

Maßnahmenplan zum Leitbildprozess für das Stadtmarketing und den Tourismus der Stadt Springe

Name des Arbeitskreises: **AK1 NATUR & ERHOLUNG**

Der Maßnahmenplan stellt die von Ihnen in der Auftaktveranstaltung ausgewählten Themenaspekte zum Leitbildprozess dar. Jeweils die drei höchst bepunkteten Themen aus der Auftaktveranstaltung sind in jedem Fall zu behandeln, davon sollte mindestens eine Maßnahme rasch und einfach realisierbar sein. Die weiteren Themen/Maßnahmen können Sie in Ihrem jeweiligen Arbeitskreis bestimmen und ausarbeiten. Nach Vorstellung Ihrer Maßnahmen vor allen Prozessbeteiligten findet mit Hilfe eines Abstimmungsverfahrens eine Auswahl der Maßnahmen für die unmittelbare Umsetzung statt.

Ziel der Maßnahme (Was wollen wir erreichen?)	Maßnahme (Was ist zu tun?)	Umsetzung (Wie wird die Maßnahme umgesetzt?)	Verantwortung/Termin (Wer? / Wann? / Beginn?)	Umsetzungsdauer A B C	Finanzierung (Wer bezahlt was?)	Bepunktung (Σ 186 Pkte)
1 Der Internetauftritt der Stadt soll dem Thema Natur und Erholung angepasst werden.	Angebote von Agenturen für ein Layout mit Kostenvoranschlag einholen. Erstellung eines neuen Layouts der Stadt Springe den Themen Natur und Erholung angepasst. Anwendung soll auch auf Printmedien übertragbar sein. Einbau eines Content-Management-Systems zur einfachen Nutzung und Gestaltung/Aktualisierung des Internetauftritts. Stärkere Untergliederung bei Tourismus – Natur, Sehenswürdigkeiten etc. mit jeweils eigenen Seiten. Schaffung von emotionalen Bezügen durch Fotos Stadtplan überarbeiten (Gästeverzeichnis)	Nach Sichtung – Entscheidung Aufzählung dessen, was wir haben (z.B. gute Cafés).	Stadtmarketing Beginn bis 31.03.2009 Herr Bohne, Frau Fischer-Seidel, Frau Roscher	B	Stadt	28

¹ **A = kurzfristige Umsetzungsdauer** Umsetzung rasch und einfach realisierbar: Schon kurzfristig hoher Nutzen mit geringem Investitionsaufwand.
B = mittelfristige Umsetzungsdauer Umsetzung vorbereiten: Mittelfristig hoher Nutzen mit mittlerem Investitionsaufwand.
C = langfristige Umsetzungsdauer Umsetzung und Finanzierung planen: Langfristig hoher Nutzen mit größerem Investitionsaufwand.

Ziel der Maßnahme (Was wollen wir erreichen?)	Maßnahme (Was ist zu tun?)	Umsetzung (Wie wird die Maßnahme umgesetzt?)	Verantwortung/Termin (Wer? / Wann? / Beginn?)	Umsetzungsdauer A B C	Finanzierung (Wer bezahlt was?)	Bepunktung (Σ 186 Pkte)
2 Gästen der Stadt die vielfältigen Möglichkeiten präsentieren.	Pauschalangebote entwickeln: Für ein Wochenende Für eine Woche Im Internet findbar einstellen Einfache Buchung der Pauschalen über Verlinkung zu Partnern	Kleingruppe initiieren zur Entwicklung von Optionen und Nennung von Partnern Ansprache/Aufforderung an potenzielle Kooperationspartner sich zu beteiligen.	Stadtmarketing, Frau Fischer-Seidel, Frau von Oesen, Herr Bohne Beginn: Dez. 08/ Jan.09	A	/	3
3 Verbindungswege schaffen	Blumen Hecken Steine Apfelallee	Wegekommission initiieren Diskussion von Wegen: Springe zum Wisentgehege (über Feldwege und Kaiserallee) Ackerrandstreifen Eldagsen nach Völksen (über Mittelrode Rad/Fußweg)	Wegekommission bestehend aus Stadtmarketing, Stadtplanung, Umweltamt, Forst, Ortsräten, Herrn Bohne	B/C Sommer 2009	Ackerrandstreifenprogramm, Jagdgenossenschaft Realverband Springe (50/50 Stadt und Realverband – pro ha oder laufender KM)	17
4 Die Identität der Einwohner mit ihrer Stadt stärken	„Springer Lieblingsgrün“ Aufruf zu einem Fotowettbewerb mit Naturfotos	Jahreszeitenaktuell, Veröffentlichung im Internet, Postkartenreihe und/oder Kalender (Hinweis: Es gibt schon viele Kalender!), die Fotos sollen für Marketingzwecke genutzt werden können, Fotos mit sichtbarem Bezug zu Springe wünschenswert Kooperationspartner Fotogeschäft suchen	Jury: Stadtmarketing, Tourismus, Fotogeschäft, Kreativteam/Werbeagentur, Herr Kitsch, Herr Bohne Beginn: Aufruf Dez. 08	A/B	Aufruf kostenfrei, Postkarten und Kalender: Stadt/EZH/Refinanzierung durch Verkauf. Durch Partner Fotogeschäft besteht die Möglichkeit den jeweiligen Kalender immer	8

¹ **A = kurzfristige Umsetzungsdauer** Umsetzung rasch und einfach realisierbar: Schon kurzfristig hoher Nutzen mit geringem Investitionsaufwand.

B = mittelfristige Umsetzungsdauer Umsetzung vorbereiten: Mittelfristig hoher Nutzen mit mittlerem Investitionsaufwand.

C = langfristige Umsetzungsdauer Umsetzung und Finanzierung planen: Langfristig hoher Nutzen mit größerem Investitionsaufwand.

		<p>Werbeagentur oder Kreativteam zur Entwicklung von witzigen Sprüchen zu den Fotos</p> <p>Kostenangebote einholen: Kalender mit Postkarten</p> <p>Postkarten evt. ins Gästeverzeichnis mit einbauen (Perforation)</p> <p>Postkarten auf Fotomaterial über Kooperationspartner</p> <p>Fotogeschäft drucken lassen</p> <p>Postkarten über das Internet drucken lassen</p>	<p>NDZ</p> <p>Fotogeschäft</p>		<p>in dem Geschäft zu bestellen und keine großen Mengen auf Vorrat produzieren zu müssen (Kostenvergleich!).</p>	
Ziel der Maßnahme (Was wollen wir erreichen?)	Maßnahme (Was ist zu tun?)	Umsetzung (Wie wird die Maßnahme umgesetzt?)	Verantwortung/Termin (Wer? / Wann? / Beginn?)	Umsetzungsdauer A B C	Finanzierung (Wer bezahlt was?)	Bepunktung (Σ 186 Pkte)
5 Bekanntheit Springes fördern bei „Fahrgeschäft“	<p>Beschilderung an gut frequentierten Straßen:</p> <p>Braune Verkehrsschilder an folgenden Standorten: B217 B3 A2 A7</p>	<p>Standorte prüfen (an der Bahnlinie + Abkürzung A7 zur A2)</p> <p>Material/Kosten prüfen (Werbebanner auf Feld; Werbepylone; Werbezeppelin)</p> <p>Bedingungen prüfen</p> <p>Motiv entwickeln (Kombination)</p>	<p>Untere Verkehrsbehörde/Ordnungsgesamt in Absprache mit Stadtmarketing und jeweilige Besitzer der Grundstücke</p> <p>Stadtmarketing</p> <p>Untere Verkehrsbehörde/Ordnungsgesamt in Absprache mit Stadtmarketing</p> <p>Kreativteam, Werbegemeinschaft,</p>	<p>B/C</p> <p>B</p>	<p>Stadt und je nach Motiv Jagdschloss, Wisentgehege, W.I.R.</p>	8

¹ **A = kurzfristige Umsetzungsdauer** Umsetzung rasch und einfach realisierbar: Schon kurzfristig hoher Nutzen mit geringem Investitionsaufwand.
B = mittelfristige Umsetzungsdauer Umsetzung vorbereiten: Mittelfristig hoher Nutzen mit mittlerem Investitionsaufwand.
C = langfristige Umsetzungsdauer Umsetzung und Finanzierung planen: Langfristig hoher Nutzen mit größerem Investitionsaufwand.

			Stadtmarketing			
Ziel der Maßnahme (Was wollen wir erreichen?)	Maßnahme (Was ist zu tun?)	Umsetzung (Wie wird die Maßnahme umgesetzt?)	Verantwortung/Termin (Wer? / Wann? / Beginn?)	Umsetzungsdauer A B C	Finanzierung (Wer bezahlt was?)	Bepunktung (Σ 186 Pkte)
6 Schaffung naturnaher Flächen zur Erholung der Bevölkerung und Landschaft unter Bezugnahme auf unser Stadtwappen – Wasser als wichtiges vernetzendes Element für Springe und kulturhistorisches Gut Schaffung von Ersatzauen als vorausschauende Anpassung an den Klimawandel – konzentrierte Wassermengen bei Regenereignissen	Renaturierung von Bachläufen – von Fließgewässern im gesamten Stadtgebiet Bsp.: Haller, Ramke, Samke, Wülfinghäuser Mühlbach	Statement vom Rat hinsichtlich einer Zusage zukünftig unterstützender Finanzierung von Renaturierungsprojekten Ausarbeitung eines Plans (Nutzung für den ökologischen Ausgleich) Rückbau von Sohlabstürzen	Rat der Stadt, Umweltamt – Frau Leyers	C	Realverband, Stadt, Unterhaltungsverband (Zuständigkeit für Gewässer 2. Ordnung), evtl. Jägerschaft (für die Bepflanzung von Vernetzungselementen), Akquirierung von Fördergeldern – Fließgewässerschutzprogramm	16
7 Lebenswerte Gestaltung von Freizeitmöglichkeiten mit dem Ziel eine Möglichkeit zu finden, draußen in Springe schwimmen zu gehen Ersatz eines Freibades in Springes Kernstadt Klein aber fein, Bsp. Naturbad Wennigsen,	Naturfreibad	Informationen einholen aus Lauenau/Wennigsen Kostenkalkulation (Bsp. Wennigsen) über minimale laufende Kosten – Kosten der Unterhaltung klären, Besucherzahlen etc. Verbindliche Zusage des Rates NICHT die Zuschüsse		C	Bürger und Stadt	6

¹ **A = kurzfristige Umsetzungsdauer** Umsetzung rasch und einfach realisierbar: Schon kurzfristig hoher Nutzen mit geringem Investitionsaufwand.

B = mittelfristige Umsetzungsdauer Umsetzung vorbereiten: Mittelfristig hoher Nutzen mit mittlerem Investitionsaufwand.

C = langfristige Umsetzungsdauer Umsetzung und Finanzierung planen: Langfristig hoher Nutzen mit größerem Investitionsaufwand.

Lauenstein		der der anderen Freibäder zu streichen evt. Suche eines Investors				
Ziel der Maßnahme (Was wollen wir erreichen?)	Maßnahme (Was ist zu tun?)	Umsetzung (Wie wird die Maßnahme umgesetzt?)	Verantwortung/Termin (Wer? / Wann? / Beginn?)	Umsetzungsdauer A B C	Finanzierung (Wer bezahlt was?)	Bepunktung (Σ 186 Pkte)
8 Belebung des Volksparks Lebenswerte Gestaltung von Freizeitmöglichkeiten für Kinder und Jugendliche	Spielgerät Wasser (siehe Punkt 6)	s. Plan von Herrn Gennat	Stadt Tiefbauamt Herr Kitsch	B	Stadt und Region Hannover	25
9 Touristisches Potenzial hervorheben - Geheimtipps erlebbar machen 9a Springer Weitblicke	Schaffung von Themenwanderwegen 1. Springer Weitblicke Bsp.: Bielstein – Straße Köllnischfeld – Steinbruch oberhalb Jägerallee – oberhalb Waldwinkel – Alter/Neuer Steinbruch – Sendemast – Göbelbastei -- - Verlängerung über: Sprechschranke – Rücken Kleiner Deister – Wilhelmshöhe - Hallermundtkopf	Findungsgruppe – Schaffung weiterer Themenwege Begehungen (WICHTIG: Ortsteile einbeziehen – Bsp.: Wülfinghausen Finie – Barenburg – Altenhagen I - Nesselberg	Findungsgruppe: Tourist-Information, Herr Gallas, Herr Bohne, Frau Kreier, Frau von Oesen	A (Frühling)	Keine Stadt (Flyer) Bank (Ortsrat)	24
9b Springer Radgeschichten		Bänke, Flyer, Radwege nicht vergessen, vorerst keine Ausschilderung Klären welches Kartenmaterial man nutzen könnte, um die Themenwege einzuzeichnen – Klärung der Kosten	Herr Lilge	A Beginn der Findungsgruppe, Priorität haben die Weitblicke, alle anderen B		
9c Springer Steinbrüche und Höhlen		Unter Berücksichtigung der FFH-Richtlinie und des Biotopschutzes sowie der Verkehrssicherungspflicht. Falls Kosten exorbitant,				

¹ **A = kurzfristige Umsetzungsdauer** Umsetzung rasch und einfach realisierbar: Schon kurzfristig hoher Nutzen mit geringem Investitionsaufwand.
B = mittelfristige Umsetzungsdauer Umsetzung vorbereiten: Mittelfristig hoher Nutzen mit mittlerem Investitionsaufwand.
C = langfristige Umsetzungsdauer Umsetzung und Finanzierung planen: Langfristig hoher Nutzen mit größerem Investitionsaufwand.

9d Hallerquelle		stilisierte grobe Übersichtskarte Themenwege für Flyer mit Worten beschreiben (da die Beschilderung fehlt, besonders sorgfältig!)				
9e weitere		Zettelbox für Flyer an Anfangspunkten der Rundwege Symbole mit Lack oder kleinen Schildern an Bäume für die jeweiligen Rundwege anbringen	Förster einbeziehen			
Ziel der Maßnahme (Was wollen wir erreichen?)	Maßnahme (Was ist zu tun?)	Umsetzung (Wie wird die Maßnahme umgesetzt?)	Verantwortung/Termin (Wer? / Wann? / Beginn?)	Umsetzungsdauer A B C	Finanzierung (Wer bezahlt was?)	Bepunktung (Σ 186 Pkte)
10 Themenwege besser erreichbar machen – touristisches Angebot schaffen	Aufstellung von Karten mit den Themenrundwegen	Karten mit den farbigen Symbolen ergänzen Standorte prüfen (Bsp.: Nordseite des HBF, Bahnhofstunnel mit Bahn klären, Museumshof, Völksen Bahnhof, Bennigsen Bahnhof – Richtung Bennigser Burg)	Tourist-Information, Herr Bohne, Frau Kreier, Frau von Oesen	B	Stadt Springe, Ortsrat, Sponsoren suchen, Service Clubs	0
11 Sauberkeitsgefühl der Einwohner verbessern	Aufstellung von Vorrichtungen mit Hundekotbeuteln	Potentiell gefährdete Strecken ausloten (Volkspark, Fünfhausenstraße) Witzige Vermarktung	Betriebshof, Herr Gennat, Stadtmarketing	B/C	Stadt, Austausch kaputter Behälter gegen neue mit Vorrichtung, Finanzierung über Hundesteuer	15
12 Verbesserung der Situation für Wohnmobilstädte – Gewinnung von Multiplikatoren	1. Begrüßung: Begrüßungs-/Informationstafel auf dem Museumshof bei der Mauer mit Willkommensgruß, Hinweis zum Platz, Museum, Neues Rathaus, Hinweis zum Hallenbad mit		Tourist-Information, Freunde des Wohnmobils, Stadtmarketing, Ordnungsamt/Betriebshof (für Aufstellung)	B	Schild: Freunde des Wohnmobils und Schilder Lange ansprechen, ca. 500€	8

¹ **A = kurzfristige Umsetzungsdauer** Umsetzung rasch und einfach realisierbar: Schon kurzfristig hoher Nutzen mit geringem Investitionsaufwand.

B = mittelfristige Umsetzungsdauer Umsetzung vorbereiten: Mittelfristig hoher Nutzen mit mittlerem Investitionsaufwand.

C = langfristige Umsetzungsdauer Umsetzung und Finanzierung planen: Langfristig hoher Nutzen mit größerem Investitionsaufwand.

denn die Zielgruppe verfügt über gute finanzielle Möglichkeiten	Sauna (Zeiten, Eintritt), Hinweis Tourist-Information (Zeiten, Stadtplan) 2. Suche nach tragbarer Entsorgungsmöglichkeit	1. Zählung der Wohnmobile, um überhaupt die Schaffung einer Entsorgungsmöglichkeit und deren Umfang/Notwendigkeit zu analysieren 2. Solange keine Entsorgungsmöglichkeit in Springe vorhanden ist, die nächsten Entsorgungsmöglichkeiten nennen (Homepage/Begrüßungstafel?)	Tiefbauamt Ordnungsamt	C (Umsetzung) A B	Freunde des Wohnmobil (Ansprechpartner: Herr Rust)	
Ziel der Maßnahme (Was wollen wir erreichen?)	Maßnahme (Was ist zu tun?)	Umsetzung (Wie wird die Maßnahme umgesetzt?)	Verantwortung/Termin (Wer? / Wann? / Beginn?)	Umsetzungsdauer A B C	Finanzierung (Wer bezahlt was?)	Bepunktung (Σ 186 Pkte)
13 Bessere Vermarktung von Bauland/Bauressourcen	Kinderlandbonus (auch in anderen Baugebieten außer Großer Graben?)	Neue Broschüre offensivere Vermarktung	Stadtmarketing, Baudezernat	B	Stadt	12
Zusätzliche Zersiedelung der Landschaft reduzieren – keine Ausweisung von neuen Gebieten in der freien Landschaft als Chance für Natur und Lebensqualität Nachteil als Vorteil nutzen!	Fördermöglichkeiten von u.a. energetischer Sanierung Altimmobilien	Erschließung von Baumöglichkeiten im alten Bestand (s. Zeitungsartikel Bad Münder)	Baudezernat, Stadtplanung, Umweltamt, Stadtmarketing fürs Zusammentragen, EDV-Abteilung einstellen auf Homepage Stadtplanung, Umweltamt	B C	keine ???	

¹ **A = kurzfristige Umsetzungsdauer** Umsetzung rasch und einfach realisierbar: Schon kurzfristig hoher Nutzen mit geringem Investitionsaufwand.

B = mittelfristige Umsetzungsdauer Umsetzung vorbereiten: Mittelfristig hoher Nutzen mit mittlerem Investitionsaufwand.

C = langfristige Umsetzungsdauer Umsetzung und Finanzierung planen: Langfristig hoher Nutzen mit größerem Investitionsaufwand.

	(z.B. KfW; Gut beraten starten), Infos durch Link der Klimaschutzagentur	Idee: Stadt Springe erhebt keine Gebühr beim Antrag auf Abriss als aktiven Beitrag zur Förderung der Ansiedlung Möglichkeiten Kinderbonus bei alten Häusern prüfen	Baudezernat, Rat, Herr Kitsch	B		
	Pro Klima Mitgliedschaft - Bezuschussung von energiesparenden Projekten Homepage: Wohnimmobilienangebotsseite	Entscheidung vom Rat, Stadtwerke gewinnen als zusätzliches Forum für alle Makler und Privatpersonen	Stadtplanung Umweltamt, Baudezernat, Herr Kitsch	B	Beitrag Stadtwerke und Stadt	
			EDV-Abteilung für Aufbau, Aktualität und Pflege, Stadtmarketing spricht alle Makler an und Zeitungen	B/C	keine, Beachten: Neustrukturierung der Homepage – dann spätestens einbauen	
Ziel der Maßnahme (Was wollen wir erreichen?)	Maßnahme (Was ist zu tun?)	Umsetzung (Wie wird die Maßnahme umgesetzt?)	Verantwortung/Termin (Wer? / Wann? / Beginn?)	Umsetzungsdauer A B C	Finanzierung (Wer bezahlt was?)	Bepunktung (Σ 186 Pkte)
14 Einbeziehung aller BürgerInnen und Gäste	Ideenkiste (Kummerkasten)	Briefkasten in der Tür des Alten Rathauses prüfen, Schild an Tür & virtuelle Umsetzung durch E-Mail, die immer beim Bürgermeister oder Stadtmarketing aufläuft, Homepage: hier auch Ankündigung der Sprechstunde des BM	Denkmalschutz, Hausmeister, Stadtmarketing, Bürgermeister, EDV-Abteilung	A/B	keine	8
15 Neubürgerbegrüßung	Entwicklung eines Pakets für den Empfang von NeubürgerInnen, z.B. Begrüßungsschreiben des BM, Stadtführungen in regelmäßigen Abständen (2x Jahr), Gutscheine, Zeitungsinfo, Stadtwerkeinfo,	Stadtmarketing Partner suchen	Stadtmarketing, Tourist-Information	B	Print+Layout Gutscheine, Sponsoren Zeitung, Stadtwerke, Sparkasse, Volksbank (alle die den NeubürgerInnen etwas zum Neubeginn anbieten könnten)	12

A = kurzfristige Umsetzungsdauer Umsetzung rasch und einfach realisierbar: Schon kurzfristig hoher Nutzen mit geringem Investitionsaufwand.

B = mittelfristige Umsetzungsdauer Umsetzung vorbereiten: Mittelfristig hoher Nutzen mit mittlerem Investitionsaufwand.

C = langfristige Umsetzungsdauer Umsetzung und Finanzierung planen: Langfristig hoher Nutzen mit größerem Investitionsaufwand.

	Sparkasse+Volksbankinfo, Infos zur Geschichte/Stadtchronik, Kurzinfos zu (Print-) Produkten der Tourist-Info					
Ziel der Maßnahme (Was wollen wir erreichen?)	Maßnahme (Was ist zu tun?)	Umsetzung (Wie wird die Maßnahme umgesetzt?)	Verantwortung/Termin (Wer? / Wann? / Beginn?)	Umsetzungsdauer A B C	Finanzierung (Wer bezahlt was?)	Bepunktung (Σ 186 Pkte)
16 Touristisches Angebot verbessern	GPS-Stadttour	Entwicklung eines Rundganges durch die Stadt (und den Deister) mit Hilfe eines GPS-Gerätes, Einbeziehung Gastronomie	Tourist-Information	B/C	Stadt, Sponsoren für den Schatz (Gastronomie)	1
17 Bekanntheitsgrad Springes steigern	Mitgliedschaft bei einer Themenstrasse	Prüfen welche Themenstrasse in Frage kommt (Lage, Beitritt) oder eigene Themenstrasse initiieren	Tourist-Information AK Deister, Stadtmarketing, Tourist-Information	B C	Stadt: Mitgliedschaft ??? (AK Deister, HMTG)	5

¹ **A = kurzfristige Umsetzungsdauer** Umsetzung rasch und einfach realisierbar: Schon kurzfristig hoher Nutzen mit geringem Investitionsaufwand.
B = mittelfristige Umsetzungsdauer Umsetzung vorbereiten: Mittelfristig hoher Nutzen mit mittlerem Investitionsaufwand.
C = langfristige Umsetzungsdauer Umsetzung und Finanzierung planen: Langfristig hoher Nutzen mit größerem Investitionsaufwand.