



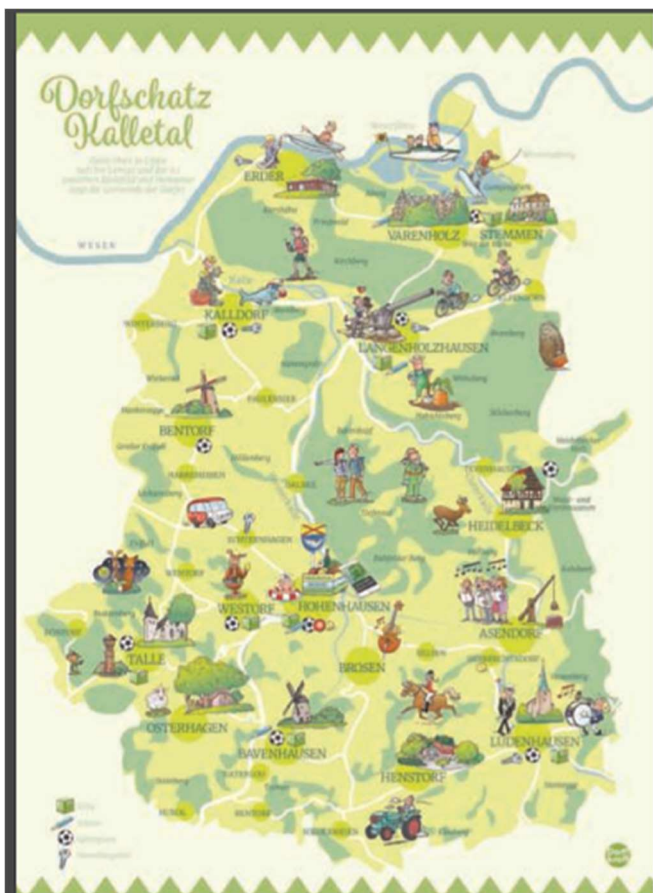
UNVERKEHRT.DE

Politik und mehr aus Kalletal und Lippe

Kalletaler Imagekampagne sorgt für Verwunderung

Von Dankbarkeit, Dorfkraft und Dorfküngel

Hat der BM den Auftrag im Alleingang vergeben?



Kalletal braucht dringend ein neues Image, findet scheinbar Bürgermeister Mario Hecker. Und kündigte schon im vergangenen Jahr eine Imagekampagne für seine lippische Gemeinde an. Was allerdings neu sein soll an dem, was im Ausschuss für Planen und Bauen vorgestellt wurde, erschließt sich weder auf den ersten noch auf den zweiten Blick. Die „Dorfkraft“ à la Hecker kommt schon sehr „altbacken“ daher.

Ein knutschendes Pärchen, angezogen, wie sich wohl Städter Landmenschen vorstellen und dazu das Motto „Finde den Schatz, Kalle!“

So möchte die Gemeinde Kalletal das Dorfimage aufmöbeln.



An den Gesichtern der Mitglieder des Ausschusses für Planen und Bauen am 15. Februar konnte man erkennen, dass sie erstmals mit diesem Marketingkonzept, präsentiert vom Ehepaar Striepecke aus Varenholz, konfrontiert wurden. Zielgruppe für die Kampagne, die im Frühjahr starten soll, sind junge Paare, die vielleicht schon Kinder haben oder in der Familienplanung sind und die Natur und

dörfliche Netzwerke suchen, so die Varenholzer Agentur „Vision C“. Die Kalletaler selbst können es demnächst testen, denn sie müssen ja auch wissen, welches Image sie haben (?). Und so wird erst einmal eine Broschüre an alle Haushalte verteilt, die ihnen beibringen soll, „das Dorf wieder neu zu lieben“ (O-Ton Kerstin Striepecke). Eine Landkarte „Dorfschatz Kalletal“ erinnert an die Gebrüder Grimm. Da galoppiert ein Reiter Richtung Brosen, gibt's einen Kanufahrer auf der Weser, werden die zahlreichen Fußballplätze mit entsprechenden Bällen markiert, fährt ein Bus nach Hohenhausen, tuckert ein Trecker durch den Kalletaler Süden. Die Windmühlen grüßen, die Windräder hat man allerdings vergessen.... Passen wahrscheinlich nicht zum Dorfschatz á la voriges Jahrhundert.

Apropos, voriges Jahrhundert: Die Rechtschreibreform stammt aus dem Jahre 1996. Zur „emotionalen Bildsprache“ gehörte bei der Präsentation auch „Das Dorf im Tal hat Potential“, der Duden empfiehlt da seit '96 ganz klar: Potenzial. Aber vielleicht ist es ja beabsichtigt, dass Kalletal etwas rückständig wirkt. Ob das allerdings junge Paare/Familien anzieht?

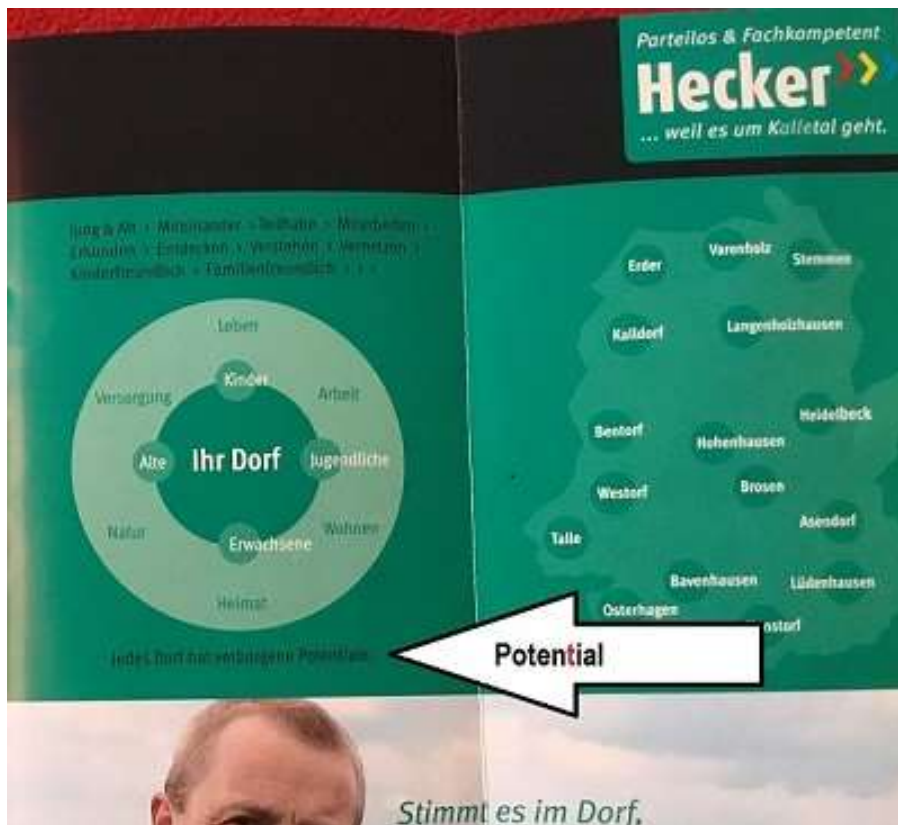
Junge Paare, die aufs Land gehen, haben dafür doch wohl ganz realistische Gründe, wie etwa günstigeres und zugleich großzügigeres Wohnen, da nimmt man auch schon mal größere Entfernungen in Kauf. Nicht verzichten möchte man aber beispielsweise auf schnelles Internet, Kindergärten, gute Schulen, medizinische Versorgung. Wer also das Dorf schmackhaft machen will, kann doch nicht allen Ernstes in die Märchenheimat-Kiste greifen.

Da stellt sich die Frage: Wer hat diese Kampagne beauftragt? Die Politik schien jedenfalls nicht beteiligt (s.o.) und das, obwohl eine Summe von 60.000 Euro im Raum steht. Da wäre ja wohl eine **Ausschreibung** fällig gewesen. Aber es ist ja nicht das

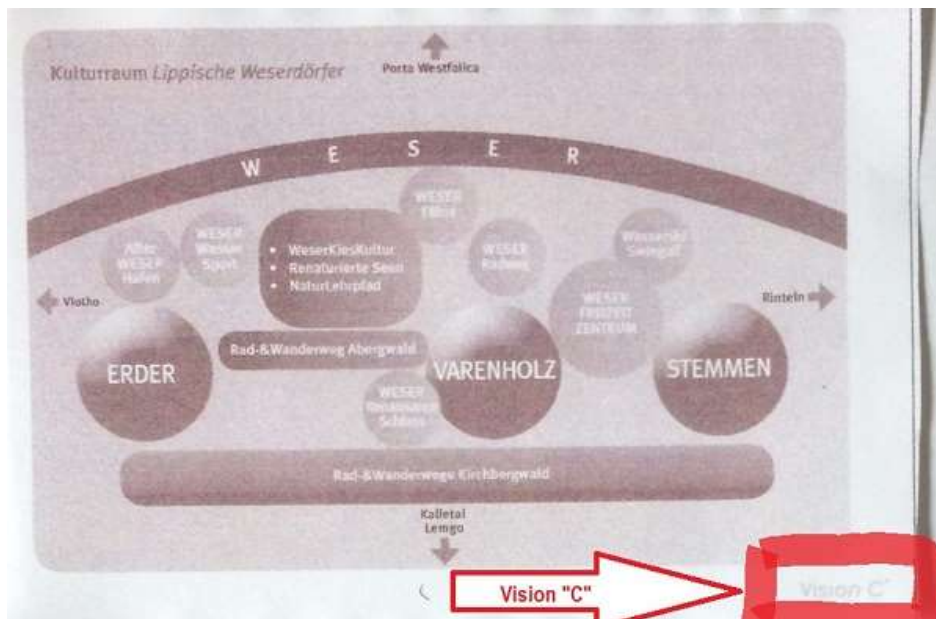
erste Mal in Kalletal, dass so etwas an der **Vergabeordnung** vorbei initiiert wird. Beim letzten Imageprospekt „Kalletal – in Lippe ganz oben“ hatte es jedenfalls ein Handvoll Agenturen gegeben, die Vorschläge eingereicht hatten und ein Gremium aus Verwaltung und von den Parteien benannten Personen hatte die Auswahl getroffen, die zuständigen Ausschüsse wurden auf dem Laufenden gehalten.

Das war augenscheinlich diesmal nicht der Fall. In den Einladungen zu den Sitzungen war so ein Tagesordnungspunkt nirgends zu entdecken. Auch eine Auftragsvergabe an das vom Bürgermeister beauftragte Büro stand nicht auf der Tagesordnung.

Aber vielleicht sind hier ja die Netzwerke am Werk, die angeblich die jungen Paare suchen....



Vision C jedenfalls scheint schon am Wahlkampf-Auftritt des Bürgermeister-Kandidaten mitgebastelt zu haben. Die Handschrift ist offensichtlich für diese Agentur - wie unsere Bilder beweisen. Und „Potent^lial“ hatte der Prospekt des BM-Kandidaten auch.



War die Auftragsvergabe ohne Ausschreibung und Beschluss ??? durch den Bürgermeister nun Dankbarkeit oder Dorfklingel? Leider scheint für die Kalletaler BürgerInnen mal wieder Zahntag für private Wahlversprechen zu sein....

Unverkehrt jedenfalls zieht das Fazit: Ein Marketingkonzept in dieser Form – nein danke!

Eine Imagekampagne mit Sinn und Verstand würden wir sehr begrüßen. Allerdings müsste man dazu erst einmal festlegen, wo Kalletal zukünftig seinen Schwerpunkt haben will. Von allem ein bisschen nach dem Gießkannenprinzip, hier ein Tröpfelchen und da ein Tröpfelchen, und immer noch mehr Infrastruktur aufsatteln, ist finanziell für immer weniger Menschen nicht machbar. Das würde aber auch eine Politik aus dem 21. Jahrhundert erfordern. Politik und Verwaltung in Kalletal arbeiten allerdings noch nach dem Gießkannenprinzip des vorigen Jahrhunderts, als - noch Geld in der Kasse war: Hier noch eine Friedhofskapelle und da noch ein Sporthaus.... (ED31032017)