

Aktionen für die Sarstedter Innenstadt

SARSTEDT. Ein Sprichwort sagt: Kleider machen Leute. Das trifft auch für das äußere Erscheinungsbild einer Stadt zu. Das Stadtmarketing Sarstedt hat jetzt 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. 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. 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 mit dem



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

FOTO: HÜBNER

Eigentümer sind schon gelaufen.

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 Werbe-Coupons. 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 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 Zeitspan-

ne beträgt zwölf bis 15 Minuten. Rathaus und Geschäfte können die Sanduhren für 4 bis 5 Euro pro Stück verkaufen. Nachteil: Einnahmeverluste für die Stadt.

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 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. *hüb*