Stadtmarketing Obernkirchen

Endbericht

Bearbeitung:

Dipl.-Sozialwirt Uwe Mantik
Katja Thümler

Hansestadt Lübeck, März 2004

Inhaltsverzeichnis:

1. Einführung und Zielstellung 4

2. Teilnehmerinnen und Teilnehmer 5

2.1 Arbeitsgruppe Einzelhandel, Innenstadt, Veranstaltungen 5
2.2 Arbeitsgruppe Tourismus, Freizeit, Wohnen 6
2.3 Arbeitsgruppe Gewerbe, Handwerk, Dienstleistung 7
2.4 Externe Teilnehmer 7

3. Ergebnisse der Arbeitsgruppen 8

3.1 Arbeitsgruppe Einzelhandel, Innenstadt, Veranstaltungen 8
3.1.1 Stärken 8
3.1.2 Schwächen 8
3.1.3 Projekte und Maßnahmen 9
3.1.4 Maßnahmen für Obernkirchen 12
3.1.4.1 Kurzfristige Maßnahmen 12
3.1.4.1.1 Parkleitsystem für Obernkirchen 12
3.1.4.1.2 Obernkirchen wird sauberer 19
3.2 Arbeitsgruppe2: Tourismus, Freizeit, Wohnen 25
3.2.1 Stärken 25
3.2.2 Schwächen 25
3.2.3 Projekte und Maßnahmen 27
3.2.4 Maßnahmen für Obernkirchen 28
3.2.4.1 Kurzfristige Maßnahmen 28
3.2.4.1.1 Obernkirchen – Bürger- und Gästegalerie 28
3.2.4.1.2 Tourismuskonzept Obernkirchen 31
3.2.4.1.3 Flyer für Obernkirchen erstellen 32
3.2.5 Mittel- bis Langfristige Maßnahmen 33
3.2.5.1.1 Internetseite verbessern 33
3.2.5.1.2 gemeinsamer Veranstaltungskalender für Obernkirchen 34
3.3 Arbeitsgruppe 3: Gewerbe, Handwerk, Dienstleistung 35
3.3.1 Stärken 35
3.3.2 Schwächen 35
3.3.3 Projekte und Maßnahmen 37

3.3.4 Maßnahmen für Obernkirchen 38

4. Ausblick/ Empfehlungen der CIMA 41

1. Einführung und Zielstellung

Die Stadt Obernkirchen hat sich im Juni 2003 unter Mitwirkung und Initiative des Vereins für Wirtschaftsförderung, des Verkehrs- und Verschönerungsvereins sowie des Vereins Haus + Grund zur Durchführung eines extern begleiteten Stadtmarketing- Projektes entschieden. Nachdem die CIMA bereits im Vorfeld des Prozesses einen Workshop zu Stärken und Schwächen sowie möglichen Maßnahmen am Standort Obernkirchen durchgeführt hatte, wurde der entsprechende Auftrag im Juni 2003 erteilt.

Dabei bestand unter den Beteiligten Einvernehmen darüber, dass:

- eine umfassende Grundlagenanalyse bzw. eine Primärdatenerhebung weder erforderlich noch leistbar ist.
- der Prozess auf die Entwicklung zielorientierter Maßnahmen für kurz-, mittel- und langfristige Ideen und Projekte konzentriert werden muss.
- innerhalb eines überschaubaren Zeitraums von 8 Monaten Bilanz gezogen werden soll.
- für den Stadtmarketing- Prozess eine dauerhaft lebensfähige Grundstruktur geschaffen werden soll.

Diese grundsätzlichen Rahmenbedingungen haben den Prozess während des gesamten Zeitraums geprägt. So sind in drei thematisch gegliederten Arbeitsgruppen jeweils 6 Sitzungen durchgeführt worden, in denen nach einer Schwachstellenanalyse konkrete Verbesserungsvorschläge und Projektideen für die Einzelthemen (s.u.) erarbeitet wurden. Zusätzlich sind in der begleitenden Lenkungsgruppe die Leitlinien des künftigen Stadtmarketing und seiner finanziellen und organisatorischen Absicherung erörtert und zum vorläufigen Abschluss gebracht worden.

Der Schlusspunkt des von der CIMA betreuten Prozesses wird durch einen Workshop markiert, in dem alle Maßnahmen der Arbeitsgruppen und das Zukunftskonzept für das Stadtmarketing in Obernkirchen vorgestellt und mit Prioritäten versehen worden sind.

Die nachfolgende Dokumentation konzentriert sich auf eine übersichtliche Darstellung des erreichten Arbeitsstandes und dient darüber hinaus als Arbeitsgrundlage für die Umsetzung und Weiterverfolgung der Maßnahmen und Ziele.

2. Teilnehmerinnen und Teilnehmer

2.1 Arbeitsgruppe Einzelhandel, Innenstadt, Veranstaltungen

Anrede	Vorname	Name	Institution/Organisation/Firma
Herr	Cosimo	Carrotter	Mediterrane Lebensmittel – Feinkost
Frau	Renate	Dammer	Haus Palmenburg
Herr	Manfred	Dammer	Haus Palmenberg
Herr	Manfred	Essmann	SPD
Herr	Markus	Hunstiger	Brillenmoden Hunstiger
Frau	Britta	Kallikat	Reisebüro Barbarossa
Herr	Siegfried	Klein	Journalist LZ, SZ
Herr	Ulrich	Kuhlmann	Stadt Obernkirchen
Herr	Christian	Lucks	Bäckerei Lucks
Herr	Wilhelm	Mevert	Stadt Obernkirchen
Herr	Jürgen	Nehse	INTAS Reisebüro
Frau	Heike	Schaper	Fa. Rossmann GmbH
Herr	Thomas	Stübke	RAT, Lokale Agenda
Frau	Barbara	Vogt	Rosen-Apotheke
Frau	Karin	Warnecke	Sport-Shop, RAT

2.2 Arbeitsgruppe Tourismus, Freizeit, Wohnen

Anrede	Vorname	Name	Institution/Organisation/Firma
Herr	Frank	Ackemann	Internet- Provider
Herr	Willi	Adam	Rentner
Herr	Gerd	Baake	Haus und Grund Obernkichen – Schriftführer
Frau	Christine	Blome	Privat
Herr	Rolf	Böhning	Gemeinschaftswerk Krainhagen
Herr	Rolf-Bernd	de Groot	Stadt Obernkirchen
Freu	Waltraud	Denocke	KiGa Hammweg Obernkirchen
Herr	Michael	Eggelmann	Eggelmanns Hofcafé und Heuhotel
Herr	Heinz	Eggelmann	Eggelmanns Hofcafé und Heuhotel
Herr	Bernward	Franke	VVO
Frau	Siegrid	Gerntrup	Privat
Herr	Claus Dieter	Gnad	Grundschule Obernkirchen
Herr	Florian	Heidtmann	Der Historiker
Frau	Hella	Hespe	Privat
Herr	Andreas	Hofmann	Gruppe Mitte / Ortsbürgermeister Gelldorf
Frau	Britta	Kallikat	Reisebüro Barbarossa
Herr	Siegfried	Klein	Journalist LZ, SZ
Frau	Beate	Krantz	Rat der Stadt CDU + Gruppe Mitte
Frau	Ingrid	Mandel	Verein VVO
Frau	Margot	Müller	Verein für Wirtschaftsförderung
Herr	Jürgen	Nehse	INTAS Reisebüro
Herr	Michael	Neumann	FVV Krainhagen
Frau	Gertraud	Rammelsberg	Verein für Wirtschaftsförderung
Herr	Horst	Sassenberg	Bürgermeister
Frau	Christel	Schliemann	Privat
Herr	Thomas	Stübke	RAT; Lokale Agenda
Herr	Konrad	Stürzer	Tennis Club Obernkirchen
Frau	Edith	Warnke	Kneipp-Verein
Herr	Herbert	Weigert	privat
Frau	Maren	Witte	Stadt Obernkirchen, KIGA Kleistring
Herr	Ernst	Wömpner	Agenda 21

2.3 Arbeitsgruppe Gewerbe, Handwerk, Dienstleistung

Anrede	Vorname	Name	Institution/Organisation/Firma
Herr	Jörg	Essmann	Essmann Haustechnik
Frau	Rosemarie	Fichtner	SPD-Fraktion
Herr	Friedrich	Gärling	VB Bückeburg-Rinteln eG
Herr	Joachim	Gotthardt	Sparkasse Obernkirchen
Frau	Elisabeth	Hesse	Zahnärztin
Herr	Werner	Hobein	Haus Sonnenhof
Herr	Hubert	Holtmann	Möbel Holtmann
Herr	Peter	Inns	Heye Glas GmbH
Herr	Siegfried	Klein	LZ, SZ
Herr	Günter	Krüger	A. Krüger KG
Herr	Uwe	Lüking	Gartenmöbel
Herr	Wilhelm	Mevert	Stadt Obernkirchen
Frau	Sybille	Schlusche	Berg Apotheke

2.4 Externe Teilnehmer

Anrede	Vorname	Name	Institution/Organisation/Firma
Herr	Uwe	Mantik	CIMA GmbH
Frau	Katja	Thümler	CIMA GmbH

3. Ergebnisse der Arbeitsgruppen

3.1 Arbeitsgruppe Einzelhandel, Innenstadt, Veranstaltungen

Die Gruppe ermittelte zunächst Stärken und Schwächen in Obernkirchen im Themenbereich Einzelhandel, Innenstadt, Veranstaltungen. Diese werden in den folgenden zwei Kapiteln kurz vorgestellt.

3.1.1 Stärken

§ **Stadt der kurzen Wege / Konzentrierte Geschäftslage**

Die Geschäfte in Obernkirchen konzentrieren sich weitgehend an der Hauptstraße und den unmittelbar angrenzenden Straßenzügen , so dass in der Stadt keine langen Wege zurück gelegt werden müssen, um die Einkaufslagen zu erreichen.

§ **kostenfreie und ausreichende Parkplätze**

Das Parkplatzangebot in Obernkirchen ist ausreichend. Außerdem besteht der große Vorteil, dass diese Parkplätze alle kostenlos angeboten werden können.

3.1.2 Schwächen

§ **Sicherheit und Sauberkeit**

Ein großes Problem stellt in Obernkirchen die fehlende Sauberkeit im Stadtbild dar. Achtlos weggeworfener Abfall aller Art wird als sehr störend empfunden. Ein weiteres Problem besteht darin, dass durch konkrete Belästigungen bzw. den Aufenthalt bestimmter Personenkreise im Fußgängerzonenbereich das Sicherheitsempfinden der Bürger in der Stadt subjektiv beeinträchtigt ist..

§ **Innenstadtbild**

Hier ist v.a. der Zustand vieler Fassaden sowie die zu beobachtende steigende Leerstandsquote als Problem zu benennen.

§ **Bistro-Gastronomie/Verweilpunkte fehlen**

Um Obernkirchen attraktiv für Besucher und Bewohner zu gestalten fehlen Verweilpunkte sowie ein ausgewogenes Café- und Bistroangebot.

§ **Verkehrsanbindung und -führung (Leitsystem) fehlt**

Um Besucher besser in die Innenstadt zu leiten fehlt in Obernkirchen derzeit ein Parkleitsystem, das dem Ortsunkundigen die Orientierung erleichtert und den Aufenthalt in Obernkirchen servicefreundlich gestaltet.

§ **Darstellung des Einzelhandels**

Der Einzelhandel sollte gemeinsam mehr für die Selbstdarstellung tun. Es wird zu wenig geworben, es werden zu wenige attraktive Aktionen angeboten.

§ **Kaufkraftabfluss**

Die vorhandene Kaufkraft wird zu wenig am Ort gebunden. Durch die benachbarten Mittelzentren fließt ein überproportionaler Anteil ab.

§ **ÖPNV- Anbindung**

Die Anbindung wird als mangelhaft empfunden. Die Taktfrequenz lässt zu wünschen übrig.

3.1.3 Projekte und Maßnahmen

Die Gruppe erarbeitete in verschiedenen Einzelbereichen folgende Projekte und Maßnahmen, die für Obernkirchen wichtig sind und die mit Priorität verfolgt werden sollen.

Projekt Stadtbild

§ Sanierung des Neumarktes und der Heyestraße

§ Verbesserung der baulichen Substanz in der Innenstadt

§ Verbesserung der Sauberkeit und Ordnung

§ Modernisierung der alten Bausubstanz der Häuser in der Innenstadt

§ Modernisierung der Straßen und des Kanals anschieben

Projekt Stadtgestaltung

- Sanierung der Innenstadthäuser
- Erarbeitung eines Gesamtkonzeptes für die Innenstadt – besonders für die Lange Straße, Neumarktstraße etc.
- Abbruch und Neubau der jetzigen Ruinen
- Durchführung eines Fassadenwettbewerbes
- Teilweiser Rückbau der Innenstadtfassaden und Entwicklung einer Gesamtgestaltung
- Aktive Bewerbung von Investoren für eine Innenstadt mit attraktiven Angeboten
- Überarbeitung sämtlicher Innenstadtfassaden durch z.B. Farbgestaltung
- Errichtung von Spielplätzen in der Innenstadt

Weitere Maßnahmen

- Fußgängerverbindung zwischen Seniorenheim + Aldi (eh. Fleischerei)
- Behinderengerechte öffentliche Verkehrsmittel fordern und fördern
- Kurzzeitparken wieder einführen (2h)
- Verbesserung der innerstädtischen Wegweisung
- Gehwegbenutzung orientiert sich an Rollstuhlfahrern/-innen (keine zugestellten Gehwege)
- Schaufensterwettbewerb; zu best. Anlässen ausreichende Anreize schaffen
- Ausbau der Verkehrsberuhigung in der Innenstadt
- Blumenschmuckwettbewerbe (Obernkirchen blüht auf)
- Einrichtung weiterer Fahrradparkplätze an benutzerfreundlichen Standorten
- Behindertengerechte Zugänge zu allen öffentlichen Gebäuden der Stadt (z.Z. nicht finanzierbar)

- Verkehrsüberwachung: notwendig, um tatsächlich Parkplätze zweckentsprechend vorzuhalten
- Parkleitsystem: erforderlich, gerade für auswärtige Kunden und Besucher
- Absenkung der Bordsteinkanten im Rahmen der Möglichkeiten wird fortgesetzt (auf Wunsch/im Einzelfall)
- Parken in der Innenstadt (an prominenten Stellen) einschränken.

3.1.4 Maßnahmen für Obernkirchen

In einem zweiten Arbeitsschritt wurden die Maßnahmen in kurz-, mittel- und langfristige Vorhaben unterteilt und für die weitere Bearbeitung und Umsetzung vorbereitet. Sofern es möglich ist, werden Beispiele aus anderen Städten gezeigt.

3.1.4.1 Kurzfristige Maßnahmen

3.1.4.1.1 Parkleitsystem für Obernkirchen	
Ausgangslage: In Obernkirchen existiert derzeit kein Parkleitsystem um die Besucher in die Innenstadt zu leiten. **Beschreibung der Maßnahme:** Nach ausführlicher Diskussionen über Form und Gestaltung der Schilder für das Parkleitsystem hat sich die Gruppe für eine übersichtliche Lösung entschieden: An den fünf Zufahrtswegen nach Obernkirchen wird jeweils eine Informationstafel aufgestellt, mit - einer Gesamtübersicht aller Parkplätze und - dem besonderen Hinweis, dass das Parken überall in Obernkirchen kostenlos	**Beginn der Maßnahme:** Sofort **Dauer der Maßnahme:** **Kosten / Finanzierung:** Ca. 10.000 € **Verantwortlicher:** Stadt **Kooperationspartner:** evtl. Bauhof/ Lenkungsgruppe für Detailabsprachen

ist. <u>Die Standorte der Informationstafeln:</u> - Rintelner Straße: hinter dem Ortseingangsschild an der Bushaltestelle rechte Seite - Bad Eilsen: in Röhrkasten an der Bushaltestelle (ehemalige Gärtnerei Loges) - Gelldorf/B65: an der Langen Straße an der Bushaltestelle vor dem neuen Kreisel - Stadthagen: am Sülbecker Weg - Vehlen: im Verlauf der Vehlener Straße Richtung Obernkirchen (genauer Standort muss noch festgelegt werden) In das Parkleitsystem werden zunächst die 4 wichtigsten Parkplätze mit einbezogen. Es handelt sich dabei um: - Neumarktplatz/Katholische Kirche - Bornemannplatz/Aldi - Sparkasse/Rathaus/Hinter dem Graben - Kurze Straße/Seniorenheim Sonnengarten Je nach Zufahrtsweg wird der Tourist dann durch statische Hinweisschilder zu dem für ihn am nächsten gelegenen Parkplatz weitergeleitet. Die statischen Hinweisschilder bestehen maximal aus jeweils 3 Parkplätzen pro Schild. Um die Hinweise möglichst übersichtlich zu gestalten steht auf jedem Schild nur der Name des Parkplatzes. Auf weitere Angaben wie die mögliche Parkdauer oder wie viel Parkplätze zur Verfügung stehen wird verzichtet. An den Einfahrten zu den jeweiligen Parkplätzen findet der Tourist nochmals ein Schild mit dem Namen des betreffenden Parkplatzes und weitergehenden Informationen, wie mögliche Parkdauer etc. Außerdem werden auf den Parkplätzen noch zusätzlich kleine Schilder zur Orientierung (Richtung Fußgängerzone, Kirche etc.) angebracht. Für die Umsetzung des Parkleitsystems werden insgesamt ca. 15 Hinweisschilder, 4 Parkplatz-Schilder und 8 kleine Schilder benötigt. Die Kosten für dieses	**Referenzen/** **Informationen/** **Ansprechpartner: CIMA**

Für die Umsetzung des Parkleitsystems werden insgesamt ca. 15 Hinweisschilder, 4 Parkplatz-Schilder und 8 kleine Schilder benötigt. Die Kosten für dieses System belaufen sich auf ca. 8.000,00 € netto zzgl. der Erdarbeiten, die unter Umständen durch den Bauhof übernommen werden könnten. Die 5 benötigten Informationsschilder für die Ortseingänge werden, soweit der Arbeitsgruppe bekannt, vom Verkehrs- und Verschönerungsverein gespendet. Die Hinweisschilder werden so aufgestellt, dass der sensible verkehrsberuhigte Bereich in der Innenstadt möglichst nicht mit einbezogen wird..	

Beispiele aus anderen Städten

Goslar:

In Goslar findet man ein überwiegend statisches Parkleitsystem, das an einigen Stellen durch dynamische Elemente ergänzt ist.

Am Ortseingang befindet sich eine Informationstafel, auf der alle relevanten Parkplätze mit Lage eingezeichnet sind. Unterstützt wird dies durch einen Stadt- und Übersichtsplan der Stadt Goslar.

Im weiteren Verlauf befindet sich ein grob strukturierter Plan auf dem die größten Parkplätze der Stadt eingezeichnet sind.

Der Besucher der Stadt wird nun im Folgenden anhand der nebenstehenden Schilder zu dem gewünschten Parkplatz geleitet.

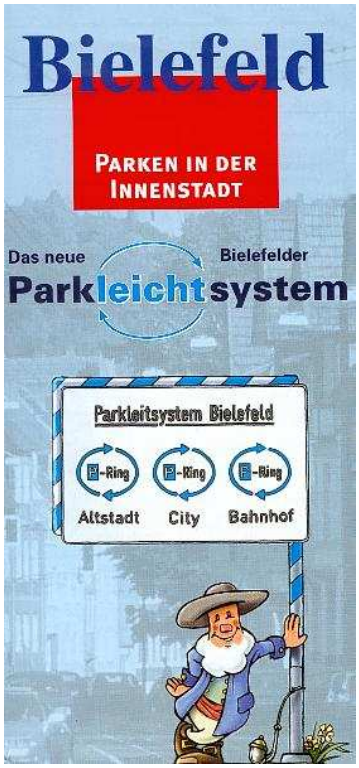
Leer:

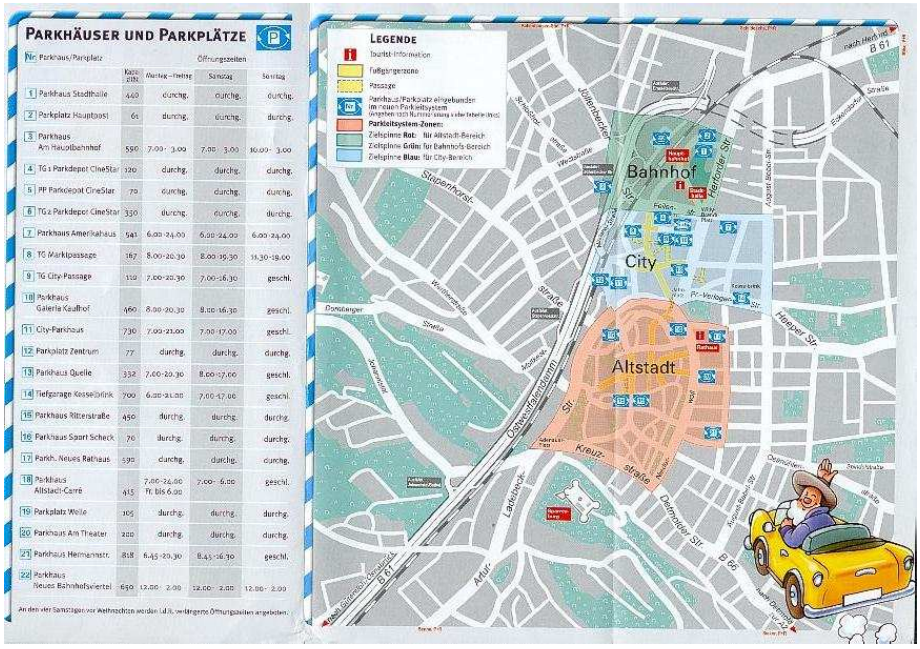
Beim Parkleitsystem in Leer bekommt der Besucher zusätzlich zur Richtung und Stellplatzangabe auch Informationen über Parkgebühren und Behindertenstellpätze.

Bielefeld:

Das Bielefelder Parkleitsystem ist in drei Phasen gegliedert. Die Vorankündigungstafel weist an allen Einfallsstraßen auf das Parkleitsystem hin. Dabei sind alle Parkplätze nach einem Ringsystem geordnet, damit sich auch Ortsfremde schnell zurechtfinden. Der statische Parkleitwegweiser gibt den Autofahrern die Richtung und den Weg an. Somit werden die Fahrer automatisch zu den drei möglichen Parkringen geleitet. Zum Schluss gibt es einen Parkleitwegweiser mit dynamischer Anzeige

Unterstützt wird das Parkleitsystem durch eine Broschüre, in der dem Besucher das Parkleitsystem erläutert wird. In dieser Broschüre befinden sich auch die Betriebszeiten der örtlichen Parkplätze, bzw. Parkhäuser, sowie ein Übersichtsplan.





Informationen:

Stadt Bielefeld - Fachbereich Verkehr

Tel.: 0521-516336

e-mail: fachbereich.verkehr@bielefeld.de

Freising:

Auch in der Stadt Freising findet man ein statisches Parkleitsystem. Dieses Parkleitsystem besteht aus einem Vorwegweiser, auf dem die Parkplätze eingezeichnet sind und Wegweisern, die dem Besucher den Weg zu den Parkplätzen leiten. In diesem Parkleitsystem findet man spezielle Hinweise auf Busparkplätze.

Informationen:

Stadt Freising

Tel.: 08161-5410

3.1.4.1.2 Obernkirchen wird sauberer

Ausgangslage: Die Sauberkeit im Stadtbild von Obernkirchen ist unzureichend. **Beschreibung der Maßnahme:** Ziel dieser Aktion ist es, den einzelnen Bürger sensibler für das Thema Müllvermeidung in Obernkirchen zu machen. Dies soll durch Plakate, Verteilung von Handzetteln und einer geplanten Frühjahrsputzaktion mit allen Beteiligten (Bürger, Einzelhändler, Stadtverwaltung, Schulen, Feuerwehr etc.) erreicht werden. Als Auftaktveranstaltung ist **die Frühjahrsputzaktion am 24.04.04 in der Zeit von 11.00 – 15.00 Uhr** geplant. Alle Bürger werden aufgerufen zusammen mit bekannten Personen aus dem öffentlichen Leben (Bürgermeister, Stadtdirektor etc.) den herumliegenden Müll unter zu Hilfenahme von Müllgreifern usw. aufzusammeln und in großen Abfallcontainern zu entsorgen. Der Handel sollte diese Aktion durch kleine begleitende Aktionen in den Geschäften unterstützen. Als publikumswirksames Zugpferd laufen gerade Verhandlungen mit dem Fußballverein Hannover 96, damit ein Spieler zu einer Autogrammstunde in der Innenstadt erscheint. Dieses „Zugpferd“ wird derzeit vom Reisebüro „Barbarossa“ organisiert. Als Abschluss der Aktion sollte den Beteiligten ein	**Beginn der Maßnahme:** sofort **Dauer der Maßnahme:** **Kosten / Finanzierung:** Min. 1.000,00 € **Verantwortlicher:** Frau Kallikat, Frau Warnecke, Frau Krantz

kleiner „Müllimbiss“ in Form von z.B. einer Erbsensuppe und Getränken kostenlos bereitgestellt werden. Auch ein kleines kulturelles Rahmenprogramm wäre sehr positiv. Diese Zusammenkunft könnte z.B. durch die örtliche Feuerwehr mitorganisiert werden.

Begleitende Plakataktion:

Um die nötige Aufmerksamkeit bei den Bürgern zu erreichen sollte eine begleitende Plakataktion, die auf das Motto: **Mach´s mit, Mach´s nach, Mach´s SAUBER** hinweist, vor-bereitet werden.

Für die Entwürfe solcher Plakate sollten möglichst die Schulen, in Form eines Wettbewerbs, mit eingebunden werden. Die oder das beste Motiv wird anschließend prämiert und zur weiteren Verteilung dann durch eine Agentur gedruckt.

Erste Gespräche mit den Schulen wurden bereits geführt, die aber noch zu keinem end-gültigen Ergebnis gekommen sind, da der Kunstunterricht in den Schulen immer mehr abgebaut wird.

Sollte eine Teilnahme der Schulen auf Grund fehlender Unterrichtszeit nicht möglich sein, ist es alternativ vielleicht möglich einen Aushang in der Schule zu machen, damit sich die Schüler trotzdem privat daran beteiligen können. Eine Einbindung der Schüler in diesen Prozess wäre auf jeden Fall sehr wichtig.

Verteilung von Handzetteln:

Um die Bürger auch über die Frühjahrsputzaktion hinaus für die Sauberkeit im Stadtgebiet zu sensibilisieren, könnten zukünftig bei Verschmutzungen Bußgelder erhoben werden.

Die Bevölkerung wird im Vorfeld durch das Verteilen von

Kooperationspartner:

Schulen

Stadtverwaltung

Handel

AWS

Baubetriebshof

Banken/Sparkasse

Soziale Einrichtungen (Kirchen etc.)

Gastronomie

Feuerwehr

Sportvereine

Feuerwehr

Stadtjugendpfleger

	Referenzen/ **Informationen/** **Ansprechpartner:**

Beispiele aus anderen Städten

Die Folgenden Beispiele zeigen Plakat- und Handzettelaktionen aus anderen Städten.

Aachen:

...ab 1. August 2003 wird es ernst, denn ab diesem Zeitpunkt müssen Sie für solche oder ähnliche "Vergehen" ein Verwarnungsgeld zahlen.

VERWARNUNGSGELDKATALOG

Wegwerfen von Abfällen

- Zigarettenkippe	10 Euro
- Zigarettenschachtel	10 Euro
- Papiertaschentuch	10 Euro
- Essensreste	15 Euro
- Kaugummi	15 Euro
- Frittentüte	20 Euro
- Dose	20 Euro
- Flasche	20 Euro
- Einwickelpapier	20 Euro
- Ausgeleerter Aschenbecher	25 Euro

Verunreinigung von Kinderspielplätzen

- durch Abfälle	25 Euro
- durch Urinieren oder sonstiges Verrichten der Notdurft	30 Euro
- durch Wegwerfen von Spritzbestecken	35 Euro
- Hunde auf Kinderspielplätzen	25 Euro

Verunreinigung durch Hundekot	25 Euro
Füttern verwilderter Haustauben	20 Euro

Mit freundlicher Unterstützung des Märkte- und Aktionskreises City e.V.

Göttingen:

Wesel:

Darmstadt-Dieburg:

Wie werden Bußgelder in anderen Städten erhoben?

Gotha:

Zunächst wurden Müllsünder bis September 2003 mit einer „Roten Karte“ verwarnt. Diese Karten wurden durch die Kräfte des Ordnungsamtes verteilt. Diese erheben nun auch die Bußgelder.

Kontakt:

Sicherheits- und Ordnungsverwaltung Gotha

Tel.: 03621-22 27 01

Viersen:

In Viersen werden die Bußgelder erhoben durch vier „Blaue Sheriffs“ (Mitarbeiter des besonderen Vollzugsdienst der Ordnungsbehörde), welche regelmäßig durch die Innenstadt patrouillieren.

Kontakt:

Stadt Viersen

Fachbereich 90 – Bürgerbüro

stadt@viersen.de

Fürth:

Bereits seit 1997 werden in der Stadt Verstöße gegen die Sauberkeit bestraft. Vier uniformierte Stadtangestellte gehen auf Streifengänge in der Innenstadt, um Passanten auf ihr Fehlverhalten hinzuweisen und dabei, wenn notwendig auch gebührenpflichtige Verwarnungen auszusprechen. Die von den Fußstreifen erhobenen Bußgelder sind dabei Bestandteil des Fürther Verwarnungsgeldkatalogs Ordnungsrecht.

Kontakt:

Rechtsamt Fürth

Tel.: 0911-97 42 301

Es gibt weitere zahlreiche Beispiele deutschlandweit, bei denen in den Städten Bußgelder gegen Müllsünder erhoben werden.

3.2 Arbeitsgruppe2: Tourismus, Freizeit, Wohnen

Zunächst ermittelte die Gruppe Stärken und Schwächen in Obernkirchen im Themenbereich Tourismus, Freizeit, Wohnen. Diese werden in den folgenden zwei Kapiteln kurz vorgestellt.

3.2.1 Stärken

§ **Kultur**

Mit Einrichtungen wie dem Stift, dem Berg- und Stadtmuseum, dem Bildhauersymposium u.v.m. kann das Kulturangebot in Obernkirchen als anspruchsvoll und abwechslungsreich bezeichnet werden.

§ **Vereine/Sportstadt**

In Obernkirchen gibt es viele gut funktionierende Sportvereine mit einem ungewöhnlich umfangreichen Sportangebot. Außerdem hat Obernkirchen eine modernes Schwimmbad mit besonderen Qualitäten (chlorarmes Wasser) vorzuweisen.

§ **Stadt im Grünen**

Obernkirchens Lage zeichnet sich durch die Nähe zum Bückeberg und der damit verbundenen guten Luft aus, welche Obernkirchen attraktiv als Stadt im Grünen erscheinen lässt.

§ **Ambiente**

Die kompakte Altstadt, die Lieth sowie der hohe Grünanteil im Stadtgebiet ergeben eine reizvolle Mischung mit hoher Lebensqualität.

3.2.2 Schwächen

§ **Hotels und Gastronomie**

Es gibt in Obernkirchen keine Hotels mit besonderen Angeboten – die Gruppe bezeichnete das Hotelangebot im Kern als mangelhaft.

3.2.3 Projekte und Maßnahmen

Die Gruppe benannte in den folgenden Einzelbereichen diverse Projekte und Maßnahmen, die für Obernkirchen umgesetzt werden sollen.

Projekt Kulturarbeit optimieren

- Professionelle Bewerbung von Veranstaltungen
- Informationen über Kulturangebote auch überregional streuen
- Durchführung eines „Festes der Vereine“
- Verbesserte Terminabsprachen, Erarbeitung eines Veranstaltungskalenders
- Aufbau einer Vereinszentrale mit PC-Ausstattung, Vortragsgeräteverleih etc. zur Koordinierung der gesamten Vereinsarbeit
- Vereine sollen als Werbung für Obernkirchen genutzt werden
- Durchführung der „Obernkirchener Runde“
- Durchführung eines multikulturellen Festes zur Einbeziehung ausländischer Mitbürger

Projekt Wohnen bewerben

- Wohnen in Obernkirchen aktiv bewerben

Weiter Maßnahmen

- Projekt Stadtinformationssystem entwickeln - Beschilderung
- Qualitätsorientierte Veranstaltungen / Events durchführen
- Begrünungskonzepte entwerfen
- Wohnmöglichkeiten in der Innenstadt erhalten und ggf. ausbauen (Leerstände)
- Schaffung zusätzlicher Wohnmöglichkeiten

3.2.4 Maßnahmen für Obernkirchen

In einem zweiten Arbeitsschritt wurden die Maßnahmen in kurz-, mittel- und langfristige Vorhaben unterteilt und für die weitere Bearbeitung und Umsetzung vorbereitet. Sofern es möglich ist, werden Beispiele aus anderen Städten gezeigt.

3.2.4.1 Kurzfristige Maßnahmen

3.2.4.1.1 Obernkirchen – Bürger- und Gästegalerie	
Ausgangslage: In Obernkirchen fehlt derzeit ein Ort, an dem Besucher Obernkirchens informiert und beraten werden können. **Beschreibung der Maßnahme:** Mit der Obernkirchen – Bürger- und Gästegalerie soll ein zentraler Dienstleistungs-Mittelpunkt für Bürger, Vereine und Gäste mit Flair, Ausstrahlung und Anziehung für alle geschaffen werden. Information, Kommunikation, Dienstleistung, Kunst und Souvenirerwerb bilden das Fundament eines sich entwickelnden Stadtmittelpunktes. Die Örtlichkeiten sollten folgende Eigenschaften aufweisen: § Attraktive, helle, lichtdurchflutete Räumlichkeit in § zentraler Lage § Alten- und Behindertengerecht § Einladendes, niveauvolles Ambiente § ansprechende Außenwerbung	**Beginn der Maßnahme:** 08.04.2004 **Dauer der Maßnahme:** **Kosten / Finanzierung:** 6.500,00 € **Verantwortlicher:** Frau Mandel, Frau Dehler **Kooperationspartner:** **Referenzen/ Informationen/ Ansprechpartner:**

Die Bürger- und Gäste-Galerie sollte folgende Aufgabenfelder übernehmen: § Dienstleistung für Touristen § Zugriff auf stets aktuelle Verzeichnissen der Gastronomie und Übernachtungsmöglichkeiten § Vermittlung und Beratung § Führungen organisieren § Gäste über Stadt, Geschichte und Sehenswürdigkeiten beraten § Zusammenarbeit mit dem Bürgerbüro der Stadtverwaltung § Pflege der Internetseiten § Shop mit Verkauf von Büchern, Ansichtskarten, Broschüren, Flyern, Kartenwerk und Stadtplänen § Broschüren aus dem ganzen Schaumburger Land, § Aktuelle Veranstaltungen bewerben (Kartenvorverkauf) § Kunst und Kultur- Informationen, kleine Ausstellungen (Vitrinen mit Exponaten heimischer Künstler) § Internetabfrage als Dienstleistung, (evt. Erwirtschaftung durch Internetcafè - Dienste) § Veranstaltungskalender betreuen § Sitzgelegenheiten mit Kaffe u. Teeangebot § Sitzgelegenheiten draußen (Skulpturengruppe ?)	

Folgende Ausstattung wird für das Büro benötigt: § PC zur Verwaltung § Internet-PC mit Internetzugang § Fax-Gerät § Telefon § Büromöbel, Bistro- Möbel § Trennwände, Flipchart § Geschirr § Spülmaschine, hochwertiger Kaffeeautomat Angedacht werden kann auch die Bürgermeistersprechstunde zukünftig in diesem Büro abzuhalten. **Nächste Schritte:** § Abschluss des Mitvertrages § Sicherstellung der Möblierung § Sicherstellung der Personalbetreuung	

3.2.4.1.2 Tourismuskonzept Obernkirchen

Ausgangslage:

Um mehr Besucher nach Obernkirchen zu holen, fehlt der Stadt ein Tourismuskonzept.

Ziel:

Steigerung der Attraktivität unserer Stadt mit dem Ziel Eintagestouristen, Busreisegesellschaften, Wochenend- und Wochenbesucher anzuziehen. Besondere Zielgruppen sind dabei:

§ Kunst- Geschichts- und Naturbegeisterte

§ Sportfreunde und sportliche Familien

Beschreibung der Maßnahme:

Um Obernkirchen bekannter regional und überregional zu machen muss ein Konzept erarbeitet werden.

Dafür sollten Fachleute und Agenturen ins Boot geholt werden, die ein solches Konzept erarbeiten.

Wichtig dabei ist es den Bekanntheitsgrad Obernkirchens als Skulpturenstadt zu steigern und Obernkirchen in der Region ins Gespräch zu bringen. Ein wichtiger Termin dafür ist die Vertretung Obernkirchens auf der Bückeburger Tourismusbörse am 17.04.2004.

Als erster Schritt wurde bereits eine Übersicht über alle Übernachtungs- und Gastronomieangebote der Stadt erstellt.

Beginn der Maßnahme:

sofort

Dauer der Maßnahme:

Kosten / Finanzierung:

Verantwortlicher:

Frau Mandel, Frau Dehler

Kooperationspartner:

Referenzen/ Informationen/ Ansprechpartner:

3.2.4.1.3 Flyer für Obernkirchen erstellen	
Ausgangslage: Obernkirchen fehlt ein aussagekräftiger Imageflyer, um die Stadt zu repräsentieren. **Beschreibung der Maßnahme:** Es muss ein Flyer konzipiert werden, der Obernkirchen in Kurzform aussagekräftig darstellt. Es wird bereits an einem 22-seitigem Imageflyer für die Stadt gearbeitet. Dieser Flyer soll erstmals auf der Tourismusbörse eingesetzt werden. **Die nächsten Schritte:** § Fertigstellung des Entwurfes § Abgabe an Agenturen zur Erstellung der Druckvorlage	**Beginn der Maßnahme:** sofort **Dauer der Maßnahme:** **Kosten / Finanzierung:** 4.500,00 € **Verantwortlicher:** Herr Stübke, Herr de Groot **Kooperationspartner:** **Referenzen/ Informationen/ Ansprechpartner:**

3.2.5 Mittel- bis Langfristige Maßnahmen

3.2.5.1.1 Internetseite verbessern	
Ausgangslage: Zu Beginn des Stadtmarketingprozesses konnte Obernkirchen keinen aktuellen Internetauftritt vorweisen. Derzeit liegt ein aktualisierter Auftritt vor, der allerdings noch nicht regelmäßig gepflegt wird. **Beschreibung der Maßnahme:** Um der Stadt eine positive Außendarstellung zu gewähren, benötigt sie einen aktuellen Internetauftritt der regelmäßig gepflegt und überarbeitet wird. Dafür muss in der Stadt ein Hauptverantwortlicher gefunden und benannt werden. Falls dies nicht zu realisieren ist, sollte die Pflege an einen Externen abgegeben werden.	**Beginn der Maßnahme:** **Dauer der Maßnahme:** **Kosten / Finanzierung:** **Verantwortlicher:** **Kooperationspartner:** **Referenzen/ Informationen/ Ansprechpartner:**

3.2.5.1.2 gemeinsamer Veranstaltungskalender für Obernkirchen	
Ausgangslage: Derzeit gibt es in Obernkirchen keine Absprache der einzelnen Stadtteile und Vereine über Veranstaltungen. **Beschreibung der Maßnahme:** Um die zahlreichen bestehenden Veranstaltungen besser koordinieren zu können und übersichtlich darstellen zu können, ist es notwendig, einen übersichtlichen Veranstaltungskalender zu entwickeln. Der Veranstaltungskalender sollte auf der Homepage der Stadt abrufbar sein. Eine weitere Möglichkeit besteht darin, den Veranstaltungskalender im Internet so zu gestalten, dass Veranstaltungen durch den Veranstalter selbst eingetragen werden können. So ist eine ständige Aktualisierung gesichert. Wenn dieser Weg nicht akzeptabel erscheint, muss ein runder Tisch organisiert werden, bei dem die geplanten Veranstaltungstermine der Vereine und Organisationen abgesprochen werden können.	**Beginn der Maßnahme:** **Dauer der Maßnahme:** **Kosten / Finanzierung:** **Verantwortlicher:** **Kooperationspartner:** **Referenzen/ Informationen/ Ansprechpartner:**

3.3 Arbeitsgruppe 3: Gewerbe, Handwerk, Dienstleistung

Zunächst ermittelte die Gruppe Stärken und Schwächen in Obernkirchen im Themenbereich Gewerbe, Handwerk, Dienstleistung. Diese werden in den folgenden zwei Kapiteln kurz vorgestellt.

Stärken

§ **Verkehrsgeografische Lage (differenziert je nach Bedürfnis unterschiedlicher Unternehmen)**

Grundsätzlich kann die Verkehrsanbindung als gut bezeichnet werden. Allerdings besteht der Nachteil, dass keine ganz unmittelbare Autobahnanbindung (vgl. Auetal) geboten werden kann. Für bestimmte Gewerbezweige ist das sicherlich ein Mangel.

§ **Wohnen/ hohe Lebensqualität**

Die attraktive Lage als Wohnstandort ist unbestritten. Durch die naturräumlichen Gegebenheiten ist Obernkirchen gegenüber vielen anderen Standorten auch in unmittelbarer Nähe im Vorteil.

§ **Neues GE-Gebiet an B 65 verfügbar**

Das neue Gewerbegebiet an der Bundesstraße kann für die Neuansiedlung von Betrieben zu guten Konditionen sehr attraktiv sein. Es verfügt über ausreichende Flächen mit gutem Zuschnitt und guter Erschließung.

§ **Touristisches Potenzial**

Der Tourismus als Wirtschaftsfaktor hat in seiner Bedeutung für Obernkirchen deutlich zugenommen. Es bestehen aber noch Potenziale, die nicht ausgeschöpft werden.

3.3.1 Schwächen

§ **„Nur“ Grundzentrum**

Die raumordnerische Beschränkung als Grundzentrum setzt der Stadt in vielfältiger Hinsicht enge Grenzen der Entwicklung und Förderung.

§ Immobilienleerstände (bezieht sich auf Innenstadt)

Die zunehmenden Leerstände in der Innenstadt sind ein gravierendes Problem. Aktuell ist die Aufgabe des PLUS- Lebensmittelmarktes in der Fußgängerzone ein schwerwiegender Verlust.

§ rückläufige EW – Entwicklung

Die Einwohnerentwicklung ist seit geraumer Zeit negativ. Eine Trendumkehr ist die Voraussetzung für viele andere Projekte.

§ Wirtschaftliche Monostruktur/ fehlendes Konzept

Die frühere wirtschaftliche Stärke Obernkirchens beruhte auf traditionellen Industrien, die heute entweder nicht mehr vorhanden sind, oder einem gravierenden Strukturwandelunterzogen wurden. Bisher ist kein Konzept erkennbar, welche Arbeitsplätze in Zukunft Obernkirchen prägen könnten.

§ Gastronomie

Das gastronomische Angebot wird als verbesserungswürdig eingestuft. Es fehlt an einem qualitativ guten und differenzierten Angebot für verschiedene Alters- und Einkommensgruppen.

3.3.2 Projekte und Maßnahmen

Die Gruppe benannte in den folgenden Einzelbereichen verschiedene Projekte und Maßnahmen, die zukünftig verfolgt werden sollen.

Projekt Wirtschaftsförderung

- Aufbau einer aktiven Einwohnerbewerbung für verstärkten Zuzug
- Aktive Vermarktung freier Wohn- und Gewerbeflächen inkl. Konzeptentwicklung
- Nutzung brachgefallener Gewerbestandorte

Weitere Maßnahmen

- Optimierung und Sicherung eines Bahnanschlusses für Güterverkehr - Sicherung sinnvoll, auch wenn viele Betriebe aus unterschiedlichen Gründen z.Zt. keinen Gebrauch machen.
- Betriebe für Direktansprachen zur Ansiedlung ermitteln: Mehrstufiges Verfahren zur Ansiedlung neuer Unternehmen - Vorteile und Merkmale des Gebietes und der Stadt darstellen und werblich umsetzen
- Handwerksausstellung: Neuer Ansatz, der bereits erfolgreich etabliert ist, und ggf. weiterer Förderung bedarf
- Umfassende Imagebroschüre: Gutes Konzept und Umsetzung erforderlich; ggf. private Sponsoren einbinden
- Konversionsflächen einer Umnutzung zuführen, z.Zt. schwierig, da überhöhte Preisvorstellungen des Eigentümers
- Ärzte: Nischen im Facharztbereich können ggf. gezielt besetzt werden

3.3.3 Maßnahmen für Obernkirchen

In einem zweiten Arbeitsschritt hat sich die Gruppe auf drei Maßnahmen konzentriert, die mit Priorität umgesetzt werden sollen.

3.3.3.1 Kurzfristige Maßnahmen

3.3.3.1.1 Umkehr der Einwohnerentwicklung/ Konzept	
Ausgangslage: Die grundsätzlich hohe Wohnqualität muss als Potenzial stärker genutzt werden. Ein entsprechendes Gesamtkonzept für ein differenziertes Wohnflächenangebot fehlt, da insbesondere frei werdende Flächen überplant werden können. **Beschreibung der Maßnahme:** Im Rahmen einer kreativen Arbeitssitzung sollen die planerischen und gestalterischen Möglichkeiten für ein Wohnflächenkonzept vorgestellt werden. Dabei sollen insbesondere solche Flächen ergänzend berücksichtigt werden, für die bisher noch keine Planungen existieren, da sie erst in der jüngeren Vergangenheit frei geworden sind. Die Stadt Obernkirchen wird zu der entsprechenden Sitzung einladen und die fachliche Vorbereitung übernehmen bzw. geeignete Fachbüros um zielgerichtete Vorbereitung bitten. Im Anschluss daran soll ein Gesamtkonzept erarbeitet werden, dass zu gegebener Zeit in Ratsbeschlüsse und entsprechende baurechtliche Verfahren einmündet. Damit wird die Grundlage geschaffen, den Wohnstandort aktiv zu vermarkten und für neue Eigentümer/ Einwohner interessante Angebote zu unterbreiten.	**Beginn der Maßnahme:** 1. Halbjahr 2004 **Dauer der Maßnahme:** **Kosten / Finanzierung:** **Verantwortlicher:** Stadt **Kooperationspartner:** Haus + Grund, div. Fachbüros und Interessierte aus der Arbeitsgruppe

3.3.3.1.2 Nutzungskonzepte für Gewerbebrachen im Stadtgebiet

Ausgangslage: Die vorhandenen Gewerbebrachen und Konversionsflächen stellen regelmäßig auch ein Zukunftspotenzial für neue Nutzungen dar. Diejenigen Flächen, die nicht für Wohnzwecke (s.o.) geeignet sind, können für andere Nutzungen aufbereitet werden. Dabei kommen v.a. neue Gewerbenutzungen im Dienstleistungs- oder Handelsbereich in Frage. **Beschreibung der Maßnahme:** Zu gegebener Zeit wird die Stadt nach Abschluss der Konzeptphase zur Wohnflächenentwicklung zur Bearbeitung der sonstigen Brachflächen ein Signal geben. Für die Einzelgrundstücke sollen unter Hinzuziehung von Fachleuten der Immobilien- und Projektentwicklung Nutzungs- und Vermarktungskonzepte erstellt werden. Dabei wird es v.a. darauf ankommen, die Eigentümer der Flächen, soweit es sich nicht um städtischen Besitz handelt frühzeitig einzubeziehen. Ala Referenz kann dabei auf entsprechende Vorgehensweisen vergleichbarer Kommunen zurückgegriffen werden.	**Beginn der Maßnahme:** In Abhängigkeit von 3.3.3.1.1 **Dauer der Maßnahme:** **Kosten / Finanzierung:** **Verantwortlicher:** Stadt + Kooperationspartner **Kooperationspartner:** Haus + Grund, div. Fachbüros und Interessierte aus der Arbeitsgruppe

3.3.3.1.3 Leerstandsmanagement Innenstadt

Ausgangslage: Die zunehmende Leerstandsquote in der Innenstadt ist aus Sicht des Stadtmarketing besonders negativ. Es sollen Ursachen und mögliche Maßnahmen und Strategien zur Beseitigung ergriffen werden. **Beschreibung der Maßnahme:** . Durch Direktansprache der jeweiligen Eigentümer sollen	**Beginn der Maßnahme:** April 2004 **Dauer der Maßnahme:** 3-4 Monate **Kosten / Finanzierung:** **Verantwortlicher:** Stadt

präzise Informationen über die Flächen bzw. Immobilien eingeholt werden. Bei der Befragung kommt es v.a. darauf an: - den Eigentümern die Hilfestellung der Stadt anzubieten, - Qualitätsmerkmale der Flächen zu erheben. - Vermarktungsoptionen zu eruieren, - Hemmnisse zu erkennen, - Differenzierungen für künftige Nutzungen vornehmen zu können. Die CIMA hat einen entsprechenden Musterfragebogen ausgearbeitet, der der Stadt für ein Anschreiben der Eigentümer zur Verfügung steht. Als erster Schritt wird die Stadt die bekannten Eigentümer anschreiben; ggf. wird eine Nachfassaktion erforderlich.	**Kooperationspartner:** CIMA

4. Ausblick/ Empfehlungen der CIMA

Neben der Projektarbeit, die v.a. auf die Umsetzung praktischer Maßnahmen orientiert war bestand eine Aufgabenstellung der zurückliegenden Wochen auch darin, für den künftigen Stadtmarketingprozess eine „Arbeitsgrundlage“ zu schaffen. Die CIMA hatte dazu für die Lenkungsgruppe ein Grundlagenpapier erarbeitet. Aus dem Kreis der Teilnehmer ist daraus eine Weiterentwicklung entstanden, die als Struktur für die Zusammenarbeit dient (vgl. Schaubild unten).

Als finanzielle Grundsicherung für die nächsten beiden Jahre hat der Rat der Stadt Obernkirchen Haushaltsmittel in Höhe von jeweils € 30.000 zur Verfügung gestellt. Vor diesem Hintergrund konnte von den Beteiligten ein „business- Plan“ konzipiert werden, der in seinen Bestandteilen bereits für die Einzelmaßnahmen berücksichtigt wurde. Darüber hinaus wird erwartet, dass durch den Beitrag der Stadt auch von Seiten der privaten Unternehmen entsprechende Mittel für das künftige Stadtmarketing zur Verfügung gestellt werden.

Nach Abschluss des workshops am 6. März kann das Stadtmarketing auf eine ausreichende Projekt- und Personalstruktur aufbauen. Es verfügt über die organisatorische und finanzielle Basis für eine kontinuierliche Arbeit. Mit der Einrichtung eines multifunktionalen Informationsbüros kann ein Kristallisationspunkt geschaffen werden, der für das weitere Zusammenwachsen der verschiedenen Gruppen von Bedeutung ist.

Aus Sicht der CIMA als begleitendes Unternehmen ist noch darauf hinzuweisen, dass insbesondere die den Rat tragenden Parteien durch breite Unterstützung des Prozesses zum weiteren Gelingen beitragen können.

Beirat
Obernkirchener Runde

Vertreter aller relevanten Gruppen (Handwerker, Dienstleister, Banken, Vereine, Einzelhandel, Gastronomie, Industrie, Kultur, Jugend, Familien, Polizei, Kirchen, Tourismus, Stadtdirektor, Bürgermeister aller Ortsteile)

ð Ideen, Rückkopplung

Stadtmanagement
Team der Stadt – und Gästeinformation Teamleitung (Kümmerer)

§ Kommunikation
§ Organisation Front-u.Backoffice
§ Verbindung zwischen Beirat – Vorstand und Innovationsgruppe

Lenkungsgruppe

ð Abstimmung und gegenseitige Hilfe

ð Übergeordnete Aufgaben

Je ein Sprecher/-in

Einzelhandel, Innenstadt , Wohnen

§ Parkleitsystem

§ Sauberkeit

Tourismus, Freizeit, Veranstaltung

§ Bänke

§ Hinweistafeln

§ Events

§ Obernkirchen

§ Flyer

§ Tourismusbörse

Gewerbe, Dienstleistung

§ Gewerbeschau

§ Tag der offenen Tür

§ Jungunternehmer

§ Leerstände

Sport

Kulturfenster

Stift

Jugendring