

Integrative Stadtteilarbeit Döhren

Protokoll der AG „Stadtteil-Image Döhren“

Mittwoch, 21.06.2006, 18:30 bis 21:00 Uhr im Ansgarhaus Döhren



Beratung und Moderation
 Oliver Kuklinski und Tobias Volbert

PlanKom

Brehmstraße 38
 30173 Hannover
 Tel. 0511/ 85 59 53
 Fax. 0511/ 85 59 58

www.plankom.net/stadtteilarbeit
info@plankom.net

Ziel des Treffens

war es, an den Botschaften und Maßnahmen zu arbeiten und eine Entscheidung für die Weiterarbeit der AG „Stadtteil-Image Döhren“ zu treffen.

Inhalt

Rückblick: Das letzte Treffen.....	2
Stand der Dinge	2
Neueste Informationen zum Außenimage.....	3
Botschaften und Medien.....	4
Wie geht es weiter?.....	6
Allgemeine Hinweise	6
Vereinbarungen vom 21.05.2006	6
Ausblick.....	7

Rückblick: Das letzte Treffen

Nach der Präsentation und Diskussion der Befragungsergebnisse wurde auf die Strategie der Imagekampagne eingegangen. Angelehnt an die Idee des vorherigen Treffens - berühmte oder interessante Döhrener als Botschafter/ Imagerträger für Döhren einzusetzen – haben die Teilnehmer in Gruppenarbeit zu „Zugpferde vor den Karren mit Schätzen spannen“ gearbeitet. Des Weiteren wurde zum Thema Presse und Öffentlichkeitsarbeit der Artikel von Frau Brunke vorgestellt.

Stand der Dinge

Was haben wir bisher geschafft?

A) Situationsanalyse abschließen

- ✓ Akteurskonstellationen geklärt
- ✓ Außenimage erfasst
- ✓ „Best-Practice“ betrachtet

B) Ziele, Zweck und Zielgruppe des Stadtteil-Images festlegen

- ✓ Vereinbartes Ziel: *„Qualitäten bewahren, entwickeln und zeigen um junge Familien anzuziehen“*

C) Strategie entwickeln

- ✓ Vereinbarte Grundsätze: *Ein Image muss...*
 - *leben: es müssen bestehende Qualitäten und Taten hinter den Worten stecken*
 - *authentisch sein: Imagerträger müssen echt sein, die Döhrener müssen dahinter stehen, mitmachen, gemeinsam etwas auf die Beine stellen*
 - *Sinne/ Emotionen ansprechen: hochwertige Bilder, Kommunikation und Offenheit sind wichtig*
 - *„Zugpferde vor den Karren mit Schätzen spannen“*

Wo stehen wir jetzt?

- Botschaften entwickeln

Wie geht's weiter?

- Zeitplan erarbeiten & Ressourceneinsatz planen

D) Maßnahmen planen & umsetzen

- Logo, Website, PR, Events, etc.

Neueste Informationen zum Außenimage

Befragungsergebnisse

Es gibt weitere 40 bis 45 Fragebögen, die noch von Herr Wiesner ausgewertet und dokumentiert werden. Die komplette Auswertung finden Sie in Kürze unter www.plankom.net/stadtteilarbeit.

Herr Winter hat eine Unternehmensbefragung durchgeführt und festgestellt, dass generell der Stadtteil in Unternehmen wie beim TÜV oder Totto Lotto als sympathisch angesehen wird. Es besteht der Wunsch länger in Döhren verweilen zu können, was Cafés etc. gewährleisten könnten. Außerdem würden viele Mitarbeiter gerne in Döhren wohnen. Somit ist eine positive Nachfrage aus dem Bereich Unternehmen für Döhren zu verbuchen. Negativ gesehen wurde hingegen der Schmutz, Müll und Dreck, welcher an vielen Stellen in Döhren (vor allem an der Fiedlerstraße und dem Fiedlerplatz) das Stadtbild beeinträchtigen. Die Ergebnisse gehen in die Auswertung von Herrn Wiesner ein.

Informationsbedarf

Wissen wir genug?

Herr Kuklinski erläuterte sozialwissenschaftlichen Daten, die aufzeigen, dass in Döhren der Anteil der „Experimentalisten“ (d.h. Die extrem individualistische neue Bohème: Ungehinderte Spontaneität, Leben in Widersprüchen, Selbstverständnis als Lifestyle-Avantgarde) verglichen mit anderen Stadtteilen Hannovers besonders hervorsteicht. Der Anteil der „bürgerlichen Mitte“ (d.h. der statusorientierte moderne Mainstream: Streben nach beruflicher und sozialer Etablierung, nach gesicherten und harmonischen Verhältnissen) ist hingegen in Döhren relativ gering vertreten.

In der Runde wurde überlegt, was dieser Trend für Auswirkungen haben könnte:

- Döhren ist ein besonderer Stadtteil, spannend und hohe Toleranz
- Döhren hat Potenzial
- Experimentalisten sind auch attraktiv
- Man kann evtl. eher eine gewagte, experimentelle Imagekampagne durchführen, mutig sein
- Experimentalisten auch wichtig für Kulturarbeit
- Die Zielgruppe: Junge Familien ist wohl eher der „bürgerschaftlichen Mitte“ zuzuordnen und diese fehlt weitgehend in Döhren

Botschaften und Medien

Gruppenarbeit: Botschaften und Medien

Ziel der Gruppenaufgabe war es, Botschaften zu erarbeiten und Medien auszudenken, mit denen die Zielgruppe auf Döhren aufmerksam gemacht werden kann. Als Grundlage dienen die Plenumsergebnisse des letzten Treffens: „Zugpferde vor den Karren mit Schätzen spannen!“

Plenum: Zugpferde vor den Karren mit Schätzen spannen

Bei der folgenden Plenumsdiskussion galt es, Ideen zu entwickeln, wie „geeignete Zugpferde“ für die Vermittlung der bislang zu wenig bekannten Qualitäten eingesetzt werden können, um die Zielgruppe (junge Familien) anzusprechen.

- | | |
|---|---|
| <p>1. <i>Welches sind geeignete Zugpferde?</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Prominente als Botschafter für Döhren: berühmte Döhrener, Eberhard W. P. Eggers (Künstler), Einsiedler (Toleranz), Nackter von den Ricklinger Teichen? ▪ Kinder als Botschafter, multi-kulti ▪ Döhrener als Botschafter „Ich bin verliebt in Döhren“ ▪ Dorf-Charakter, wie bei Asterix ▪ Treffpunkt, viele Möglichkeiten, Leute zu treffen | <p>3. <i>Wie lassen sich die „Zugpferde vor den Karren mit den unbekanntem Schätzen spannen?“ z. B. Geschichten, Interviews, Events, etc.</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Geschichten aus Döhren ▪ Mit Bildern von charakteristischen Orten arbeiten (Döhrener Turm/ St Bernward/ Uhrturm; Leineweher; Fiedeler Platz, Markt, etc.) ▪ Bilderpaare bilden: Fiedeler Platz – Markusplatz/ Venedig, Leineweher – Rheingarten/ Schaffhausen, etc. ▪ Sinnes-Wandeln durch Döhren (mit allen Sinnen erleben, sehen schmecken, riechen, etc.) |
| <p>2. <i>Wie können wir weitere finden?</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Suchaufruf starten | |

Gruppe 1:

Welche Botschaften sind es, die die Zielgruppe auf Döhren aufmerksam macht? (Die für die Gruppe wichtigsten Punkte sind fett hervorgehoben)

- Von allem etwas
- Ausgeglichenheit bietet Freiheit zur Entfaltung
- „Die Mischung macht’s“
- **Freiraum für Gegensätze**
- **Auf Experimente einlassen**
- **Aus der Balance**

→ Von allem was Gutes „Die Mischung macht’s“ Ausgeglichenheit, dies ermöglicht: Experimente, Freiraum für Gegensätze und den Punkt: Aus der Balance → schafft Aufmerksamkeit und Bewegung

Welche Medien kann man zum Transport der Botschaften einsehen?

- „Döhrener-Kulturmobil“ mit immer neuen Aktionen (Video, etc.). Es fährt durch Stadt und Region und vielleicht noch weiter...

Gruppe 2:

Welche Botschaften sind es, die die Zielgruppe auf Döhren aufmerksam macht? (Die für die Gruppe wichtigsten Punkte sind fett hervorgehoben)

- **1. Lebensqualität**
- **2. Offen und kreativ aufwachsen**
- **3. Wohnen am Storchennest**
- **4. Wo Individualisten friedlich zusammenleben!**
- Toleranz
- Infrastruktur (Geschäfte, Schulen, Kitas)
- Treffpunkt
- Sicherheit
- Wasser / Rauschen
- Döhren ist überschaubar
- Eine gute Adresse
- Fantastische Schulszene
- In 7 Minuten in der City
- Breitgefächertes Vereinsangebot

Plenum:

Weitere Ideen zum „Döhrener-Kulturmobil“ aus dem Plenum

- Die Botschaften von Gruppe 2 können ebenfalls gut mit dem „Döhrener-Kulturmobil“ transportiert werden
- VW als Sponsor, mit Contireifen und kreativ bearbeitet von Jugendlichen im Lernladen
- Trägt die Botschaften nach außen, muss einladenden Charakter haben

Wie geht es weiter?

Herr Kuklinski schlug folgende Varianten für die Weiterarbeit der AG „Stadtteil-Image Döhren“ nach Beendigung der Beteiligung durch PlanKom im Sept. 2006 vor:

- a) Eigenständige Weiterarbeit ohne PlanKom
 - *nächstes Treffen: Arbeitsplan & Spielregeln & Organisatorisches*
- b) Abschlussveranstaltung + Übergabe
 - *nächstes Treffen: Vorbereitung der Veranstaltung*
 - *Veranstaltung zur Präsentation der Ergebnisse der AG, Schaffung von Akzeptanz, Abstimmung der Botschaften und Maßnahmen, Übergabe*

Die Runde entschied sich für die Variante a) Eigenständige Weiterarbeit ohne PlanKom. Zum nächsten Treffen im September wird von PlanKom eine Ergebnis-Dokumentation erstellt. Daraufhin wird ein Arbeitsplan der AG „Stadtteil-Image Döhren“ bis zu einer evtl. Ergebnisvorstellungs-Veranstaltung zur Schaffung von Akzeptanz und Identifikation aller Netzwerke erstellt. Einig war sich die Gruppe darüber eine Verlinkung zu Vereinen, Geschäftsleuten usw. zu schaffen, da man ein Image nur über gemeinsame Aktivitäten prägen kann. Es wurde von der Gruppe darauf hingewiesen, dass es bei einer solchen Veranstaltung sehr wichtig ist ein wirkliches Ergebnis zu präsentieren, woran sich die Teilnehmer entweder reiben können oder sich wiederfinden. Nur so kann nach Meinung der Gruppe eine Mitarbeit von weiteren Akteuren gefördert werden. Angedacht als Medium für eine solche Ergebnisvorstellung wurde die 4. offene Stadtteiltagung, die voraussichtlich im Februar 2007 stattfindet.

Allgemeine Hinweise

Frau Heyden-Busch hat darauf aufmerksam gemacht, dass Sie bis September 2006 keine Zeit hat sich in dieser AG einzubringen. Sie ist generell gerne bereit als Link zwischen der AG und der Stadtverwaltung zu fungieren.

Vereinbarungen vom 21.05.2006

- Treffen am Fr., 02.06.2006: hat mangels Beteiligung **nicht stattgefunden**
- Fortführung der Befragungsaktion: **Ergebnisse werden von Herrn Wiesner ausgewertet (s.o.)**

Ausblick

Für die Erarbeitung der nächsten Schritte der AG „Stadtteil-Image Döhren“ wurde der folgende Termin vereinbart, **Mittwoch, 13. September 2006** von **18:30 Uhr bis ca. 21:00 Uhr** im Café des **Ökumenischen Altenzentrums Ansgarhaus**, Olberstr. 4 - 10 in Döhren. Inhalte werden sein:

- Ergebnis-Dokumentation wird von PlanKom vorgestellt
- Arbeitsplanung, Spielregeln & Organisatorisches (Sprecher, Termine, evtl. Veranstaltung, etc.) werden vereinbart
- Evtl. Gelder akquirieren