

Gewerbeverein Bornheim: Wasser, Marketing und ein Blick voraus

Von Frank Engel-Strebel



Weitblick: Vom Vorgebirgsort Roisdorf zum Rheinort Hersel – wie lassen sich die 14 Bornheimer Stadtteile zu einem gemeinsamen Marketingkonzept zusammenbringen? Lassen sie sich überhaupt zusammenbringen?

Foto: Frank Engel-Strebel

Bornheim -

Wie geht es weiter mit der Trinkwasserversorgung der Bornheimer? Was macht der Stadtmarketingprozess und welche Aktivitäten bereitet der Roisdorfer Gewerbeverein für das laufende Jahr noch vor?

Diese drei Punkte standen im Mittelpunkt der Mitgliederversammlung des Vereins Roisdorfer Gewerbetreibende im Ristorante „Da Orazio“.

Zur Trinkwasserversorgung brachte der Vorsitzende des Gewerbevereins, Harald Stadler, einen Kompromissvorschlag ins Spiel. Der politische Streit um das künftige Mischungsverhältnis des Bornheimer Trinkwassers mündete in einen Bürgerentscheid, der jedoch scheiterte, weil fast zwei Drittel der abstimmungsberechtigten Bürger nicht teilnahmen. Derzeit sucht eine Arbeitsgruppe von Fraktionsvertretern gemeinsam mit Bürgermeister Wolfgang Henseler nach einer für alle Seiten tragbaren Lösung. Vom Gewerbevereinsvorsitzenden kommt ein Kompromissvorschlag: „Statt sich weiterhin um Prozentfragen zu

streiten, wie viel mehr Trinkwasser zukünftig der Wahnbachtalsperrenverband (WTV) nach Bornheim liefern soll, könnte sich die Politik darauf verständigen, wie hoch die jährliche garantierte Abnahmemenge vom Wasserbeschaffungsverband Wesseling-Hersel (WBV) in den nächsten beiden Jahrzehnten sein soll. Wenn über diese Mengenfestabnahme mit dem WBV ein langfristiger Liefervertrag abgeschlossen wird, könnte dies der Ausweg aus der Sackgasse der seit drei Jahren strittigen Wasserfrage in Bornheim sein.“ Da Bornheim eine wachsende Stadt ist, würde bei steigender Einwohnerzahl der Mehrverbrauch von Trinkwasser zugunsten des WTV gehen und so hätten sicherlich beide Seiten eine gesichtswahrende Entscheidung ermöglicht, so Stadler.

Über die Erkenntnisse aus den drei Bürgerforen zum “Stadtmarketing Bornheim: 14 Ortsteile – 1 Marke” berichtete Gastredner Wolfgang Haensch, der mit seiner Firma CIMA, den Marketingprozess durchführt. So ergaben die Untersuchungen, dass drei Viertel der Befragten sich stark mit ihren Ortschaften identifizierten. Bemängelt wurden eingeschränkte Einkaufsmöglichkeiten in einigen Ortschaften, zudem gäbe es zu wenig Kultur- und Jugendangebote. Eine Unternehmerin forderte einen “greifbaren Slogan”, auf dem sich die künftige Imagekampagne gründet. Ein zentrales Stadtfest wäre eine Möglichkeit das Zusammengehörigkeitsgefühl der Bornheimer zu stärken. Haensch betonte, dass zwar bereits viele Vereine mit ihren Festen schon jede Menge erreichten, langfristig könne ein städtisches Marketingkonzept jedoch nur funktionieren, wenn auch ein Stadtmarketingverein gegründet würde.

Nach dem erfolgreichen Frühlingsfest in Roisdorf, stehen für dieses Jahr noch das Gewerbefest am 25. Juni sowie der Martinimarkt im November an. Die Vorbereitungen laufen bereits. Beide Veranstaltungen sind verbunden mit einem verkaufsoffenen Sonntag und finden im Gewerbepark Bornheim-Süd statt.

– Quelle: <http://www.rheinische-anzeigenblaetter.de/26697138> ©2017