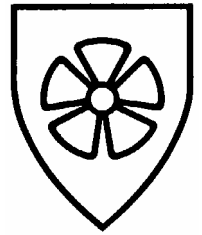


ALTE HANSESTADT LEMGO

SPD-RATSFRAKTION



Alte Hansestadt Lemgo · SPD-Ratsfraktion · 32655 Lemgo

An die Delegierten des SPD Stadtverbandes

Lemgo, den 25. 7. 2006

Die Delegierten mögen beschließen:

Die SPD Lemgo verfolgt mit allen Kräften das Ziel die Innenstadt attraktiver zu machen.

Insbesondere durch

- a. Die Einbindung der Anwohner, Hausbesitzer, Architekten, Kaufleute, Politiker, Verwaltung und Interessierter bei der Planung in einem Projekt „pro Innenstadt;**
- b. eine neue, effektive Gestaltungs- und Sondernutzungssatzung, sowie**
- d. die Streichung des Flächenmanagements und**
- c. das Stadtmarketing aus einer Hand!**

Begründung:

a.

Die Lemgoer Kernstadt ist seit dem Mittelalter in seiner Grundstruktur erhalten; die alten Gebäude sind in einem guten Erhaltungszustand und durchgängig sehenswert. Darum ist die Alte Hansestadt auch eine besonders schöne Stadt mit Denkmal-Charakter und aus sich heraus für Gäste höchst attraktiv.

Nachhaltig verändert hat sich jedoch die Leitbildfunktion des Einzelhandels. Märkte auf der grünen Wiese, im Kondorhaus an der Lageschen Straße und outlet-stores in anderen großen Städten lassen eine rasche Rückkehr der Einkaufswilligen nach Lemgo nicht erwarten. Deshalb muß mehr Wert auf eine gute Mischung von Wohnen, Kultur, Freizeit und Dienstleistung im Stadtkern gelegt werden, um die Attraktivität anders zu stärken.

Weil die öffentlichen Kassen aber leer sind, können Stadt, Land und Bund nicht wie früher mit Förderprogrammen oder eigenen Aufträgen beispielgebend und steuernd aktiv werden. Gefordert sind private Investoren, die Hauseigentümer und Bürger dieser Stadt, die ein persönliches Interesse daran haben, unsere Innenstadt attraktiv zu halten. Diese gilt es an einen Tisch zu bringen und vom privaten Engagement zu überzeugen. Nur wenn alle gemeinsam die Stadt nach vorn bringen wollen, wird das auch in vielen kleinen Einzelschritten gelingen. Um möglichst viele für diese Idee zu gewinnen, bedarf es eines professionell geführten workshops bzw. Projekts „pro Innenstadt“.

b.

Anstelle veralteter Satzungen benötigen wird Regelungen, die diese Ziele wirkungsvoll erreichen helfen. Wollen wir mehr Biergärten und mehr Außengastronomie, müssen wir dies mit niedrigen Gebühren für die Sondernutzung für die Gastronomen attraktiv machen; wollen wir weniger 1-€-Geschäfte mit ihrem Wust an Wühlkörben und Kleiderständen auf der

Straße, müssen wir hier hohe Gebühren ansetzen können. Will man Gastronomie und Freizeitangebote fördern, ist ein Geschmacksdiktat per Gestaltungssatzung hinderlich. Unsere Regelungen müssen dringend, orientiert an den Zielen einer „attraktiven Innenstadt“ überarbeitet werden.

c.

Mehrere sechsstelligen Summen sind Jahr für Jahr in das Flächenmanagement durch Lemgo Marketing investiert worden. Auch nach Jahren ist kein Erfolg feststellbar, ein großer Datenfriedhof hat der Stadt keine neuen Geschäftsleute beschert, im Gegenteil: Das Geschäftsterben hält an (zuletzt noch Leffers, Mundhenke, Schmitting), große Firmen gehen weg (zuletzt Thospann und Siekmann am Pöstenweg, neuerdings Teile von Zumtobel-Staff). Deshalb soll das Geld und die eingesetzte Arbeitskraft in aussichtsreichere Projekte investiert werden.

d.

Derzeit wird die Stadt von verschiedensten Institutionen und Ämtern nach außen vermarktet. Für besondere Angebote, wie „Ab in die Mitte“ fühlen sich weder die Stadt noch Lemgo Marketing zuständig, sodass sie zwar in Bad Salzuflen, Herford, Detmold u.a. stattfinden, Lemgo sich jedoch nicht einmal beworben hat. Ein Stadtmarketing aus einer Hand verspricht Synergieeffekte an allen Fronten.

Udo Golabeck
für die SPD Fraktion