

# „Ich sehe Sarstedt gut aufgestellt“

Der neue Vorsitzende des Stadtmarketingvereins über die Pläne und Ziele des Vereins

**Sarstedt (ham).** Nach dem Rückzug von Jürgen Müller und mehreren weiteren Vorstandsmitgliedern stand der Verein Stadtmarketing Sarstedt im Frühjahr vergangenen Jahres vor der Auflösung. Eine „Findungskommission“ wurde beauftragt, Gespräche mit möglichen neuen Kandidaten für den Vorstand zu führen. Mit Erfolg. Am 24. Juni wurde der 59 Jahre alte Betriebswirt Karl-Heinz Forster zum Vorsitzenden gewählt, ihm zur Seite stehen Andrea Satli, Dirk Eichler, Werner Schönfeld, Peter Glaser, Stephan Patzek, Horst-Dieter Schelper und Petra Blach. Rund ein halbes Jahr nach der Neuwahl hat der Sarstedter Anzeiger mit Karl-Heinz Forster über die Pläne und Ziele des Vereins für das kommende Jahr gesprochen.



Karl-Heinz Forster.

Foto: Abraham

**Sarstedter Anzeiger: Es ist zurzeit ziemlich ruhig um den Stadtmarketingverein. Was haben Sie in den letzten Monaten getan?**

**Karl-Heinz Forster:** Von außen kann man in der Tat den Eindruck haben, wir wären untätig gewesen, tatsächlich haben wir aber einiges erarbeitet. Wir mussten uns allerdings zunächst selber darüber klar werden, welchen Aufgaben wir uns stellen wollen, denn wir konnten nicht einfach die Arbeit unserer Vorgänger übernehmen. Aus unserer Diskussion ist ein Konzept entstanden, das wir am 31. Januar 2011 unseren Mitgliedern und allen interessierten Sarstedtern präsentieren werden. Unsere neue Internetseite wird im Laufe des Monats Januar frei geschaltet werden.

**Wie steht die Stadt Sarstedt Ihrer Meinung nach da?**

Als Privatmann und als Stadtmarketingverantwortlicher sehe ich Sarstedt gut aufgestellt. Die Vereine, die öffentlichen Einrichtungen, die Verwaltung und die Politik leisten sehr viel. GHG und Kulturgemeinschaft bringen sich unermüdlich ein, um nur zwei Beispiele zu nennen. Als Einzelhändler sehe ich durchaus gewisse Schwachpunkte in der Innenstadt, aber damit stehen wir in Sarstedt nicht alleine, ähnliches ist in anderen Kleinstädten zu beobachten. Wir sind nun einmal in einer Sandwichlage zwischen zwei großen Städten. Ich bin übrigens der Meinung, das Problem der Belebung der Innenstadt lässt sich

nicht über Parkplätze und einheitliche Öffnungszeiten lösen. Das Thema ist wesentlich komplexer.

Allerdings gibt es in der Sichtweise auf Sarstedt auch große Unterschiede zwischen den Bewohnern der Stadt. Einheimische finden unsere Innenstadt oft nicht sehr attraktiv. Von vielen Neubürgern höre ich aber, dass sie die exzellente Wohnqualität und die gute Infrastruktur Sarstedts sehr loben.

**Welche Rolle soll der Stadtmarketingverein bei der Lösung der Probleme einnehmen?**

Hier und da war zu hören, dass wir Anspruch auf die Führungsrolle erheben. Das ist mitnichten der Fall. Wir sehen uns als einen kooperierenden, vermittelnden und beratenden Partner zu allen anderen Einrichtungen. Und wir wollen in keinem Bereich das machen, was andere bereits machen.

**Was wollen Sie denn machen?**

Das Bewusstsein „Wir sind in einer guten Stadt“ noch stärker bei allen Zielgruppen zu verankern, kann eine der Aufgaben von Stadtmarketing sein. Was wir darüber hinaus vorhaben, werden wir, wie bereits gesagt, am 31. Januar präsentieren. Darauf möchte ich die Sarstedter jetzt schon neugierig machen und sie einladen, um 19 Uhr in das Haus am Junkernhof zu kommen.

Interview: Birgit Abraham