

# Der Qualität einen Namen geben – Lüdinghausen lebt Cittaslow

Gebiet und Identität

Naturraum

Bevölkerung

Siedlung

Wirtschaft und Verkehr

Bildung, Kultur und Sport

Gesellschaft und Politik

Das Zeitalter der Globalisierung und ihre vielerlei lokal spürbaren Effekte sorgen für die Entstehung einer großen Zahl an Gegenbewegungen. Eine auf dem Gebiet der Stadtentwicklung besonders interessante ist die aus Italien stammende Vereinigung *Cittaslow* – eine internationale Gemeinschaft lebenswerter Städte.

## Die Entstehungsgeschichte der Städtevereinigung *Cittaslow*

Ihren Ursprung findet die Städtevereinigung *Cittaslow* in der *Slowfood*-Bewegung, die sich durch die Stärkung regionaler Produkte und Direktvermarkter sowie durch die bewusste Erzeugung und Zubereitung von Nahrungsmitteln gezielt gegen den Verlust an Esskultur richtet.

Das *Cittaslow*-Konzept wurde 1999 in Italien von Stadtverantwortlichen aus italienischen Städten wie Chianti, Orvieto, Bra und Positano entworfen. Die Vereinigung spricht sich dafür aus, die Lebensqualität kleiner Städte zu fördern und dem Verlust von lokaler und regionaler Identität sowie der stärker werdenden Austauschbarkeit der Städte entgegenzuwirken. *Cittaslow* (ital.: *città* engl.: *slow*), wörtlich übersetzt ‚langsame Stadt‘, verfolgt eine behut- und bedachtsame Stadtentwicklung auf Basis der Agenda 21 der Vereinten Nationen.

Aus der in Italien entstandenen Bewegung ist mittlerweile eine internationale agierende Vereinigung mit rund 100 Städten geworden. In Deutschland wurde im Februar 2005 ein Tochttersitz der internationalen *Cittaslow*-Vereinigung als eingetragener Verein gegründet. Inzwischen gibt es folgende neun Mitglieder: Deidesheim, Hersbruck, Lüdinghausen, Marihn, Nördlingen, Schwarzenbruck, Überlingen, Waldkirch und Wirsberg. Der Expansionskurs ist ungebrochen.

*Cittaslow* Deutschland ist für die Entwicklung des Kriterienkataloges und die Zertifizierung der deutschen Mitgliedsstädte zuständig. Für diese Zertifizierung wird unabhängig vom Ergebnis eine Gebühr von 500 Euro fällig. Außerdem werden für die Mitgliedschaft Beiträge von insgesamt 2 500 Euro berechnet, die auf die nationalen und internationalen Vertretungen aufgeteilt werden.

Verwendung finden diese Gelder im Eigenmarketing, also der Unterhaltung einer Internetpräsenz, der Erstellung verschiedener Informationsmaterialien und weiterer Publikationen.

## Merkmale und Zielsetzungen einer *Cittaslow*

Eine *Cittaslow* darf zunächst einmal nicht mehr als 50 000 Einwohner haben und keine Provinz- oder Bezirkshauptstadt sein. Die Bewerbung einer deutschen Stadt erfolgt durch ihren gesetzlichen Vertreter, zumeist den Bürgermeister, bei der nationalen Städtevereinigung in Hersbruck. Für den Zertifizierungsprozess, also die Bewertung bei der Neuaufnahme, aber auch als Instrument zur Bewertung und Evaluation der bestehenden Mitglieder (alle drei Jahre) existiert ein Katalog mit sieben Kriterien, die bestmöglich erfüllt werden sollen. Die verschiedensten Einzelaspekte der Kriterien Umweltpolitik, Infrastrukturpolitik, Urbane Qualität, Aufwertung der autochthonen Erzeugnisse, Gastfreundschaft, Bewusstsein und landschaftliche Qualität werden nach einem Punktesystem bewertet. Auf diese Weise wird entschieden, ob eine Stadt in ausreichendem Maße die Kriterien erfüllt, um in den Kreis der *Slow Cities* aufgenommen zu werden. Die Problematik dieses Systems besteht in der teils schwierigen Einschätzung, Messung und Überprüfbarkeit der Kriterien. Daher wird für die Zertifizierung dem-

nächst auf ein Qualitäts-Management-System mit unterschiedlichen Handlungsfeldern zurückgegriffen, das eine bessere und objektivere Handhabung ermöglichen soll. Ein weiteres Ziel der Städtevereinigung ist der nationale und internationale Austausch der Mitgliedsstädte über praktizierte Programme und Projekte, denn *Slow Cities* verfolgen zahlreiche gemeinsame Entwicklungsziele (Tab. 1).

## Die Stadt Lüdinghausen – Kurzporträt

Die Stadt Lüdinghausen (Kreis Coesfeld) liegt im südlichen Münsterland ca. 30 km entfernt vom Oberzentrum Münster. Lüdinghausen wurde 800 n. Chr. erstmals urkundlich erwähnt, und 1309 n. Chr. erfolgte die Verleihung der Stadtrechte. Lüdinghausen entwickelte sich mit der Zeit zu einem bedeutenden Markt- und Burgenstandort. Heute verteilen sich die 24 200 Einwohner auf die Stadt Lüdinghausen und ihren Ortsteil Seppenrade. Lüdinghausen ist zur Zeit Mittelzentrum für 50 000 bis 100 000 Einwohner aus den umliegenden Orten. Die Stadt profitiert in den letzten Jahren von einer kontinuierlichen Bevölkerungszunahme (im Jahre 2006: 0,8 %), sicherlich auch aufgrund von Zuzügen aus Münster und dem Ruhrgebiet.

## Lüdinghausen wird zur *Cittaslow*

Die Beschäftigung mit dem Thema *Cittaslow* erfolgt in Lüdinghausen seit Mitte 2004, wobei der Anstoß durch einen

<b>Nachhaltige Umweltpolitik</b> Innovative Technologien, Schonung der Ressourcen, regionalverträgliche Konzepte	
<b>Typische Kulturlandschaft</b> Vielfalt, Eigenart, Schönheit	
<b>Charakteristische Stadtstruktur</b> Stadterneuerung, zukunftsorientierte Flächenerschließung, Stadtgeschichte als Entwicklungspotenzial	
<b>Regionaltypische Produkte</b> Traditionelle Herstellung, natürliche Produktion, kurze Wege	
<b>Gastfreundschaft</b> Qualitätsorientierte Gastronomie, Städtepartnerschaften, Weltoffenheit und Herzlichkeit	
<b>Regionale Märkte</b> Direktvermarkter, Wochenmärkte, regionale Wirtschaftskreisläufe	
<b>Kultur und Traditionen</b> Wahrung von regionalen Besonderheiten, Förderung von Veranstaltungen, kulturelle Einrichtungen	
<b>Bewusstseinsbildung</b> Information, Geschmacks- und Sinnesschulung, regionale Identität	

Tab. 1: Entwicklungsziele und Stärken von *Slow Cities* (Entwurf: A.-K. Kusch, Quelle: *Cittaslow-Info*)



Abb. 1: Impressionen aus Lüdinghausen (Fotos: A.-K. Kusch)

Lüdinghauser Einzelhändler gegeben wurde. Unter der Leitung der Lüdinghausen Marketing e. V. kam es dann sehr früh zur Bildung eines Arbeitskreises aus verschiedenen Interessensgruppen und interessierten Einzelpersonen. Es fand eine intensive Auseinandersetzung mit dem Thema statt; Vor- und Nachteile einer Mitgliedschaft bei *Cittaslow* wurden diskutiert.

Im September 2006 erfolgte dann die Antragstellung der Lüdinghausen Marketing e. V. an den Stadtrat, sich um einen Beitritt zur Städtevereinigung zu bewerben. Der Stadtrat stimmte unter der Bedingung zu, dass keine zusätzlichen Kosten entstehen und die Finanzierung der Mitgliedsbeiträge durch die Lüdinghausen Marketing e. V. sichergestellt wird. Nach einem erfolgreichen Zertifizierungsprozess wurde Lüdinghausen dann als fünfte deutsche Mittelstadt in den Kreis der *Slow Cities* aufgenommen. Die Auszeichnung zur *Cittaslow* wurde dann offiziell am 04.08.2007 im Rahmen eines Burgenbrücken-Bauernmarktes gefeiert.

**Leitbilder, Ziele und Maßnahmen**

In Lüdinghausen wird bereits seit vielen Jahren eine qualitative Stadtentwick-

lung betrieben, die die Stärkung der kleinstädtischen Identität und die Steigerung des Lebenswertens betont. In vielen Teilen heißt es daher: „der Qualität einen Namen zu geben“ und bereits Praktiziertes unter dem Gütesiegel *Cittaslow* weiter fortzusetzen und zu verbessern.

Wichtige Qualitätsmerkmale Lüdinghausens sind u. a. die kleinteilige Struktur der Altstadt, die vielen inhabergeführten Einzelhandelsgeschäfte, die starke Durchgrünung des Stadtgebietes, die Pflege des historischen Erbes der Burgen, die sehr ausgeprägte lokale Veranstaltungskultur, die nationalen und internationalen Kooperationen und Partnerschaften sowie ein starkes bürgerschaftliches Engagement in Vereinen und Initiativen.

Wichtiger Bestandteil von städtischen Kommunikationsprozessen ist die Lüdinghausen Marketing e. V. Ihr Ziel ist es, die Stärken der Stadt weiter zu entwickeln, die Lebensqualität für die Bürger zu steigern und die Position Lüdinghausens im Standortwettbewerb zu festigen und auszubauen. Dabei hat das Konzept *Cittaslow* für Lüdinghausen sowohl Marketing- als auch Leitbildfunktion.

Durch eine frühzeitige und intensive Pressearbeit und die für Jedermann mögliche Mitarbeit im Arbeitskreis fanden von Anfang an eine Beteiligung und Einbindung der Bevölkerung statt. Geplant sind die Erstellung weiterer Informationsmaterialien für Bürger und Gäste, so beispielsweise die direkte Darstellung von Orten, Händlern, Produzenten usw., die *Cittaslow* ausmachen. Außerdem gilt *Cittaslow* grundsätzlich als Leitbild für die Veranstaltungsentwicklung des Lüdinghausen Marketings.

**Ausblick**

Lüdinghausen profitiert sicherlich von seiner außerordentlich guten Ausgangsposition, bezogen auf bereits existierende Leitbilder und Ziele. In bestimmten Bereichen besteht aber noch Entwicklungspotenzial, so beispielsweise auf dem Gebiet der Bevölkerungseinbindung und der Ansprache der gesamten Bürgerschaft.

Insgesamt ist die Aufnahme in den Kreis der *Slow Cities* eine Auszeichnung, begründet aber gleichzeitig die dauerhafte Aufgabe, den Lebenswert der Stadt weiter zu verbessern.

ANN-KATHRIN KUSCH