



Sie fallen auf: die Plakate, mit denen Olivia Kempke und Jan Drescher für Unterschriften pro Umgestaltung der Untertrave werben. Foto: Lutz Roeßler

„Ja, ich will!": Linden-Bündnis bekommt Gegenwind

Neue Kampagne des Lübeck-Managements macht sich für den Umbau der Untertrave stark – Linden sollen ersetzt werden – Geschäftsleute und Politiker als Fürsprecher

Von Sabine Risch

Innenstadt. Sie sind knallig bunt, die Slogans eingängig: Auf bunten Postkarten und im Internet sammelt das Lübeck-Management Stimmen, und zwar für die Umgestaltung der Untertrave und damit gegen den Erhalt der Linden. Wobei die Akteure um Geschäftsführerin Olivia Kempke kein Bürgerbegehren wie das Aktionsbündnis „Lübecks Linden leben lassen“ anstrebt. Vielmehr gehe es darum, die Umgestaltung der Untertrave positiv zu begleiten.

In der Museumsnacht Ende August sei ihr der Kragen geplatzt, erzählt Olivia Kempke (59). „Dass das Linden-Aktionsbündnis Unterschriften gesammelt hat – okay. Aber die aufdringliche Art der Ansprache ging gar nicht.“ Sie sei hinterher von vielen Geschäftsleuten angesprochen worden, „die verunsichert waren“. Etliche hätten schließlich einfach beim Aktionsbündnis unterschrieben, „um endlich ihre Ruhe zu haben“. Viele Gewerbetreibende hätten angerufen und wissen wollen, wo sie als Befür-

worter des Untertrave-Umbaus sich denn einmal öffentlich äußern könnten. Da entstand die Idee zu der Kampagne.

Im kleinen Kreis habe man sich zusammengesetzt, Gedanken gemacht und „Ja, ich will! ... an die ‚neue‘ Untertrave“ binnen kürzester Zeit entworfen. Finanziert wird die Aktion durch das Lübeck-Management, dessen Unterstützer „und etliche Privatleute“, wie Hünick-Chief Jan Drescher (46) sagt. Seit ein paar Tagen ist die Kampagne nun online (www.andieuntertrave.de), in vielen Geschäften der Innenstadt gibt es die 7500 gedruckten Postkarten mit den Botschaften „Deine Liebe klebt“, „Ja, ich will!“ und „Nachwuchsförderung“, die ausgefüllt entweder ans „Finder's Haus“, An der Untertrave 96, geschickt oder in vielen Geschäften in eine Box geworfen werden können.

Doch zuvor kann sich jeder auf der Homepage noch ausführlich über die Planung sowie allerlei Gründe für die Umgestaltung informieren. Unter sieben Überschriften bietet die Kampagne Bilder der umgestalteten Untertrave, aktuelle Lin-

den-Bilder, Erläuterungen und 28 sogenannte Testimonials (Bekennnisse) zur Untertraven-Umgestaltung. Darunter Geschäftsleute, Politiker mehrerer Fraktionen wie Anette Röttger (CDU), Jan Lindenau (SPD) und Bruno Böhm (Freie Wähler Lübeck) und Kulturschaffende wie Kreative.

Imke Jaumann, Inhaberin der Werbeagentur „+punkt“, will die neue Untertrave, „weil ich als Lübe-



Ich möchte meine wunderschöne Stadt auch an der Untertrave als Treffpunkt genießen.“

Imke Jaumann (49), Werbeagentur +punkt

ckerin meine wunderschöne Stadt auch am Wasser, an den Schiffen, an der Kaikante, zum Chillen, Flanieren und Entspannen, als Treffpunkt für Familie, Freunde und Kunden genießen möchte“. Bernd Jorkisch, Vorstandsvorsitzender des Vereins HanseBelt, ist dabei, „weil mit dieser Maßnahme das Entree zur Altstadt der Hansestadt Lübeck als Oberzentrum der Hanse-Belt Region signifikant aufgewertet wird“. Dr. Felicia Sternfeld, Direktorin des Hansemuseums, spricht sich für die Umgestaltung aus, „weil sie das prominente Verbindungsstück zwischen Holstentor und dem Europäischen Hansemuseum darstellt und als Promenade zum Flanieren einladen wird“. Und Tourismus-Chef Christian Martin Lukas unterstützt die Kampagne, „weil die Umgestaltung dazu führt, dass die Aufenthaltsqualität an der Untertrave verbessert wird“. Auch wenn die Kampagne sich nicht offiziell gegen das Aktionsbündnis richtet – Drescher bringt es auf den Punkt: „Es gibt nur zwei Optionen: Erhalt der Linden oder Umgestaltung der Untertrave.“