

Gemeinde Leopoldshöhe

Der Bürgermeister

B E S C H L U S S

der 24. Sitzung des Haupt- und Finanzausschusses (Wahlperiode 2004/2009)

am 28.08.2008:

3. Vorstellung des Rahmenkonzeptes "Gemeindliches Marketing"

Eingangs erinnert BM Schemmel in diesem Zusammenhang an die letzte Sitzung des Haupt- und Finanzausschusses am 19. Juni 2008, in der die Aufgabe der gemeindlichen ABM „Marketing“ erörtert und festgeschrieben wurde. Entsprechend der in der o. g. Sitzung getroffenen Vereinbarung ist den Mitgliedern des Haupt- und Finanzausschusses mittlerweile ein entsprechender vorläufiger Rahmenplan übersandt worden, der nun als Diskussionsgrundlage dienen soll.

Im Anschluss an die Ausführungen des Bürgermeisters werden zunächst die Fragen der einzelnen Ausschussmitglieder gesammelt. So merkt AM Hachmeister an, dass u. a. ein Ausblick auf geplante Maßnahmen sowie eine Negativliste fehlen. AM Gräfe fragt an, wie die einzelnen Daten ermittelt wurden. AM Frau Asemissen äußert sich dahingehend, dass sie von einem anderen Ausgangspunkt ausgegangen sei. AM Fiedler hinterfragt im Folgenden einzelne Aussagen des Rahmenplans wie z. B. die Feststellung, dass der Bereich der Gastronomie zu wenig ausgebaut sei. Im Gegensatz zu dieser Aussage habe er die Schließung einzelner Gastronomiebetriebe beobachten können. Fraglich sei auch, was all diese Vorschläge kosten und wie sie finanziert werden können. Im Übrigen sei das Konzept offensichtlich noch nicht mit den Werbegemeinschaften u. a. abgestimmt worden, so AM Fiedler abschließend. AM Puchert-Blöbaum erklärt, dass es sich bei dem vorgelegten Konzept um ein Rahmenkonzept handele, das die Beantwortung von Fragen wie z. B. der Finanzierbarkeit von Maßnahmen gar nicht leisten könne und müsse.

BM Schemmel ergänzt, dass das vorgestellte Konzept bewusst noch nicht mit den Werbegemeinschaften besprochen worden sei, da vereinbarungsgemäß zunächst die Mitglieder des Haupt- und Finanzausschusses informiert werden sollten.

Nachfolgend nimmt Herr Eichmann Stellung zu den einzelnen Anmerkungen der Ausschussmitglieder. Einleitend erklärt er zum Thema Datenherkunft, dass er zunächst auf verschiedene öffentlich zugängliche Daten – wie z. B. vom Bundesamt für Statistik – zurückgegriffen habe. Die übrigen Angaben seien durch persönliche Gespräche mit unterschiedlichsten Bürgerinnen und Bürgern der Gemeinde ermittelt worden. Bezüglich der Negativliste führt er aus, dass diese zwar nicht ausdrücklich erwähnt sei, sich jedoch aus den aufgezeigten Handlungsmöglichkeiten ergebe. Auch die Tatsache, dass sich die älteren, alteingesessenen Einwohner stärker mit dem jeweiligen Ortsteil, in dem sie leben, identifizieren und die jüngere Bevölkerung sich mehr an den angrenzenden Städten und Gemeinden orientiere, sei nur eine Tendenz, so Herr Eichmann weiter. Wichtig sei jedoch insbesondere, dass der demografische Wandel nicht aus den Augen verloren werde.

In der sich nun anschließenden Diskussion bemängelt AM Hachmeister, dass der Bereich der Direktvermarktung in den Ausführungen des Herrn Eichmann komplett vernachlässigt worden sei. Herr Eichmann erklärt darauf hin, dass er lediglich eine Beraterfunktion innehatte und er der Wirtschaft somit kein Handlungskonzept vorschreiben könne. AM Puchert-Blöbaum stellt im Folgenden fest, dass die wesentlichen Punkte aus seiner Sicht in dem vorgelegten Rahmenplan angesprochen worden seien. Nun gehe es darum, die dargelegten Handlungsmöglichkeiten zu diskutieren. Im Übrigen schlage er vor, so AM Puchert-Blöbaum weiter, den Rahmenplan nunmehr mit allen Betroffenen zu erörtern und sodann an dieser Stelle erneut zu beraten. AM Frau Asemissen führt aus, dass die vorgeschlagenen

Handlungsmöglichkeiten sicherlich wünschenswert seien, jedoch nicht unbedingt von der Gemeinde beeinflusst werden könnten. Die Wirtschaftlichkeit spiele hier immer eine wichtige Rolle und aus diesem Grund müssten vor allem die Gewerbetreibenden an der Umsetzung der Handlungsmöglichkeiten beteiligt werden. BM Schemmel bestätigt, dass sich Investitionen zwar für die Gewerbetreibenden lohnen müssten, die Gemeinde jedoch im positiven und lenkenden Sinne eingreifen könne und belegt dies am Beispiel der Ansiedlung der Tankstelle im Ortsteil Leopoldshöhe.

Im weiteren Verlauf der Diskussion führt AM Fiedler aus, dass das Rahmenprogramm nun zusammen mit den beiden Werbegemeinschaften, den Vereinen und Verbänden mit Leben gefüllt werden müsse. Wichtig sei auch, dass sich die einzelnen Gewerbebetriebe an der aktuellen Diskussion beteiligen. AM Puchert-Blöbaum stellt sodann fest, dass die Gemeinde Leopoldshöhe auch in einer sozialen Marktwirtschaft versuchen sollte, positiv einzugreifen.

Abschließend kommen die Mitglieder des Haupt- und Finanzausschusses überein, dass der vorgestellte vorläufige Rahmenplan für das Stadtmarketing der Gemeinde Leopoldshöhe nun zunächst weiter in den Fraktionen diskutiert werden soll, um ihn sodann anschließend mit allen Betroffenen vor Ort zu beraten.