

Rat lehnt Gutschein-Aktion ab

Von Sabine Robrecht

HÖXTER (WB). Mit Stadt-Zuschüssen für Gutscheine der Werbegemeinschaft wollte die CDU-Ratsfraktion in der schweren Zeit der Pandemie den Einzelhandel und die Gastronomie unterstützen. Für einen 50-Euro-Gutschein hätten die Bürgerinnen und Bürger nur 40 und für einen 30-Euro-Gutschein 25 Euro bezahlt – „hätten“ deshalb, weil die Aktion nicht umgesetzt wird. Der Rat votierte über den entsprechenden CDU-Antrag nach langer Debatte mit 19 Ja-, 19 Nein-Stimmen und drei Enthaltungen. Damit war er knapp abgelehnt.

Die junge Ratsfrau Katharina Borgolte erläuterte die Idee ihrer Fraktion zunächst ausführlich. Mit insgesamt 15.000 Euro Zuschuss sollte die Stadt, so die Idee, 1000 50-Euro mit jeweils zehn, und 1000 30-Euro-Gutscheine mit jeweils fünf Euro subventionieren. „Die Initiative soll ein Anreiz sein, in der Stadt einzukaufen. Mit der

Werbegemeinschaft haben wir uns intensiv ausgetauscht. Sie würde sich sehr über den Anreiz freuen. Sie will Vordrucke für Aktionsgutscheine erstellen und auch das Marketing übernehmen“, berichtete Katharina Borgolte. Die Initiative locke Menschen in die Stadt und bringe damit Synergieeffekte auch für die Betriebe hervor, die nicht der Werbegemeinschaft angehören, so die CDU.

Bürgermeister Daniel Hartmann, der sich später der Stimme enthielt, führte genau diese Unternehmen ins Feld, als er seine Bedenken gegenüber der „gut gemeinten Maßnahme“ äußerte: „Was ist mit den Betrieben, die nicht in der Werbegemeinschaft sind?“ Außerdem seien Gewerbetreibende anderer Branchen, die unter der Pandemie leiden, nicht berücksichtigt. Der Bürgermeister stellte zudem die eine kritische Rechnung auf: Wenn jemand sich in einem Fachmarkt einen neuen Fernseher kaufe und diesen

ausschließlich mit 50-Euro-Aktionsgutscheinen bezahle, die er für 40 Euro bekommen hat, dann finanziere die Stadt aus ihrem Haushalt mit einer nicht unerheblichen Summe diesen Fernseher.

Georg Heiseke (UWG) griff diese Bedenken auf. So gut die Idee auf den ersten Blick auch sei: „Es besteht die Möglichkeit, diese Gut-

»Wir dürfen nicht vergessen, was die Werbegemeinschaft für unsere Stadt getan hat.«

Andrea Dangela

scheinaktion persönlich auszuschlachten.“

Günter Wittmann (SPD) konstatierte, dass „in unserer Brust zwei Herzen schlagen“. Es sei positiv, den Einzelhandel zu unterstützen. Von der Gutschein-Initiative profitierten aber nur die 84 Mitgliedsbetriebe der Kaufmannschaft. Zudem bestehe eventuell die Gefahr, dass je-

mand klage, weil die Stadt Steuermittel für kommerzielle Zwecke nutze. „Das ist rechtlich eine Grauzone“. Daher werde die SPD dem Antrag nicht zustimmen.

Hermann Loges (BfH) sieht hinter dem CDU-Antrag eine Symbolpolitik. Mit der Gießkanne würden 15.000 Euro vergossen. Loges wiederholte seinen in einer anderen Debatte unterbreiteten Vorschlag: „Wir sollten gemeinsam überlegen, wie wir die tatsächlich in ihrer Existenz bedrohten Mitbürgerinnen und Mitbürger identifizieren und ihnen gezielt helfen können.“ Solidaritätspolitik statt Symbolpolitik: Loges stellt sich vor, diese Hilfe als Bürgersolidarität zu organisieren. „Ich stehe dafür weiter zur Verfügung.“

Andreas Brandl (Kämmerei) hatte zu Beginn der Debatte die pandemiebedingten Haushaltslöcher skizziert und angesichts der Vielzahl bereits gemachter Zugeständnisse der Stadt eine klare Feststellung getroffen: „Irgendwann ist der Punkt er-

reicht, an dem wir uns das nicht mehr leisten können.“

„Ich hätte nicht gedacht, dass ein Antrag auf einen 15.000-Euro-Zuschuss so viel Wind macht“, reagierte Martin Hillebrand (FDP). „Die CDU möchte bewirken, dass Menschen in die Stadt kommen und die Geschäfte unterstützt werden. Auch Nicht-Mitglieder der Werbegemeinschaft profitieren indirekt davon, wenn Menschen in der Stadt sind. Ich bitte, den Antrag zu unterstützen“, appellierte der Liberale.

Burkhard Schwiete (CDU) verwies darauf, dass andere Städte ihren Einzelhandel ebenfalls mit Aktionen wie dieser unterstützen. Und auch Fraktionskollegin Andrea Dangela machte sich in der Debatte für die Idee stark, indem sie eine Lanze für die Kaufmannschaft brach: „Wir dürfen nicht vergessen, was die Werbegemeinschaft für unsere Stadt getan hat.“ Es stehe der Stadt gut zu Gesicht, ihr dafür auch etwas zurückzugeben.