

Erste Kosmetik für die City

Kurzfristige Aktionen in der Sarstedter Innenstadt: Stadtmarketing und Verwaltung stellen Sofort-Programm vor / Auftakt mit Frühlingsputz am 28. April

Von Viktoria Hübner

Sarstedt. Ein Sprichwort sagt: Kleider machen Leute. Das trifft auch für das äußere Erscheinungsbild einer Stadt zu. Das Stadtmarketing Sarstedt hat in seiner Mitgliederversammlung am Dienstagabend ein Sofort-Programm zur Umsetzung des Innenstadt-Masterplans vorgestellt. Dabei handelt es sich um Punkte, die kurzfristig in Eigenregie und ohne großen finanziellen Aufwand umgesetzt werden sollen.

■ **Sarstedt putz(t) munter:** „Sarstedt putz(t) munter!“ lautet das Motto am 28. April (die HAZ berichtete). Für diesen Samstagvormittag laden Stadt, Gemeinschaft für Handel und Gewerbe (GHG), Stadtmarketing und Interessengemeinschaft Holztorstraße zum gemeinsamen Putz-Event ein. Es ist der Auftakt des Sofort-Programms und soll das Gemeinschaftsgefühl unter den Bürgern stärken – mit dem Nebeneffekt, dass die Stadt einen Frühjahrsputz bekommt. Denn: 44 Prozent der insgesamt 725 befragten Sarstedter haben bei der Umfrage der Beratungsgesellschaft CIMA aus Lübeck die Innenstadt mit einem „dreckigen“ Erscheinungsbild assoziiert. Auf der To-Do-Putzliste stehen neben klassischem Müllsammeln auch Aufkleber entfernen, Laternen putzen oder Blumenbeete bepflanzen.

■ **Schaukästen:** „Noch nie habe ich in einer Kleinstadt so viele verschiedene Schaukästen gesehen.“ Dieser Satz entfuhr CIMA-Berater Martin Kremming beim ersten Rundgang durch die Stadt. Vitrinen, die aus der Zeit fallen, sollen weichen. Der Rest bedarf einer Frischekur – durch eine simple Reinigung, einen frischen Anstrich und aktualisierte Inhalte. Verhandlungen mit den jeweiligen Eigentümern sind erste Schritte in diese Richtung. Beim GHG-Schaukasten tut sich bereits etwas: Gespräche über eine Gestaltung mit LED-Bildschirmen und Beleuchtung mit dem Eigentümer sind schon gelaufen.

■ **Fensterfront Bürgercenter:** „Bürgercenter“ steht drauf, doch einladend sieht das Objekt in der Fußgängerzone nicht aus. Zugezogene Jalousien verhindern den Blick ins Innere, die Auslage ist dürrig. „Man wird betriebsblind“, erklärt Claudia Wallbaum als Vertreterin der Verwaltung den Status quo. Dass bei der Schnittstelle zwischen Bürgern und Behörde mehr herauszuholen ist, finden die CIMA-Berater. Statt zu-



Die Zufahrt zur Innenstadt von der Holztorstraße aus soll ansprechender gestaltet werden.

FOTO: HÜBNER

geklebter Fensterfront könnte es etwa halbtransparente Motiv-Folien mit Sarstedt-Fakten und zeitlose Dekoration geben. „Die Mitarbeiter haben bereits Vorschläge gemacht“, berichtet Wallbaum. Zudem könne die Fassade noch verschönert werden.

■ **Parkplätze:** Kaum ein anderes Thema wird in Sarstedt so heftig diskutiert wie die Parkplatzsituation. Zu wenig Plätze, zu weit weg von der Fußgängerzone. Einigkeit herrscht aber bei der mangelnden Ausschilderung zu den vorhandenen Plätzen. Um den Autofahrern den Weg zu weisen, sollen „Werbemittel“ in Umlauf gebracht werden, auf denen alle Parkplätze mit Tarifen und Adressen verortet sind – verknüpft mit praktischem Nutzen wie Parkscheiben, Smartphone-Apps oder Werbecoupons. Auch Straßenschilder sollen folgen. „Das macht aber erst Sinn, wenn die große Baustelle vorbei ist“, betont Wallbaum.

■ **Kostenloses Kurzzeitparken:** Wenn das letzte Sandkorn durch ist, ist die Parkuhr abgelaufen. So einfach, so

44

Prozent der befragten Sarstedter haben bei der Cima-Umfrage die Innenstadt mit einem „dreckigen“ Erscheinungsbild assoziiert.

unstrittig. Die Sanduhr, die mit einem Saugnapf an der Seitenscheibe befestigt wird, ist ein Konzept für Kurzzeitparker. Dieses Modell setzte sich auch schon in Kirchheim unter Teck und Bad Windsheim durch. Die Zeitspanne beträgt zwölf bis 15 Minuten. Rathaus und Geschäfte können die Sanduhren für 4 bis 5 Euro pro Stück verkaufen. Nachteil: Einnahmeverluste für die Stadt.

■ **Leerstand Holztorstraße 44/46:** Das Gebäude steht im Eigentum der Stadt und seit Jahren leer. „Kein schöner Anblick“, räumt Wallbaum ein. Als erste Maßnahme hat die Verwaltung schon mal die Fenster putzen lassen. Nun sollen diese mit Arbeiten aus den Kindergärten dekoriert werden. Das Thema Fassaden-Banner ist Gesprächspunkt mit dem künftigen Investor.

■ **Grünflächen:** Ob hell oder düster, dekoriert oder heruntergekommen – der Eingang ist die Visitenkarte eines Hauses. Nicht anders verhält es sich bei den Zufahrten in die Innenstadt. Handlungsbedarf gibt es

bei den Eingangsbereichen Friedrich-Ebert-Park und Holztorstraße. Um diese optisch aufzuwerten, will die Stadt dort kurzfristig die Grünflächen gestalten lassen. Vom Auftrag bis zur Umsetzung wird es voraussichtlich sechs Monate dauern.

■ **Stadtmanager:** Die Stadt hat wie berichtet seit Mitte März die Stelle eines Stadtmanagers ausgeschrieben. Für fünf Jahre in Vollzeit soll der „Kümmerer“ Sarstedt als Wirtschafts- und Lebensraum vermarkten, Ansprechpartner für alle Interessengruppen und Kopf bei der Umsetzung des Masterplanes sein. „Uns liegen mittlerweile 42 Bewerbungen vor“, berichtet Wallbaum. Am morgigen Freitag endet die Bewerbungsfrist.

■ **Motivationsflyer:** Um die Menschen mitzunehmen, soll es Info-Material geben, das signalisiert: „Es tut sich was.“ Oder „So geht es weiter.“ Motivierende Statements von lokalen Akteuren sowie Aufrufe, sich an Projekten zu beteiligen, gehören zu den Inhalten. Letztlich ist es ein „Appell ans Wir-Gefühl“.