustausch saßen die Mitglieder noch eine Weile in gemütlicher Runde beisammen. Über geplante Veranstaltungen zum Wohle der Innerstestadt wird das KLEEBLATT zu gegebener Zeit informieren. ■