

Stadtmarketingverein kann Problem der Innenstadt nicht allein lösen

Sarstedt (cn). Mit einer Erinnerung an den im Dezember verstorbenen Werner Schönfeld eröffnete der Vorsitzende des Stadtmarketingvereins, Karl-Heinz Forster, die Mitgliederversammlung des Vereins am 21. April. Als Gründungsmitglied habe sich Werner Schönfeld stets mit großem Einsatz und vielen Ideen für die Belange der Stadt Sarstedt und des Stadtmarketingvereins eingesetzt, würdigte er dessen Engagement.

In einem Rückblick auf 2014 hob Karl-Heinz Forster insbesondere die Radsternfahrt zum Innersterastplatz, die Beteiligung des Vereins am Malzfeldt Open Air sowie das Bürgerfrühstück im September hervor, welches in zweijährlich wechselndem Rhythmus mit den Musiktagen im Sarstedter Veranstaltungskalender installiert werden soll. Dabei betonte er gleichzeitig, dass aufgrund fehlender Manpower zusätzliche größere Veranstaltungen seitens des Vereins derzeit nicht realisierbar seien. Es gäbe jedoch Projekte, die über einen längeren Zeitraum verwirklicht werden könnten. Denkbar sei beispielsweise ein En-



gagement des Stadtmarketingvereins in Bezug auf die Renaturierung der Mülldeponie am Moorberg, die derzeit Thema eines Arbeitskreises im Stadtentwicklungsausschuss ist. Dahingegen äußerte Claudia Duval die Ansicht, dass eine Veranstaltung in zwei Jahren definitiv zu wenig Aktion des Stadtmarketingvereins sei und appellierte, zumindest eine feste Veranstaltung, beispielsweise eine Märchenstraße oder Spielmeile, auch in der Holztorstraße stattfinden zu lassen. Dem entgegnete Karl-Heinz Forster, dass dieses ein Zeitproblem sei. Alle Mitglieder des Stadtmarketingvereins sind im Verein nebenberuflich und ehrenamtlich tätig und könnten einfach nicht

mehr leisten. Es gäbe eine ganz einfache Formel, warb er um Unterstützung: „Wenn mehr mitmachen, können wir mehr machen!“. Roger Olbinsky hob hervor, dass die GHG ebenfalls sehr aktiv sei und er es bisher auch habe durchsetzen können, dass Maimarkt und Kartoffelmarkt auch die Holztorstraße mit einbeziehen. „Aber von dort bekomme ich immer nur Gegenwind. Wir wollen die Holztorstraße nicht abhängen, sind aber enttäuscht, dass von dort nichts kommt.“, bedauerte der GHG-Vorsitzende. Hier muss sicherlich noch ein Gespräch aller Beteiligten stattfinden, war man sich einig.

Bedauerlich sei, führte Karl-Heinz Forster weiter aus, dass die Innenstadt zwar immer weiter verschönert, aber von den Bürgern trotzdem nicht angenommen werde. „Da kommen Leute zu mir in den Laden, die wohnen seit einem Jahr am Sonnenkamp und sind das erste Mal in der Innenstadt!“, stellte er verwundert fest. Dieses müsse sich ändern und auch die Pendler aus Pattensen und Laatzen müsse man als Kaufkraft für Sarstedt dazugewin-

nen. Der Vorschlag, deren Wünsche über eine Befragung am Sarstedter Bahnhof herauszufinden, wurde unter dem Hinweis auf diverse bereits erfolgte Umfragen und Erhebungen kontrovers diskutiert. Ein weiteres Problem sei die Parkplatzsituation, stellte Karl-Heinz Forster dar. Zahlreiche Kunden wüssten nicht, wo in Sarstedt Parkplätze sind. Hier hat der Stadtmarketingverein direkt reagiert. Auf der Homepage des Vereins <http://www.stadtmarketing-sarstedt.de>, die den Anwesenden von Andreas Conrad vorgestellt wurde, finden Ortsunkundige inzwischen eine Übersicht über alle Parkmöglichkeiten in der Innenstadt. Über eines war man sich am Ende einig: Alleine kann der Stadtmarketingverein die Probleme der Innenstadt nicht lösen. Um die Interessen aller zu realisieren, müssen Politik, Verwaltung, Bürger, Kunden und Handel gemeinsam an einem Strang ziehen und man ist auf die Mitarbeit aller angewiesen. Abschließend wurden Werner Grimm und Wolfgang Jaeckel für 10-jährige Mitgliedschaft im Stadtmarketingverein geehrt. ■