

# Wie geht's weiter mit dem Stadtmarketing?

Nach dem angekündigten Rückzug von Unser Barsinghausen sind die Verwaltung und die Politik gefragt

**Barsinghausen.** Als die Stadt Barsinghausen vor gut einem Jahrzehnt finanziell ziemlich klamm dastand, übernahm der Verein Unser Barsinghausen als Interessengemeinschaft von Unternehmern aus Barsinghausens Innenstadt die Aufgaben des Stadtmarketings von der Verwaltung. Vor kurzem hat der Verein angekündigt, das Stadtmarketing am Ende dieses Jahres an die Stadt zurückzugeben. Die Frage ist nun: Wer soll das Marketing für die Kommune übernehmen?

Ziele des Stadtmarketings sind unter anderem die Steigerung der Attraktivität der Stadt als Wirtschaftsstandort, Wohn-, Einkaufsort und als touristisches Ziel sowie die Erhöhung des regionalen und überregionalen Bekanntheitsgrads, etwa durch den Aufbau und die Pflege eines positiven Stadtimages.

In der Regel sind die kommunalen Verwaltungen verantwortlich für das Stadtmarketing, was nicht bedeutet, dass das führende Personal dafür aus den Reihen der Verwaltung kommen muss. Der Verein Unser Barsinghausen erledigte einen Großteil der anfallenden Aufgaben überwiegend auf ehrenamtlicher Basis, was die Akteure nach eigenen Aussagen aber mittlerweile überlastet. Daher zieht sich Unser Barsinghausen aus dem Stadtmarketing zurück.

**SPD: „Keine halben Sachen“**

Die SPD-Fraktion und ihr Sprecher Peter Messing betonen, dass man für ein gutes Stadtmarketing zukünftig „sicherlich

Geld in die Hand nehmen muss“. „Halbe Sachen bringen nichts, das muss schon vernünftig werden“, sagt Messing, der die handelnden Personen bei Unser Barsinghausen für ihr großes Engagement lobt.

Seine Fraktion habe in der vergangenen Woche einige Ideen entwickelt, wie es mit dem Stadtmarketing weitergehen könnte. „Die Ergebnisse sind aber noch nicht spruchreif“, betont Messing. Doch zumindest eine Richtung scheinen die Sozialdemokraten bereits eingeschlagen zu haben. „Wir favorisieren, das Stadtmarketing außerhalb des Rathauses anzusiedeln, aber in engem Kontakt zur Verwaltung, denn ohne diese geht es nicht“, ist Messing überzeugt. Die handelnden Personen bräuchten eine gewisse „Befreiheit“, die in einer Verwaltung schwer zu erkämpfen sei. „Eine hauptamtliche Person, die sich ums Stadtmarketing kümmert, wird nicht reichen. Es braucht auch Zuarbeiter“, sagt der Fraktionsvorsitzende und betont: „Stadtmarketing ist schon wichtig.“

**Grüne: Akteure einbinden**

Die Fraktion von Bündnis 90/Die Grünen ist nach Angaben ihrer Vorsitzenden Sabine Freitag noch ganz am Anfang ihres Meinungsbildungsprozesses. Erst in den kommenden Tagen werde man sich mit den Protagonisten von Unser Barsinghausen zusammensetzen und über deren Erfahrungen und Ansichten sprechen. Auch die Grünen stellen die Sinnhaftigkeit eines Stadtmarketings nicht infrage.



Erneute Debatte: Reicht es, tolle Feste zu organisieren wie hier beim Tag der Ortsteile? Oder muss Stadtmarketing auch andere Aufgaben erfüllen? Die Ratsfraktionen sind in der Phase der Meinungsbildung.

FOTO: ANDREAS KANNIEGEBER

„Wir sehen grundsätzlich eine Notwendigkeit“, meint Freitag. Zuvor sei aber eine „konzeptionelle Beratung und Einbindung der verschiedenen Akteursgruppen“ vonnöten. Freitag nennt diesbezüglich die städtische Wirtschaftsförderung und Unser Barsinghausen, die ihre Expertise einbringen sollten.

Die CDU-Fraktion strebt nach Worten ihres Vorsitzenden Gerald Schroth „eine möglichst zügige Lösung“ an. „Gerade kleinere Städte müssen sich mit einem schlüssigen Konzept vermarkten, um Kaufkraft zu binden. Im Stadtmarketing darf deshalb keine langfristige Lücke entstehen, es besteht dringender Handlungsbedarf.“

Schroth lobt das große Engagement des Vereins Unser Barsinghausen, doch sei jetzt die Stadtverwaltung gefordert, sich klar zu positionieren. Insbesondere Bürgermeister Henning

Schönhof nimmt der Holtenser in die Pflicht. Eine Entscheidung darüber, ob es künftig einen Citymanager geben solle oder andere Lösungen sinnvoller seien, wolle die CDU erst treffen, wenn Zahlen und Fakten vorliegen. Die Verwaltung müsse ein Konzept vorlegen, das in den politischen Gremien diskutiert und abgestimmt werde.

**CDU: Kosten im Blick behalten**

Es könne keine Lösung sein, einen privaten Anbieter zu suchen, der das Stadtmarketing übernimmt oder den komplexen Aufgabenbereich direkt in der Stadtverwaltung unter der Regie des Bürgermeisters anzusiedeln. Vorstellbar sei dann schon eher, Wirtschaftsförderung, Tourismus und Stadtmarketing unter einem Dach und in Eigenregie zusammenarbeiten zu lassen.

Schroth betont abschließend: „In Zeiten knapper Kassen müssen wir die Kosten in jedem Fall im Blick behalten.“

In der FDP-Fraktion ist man der Meinung, dass man sich zunächst darüber verständigen müsse, was ein Stadtmarketing eigentlich zu leisten habe. Nach Ansicht der Fraktionsvorsitzenden Kerstin Wölki geht es darum, die Attraktivität von Barsinghausen in Gänze zu verbessern. Die FDP habe Hochachtung für das, was der Verein Unser Barsinghausen geleistet habe. „Zu erwarten, dass Geschäftsleute in für sie wichtigen und arbeitsreichen Zeiten wie Weihnachten, Events und Aktionen nebenbei organisieren sollen“, könne aber nicht funktionieren, betont Wölki. Zumal die Organisation von Events und Aktionen allein nicht ausreiche. „Wirkliches Stadtmarketing bedarf eines hauptberuflichen Projektmanagers mit

einem ganz klaren Ziel für die Stadt. Das könnte unserer Meinung nach auch der Wirtschaftsförderer der Stadt sein“, überlegt die Fraktionsvorsitzende.

Die Verwaltung müsse der Politik zunächst klar kommunizieren, was sie bezüglich des Stadtmarketings leisten könne. Erst dann könne ihre Fraktion eine Entscheidung treffen. Grundsätzlich sei die FDP nicht abgeneigt, „Externe“ mit Teilen des Stadtmarketings zu beauftragen, diese arbeiteten effizienter, seien aber auch teurer. Daher sollten nach Worten Wölkis klare Vorgaben zu den Zielen der Stadt vorliegen, die als Richtlinie dienen und von denen Verwaltung, Bürgermeister und Politik überzeugt seien.

Bei der Wählergemeinschaft Aktiv für Barsinghausen (AFB) ist man hingegen der Meinung, dass das Stadtmarketing im Bereich der städtischen Wirtschaftsförderung angesiedelt werden sollte. „Zusätzliches Personal einzustellen, lehnen wir ab“, sagt Kerstin Beckmann. Im Falle der Organisation und Ausrichtung von Veranstaltungen wie der MOWI setzt die AFB auf eine „externe Unterstützung“. „Spezialisierte Anbieter können die Durchführung von Veranstaltungen professioneller und flexibler mit neuen Formaten organisieren und abwickeln. Dies führt aus unserer Sicht zu attraktiveren Angeboten, als eine interne Lösung“, argumentiert Beckmann. Die Barsinghäuser Stadtverwaltung hat auf wiederholte Nachfrage lediglich geantwortet, dass es von ihr zum Thema Stadtmarketing vorerst keine Antworten geben wird.

## Entspannter Klönschnack bei Kaffee und Kuchen

DRK-Ortsgruppe Goltern lädt zum zwanglosen Treffen ein

**Barsinghausen.** Die Ortsgruppe Goltern des Deutschen Roten Kreuzes (DRK)-Ortsverein Barsinghausen e.V. lädt herzlich zu einem entspannten Klönschnack in die Begegnungsstätte Großgoltern ein. Am Donnerstag, 13. Juni, öffnen sich die Türen ab 15 Uhr für Mitglieder, Interessierte und alle, die Lust auf eine gesellige Zeit bei Kaffee und Kuchen haben.

Die Begegnungsstätte Großgoltern (Hauptstraße 66) wird zum Treffpunkt für Freunde und Mitglieder des DRK-Ortsvereins Barsinghausen e.V. - Ortsgruppe Goltern. Bei diesem zwanglosen Treffen steht der persönliche Austausch im Vordergrund. Es bietet sich eine ideale Gelegenheit, neue Kontakte zu knüpfen, sich auszutauschen und gemeinsam eine gemütliche Zeit zu verbringen.

Auch Nichtmitglieder sind herzlich willkommen, an diesem geselligen Nachmittag teilzunehmen. Eine vorherige Anmeldung ist nicht erforderlich – einfach vorbeikommen, Platz nehmen und das Zusammensein genießen.

„Wir freuen uns darauf, unsere Mitglieder und alle Interessierten bei Kaffee und Kuchen in entspannter Atmosphäre zu begrüßen. Diese Gelegenheit bietet Raum für gute Gespräche und das Knüpfen neuer Bekanntschaften“, so Fabian-Malte Thiedemann, Pressesprecher DRK Barsinghausen.

## Deister-Freilicht-Bühne Barsinghausen e.V.

### Im weißen Rössl – Musiktheater

Sie denken an Urlaub in Österreich? Dann besuchen Sie doch das legendäre Hotel „Im weißen Rössl“, in bester Lage direkt am Wolfgangsee.

Es herrscht Hochsaison und Leopold, der Zahlkellner, muss schauen, wie er dem Ansturm der Gäste gerecht wird – wo doch seine Gefühle und Gedanken viel mehr bei Josepha, der Wirtin des Hotels, sind. Mit der Zahl der ankommenden Stamm- und Logiergäste steigern sich die diversen Herzensquelen.

Ist das Chaos perfekt? Oh nein! Denn im Salzkammergut, wo man bekanntlich

gut lustig sein kann, steht „das Glück vor der Tür“. So gibt es am Ende eines turbulenten Liebesreigns gleich drei glückliche Paare.

Es erwarten Sie augenzwinkern-des Bergkolorit mit schräger Almidylle und ein bunter Alpenstrauß unvergänglicher, revueartiger und jazziger Melodien. 1930 in Berlin uraufgeführt, war das „Rössl“ als Revue-Operette für ein vom Reisefieber gepacktes Weltstadtpublikum konzipiert und begeisterte in kürzester Zeit nicht nur an deutschsprachigen Bühnen, sondern auch in London, Paris und New York.

Im weißen Rössl – Singspiel in drei Akten frei nach dem Lustspiel von Blumenthal und Kadelburg von Hans Müller und Erik Charell; Gesangstexte von Robert Gilbert, Musik von Ralph Benatzky – Sechs musikalische Einlagen von Robert Gilbert, Bruno Granichstaedten und Robert Stolz. Aufführungsrechte bei Felix Bloch Erben GmbH & Co. KG, Berlin [www.felix-bloch-erben.de](http://www.felix-bloch-erben.de) – Musikaufnahme: Orchester Thilo Wolf. Die Aufnahme wird freundlicherweise von der Comödie Fürth zur Verfügung gestellt. Regie: Renate Rochell



### Termine

Sa 08.06.	16.30 Uhr	So 07.07.	18.00 Uhr	Sa 03.08.	16.30 Uhr
So 09.06.	16.30 Uhr	Fr 12.07.	20.00 Uhr	Sa 10.08.	18.00 Uhr
So 16.06.	16.30 Uhr	Fr 26.07.	20.00 Uhr	Sa 17.08.	20.00 Uhr
So 30.06.	18.00 Uhr	Sa 27.07.	20.00 Uhr	Fr 30.08.	20.00 Uhr
Sa 06.07.	20.00 Uhr	Fr 02.08.	20.00 Uhr	Fr 06.09.	20.00 Uhr

### Eintrittspreise

Preiskategorie 1	17 € // ermäßigt 10 €*
Preiskategorie 2	15 € // ermäßigt 8 €*
Preiskategorie 3	12 € // ermäßigt 6 €*

\*Den ermäßigten Preis zahlen Kinder, Schüler und Studenten – Nachweis erforderlich. Kinder von 0-4 Jahre haben freien Eintritt ohne Anspruch auf einen eigenen Sitzplatz (eine Sitzplatzbuchung zum ermäßigten Preis möglich). Gruppenreservierungen: [tickets@deister-freilicht-buehne.de](mailto:tickets@deister-freilicht-buehne.de)

Online unter: [www.deister-freilicht-buehne.de](http://www.deister-freilicht-buehne.de)  
Sie haben noch Fragen? Wir helfen Ihnen gerne!  
**Info: 0 51 05/6 44 45**

## Präsentation des Kleintierzentrums am Deister und Eröffnung des Katzenhotels Katz

**2006 2024 18 JAHRE ROBRA**

**Tag der offenen Tür!**

**KLEINTIERZENTRUM AM DEISTER 15.06.2024 | 10:00 - 15:00 Uhr**

Blick hinter die Kulissen | Kinderprogramm | Praxisrallye mit Glücksrad-Tombola  
Zahngesundheit | Notfall-Infos | Berufseinblendung Tiermedizinische Fachangestellte  
Eröffnung Katzenhotel Katz | Leckereien & coole Drinks

**Special Guests**  
Hundeschule Kompass Hund | Hundephysio Lucky You | Seelenkatzen e.V.

**KLEINTIERZENTRUM AM DEISTER**  
Marie-Curie-Str. 14 | 30890 Barsinghausen  
Tel 05105 661977 | [info@doc-robra.de](mailto:info@doc-robra.de)  
[www.doc-robra.de](http://www.doc-robra.de)

**robra**

Am Samstag, 15. Juni, öffnet das Kleintierzentrum am Deister, Marie-Curie-Straße 14, von 10 bis 15 Uhr seine Tür für alle Interessierten und Gratulanten. Gefeierte werden 18 Jahre Tierarztpraxis Robra, davon ein Jahr Kleintierzentrum am Deister in neuen Praxisräumen in der Marie-Curie-Straße und die Eröffnung des Katzenhotels Katz.

**Viel Platz im eigens geplanten Gebäude**

Tierärztin Dr. Marion Robra und ihr Team sind fühlbar angekommen. „Hier haben wir endlich alle Möglichkeiten“, freut sich Dr. Robra und verweist auf den Zahn OP mit mehreren Behandlungsplätzen. Sie hat auch Räume für passende Angebote wie eine Tierphysiopraxis, Seminare und die Hundeschule Kompass Hund vorgesehen. „Für die Räumlichkeiten der Tierphysiopraxis suchen wir aktuell noch jemanden“, berichtet sie. „Unser Anspruch ist es, gute Tiermedizin nach neuestem wissenschaftlichem Stand mit einer intensiven, persönlichen Betreuung zu verbinden“, versucht Dr. Robra zu umreißen, was sie und ihr Team antreibt. Zu ihren Patienten zählen Kleintiere wie Hunde, Katzen, Kaninchen und Meerschweinchen und das ein oder andere Wildtier.

**In der Region einzigartiges Katzenhotel**

In der oberen Etage des Neubaus befindet sich „Katz“, das Katzenhotel. Hier warten pünktlich zum Beginn der Urlaubszeit katzengerechte Einzelapartments auf samtpotfige Pflegegäste. „Alle Katzen werden am Anfang durchgecheckt. Ich bin Tierärztin, ich lege allergrößten Wert auf Hygiene und möchte sicherstellen, dass sich keines der Tiere in unserer Obhut mit einem eingeschleppten Durchfallkeim oder Ähnlichem ansteckt“, betont sie. Auch dass das gewohnte Futter beibehalten wird und die Tiere nicht nur umsorgt, sondern auch gestreichelt und per Video überwacht werden, gehört zum Konzept der „Katzenwohlloase“.

**robra Kleintierzentrum am Deister**  
Marie-Curie-Straße 14  
30890 Barsinghausen  
Telefon (05105) 661977  
Internet [www.doc-robra.de](http://www.doc-robra.de)

**Öffnungszeiten**  
Montag bis Freitag  
Samstag  
8.30 bis 18 Uhr, Dienstag und Donnerstag bis 19 Uhr  
10 bis 12 Uhr

Das Team vom robra Kleintierzentrum am Deister in der Marie-Curie-Straße 14 veranstaltet am Samstag, 15. Juni, 10 bis 15 Uhr, einen Tag der offenen Tür.