

Die WochenSchau fragt nach...

Fünf Antworten von: Kira Sönksen

Vor ziemlich genau neun Monaten trat Kira Sönksen die neu geschaffene Stelle der Bredstedter Stadtmarketing-Koordinatorin an. Bald darauf wurde sie als Beisitzerin in den Vorstand des Handels- und Gewerbevereins (HGV) gewählt. Und seit Beginn beider Tätigkeiten waren auch stetig wechselnde Pandemie-Auflagen eine Herausforderung.



Kira Sönksen.

Foto: Wauer

Wussten Sie genau, worauf Sie sich einlassen würden?

Die Stellenausschreibung war schon sehr realistisch. Das Besondere an genau dieser Stelle ist der Freiraum, erstmalig ein Stadtmarketing für Bredstedt zu entwickeln und die bestehenden Aktivitäten weiter voranzubringen. Ich arbeite mit tollen Menschen zusammen und lerne viele neue Gesichter kennen, habe ein zentral gelegenes, bestens ausgestattetes Büro, und mein Fazit nach neun Monaten ist durchweg positiv. Der Job passt zu mir, und es macht Freude, sich im Stadtmarketing und im HGV einzubringen und etwas zu bewegen.

Welche speziellen Bereiche deckt eine Stadtmarketing-Koordinatorin ab?

Bei unserem Stadt-Marketing geht es zum Beispiel um Öffentlichkeitsarbeit und besonders die Auftritte im Internet, die so zeitnah wie möglich aktualisiert werden sollten. Dann spielt das Leerstandsmanagement eine große Rolle, und hier musste wirklich erst einmal Basisarbeit geleistet werden. Es ging um das Zusammentragen der Gegebenheiten:

Wem gehört welche Immobilie, wird sie privat oder geschäftlich genutzt - und das war oft reine Detektivarbeit. Aber nur so kann ich dabei unterstützen, Besitzer und interessierte Mieter / Pächtermiteinander in Kontakt zu bringen. Auch hierbei ist Aktualität sehr wichtig.

Und wie sieht es bei der Planung und Durchführung von Veranstaltungen aus?

Auch da bin ich aktiv eingebunden, und dabei hilft mir meine Netzwerk-Arbeit ganz enorm. Ich habe in meiner langjährigen beruflichen Tätigkeit viele Menschen kennengelernt und weiß, wer in welchem Bereich Kooperationspartner sein könnte. Diese Kenntnis der direkten Ansprechpartner verkürzt und erleichtert meine Arbeit ungemein. Gern führe ich auch neue Veranstaltungsformate ein, wie z.B. den Tag der smarten Mobilität, der in diesem Jahr erstmals stattgefunden hat .

Nun ist es aber gerade in Noch-Pandemie-Zeiten nicht einfach,

Großveranstaltungen zu planen?

Da tauchen eigentlich jedes Mal so bisher nicht gekannte Probleme auf. Wo früher eine langfristige Planung möglich war, muss jetzt oft improvisiert werden. Entweder werden die Pandemie-Regeln geändert, was schlimmstenfalls bis zur Absage führt. Oder es fehlt den Gastronomie- und Technikbetrieben Personal.

Trotzdem haben die Veranstaltungen eine neue Qualität bekommen, seit Sie sich in Bredstedt aktiv in die Organisation einbringen.

Es ist schon von Vorteil, dass ich mich zu gegebener Zeit diesem Bereich vorrangig widmen kann. Um zum Beispiel die gesamte Stadt während eines verkaufsoffenen Sonntags füllen zu können, braucht es ein großes Rahmenprogramm. Dafür müssen rechtzeitig Termine abgestimmt und viele Mitstreiter mit ins Boot geholt werden. Nicht zuletzt muss die Werbung so ins Auge fallen, dass sie wirklich Interesse an einem Stadtbesuch weckt. Internetauftritte (wie jetzt beim Erlebnisfreibad) müssen neu konzipiert und benutzerfreundlich werden, damit so viele Informationen wie möglich abrufbar sind. Dabei muss allerdings der eigentliche Charakter erhalten bleiben. Ganz wichtig ist aber immer die Zusammenarbeit vieler Aktiver, denn allein komme ich nicht allzu weit. Aber ich bin gern der immer ansprechbare „Knotenpunkt“, an dem die Fäden zusammenlaufen. (wau)