

# „Mittendrin das Lese-Worpswede Hörste“

Stephan A. Vogelskamp empfiehlt für Luftkurort stärkere Gewichtung auf Literatur

■ Lage-Hörste (be). Der Luftkurort hat langfristig Zukunft. Aber nur, wenn es gelingt, dieses Markenzeichen, teudeutsch Label, zu entwickeln und potenziellen Gästen zu verdeutlichen, warum es hierher kommen sollen.

„Die Literatur könnte ein möglicher Aufhänger für Sie ein. Hier liegen Entwicklungsmöglichkeiten, die Sie nutzen sollten“, machte Stephan A. Vogelskamp den Mitgliedern der jüngsten Hörste-Konferenz Mut, angefangene Projekte weiterzuführen.

Der Diplom-Ökonom war der etzte Referent, der seine Überlegungen zur Zukunft des Luftkurortes darstellte. Eine „Patientenlösung“ habe er aber nicht zu bieten. Detmold, so Vogelskamp, profitiere derzeit von der



Hörste hat Potenzial: Davon ist Stephan A. Vogelskamp überzeugt.

FOTO: BECKER

Begeisterung, die Varusjahr und die damit geplanten Veranstal-

tungen auslösten. „Da können Sie sich dranhängen“, riet der Gründer der Agentur „Noah“, die sich unter anderem mit Fragen der Stadt- und Leitbildentwicklung, des Stadtmarketings sowie der Wirtschaftsförderung beschäftigt. Dies heiße aber nicht, dass Hörste sich aufgeben solle. „Ihr Nachbar ist ein guter Sparringspartner bei touristischen Aktivitäten.“ Luftkurort verspreche gesünderes und angenehmeres Leben als andere Orte. „So ein Label hat einen Wert. Es zertifiziert den Ort“, hob Vogelskamp hervor.

70 Prozent der Bürger Hörstes seien dafür, dass der Status „Luftkurort“ erhalten bleibt. Zusammen mit den Tagungshäusern lasse sich ein zukunftsfähiges Konzept entwickeln, sagte er weiter. Als Schwäche machte er die fehlenden Einkaufsmög-

lichkeiten aus. Doch auch dieses Problem sei lösbar. Wenn nämlich erst einmal das touristische Angebot ausgebaut worden sei, steige auch die Nachfrage der Gäste.

Vogelskamp attestierte den Verantwortlichen, mit Blick aufs Marketing die Pflicht erfüllt zu haben. Was fehle, sei die Kür. Hörste als Poetendorf zu positionieren, sei genau der richtige Weg. Die Lippe Tourismus und Marketing AG (LTM) könne helfen, noch mehr Schlagkraft auf diesem Sektor zu erreichen. Denn es sei nötig, auch bekannte Autoren hierher zu ziehen. Ein Benjamin von Stuckrad-Barre sorge bei einer Lesung für 4 000 Zuhörer. In Hörste kämen zu Dichterlesungen derzeit im Schnitt nicht mehr als 40.

Detmold profitiere vom „Her-

mann“ und den Externsteinen. Aber auch vom MARTa Herford. „Und mittendrin liegt das Lese-Worpswede Hörste.“

Bürgermeister Christian Liebrecht appellierte an die Konferenz-Teilnehmer, nach sieben Sitzungen langsam aber sicher zum Ende zu kommen. Im Lauf des Dezembers müsse es möglich sein, einen Abschlussbericht vorzulegen, der empfehlenden Charakter für die Politik hat. Ziel sei ein „breitest möglicher Konsens“. Der Abschlussbericht könnte im ersten Quartal 2009 beraten werden. Anschließend erstellt die Verwaltung auf dieser Basis ein Konzept, was noch einmal drei bis sechs Monate in Anspruch nehmen wird. Die endgültige Entscheidung über Hörstes Zukunft trifft dann der neue Rat.

>KOMMENTAR

KOMMENTAR

## Allein geht es nicht

VON WOLFGANG BECKER

Die anfängliche Befürchtung der Kritiker, die Hörste-Konferenz führe zu nichts, weil das Gremium keinerlei Entscheidungsbezug habe, hat sich nicht bewährt. Zum Glück.



Im Verlauf der sieben Treffen ist es gelungen, seriöse Perspektiven zur Zukunft des Luftkurortes zu entwickeln, die jeden abgehobenen Phantasten in die Schranken weisen.

Die schwerste Phase der Arbeit aber liegt noch vor Rat und Verwaltung. Sie müssen allen Lokalpatriotismus, alle kleinteilige Kirchturmpolitik über Bord werfen und im Sinne einer regionalen Globalisierung Modelle erarbeiten, die das Markenzeichen „Luftkurort“ dauerhaft sichern. Hörste als einen Baustein für eine lebendige und attraktive Region zu entwickeln, gelingt der Stadt Lage allein nicht. Auch, wenn es nicht leicht fällt: Detmold und die Lippe Tourismus und Marketing AG müssen dafür mit ins Boot.