



Reutlinger General-Anzeiger

DEM GEA FOLGEN & INFORMIERT BLEIBEN



STADTMARKETING

Thorsten Kausch steuert als Interims-Geschäftsführer StaRT

Bis die Nachfolge von Tanja Ulmer geregelt ist, übernimmt ein Interims-Geschäftsführer das Ruder

Von  **Roland Hauser** 19.03.2021, 06:55



Der Hamburger Thorsten Kausch übernimmt vorerst und befristet die Geschäftsführung von StaRT. FOTO: MILTTONY/MULTHAUPT

REUTLINGEN. Als Thorsten Kausch, geschäftsführender Gesellschafter der Hamburger Stadtmanufaktur, am Mittwoch wieder einmal in Reutlingen war, hat er sich zwischen zwei Terminen die Joggingschuhe angezogen und ist auf die Achalm gelaufen. Am Abend wählte ihn dann der Aufsichtsrat der Stadtmarketing und Tourismus GmbH Reutlingen (StaRT) zum Interims-Geschäftsführer, bis nach dem Ausscheiden von Tanja Ulmer jetzt zum Monatsende ein neuer regulärer Geschäftsführer gefunden ist.

Als Vertragslaufzeit seien zunächst sechs Monate bis 30. September vereinbart, erzählt Kausch dem GEA am Mobiltelefon

Wieder operativ tätig

Zum 1. April nimmt der selbstständige Berater für Stadtmarketing seine neue Reutlinger Tätigkeit auf, ohne dabei andere Geschäftsfelder aufzugeben. Er könne schließlich seine ganzen Kunden nicht für neun Monate »links liegen lassen«, erläutert Kausch – aber es sei vereinbart, »dass ich nichts zum Nachteil von Reutlingen machen darf, was ja völlig klar ist«.

STADTMARKETING

Das Arbeitsgebiet der Stadtmarketing und Tourismus GmbH Reutlingen (StaRT) umfasst, wie der Name schon sagt, die Bereiche Stadtmarketing und Tourismus. Geschäftsführerin ist formal noch bis 31. März Tanja Ulmer, die nun als Kommunikationsmanagerin zur Transnet-BW GmbH in Stuttgart wechselt. Aufsichtsratsvorsitzender von StaRT ist Oberbürgermeister Thomas Keck. Dem Aufsichtsrat gehören ferner Vertreter der Gemeinderatsfraktionen sowie des Verkehrsvereins Reutlinger Albvorland und der Interessengemeinschaft für ein attraktives Reutlingen »RT aktiv« an. (rh)

Für ihn als Berater sei es »eine schöne Komponente«, wieder einmal operativen tätig zu werden, wie er das zehn Jahre lang, von 2006 bis 2016, als Geschäftsführer der Hamburg Marketing GmbH getan habe. Von 2010 bis 2013 war Thorsten Kausch darüber hinaus Geschäftsführer der Hamburg Tourismus GmbH und von 2013 bis 2016 der Hamburg Convention Bureau GmbH. »Damit lagen unter anderem die strategische Ausrichtung des Stadtmarketings sowie die Entwicklung von Hamburg als Veranstaltungsstandort in seiner Verantwortung«, heißt es im Internetauftritt der Stadtmanufaktur. Zuvor war er Mitglied der Hamburgischen Bürgerschaft, die unserem Landtag entspricht, und persönlicher Referent des Senators für Wirtschaft und Arbeit.

Neuausrichtung gewünscht

Auch in Reutlingen hat Kausch bereits gearbeitet, und zwar im Rahmen des Markenentwicklungsprozesses (siehe rechte Info-Box) und eher im Hintergrund. Sein Aufgabenbereich war die Frage der Implementierung: »Wie schaffen wir es, aus einer Analyse ins konkrete Tun zu kommen. Es bringt Ihnen ja nichts, wenn Sie eine tolle Analyse haben, aber nachher nicht damit arbeiten können.«

Er habe primär mit der Stadtverwaltung zusammengearbeitet, Workshops »mit verschiedenen Protagonisten der Stadt« gemacht und sich mit der Frage der Zusammenarbeit zwischen StaRT und Stadtverwaltung beschäftigt.

Während der Coronakrise seien dann »andere Dinge in den Vordergrund geraten«, sagt Kausch, aber logischerweise werde er sich als Interims-Geschäftsführer nun auch anschauen, wie sich das Stadtmarketing mehr im Sinne der Markenstrategie ausrichten könne.

Unter der Regie von Tanja Ulmer war immer wieder kritisiert worden, StaRT agiere zu handelslastig, und große Events, verquickt mit verkaufsoffenen Sonntagen, seien nicht mehr zeitgemäß. Insofern sei es konsequent, sagt Thorsten Kausch, dass er nun an der konzeptionellen Neuausrichtung von StaRT mitwirken und gleichzeitig dafür sorgen soll, dass das Stadtmarketing, »wenn es jetzt um die Frage der Reaktivierung geht – Stichwort Innenstadt, Stichwort Corona –, einen aktiven Beitrag leisten kann«. Mindestens 15 bis 18 Tage im Quartal muss der Hamburger vereinbarungsgemäß in Reutlingen sein. Darüber hinaus habe die Coronakrise ja gezeigt, dass man »heute völlig unproblematisch Teams auch mit digitalen Medien führen kann«.

Dennoch werde er regelmäßig präsent sein, zumal ihn als Besucher die im Markenbildungsprozess als Reutlinger Stärke definierte »attraktive Lage« tatsächlich anspreche. Weshalb er auch, siehe Einstieg, die Joggingschuhe dabei hat, wenn er in die Achalmstadt kommt. (GEA)