

ISEK-Werkstatt

Image

Integriertes Stadtentwicklungskonzept Delmenhorst (ISEK)

Werkstatt Image am 19. Juni 2013
im Gut Hasport



ISEK-Werkstatt

Image



Zur dritten von insgesamt sechs „ISEK-Werkstätten“ im Rahmen des Integrierten Stadtentwicklungskonzepts (ISEK) trafen sich am 19. Juni 2013 ca. 20 Delmenhorsterinnen und Delmenhorster um gemeinsam über das Thema „Image“ zu diskutieren. Darunter waren neben interessierten Bürgerinnen und Bürgern lokale Akteurinnen und Akteure sowie ehrenamtliche Interessensvertreterinnen und -vertreter und Vertreterinnen und Vertreter der Gemeinwesenarbeit anwesend. Auch der Oberbürgermeister Patrick de La Lanne war erneut aktiver Teilnehmer der Werkstatt.

Ziel ist es, dass sich Delmenhorst als attraktive, lebenswerte Stadt für alle Bewohnergruppen weiterentwickelt. In der ISEK-Werkstatt Image wurden dazu in einer ersten Arbeitssphase Schlagworte zum Thema Image der Stadt Delmenhorst gesammelt, im weiteren Verlauf der Sitzung wurden daraufhin Projektideen gesammelt, wie das Image der Stadt aus Sicht der Teilnehmerinnen und Teilnehmer nachhaltig verbessert werden könnte.

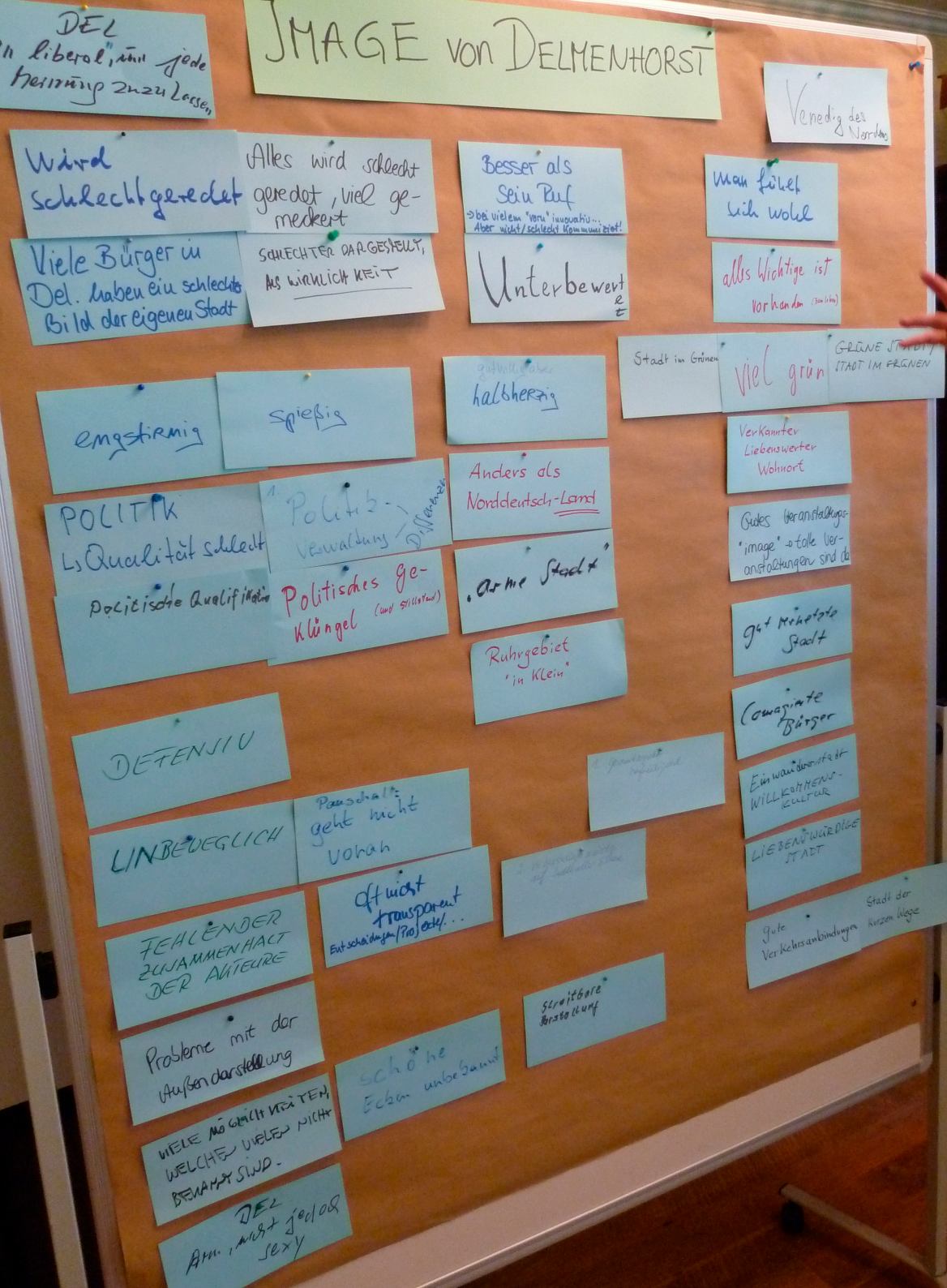


Image Delmenhorst



In einer ersten Arbeitsphase wurden die Teilnehmerinnen und Teilnehmer der ISEK-Werkstatt gebeten, das Image der Stadt Delmenhorst in kurzen Stichworten zu beschreiben. Die Sammlung und anschließende Diskussion ergab, dass das Image häufig negativ behaftet ist, dabei aber viele Qualitäten der Stadt außer Acht gelassen werden.

positiv

Grüne Stadt

Stadt am Wasser: Venedig des Nordens

Liebenswürdiger Wohnort

Eine Stadt zum Wohlfühlen

Gutes Veranstaltungsimage

Gut vernetzte Stadt, gute Verkehrsanbindungen

Stadt der kurzen Wege

Einwandererstadt/ Willkommenskultur

negativ

Differenzen in Verwaltung und Politik
Frage nach Transparenz

Viele negative Äußerungen defensiv, unbeweglich,
engstirnig, spießig

Probleme mit der Außendarstellung

Fehlender Zusammenhalt

Negatives Bild der eigenen Stadt

Potenziale/ Möglichkeiten der Stadt bleiben da-
gegen unbekannt und werden nicht genutzt

Image

Delmenhorst: Ergebnisse

Das Image von Delmenhorst wird allgemein als unterschätzt eingestuft. Es sei „besser als sein Ruf“, die Stadt sei durchaus in vielen Bereichen „innovativ“, dies werde nur nicht ausreichend nach außen getragen bzw. hinreichend kommuniziert. Zum Teil würde es auch „schlecht geredet“ und negativer dargestellt als es in Wirklichkeit ist. So hätten einige Bürgerinnen und Bürger ein einseitig negatives Bild von der Stadt, in der sie leben.

Das Image sei in der Innenansicht der Delmenhorsterinnen und delmenhorster schlechter als die Stadt z.T. von außen wahrgenommen werde. Delmenhorst hätte beispielsweise in Niedersachsen einen sehr guten Ruf hinsichtlich einer guten Vernetzung im Bereich sozialer Netzwerke und der Arbeit an Schulen. Des Weiteren sei Delmenhorst ein beliebter Tourismusort, insbesondere für Touristen aus den Niederlanden, die die Stadt gerne aufsuchen. Insgesamt herrscht jedoch ein zu negatives Bild. In der Außenwahrnehmung, insbesondere in der Wesermarsch, hätte die Stadt ein schlechtes Image, dies gelte es umzukehren in eine positive Wahrnehmung.

Bezüglich der Politik gelte nach innen und außen das gleiche Bild, dass die Stadt allgemein zerstrit-

ten sei. Das „politische Geklüngel“, Differenzen zwischen Politik und Verwaltung würden das Image der Stadt prägen. Dies sei u.a. auf die Vielfalt der Parteienlandschaft und Parteiwechsel zurückzuführen.

Auch Adjektive wie engstirnig, halbherzig und spießig wurden gebraucht, um das Image der Stadt in Worte zu fassen. Mit der Umschreibung „arme Stadt, nicht jedoch sexy“ wurde außerdem der schwierigen Haushaltslage Rechnung getragen. Delmenhorst werde ebenfalls als defensiv und unbeweglich wahrgenommen, neben einem allgemeinen Gefühl, dass es nicht voranginge. Zudem wird eine mangelnde Teilhabe bemängelt.

Auf der anderen Seite gebe es jedoch viel Potenzial in der Stadt, welches verkannt werde. Dieses gelte es herauszustellen und für ein positives Image zu nutzen. Auch unbebaute schöne Ecken wurden hier als Beispiele zur Imagebeschreibung genannt und als Potenzial zur Imagesteigerung gewertet.

Mangelnde Transparenz hinsichtlich von Projekten und Entscheidungen schwinde dem Image ebenso mit wie fehlender Zusammenhalt der Akteurinnen und Akteure im Allgemeinen. Zudem würde sich die Presse nicht mit der Stadt identifizieren und daher

das Image häufig negativ darstellen. Statt einseitig negativer Berichterstattung sollten auch positive Aspekte im Alltag der Stadt ausreichend dargestellt werden, um das Gemeinschaftsgefühl der Delmenhorsterinnen und Delmenhorster und damit auch das Image der Stadt zu stärken.

Bezogen auf das ehemals schlechte Image von Delmenhorst als Kriminalitätshochburg ließe sich diese Bild heute nicht mehr rechtfertigen, dies muss sich jedoch erst in den Köpfen der Bürger verfestigen. Das Image verändere sich hier langsam zum Positiven - so der Eindruck.

Auch wird Delmenhorst als „Ruhrgebiet in klein“ wahrgenommen. So war das Image früher sehr von der Industrie vor Ort geprägt. Nach dem Ende der industriellen Produktion in Delmenhorst müsse sich dieses Image langsam neu definieren und könne sich nach dem Vorbild des Ruhrgebiets beispielsweise in einen „Industrietourismus“ umkehren.

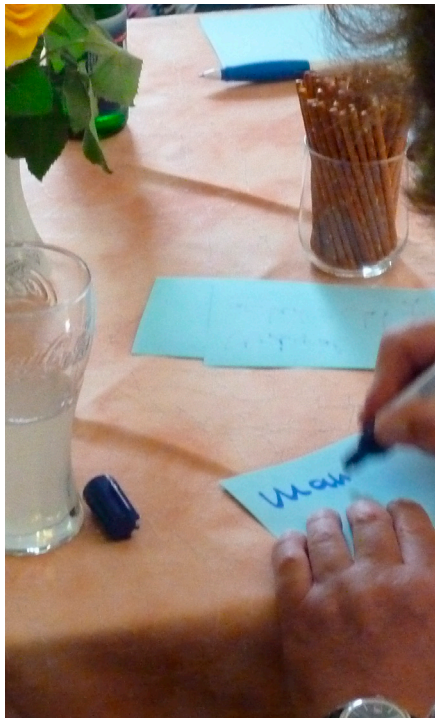
Image

Delmenhorst: Ergebnisse

Mit der Beschreibung „Venedig des Nordens“ wurde den vielen Wasserläufen der Stadt Rechnung getragen und ein positives Image bescheinigt. „Man fühle sich wohl“ und hätte alles, was man zum Leben brauche. Insbesondere die vielen Grünflächen wurden gelobt, die der Stadt ein lebenswertes

Image verleihen. So sei Delmenhorst ein „verkanteter, liebenswerter Wohnort“. Insbesondere hinsichtlich der Anzahl und Qualität von Veranstaltungen wurde das Image der Stadt gelobt. Das kulturelle Leben in der Stadt berge Potenzial, das es vermehrt für das Image zu nutzen gilt. Delmenhorst hätte en-

gagierte Bürgerinnen und Bürger und sei eine Einwanderungsstadt mit Willkommenskultur. Zudem sei Delmenhorst eine Stadt der kurzen Wege und verfüge über eine gute Verkehrsanbindung.



PROJEKTIDEEN

IMAGI VERBESSERUNG
DURCH ZENTRAL-
ISIERUNG VERBUNDENER
KOOPERATIONEN

Bürgerbeteiligung
Nutzung
Grafikanlagen

Presse?
- Fotowettbewerb

Imageevent
mit Ausstrahl-
kraft

**Landesgärten-
schau (LGS)**
nutzen

**Beteiligungs-
möglichkeiten**
steigern

**KPR als
Vorbild**

Lieblingsplätze von
DELMENHORST
sammeln / promoten

Ideensammlung auf
Wochenmarkt

Leerstände als
Ausstellungsorte
Motiv nutzen für
Aufendarstellung
(Busbelegung z.B.)

**Verbesserungs-
system**
ethische Offenheit

**GRÜNFLÄCHEN-
Patenschaften**

Befragung auf
den Markt
stände

Lange Nacht der
JUGEND
(27.9., Rathaus)

Nutzung

Bürger auf dem Markt
mit Tafeln (+/oh) befragen

**Einkaufs-/Auf-
enthaltsqualität**
steigern

**Wir sind anders-
und dass ist gut
so!**

Neue Markthalle
nutzen?

Befragung zu
Nutzungsmöglich-
keiten

**D = Einwander-
Stadt!**

→ anonym
→ online ✓

Bürgerideen
transparent
machen

+ Umsetzung
+ Kennlichmachen
(Logo Bürgeridee
auf z.B. Parkbank)

Imagewandel
Vorbild Ruhrgebiet
D = Industrie-Tourismus

**Wir sind
Delmenhorst!**

Stadttouren von
Bürgern für Bürger

Business Improvement
Direkt
→ Carve Fr.

**Öffentlichkeits-
arbeit**
verbessern

Einladung nach D
→ Tag der offenen
"Tür"

**Tag der Delmen-
"horster": Bürger**
laden ihre
Gäste ein!

**Stadtgeb.
als Datum?**

**→ Stadt der "Of-
fenen Türe"**

**→ Delmenhorst
begegnen**

**→ Delmenhorster
zeigen Gästen (ent)
ihre Stadt**

Stärkung des
Lokalpatriotismus

Arbeitsabschließen
Sind dies
Spendenkommunen

**jährlich/
1x p.a.**

Gäste wohnung
im 6SG-
bestand gestalten

Erntedanktag?

**→ "a cup of
tea"**

**→ Shuttlebusse
(kostenlos)**

**Stadt der
Menschenrechte**

**Stadt der
Henschenrechte**

Projektideen

In einem zweiten Arbeitsschritt wurden die Teilnehmerinnen und Teilnehmer gebeten, erste Projektideen zu entwickeln, anhand derer das Image der Stadt Delmenhorst verbessert werden kann. Zum Zweck einer übersichtlichen Dokumentation wurden diese Ideen verschiedenen Kategorien zugeordnet.

Leitlinien

Ehrliche Offenheit

Ehrliche Offenheit sollte die Maxime bezüglich der Kommunikation sein, um eine Imageverbesserung zu erreichen.

„Wir sind anders und das ist auch gut so!“

Das Alleinstellungsmerkmal „Wir sind anders und das ist auch gut so!“ sollte stärker nach außen transportiert werden. Delmenhorst sollte sich klar als Einwandererstadt nach außen darstellen.

„Wir sind Delmenhorst!“

Eine Stärkung hin zu einem gesunden Lokalpatriotismus der Delmenhorster nach dem Motto „Wir sind Delmenhorst!“ sei ein weiterer Schritt zu einem positiveren Image.

Stadt der Menschenrechte

Delmenhorst sollte sich zur Einhaltung der Menschenrechte für alle Bürgerinnen und Bürger, Besucherinnen und Besucher gleichermaßen bekennen.

Imagewandel nach dem Vorbild Ruhrgebiet

Auch die bereits im ersten Arbeitsschritt gezogene Parallele zum Ruhrgebiet wurde hinsichtlich der Projektideen wieder aufgegriffen. So könnte ein Imagewandel nach dem Vorbild des Ruhrgebiets hin zum Industrietourismus ein Leitbild der Stadt für einen Imagewandel werden.

Projektansätze und -ideen

Steigerung der Bürgerbeteiligung

Beteiligungsmöglichkeiten steigern

- Delmenhorst für Bürger von Bürgern
- KPR als Vorbild
- Ideensammlung auf Wochenmarkt/Marktplatz
- Nutzung der Graftanlagen

Fotowettbewerb „Dein Lieblingsplatz in Delmenhorst“

- Ausstellung in leerstehenden Einzelhandelsflächen
- Bekleben von Bussen mit Fotos

Als ein Aspekt zur Imageverbesserung wurde die generelle Ausweitung von Angeboten zur Bürgerbeteiligung angeregt. In diesem Zusammenhang wurde die Arbeit des Kriminalpräventiven Rates als Erfolgsbeispiel mit Vorbildcharakter genannt.

Auch ein Fotowettbewerb unter dem Motto „Dein Lieblingsplatz in Delmenhorst“ könnte zur Imagesteigerung beitragen, indem den Bürgerinnen und Bürgern die schönen und vielleicht bisher unbekanntesten Seiten und Plätze ihrer Stadt aufgezeigt werden. Leerstehende Einzelhandelsflächen könnten hierfür in der Innenstadt zu Ausstellungszwecken genutzt werden. Linienbusse könnten außerdem mit Fotos des Wettbewerbes beklebt werden.

Projekte, bei denen die Möglichkeit der Bürgerbeteiligung besteht, sollten nach außen transparent gemacht werden, um eine möglichst hohe Beteiligung und Akzeptanz seitens der Bürgerinnen und Bürger zu erzielen. Zudem sollten Projekte, die durch Bürgerbeteiligung entstanden sind, auch als solche in der Öffentlichkeit gekennzeichnet werden,

um den Bürgerinnen und Bürgern darzustellen, dass ihre Ideen umgesetzt werden. So könnten z.B. Parkbänke, die aufgrund einer Bürgeridee aufgestellt wurden, mit einem entsprechenden Schild mit dem Hinweis „Bürgerideenbörse“ versehen werden.

Zur weiteren Ideensammlung zur Imagesteigerung der Stadt wurden eine Bürgerideensammlung auf dem Wochenmarkt als auch eine Befragung auf dem neugestalteten Marktplatz angeregt. Die Umsetzung dieser Idee im Rahmen des ISEK-Prozesses wird geprüft.

Projektansätze und -ideen

Veranstaltungen

Landesgartenschau (LGS) für Delmenhorst als Imageevent mit Ausstrahlkraft

„Lange Nacht der Jugend“

„Tag der offenen Tür“/ Stadt der „offenen Tore“

- „Tag der Delmenhorster: Bürger laden ihre Gäste ein!“
- Delmenhorst begegnen
- „A cup of tea“
- Kostenlose Shuttlebusse

Als Image-Event mit Ausstrahlkraft wurde die Möglichkeit einer Landesgartenschau (LGS) für Delmenhorst mit eingebracht. Auch Veranstaltungen wie die „Lange Nacht der Jugend“, die am 27. September im Rathaus stattfinden wird, könnten zur Steigerung des Images beitragen und explizit der Jugend positive Aspekte ihrer Stadt aufzeigen. Auch sollte für Veranstaltungen dieser Art, neben einer stärkeren Einbindung der Graftanlagen, die neu gestaltete Markthalle für imageverbessernde „Events“ intensiv genutzt werden. Zu Möglichkeiten und Ideen der Benutzung der Markthalle sollte die Bevölkerung online und anonym einbezogen werden.

Als praktische Maßnahmen zur Stärkung des Zusammengehörigkeitsgefühls der Delmenhorsterinnen und Delmenhorster und des Imagewandels hin zu einer positiveren Innen- und Außenwahrnehmung von Delmenhorst wurde ein „Tag der offenen Tür“/ Stadt der „offenen Tore“ von und für Bürgerinnen und Bürger und Gäste von Delmenhorst vorgeschlagen. Unter dem Motto „Delmenhors-

ter laden ihre Gäste ein!“ soll Bürgerinnen und Bürgern der Stadt wie auch Gästen von außerhalb so die Möglichkeit gegeben werden, Delmenhorst kennenzulernen. Kostenlose Shuttlebusse könnten während der Veranstaltung den Transport von einem Event zum anderen sicherstellen. Für ein mögliches Datum wurde hierfür beispielsweise der Gründungstag der Stadt Delmenhorst genannt. Eine solche Veranstaltung könnte sich als einmal jährlich stattfindendes Event dauerhaft etablieren.

Projektansätze und -ideen

Projektvorschläge

Grünflächenpatenschaften

Stadttouren von Bürgern für Bürger

Business Improvement District „Lange Straße“

Einen „Business Improvement District“ für die Lange Straße etablieren, d.h. ein Konzept in dem Privateigentümer durch Eigeninitiative ihr Geschäftsumfeld mit Hilfe eigener Finanzmittel neu gestalten.

Einkaufs- und Aufenthaltsqualität verbessern

Vertiefung im anlaufenden Projekt „Masterplan Delmenhorst“.

Imageverbesserung durch Kooperationen

Via Zusammenarbeit und Austausch zwischen Institutionen soll das Bild von der Stadt Delmenhorst von Akteurinnen und Akteuren sowie Bürgerinnen und Bürgern gleichermaßen verbessert werden.

Einrichtung einer Gästewohnung im GSG-Bestand

Einrichtung einer Wohnung für externe Gäste im Bestand der Gemeinnützige Siedlungsgesellschaft Delmenhorst mbh (GSG).