



Sozialdemokratische  
Partei Deutschlands

SPD-Fraktion Lüdinghausen Ackerbürgerweg 4 59348 Lüdinghausen

<p>An den Bürgermeister der Stadt Lüdinghausen Borg 2 59348 Lüdinghausen</p>	<p><b>Ratsfraktion Lüdinghausen</b> Ackerbürgerweg 4 59348 Lüdinghausen fon (02591) 940922 .mobil 0171-8019069 mailto:fraktion@spd-lh.de</p>
--	--

Lüdinghausen, 02.02.2012

**Anfrage der SPD-Fraktion an den Rat zur Sitzung am 09.02.2012**

Mit der Übergabe der Aufnahmeurkunde am 04.08.2007 wurde Lüdinghausen Mitglied in der „Vereinigung der lebenswerten Städte in Deutschland – Cittaslow“. Damit wurden Lüdinghausen besondere Qualitäten in folgenden Bereichen bescheinigt: Umweltpolitik

- Infrastrukturpolitik
- Urbane Qualität
- Aufwertung einheimischer Erzeugnisse
- und Gastfreundschaft

Lüdinghausen ist damit Mitglied einer internationalen Bewegung, die durch eine nachhaltige und behutsame Stadtentwicklung mehr Lebensqualität erreichen will.

Als erste „Cittaslow“ in Nordrhein-Westfalen hatte sich Lüdinghausen nicht nur die weitere Umsetzung der Grundsätze von cittaslow vorgenommen sondern auch – laut aktuellen Ausführungen auf der Homepage - eine besondere Vorreiterfunktion in Nordrhein-Westfalen.

Anfrage der SPD-Fraktion:

1. In welchen Marketingkonzepten, Planungsvorhaben, Maßnahmen, Veranstaltungen etc. fanden die Grundsätze von Cittaslow im Jahr 2011 Berücksichtigung?
2. Wie wird die Einhaltung der Kriterien sichergestellt? Wie wird sie öffentlich transparent gemacht?
3. Wurde darauf hingewirkt, dass weitere Kommunen der Vereinigung ebenfalls beitreten?
4. Welche Chancen zum Beitritt weiterer Kommunen im Kreis Coesfeld sieht die Verwaltung? Eignet sich das Konzept aus Sicht der Verwaltung für eine kreisweite Strategie?
5. Bei welchen Maßnahmen, Veranstaltungen, Planungen oder Konzepten sollen die Kriterien im Jahr 2012 ausdrücklich und in welcher Form umgesetzt werden?
6. Ist die satzungsmäßige Rezertifizierung nach 4 Jahren bereits erfolgt bzw. vorgesehen?

Mit freundlichen Grüßen



Michael Spiekermann-Blankertz

**1. In welchen Marketingkonzepten, Planungsvorhaben, Maßnahmen, Veranstaltungen etc. fanden die Grundsätze von cittaslow im Jahr 2011 Berücksichtigung?**

Vorbemerkung:

Nach Auffassung der Verwaltung und Lüdinghausen Marketing e. V. sollte sich die Mitgliedschaft in der cittaslow-Vereinigung weniger in punktuellen Einzelmaßnahmen und -projekten zeigen. Ideen, Grundsätze und Gedanken von cittaslow sollten vielmehr Leitbildfunktion haben und in allen kommunalen Gestaltungsbereichen ihren Ausdruck finden. Ebenso ist cittaslow wesentlicher Bestandteil des Lüdinghauser Stadtmarketingkonzeptes, beispielhaft sind hier zu nennen:

- Cittaslow-Faltblatt Lüdinghausen
- Verwendung des Schneckenlogos in zahlreichen Publikationen (Einkaufstasche, Gästejournal, Faltblatt Stadtrundgang, Faltblatt Lüdinghauser Acht; Internetauftritte)
- Anzeigenschaltungen: Tagespresse, DUMONT Bildatlas Münsterland, ADFC-Magazine, Reisejournal WN, Schlossallee, etc.

Besondere Berücksichtigung fand cittaslow 2011 insbesondere

- Konzept des Radwegs „Lüdinghauser Acht“
- Genussarchitektenmarkt im Juni 2011 (als Folgeveranstaltung der Burgen-Brücken-Bauernmärkte 2007 und 2009).
- Planung einer Gruppenreise zum Cittaslow-Markt Hersbruck 2011 (wegen mangelnder Teilnahme nicht stattgefunden)
- Ideenentwicklung „LüdinghausenLaden“

**2. Wie wird die Einhaltung der Kriterien sichergestellt? Wie wird sie öffentlich transparent gemacht?**

Die Einhaltung der Kriterien wird im Rahmen der Rezertifizierungen überprüft (s. Frage 6).

**3. Wurde darauf hingewirkt, dass weitere Kommunen der Vereinigung ebenfalls beitreten?**

- Interessierte Städte werden von Verwaltung und Lüdinghausen Marketing e. V. informiert und beraten (Empfang von Besuchsgruppen in Lüdinghausen, telefonische Auskünfte, Beantwortung von E-Mail-Anfragen; z. B. Lindlar, Bad Bevensen, Brilon, Wasserburg am Inn, Vize/Türkei).
- Darüber hinaus Teilnahme an überregionale Veranstaltungen, Tagungen etc., wo cittaslow Lüdinghausen vorgestellt wird.
  - VHS Wolfenbüttel (2007)
  - Geographisches Institut WWU Münster (2008)
  - Stadtmarketingtag Schleswig-Holstein Kiel (2010)
  - IHK Ostwestfalen Minden (2010)
  - Erkrath: „Stadt als Marke“ (2011)
  - Podiumsdiskussion Evangelischer Kirchentag (2009)
  - Informations- und Diskussionsveranstaltung in Lemgo (2011)
- Allgemeine Öffentlichkeitsarbeit (z. B. Beiträge Paderborner Kirchenzeitung „Der Dom“ oder im Rheinischen Merkur)

**4. Welche Chancen zum Beitritt weiterer Kommunen im Kreis Coesfeld sieht die Verwaltung? Eignet sich das Konzept aus Sicht der Verwaltung für eine kreisweite Strategie?**

Die Mitgliedschaft im Städtenetzwerk cittaslow hat für Lüdinghausen Leitbildfunktion und ist integraler Bestandteil des Stadtmarketingkonzeptes. Ob dies auch in anderen Kommunen möglich, sinnvoll und gewünscht ist, kann nur

von dort beurteilt werden. Entsprechende Initiativen sollten sich aus den jeweiligen Städten und Gemeinden selbst entwickeln.

**5. Bei welchen Maßnahmen, Veranstaltungen, Planungen oder Konzepten sollen die Kriterien im Jahr 2012 ausdrücklich und in welcher Form umgesetzt werden?**

s. Vorbemerkung.

- Teilnahme am Aktionstag „Cittaslow SunDay“ für 2012 geplant
- ggf. erneut Genussarchitektenmarkt
- Weiterentwicklung des Konzepts „LüdinghausenLaden“

**6. Ist die satzungsmäßige Rezertifizierung nach 4 Jahre bereits erfolgt bzw. vorgesehen?**

Die Rezertifizierung konnte von Cittaslow Deutschland bisher nicht durchgeführt werden. Sie soll nunmehr Ende 2012/2013 erfolgen.