

Gemeinde Leopoldshöhe

Der Bürgermeister

BESCHLUSS

der 21. Sitzung des Rates (Wahlperiode 2004/2009)

am 13.12.2007:

18. Initiative „PRO Leo“

hier: Einrichtung einer Arbeitsbeschaffungsmaßnahme nach dem SGB II

In dieser Angelegenheit wünscht RM Hachmeister zunächst noch Informationen von der Verwaltung bezüglich des Aufgabenzuschnitts der Stelle. Weiter fragt er nach, ob es den Tatsachen entspreche, dass –wie er zu seiner Verärgerung der Presse entnommen habe- bereits 2 Bewerbungen vorliegen.

BM Schemmel bestätigt dies und führt aus, dass ein Konzept unter Beteiligung der Werbe- und der Dorfgemeinschaft erarbeitet werden solle. Letzteres solle insbesondere dazu beitragen, dass die Institutionen zusammengeführt werden und diese ihre Aktivitäten zukünftig aufeinander abstimmen. Nach Abschluss der Ortskernsanierung strebe man hierdurch eine Belebung des Ortes unter Einbeziehung des Handels und der Vereine an; so solle ein Marketing vorangetrieben und gestaltet werden.

Nach Ansicht von RM Fiedler sei es nicht Aufgabe der Verwaltung und der Politik in diesem Bereich den 1. Schritt zu tun, vielmehr müsse das Marketing von anderer Seite, von der Geschäftswelt, aktiviert werden. Die Vertreterin von „PRO Leo“ habe in der letzten Sitzung des Haupt- und Finanzausschusses am 06.12.2007 keine konkreten Informationen geliefert.

Seiner Meinung nach sei es sinnvoller, dass alle Beteiligten miteinander ins Gespräch kommen und dann Ziele festgelegt und Entscheidungen getroffen werden, anstatt nun aus blauem Dunst heraus eine ABM-Kraft einzustellen.

RM Frau Asemissen schließt sich den Ausführungen von RM Fiedler an, da in ihren Augen ebenfalls noch viel Vorarbeit zu leisten sei und bereits vorab ein Konzept erarbeitet sowie konkrete Wünsche formuliert werden sollten.

Die zuvor vorgetragenen Bedenken teilt RM Puchert-Blöbaum nicht. Seiner Ansicht nach sei es der richtige Weg die Initiative „PRO Leo“ zu unterstützen, da die Geschäftsleute allein aus zeitlichen Gründen ein Marketing nicht im notwendigen Maß aufbauen könnten.

RM Nagel gibt zu bedenken, dass man bereits seit 1999 auf Impulse seitens der Werbegemeinschaften gewartet habe und verweist im Weiteren darauf, dass jedem ABM-Antrag eine umfangreiche Begründung beizufügen sei. In Anbetracht der Tatsache, dass zwischenzeitlich umliegende Städte und Gemeinden für den Bereich Marketing hauptamtliche Stellen geschaffen haben, halte er die Unterstützung für absolut nützlich.

Dagegen vertritt RM Dr. Bruck die Ansicht, dass den Geschäftsleuten auch zukünftig die Zeit fehlen werde, an Meetings und Aktivitäten teilzunehmen. Im Weiteren führt er folgende Kritikpunkte an:

- Was soll die Person leisten?
- Wie hoch sind die Folgekosten?
- Warum wird nicht zunächst ein Konzept erarbeitet, was ist die originäre Aufgabe der Kommune hierbei?

Er schlägt deshalb vor, erst nach Klärung dieser Fragen, in den Prozess einzusteigen.

Auch nach Meinung von RM Habicht müsse das Marketingkonzept von den Werbegemeinschaften erarbeitet werden. Zwar könne er sich vorstellen, dass die ABM-Kraft ein Konzept abarbeiten könne, er beweifle aber, dass diese ein Konzept erstellen könne.

RM Brinkmann vertritt die Auffassung, dass alle von einem vernünftigen Marketing profitieren werden; die Politik solle den Anshub geben und sich nach erfolgreicher Anlaufphase wieder zurückziehen. Abschließend warnt er vor der Gefahr, dass ein solches Projekt auch leicht zerredet werden könne.

Die Erarbeitung eines Konzepts könne nur von Fachleuten erfolgen, dies könnten die Ratsmitglieder nicht leisten, so RM Nagel. Deshalb halte er es für einen gangbaren Weg, dass der Rat zu erstellten Konzepten Stellung nehme und Änderungen vornehme. Für diesen Prozess seien nach seinen Kenntnissen jedoch ca. 4-5 Jahre notwendig; die Beschäftigung der ABM-Kraft könne auf 3 Jahre erweitert werden. Alles in allem sehe er diese Gelegenheit als ein Geschenk für die Gemeinde an.

Nach mehreren Wortmeldungen zu der Festlegung des Aufgabengebietes, fordert RM Fiedler die Zurückstellung einer Abstimmung in dieser Angelegenheit.

RM Frau Eikermann verlässt den Sitzungssaal.

BM Schemmel zeigt sich erschüttert über die geführte Diskussion. In dieser Sache sei bereits im Vorfeld zweimal diskutiert worden; beide Werbegemeinschaften haben um Unterstützung gebeten, da sie sich selbst nicht in der Lage sehen, dies zu leisten. Zudem sehe er eine große Gefahr darin, dass man das ehrenamtliche Engagement von Frau Gröne zerrede und gibt zu bedenken, dass andere Kommunen hierfür die Erstellung von Gutachten beauftragen, was einem ungefähren Kostenfaktor i.H.v. 15.000 € entspreche. Vor einer –im Rahmen dieser Diskussion angesprochenen- Verschiebung der Entscheidung in dieser Angelegenheit warnt er eindringlich; man solle bedenken, welche Impulse dadurch aus dem Rathaus gesendet würden.

Im Folgenden macht er darauf aufmerksam, dass sich der Anteil der Kommune aufgrund der anteiligen Drittfinanzierung dieser Maßnahme auf ca. 10.000 € belaufen werde, was als Geschenk angesehen werden könne.

Nach weiterer kurzer Diskussion und dem Vorschlag von RM Nagel, den Entwicklungsprozess des Stadtmarketing konstruktiv zu begleiten, beantragt RM Hachmeister eine Sitzungsunterbrechung.

Die Sitzung wird in der Zeit von 21.10 bis 21.15 Uhr unterbrochen.

Im Anschluss fasst der Rat folgenden Beschluss:

Beschluss:

Der Rat beschließt unter Inanspruchnahme der o.g. Förderungsmittel die Einrichtung einer ABM im Aufgabenbereich „Stadtmarketing“; die Aufgabenschwerpunkte werden dem zuständigen Gremium zeitnah vorgestellt. Die kommunalen Eigenmittel für diese Stelle werden im Haushalt 2008 dargestellt.

Beratungsergebnis: - 17 Ja-Stimme(n), 1 Nein-Stimme(n), 8 Enthaltung(en) -