

Es sind Menschen der Tat, Nimmermüde, Antreiber, Gestalter, Vorwärtsstrebende, Aktive. Es gibt sie auf der großen Bühne, seltener im Verborgenen, aber auch da. Sie stellen sich vor. Im COBURGER. In jeder Ausgabe einer oder eine – Männer und Frauen.

MACHER

Dieses Mal: Mick Böhm, seit fast 25 Jahren im Veranstaltungsgeschäft tätig. Seit 2010 sorgt er als Koordinator Stadtmarketing für neuen Schub in der Außendarstellung der Stadt.

Sind Sie ein Macher?

Ich setze gerne verrückte Ideen um. Wenn man damit ein „Macher“ ist, bin ich einer. Das geht aber nur in einem Team, in dem jeder mal die Rolle des Treibers übernimmt. Also wenn man so will, ist immer das Team der Macher.

Warum fühlen Sie sich als Macher?

Im Stadtmarketing geht es ja darum, Menschen von Coburg zu begeistern. Von der Schönheit, der Qualität, dem Lebensgefühl, den tollen Angeboten unserer Stadt. Zu allererst richtet sich Stadtmarketing daher an die Coburger selbst. Sie sind die wichtigsten Botschafter ihrer Stadt nach außen. Wenn wir sie mit unseren Aktionen und Veranstaltungen begeistern können, ist schon viel erreicht. Darüber hinaus besetzen wir gezielt Themen, um überregional auf Coburg aufmerksam zu machen. Dazu müssen wir über den Tellerrand hinausschauen, Strömungen aufgreifen, kreativ sein, neue Ideen entwickeln. Und das sind für mich genau die Aufgaben eines Machers.

Was treibt sie an?

Meine Neugierde, mein kreativer Druck, meine Lust an ungewöhnlichen Konzepten und letztlich die Freude daran, wenn die dabei entstehenden Themen in das Bewusstsein der Menschen und Entscheider dieser Stadt vorgedrungen sind.

Was waren neue Ideen und Orte, auf die sie stolz sind?

Wir haben ja schon einiges bewegt: Gemeinsam mit anderen haben wir zum Beispiel die Pakethalle zu einem kreativen Veranstaltungsort entwickelt, der über die Grenzen Coburgs hinaus für Beachtung sorgt. Wir haben beispielsweise mit der Aktion „Weihnachtsbaum für die Queen“ ein überregionales Medieninteresse erzeugt wie nahezu kein anderes

Thema aus Coburg es davor geschafft hat. Wir haben damit die herzogliche Geschichte Coburgs und die Verbindung zu vielen Königshäusern wieder in das Bewusstsein gebracht. Das alles wird uns helfen, wenn wir 2019 den 200. Geburtstag von Albert und Victoria feiern. Aber wir machen auch viele kleine Dinge, neue Wege für Fach- und Führungskräfte, ein Programm für Exil-Coburger, um ihnen unsere Stadt wieder schmackhaft zu machen. Und vieles mehr.

Wie ging es eigentlich los mit dem Machen?

Das war damals bei der Coburger Brauerei Scheidmantel, als die großen Feste wie Schlossplatzfest oder Sambafest entstanden sind und man einen starken Partner für die Logistik der Feste gebraucht hat. Da habe ich mich drum gekümmert und bin so in das Geschäft reingewachsen. Später vor dem Stadtmarketing war ich dann für große Betriebe bundesweit tätig in Sachen Logistik, Personal und Materialmanagement.

Wie gehen Sie mit Kritik um?

Wenn man außergewöhnliche Projekte machen will, muss man immer auch mit starkem Gegenwind rechnen. Damit kann ich leben, das muss man aushalten. Letztlich ist doch entscheidend, ob man am Schluss erfolgreich war.

Ist Coburg ein guter Standort zum Machen?

Ich bin überzeugter Coburger, ich bin hier geboren, ich lebe und liebe diesen Standort und sehe wahnsinnig viele Möglichkeiten. Um aus denen noch mehr zu machen, müssen wir alle noch mehr an das Ganze als nur an uns denken, müssen alle auch mal über unseren Schatten springen. Dann werden wir große Projekte für unser Coburg ermöglichen.

Die Fragen stellte Wolfram Hegen.

Projekte, Beispiele, Filme unter www.coburg.de/stadtmarketing
