

Mit Kauf wird Kindern geholfen

Lions Club wählt vier Schülerzeichnungen für das nächste Adventskalender-Motiv aus

Mit der inzwischen sechsten Auflage seines Adventskalenders setzt der Langenhagener Lions Club eine Erfolgsgeschichte fort – und hilft damit Kindern. Vier Zeichnungen sind jetzt in die engere Auswahl für das Motiv des Kalenders genommen worden. Die Entscheidung fällt im Juli. Sämtliche 57 Entwürfe sind dieser Tage noch im Rathausfoyer zu sehen.

VON SVEN WARNECKE



Präsentieren die in die engere Auswahl gekommenen Entwürfe: Urszula Paliga (von links), Gabriela Kasten, Marie Luise Knieß und Gisela Eggermann-Legat. Warnecke

Langenhagen. Zugegeben, im Sommer bereits an den nächsten Winter zu denken fällt eher schwer. Doch der Lions Club Langenhagen muss das bereits jetzt tun. Denn auch in diesem Jahr soll es wieder einen Adventskalender geben. Seit geraumer Zeit unterstützen die Lions mit dem Verkauf der Kalender Projekte in der Stadt: Satt und schlau, Klasse 2000, Clinic-Clowns Hannover oder etwa Opstapje. Welche Einrichtung oder Institution in diesem Jahr gefördert werden soll, steht derzeit noch nicht fest.

Als „schöne Sache“ bezeichnete das jetzt Langenhagens Bürgermeister Mirko Heuer bei der Präsentation der vier in die engere Auswahl genommenen Schülerbilder. Denn der Verkauf der 3000 Kalender für jeweils 5 Euro sei für einen „guten Zweck“ bestimmt, meinte er mit Blick auf die Verwendung der Erlöse.

Eine fünfköpfige Jury hatte zuvor die 57 Beiträge aus den Grundschulen Godshorn und Krähenwinkel sowie der Kindermalschule Paliga bewertet. Als

Thema hatten die Lions „Winterlicher Advent in Langenhagen“ herausgegeben. Es sei für die „erfahrene Jury“ in diesem Jahr nicht so schwierig gewesen, „aus der Vielfalt die für die engere Auswahl bestimmten Motive auszuwählen“, sagte Lions-Präsident Hans-Gerhard Knieß. Er sei zudem froh, eine so „reiche Auswahl“ gehabt zu haben. „Es war ein Vergnügen“, ergänzt Lions-Vorstandsmitglied Wilhelm Hicking.

In der nächsten Versammlung der Lions Anfang Juli soll dann eine Entscheidung über das Siegerbild fallen, berichtet Knieß ferner. Er kündigte dabei auch eine Diskussion über die Motivwahl an – also ob von der derzeitigen Vorgabe, Langenhagener Gebäude zu zeigen, abgerückt werden soll oder nicht. Unverändert bleibt aber die Auflage von 3000 Stück. „Da bin ich stur“, gesteht Knieß. Auch wenn es Forderungen aus den eigenen Reihen gebe, gleich 5000 Exemplare in den Verkauf zu bringen. Er kündigte unterdessen an, noch stärker auf Langenhagener Unternehmen zugehen zu wollen, um sie für den Kauf einer gleich größeren Kalenderstückzahl für die Mitarbeiter zu motivieren. Dazu werde Hicking bei einem der nächsten Businessfrühstücke des Wirtschaftsklubs kräftig Werbung betreiben.

Der Verkauf soll ab dem 15. Oktober auf dem Wochenmarkt beginnen.