

Stiftsbrot-Vermarktung vor dem Aus

Werbeagentur braucht 50 000 Euro / Klosterkammer und Stadt winken ab

Nach rund neun Monaten steht die mit der Vermarktung des Obernkirchener Stiftsbrotbes beauftragte Werbeagentur „Flyout24“ vor dem Aus. Grund sind gravierende Liquiditätsprobleme: Rund 50 000 Euro fehlen dem im Oktober 2004 gegründeten Jung-Unternehmen. Wenn bis morgen Mittag keine Zusage über einen Kredit, eine Förderung oder eine Beteiligung in dieser Höhe kommt, soll am Montag Insolvenz angemeldet werden.

Obernkirchen. Von Anfang an stand die Vermarktung des traditionellen Stiftsbrotbes durch die „Flyout24“ unter einem schlechten Stern. Mitte Oktober vergangenen Jahres hatte Prokurist Manfred Lück zunächst Gerhard Schröders arbeitslosen Bruder Lothar Vosseler ins Boot geholt. Nach nur sechs Wochen kam das Aus für „Lothars Backbrief“: Die Darstellung des Kanzlerbruders in der Öffentlichkeit sei „untragbar“ und gefährde das Ansehen des Stiftsbrotbes, befand Lück – der Wochen zuvor noch explizit auf Vorteile durch dessen Medienwirksamkeit gehofft hatte.

Jetzt stellt sich heraus, dass die Werbeagentur offenbar auch mit der Wahl des Geschäftsführers auf falsche Pferd gesetzt hat. Frank Tienemann, zuvor freiberuflicher Künstler, sei „nicht mit dem geforderten Elan“ bei der Sache gewesen, sagt Lück. Aus diesem Grund will die Inhaberin der „Flyout24“, Lücks Ehefrau Angelika Cansiz, heute über Tienemanns Abberufung entscheiden. Diese Trennung sei „unumgänglich, aber auch sehr kostspielig“, begründet Lück die finanziellen Probleme der Agentur allein mit dieser Entscheidung. Zwar seien die Finanzen jetzt „noch im grünen Bereich“, die zu erwartenden Forderungen des gekündigten Geschäftsführers aber würden „die sehr angespannte Liquidität sprengen“.

Auf der Suche nach finanzieller Unterstützung scheidet Lück auch vor offensiven „Bettelbriefen“ nicht zurück. Nachdem die Banken einen Kredit abgelehnt hatten und eine bei „e-Bay“ platzierte Suche nach Beteiligungen ohne Erfolg geblieben war, hat Lück seine Geschäftspartner aufgefordert, ihre „persönliche Meinung“ der Klosterkammer Hannover, zu deren Bereich das Stift Obernkirchen zählt, mitzuteilen.

Ohne Erfolg: Klosterkammer-Präsidentin Sigrid Maier-Knapp-Herbst erteilt einer finanziellen Unterstützung eine deutliche Absage und macht aus ihrer Skepsis gegenüber den Erfolgsaussichten der Vermarktung durch „Flyout24“ keinen Hehl: „In ein Projekt, das keine Zukunfts-chancen hat, kann die Klosterkammer nicht einsteigen.“

Auf finanzielle Unterstützung durch die Stadt Obernkirchen kann „Flyout24“ ebenfalls nicht hoffen. „Das können wir uns bei unserer eigenen finanziellen Lage nicht erlauben“, sagt Stadtdirektor Wilhelm Mevert.

Was das Aus von „Flyout24“ für die künftige Vermarktung des Stiftsbrotbes bedeuten könnte, ist noch unklar. „Die Lizenzen sind dann hinfällig“, meint jedenfalls Lück, „dann können wir das Stiftsbrot begraben.“ crs