

Integrative Stadtteilarbeit Döhren

Protokoll der AG „Stadtteil-Image Döhren“

Donnerstag, 30.03.2006, 18:30 Uhr im Freizeitheim Döhren



Beratung und Moderation
Oliver Kuklinski und Bettina Kupper

PlanKom

Brehmstraße 38

30173 Hannover

Tel. 0511/ 85 59 53

Fax. 0511/ 85 59 58

www.plankom.net/stadtteilarbeit

info@plankom.net

Ziele des Treffens

- Befragungsaktion planen!
- Interessengruppen erkunden

Inhalt

Rückblick	2
Erfassung des Außenimages	2
Organisatorisches	3
Teilnehmer-Berichte	3
Interessengruppen	4
Ausblick	5
Teilnehmerliste AG „Stadtteil-Image Döhren“	<i>Fehler! Textmarke nicht definiert.</i>

Rückblick

Beim letzten Treffen am 9. März ging es zunächst darum, sich einem Leitthema oder Motto für die Imagekampagne anzunähern.

Erste Erkundigungen zum Außenimage von Döhren wurden diskutiert. Die häufigsten Nennungen drehten sich um die Nähe zum Grün und die gute Verkehrsanbindung. Ausgehend von den ersten Erkundigungen weiche das Fremdbild nicht so sehr von der eigenen Wahrnehmung ab. Auffällig war zudem die Feststellung, dass Döhren zwar stark eingekesselt, aber doch gegenüber den angrenzenden Stadtteilen schwer abzugrenzen sei.

Im nächsten Schritt wurden für die geplante Befragungsaktion zur Erfassung des Außenimages geeignete Fragen gesammelt.

Erfassung des Außenimages

Aus den beim letzten Treffen gesammelten Fragen wurde von Frau Dettbarn, Herrn Schwarzer und Herrn Wiesner ein Fragebogen entwickelt (siehe Anhang) und von Herrn Wiesner kurz vorgestellt. Es wurde überlegt, was die Interviewer zur **Einleitung der Befragung** sagen könnten und welche Stichpunkte dazu auf den Kopf des Fragebogens notiert werden könnten. Hierzu wurden folgende Anregungen gesammelt:

- Darf ich Ihnen ein paar Fragen stellen?
- Wer sind wir? Bürgergruppe Stadtteilimage
- Was wollen wir: Den Stellenwert eines Hannoverschen Stadtteils erkunden (neutrale Variante), das Außenbild von Döhren erkunden (Vorgriff: es geht um Döhren)

In einem nächsten Schritt wurde der Fragebogen in einem gegenseitigen **Probe-Interview** getestet. Es wurden folgende Anmerkungen gesammelt:

- Fragen mit mehreren Antwort-Optionen sollten offen gestellt und die Antworten vom Befrager zugeordnet werden.
- Zu 1: Kennen Sie Döhren? Ergänzen: *Wenn ja woher? Was fällt Ihnen spontan zu Döhren ein?*
- Zu 6: Reihenfolge ändern und ergänzen: *Sonstiges/ wohnhaft in Döhren*
- Zu 7: Ergänzen: *Schule, Gastronomie, Durchfahrt*

Danach ging es daran, die **Befragungsaktion zu planen**:

- Eine „Basis-Station“ mit einem Ansprechpartner soll als zentraler Treffpunkt dienen, um Fragebögen abzuholen bzw. abzugeben. Hierfür können von der SPD über Herrn Müller Bistrotische zur Verfügung gestellt werden.
- Die Befragung soll sowohl am Maschsee als auch in der Innenstadt durchgeführt werden.
- Als Ziel werden 200 ausgefüllte Fragebögen angestrebt.
- Es wurden zwei Auswahl-Termine (in Abhängigkeit vom Wetter) für die Befragung vereinbart, Beginn jeweils um 11:00 Uhr:
 - **30. April/ Treffpunkt am Peer 51**
 - **7. Mai/ Treffpunkt Strandbad** (aufgrund des Hannover-Marathons)

Folgende **To do's** wurden vereinbart:

- Befrager aktivieren: Herr Winter
- Fragebögen kopieren: Herr Winter
- Fragebögen auswerten: Herr Wiesner
- Herr Geburek bringt die Tische zu Leine-News, von dort liefert Herr Kranz/ Frau Stelter sie zum Treffpunkt

Beim nächsten Treffen sind folgende **offene Fragen** zu klären:

- Wer ist für die Basisstation (Auf- und Abbau, Einsammeln der Fragebögen, etc.) verantwortlich?
- Wer stellt sich als Ansprechpartner für die Befragungsaktion zur Verfügung?
- Sollten die Befrager erkennbar sein, z.B. durch einheitliches T-Shirt/ Mütze, oder Namensschild mit Logo?
- Sollten als Dankeschön Bonbons o. ä. verteilt werden?

Organisatorisches

Um Handlungsfähigkeit zu erlangen und für anstehende Maßnahmen Fördergelder beantragen zu können, empfiehlt es sich, einen Namen und einen Ansprechpartner festzulegen und ein Konto zu eröffnen. Es wurden folgende **Vereinbarungen** getroffen:

- Name: AG (Stadtteil-) Image Döhren
- Konto: Eigenes Konto eröffnen
- Ansprechpartner: Herr Kranz

Die Frage, ob **externer Input** von Super-Urban erwünscht sei, um das bislang Erreichte zu reflektieren und weitere Schritte zu planen, wurde auf einen späteren Zeitpunkt verschoben.

Teilnehmer-Berichte: Was hat sich seit dem letzten Treffen getan und was sollte folgen?

Beim letzten Treffen hatten sich die Teilnehmer vorgenommen, weitere Akteure anzusprechen, um Mitstreiter für die Imagekampagne zu gewinnen. Daraus hat sich Folgendes ergeben:

- **Gastronomie:** Herr Student hat Kontakt zur Gastronomie und wird Protokolle an Interessenten weiterleiten
- **Kulturszene:** Herr Himstedt hat Kontakt zu Frau Wegener/ Galerie Schöngest (Arbeits- und Kommunikationsmöglichkeiten gefragt) aufgenommen und will sich darüber hinaus über das Jazz-Fest informieren.
- **Unternehmen & Stiftungen:** Herr Winter hat sich bereits telefonisch mit der VW-Stiftung, Toto-Lotto und dem TÜV auseinandergesetzt. Das Interesse an den Aktivitäten der AG ist gegeben, zur Konkretisierung wird Herr Winter einen Fragebogen zur Mitarbeiterbefragung entwickeln und weiter am Ball bleiben.

- **Döhrener Vereine:** Herr Kranz wird unsere Aktivitäten bei der Interessengemeinschaft Döhrener Geschäftsleute e.V. vorbringen.
- **Kirchengemeinden, Kinder- und Jugendeinrichtungen, Vereine:** PlanKom hat ein Anschreiben mit dem Hinweis auf die Aktivitäten und die nächsten Treffen der AGs verschickt.

Interessengruppen: Wer könnte in Döhren von einer Imagekampagne profitieren?

Im Plenum wurde gesammelt, welche Gruppen von der Imagekampagne profitieren könnten, welche Interessen diese verfolgen und an wen sie sich damit richten.

Welche Gruppen profitieren von der Imagekampagne?	Welche Interessen verfolgen diese?	An wen richten sich diese Gruppen?
Geschäftsleute	<ul style="list-style-type: none"> • Guten Umsatz 	Kunden, Verbraucher, andere Geschäftsleute
Handwerk	<ul style="list-style-type: none"> • Guten Umsatz • Arbeitsmöglichkeiten • Kooperationen 	Kunden, andere Geschäftsleute
<i>Unternehmen und deren Mitarbeiter</i>	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Rahmenbedingungen für Unternehmen</i> • <i>Verkehrsanbindung</i> • <i>Wohnraum</i> • <i>Nahversorgung</i> • <i>Aufenthaltsqualität</i> 	<i>Politik, Verwaltung, Geschäftspartner, Kunden, Vermieter, Dienstleister, Bürger</i>
Gastronomie	<ul style="list-style-type: none"> • Guten Umsatz • Mehr Gäste 	Gäste, Anwohner, Mitarbeiter, Besucher
<i>Hauseigentümer/ Vermieter</i>	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Werteerhalt und –steigerung</i> • <i>Rendite</i> 	<i>Vernünftige Klientel, Mieter</i>
Anwohner	<ul style="list-style-type: none"> • Ruhe, Schön, bequem • Identifikation 	Mitbürger, Hausbesitzer, Vermieter
Kinder	<ul style="list-style-type: none"> • Spielplätze • Sicherheit: Verkehr & Kriminalität 	Beschützer, andere Kinder
Eltern	<ul style="list-style-type: none"> • Gute Versorgung/ Infrastruktur • Identifikation 	Politik, Verwaltung, Dienstleister
Senioren	<ul style="list-style-type: none"> • Sauberkeit • Sicherheit: Verkehr & Kriminalität 	Beschützer, Politik, Verwaltung
Behinderte	<ul style="list-style-type: none"> • Barrierefreie Gestaltung • Gute Versorgung/ Infrastruktur 	Politik, Verwaltung, Dienstleister
<i>Vereine</i>	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Interesse an Aktivitäten</i> 	<i>Aktive und passive Mitglieder</i>
Kulturinitiative	<ul style="list-style-type: none"> • Interesse an Aktivitäten 	Bürger
<i>Künstler</i>	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Interesse an Kunst (Akzeptanz und Widerspruch)</i> • <i>Wohnraum und Ateliers</i> • <i>Kunden</i> 	<i>Bürger, Eigentümer/ Vermieter, Kunden</i>

Besucher/ Messegäste	<ul style="list-style-type: none"> • Übernachtungsmöglichkeiten • Anbindung ÖPNV • Gastronomie • Entspannung • Unterhaltung 	Gastgeber, Döhrener, alle
Marktbesucher	<ul style="list-style-type: none"> • Entspannung • Unterhaltung, Spaß • Atmosphäre • Klönen • Reiches Angebot 	Döhrener, andere Marktbesucher
Kirchen	<ul style="list-style-type: none"> • Menschliches Miteinander • Anbindung an Stadtteil • Volle Kirchen 	Junge Familien
Politiker	<ul style="list-style-type: none"> • Stimmen • Bürgerschaftliches Engagement • Kenntnisnahme 	Wähler, politisch Interessierte
Verwaltung	<ul style="list-style-type: none"> • Bürgerschaftliches Engagement • Identifikation 	Bürger

Gruppen, die den Teilnehmern besonders wichtig erschienen, sind in der obigen Tabelle kursiv hervorgehoben. Zur Kontaktaufnahme mit diesen Gruppen wurde Folgendes vereinbart:

- *Hauseigentümer/ Vermieter:* Es könnte ein Artikel über die Wohnsituation/ den Mietspiegel in Döhren in der Presse erscheinen. Herr Kranz nimmt Kontakt zu Haus & Grund auf, Herr Wiesner zu Herrn Schneider.
- *Unternehmen und deren Mitarbeiter:* Herr Winter konzipiert einen Fragebogen für Unternehmen und Stiftungen (siehe oben).

Ausblick

- Für die **Befragung** wurden folgende Termine vereinbart:
 - **30. April/ Treffpunkt am Peer 51**
 - **7. Mai/ Treffpunkt Strandbad** (aufgrund des Hannover-Marathons) Beginn jeweils um 11:00 Uhr.
- Die **Auswertung** erfolgt bis zum 22.05.
- Herr Wiesner übernimmt die Organisation eines gemeinsamen Treffens mit der AG Fiedelerstraße zur **Gestaltung der Website**, da er in beiden Gruppen aktiv ist.
- **Best-Practice Beispiele** ermitteln: Bitte halten Sie auch weiterhin nach guten Beispielen für Imagekampagnen in anderen Städten die Augen offen und bringen Sie diese zu den nächsten Treffen mit, wir werden beim nächsten Treffen damit weiterarbeiten!
- **RAUMÄNDERUNG:** Die nächsten Treffen der AG Stadtteil-Image Döhren finden jeweils von 18:30 Uhr bis ca. 21:00 Uhr im Café des **Ökumenischen Altenzentrum Ansgarhaus, Olberstr. 4-10** in Döhren statt, am:
 - **Montag, 24.04.2006:** 4. Treffen der AG „Stadtteil-Image Döhren“
 - **Montag, 22.05.2006:** 5. Treffen der AG „Stadtteil-Image Döhren“