

„Die größten Erfolge gibt's im Team“

Der neue Kümmerer Marcel Baars (53) setzt auf das Miteinander und die „Marke Kernen“

VON UNSEREM REDAKTIONSMITGLIED
LIVIANA JANSEN

Kernen.

Seine neue Aufgabe sieht der neue Kernener City-Manager als Herausforderung und Chance zugleich. Vom 1. April an will der sogenannte Kümmerer nicht nur dem örtlichen Einzelhandel neues Leben einhauchen: „Es geht auch darum, Kernen als Wirtschaftsstandort insgesamt attraktiver zu machen“, sagt Marcel Baars.



Marcel Baars ist der neue Kümmerer von Kernen. Der Marketingexperte sieht große Chancen für die Gemeinde.

Bild: Palmizi

Baars ist Werbeprofi mit Haut und Haar. Nach dem Studium der Werbewirtschaft und Werbetechnik in Stuttgart sammelte er Erfahrungen in internationalen Werbeagenturen, bei einem Metzinger Modekonzern war er später für das weltweite Handelsmarketing zuständig, entwickelte Werbemittel und kreierte Markenwelten. Nachdem er mit einer Werbeagentur in Ulm einen ersten Ausflug in die Selbstständigkeit unternommen hatte, zog er der Liebe wegen nach Fellbach. Im Jahr 2007 übernahm er die Marketing-Leitung für den Schwäbischen Turnerbund und betreute das Projekt „Bewegte Kommune“. Er habe das als tolle, wichtige Aufgabe empfunden, sagt der ehemalige Leichtathletik-Bundesligist. „Aber ich habe mich gefühlt wie ein Rennpferd in der Box.“ 2011 hat er sich deshalb mit seiner Agentur „Kommunikations-Zeit“ wieder selbstständig gemacht. Seitdem berät er Unternehmen, Führungskräfte und Kommunen – unter anderem auch den Kernener Weinproduzenten Kern. Und seit kurzem ist er auch der neue Kümmerer der Gemeinde. Als solcher soll er mit neuen Ideen helfen, die örtliche Wirtschaft anzukurbeln.

Auch privat sei er gerne in Kernen unterwegs – beim Gassigehen mit seinem Hund. Dann nutze er auch regelmäßig die örtlichen Geschäfte für den Einkauf, berichtet der 53-Jährige. „Bäcker, Lebensmittelgeschäfte, Naherholung, sportliche und soziale Einrichtungen – die Basis zum Wohlfühlen ist definitiv da“, betont er. Es gehe nun darum, die Einzigartigkeit Kernens herauszufiltern und nach außen zu tragen. Nutzen ließe sich beispielsweise, dass die Gemeinde in einem „Sonnenloch“ liege – einem Ort, an dem die Sonne öfter scheint als anderswo.

Diese Einzigartigkeit will er in Gesprächen mit dem paritätisch aus Gemeinde, Freundliches Kernen (FK) und Gewerbeverein (GVK) besetzten Lenkungsausschuss sondieren. Das Gremium wird künftig auch die Arbeit des Kümmerers steuern und die Verantwortung für das Marketing-Budget tragen. Der Gemeinderat hatte damit dem Antrag des GVK entsprochen, stärker an Entscheidungen des Ortsmarketings beteiligt zu werden. „Völlig inakzeptabel“ sei es, dass FK nach dem ursprünglichen Konzept einen weiteren Zuschuss in Höhe von 10 000 Euro erhalten sollte, der GVK aber leer ausgehe, hieß es in dem Schreiben.

Aus den Ergebnissen des Lenkungsausschusses sollen Konzepte entwickelt werden, wie die „Marke Kernen“ nach außen getragen werden kann – auch eine Art Slogan sei laut Baars denkbar. „Dann müssen die Verantwortlichen diese Konzepte vorleben, ein Feuer entfachen. Das steckt die anderen mit der Zeit an“, davon ist Baars überzeugt. Zudem müsse man Erlebnisse

schaffen, die neu gestaltete Ortsmitte mit dem Bürgerhaus bieten dafür die perfekte Bühne. Das Wichtigste bei allem sei jedoch das Miteinander: „Aus meiner Erfahrung als Leistungssportler entstehen die größten Erfolge im Team“, so der Marketingprofi.

Verschiedene Menschen, unterschiedliche Interessen

Doch Baars sieht nicht nur Chancen, sondern auch Risiken: „Immer weniger unterschiedliche Menschen beteiligt sind, gibt es verschiedene Interessen“, weiß er. Die unter einen Hut zu bringen, sei naturgemäß nicht einfach. Deshalb plane er neben den Sitzungen mit dem Lenkungsausschuss auch Gespräche mit den Konfliktparteien. „Ich habe gehört, dass es zwischen FK und GVK in der Vergangenheit Reibungen gab“, sagt Baars. Missverständnisse auszuräumen sieht er auch als Aufgabe eines Kümmerers.

In den Gesprächen mit dem Lenkungsausschuss sollen auch Ziele festgelegt werden: „Natürlich müssen wir den Erfolg des Ortsmarketings an messbaren Größen, wie der Steigerung der Kaufkraftbindung oder der Neuansiedelung von Unternehmen, festmachen“, betont Baars. Noch wichtiger als Zahlen erscheine ihm allerdings die Emotion – oder, wie er es ausdrückt: das Feuer. „Das Schönste für mich wäre, wenn die Leute nach einem Jahr sagen würden: Wow, das hätte ich nicht gedacht“, sagt Baars.

Ausdrücklich wünscht sich Baars Kritik. „Damit meine ich nicht Motzen, das ist nicht zielführend“, präzisiert er. Aber seine Konzepte dürften gerne untersucht und Verbesserungsvorschläge gemacht werden. „Das ist wie im Sport“, sagt er. „Da kann ich mich nur verbessern, wenn mein Trainer mich auf Fehler hinweist.“ Und genau wie in seiner alten Disziplin, dem 110-Meter-Hürdenlauf, sei es in seinem heutigen Job sein Ziel, sich ständig zu verbessern. „Hindernisse sind dazu da, sie schnellstmöglich zu überwinden“, ist Baars überzeugt.

Kommentar

Der Kümmerer muss schlichten

VON LIVIANA JANSEN

Einfach wird er es wohl nicht haben, der Kernener Kümmerer Marcel Baars. Nicht nur steht er mit dem Kampf gegen die Abwanderung von Kaufkraft und Einzelhändlern sowie Betriebs-schließungen in der Gastronomie vor einer schier unlösbaren Aufgabe, sondern er muss sich dabei auch mit Interessenverbänden herumschlagen, die sich gebärden wie zankende Kinder. So haben zwar der



Gewerbeverein und Freundliches Kernen – sollte man meinen – das gleiche Ziel vor Augen, nämlich die Förderung der lokalen Wirtschaft, in der Realität allerdings entsteht allzu oft der Eindruck, es gehe darum, wer das schönere, größere, bessere Stück vom Kuchen bekommt. Für das Wohl der Gemeinde bleibt zu hoffen, dass es Baars gelingt, das Tauziehen zu beenden und alle zum Ziehen an einem Strang zu bewegen. Dass er sich nicht als Verkümmertes darstellt, sondern als jemand, der es tatsächlich schafft, die örtliche Wirtschaft zu beleben.

Eine ungewöhnliche Berufsbezeichnung

■ Marcel Baars bezeichnet sich selbst als **Senior Kommunikator, Rezipient und Zeitgeist**.

■ „**Senior**“ deshalb, weil ich den Job schon länger mache“, erläutert Baars.

■ **Kommunikator** nenne er sich, weil er bei seinen Beratungen natürlich etwas mitteilen wolle. Gute Kommunikation sei für ihn die Grundlage des Erfolgs.

■ „Zur Kommunikation gehört auch ein **Rezipient**“, so Baars weiter. „Das soll bedeuten, dass ich im Gesprächs-Pingpong auch zuhören und aufnehmen kann.“

■ **Zeitgeist** sei zweideutig zu verstehen: Einerseits nehme er sich Zeit, seine Klienten zu unterstützen. „Dabei bleibe ich im Hintergrund, wie ein Geist. Der Kunde steht im Mittelpunkt“, sagt Baars.

■ Andererseits bedeute Zeitgeist im eigentlichen Sinne natürlich, **mit der Zeit zu gehen**.

■ Die **drei Grundvoraussetzungen** für jeglichen Erfolg sind laut Baars: Wille, Miteinander und Kommunikation. „Der Wille ist in Kernen schon mal da“, sagt er. Nun müsse man gemeinsam nach Lösungen suchen und vor allem: kommunizieren.

■ Unter Kommunikation verstehe er ausdrücklich auch **Kritik**, erläutert Baars. Denn die bringe Veränderung.