



# Aktionsbereiche Maßnahmen Perspektiven



## Das Projekt „Konsequent in die Zukunft“

# Warum dieses Projekt zur Stadtentwicklung?

- **Standortwettbewerb**
  - **regional**
  - **überregional**
  - **international**

- **Wohnen**
- **Freizeit**
- **Tourismus**
- **Kultur**
- **Einkaufen**
- **Unternehmen**

# Was wollen wir mit „Konsequent in die Zukunft“ für Bad Salzdetfurth erreichen?

- Verbindliche Grundlage für die Stadtentwicklung
- **Positionierung der Stadt**
- Aktionsbereiche
- **Grundlegende Maßnahmen**

- **Attraktivität**
- **Qualität**
- **Zukunftssicherung**

# Wie das Projekt abgelaufen ist

- Breite Beteiligung von Bürgern/Bürgerinnen und Akteuren
- **Rollierender Entwicklungsprozess**
- Erfahrungen aus anderen Stadtentwicklungsprojekten

Projektbeginn (September 2015)	Auftaktveranstaltung mit Impulsvortrag
Stufe 1 (Oktober/November 2015)	Bestandsaufnahme und Analyse
Stufe 2 (Dezember 2015/Januar 2016)	Entwicklung Markenwerte und Positionierung
Stufe 3 (Februar/März 2016)	Erarbeitung Handlungsfelder
Stufe 4 (April/Mai 2016)	Erarbeitung Maßnahmenplan

## Befragungen Diskussionsrunden Gespräche

### Diskussionsrunden Projektstufe "Positionierung"

---

Schon zwei Wochen nach den ersten Kleingruppen-Diskussionen wurden fanden sich die Teilnehmer wieder zusammen. In diesmal insgesamt drei Gruppen wurde die zukünftige Positionierung von Bad Salzdetfurth diskutiert. Dabei ging es um Fragen wie:

- Wofür steht Bad Salzdetfurth in Zukunft?
- Welches sind die Hauptmerkmale, mit denen die Stadt in Verbindung gebracht werden soll?
- Welche Bereiche sind für die Stadt zukunftsträchtig?

In sehr positiver und konstruktiver Atmosphäre sprachen wiederum nahezu 50 Bürgerinnen und Bürger aus allen Bereichen des städtischen Lebens über Möglichkeiten und Chancen, sich als Stadt neu zu positionieren und den zukünftigen Maßnahmen und Investitionen einen Roten Faden zu geben.

### Diskussionsrunden Projektstufe "Analyse"

---

Am 20. und 24. November fanden in sechs Kleingruppen Diskussionsrunden statt. Insgesamt mehr als 50 Teilnehmer kamen zu den eineinhalbstündigen Veranstaltungen ins Relexa-Hotel. In intensiver Diskussion wurden die Hauptpunkte aus den Befragungen nochmals hinterfragt, bewertet und auch schon Optimierungsvorschläge besprochen.

Im Mittelpunkt standen Qualität und Bedeutung der Altstadt mit all ihren Facetten. Dabei ging es um Infrastruktur, Begrünung, Beleuchtung und Lamme genauso wie um Einzelhandel, Gastronomie, Feste und Aufenthaltsqualität.

### Erste Befragung

---

Ein Hauptbestandteil des Projektschritts „Bestandsaufnahme & Analyse“ war eine umfassende Befragung von Bürgerinnen und Bürgern. Konzeption und Planung der verschiedenen Befragungen erfolgten in der ersten Oktoberhälfte. Die Befragungen an sich fanden von Mitte Oktober bis Mitte November auf verschiedenen Wegen statt:

- Straßenbefragung im Stadtgebiet von Bad Salzdetfurth
- Onlinebefragung über das Projekt-Online-Portal

## Online-Portal Ideenplattform Information Kommunikation

### Ideenplattform

Ungefähr einmal pro Monat wird hier eine Diskussion zu einem bestimmten Schwerpunktthema angestoßen. Sie haben in diesem Bereich des Online-Portals die Möglichkeit, eigene Ideen und Vorschläge einzubringen.

Ihre Vorschläge werden gesammelt und im Rahmen des Entwicklungsprozesses "Konsequent in die Zukunft" weiter diskutiert. Bitte haben Sie Verständnis dafür, dass nicht jede Idee Berücksichtigung finden oder sofort umgesetzt werden kann. Hierzu sind in der Regel weitere Vorbereitungen nötig.

Die Ideenplattform bietet die Möglichkeit, alle eingestellten Vorschläge zu kommentieren. Bitte machen Sie regen Gebrauch davon! Denn nur so wird deutlich, ob eine Idee oder ein Vorschlag die Unterstützung der Öffentlichkeit genießt.

Danke für Ihre Mitwirkung!

#### **Achtung:**

Seit Anfang Januar ist eine neue [ ... ]  
Wir freuen uns auf Ihre Ideen und



### Steigerung der Attraktivität der Altstadt

776 mal betrachtet. 9 Ideen. 9 Kommentare.



### Wohnort Bad Salzdettfurth - zu empfehlen?

137 mal betrachtet. 10 Ideen. 0 Kommentare.

## Bürgerbeteiligung

### Vorschläge, Ideen, Gedanken über die Ideenplattform



## Steigerung der Attraktivität der Altstadt

776 mal betrachtet. 9 Ideen. 9 Kommentare.



erstellt am 29.11.15 14:18 - #7

### Beleuchtung



Die autobahngerechten viel zu hohen Großleuchten müssen durch kleinteilige Strassenlaternen ersetzt werden, damit das Licht dort ankomm... [mehr](#)



erstellt am 13.11.15 14:38 - #2

### Bürgerpark attraktiv machen



Momentan bietet der Bürgerpark zwar die Möglichkeit für Spaziergänge, aber der Park hinterlässt nicht den besten Eindruck. Man sieht, das... [mehr](#)



erstellt am 18.11.15 10:30 - #3

### Die "Lamme" als optischen Mittelpunkt der Stadt hervorheben



Das Stadtbild ist stark durch die Lamme geprägt. Allerdings werden die Möglichkeiten, die sich dadurch bieten, zu wenig ausgenutzt. Zu... [mehr](#)



erstellt am 03.12.15 09:03 - #8

### Nutzung von Leerstand für Kreativwerkstätten u.ä.

## Bürgerbeteiligung

### Ideenplattform 5 Monatsthemen



Dezember 2015

### Attraktivität der Altstadt

Wie können wir die Ortsmitte optimieren?

Januar 2016

### Wohnen in Bad S

Wo haben

2300 Aufrufe

50 Ideen

30 Kommentare

K

An

Attraktivität?

April 2016

### Gesundheit, Kur, Aktiv

Was ist schon da, was muss noch sein?

# Bestandsaufnahme

Wie Bad Salzdetfurth heute gesehen wird



Stadt Bad Salzdetfurth  
„Konsequent in die Zukunft“

Guten Tag,  
im Auftrag der Stadtverwaltung Bad Salzdetfurth  
führen wir eine kurze Befragung zur Zukunft der  
Stadt durch. Dürfen wir Sie um Ihre Meinungen  
und Einschätzungen bitten? Die Befragung  
dauert etwa fünf bis sieben Minuten.

Frage 1  
In welchem Ortsteil bzw. in welcher anderen  
Stadt wohnen Sie?

- |   |  |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> Bad Salzdetfurth | <input type="checkbox"/> Klein Döngen  |
| <input type="checkbox"/> Bodenburg        | <input type="checkbox"/> Lechstedt     |
| <input type="checkbox"/> Brennum          | <input type="checkbox"/> Listingen     |
| <input type="checkbox"/> Diefurth         | <input type="checkbox"/> Ostrum        |
| <input type="checkbox"/> Groß Döngen      | <input type="checkbox"/> Wehsele       |
| <input type="checkbox"/> Heide            | <input type="checkbox"/> andere Stadt: |
| <input type="checkbox"/> Hockeln          |  |

Frage 2  
Welche Begriffe fallen Ihnen spontan zu Bad  
Salzdetfurth ein? Wofür steht die Stadt?  
(Stichpunkte)

Frage 3  
Welches Image hat Bad Salzdetfurth aus Ihrer  
Sicht?  
(Nutzen Sie das Schulnoten-system:  
1 = sehr gut, 6 = ganz schlecht)

- 1  2  3  4  5  6

Frage 4  
Wie schätzen Sie die Identifikation der in Bad  
Salzdetfurth lebenden Menschen mit „Ihrem“  
Stadt ein? (Bitte ankreuzen)

- sehr hoch  
 gut  
 durchschnittlich/neutral  
 weniger ausgeprägt  
 ganz gering

STADT  
BAD SALZDET FURTH  
) Konsequent in die Zukunft (((

Frage 5  
Wir nennen Ihnen einige Eigenschaftspaare.  
Ist Bad Salzdetfurth Ihrer Meinung nach  
eher... oder...?  
(Wird dem Befragten vorgelegt; auf Skala  
ankreuzen)

- |             |                          |              |
|-------------|--------------------------|--------------|
| attraktiv   | <input type="checkbox"/> | langweilig   |
| städtisch   | <input type="checkbox"/> | öblich       |
| sicher      | <input type="checkbox"/> | gefährlich   |
| sympathisch | <input type="checkbox"/> | unnahbar     |
| sozial      | <input type="checkbox"/> | distanziert  |
| modem       | <input type="checkbox"/> | traditionell |
| freundlich  | <input type="checkbox"/> | unfreundlich |
| sauber      | <input type="checkbox"/> | ungepflegt   |
| lebendig    | <input type="checkbox"/> | idyllisch    |

Frage 6  
Und nun im Einzelnen: Welche der folgenden  
Aussagen trifft auf die gesamte Stadt Bad  
Salzdetfurth zu?  
(Geben Sie die Bewertungsnoten gemäß  
Skala an. 1 = vollkommen zu, 6 = trifft gar nicht zu)

- Attraktivität
- Guter ÖPNV
  - Gute Einkaufsmöglichkeiten
  - Gutes Gastronomieangebot
  - Schönes Stadtbild/Faasordenbild
  - Gutes Schul- und Bildungsangebot
  - Hohe Aufenthalts-/Verweilqualität
  - Sehr familienfreundlich
  - Gutes Angebot für Jugendliche
  - Gute Angebote für Senioren
  - Aktives Vereinsleben
  - Starker Wirtschaftsstandort
  - Gutes Sport-/Aktivangebot

## Befragungen & Gruppendiskussionen

### Straßenbefragung

**188 Befragte**  
Oktober 2015

### Online-Befragung

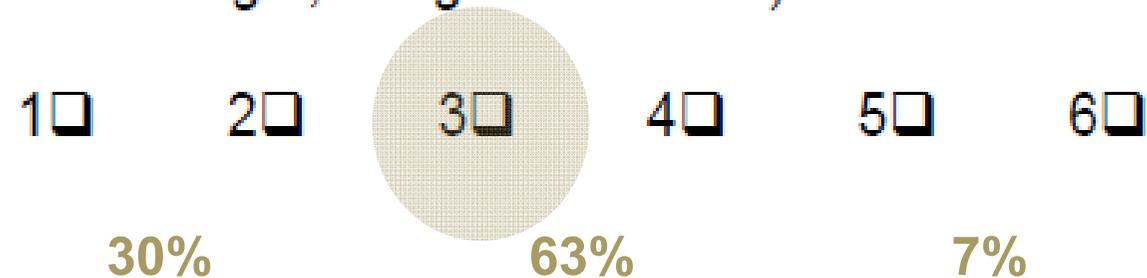
**190 Befragte**  
Oktober/November 2015

### Kleingruppen-Diskussionen

**55 Akteure in 6 Gruppen**  
November und Dezember 2015  
Februar 2016

## Welches Image hat Bad Salzdettfurth aus Ihrer Sicht?

(Nutzen Sie das Schulnotensystem:  
1 = sehr gut, 6 = ganz schlecht)

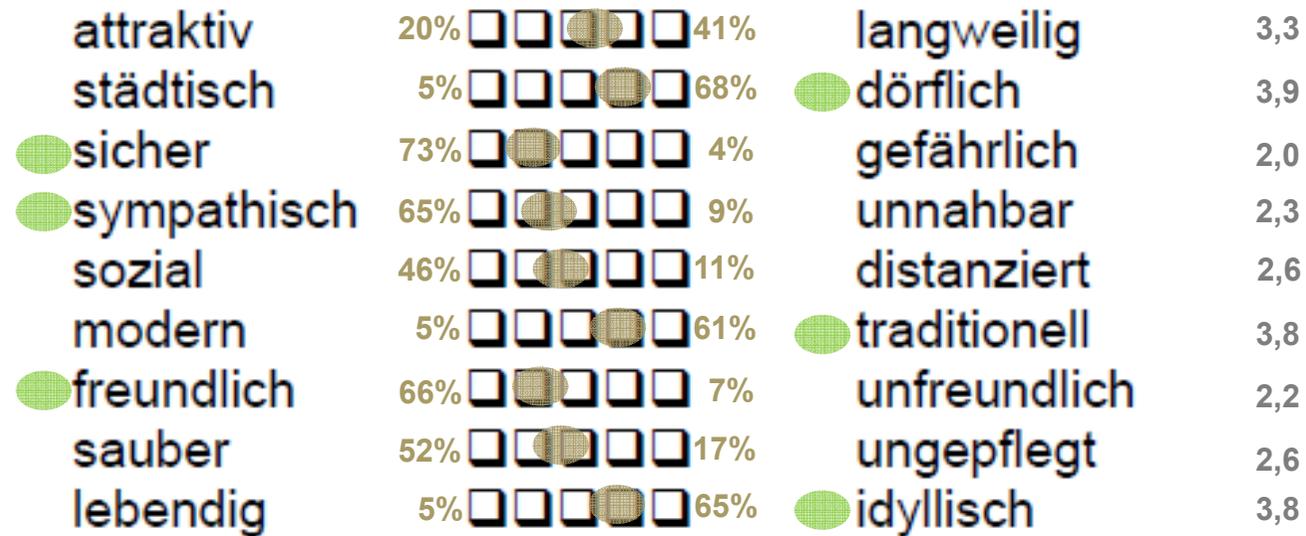


Befragungen & Gruppendiskussionen

### Selbstbild

- Bei jungen Menschen eher positiv
- Nach Ortsteilen relativ gleich
- Am besten bei Bewohnern anderer Städte

**Wir nennen Ihnen einige Eigenschaftspaare.  
Ist Bad Salzdetfurth Ihrer Meinung nach  
eher... oder....?**  
*(Wird dem Befragten vorgelegt; auf Skala  
ankreuzen)*



Befragungen & Gruppendiskussionen

## Charakter der Stadt

**Und nun im Einzelnen: Welche der folgenden Aussagen trifft auf die gesamte Stadt Bad Salzdetfurth zu?**

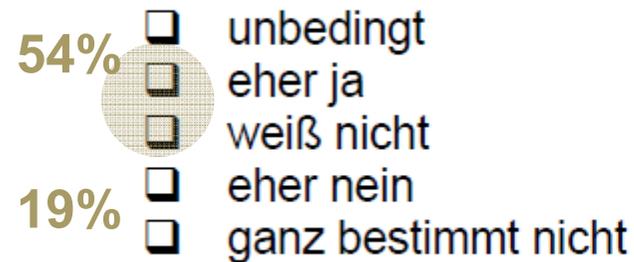
*(Geben Sie die Bewertungsnoten gemäß  
1 = trifft vollkommen zu; 6 = trifft gar nicht zu)*

Hohe Lebensqualität	<u>2,9</u>	
Gute Wohnmöglichkeiten	<u>2,5</u>	
Hohe touristische Anziehung	<u>3,6</u>	
Hoher Freizeitwert	<u>3,3</u>	
Attraktive Natur und Landschaft	<u>1,8</u>	
Attraktives Kulturangebot	<u>3,0</u>	
Guter ÖPNV	<u>2,9</u>	
Gute Einkaufsmöglichkeiten	<u>3,2</u>	
Gutes Gastronomieangebot	<u>3,9</u>	
Schönes Stadtbild/Fassadenbild	<u>2,5</u>	
Gutes Schul- und Bildungsangebot	<u>2,9</u>	
Hohe Aufenthalts-/Verweilqualität	<u>3,3</u>	
Sehr familienfreundlich	<u>3,0</u>	
Gutes Angebot für Jugendliche	<u>3,9</u>	
Gute Angebote für Senioren	<u>2,8</u>	
Aktives Vereinsleben	<u>2,7</u>	
Starker Wirtschaftsstandort	<u>4,0</u>	
Gutes Sport-/Aktivangebot	<u>2,9</u>	

Befragungen & Gruppendiskussionen

# Merkmale & Angebote von Bad Salzdetfurth

**Würden Sie Bekannten oder Freunden empfehlen, nach Bad Salzdetfurth zu ziehen?**



**Warum? Was bringt Sie zu dieser Einschätzung?**

Befragungen & Gruppendiskussionen

## Empfehlungsquote

**Ja, weil:**

**Natur, Landschaft, Ruhe, Erholung,  
Stadtbild, Anbindung und Mentalität der  
Menschen**

**Nein, weil:**

**fehlende Lebendigkeit**

## Im Überblick Stärken

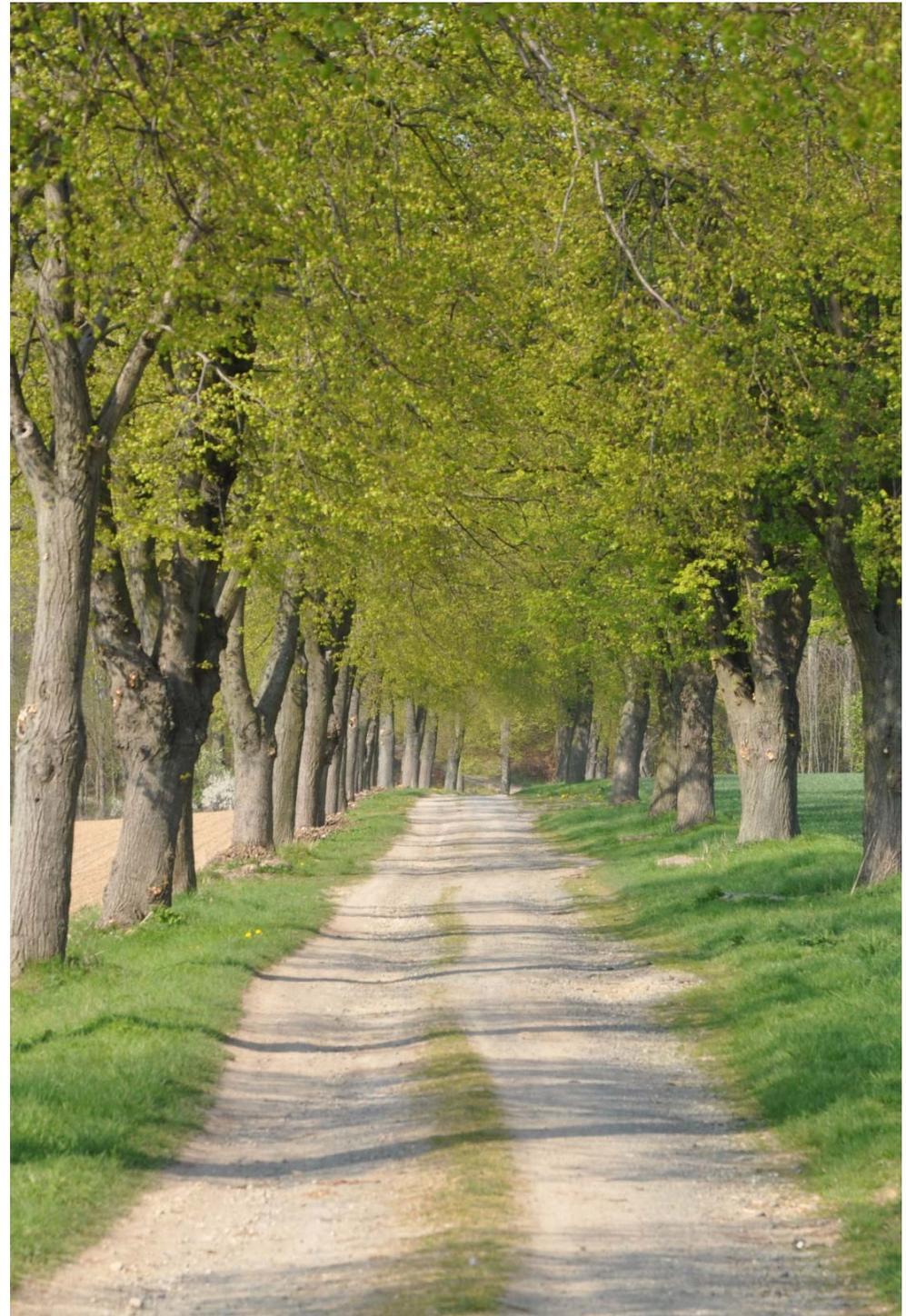
- Natur & Landschaft/Grün
- Lamme
- Ruhe & Erholungswert
- Historischer Altstadt kern
- Geschlossenes Stadtbild
- Fachwerk, Kurpark, Lamme
- Verkehrsanbindung & Lage
- Starkes Ortsteilleben
- Kulturelle Einzel-Leuchttürme
- Wohnen & Leben

## Im Überblick **Optimierungsbereiche**

- **Stadtkern/Stadtmittelpunkt/zentraler Platz**
- **Einbindung/Nutzung Lamme, „Leben am Wasser“**
- **Aufenthalts- und Verweilqualität**
- **Öffentlicher Raum**
- **Begrünung, Beleuchtung, Stadtmöblierung**
- **Einzelhandel/Wochenmarkt/Gastronomie**
- **Kurbereich, Kurpark, Gesundheit**
- **Kultur, Freizeit/Tourismus**
- **Sport/Aktiv**
- **Wohnkonzepte Ortskerne/Altstadt**
- **Wirtschaft**
- **Außenauftritt/Marketing**

# Trends & Entwicklungen

Welche Einflüsse in Zukunft  
auf unsere Stadt wirken



**Naturorientierung**

**Umwelt-/Klimabewusstsein**

**Gesundheit/Aktivsein**

**10 Gesellschaftliche Trends  
mit Auswirkung auf die Stadt**

**Freizeit/Tourismus**

**Erlebnisorientierter Konsum**

**Identifikation mit  
der Heimat**

**Treffpunkte und  
Soziale Vernetzung**

**Qualität, Sauberkeit und Ruhe**

**Wohnen/Arbeiten**

**Technologie/Innovationen**



# Leitthemen & Positionierung

## Was zukünftig für Bad Salzdetrurth steht

## Die 3 Leitthemen zur Positionierung von Bad Salzdetfurth

### Natur

Umwelt  
Klima  
Ressourcen  
Energie  
Verkehr  
Wasser  
Luft  
Landschaft  
Ruhe  
Sauberkeit

### Gesundheit

Aktiv  
Sport  
Wellness  
Fitness  
Erholung  
Natur  
Luft  
Therapie/Kur  
Medizin  
Ruhe

### Innovation

Neues Denken  
Dynamik im Handeln  
Soziale Innovation  
Innovative Lösungen in

- Wohnen
- Umwelt
- Öffentlicher Raum
  - Kultur
  - Natur
- Gesundheit
- Verkehr

# Potenziale

Welche Chancen sich uns bieten



Die 3 Leitthemen schaffen für Bad Salzdetfurth  
große Potenziale. Positionierung und  
Vermarktung als ....

Natur

Gesundheit

Innovation

**Wohnort**

**Tourismus- und Freizeitziel**

**Wirtschafts- und  
Innovationsstandort**

# Strategien

Was unser Handeln prägt



- **Stärkung Kernstadt und Ortsteile**
- **Soziales Zusammenleben/Treffpunkte**
- **Wasser, Grün und Licht**
- **Emotionalisierung**
  - **Qualität und Sauberkeit**
  - **Generationen**
  - **Inklusion**



# Aktionsbereiche

## Was zu tun ist

Aktionsbereich  
**Natur, Umwelt & Klima**

Aktionsbereich  
**Gesundheit & Aktiv**

Aktionsbereich  
**Salz**

Aktionsbereich  
**Leben am Wasser**

Aktionsbereich  
**Kultur**

Aktionsbereich  
**Kurpark**

Aktionsbereich  
**Altstadt**

Aktionsbereich  
**Wohnen**

Aktionsbereich  
**Tourismus & Freizeit**

Aktionsbereich  
**Handel**

Aktionsbereich  
**Wirtschaft**

**11 Aktionsbereiche  
3 Querschnittsaufgaben**

Querschnittsaufgabe  
**Marke &  
Marketing**

Querschnittsaufgabe  
**Qualität &  
Sauberkeit**

Querschnittsaufgabe  
**Organisation &  
Verbindlichkeit**

# Leben am Wasser

- Lamme, Innerste, Riehe und Alme
- Lamme verbindet Ortsteile
- Kaum ins Leben eingebunden

## Ziel

- „Leben am Wasser“ soll die Gesamtstadt prägen
- „Blauer Faden“ Lamme
- Identifikationsfaktor, Anziehungspunkt für Einheimische und Besucher



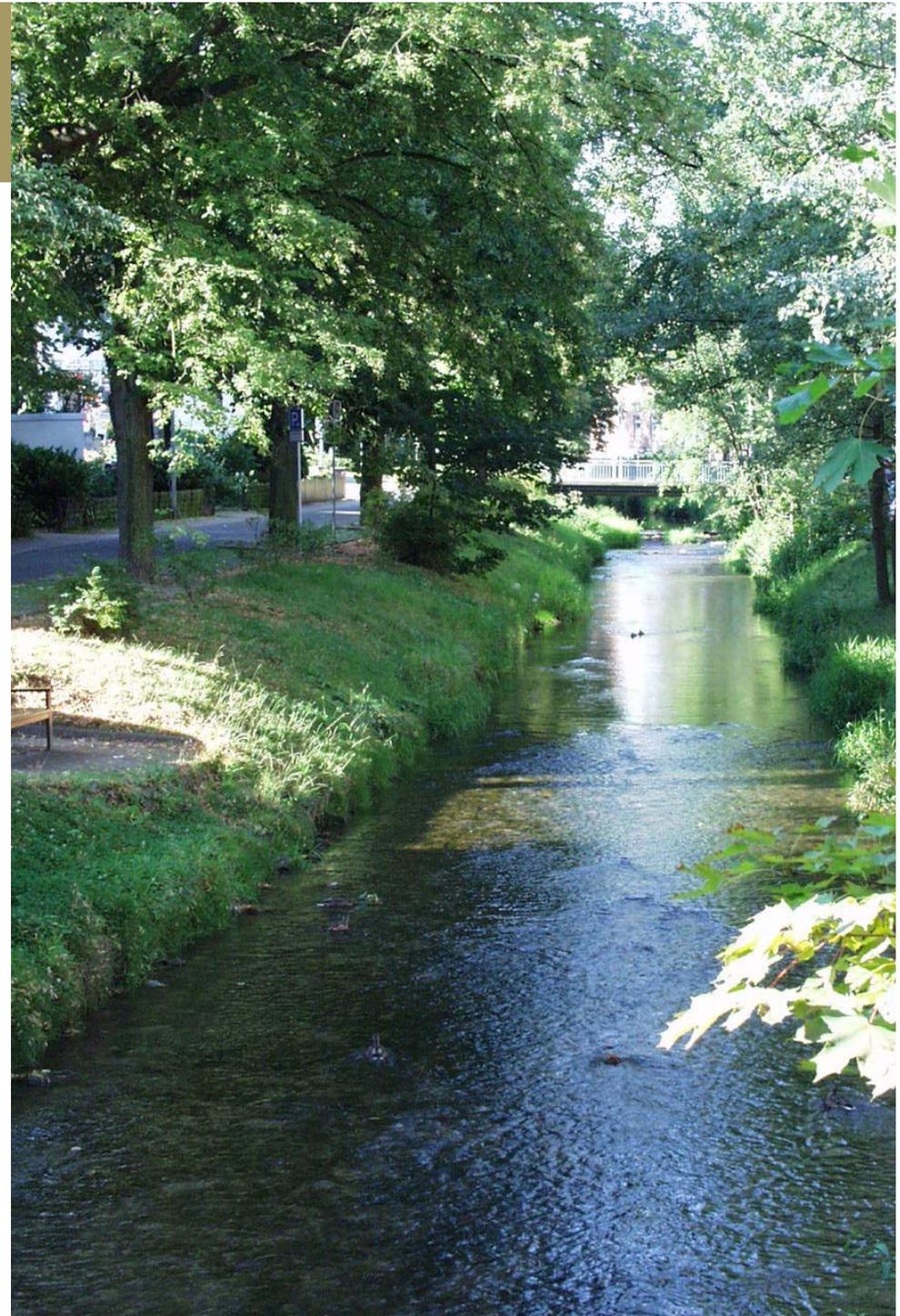
Aktionsbereich

# Leben am Wasser

## Natur-, Erholungs- und Erlebnislandschaft am Wasser

### Kernmaßnahme

- Nutzungszonen
  - Freizeit, Aktiv und Spielen
  - Natur und Landschaftsarchitektur
  - Umwelt und Klima
  - Kultur
  - Gesundheit
  - Veranstaltungen



- Stadtmittelpunkt/zentraler Platz
- „Leben am Fluss“
- Aufenthaltsqualität
- Wochenmarkt
- Anbindung Altstadt/Kurbereich
- Verkehrsführung

## Ziel

- Mittelpunkt für die gesamte Stadt
- Quartier für Wohnen, Arbeiten, Kultur, Freizeit, Einkaufen
- Hohe Aufenthaltsqualität

Aktionsbereich

## Altstadt



Aktionsbereich

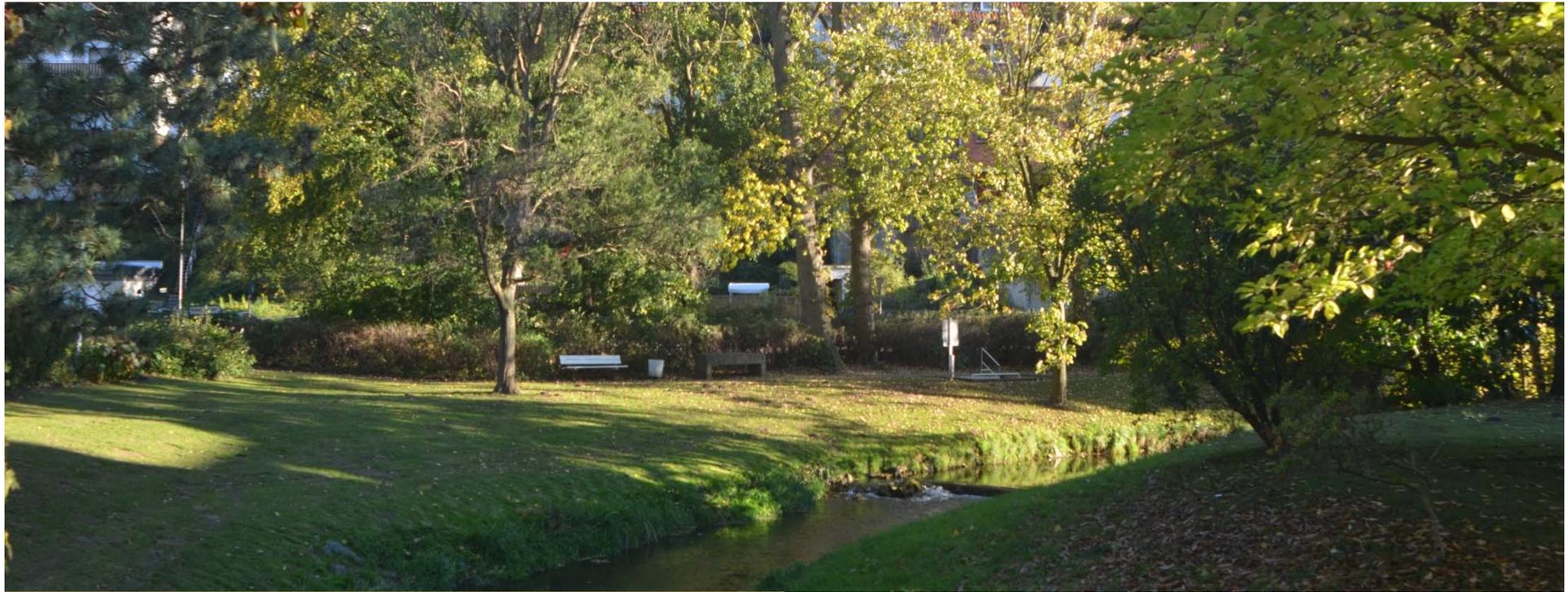
# Altstadt

## Neuer Marktplatz

### Kernmaßnahme

- Nutzungsbereiche
  - Aufenthalt & Freizeit
  - Kultur & Wochenmarkt
  - Einkaufen & Gastronomie
- Wasser, Grün und Licht
- Integration Lamme
- Wochenmarkt
- Digitalisierung
- Quartierskonzept  
„Wohnen in der Altstadt“





Aktionsbereich

## Kurpark

- Lage, Erreichbarkeit, Größe
- Neue Funktion von Parks für Städte
- Konzept für zeitgemäße Nutzung
- Eingangsbereiche
- Anbindung Altstadt

- Natürlicher grüner Mittelpunkt
- Erholung, Gesundheit, Aktiv, Kultur, Natur, Treffpunkt
- Wasser, Natur und Grün für alle

Ziel

# Lamme-Park

## Kernmaßnahme

- Zeitgemäßer Garten- und Landschaftspark mit hoher Aufenthaltsqualität

Aktionsbereich

## Kurpark

- Nutzungszonen
  - Freizeit, Treffpunkt, Aktiv
  - Erholung, Ruhe, Gesundheit
  - Garten-/Landschaftsarchitektur
  - Urban Gardening
  - Wasser, Integration Lamme
  - Kultur, Salz
- Aufwertung Eingangsbereiche
- Anbindung Altstadt





Aktionsbereich

## Salz

- Tradition
- Verbindung zu Natur und Gesundheit
- Wenig sichtbar und erlebbar

- Im Stadtbild sichtbar machen
- Als spannendes Thema erlebbar machen
- Verbindung zu Leitthemen Natur und Gesundheit herstellen

Ziel



Aktionsbereich

# Salz

## Salzgarten

Kernmaßnahme

- Bereich Lamme-Park/Salinenstraße
- Inszenierung „Salz“

- Salz-Erlebnismuseum
- Gradierwerke, Salzgrotte
- Themenpfad „Wasser & Salz“
- Sichtbarmachung Solequellen
- Handwerkliche Salzprodukte
- Kunst-/Kulturwettbewerb

- Einzelangebote in der Breite
- Koordination/Vermarktung
- Kulturelles Gesamtkonzept
- Ortsteilverbindendes Potenzial
- Voraussetzungen für hochwertiges Kulturangebot

## Ziel

- Hoher Stellenwert
- Integration/Stärkung der Ortsteile
- Kulturkonzept und Koordination
- Fokussierung auf Qualität



## Gesamtkonzept Kultur

### Kernmaßnahme

- Kulturkonzept „Bad Salzdetfurth“
- Kulturelle Leuchtturmprojekte
- Kultur im Öffentlichen Raum
- Koordination der Vermarktung
- Kooperation mit Hochschulen
- Kulturtourismus



# Natur, Umwelt & Klima

- Leitthema
- Luft, Natur, Landschaft, Wasser
- Umweltorientierung in Einzelfällen

## Ziel

- Grundlage der Stadtentwicklung:  
Natur-, umwelt-, klimaorientiertes  
Denken und Handeln
- Innovative Lösungen
- Prägendes Merkmal für Außenbild
- Wirtschaftliche und  
infrastrukturelle Vorteile
- Attraktivität für junge Leute



Aktionsbereich

# Natur, Umwelt & Klima

## Natur-, Umwelt- und Klima-Projekte

### Kernmaßnahme

- Kooperation mit Institutionen, Hochschulen, Schulen, Unternehmen

- Forschungs- und Entwicklungsprojekte
- Verkehr, Wohnen
- Stadt- und Landschaftsgestaltung
- Ressourcenschonende Technologien
- Lärmschutz, Sauberkeit
- Privat-Engagement, Urban Gardening



Aktionsbereich

# Tourismus & Freizeit

- Standortfaktor
- Halbtages-/Tagestourismus Kurpark
- Touristische Voraussetzungen/Themen  
(Natur, Wasser, Klima, Gesundheit/Wellness, Sport/Aktiv, Kultur)
- Touristische Infrastruktur
- Tourist-Info

## Ziel

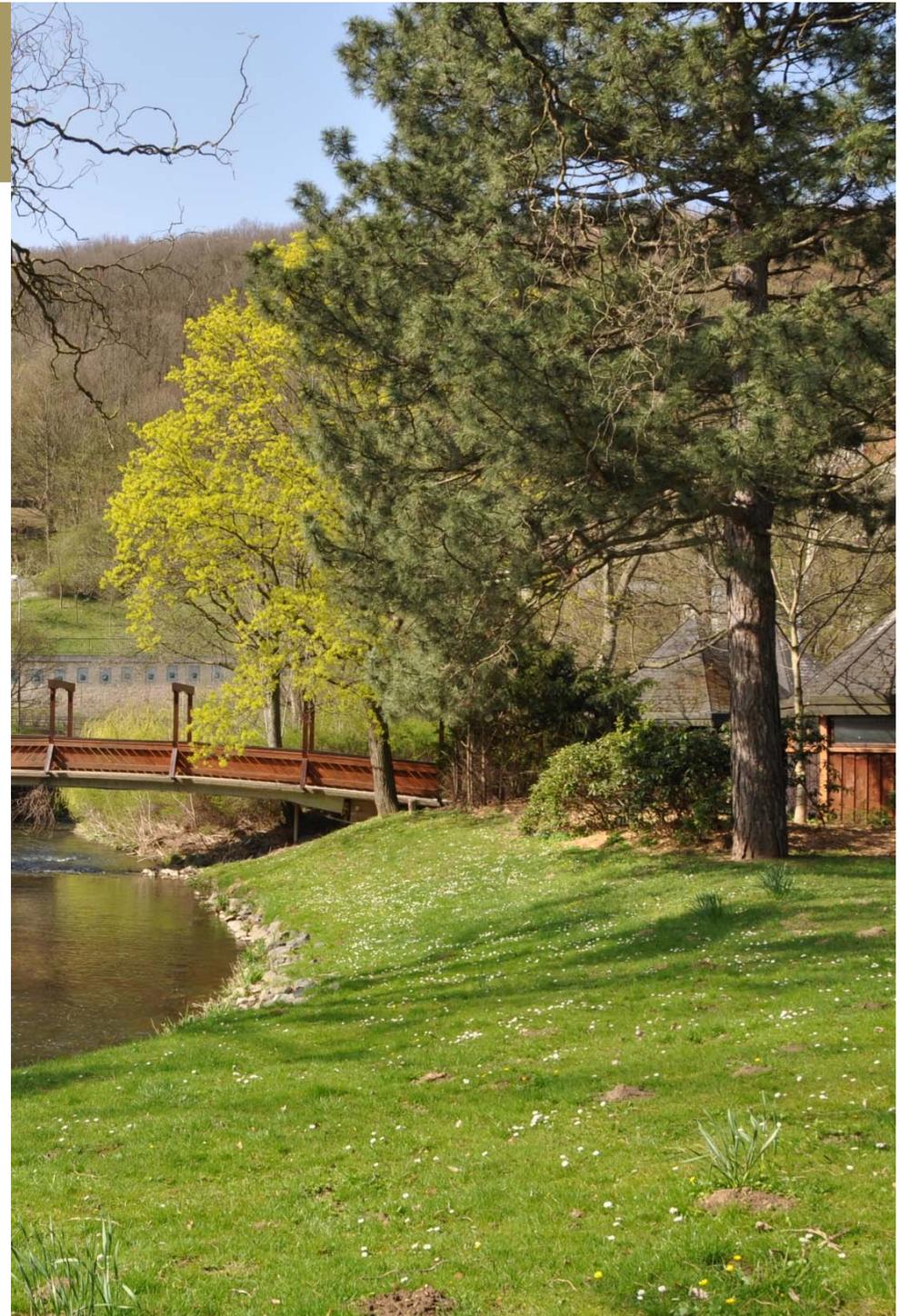
- Erstklassiges Tourismus-/Freizeitziel
- Regional und überregional
- Positionierung mit modernen Themen
- Offensives Tourismusmarketing



## Tourismuskonzept

### Kernmaßnahme

- Erholungs-/Slow-Down-Tourismus
  - Gesundheits- und Aktiv-Tourismus
  - Kultur-Tourismus
  - Natur- und Umwelt-Tourismus
  - Geschäftsreise-/Tagungs-Tourismus
- 
- Infrastruktur
  - Organisation
  - Vermarktung
- 
- Tourist-Info



# Gesundheit & Aktiv

- Bad Salzdetfurth steht für Gesundheit
- Natur, Luft, Wasser, Therapie, Prävention, Fitness, Kliniken
- Bike- und Outdoorpark, Radsport, Wandern, Golf

## Ziel

- Moderner Gesundheits- und Aktiv-Standort für alle Altersgruppen
- Entwicklung hochwertige Infrastruktur und ergänzende Angebote
- Stärkung ansässiger Kliniken



Aktionsbereich

# Gesundheit & Aktiv

## Outdoor-Aktiv- und Gesundheitsangebote

### Kernmaßnahme

- Outdoor-Fitness-Angebote für alle Generationen
- Joggingstrecken, Crosslauf, Gesundheits- und Fitness-Parcours
- moderne therapeutische Angebote
- Wander- und Radwegenetz
- Qualitätswanderweg
- Anbindung an Region
  
- Infrastruktur
- Vermarktung

e5.anderswerken GmbH



- Stadt zum Wohnen und Leben
- Lage, Landschaft, gesundes Umfeld
- Optimierungsbedarf:  
Wohnen in Ortskernen

## Ziel

- Entwicklung als Wohnort für alle Generationen
- Stärkung soziales, nachbarschaftlichen Leben
- Entwicklung von Quartieren
- Vorbeugung von Leerstand



## Quartierskonzept „Wohnen in der Ortsmitte“

### Kernmaßnahme

- Ortsmitten und Altstadt als Quartier für generationenübergreifendes Wohnen
- Neu- und Umnutzungskonzepte
- Weiterer Ausbau von Bildung und Betreuung
- Studenten/Arbeitskräfte aus Hildesheim im Fokus
- Stadtinterne und regionale Vermarktung





Aktionsbereich

## Handel

- Versorgung gewährleistet
- Einzelner Leerstand
- Attraktiver kleiner Handel fehlt
- Handel nicht organisiert
- Gastronomie unzureichend

- Attraktivität in Ortskernen/Altstadt
- Rahmenbedingungen für Handel und Gastronomie
- Kleine Einzelhändler, Handwerk, Dienstleistung und Gastronomie

Ziel

Aktionsbereich

# Handel

## Gesamtkonzept

„Handel, Dienstleistung, Gewerbe,  
Gastronomie, Wohnen und Kultur“

## Kernmaßnahme

- Aktives Leerstandsmanagement
- Aktivierung von Eigeninitiative durch Etablierung einer Quartiers-Organisation von „Handel, Gewerbe, Gastronomie, Wirtschaft und Wohnen“





Aktionsbereich

## Wirtschaft

- Lage, Anbindung, Standortfaktoren und Zukunftsaussichten sehr gut
- Großes Potenzial durch Umwelt/Klima, Gesundheit/Aktiv, Tourismus
- Positionierung als „Neuer innovativer Wirtschaftsstandort“ in den Clustern
  - Umwelt & Klima
  - Gesundheit & Aktiv
  - Tourismus
- Standortbindung von Unternehmen

Ziel

Aktionsbereich

# Wirtschaft

## Clusterorientiertes Standortkonzept

Kernmaßnahme

- Standortentwicklungs-Konzept
- Standortmarketing-Konzept
- Cluster-Ansprache von Unternehmen, Institutionen, Forschung & Entwicklung, Aus-/Weiterbildung, Dienstleistern



# Marke & Marketing

- Neue Positionierung mit lokaler, regionaler und überregionaler Wirkung
- Bekanntheitsgrad und Image begrenzt
- Marketing bislang nur ansatzweise

## Ziel

- Imageaufbau, Erhöhung Bekanntheitsgrad
- Vermarktung als Wohnort, Tourismus- und Freizeitziel, Wirtschaftsstandort
- Mehr Einwohner, Besucher und Unternehmen



# Marke & Marketing

## Marken-/Außenauftritt und Marketingkonzept

### Kernmaßnahme

- Entwicklung eines zeitgemäßen Markenauftritts
- Marketingkonzept zur Vermarktung als
  - Wohnort
  - Tourismus- & Freizeitziel
  - Wirtschaftsstandort
- Vermarktungsmaßnahmen

# Qualität & Sauberkeit

- Primäres Standortmerkmal
- Innen- und Außenwirkung
- Durchführung, Zustand, Ästhetik, Lärm
- „Natur, Gesundheit und Innovation“ erfordern erstklassigen Zustand, hohe Sauberkeit und Qualität

## Ziel

- Sauberer und qualitativ hochwertiger Gesamteindruck
- Bewusstseinsbildung
- Überprüfung jeder Maßnahme
- Permanente Sauberkeit und Qualität

Staatssekretär zur Stadt der Zukunft

**„Die Stadt wird grüner, leiser und sauberer sein“**



# Qualität & Sauberkeit

## Qualitäts- und Sauberkeitskonzept

### Kernmaßnahme

- Qualitätsvorgaben und -kontrolle
- Zeitpläne, Verantwortlichkeiten
- Umwelt-, Ressourcen-, Klimaschutz
- Qualitäts-/Sauberheitskampagnen
- Sauberkeitsprojekte
- „City watching“



# Nächste Schritte

## Wie's weitergeht



# Organisation & Verbindlichkeit

- Zügiger Übergang in Realisierung
- Konsequent, dauerhaft, verbindlich
- Organisation, Abläufe, Kommunikation
- Konzept ist Handlungsgrundlage für alle Ortsteile
- Verantwortung und Engagement
- Beteiligung

Ziel



# Organisation & Verbindlichkeit

## Projektbeirat und Themenbeiräte

### Kernmaßnahme

- Gesamtverantwortung Verwaltung
- Etablierung eines Projektbeirats
- Einrichtung von Themenbeiräten
- Pflichtfeld in Verwaltungsvorlage
- Projektmanual
- Start:  
*intern: Juni / extern: August 2016*



Aktionsbereich  
**Natur, Umwelt & Klima**

Aktionsbereich  
**Gesundheit & Aktiv**

Aktionsbereich  
**Salz**

Aktionsbereich  
**Leben am Wasser**

Aktionsbereich  
**Kultur**

Aktionsbereich  
**Kurpark**

Aktionsbereich  
**Altstadt**

Aktionsbereich  
**Wohnen**

Aktionsbereich  
**Tourismus & Freizeit**

Aktionsbereich  
**Handel**

Aktionsbereich  
**Wirtschaft**

# Die 11-plus-3-Aktionsbereiche

Querschnittsaufgabe  
**Marke & Marketing**

Querschnittsaufgabe  
**Qualität & Sauberkeit**

Querschnittsaufgabe  
**Organisation & Verbindlichkeit**

Aktionsbereich  
**Natur, Umwelt & Klima**

Aktionsbereich  
**Gesundheit & Aktiv**

Aktionsbereich  
**Salz**

Aktionsbereich  
**Leben am Wasser**

Aktionsbereich  
**Kultur**

Aktionsbereich  
**Kurpark**

Aktionsbereich  
**Altstadt**

Aktionsbereich  
**Wohnen**

Aktionsbereich  
**Tourismus & Freizeit**

Aktionsbereich  
**Handel**

Aktionsbereich  
**Wirtschaft**

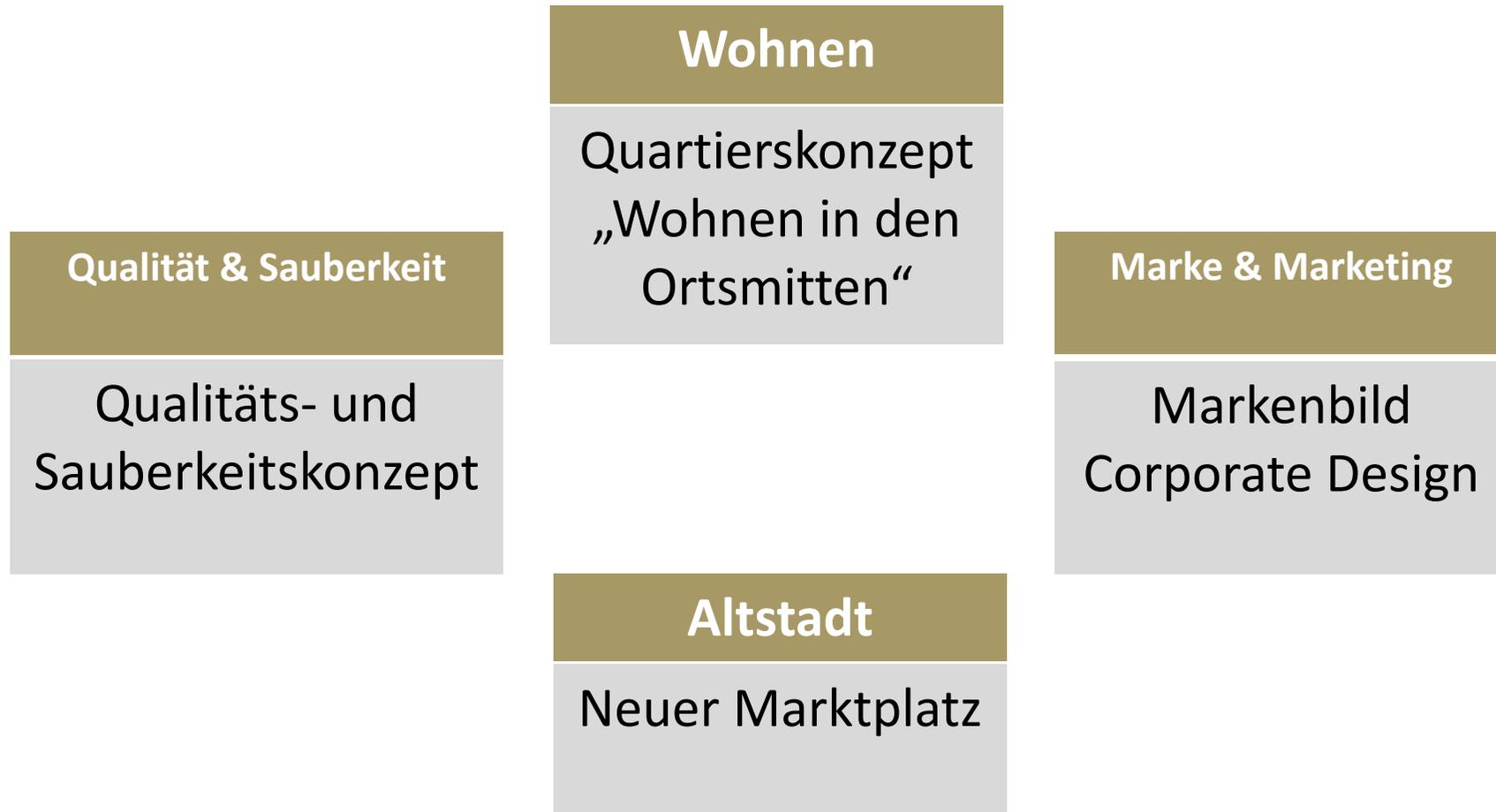
## Die ersten Aktionsbereiche

Querschnittsaufgabe  
**Marke &  
Marketing**

Querschnittsaufgabe  
**Qualität &  
Sauberkeit**

Querschnittsaufgabe  
**Organisation &  
Verbindlichkeit**

# Die ersten vier Aktionsbereiche





**Bad Salzdetfurth.**  
**Natur. Gesundheit. Innovation.**



e5.anderswerken GmbH  
Am Weingarten 25, 60487 Frankfurt a.M.  
hoffmann@e5-anderswerken.de  
T. 069-713778-10