

Integrative Stadtteilarbeit Döhren

Protokoll der AG „Stadtteil-Image Döhren“

Donnerstag, 09.03.2006, 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

- Weiterarbeit am Stadtteil-Image
- Vorgehen und Zeitplanung vereinbaren

Inhalt

Rollenklärung	2
Rückblick: Das letzte Treffen	2
Leitthema suchen: „Döhren lädt ein“	3
Fremdimage: Der Blick von außen	3
Gruppenarbeit: Befragung und zu Beteiligende	5
Zeitplanung und Vereinbarungen	6
Ausblick	7

Zusammensetzung der Teilnehmerschaft

Insgesamt nahmen 9 Personen an der Veranstaltung teil. Zu Beginn wurden die Anwesenden gefragt, wer in Döhren lebt bzw. wirkt und wer in welchen Institutionen aktiv ist: Alle 9 Teilnehmer leben bzw. arbeiten in Döhren, darunter 1 Vertreter aus der Politik.

Rollenklärung

PlanKom kann:

- Logistisch unterstützen: Treffen vorbereiten, moderieren und auswerten (Ort, Einladungen, Protokoll)
- Kontakte zur Stadt herstellen
- Methodisch beraten
- Presse- und Öffentlichkeitsarbeit leisten

AG-Teilnehmer können:

- Themen auswählen und bearbeiten
- Maßnahmen planen und umsetzen
- Weitere Akteure gewinnen

Rückblick: Das letzte Treffen

Beim letzten Treffen am 16.02.2006 wurde das Vorgehen für die Gestaltung der Imagekampagne vereinbart. Die Teilnehmer haben sich an die Ziele und Zielgruppen angenähert und Möglichkeiten zur Erfassung des Fremdimages betrachtet.

Fazit: Was kam dabei heraus?

- Der Fokus liegt auf dem Bewahren und Entwickeln der vorhandenen Qualitäten (Wohnen, Einkaufen, Freizeit).
- Als neue Bewohner sollen junge „wohlhabende“ Familien angesprochen werden.
- Döhren soll die Arme öffnen, einladend sein, sich nicht abschotten.

Leitthema suchen: „Döhren lädt ein“

Vor dem Hintergrund, dass sich nahezu jeder Bürger in Hannover ein vielfältiges Wohnumfeld mit Freizeit-, Wohn- und Einkaufsqualitäten sowie junge Familien als Nachbarn wünscht, wurde die Frage in den Raum gestellt, ob „Döhren lädt ein“ nicht Ausgangspunkt und Motto für eine Imagekampagne sein könnte. Die Teilnehmer sammelten Ideen und Anregungen zu den folgenden Fragen:

Wer lädt ein?

- ...?

Wen?

- „Döhren lädt ein – aber nicht alle“

Zu was?

- in die Geschäfte
- zu Festen
- Einzuladen um dazu zu gehören

Womit?

- mit längeren Öffnungszeiten
- Vorzüge hervorheben für die Zielgruppe
- Werben als Wohnstandort

Meinungen

- Döhren ist einladend!
- Positiver Eindruck, aber warum?
→ Welcher Traum?
- Was würde der Umkehrschluss bedeuten? „Döhren lädt aus!“ – Baustellen, Schmutz, Kinderfeindlichkeit. Defizite sind anhand der Zielgruppe zu betrachten.

Fremdimage: Der Blick von außen

Beim letzten Treffen der AG wurden die Teilnehmer aufgefordert, Nicht-Döhrener nach ihrem Bild von Döhren zu fragen.

Was haben Sie von Ihren Bekannten erfahren?

- Stimmen aus Bad Münden: Sie wissen, dass wir da wohnen, ein besserer Stadtteil – weil wir da wohnen
- Stimmen aus dem Zooviertel (ursprünglich Braunschweiger): Untere Mitte im Ranking der Stadtteile, Leinemasch, Maschsee, gute Infrastruktur, Insulaner, Ureinwohner,

- Atmosphäre, Chance, Südschnellweg, gute Verkehrsanbindung, Aufgabe: verschiedene Ansprüche zusammenbringen
- Stimmen aus Gleidingen: Enge Bebauung, schlechte Straßen, Maschsee, Grün
- Kleinbürgerlich, kleinkariert
- Eingekesselt zwischen Südschnellweg und

Hildesheimerstraße, Nähe zum Maschsee und Ricklinger Masch, schöner Platz, Glockseeschule

- Hier kann man gut essen: Titus, Landhaus Ammann, Wiechmann, Da Vinci
- Döhren ist nicht so bekannt wie die Südstadt

Was fällt auf gegenüber der eigenen Wahrnehmung des Stadtteils?

- Fremdbild entspricht dem eigenen Bild - das überrascht
- Schnell in der Innenstadt, schnell im Grünen

- Döhren ist nicht so prägnant – es schwimmt; Südschnellweg als Grenze
- Eingekegelt - Schmelztiegel - aber wenig Ausländer
- Verschiedene Einkommensgruppen
- Döhren „kiezelt“

Weitere Anmerkungen:

- Döhren als Heimat von Hannoveranern
- Partnerstadt von Döhren? Gibt es nicht
Stadtteilpartnerschaften?

Ziel der Erfassung des Fremdimages

Die systematische Erfassung des Fremdimages soll dazu beitragen, Anknüpfungspunkte für eine Imagekampagne und die Entwicklung von Maßnahmen zu identifizieren.

Durchführung der Befragung

Angedacht war es, eine Befragung in Zusammenarbeit mit Geographie-Studenten der Universität durchzuführen. Herr Wiesner hat sich diesbezüglich erkundigt und festgestellt, dass dies den Zeitrahmen sprengen würde, da die nächsten Semester bereits verplant sind und eine Kooperation erst zu einem späteren Zeitpunkt erfolgen könnte.

Die verbleibende Alternative besteht in der eigenen Konzeption und Durchführung einer Befragung. In der Diskussion kam die Idee auf, bei einer **Sonntags-Aktion bis zum 24.04.** Spaziergänger am Maschsee zu interviewen. Die Befragung soll von allen AG-Teilnehmern durchgeführt werden und könnte als Anreiz mit einem Kuchenessen verbunden werden. Die Befragter erhalten hierzu Fragebögen, bzw. Gesprächsleitfäden, in welche sie die Antworten der Passanten wie auch deren Reaktionen (Gesichtsausdruck, Freudenschreie, ...) eintragen.

Gruppenarbeit: Befragung und zu Beteiligende

In zwei Gruppen arbeiteten die Teilnehmer heraus, was es bei der Befragungsaktion herauszufinden gilt.

Welche Fragen sollten gestellt werden?

Es wurden die folgenden Fragen gesammelt, die im Rahmen der Befragung gestellt werden sollten:

Gruppe A:

- Sagt Ihnen der Begriff Döhren etwas?
- Was gefällt Ihnen an Döhren? – was nicht?
- Wollen Sie in Döhren wohnen?
- Wenn ja / wenn nein – warum?
- Welche Vorzüge muss Ihr Stadtteil haben? (Wunsch)

Gruppe B:

- Wissen Sie, wo Döhren liegt?
- Wie sieht Döhren aus?
- Welche Vorteile hat Döhren?
- Waren Sie schon einmal in Döhren?

- Welchen Eindruck hat Döhren hinterlassen?
- Kennen Sie ein anderes Wort für Döhren?
- Kennen Sie eine/n Döhrener/in?
- Würden Sie nach Döhren ziehen?
- Waren Sie schon einmal in Döhren einkaufen?
- Waren Sie schon einmal auf dem Markt vom Fiedeler-Platz?
- Welche Schulen kennen Sie in Döhren? (Weiterführende?)
- Welches Ansehen (Spiegelbild) hat Döhren in der Welt?

Wer sollte bei der Entwicklung der Imagekampagne eingebunden werden?

In Hinblick auf die weitere Arbeit der AG „Stadtteil-Image Döhren“ überlegten die Teilnehmer, wer bei der Entwicklung der Imagekampagne eingebunden werden sollte:

Gruppe A:

- Geschäftsleute verschiedener Branchen
- Gastronomie
- Kirche
- Kulturszene
- Vereine

Gruppe B:

- Kirchen/ Konfessionen einbinden
- Gastronomie aufsuchen
- Parteien
- Kulturinteressierte
- Vereine
- Kinder
- Konzerne
- Stiftung
- Alte, Kinder, Schulen, Vereine

Wer kennt wen und fragt nach? Bis wann?

Um an die entsprechenden Gruppen heranzukommen, wurde überlegt, wer jemanden kennt, den er oder sie bis zum nächsten Treffen fragen kann.

Welche Gruppen sollten eingebunden werden?	Wer kennt wen? Wie Kontakt aufnehmen?	Wer fragt nach?
Geschäftsleute	→ über Stadtteilzeitungen → TN aus der Liste	
Gastronomie	Herr Costa	Herr & Frau Student
Kirchengemeinden	→ über Anschreiben	PlanKom
Kulturzentren (Kunst, Film, ...)	Kulturinitiative	Herr Himstedt
Vereine	Ortsverein AWO	Frau Dettbarn
	→ über Anschreiben	PlanKom
Parteien		Herr Müller
Konzerne & Stiftungen	→ Anfrage bei TÜV, Toto-Lotto, VW-Stiftung	Herr Winter
Kinder	→ Anschreiben an Schulen, Kindergärten, etc.	PlanKom
Stadtteilrunde		Frau Heyden-Busch

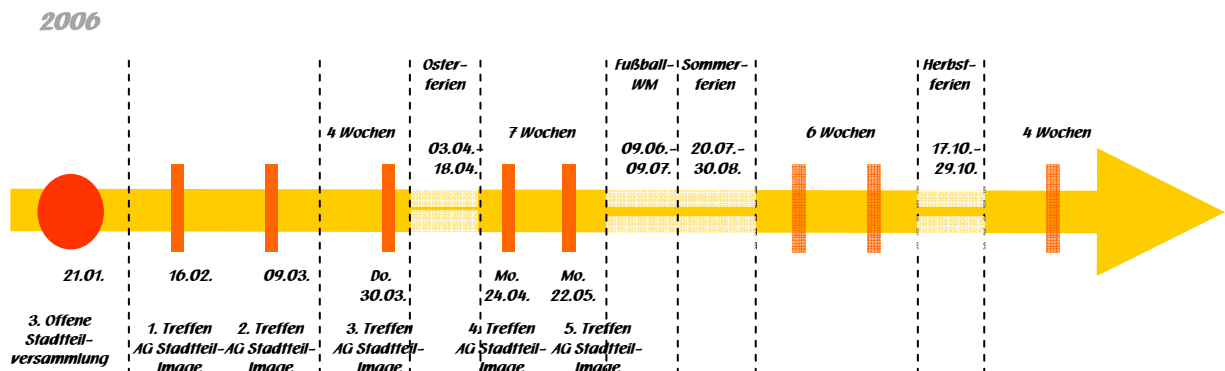
Zeitplanung und Vereinbarungen

Für die AG „Stadtteil-Image Döhren“ wurden die folgenden Termine mit PlanKom als „Meilensteine“ vereinbart:

- **Donnerstag, 30.03.2006:** 3. Treffen der AG „Stadtteil-Image Döhren“
- **Montag, 24.04.2006:** 4. Treffen der AG „Stadtteil-Image Döhren“
- **Montag, 22.05.2006:** 5. Treffen der AG „Stadtteil-Image Döhren“

Die Treffen finden jeweils von **18:30 Uhr bis ca. 21:00 Uhr im Freizeitheim Döhren**, Hildesheimerstraße 293 statt.

In den Zeiträumen dazwischen sollten weitere Treffen erfolgen, um an den Maßnahmen weiterzuarbeiten.



Für die Bearbeitung einzelner Aufgaben wurden folgende Vereinbarungen getroffen:

- Bis zum nächsten Treffen am 30.03. werden **weitere Akteure** angesprochen, die bei der Entwicklung der Imagekampagne einzubeziehen sind.
- Herr Himstedt hat sich bereit erklärt, sich um die **Informationsgrundlagen** zum Stadtteil zu kümmern (Einwohnerstruktur, Wohnungsbestand, Nachfragesituation, Einzelhandel, Gewerbe, ...).
- Herr Schwarzer und Frau Dettbarn werden die **Erarbeitung der Fragebögen** bis zum 30.03. in die Hand nehmen.
- Die **Befragungsaktion** soll an einem Sonntag erfolgen und bis zum 24.04. abgeschlossen sein. → Ein fester Termin muss noch vereinbart werden.
- Es gilt zu überlegen, ob ein **gemeinsames Treffen mit der AG „Zukunft der Fiedelerstraße“** stattfinden sollte, um sich über die Gestaltung einer Website auszutauschen.

Ausblick

- Als „**Hausaufgabe**“ wurden die Teilnehmer gebeten, in Sachen Imagekampagne einen Blick über den Tellerrand zu werfen und gute Beispiele für Stadtteilmarketing zu sammeln. „*Was machen die anderen? Wie stellen sich andere Städte/ Stadtteile dar?*“
- Das **nächste Treffen**, bei dem es unter anderem um die Vorbereitung der Befragungsaktion und weitere Maßnahmen zur Imagekampagne geht, findet am **Donnerstag, den 30. März um 18:30 Uhr im Freizeitheim Döhren**, Hildesheimerstraße 293 statt.

„Letzte Worte“ aus der Teilnehmerschaft

- Der Durchbruch ist geschafft.