

## Die Reaktionen auf den Matjes-Artikel

# **Schlichtes Stadtmarketing hat mit der Matjes-Meile organisatorisch nichts zu tun - und der Hamelner Fisch-Meyer will nächstes Jahr im Alleingang zeigen wie's geht!**

Von Ralph Lorenz

**Hameln (wbn). Hamelns Stadtmarketing-Chef Stefan Schlichte fühlt sich offenbar angegriffen. Nachdem am heutigen Tage eine Vielzahl bestätigender Anrufe kam, die begrüßten, dass die Unsitte vorgezogener Matjes-Veranstaltungen endlich einmal unter die Lupe genommen wurde, meldete er sich am späten Nachmittag per e-mail zu Wort. Schlichte verweist darauf, dass nicht das Stadtmarketing Hameln die Matjes-Meile in der Hamelner Bahnhofstraße organisiert und veranstaltet habe, sondern die Bahnhofsstraßen-Werbegemeinschaft.**

Wörtlich schreibt er: „...bezüglich der von Ihnen publizierten Pressemeldung über die Matjesmeile 2010 auf [weserbergland-nachrichten.de](http://weserbergland-nachrichten.de) möchte ich Sie freundlich darauf hinweisen, dass das Stadtmarketing Hameln nicht in der Position des Veranstalters ist, sondern die Werbegemeinschaft der Bahnhofstraße.“ Informationen und Hinweise auf Veranstaltungen in Hameln würden selbstverständlich „generell über unsere Internetseite publiziert“ (gemeint ist hier die offizielle Seite des Stadtmarketings- die Red.). Und dann fährt Stadtmarketing-Schlichte grobes Geschütz auf: „Ich fordere Sie daher auf, Ihren Bericht umgehend zu korrigieren und

## 1. Juni 2010 - Die Matjes-Meile aus der Bahnhofstraße schlägt Wellen

Geschrieben von: Lorenz

Dienstag, den 01. Juni 2010 um 22:54 Uhr

---

sämtlichen Bezug zum Hamelner Stadtmarketing zu entfernen. Sollten Sie meiner Aufforderung bis Mittwoch, 02.06.2010, 8:00 Uhr nicht nachgekommen sein, werden wir entsprechende rechtliche Schritte einleiten...“ Damit hat die Redaktion der Weserbergland-Nachrichten.de nun ein echtes Problem. Denn sie vermag die Passagen, die Schlichte beanstandet, nicht in der bislang erfolgten Berichterstattung zu finden.

Fortsetzung von Seite 1

In dem Kommentar zum Beispiel wird ausdrücklich von den „Festorganisatoren“ und dem „Stadtmarketing“ gesprochen. Deutlicher kann die Trennung und Unterscheidung der Funktion nicht sein. Mit keinem Wort steht drin, dass Schlichtes Stadtmarketing die Matjesmeile organisiert habe. Es hat sie aber beworben. An prominenter Stelle auf der offiziellen Internet-Seite des Hamelner Stadtmarketings. Beworben, indem diese Veranstaltung auf der Seite ganz oben herausgestellt wurde. Ausdrücklich verweisen die Weserbergland-Nachrichten.de bei der Nennung dieses Vorganges auf die Stadtmarketing-Internetseite. Was hier steht, darf als Empfehlung des Stadtmarketings verstanden werden, sonst wäre diese Veröffentlichung nicht der Fall.

**Die Redaktion hatte Schlichte um einen dringlichen Rückruf gebeten. Doch er meldete sich nicht...**

Es kommt noch schöner. Was Schlichte ganz außer Acht lässt: Er ist Stunden vor der Veröffentlichung dringend um einen Rückruf in der Redaktion gebeten worden, wobei die Dringlichkeit mehrfach wiederholt wurde. Er sollte damit die Gelegenheit bekommen seine Sicht der Dinge darzustellen, was guter alter journalistischer Brauch ist. Auf den Rückruf wartet die Redaktion heute noch. Auch heute ist ihm ausdrücklich nochmals die Möglichkeit einer eigenen Darstellung eingeräumt worden. Die Nachfrist bis 24 Uhr hat er verstreichen lassen.

Keineswegs selbstverständlich ist die Entschiedenheit, mit der das Stadtmarketing hervorhebt nicht der Veranstalter gewesen zu sein. Man könnte auf die Idee kommen, dass das Stadtmarketing von Schlichte gar nichts mit den Bahnhofsstraßenorganisatoren zu tun haben möchte. Genau dies wäre aber der springende Punkt und schon wieder traurig: Das Häuflein wohlmeinender Geschäftsleute aus der Bahnhofstraße hat den Veranstalter-Job nicht gelernt.

**Kann sich das Stadtmarketing aus einer Veranstaltung wie der Matjes-Meile eigentlich raushalten?**

## 1. Juni 2010 - Die Matjes-Meile aus der Bahnhofstraße schlägt Wellen

Geschrieben von: Lorenz

Dienstag, den 01. Juni 2010 um 22:54 Uhr

---

Es hat aus seiner Sicht mit seinen Mitteln möglicherweise das Beste getan. Gerade deshalb aber obliegt dem Stadtmarketing solchen Initiativen gegenüber eine Art Fürsorgepflicht. Sprich Beratung. Konzeptionell und materiell. Wenn nun das Stadtmarketing offensichtlich auf Distanz geht, dieser Eindruck entsteht nämlich jetzt, weil zum Beispiel eine in der Region groß propagierte Matjesmeile vor dem offiziellen Matjestag in Holland und Deutschland veranstaltet worden ist, dann muss das eher noch beunruhigen. Das Stadtmarketing muss für die Gewerbetreibenden dasein – und nicht umgekehrt.

In gestelzten Worten gab Schlichte einen Zwischenbescheid, demzufolge er sich nun rechtlich beraten lassen wolle, wie mit einem Unternehmen wie den Weserbergland-Nachrichten.de umzugehen sei. Ausserdem wolle er mit der Redaktion künftig nur schriftlich kommunizieren.

Wie das? Er hat doch auch bisher nicht das Gespräch gesucht und sich – nicht zum ersten Mal - schon gar nicht gemeldet. Dabei haben die Weserbergland-Nachrichten.de nicht nur öffentlich rumgemeckert sondern konstruktive Vorschläge gemacht. Auf diese ist Schlichte überhaupt nicht eingegangen, obwohl es um seine Baustelle der Stadtvermarktung geht.

### **Ehrliche Termingestaltung würde sogar mit einem Matjesfässchen belohnt...**

Schon jetzt hat der Artikel über die missratene Matjesmeilen-Konzeption in der Bahnhofstraße schon mehr gebracht, als die übliche Lobpreisung von des Kaisers neuen Kleidern. Der Bundesvorsitzende der Fischeinzelhändler in Hamburg – gut 3.000 Verkaufsstellen hängen bundesweit dran - hat heute morgen gleich in der Redaktion der Weserbergland-Nachrichten.de angerufen und sein Leid über die mangelnde Termindisziplin der Matjesfeste geklagt. Und er hat angedeutet, dass er in Matjesangelegenheiten den Hamelnern gerne unter die Arme greifen würde, wenn sie sich denn an die offiziellen Freigabetermine halten würden. Etwa mit einem offiziell überreichten Matjesfässchen zur Verschiffung nach Hameln – so wie in dem Kommentar der Weserbergland-Nachrichten.de angeregt. Das Fässchen könnte dann für einen guten Zweck sogar versteigert werden. Und warum nicht auch mal für Interhelp?

Und Hamelns renommierten „Fisch-Meyer“ kam aufgrund des Artikels die Erkenntnis, dass er der alljährlich wiederkehrenden Tragödie einer hochtrabend „Matjesmeile“ genannten Landratten-Phantasterei nicht länger tatenlos zusehen könne. Er macht nächstes Jahr sein eigenes Fischer- und Matjesfest in Hameln. In der zweiten Juni-Woche, wenn der neue Matjes garantiert gereift und öffentlich zum Verzehr freigegeben worden ist. Dann man tau...

## 1. Juni 2010 - Die Matjes-Meile aus der Bahnhofstraße schlägt Wellen

Geschrieben von: Lorenz

Dienstag, den 01. Juni 2010 um 22:54 Uhr

---

Den Matjes-Meilen-Artikel haben also die richtigen gelesen. Von Fisch-Meyer bis Hein Doof.