

Lotto erster Großsponsor von „Goldstadt 250“

- ◆ Rund eine Million Euro wird für das Jubiläum zusätzlich benötigt.
- ◆ Programmpunkte und Werbemaßnahmen immer konkreter.

ANKE BAUMGÄRTEL | PFORZHEIM



Lottochefin Marion Caspers-Merk und OB Gert Hager (vorne) unterzeichnen den Sponsoring-Vertrag. Mit dabei: SPD-Politikerin Katja Mast, Koordinator Gerhard Baral und Eberhard Auerbach-Fröhling von der Firma Gerstner (hinten von links). Foto: Ketterl

Mit Toto Lotto Baden-Württemberg haben die Organisatoren des Jubiläumsfestivals „Goldstadt 250“ einen ersten großen Sponsoring-Partner gefunden. Den Vertrag unterschrieben Lotto-Geschäftsführerin Marion Caspers-Merk und Oberbürgermeister Gert Hager gestern im Rathaus.

Das Glücksspielunternehmen bringt sich mit Geldern aus dem Wettmittelfonds als Sponsor der Kategorie „Silber“ ein – die Unterstützung liegt bei rund 90 000 Euro. Neben Werbemaßnahmen tritt das Landesunternehmen im Rahmen zweier Ausstellungen auf. Bereits zum

Valentinstag hat das Unternehmen Platinringe des Pforzheimer Trauringfabrikanten Gerstner im Wert von 3000 Euro verlost.

„Der Gemeinderat hat trotz schwieriger Haushaltssituation mit einer bemerkenswerten Zustimmung 2,8 Millionen für das Jubiläum bewilligt“, so OB Hager. Trotzdem sei man auf Sponsoren angewiesen, um alle Programmpunkte umsetzen zu können. „Wir wollen rund eine Million Euro an Sponsorengeldern zusammenbekommen“, so Gesamtkoordinator Gerhard Baral. Weitere Sponsorenverträge werden mit dem Bundesverband Schmuck und Uhren sowie der Sparkasse Pforzheim Calw abgeschlossen. Zudem konnten 25 Persönlichkeiten als Jubiläums-Botschafter gewonnen werden. Eine, die sich ebenfalls einbringt, ist SPD-Bundestagsabgeordnete Katja Mast: „Ich möchte Pforzheims Image als Goldstadt über die Grenzen hinaus bekannt machen.“

In den kommenden Wochen sollen die Programmpunkte konkretisiert, das Konzept zur Eröffnungsgala erarbeitet sowie touristische Angebote ergänzt werden. Alle Programmpunkte werden dann in einem Magazin gelistet. Daneben entsteht ein Imagefilm. Mit Fahnen und Fassaden-Projekten soll das Jubiläum auch sichtbar werden. Gemeinsam mit der Initiative Leerstand als Freiraum (LAF) sollen die Vitrinen um das „Goldstadt 250“-Büro bespielt werden. Im Gebäude selbst entsteht ein Pop-Up-Store, wo Merchandising-Artikel wie die „Pforzheim-Uhr“ angeboten werden können. Der Alfons-Kern-Turm soll als „Design-Forum“ für Ausstellungen und

Projekte genutzt werden. Die Betreiber des „Cafés Roland“ haben ein Konzept für die geplante Bewirtung vorgelegt. Eine Beschlussbeilage soll dem Gemeinderat laut Baral noch vor der Sommerpause vorliegen: „Danach könnte mit dem Umbau begonnen werden.“

Einen Überblick über Planungsstand sowie kommende Arbeitsschritte stellt das Team von „Goldstadt 250“ am 19. April in einer gemeinsamen Sitzung von Kultur- und Wirtschaftsförderungsausschuss vor. Wünschenswert sei die stärkere Einbindung von Angeboten für Jugendliche, geht aus der Gemeinderatsvorlage hervor. Auch die Bürger sollen sich noch mehr einbringen können. „Es ist ein Fest für alle“, heißt es. „Es soll das Wir-Gefühl und die Identifikation der unterschiedlichen Alters- und Bevölkerungsschichten zu ihrer Stadt stärken.“