

50 Jahre mit Berg- und Talfahrten

Kreiszeitung 30. Oktober 2020



© -

Ein halbes Jahrhundert Werbegemeinschaft ließen die ehemaligen Vorsitzenden Stefan Wachholder und Hermann Niemann, der frühere Werbeleiter Adolf Knapp, die amtierenden Vorsitzenden Martina Hundt und Frank Müller sowie das ehemalige – langjährige – Planungsausschussmitglied Heiner Pestrup (von links) kürzlich in einem Gespräch mit unserer Zeitung Revue passieren. Archivfoto: Bohlken

Harpstedt – Die Mitglieder der ersten Stunde beschlossen gleich nach der Gründung der Werbegemeinschaft Harpstedt vom 2. November 1970 im Hotel „Stadt Bremen“ die Einführung einer Weihnachtsbeleuchtung; lange Zeit hatte jeder Betrieb seinen eigenen Leuchstern.

Das ging völlig konform mit den Zielen des Verkehrsvereins, der den Stein vor 50 Jahren ins Rollen gebracht hatte: Der Vorsitzende Alfred Pergande wandte sich am 28. Oktober 1970 mit einem Schreiben an die Harpstedter Gewerbetreibenden: „Der Verkehrsverein möchte Sie ansprechen, um eine Werbegemeinschaft zwecks Veranstaltung gemeinschaftlicher Werbungen ins Leben zu rufen. Diese haben sich in vielen anderen Orten als sehr erfolgreich erwiesen.“ Den Termin für die Gründungsversammlung zurte Pergande gleich fest und übernahm selbst die Sitzungsleitung.

Den allerersten Vorstand der Kaufmannschaft bildeten Vorsitzender Kurt Müller und Stellvertreter Dieter Dechant, Schriftführer Rolf Mende, Kassenwart Hans-Otto Beckmann sowie Beisitzer Otto Schnepel. Zu den weiteren Gründern zählten Alfred Dräger, Egon Mahlstedt und Manfred Menges. Letzterer zeichnete redaktionell für die „Harpstedter Nachrichten“ verantwortlich. Dieses „blaue Heft“ gehörte zu den frühesten Projekten der werbenden Vereinigung, die später „Aktiver Mittelstand“ hieß, ehe sie den Namen „Aktive Werbegemeinschaft Samtgemeinde Harpstedt“ verpasst bekam.

1972, im Folgejahr einer zweitägigen Verkaufsausstellung im Gasthaus an der I. Kirchstraße (heute „Charisma“), gelang es ihr, den „Bremer Container“ mit den Stars Karel Gott und Renate Kern nach Harpstedt zu holen.

Friedhelm Ost erweist sich als trinkfest

„Bei unserer zweiten Gewerbeausstellung war 1972 auf dem Marktplatz auch der von der Volksbank finanzierte Friedhelm Ost da. Der Politiker und Fernsehjournalist, später sogar Staatssekretär, gestaltete eine Abendveranstaltung. Er übernachtete im Hotel ‚Zur Wasserburg‘ und erwies sich als ausgesprochen trinkfest“, erzählt Hermann Niemann, Amtsnachfolger von Kurt Müller (ab 1976) und einer der langjährigsten Vorsitzenden.

Der Werbegemeinschaft traten gleich mit der Gründung 21 Betriebe bei. 1975 zählte sie schon 64 Mitglieder, 1980 knapp 100 und im weiteren Verlauf der 1980er sogar 163. „Dieser Zuwachs war eine Folge der damals im zweijährigen Turnus organisierten Gewerbeschauen. Die Beteiligung der Betriebe wurde immer besser. Und damit stiegen die Mitgliederzahlen. Das war bemerkenswert“, entsinnt sich Heiner Pestrup. Sein Betrieb hält schon seit 1971 zur Stange.

Gewerbeschauen kamen in verschiedenen Taktungen zustande – und dann auch mal wieder längere Zeit gar nicht. Eine besonders lange „Pause“ währte acht Jahre, von 1992 bis 2000. Der Schauplatz wechselte vom Marktplatz zum Sportplatz beim Freibad, von dort ins direkte Umfeld des Koems-Geländes und schließlich ins „Amtsacker“-Gewerbegebiet auf das Betriebsgelände von Frank Müller, der seit 2016 den Vorsitz innehat – seit 2017 gleichberechtigt an der Seite von Martina Hundt. Schon Hermann Niemann hatte die gleichberechtigte Doppelspitze eingeführt.

Die Gewerbetreibenden waren sich nicht immer „grün“. Es gab Kontroversen – etwa über die Frage, ob der Eintritt zu Gewerbeschauen frei sein sollte. Welcher Platz für die Leistungsschauen der beste sei, gehörte zu den wiederkehrenden Diskussionsthemen. Ebenso die Frage: „Lohnt es sich überhaupt, mit solchen Ausstellungen zu werben?“ 2019 entschied die Mehrzahl der Mitgliedsbetriebe offenbar: Es lohnt sich nicht mehr. Jedenfalls kam eine Drittauflage der Messe „Harpstedt Aktiv“ bei „Müller Aluminium“ mangels Beteiligung nicht zustande.

Die Kaufmannschaft setzte mal mehr, mal weniger Akzente. Oft verhalf sie Mai- und Herbstmarkt-Sonntagen zum Erfolg – mit Flaniermeilen, Moden- oder auch Autoschauen. In der Adventszeit organisierte sie Aktionen wie den „Glückskauf unterm Weihnachtsstern“, „Die goldene Nuss“ und die „Weihnachtslotterie“ (Tombola). Um ihre Glühweinbude auf dem Harpstedter Weihnachtsmarkt rankten sich am zweiten Adventswochenende stets Besucherscharen.

Die Idee, dem Nikolaus Konkurrenz zu machen und Kinderwünsche zu erfüllen, erwies sich als Volltreffer. Und die Auslosung der Gewinner animierte bisweilen zum Schmunzeln. Stefan Wachholder, Vorsitzender von 1996 bis 2012, erinnert sich an ein Kind, das „ein Brüderchen“ auf den Coupon geschrieben hatte, und an die augenzwinkernde Reaktion von Hans-Dieter Michl, die sinngemäß gelautet haben soll: „Gib mir die Adresse! Das erledige ich mal eben.“

Vom Jazz- zum Musikfrühstück

Auch manches tiefe Tal musste die Kaufmannschaft in 50 Jahren durchwandern. Nachdem sich Beate Schenk mit einer Werbeagentur selbstständig gemacht hatte, übernahm sie in den 1990ern (damals hieß sie Beate Mikutta) als Nachfolgerin von Manfred Menges den Vorsitz und „reanimierte“ die Werbegemeinschaft nach einer Zeit völliger Passivität unter dem Damoklesschwert drohender Auflösung. Sie führte 1997 das Jazzfrühstück auf dem Marktplatz ein, das sich drei Jahre später zum „Musikfrühstück“ und dann zum höchst erfolgreichen „Sommerfest“ mit Live-Musik mauserte.

2001 fand ein Schaukasten einen werbewirksamen Platz auf dem Marktplatz. 2007 erschien unter der Regie von Kai Rost eine Imagebroschüre mit Firmenporträts. 2009 machte die Werbegemeinschaft Harpstedt „rot“: Zahlreiche Feuerwehr-Oldtimer im Ort ernteten bewundernde Blicke. Die deutsch-französische Kontaktpflege, zuletzt unter Vorsitz von Stefan Wachholder und Thea Alfken mit dem Louésier Verein „L’Envol Louésien“ recht intensiv vorangetrieben, ist weitgehend eingeschlafen.

Das „Harpstedter Picknick“ erlebte nach zwei Auflagen 2017 eine „Fusion“ mit dem VVV-Tulpenbaumbüchereifest – als Picknick unterm Tulpenbaum. Der 2015 erfolgreich gestartete Nachtflohmarkt hätte 2020 sicher einmal mehr viele Schnäppchenjäger mobilisiert, wäre die Welt nicht von einer Pandemie heimgesucht worden. Mit Corona erklärt sich auch der Verzicht der Aktiven Werbegemeinschaft auf ein Event oder einen Empfang zum Jubiläum.

Zu denen, die ebenfalls zeitweise an der Vorstandsspitze die Geschicke der werbenden Vereinigung lenkten, zählten Elke Olschner (ab 1988), Yvonne Geppert (2013/14) und Hans Risch (2015).

Wie schwer es mitunter fällt, Leute zu begeistern und sie zum Mitziehen oder zur Übernahme von Verantwortung zu bewegen, musste der aktuelle Vorsitzende schon häufiger erfahren. Nur ein Beispiel: Die Suche nach einem Marketingleiter blieb bislang erfolglos. „Ich mache das daher kommissarisch mit“, sagt Frank Müller.

Im „Harpstedter Spiegel“, den die Mediengruppe Kreiszeitung 1995 herausbrachte, stieß der Vorsitzende auf diesen Satz: „Bleibt zu hoffen, dass die Werbegemeinschaft – der Endlosdiskussion über eine Auflösung zum Trotz – in 25 Jahren ihr 50-jähriges Bestehen feiern kann.“ Damals konnte freilich niemand mit Corona rechnen...

Von Jürgen Bohlken