

Stadtmarketing Buxtehude Buxtehudes Weg in die Zukunft



Empfehlung der Expertenrunde

Maßnahmenkatalog

Leitprojekte



Inhaltsverzeichnis

	Seite
■ Einleitung	3
■ Leitprojekt	
- Aufbau eines Buxtehuder Netzwerkmanagements	4
- Buxtehude zur Marke entwickeln / Entwicklung eines Corporate Identity-Konzepts für Buxtehude	7
- Entwicklung eines Maßnahmenkonzeptes zur Planung und Realisierung von praxistauglichen Ansiedlungsanreizen / Stärkung des Technologietransfers / Clusterbildung Wirtschaft: Schwerpunkte setzen und vernetzen	11
- Einrichtung einer zentralen Meldestelle- bzw. Koordinationsstelle / Installierung eines Buxtehuder Veranstaltungskalenders für sämtliche Veranstaltungen (Internet und Druckversion)	14
- Koordinierung der Öffnungszeiten von Buxtehuder	17
- Dienstleistungsunternehmen (Vereinbarung verlässlicher Kernzeiten)	
- Eröffnung eines Mehrgenerationenhauses sowie Umsetzung des	19
- Projekts: „Buxtehuder übernehmen Patenschaften“	
- Ausschöpfung der Flexibilität der Buxtehuder Kinderbetreuung (Mittagstisch unter pädagogischer Aufsicht / erweiterte Öffnungszeiten / altersgemischte Gruppen)	23



Einleitung

Da nicht alle Ideen gleichzeitig realisiert werden können, war es notwendig, alle Maßnahmen durch die am 3. März 2004 gebildete Expertenrunde aus Vertretern der Workshops, der Politik und der Lenkungsgruppe des Vereins Stadtmarketing Buxtehude e. V. prüfen, filtern und priorisieren zu lassen.

Die Expertenrunde hatte die Aufgabe, alle Ideen der einzelnen Handlungsfelder nach folgenden Fragen zu bewerten:

- Ist die Maßnahme für die Erreichung der Buxtehuder Zukunftsstrategie zielführend?
- Ist die Maßnahme (politisch) durchsetzbar?

Nach diesem ersten Filter galt es wiederum die Maßnahmen auszuwählen, die als **Leitprojekte** durch ihre Umsetzung zwingend zur Erreichung der künftigen strategischen Ausrichtung des Stadtmarketingprozesses beitragen.

Die **Leitprojekte** sind Maßnahmen mit Schlüsselrolle, die unter allen Umständen vorangetrieben werden sollen. Mit den Leitprojekten werden Grundlagen für alle weiteren Maßnahmen geschaffen.

Ergebnis sind **sieben** Leitprojekte, die von der Expertenrunde auch bereits inhaltlich weitergehend definiert wurden.

Pflichtmaßnahmen stellen sinnvolle Ergänzungen dar, die je nach verfügbaren Ressourcen umgesetzt werden sollten.

Die **weiteren Maßnahmen** haben als sogenannte „Kürmaßnahmen“ einen etwas geringeren Anteil an der Wertigkeit für die Erreichung der Buxtehuder Zukunftsstrategie und werden daher bedarfsbezogen umgesetzt.

Mit dem katalogisierten Maßnahmenkatalog und den formulierten Leitprojekten liegt nunmehr ein konkreter „Fahrplan“ für die nächsten Projektschritte im Stadtmarketing vor, nach dem auch die mittelfristige Planung von finanziellen sowie personellen Ressourcen auszurichten ist.



Leitprojekt: Aufbau eines Buxtehuder Netzwerkmanagements

Zielgruppe

- Anbieter und Nutzer aus allen wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Institutionen, Verbänden, Vereinen und Gruppen
- wirtschaftsrelevante Organisationen und Institutionen
- bestehende Unternehmen
- Existenzgründer

Wer ergreift die Initiative

- Stadtmarketing-Organisation
- Wirtschaftsförderverein
- Altstadtverein

Nutzen und Ziel...

für unsere Stadt:

- Erleichtert die Bildung von Erfahrungsaustauschforen
- Instrument, um städtische wirtschaftsorientierte Themen zu verfolgen
- Zusammenführen und Bündeln des vor Ort vorhandenen Potenzials
- Erkennen und Ausfüllen von Lücken im Kommunikationsprozess
- Hohe Servicequalität
- Imagegewinn für Buxtehude
- Ausbau der Marke Buxtehude
- Transparenz
- Synergienutzung

und

für die zukünftige strategische Ausrichtung des Stadtmarketing-Prozesses:

- Ausbau und Sicherung von technologie-orientierten Unternehmen mit Vernetzungspotenzial in der Region / Innovations- und Bildungsstadt
- Familienfreundliches, fortschrittliches Wohnen, Leben und Arbeiten
- Erlebniswelt Innenstadt / Event- und funbezogenes Freizeitverhalten
- Kooperation der Netzwerke (Gesamtnetzwerk)
- Stärkung der lokalen Identität
- Profilierung Buxtehudes durch „Servicequalität“
- Verbesserung der Position von Buxtehude im Wettbewerb der Regionen



Beschreibung

Das Buxtehuder Netzwerkmanagement ist Grundvoraussetzung für ein funktionierendes Stadtmarketing und versteht sich als zentrale Koordinations- und Auskunftsstelle für alle angebots- und nachfragerrelevanten wirtschafts- sowie eventorientierten Veranstaltungen, Einrichtungen und Dienstleister. Durch die effiziente Nutzung von Synergien werden Projekte produktiver und ganzheitlicher gestaltet.

Das Netzwerkmanagement bringt Buxtehuder Bürger und Bürgerinnen, Behörden, Organisationen, soziale und kulturelle Einrichtungen etc. in Dialog miteinander.

Aufgabe des Netzwerkmanagements:

- Koordinations- und Auskunftsstelle
- visionärer Ideengeber für das Projektmanagement im Stadtmarketing

Nutzung des Synergieeffekts

Synergienutzung mit dem Leitprojekt:

- Einrichtung einer zentralen Meldestelle- bzw. Koordinationsstelle / Installierung eines Buxtehuder Veranstaltungskalenders

Anknüpfungspunkte aus dem Bestand

- Internetauftritt der Stadt Buxtehude
- Veranstaltungskalender
- Veranstaltungskalender der Altstadt
- Broschüre der Stadt Buxtehude: „Wer, Wo, Wohin“
- Wirtschaftsförderverein
- Altstadtverein
- Liste der Ratstermine
- Stadt (Kultur und Tourismus, Stadtinfo)
- Bibliothekskatalog(e) der Stadtbibliothek
- Theater und Konzerte
- Museumsprogramm
- Jahresprogramm der Stadtjugendpflege
- Jahresprogramm des Seniorenbeauftragten
- Seniorenakademie
- Vorlesungsverzeichnis der Fachhochschule 21
- VHS-Broschüre
- Broschüren des Frauenbüros: „Sie suchen Ihren Weg – das finden Sie in Buxtehude“ / „Wege aus der Gewalt“, / „Lila Band“
- Heft für Elternvertreter (im Internet)
- Kindergartenbroschüren
- Kirchenschriften
- Spielpläne der Sportvereine
- Hotelverzeichnis
- weitere bestehende Vereine, Organisationen, Institutionen und Einrichtungen in Buxtehude
- bestehende regionale Kooperationen (Wirtschaft, Soziales...)
- ...



Anknüpfungspunkte aus dem Maßnahmenkatalog

Pflichtmaßnahmen:

- 2.1. Branchenübergreifende Netzwerke aufbauen und pflegen (Wirtschaft)
- 2.8. „Buxtehude meets Buxtehude“, Treffen aller Verbände, Bürger etc.

Weitere Maßnahmen:

- 2.9. Kooperation Stadt / Wirtschaft optimieren
- 9.6. Bestandsaufnahme vornehmen (Unternehmens-Datenbank)
- 2.2. freien Zugang zu Wirtschaftsstammtischen sicherstellen
- 9.3. Arbeitskreis Entbürokratisierung bilden
- 9.8. Bedarf aus Wirtschafts-, Unternehmens- und Bürgersicht erfragen

Zeitliche Realisierung

K = Kurzfristig bis Ende 2005

Finanzierung

- Stadt
- Lenkungsgruppe
- Budget der neuen Organisation

Organisationsmaßnahme:

- ▶ Beginnend mit einer Bestandsaufnahme aller relevanten öffentlichen, privaten und städtischen Veranstalter, Einrichtungen, Institutionen, etc. mit Hilfe einer noch zu erstellenden Datenbank erfolgt die kontinuierliche Kontaktpflege zu allen relevanten Institutionen. Zu klären ist, wie diese umfassende Aufgabe bewältigt werden kann im Hinblick auf finanzielle (z.B. Datenbank) wie personelle Ressourcen.



Leitprojekt · Buxtehude zur Marke entwickeln / Entwicklung eines Corporate Identity-Konzepts für Buxtehude

Zielgruppe

- Buxtehuder Bürgerinnen und Bürger
- bestehende und neue Unternehmen in und um Buxtehude
- Potenzielle Investoren und Multiplikatoren
- Einzelhandel
- Besucher und Touristen
- Tourismus, Hotellerie, Gastronomie, Veranstalter
- Stadtverwaltung
- Verbände, Institutionen und Einrichtungen

Wer ergreift die Initiative

- Wirtschaft
- Stadt

Nutzen und Ziel...

für unsere Stadt:

- Professionelle Außendarstellung
- Profilierung Buxtehudes: Steigerung des Bekanntheitsgrades / Imagegewinn
- Aufbau der Marke Buxtehude:
 - Corporate Identity (Kultur und Philosophie der Stadt Buxtehude, Leitbild)
 - Schaffung eines einheitlichen Erscheinungsbildes als Visualisierung der Geschlossenheit der zukünftigen Entwicklung (Logo, Farben, Schrift etc.)
 - Darstellung und Kommunikation der Stadt als Einkaufsstadt, Wirtschaftsstandort, Märchenstadt, Sportstadt, familienfreundliche Stadt etc.
- Darstellung und Kommunikation der Stadt und ihrer Möglichkeiten als Einkaufsstadt
- Marke als Schlüssel erfolgreicher Ansiedlungsanreize
- Lokale Identität der Buxtehuder Bürgerinnen und Bürger, des Handels und der Buxtehuder Organisationen
- Ausbau der Wettbewerbsfähigkeit Buxtehudes in der Region
- bedarfsgerechte Ansprache von Zielgruppen / individuelle Ansprache mit wirtschaftlicher Komponente
- Imagegewinn für Buxtehude
- Ausbau der Marke Buxtehude

und



für die zukünftige strategische Ausrichtung des Stadtmarketing-Prozesses:

- Ausbau und Sicherung von technologie-orientierten Unternehmen mit Vernetzungspotenzial in der Region / Innovations- und Bildungsstadt
- Familienfreundliches, fortschrittliches Wohnen, Leben und Arbeiten
- Erlebniswelt Innenstadt / Event- und funbezogenes Freizeitverhalten
- Stärkung der lokalen Identität
- Profilierung der Stadt Buxtehude durch „Servicequalität“
- Verbesserung der Position von Buxtehude im Wettbewerb der Regionen

- **Städtische Gesamtbotschaft: „Buxtehude – die innovative Hansestadt mit den märchenhaften Möglichkeiten“**

Beschreibung

Nach Abschluss der Konzeptionsphase des Stadtmarketingprozesses gilt es nun, das ‚neue‘ Profil von Buxtehude mit Leben zu füllen und an die internen und externen Zielgruppen heranzutragen. Buxtehude soll weiter profiliert und zu einer Marke etabliert werden. Es muss ein Konzept erarbeitet werden, wie sich die Stadt im Rahmen einer schlüssigen Corporate Identity (CI) künftig positionieren soll. Die Positionierung ist u. a. Schlüssel erfolgreicher Ansiedlungs-Initiativen und Grundlage zum Ausbau der Wettbewerbsfähigkeit. Dies beinhaltet auch eine Kampagnenplanung zur regionalen und überregionalen Kommunikation und Werbung.

Im Spannungsfeld zwischen historisch geprägter Märchenstadt und leistungsstarkem Wirtschaftsstandort soll neben der Innenwirkung auch verstärkt die Außenwirkung in die strategische Positionierung Buxtehudes einbezogen werden.

Es gilt, das Profil von Buxtehude mit seinen Standortvorteilen zu verstärken und über das Stadtgebiet hinaus durch konsequente und abgestimmte Anwendungen zu kommunizieren.

Standortvorteile Buxtehudes:

Alleinstellungsmerkmale „Lokale Identität“

(vgl. Starke-Schwächen-Chancen- Risiko-Analyse):

- Historische Altstadt
- Fleth und Hafen
- Nähe zu Hamburg
- Nähe zum Alten Land
- Sport (u.a. BSV-Handball, Motorsport)
- Märchenstadt: Hase und Igel, etc.
- Fachhochschule 21
- Malerschule

Sowie:

- Besondere Angebote der Kinderbetreuung: Modell des Betriebskindergartens, Kinderbetreuung „Igelnest und Hasenhöhle“
- Aktive Kulturszene
- Sportangebote
- Branchenmix



Nutzung des Synergieeffekts

Synergienutzung mit dem Leitprojekt:

- Aufbau eines Buxtehuder Netzwerkmanagements

Anknüpfungspunkte aus dem Bestand

- Altstadt
- Wirtschaftsstandort
- Logo Buxtehude (aus dem Bestand)
- Hansestadt
- Märchen (Hase und Igel; Hund, der mit dem Schwanz bellt, etc.)
- Regional: Metropolregion „Marke Hamburg“

Anknüpfungspunkte aus dem Maßnahmenkatalog

Pflichtmaßnahmen:

- 3.2. Arbeitsgruppe PR gründen
- 3.5. Regionalmarketing - qualifizierte All-Round-PR - um ganzheitlich – abgestimmt mit Nachbargemeinden – Buxtehude besser zu vermarkten
- 3.6. Buxtehude als Einkaufsstadt und Gewerbezentrum bewerben / Maßnahmen entwickeln

Weitere Maßnahmen:

- 3.12. Internet (eigener Auftritt als Link unter www.buxtehude.de)
- 5.45. Aktionstage (z.B. Marketingaktion von Wirtschaft + Stadt) entwickeln
- 3.7. Metropolennähe besser im Sinne der Vermarktung Buxtehudes nutzen, Zusammenarbeit forcieren (Wirtschaft/Tourismus/Verkehr)
- 3.10. Image-Kampagne („Ich bin hier, weil...“)
- 5.11. Hase & Igelpreis für ehrenamtliches Engagement
- 3.13. fahrradfreundliche Stadt Buxtehude zum Markenzeichen entwickeln
- 3.8. Print/Internet/Pressearbeit wirtschaftsbezogen weiterentwickeln
- 3.3. Werbegemeinschaft gründen
- 3.4. Kampagnenplanung zur überregionalen Werbung
- 3.11. mehr Werbung für ÖPNV- Angebote
- 4.3. Printversion Stadtführer (Tourismus) entwickeln

Zeitliche Realisierung

K = Kurzfristig bis Ende 2005



Finanzierung

- Stadt
- Wirtschaft

Organisationsmaßnahme:

- ▶ Gründung einer Arbeitsgruppe Marketing und Öffentlichkeitsarbeit, aus:
 - Vertretern der Stadt aller Fachbereiche
 - PR und Marketing-Fachleute (u. a. Texter, Grafiker)
 - Stadtmarketing e.V.(Vorschlag der Expertenrunde III.: Ausschreibung eines Wettbewerbes an Hochschulen)
- ▶ Es muss geklärt werden, wer die Arbeitsgruppe zusammenruft, den Moderations- und Koordinationsaufwand bewältigt, etc.
- ▶ Entwicklung eines Generalplanes der aufzeigt, welche Informationsbedürfnisse bei welchen Zielgruppen wie befriedigt werden sollen (Stichwort: Gemeinsame Botschaft / Mehrwert für alle Bereiche)
- ▶ Aufstellung von Jahresplänen und Kommunikationsetats
- ▶ Konzept ‚Sponsorenpool‘
- ▶ Gründung einer Werbegemeinschaft
Die Gründung einer Werbegemeinschaft muss eingebettet werden in die noch zu gründende Arbeitsgruppe ‚Marketing und Öffentlichkeitsarbeit‘.



Leitprojekt · Entwicklung eines Maßnahmenkonzeptes zur Planung und Realisierung von praxistauglichen Ansiedlungsanreizen / Technologietransfer stärken / Clusterbildung Wirtschaft: Schwerpunkte setzen und vernetzen

Zielgruppe

- Wirtschaft der Stadt Buxtehude (Bestand und Neuansiedlung)
- Existenzgründer

Wer ergreift die Initiative

- Stadt (Wirtschaftsförderung)
- Wirtschaftsförderverein
- Altstadtverein
- Technologiezentrum Buxtehude (TZB)

Nutzen und Ziel...

für unsere Stadt:

- Schaffung von Arbeitsplätzen
- Schaffung von Anreizen für Existenzgründer
- Bindung vorhandener Unternehmen an den Standort Buxtehude erhöhen
- Gewinnung neuer Unternehmen/Branchen an den Standort Buxtehude
- Bestandspflege
- Mehr Gewerbesteuerereinnahmen
- Hohe Servicequalität
- Imagegewinn für Buxtehude

und

für die zukünftige strategische Ausrichtung des Stadtmarketing-Prozesses:

- Ausbau und Sicherung von technologie-orientierten Unternehmen mit Vernetzungspotenzial in der Region / Innovations- und Bildungsstadt
- Familienfreundliches, fortschrittliches Wohnen, Leben und Arbeiten
- Profilierung Buxtehudes durch „Servicequalität“
- Verbesserung Buxtehudes Position im Wettbewerb der Regionen



Beschreibung

Auf der Grundlage der ausgeprägten Stärken Buxtehudes in den Bereichen:

- Ausgewählte Vorzeigeunternehmen
- Regionale Voraussetzungen, z.B.: Airbus
- Aktive wirtschaftsnahe Vereine
- Ausbaubare Ansätze, z.B.: Pioneer
- Gleichgewicht der Ein- und Auspendler
- Technologiezentrum

sollen Ansiedlungsanreize für Unternehmen geschaffen werden.

Es sollte zunächst eine marketinggerechte Analyse harter und weicher Standortfaktoren der Stadt erfolgen sowie maßgeschneiderte Ansiedlungs-Akquisitionen für Buxtehude entwickelt werden. Die Erstellung eines zielgruppen-orientierten Kataloges für Branchen ist als innovative Idee aufzugreifen.

Nutzung des Synergieeffekts

Synergienutzung mit den Leitprojekten:

- Aufbau eines Buxtehuder Netzwerkmanagements
- Entwicklung eines Corporate Identity-Konzepts für Buxtehude

Anknüpfungspunkte aus dem Bestand

- regionale Projekte: z.B.: Süderelbe 21, Landkreis Stade CFK-Valley
- Steinbeis-Transferzentrum Stade (STZ Stade)
- Fachhochschule 21
- Kindergarten für Betriebe

Anknüpfungspunkte aus dem Maßnahmenkatalog

Pflichtmaßnahmen:

- 9.4. Regionale Entwicklungskonzepte aktiv mitgestalten
- 9.5. Wirtschaftsförderung ausbauen
- 2.9. Kooperation / Stadt Wirtschaft optimieren
- 9.12. Standort FH 21 sichern
- 8.13. Gesamtverkehrskonzept (VEP) in allen Verkehrsarten fortschreiben
- 8.18. Optimierung des vorhandenen Innenstadtparkraums (hat Priorität vor der Schaffung neuer Parkplätze)



Weitere Maßnahmen:

- 9.7. Unternehmensbesuchsprogramm/Bestandpflege weiterentwickeln
- 9.1. Ansiedlungsanreize und Flächenpool für Gewerbeflächen schaffen und offensiv vermarkten
- 7.26. Umnutzung brachliegender Flächen (Spielräume des Flächennutzungsplans ausloten und nutzen)
- 9.8. Bedarf aus Wirtschafts- Unternehmens- und Bürgersicht erfragen.
- 9.11. Zusammenarbeit mit der TU Harburg (anknüpfen an Stärken von Buxtehude: zukunftsweisend im Flugzeugbau/KID-System vernetzen mit Ausbildungsangebot: Flugzeugbau an FH und TU Harburg)
- 7.25. mehr Gewerbegebiete in den Außenbezirken/ Branchen-Mix beibehalten (Gewerbeentwicklungsplan ist eingeleitet)
- 7.30. neue Gewerbeflächen ausweisen
- etc.

Zeitliche Realisierung

L = Start sofort
Langfristig bis Ende 2013

Finanzierung

- Stadt
- Wirtschaft

Organisationsmaßnahme

- ▶ Erstellung eines Konzeptes (marketinggerechte Analyse harter und weicher Standortfaktoren der Stadt / maßgeschneiderte Ansiedlungs-Akquisitionen für Buxtehude / zielgruppen-orientierter Katalog für Branchen) der städtischen Wirtschaftsförderung in Zusammenarbeit mit dem Wirtschaftsförderverein.



Leitprojekt · Einrichtung einer zentralen Meldestelle- bzw. Koordinationsstelle / Installierung eines Buxtehuder Veranstaltungskalenders für sämtliche Veranstaltungen (Internet und Druckversion)

Zielgruppe

- Bürgerinnen und Bürger aus Buxtehude und dem Umland
- Touristen
- Sportler
- Anbieter und Nutzer von Veranstaltungen

Wer ergreift die Initiative

- Stadt (Kultur und Tourismus)

Nutzen und Ziel...

für unsere Stadt:

- Orientierung und Information
- Erhöhung der Besucher-/ Kundenfrequenz
- Vermeidung von Überschneidungen
- Kooperation der Netzwerke
- erleichterte Abstimmung mit (über-)regionalen Terminen
- umfassende Öffentlichkeitsarbeit

und

für die zukünftige strategische Ausrichtung des Stadtmarketing-Prozesses:

- familienfreundliches, fortschrittliches Wohnen, Leben und Arbeiten
- Erlebniswelt Innenstadt / Event- und funbezogenes Freizeitverhalten
- Stärkung der lokalen Identität
- Profilierung Buxtehudes durch „Servicequalität“
- Verbesserung Buxtehudes Position im Wettbewerb der Regionen

Beschreibung

Einrichtung einer zentralen Melde- bzw. Koordinationsstelle für alle relevanten öffentlichen, privaten und städtischen Veranstaltungen. Permanente Pflege dieser Datenbank und kontinuierliche Kontaktpflege zu allen relevanten Veranstaltern.

- Kulturelle Veranstaltungen (Theater, Konzerte, Lesungen, Ausstellungen, Kleinkunstigel etc.)
- Shopping-Erlebnisse
- Veranstaltungen im Bereich Essen und Trinken



-
- Veranstaltungen der Gastronomie
 - Veranstaltungen der Stadtbibliothek
 - Veranstaltungen des Frauenbüros
 - Veranstaltungen für Kinder und Jugendliche
 - Messen und Ausstellungen
 - Märkte
 - Sportveranstaltungen
 - Spiel und Spaß
 - Partys
 - Highlights jeder Art
 - etc.

Der Veranstaltungskalender sollte zunächst online erstellt, später auch als Druckversion erhältlich sein. Voraussetzung sind Regelmäßigkeit und Aktualität; langfristig sollten ergänzend überregionale Presseinformationen erfolgen.

Nutzung der Synergieeffekte

Synergienutzung mit den Leitprojekten:

- Aufbau eines Buxtehuder Netzwerkmanagements
- Buxtehude zur Marke entwickeln / Entwicklung eines Corporate Identity-Konzepts für Buxtehude

Anknüpfungspunkte aus dem Bestand

- Öffentlichkeitsarbeit der Stadt Buxtehude: städtischer Veranstaltungskalender im Internet
- Stadt (Kultur und Tourismus, Stadtinfo)
- Broschüre der Stadt Buxtehude: „Wer, Wo, Wohin“

Zeitliche Realisierung

K = Kurzfristig bis Ende 2005

Finanzierung

- Sponsoren
- Veranstalter



Organisationsmaßnahme

- Bestandsaufnahme aller relevanten öffentlichen, privaten und städtischen Veranstalter
- Einrichtung einer Datenbank
- permanente Pflege der Datenbank
- kontinuierliche Kontaktpflege zu allen relevanten Veranstaltern
- zentrale Meldestelle- und Koordinationsstelle
(Wer und Wo? personelle Ressourcen reichen über die Erfassung städtischer Veranstaltungen hinaus derzeit nicht aus)
- Erweiterung Pressedienst



Leitprojekt · Koordinierte Öffnungszeiten von Dienstleistungsunternehmen: (verlässliche Kernzeiten vereinbaren)

Zielgruppe

Konsumenten / Nutzer sowie Beschäftigte der Dienstleistungsunternehmen von:

- Buxtehuder Geschäften
- Verwaltung
- Gastronomie
- Banken
- Kindergärten
- ÖPNV
- Agentur für Arbeit

Wer ergreift die Initiative

- Altstadtverein
- Wirtschaftsförderverein
- Verein Stadtmarketing oder Rechtsnachfolger
- Dienstleistungseinrichtungen
- Mitglieder des Runden Tisches: "Zeiten und Qualität im ländlichen Raum und in der Stadt"

Nutzen und Ziel...

für unsere Stadt:

- mehr Lebensqualität durch eine bessere zeitliche Abstimmung der Buxtehuder Dienstleistungsunternehmen
- Verlässlichkeit
- Wettbewerbsvorteil
- Servicequalität
- Kundenbindung
- verbindliche einheitliche Kommunikationsgrundlage (Alleinstellungsmerkmal)

und

für die zukünftige strategische Ausrichtung des Stadtmarketing-Prozesses:

- familienfreundliches, fortschrittliches Wohnen, Leben und Arbeiten
- Erlebniswelt Innenstadt / Event- und funbezogenes Freizeitverhalten
- Stärkung der lokalen Identität
- Profilierung Buxtehudes durch „Servicequalität“
- Verbesserung Buxtehudes Position im Wettbewerb der Regionen



Beschreibung

Harmonisierung und Bündelung der Öffnungs-, Arbeits- und Servicezeiten sowie Kinderbetreuung zur Vereinbarkeit von Familie und Beruf. Hierbei geht es um die Berücksichtigung wirtschaftlicher als auch sozialer Aspekte.

Nutzung des Synergieeffekts

Synergienutzung mit dem Leitprojekt:

- Ausschöpfung der Flexibilität der Buxtehuder Kinderbetreuung (Mittagstisch unter pädagogischer Aufsicht / zeitliche Flexibilität: erweiterte Öffnungszeiten / altersgemischte Gruppen)
- „Marke Buxtehude“

Anknüpfungspunkte aus dem Bestand

- Altstadtverein
- Kundenumfragen und Kundenwünsche
- Runder Tisch: „Zeiten und Qualität im ländlichen Raum und in der Stadt“

Zeitliche Realisierung

M = Start sofort
Mittelfristig bis Ende 2007

Finanzierung

- Initiatoren

Organisationsmaßnahme:

- ▶ Gründung einer Arbeitsgruppe / eines Runden Tisches „Koordinierte Öffnungszeiten von Dienstleistungsunternehmen in Buxtehude“, aus:
 - Vertretern des Altstadtvereins
 - Vertretern des Wirtschaftsförderungsvereins
 - Vertretern des Runden Tisches: „Zeiten und Qualität im ländlichen Raum und in der Stadt“
 - Vertretern der Stadt (Frauenbeauftragte, Personal und Organisation sowie Jugend)
 - Vertretern aller betr. Buxtehuder Dienstleistungsunternehmen
 - Vertretern aller Buxtehuder Behörden, Institutionen, Organisationen und Vereine
- ▶ Es muss geklärt werden, wer die Arbeitsgruppe zusammenruft, den Moderations- und Koordinationsaufwand bewältigt und Entscheidungsgrundlagen für die Arbeitsgruppe vorbereitet.



Leitprojekt · Mehrgenerationenhaus / Buxtehuder übernehmen Patenschaften

Zielgruppe

- Das Mehrgenerationenhaus ist offen für alle Menschen in Buxtehude: Familien, Frauen, Männer, Jugendliche, Kinder, Senioren, Junge und Alte...

Initiative

- Workshop Mensch Buxtehude: Konzept und Antragstellung
- Frauenbeauftragte der Stadt Buxtehude: Konzept und Antragstellung
- Vertreter aller Vereine und Institutionen, die das Mehrgenerationenhaus nutzen können

Nutzen und Ziel...

für unsere Stadt:

- Innovative Stadtentwicklung: das Mehrgenerationenhaus wird Imagerträger für Buxtehude als familienfreundliche und generationsübergreifende Stadt
- Eingehen auf veränderte soziale Strukturen: immer mehr Alleinerziehende, Alterung und Jugendmangel, mehr Singles, Einpersonenhaushalte
- Generationen sind unter einem Dach verbunden: Generationen übergreifendes Miteinander - Füreinander
- Gewalt soll vorgebeugt, Zivilcourage gefördert und Bürgersinn gestärkt werden
- Kommunikation soll gefördert werden / Entgegenwirkung der zunehmenden Vereinsamung: Schaffung eines Treffpunktes
- das Mehrgenerationenhaus als Forum für gegenseitige Hilfe und Unterstützung
- alle können voneinander profitieren, da jeder für andere etwas anzubieten hat
- Stützen des ehrenamtlichen Engagements
- Förderung von Eigeninitiative

und

für die zukünftige strategische Ausrichtung des Stadtmarketing-Prozesses:

- familienfreundliches, fortschrittliches Wohnen, Leben und Arbeiten
- Stärkung der lokalen Identität
- Profilierung Buxtehudes durch „Servicequalität“
- Verbesserung Buxtehudes Position im Wettbewerb der Regionen



Beschreibung

Die veränderten gesellschaftlichen, sozialen Strukturen (Alterung, Jugendmangel, immer mehr Alleinerziehende, Vereinsamung etc.) intensivieren die Forderung nach einer familienfreundlichen Stadt. Die Einrichtung eines Mehrgenerationenhauses soll den veränderten sozialen Strukturen Rechnung tragen.

Ziel ist lebendiges und Generationen übergreifendes Miteinander und Füreinander in Buxtehude. Dabei soll insbesondere das „Miteinander“ wieder im Vordergrund stehen.

Um die Fördergelder des Niedersächsischen Ministeriums für Soziales, Familie und Gesundheit zur Einrichtung eines Mehrgenerationenhauses in Buxtehude zu erhalten, müssen einige Grundvoraussetzungen erfüllt werden:

- Lage: Geeignet sind Räume, die möglichst zentral gelegen sind, sie müssen zu Fuß erreichbar sein. Sie sollten hell und von ausreichender Grünfläche umgeben sein.
- Größe: Gefördert wird eine Fläche ab mindestens 100 m². Das Mehrgenerationenhaus soll aus mehreren Räumen bestehen:
 - einem Begegnungs- und Kommunikationsraum
 - einem Raum in dem eine Kinderbetreuung stattfinden kann
 - einer Küche

Das Mehrgenerationenhaus als Forum für:

- Gesprächskreise
- Musikkreise
- Forum für Patenschaften und gegenseitige Hilfe: Personen und Objekte
- Forum für den Buxtehuder Tauschring
- Forum für den offenen Treffpunkt für berufstätige Mütter
- PC-Internet-Tutorenring
- Beratung und Vermittlung von Tagesmüttern
- Kinderbetreuungsangebot in besonderen Situationen
- Vorlesestunden
- Kochkreise
- Nachhilfe für Erwachsene (Rechtschreibung, kaufmännisches Rechnen etc./ auch für Schülerinnen und Schüler
- Deutschkurse für ausländische Mitbürgerinnen und Mitbürger
- einfach ein Treffpunkt: das Mehrgenerationenhaus soll die Möglichkeit bieten, sich auch ohne Anlass zu treffen, um gemeinsame Aktivitäten im Gespräch zu entwickeln

Projekt „Buxtehuder übernehmen Patenschaften“:

„Buxtehuder übernehmen Patenschaften“ ist ein Teil des Angebotes im Kontext des Mehrgenerationenhauses.

Hier gilt es, zunächst einen Angebotskatalog zusammenzustellen und zu veröffentlichen.



Anknüpfungspunkte aus dem Bestand

- Begegnungsstätte: Hoheluft
- Freizeithaus
- Kulturabteilung: KREaktiv Börse
- Tauschring Buxtehude

Anknüpfungspunkte aus dem Maßnahmenkatalog

Pflichtmaßnahmen:

- 5.9. Interessen von Jugendlichen stärker berücksichtigen
- 10.3. Patenschaften (kleine Grünbereiche, Bäume, Gewässer, Nisthilfen)
- 2.7. Jugendliche als PC-/ Internettutoren für Ältere

Zeitliche Realisierung

Konzept und Antrag sofort
K = Kurzfristig bis Ende 2005

Finanzierung

- Das Mehrgenerationenhaus wird vom Niedersächsischen Ministerium für Soziales, Familie und Gesundheit gefördert, wenn ein förderungswürdiges Konzept vorgelegt wird. Die Förderung besteht aus der Kostenübernahme einer 30-Stunden-Kraft für fünf Jahre sowie einer Sachkostenbeteiligung und begleitender Fachberatung in der Gründungs- und Projektphase.
- Spenden

Organisationsform

- ▶ Es müsste eine Arbeitsgruppe Mehrgenerationenhaus / Patenschaften zur Konzepterstellung gegründet werden, aus:
 - Vertretern der Stadt (Frauenbeauftragte, Jugend, Soziales Senioren), Kultur und Tourismus: KREaktiv)
 - Vertretern der Kirchen
 - Vertretern sozialer Einrichtungen
 - Vertretern des Buxtehuder TauschringsEs sollte ein Aufruf über die Presse an alle Buxtehuder Bürger und Bürgerinnen erfolgen und zum Mitwirken an diesem Leitprojekt auffordern.



-
- ▶ Folgende Voraussetzungen müssen noch abschließend geklärt werden:
 1. Trägerschaft: Träger können sein: Kommune, Wohlfahrtsverbände, Initiativen, Vereine, Kirchen, Bildungsträger, Träger der Jugend- und Altenhilfe u. a.
Der Träger hat die Aufgabe, die Gründung, den Aufbau und das Bestehen des Mehrgenerationenhauses sicher zu stellen. Dabei kommt es darauf an, das Selbsthilfekonzept des Mehrgenerationenhauses zu unterstützen und zu fördern.
 2. Bereitstellung einer geeigneten Fläche ab 100 qm (Auflage!)
 3. Übernahme der Betriebskosten

 - ▶ Es muss geklärt werden, welche Stelle die Arbeitsgruppe zusammenruft, den Moderations- und Koordinationsaufwand bewältigt etc.



Leitprojekt · Ausschöpfung der Flexibilität der Buxtehuder Kinderbetreuung

Zielgruppe

- Alleinerziehende / berufstätige Eltern
- Kindergärten
- Wirtschaft
- Schulen
- Kinder

Initiative

- Eltern
- Vertreter der Kindergärten und Schulen
- Träger der Wirtschaft

Nutzen und Ziel...

für unsere Stadt:

- Vereinbarkeit von Beruf und Kindern
- Flexiblere Einsetzbarkeit von MitarbeiterInnen der heimischen Wirtschaft
- Entgegenwirken des Trends der zukünftigen Jugendknappheit. Verschärfter Wettbewerb um Nachwuchs

und

für die zukünftige strategische Ausrichtung des Stadtmarketing-Prozesses:

- Ausbau und Sicherung von technologie-orientierten Unternehmen mit Vernetzungspotenzial in der Region / Innovations- und Bildungsstadt
- familienfreundliches, fortschrittliches Wohnen, Leben und Arbeiten
- Stärkung der lokalen Identität
- Profilierung Buxtehudes durch „Servicequalität“
- Verbesserung der Position Buxtehudes im Wettbewerb der Regionen

Beschreibung

Kindergärten und Schulen müssen den Anforderungen und Veränderungen des sozialen und Arbeitslebens angepasst werden (Vereinbarkeit von Kindern und Beruf).

Innerhalb der gesetzlichen Möglichkeiten sollen die Chancen für Flexibilitäten ausgeschöpft werden. Dies sind vor allem:

- Mittagstisch unter pädagogischer Aufsicht (auch an den Schulen)
- zeitliche Flexibilität: erweiterte Öffnungszeiten
- altersgemischte Gruppen



Nutzung des Synergieeffekts

Synergienutzung mit dem Leitprojekt:

- Koordinierte Öffnungszeiten von Dienstleistungsunternehmen (Vereinbarung verlässlicher Kernzeiten)

Anknüpfungspunkte aus dem Bestand

- Frauenbeauftragte der Stadt Buxtehude
- Jugendhilfeplanung
- Kindertagesstätte Rotkäppchenweg
- Kindertagesstätte der AWO im Erikaweg
- Kindergarten für Betriebe
- Offener Treffpunkt berufstätiger Mütter
- Igelnest und Hasenhöhle
- Leitbild: „Kinderbetreuung“ des Runden Tisches: „Zeiten und Qualität im ländlichen Raum und in der Stadt“

Anknüpfungspunkte aus dem Maßnahmenkatalog

Pflichtmaßnahmen:

- 7.21. (pädagogischen) Mittagstisch in den Kindergärten und Schulen einrichten
- 7.22. Erfahrungsrunde „flexibler Kindergarten“ und „flexible Schule“ einrichten

Zeitliche Realisierung

K = Kurzfristig bis Ende 2005

Finanzierung

- Initiatoren
- Eltern

Organisationsmaßnahme

- ▶ Einrichtung eines Runden Tisches, aus:
 - Vertretern der Stadt (Jugend, Frauenbeauftragte, Soziales)
 - Vertreter Buxtehuder Kindergärten und Schulen
 - Engagierte Eltern
 - Offener Treffpunkt berufstätiger Mütter
- ▶ Es muss geklärt werden, wer die Arbeitsgruppe zusammenruft, den Moderations- und Koordinationsaufwand bewältigt etc.