

Ideen kommen beim Werbekreis an

Borken (wen). Kontrovers, aber konstruktiv an der Sache haben Mitglieder des Werbekreises am Dienstagabend über die Pläne des Clubs L 94 für den Borkener Marktplatz diskutiert. Landschaftsarchitekt Burkhard Wegener erinnerte in seinem Vortrag zu den Plänen daran, dass die "Motivation für Veränderung aus der Bürgerschaft gekommen ist", das bedeute eine große Chance.

Ursprünglich hatte der Stadtmarketing-Verein die Planer beauftragt, ein Konzept für die Innenstadt zu entwickeln. Das Fontänenfeld und die grüne Platzumrahmung durch beschnittene Platanen kamen bei den Werbekreis-Mitgliedern gut an. Umstritten blieb, inwieweit sich Parkplätze oder eine Überfahrt mit dem Entwurf vereinbaren lassen.

Inge Kranenburg plädierte für eine Überfahrt von der Sternstraße bis zur Remigiusstraße. Dadurch ließen sich "bestimmt 15 Parkplätze schaffen", Autos würden den Marktplatz aber nicht in dessen Mitte überqueren. Hubert Lüttgens widersprach: "Ich finde es angenehm, mit meiner Familie über einen ruhigen Marktplatz zu gehen." Auch Stephan Klaus blieb skeptisch: "Bei diesem Vorschlag würde die Aufenthaltsqualität leiden." Da, wo Parkplätze nicht stören, könnte man sie aber einrichten, betonte der Vorsitzende des Stadtmarketingvereins. Heinrich Weddeling erinnerte daran, dass Aufenthaltsqualität derzeit auf dem Marktplatz nicht gegeben sei. "Dann ist es besser, Parkplätze zu schaffen." Bürgermeister Rolf Lührmann räumte ein, dass Ziel sei mit der Umgestaltung des Marktplatzes nicht erreicht worden. "Wir sollten aber an dem Ziel festhalten", so Lührmann. Die Öffentliche Hand könne einiges erreichen, letztlich gehe es aber nur zusammen mit der Kaufmannschaft.

Matthias Scholtholt regte an, eine Verkehrsverbindung am Alten Rathaus vorbei zu prüfen. Helmut Hohmann machte "tote Hose" auf dem Marktplatz aus. "Jugendliche nutzen das Zelt als Tor."

Ulf Haarhaus wollte von den Planern und Bürgermeister wissen, wie schnell die Pläne umgesetzt werden könnten. Der Kunde habe subjektiv den Eindruck, es gebe zuwenig Parkplätze.

Landschaftsarchitekt Burkhard Wegener sprach von "zwei bis vier Jahren von den Förderanträgen bis zur Realisierung." Bei der Frage, wie der Marktplatz attraktiver werden könne, stelle sich die Frage, wer zuerst beginnen müsse, Stadt oder Kaufmannschaft? "Es ist die Frage nach Huhn und Ei."

Angelika Vierhaus sagte: Die Borkener stärken ihre Stadt nicht so wie die Bocholter." Bernd Callegari bemängelte das Zelt auf dem Platz. Damit gebe es kein "aktives Marktumfeld, weil das Zelt nicht transparent sei". Andere Teilnehmer kritisierten ebenfalls das Zelt.

Stephan Botschen plädierte dafür, den Plan-Entwurf des Clubs L 94 umzusetzen: "Einmal professionell und dann richtig." Sollten weitere Parkplätze eingerichtet werden, "wäre die ganze Optik wieder kaputt".

Das führte zu der Frage, ob die Stadt das Projekt (geschätzte Kosten 907.000 Euro) finanzieren könne. "Aus heutiger Sicht wäre das wohl zu stemmen", sagte Bürgermeister Rolf Lührmann. "Aber ohne die Vielzahl von



Die Ansicht zeigt einen Plan-Entwurf des Club L 94 vom Alten Rathaus aus gesehen. Umstritten bleibt, inwieweit sich mehr Parkplätze oder eine Überfahrt mit dem Entwurf vereinbaren lassen. Hierzu gab es während der Werbekreis-Versammlung unterschiedliche Auffassungen. Entwurf: Club L 94

Stellplätzen, weil es sonst keine Förderung gibt." Die Stadt erhofft sich, dass 60 Prozent der Kosten aus einem Bund/Land-Programm getragen werden.

Sorgen bereitet, ob durch die Bäume die Geschäfte nicht an den Rand gedrängt würden. "Die Bäume dürfen keine Barriere sein", betonte Wegener. Dies sei durch ihre Größe gewährleistet. Dann könnten sie wie eine Arkade wirken.

Volker Senft meinte: "Optisch macht das einen guten Eindruck auf mich. Wenn das System funktioniert, kann ich auf Parkplätze verzichten." Heinrich Weddeling setzte dagegen: "Je kleiner die Stadt desto kürzer müssen auch die Wege sein. Der Bauer aus Westenborken wird nicht laufen."

Kommentar

20 · 08 · 08

URL: http://www.azonline.de/lokales/kreis_borken/borken/634821_Ideen_kommen_beim_Werbekreis_an.html

© Allgemeine Zeitung - Alle Rechte vorbehalten 2011