

VISION2025

Unsere Stadt. Ihre Werte. Ihr Weg zum Rhein.



Zukunftswerkstatt Neuenburg am Rhein
am 18.10.2008

Ablauf:

Zur dritten Zukunftswerkstatt der Stadt Neuenburg am Rhein zum Thema „Stadt Marketing und die Vision 2025“ wurde am 18.10.2008 ab 9:00 Uhr in den Ratsaal eingeladen.

Interessierte Bürger und Vertreter der Stadtverwaltung Stadt Neuenburg folgten der Präsentation von „DREIZEHN33 design netzwerk“, vertreten durch die Redner Wolfgang Heil und Christoph Rankers zum Thema „VISION 2025 Unsere Stadt. Ihre Werte. Ihr Weg zum Rhein.“

Nach einer kurzen Begrüßung und Einführung in die Thematik durch Herrn Schuster, stellte Herr Christoph Rankers das „design netzwerk DREIZEHN33“ vor. Herr Wolfgang Heil präsentierte anschließend die erarbeiteten Ergebnisse des design netzwerkes DREIZEHN33 dem interessierten Publikum in folgender Reihenfolge: „Marke IST und SOLL“ und „Vision / Werte“.

Die Werte Gemeinschaftlichkeit, Verantwortung, Eigenständigkeit, Kultiviertheit, Dynamik und Engagement wurden vorgestellt und im Einzelnen in ihrer Bedeutung erläutert.

Im weiteren Verlauf folgte ein 2-Fragen-Workshop mit den Interessierten zum Thema Werte, Stärke und Marke Neuenburg am Rhein.



1. Frage/Aufgabe

Auf der Grundlage der Präsentation und im Bezug auf die analysierten Werte für die Stadt Neuenburg am Rhein, sollten die Bürger zu dem definierten Wert drei Stärken ihrer Stadt formulieren und diese Auf Kärtchen notieren.

Die Ergebnisse können wie folgt zusammengefasst werden:

Nennungen zu dem Wert: **Verantwortungsvoll**

Vorbildfunktion

In die Zukunft blickend

Schulden freie Stadt

(4 mal)

Umgang mit Natur (Biotopvernetzung)

Schulwesen / Jugend / Volkshochschule

(4 mal)

Kinderbetreuung / Angebot für Kleinstkinder erhöhen

(2 mal)

Arbeitsplätze

Umgang mit Steuergelder

(2 mal)

Gesamt: 20 Nennungen

Nennungen zu dem Wert: Kultiviert

| | |
|-------------------------------------|---------|
| Zähringerstadt (Stadt Geschichte) | (2 mal) |
| Jede Menge Musik | |
| Feste | |
| Kulturelles Angebot | (3 mal) |
| Respektvoller Umgangston | (2 mal) |
| Angebot für Bürger ausbauen | |
| Toleranz für fremde andere Kulturen | |
| Kultur den Hinsehens | |
| Reges Vereinsleben | |
| Gestaltung öffentliche Plätze | |
| Verbindung mit Frankreich | |

Gesamt: 15 Nennungen

Nennungen zu dem Wert: Gemeinschaftlich

| | |
|--|---------|
| Jugendangebot (Jamhouse) | |
| Gutes Miteinander (Neubürger und Neuenbürgern) | (2 mal) |
| Vereine | (3 mal) |
| Bürger bauten ihre Stadt gemeinsam wieder auf | |
| Verantwortung für Schwache | |
| Feste (Nepo) werden gemeinsam organisiert | |
| Zielorientierung | |
| Pflege und Erhalt der Wertevorstellung | |
| Nepomukfest / Weihnachtsmarkt | |

Gesamt: 12 Nennungen

Nennungen zu dem Wert: Eigenständig

| | |
|---|---------|
| Unabhängig | |
| Grenzlage zu Frankreich | |
| Kommunale Eigenständigkeit bewahren | |
| Eigenständig Stadtkern/Stadtteile beibehalten | |
| Industrie nimmt Schüler auf | |
| Schulisches Angebot | |
| Nicht in der Werbegemeinschaft Marktgräflerland | |
| Insel am Rhein | |
| Gute finanzielle Rahmenbedingungen | |
| Ideen und Visionen zielgerichtet verwirklichen | (2 mal) |
| Einrichtungen am Ort | |
| Schuldenfrei | |
| Visionssuchend | |
| Selbstbewusst | |
| Alle wichtigen Einkaufsmöglichkeiten gegeben | (2 mal) |

Kulturelles Angebot
Grenzüberschreitend Angebot
Wirtschaftsstandort

Gesamt: 18 Nennungen

Nennungen zu dem Wert: **Engagiert**

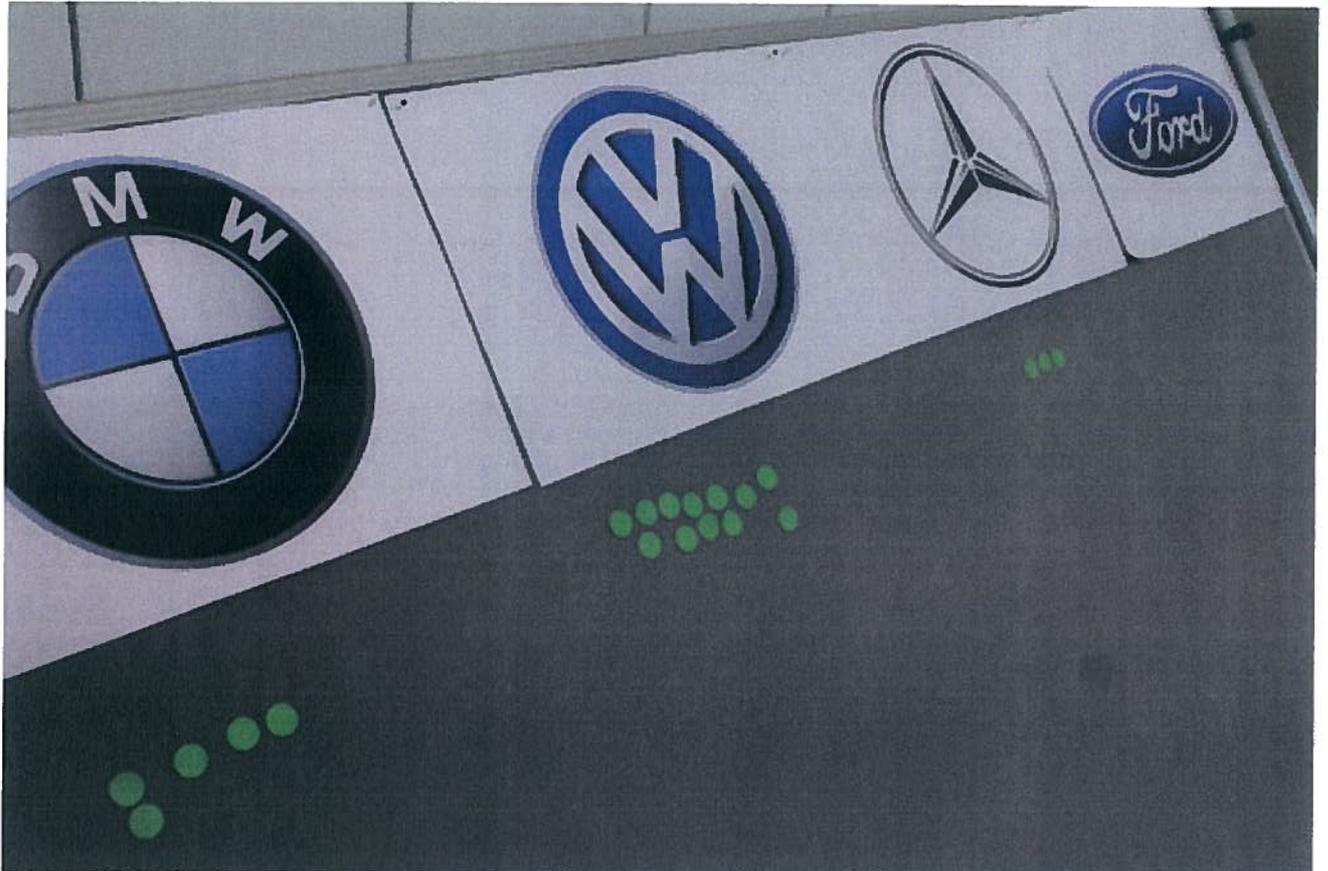
| | |
|---|---------|
| Offen für Zusammenarbeit mit der Region | |
| In Bildung und Erziehung | (3 mal) |
| Kulturelles Angebot | (2 mal) |
| Für Wirtschaftsentwicklung | (2 mal) |
| Zur Jugend | |
| Bürgerorientierte Verwaltung | (2 mal) |
| Vereinsleben | |
| Infrastruktur | |
| Für Familien | |
| Alle Bürger | |
| Bilingual | |
| Europa orientiert | |
| Sport | |

Gesamt: 18 Nennungen

Nennungen zu dem Wert: **Dynamisch**

| | |
|---|---------|
| Dreiländereck | |
| Auf Wachstum und Integration ausgerichtet | |
| Straßenführung | |
| Ortskernveränderung | |
| Ausbau der Radwege | |
| Autobahnanbindung | (2 mal) |
| Bereitschaft Neues zu wagen | |
| Nachbarschaft zu Frankreich | |
| Modern | |
| Vision | (2 mal) |
| Agieren statt reagieren | |
| Von innen nach außen | |
| Arbeitsplätze | (2 mal) |
| Wirtschaftsstandort | |

Gesamt: 17 Nennungen

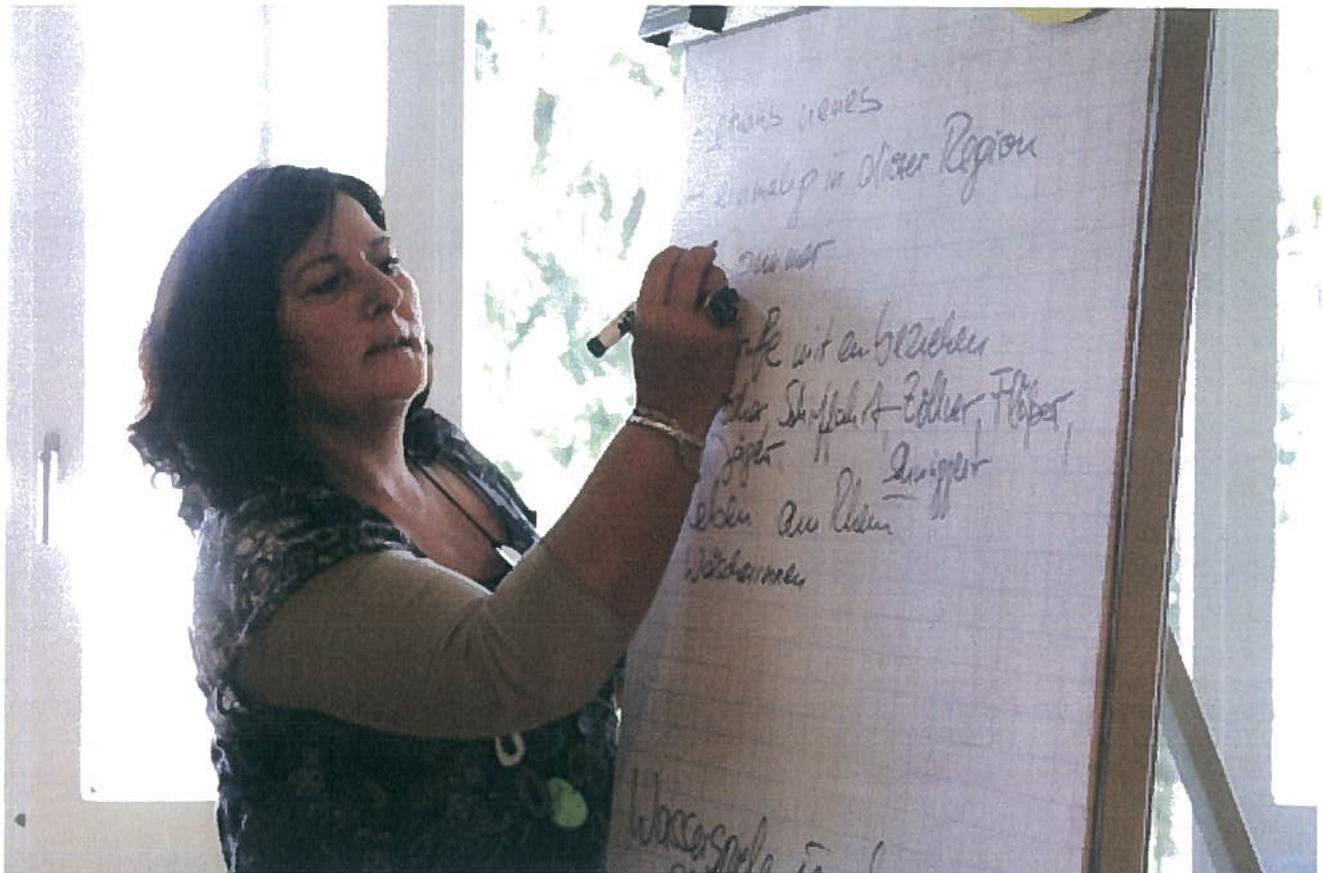


Bei der zweiten Fragestellung sollten die interessierten Bürger ihre Stadt einer Automarke zuordnen, die ihrer Meinung nach am ehesten zutrifft.

Folgende Verteilungen haben sich ergeben:

| | |
|----------|------------|
| BMW | 5 Stimmen |
| VW | 12 Stimmen |
| Mercedes | 3 Stimmen |
| Ford | — |

Nach dem 2-Fragen-Workshop wurde die Präsentation durch Herrn Heil zum Thema „Die Kommunikationskanäle“ weitergeführt, um den Bürgern einen Einblick über die Zusammenhänge zukünftiger Kommunikationsmaßnahmen zu geben.



Im Präsentationsteil Nr. 3, „Die Maßnahmen und Aktionsideen“ wurden durch Herrn Rankers die bestehenden 9 Aktionsideen aufgezeigt, um im Anschluss daran die Bürger der Zukunftswerkstatt in Arbeitsgruppen aufzuteilen.

Die drei Arbeitsgruppen suchten sich die Aktionsideen 2, 4 und 6 heraus, um diese mit eigenen Ideen und Möglichkeiten „weiterzuspinnen“ oder auch weiter zu planen.

Folgende Ergebnisse wurden in den Arbeitsgruppen erarbeitet:

Aktionsidee Nr. 6

Straßenmaler / Historie

Gruppensprecher: Herr Hubert Müller-Laucé

Teilnehmer der Arbeitsgruppe:

Ruth Müller-Laucé, Manuela Stiller, Rudi Gissnau, Franz Gantmann, Barabara Vallois, Peter Müller, Angelika Lais, Guster Manfred Günther, Eugen Sänger

Mitschrieb der Gruppe:

Themen

- Typisch historische Themen
- Zähringerstadt
 - Gründung
 - Freiburger Adelsgeschlecht
 - „viele Städte gegründet“
 - Zähringerkreuz in der Stadtplanung
- Münster / freie Reichsstadt
 - Münster sichtbar machen
 - Marktrecht / Münzrecht
 - Matthias von Neuenburg
 - Kloster
 - Zünfte / Zunfthäuser
 - Stadttore
- Beziehung zu Frankreich / Elsass
 - Viel eingeschlafen / wie verstärken?
- Habsburger Zeit
- Kriege und Zerstörung / Fluten
 - „Stehaufmännchen“
 - gehört zu unserer Vergangenheit
- Mittelalterliches Stadtbild zum Rhein
 - Modern + historisch

Wichtig: ausgewogener Mix aus kurzfristig (Mode) und langfristig (Substanz)

Interessengruppen

- Kerngruppe aus Bürgern / andere Ortsteile einbeziehen
- Experten hinzuziehen
- Schule: Oberstufenprojekt?

Organisation

- Stadt

Veranstaltung / Kommunikation

- lokaler Werber? (Plakataktion?)
- Bürgerinfo

Langfristige History-Tour-Neuenburg?

Weiterführende Fragestellung der Gruppe:

Wie passt das zur Vision 2025?

- Wir gehen zum Rhein
- Wir können nur einen Weg gehen, wenn wir wissen woher wir kommen!
- Nur durch historischen Bezug wird Vision 2025 nachvollziehbar!
- Stolpersteine sind wichtig!
- **Herausforderung ist unsere unsichtbare Geschichte!**



Aktionsidee Nr. 4

R(h)einfeiern

Gruppensprecherin: Frau Bernadette Kramer

Teilnehmer der Arbeitsgruppe:

Manfred Koch, Hans Gerwig, Thomas Vielhauer, Martin Weber, Jonas Karg, Dieter Branghofer, Jennifer Weidner

Mitschrieb der Gruppe:

- Ort: zwischen Brücke + Panzerplatte
- Alle 2 Jahre
- Einmalig in der Region
- Vielseitig
- Kulinarisch (Fisch usw.)
- Berufe mit einbeziehen
Fischer, Schifffahrt, Zöllner, Flößer, Jäger, Schmuggler usw.
- Leben am Rhein
Wäscherinnen usw.
- Lebewesen, Pflanzen am und im Wasser
(Führung vor Ort: Fischkunde durch Angelverein)

Ohne Vereine geht nichts!

Verantwortliche Veranstalter (Vereine) finden

- Wasserspiel ja, aber erst mal am Rhein!
Bootsfahrten, Kanu, Fährbetrieb, Bottichrennen, Entenrennen (Jugend)
- Berufsdarstellung
Von Kindern für Kinder und Erwachsene
- Theater
- Musik (Bands aus der Stadt, Region)

Grober Ablaufplan:

- Freitag – Sonntag, Dauer: 3 Tage
- - Platz für Großveranstaltung mit Bühne (Panzerplatte)
- - Schwimmende Bühne

Programm:

- Freitagabend: Jugenddisco (Jugendband oder SWR)
- Samstag: Aktivitäten am Rhein (Bootsrennen etc.)
- Sonntag: Fischmarkt (allg. Märkte, Flohmarkt)

Offene Punkte:

- Wirtschaftlichkeit?
- Sponsoren?
- Organisation?

Aktionsidee Nr. 2

R(h)einakustik

Gruppensprecher: Herr Dieter Kassa

Teilnehmer der Arbeitsgruppe:

Günter Herr

Mitschrieb der Gruppe:

- Wasserspiele
- Beacht-Volleyball (Turnier)

- Einbindung der bestehenden Brunnen und Gastronomie
Aktionen durch kulturelle Vereine

- Verschiedene Klangteppiche
Kopmp. Gesang/Musik – Wasser