

Konzept muss jetzt gelebt werden

Richard Damian über seine Motivation als Vorsitzender und die Herausforderungen



Herr Damian, Sie leiten seit über acht Jahren mit Erfolg das Hotel Motodrom, sind aber, zumindest räumlich, etwas ab vom Schuss. Was hat Sie bewogen, den Vorsitz im neuen Hockenheim Marketing-Verein zu übernehmen?

Richard Damian: Ich bin gebürtiger Mannheimer, habe aber gemeinsam mit meiner Frau und meinen zwei Kindern vor vier Jahren im Neubaugebiet „Biblis“ gebaut und wir fühlen uns hier sehr wohl. Meine Kinder gehen in Hockenheim in den Kindergarten und in die Grundschule. Sie gehen zum HSV zum Turnen und in die Musikschule. Als ich gefragt wurde, ob ich mir vorstellen könnte, eine Position im Marketing-Verein zu übernehmen, habe ich keine Sekunde gezögert. Sie sehen, ich habe daher ein sehr großes persönliches privates und berufliches Interesse, Hockenheim attraktiver zu gestalten und die Bereiche Innenstadt, Talhaus und Ring kombiniert miteinander zu verknüpfen, so dass eine starke Identität der Bürger und Besucher zu der Stadt entsteht und sich für alle die Lebensqualität verbessert. Wir werden dadurch auch einfacher neue auswärtige Mitarbeiter verpflichten können, die in einem ansprechenden Umfeld arbeiten und leben können. Ich begleite im Übrigen schon Ehrenämter beim Dehoga, der IHK und bin Mitinitiator der „Nacht der Musik“.

Mit dem neuen Verein sind viele Hoffnungen auf erfolgreiches Stadtmarketing, vor allem auf eine Belebung der Innenstadt, verbunden. Was macht Sie optimistisch, dass dies auch klappt?

Damian: Der neue Vorstand vertritt die ganze Palette der Interessen und stellt einen repräsentativen Querschnitt aus dem Talhaus, vom Hockenheimring und aus der Innenstadt dar. Er besteht aus Angestellten und Selbstständigen, aus dem Einzel- und Großhandel, Gastronomie, Dienstleistungen, Finanzen. Unter uns sind viele Know-how-Träger mit großen Erfahrungswerten. Das erarbeitete Konzept der Imakomm-Akademie ist stimmig und muss jetzt gelebt werden. Wir müssen echte Besuchsgründe für unterschiedliche Zielgruppen generieren, die vorhandene Kaufkraft besser nutzen und Impulse auch in den Bereichen Freizeit, Jugend, Kunst, Kultur und Unterhaltung setzen.

Der Verein ist gegründet, der Vorstand gewählt. Wie geht es jetzt weiter?

Damian: Wir legen unverzüglich los. Die erste Vorstandssitzung ist noch in den Osterferien terminiert und wir werden weitere Vorgehensweisen, auch bezüglich Rekrutierung eines hauptamtlichen Geschäftsführers, definieren. Wir freuen uns auf die Herausforderung und sind optimistisch, bald erste Erfolge vorweisen zu können. „Tue Gutes und rede darüber“ sollte unsere Devise sein. Werbung und Öffentlichkeitsarbeit sind die Mittel dazu. Unter der Federführung des Marketing-Vereins kreieren wir Initiativen für die bessere innere und äußere Vermarktung von Hockenheim. Stadtmarketing ist ein Prozess, sich ständig zu verbessern. Wir müssen dafür sorgen, dass möglichst viele mitmachen – für ein besseres Hockenheim!

hs