

„Auf dem richtigen Weg ein Stück vorangekommen“

Verein für Wirtschaftsförderung: Nach einer umfassenden Bilanz gibt Robert Rammelsberg den Vorsitz ab

Obernkirchen (rnk). Der Verein für Wirtschaftsförderung hat einen neuen Vorsitzenden: Joachim Gotthardt übernahm das Amt von Robert Rammelsberg, der aus beruflichen Gründen den Vorsitz abgab.



Neuer Vorsitzender: Joachim Gotthardt. Fotos: rnk

Ein Amt verlange, so begründete Rammelsberg, „dass man es prägt und die gemeinsame Sache voranbringt. Als Vorsitzender sollte man der Motor sein. Diese Aufgabe kann ich jedenfalls zurzeit nicht übernehmen“.

Rammelsberg zog anschließend eine umfassende Bilanz der gemeinsamen Arbeit. Mit den Vereinsmitgliedern sei er zu Beginn auf große Skepsis gestoßen, die in der Äußerung eines Mitglieds gipfelte: „Hier ist nichts mehr zu retten!“ Die eigenen Bewohner und Gewerbetreibenden hätten eine sehr schlechte Meinung über ihre Stadt gehabt, es musste sich also keiner wundern, „dass unsere Mitbewohner im Umland und in den benachbarten Orten lauthals Obernkirchen als unbewohnbare oder lebensfeindliche Wüste beschrieben.“ Das habe sich in den vergangenen Jahren langsam, aber deutlich verändert: „Die positiv klingenden Berichte sind in der Mehrzahl.“ Doch man sei noch längst nicht da angekommen, „wo wir sein wollen und hin müssen.“ Mit dieser Aussage verband Rammelsberg einen Appell: „Politstreit mit Zügen einer abendlichen Comedy-Serie oder Soap-Story, schlechte Infrastruktur mit Teststreckencharakter für Stoßdämpfer und permanente und immer wiederholte Bürgerschelte an den Lebensumständen und allgemeinen Verhältnissen sollten endgültig der Vergangenheit angehören.“ Das Paradoxe an der Situation sei neben dem „konzertanten Frustgeschrei“ das gleichzeitige, über die Stadtgrenzen hinaus bewunderte ehrenamtliche Engagement. Das passe nicht zusammen: „Man setzt sich doch eigentlich nicht für Dinge ein, die man ablehnt.“

Als „springenden Punkt“ bezeichnete der scheidende Vorsitzende dabei das „nachhaltig verzerrte Image, das nicht den Tatsachen und der Wirklichkeit in dieser schönen Stadt entspricht.“ Man habe daher mit den Vereinsmitgliedern beschlossen, dies nachhaltig zu ändern. Rammelsberg war mit dem Erreichten durchaus zufrieden: „Wir Ehrenamtlichen haben beträchtlich zur Verbesserung des Außenbildes beigetragen. Das muss weitergehen und noch mehr verstärkt werden.“ Rammelsberg wünschte sich dabei, dass noch mehr Amtsinhaber – trotz ihres offiziellen Einsatzes für die Stadt – „auch privat den Karren mitziehen und dass die öffentlich Bediensteten die Menschen, die zu ihnen kommen, als Partner verstehen und ihnen bei der Lösung ihrer Probleme helfen.“

Von den Gewerbetreibenden wünschte er sich, dass sie die Vorteile des Standortes erkennen und noch mehr investieren oder sich noch intensiver als bisher an Aktionen des Vereins und der anderen Gruppen beteiligen würden: „Es kommt jedem wieder zugute.“ Das Besondere und gewisse Etwas der Stadt müsse weiter für alle Interessierten sichtbar gemacht werden.

Diese grundlegende Zielsetzung sei mit die Basis der Vereinsarbeit gewesen. Sie sei auch Basis des Stadtmarketingprozesses, den man schon 1999 angestoßen habe. Rammelsberg: „Auch wenn ich zu Beginn nur Kopfschütteln erzeugt habe, wissen viele der Beteiligten, wie gut dieses Instrument ist, wenn man es wirklich und vor allen Dingen richtig anwendet. Von Anfang an war mir und meinen

Mitstreitern klar, dass das ein langwieriger Prozess sein wird, denn bei vielen Menschen muss sich das Bewusstsein ändern. Nur durch längere gute Erfahrungen mit und positive Berichte über unsere Stadt kommt die positive Einstellung zu Obernkirchen auch bei seinen Einwohnern wieder zurück. Wir sind auf dem richtigen Weg und – von heute aus betrachtet – ein gutes Stück vorangekommen.“

Was braucht Obernkirchen noch?, fragte sich Rammelsberg zum Schluss und gab die Antwort selbst: „Die Aufmerksamkeit und den Ruf, der dieser Stadt gebührt. An diesem Image müssen wir und können wir nur gemeinsam arbeiten, arbeiten und noch mal arbeiten.“ Dazu verstärkt beitragen müssen nicht nur die Bürger. Besonders Rat und Verwaltung sind dringend aufgefordert, hier eine Leitfunktion zu übernehmen. „Die Stadt erfüllt nur dann ihre Pflicht, wenn sie hier vorausschauend handelt und das Stadtmarketing nicht für den Sandkasten unzufriedener Bürger hält!“

Bei den weiteren Wahlen wurden Friedrich Gärling Schatzmeister, Markus Hunstiger Schriftführer und Klaus Möller Werbeausschussleiter.

© Schaumburger Zeitung, 26.02.2004