



## **Citymanager Jörg Hormann: Bald ist er weg**

**Offiziell löst die Nachricht Bestürzung und Betroffenheit aus. Ein »herber Verlust« sei der Abgang. Zu spät wird bewusst, was man an dem Verlorenen hatte.**

Insidern war die Entwicklung klar, der Abgang eine geradezu notwendige Konsequenz. Es gibt Kompetenz- und Geltungsgerangel zwischen dem Vorsitzenden der Werbegemeinschaft, Martin Lepold, und dem City Management, vertreten durch die Vorsitzende Anja Obermann, dazu kommt mainzplus Citymarketing, die das Gehalt bezahlt hat (und die das auch alles alleine erledigen könnten) und die Stadtverwaltung Mainz...

Sind da zu viele Mannschaften auf dem Spielfeld? Halten sich da nicht alle an die Spielregeln? Man hatte das Gefühl, es wurde ein Wettbewerb veranstaltet, wer Jörg Hormann den größten Knüppel zwischen die Beine werfen konnte. Hormann hat einfach gemacht, seine Ideen vorgestellt, Projekte mit Enthusiasmus angestoßen und viel persönlichen Einsatz gezeigt. Hinter seinem Rücken nannten manche ihn dafür »unbedarft«. Weil er als Außenstehender die Gräben zuerst nicht kannte, die sich durch Mainz ziehen. Weil er so dreist war, diese Gräben dann überwinden zu wollen. Weil man für Bewegung immer Leuten auf die Füße treten muss, die es sich in ihren Sesseln bequem gemacht

haben.

Mit Hormann verlässt viel Potential die Stadt. Die engagierten Zurückbleibenden schmerzt das richtig. Gleichzeitig drängt sich die Frage auf: Was nun? Wer kommt als nächster? Sofern die Position überhaupt noch eine Existenzberechtigung verdient, wenn doch eh jeder ausgeschlossen und abgeschossen wird, der sie mit ehrlichen Absichten besetzt? Wer wird sich so etwas freiwillig antun?

Mainz hat es wieder einmal geschafft nicht an einem Strang zu ziehen. Deshalb stellen wir die Frage: Braucht Mainz so viele Akteure, Gremien und Vorstände, die sich hinter den Kulissen kräftig beharken?

| WHO

---



## **MCM: Neue Köpfe neue Wege**

**Im April vergangenen Jahres feierte Mainz City Management sein 20-jähriges Bestehen. Im April dieses Jahres beginnt der Verein mit einem neuen Vorstand**

# neue Wege zu gehen.

Am Anfang der Neuausrichtung vergangenes Jahr stand die Entscheidung, die Funktion des Citymanagers zu professionalisieren. Hauptamtlich statt ehrenamtlich sollte der Nachfolger von Walter Strutz als »Kümmerer« die Akteure der Innenstadt zusammenbringen. Eigene Impulse, im Sinne von eigenen Ideen und Projekten, werden von dem Neuen erwartet. Klar war, die Finanzierung einer hauptamtlichen Stelle kann nicht allein ein eingetragener Verein leisten. So entstand das Konstrukt, den neuen Citymanager unter dem Dach von Mainzplus Citymarketing einzustellen. MCM hat dazu einen Dienstleistungsvertrag mit Mainzplus Citymarketing geschlossen und die stadtnahe GmbH mit der Abwicklung des operativen Geschäftes betraut.

Im Januar 2018 trat der zuvor in Coburg als Citymanager agierende **Jörg Hormann** (auf dem Foto neben **Anja Obermann**) sein Amt in Mainz an. Anfang April bestimmte Mainz City Management in einer ordentlichen Mitgliederversammlung drei neue Vorstandsmitglieder. Da turnusgemäße Neuwahlen erst 2019 stattfinden, wurden die neuen von den alten Vorstandsmitgliedern vorgeschlagen und von der Versammlung bestätigt.

Den neuen Vorstandsvorsitz bilden Anja Obermann, Hauptgeschäftsführerin der Handwerkskammer Rheinhessen, Tina Badrot, Geschäftsführerin der J.Molitor Immobilien GmbH, Sandra Klima, Centermanagerin der Römerpassage und Sprecherin der dortigen Werbegemeinschaft und Marcus Bauer, Mitinhaber des Steuerberatungsbüros Bäcker-Bauer als Schatzmeister. Ebenfalls neu im Vorstand des Mainz City Management e.V. sind Jan Sebastian, Inhaber von Juwelier Willenberg und Thomas Bach, stellvertretender Leiter Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit und Pressesprecher der Sparkasse Mainz.

Die neue Vorsitzende Anja Obermann sagte dem MAINZER, das Jahr 2018 diene dem Verein insbesondere der Neuausrichtung. Die Mitglieder sollten stärker eingebunden, in einem Workshop entsprechende Beteiligungsverfahren entworfen werden. Sowohl die Mitglieder als auch weitere Akteure, wie der Vorstand der Werbegemeinschaft, sollten in einem weiteren Workshop Ideen entwickeln, um die Innenstadt attraktiver zu gestalten. Wobei, stellt Obermann klar, es vor allem auch um Ideen gehe, die sich selbst finanzieren könnten,

etwa durch Business- oder Sponsoring-Modelle.

| SoS