



Die Gewinner des Stadtmarketingpreises und die Mitglieder des Aufsichtsrates des Wolfenbütteler Stadtmarketings sind vor der Lindenhalle zusammengekommen. Foto: Kai-Uwe Ruf

Ausgezeichneter Einsatz für die Stadt

Marketingpreis an Serviceclubs und Banken, die Kleine Bühne, das Reisebüro Schmidt und den Gartenzauber

Von Kai-Uwe Ruf

WOLFENBÜTTEL. Vorbildliches Engagement für Wolfenbüttel ist eine Auszeichnung wert. Das Stadtmarketing vergibt dafür daher einen Marketingpreis.

In vier Kategorien werden Bürger geehrt, die sich besonders für die Stadt eingesetzt haben. „Wir wollen damit anregen, sich für Wolfenbüttel zu engagieren und sich etwas für die Stadt einfallen zu lassen“, sagte Aufsichtsratsvorsitzender Wilhelm Schmidt während der Preisverleihung in der Lindenhalle: „Die Stadt lebt durch das Engagement ihrer Einwohner.“

Der Preis wird in vier Kategorien vergeben.

Bürgerschaftliches Engagement: Ausgezeichnet wurden der Kiwanis Club, der Lions Club, der Rotary

Club Salzgitter-Wolfenbüttel, der Rotary-Club Salzgitter-Wolfenbüttel-Vorharz, das Bankhaus Seeliger und die Volksbank Wolfenbüttel-Salzgitter. Die Serviceclubs und die Banken haben ein Bronzestadmodell in der Fußgängerzone aufgestellt, das es Sehbehinderten ermöglicht, die Konturen der Stadt zur Renaissance-Zeit zu ertasten. „Es vermittelt Sehbehinderten und allen anderen einen bleibenden Eindruck. Eine Symbiose aus Serviceclubs und Banken hat etwas Einmaliges geschaffen“, sagte Schmidt und hob hervor, dass sich so viele Gruppen zusammengefunden haben, um dieses Projekt zu verwirklichen.

Vereine und Verbände: Für 20 Jahre Laientheater und weiteres Engagement erhielt die Kleine Bühne Wolfenbüttel einen Preis. „Der Stadt sieht es gut an, einen Verein zu würdigen, der zwei Jahrzehnte für die Kultur gearbeitet hat“, sagte Bürger-

meister Thomas Pink. 80 Inszenierungen habe der Verein bereits auf die Bühne gebracht. Außerdem engagiere er sich bei weiteren Aktionen wie beispielsweise der Schlosswache. Pink: „Die Kleine Bühne ist präsent in dieser Stadt.“

Marketing von kleineren und mittleren Unternehmen: Das Reisebüro Schmidt wurde geehrt für die Idee, Reisebusse und deren Fahrgäste zu Kulturbotschaftern der Stadt zu machen. „Seit sechs Jahren folgt das Unternehmen einer maritimen Tradition und tauft seine Busse“, sagte Stadtmarketingchef Björn Reckewell.

Dahinter stecke der Wunsch, den Bussen ein Stück Persönlichkeit zu geben und die Fahrgäste emotional anzusprechen. Die Busse erhalten Namen von Persönlichkeiten aus der Region wie beispielsweise Lesing oder Eulenspiegel. Einzigartig sei, dass die Fahrgäste eine Broschü-

re erhalten, in der sie Wissenswertes über die Namens-Paten erfahren. Weitere kurzweilige Informationen bekämen sie durch die Busfahrer. Reckewell: „So entsteht eine besondere Stimmung, bei der aus Urlaubreisenden oftmals Botschafter ihrer Heimatregion werden.“

Veranstaltungen: Für den Gartenzauber im Park in Halchter wurde Kathrin Wehrstedt von Nessen-Lapp ausgezeichnet. „Sie haben einen einzigartigen Event geschaffen“, sagte Sabine Behrens-Meyer in ihrer Laudatio. Gemeinsam mit der Familie Wätjen sei es der Preisträgerin gelungen, sich von anderen Gartenveranstaltungen angenehm abzuheben. „Sie haben eine Sache geschaffen, die auf immer mehr Interesse stößt und den Tagestourismus fördert“, sagte Behrens-Meyer.

Der Wolfenbütteler Stadtmarketingpreis wurde nach 2009 zum zweiten Mal vergeben.