

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

Name des Arbeitskreises: AK3 „Stadtidentität/-image/-gestaltung/-werbung“ **STADTIDENTITÄT**

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 ¹	Finanzierung (Wer bezahlt was?)	Bepunktung (∑ 54 Pkte)
1 Historische Gestaltung der Innenstadt 1.1 Alle „losen“ Gegenstände der Neuzeit (ab 50er Jahre) sollen aus dem Stadtbild raus 1.2 Gestaltung der Straßenbelege und Beleuchtung 1.3. Optische Eindrücke verbessern (schminken) Am Ende muss der Eindruck einer Zeitreise beim betreten der Kernstadt entstehen (höre Vortrag..)	Bitte einem Vortrag entnehmen... Tische/Stühle/Schirme , Blumenkübel, Zäune, Windschutz, Regenschutz, Jalousinen, Straßenschilder (nicht StVO), Wegweiser, Werbeflächen, Radständer, Aktionstafeln, etc., etc... Kopfsteinpflaster für Niederntor, Markt, Oberntor, Heidstr., Dammtor, Echternstr Historische Straßenlampen, Poller, Kettenabsperungen, Illumination der Fassaden Werbeflächen im Nostalgie-Stil gestalten und schaffen. (18.+19. Jahrhundert, aber mit moderner Technik)	In Zeitabschnitten jeweils den Maßnahmen angepasst. Ersatz gegen „neue“ Gegenstände in historischer Gestaltung bzw. Umgestaltung vorhandener Teile z.B. Plastik gegen Eisen Beton gegen Naturstein Grelle Stoffe gegen Naturstoffe Erst wenn es sowieso erneuert / saniert werden muss Litfasssäulen bauen, alte eiserne Geschäftsschilder mit Wappen u.ä. aufhängen, Fassadenwerbung (gemalte), Blechdruck-Werbung, etc.	Politische Entscheidung Zwingend notwendig Die jeweiligen Besitzer / Eigentümer der Gegenstände Kann sofort begonnen werden, sobald Einigkeit besteht Stadt Springe / Straßenbauamt / Bauhof Werbegemeinschaften Kann nach Einigung durch Sammelauftrag kostengünstig erfolgen	C 15...20 Jahre A C Erst wenn es sowieso erneuert / saniert werden muss B 6..12 Monate nach Einigung	Stadt, Land, Bund, EU Und alle die sonst auch den Städtebau finanzieren Vom jeweiligen Besitzer / Eigentümer Stadt Springe / Region / Land Werbegemeinschaften, bzw. Geschäftsinhaber Litfasssäulen könnten über Werbeagenturen finanziert und vermietet werden.	13

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 ²	Finanzierung (Wer bezahlt was?)	Bepunktung (Σ 54 Pkte)
2 Stärkung Regionaler Produkte				B / C		21
2.1. Bestandsaufnahme	Begehung und Beurteilung aller vorhandenen Rad-, Wander- und Sportwege in der Region Springe und Erstellung eines Protokolls	Durch Bildung eines Arbeitskreises aus Vertretern von Vereinen (Sport, Wandern Rad), sowie Beurteilungen durch Forstamt und Bauamt	Eine gewählte oder gebildete Arbeitsgruppe kann die Arbeit sofort aufnehmen.	A (2...3 Monate)	Nur Papierkosten Und kalkulatorische Zeit (Städtische Dienste)	
2.2. Attraktive Anlaufziele schaffen	Naturpfade, Wasserfälle, Badensee (Naturbad), Sommer-Rodelbahnen, etc., sowie Aussichtspunkte schaffen, die Touristen anlocken.	Nach der Bestandsaufnahme bedarf prüfen, Investoren werben, Möglichkeiten ausloten. Politische Entscheidungen sind nötig.	Wie oben, jedoch erst nach einer politischen Entscheidung möglich.	C (2...3 Jahre)	Stadt Springe / Region / Land Privat-Investoren Fördermittel Vereine als Betreiber	
2.3. Vorhandene Ziele einbinden	Die bereits jetzt vorhandenen Attraktivitäten wie Deister-Kreisel, Deisterhütte, Annaturm, Weg der Kunst, Sennhütte, Steinbruch, etc. müssen in die neuen Produkte eingebunden werden.	Erstellung neuer Wanderkarten und Reiseführer, internationale Bewerbung über Vereine. Die Arbeitsgruppe arbeitet mehrere „Tagestouren“ aus.	Wie oben Kann kurzfristig erfolgen, wenn die zugehörigen sich schnell überlegen, wie diese Objekte zusammengebracht werden können	B (1..2 Jahre)	Über Vereine und Sponsoren Evt. Fördermittel abfragen Geringe Kosten, wenn Behördlich gewollt.	
2.4. Regionaltypische Produkte in den Vordergrund der öffentl. Werbung stellen.	Marktanalyse und Bedarfsfeststellung durch Umfrage als Arbeitsaufgabe für BZE-Schüler	Arbeitsgruppe Gastronomie Januar 2009 zusammen mit BZE arbeitet nach Auswertung Lösungsvorschläge aus. Auswertung ca. 3 Monate	Arbeitsgruppe Gastronomie Januar 2009 zusammen mit BZE und Werbegemeinschaften.	A (4...6 Monate)	Als Schulprojekt kostenfrei denkbar.	
3 Stadt-Rundweg gestalten	Das Modell der AKSE für die Kernstadt kopieren. Führungen könnten mit dem Nachtwächter angeboten werden, oder allein nach Flyer abgegangen werden.	Hinweistafeln an Geschichtsträchtigen Orten, Begleitbroschüre, Stadtkarte	Arbeitskreis aus Museum, Heimatverbänden und Geschichtsforschern. Auch als Arbeitsprojekt des OHG denkbar. Umsetzung kann sofort beginnen	A (3..4 Monate)	Die Tafeln könnten über Patenschaften finanziert werden (ca. 100€ / St.), die sowohl Hauseigentümer, Stadt, Gewerbe oder Vereine übernehmen könnten. Flyer könnte die Stadt bezahlen.	3
4 Theaterstück über die Entstehung der Stadt Springe & Ortsteile	Eine Inszenierung über ca. 20 Minuten , die die Entstehung der Stadt Springe mit seinen Ortsteilen wiederspiegelt.	Zunächst bräuchten wir einen Regisseur und Choreographen, die ein Skript entwickeln , sowie eine Theatergruppe aus etwa 12..15 Stammspielern, die	Theater AGs der Schulen, Hermannshof, Bergbühne, Deister-Hexen. Es könnte als Projekt beginnen (Künstlertage HH)	C (1...2 Jahre)	Über Kultur-Fördermittel, Schulprojekte und auch dem Kultur-Netzwerk des Hermannshofes.	3

	Ideengeber ist das „Rats“-Musical in Hameln	sich abwechseln könnten, sowie Tontechnik und Requisiten.	und als Dauerprogramm enden. Als Regisseur sollte Eckart Lizz angesprochen werden.			
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 ³	Finanzierung (Wer bezahlt was?)	Bepunktung (∑ 54 Pkte)
5 Slogan „Springe Saustark“ wiederbeleben	Neugestaltung des bereits vorhandenen Aufklebers, diesen auch als Print-Medium freigeben, als Prädikats-Logo Verwenden und Einheitlich in allen Ortsteilen auftreten.	3 Neuentwürfe werden mit den Werbegemeinschaften und AKs abgestimmt. NDZ fertigt alle nötigen Print-Voraussetzungen und stellt CD mit Print-Medien allen Nutzern zur Verfügung	NDZ Herr Kritscher trifft die nötigen Vorbereitungen (bis Ende Januar 2009) Das Konzept wird den Werbegemeinschaften auf Ihren JHVs vorgestellt. Auch der Politik und der Stadtverwaltung sollte es zur Umsetzung angeboten werden (Ratssitzung ?)	A (3..4 Monate)	Außer Druck- und Zeitkosten bei der NDZ sind derzeit keine Kosten vorhanden. Sponsert die NDZ ?	11