

ZUKUNFTSWERKSTATT

1. Veranstaltung

02.05.2022

AUFTAKT

Kultur und Tourismus
Sport und Freizeit
Natur und Gesundheit

DOKUMENTATION



AUFTAKT 02.05.2022

IMPRESSUM

AUFTRAG

Stadt Bad Langensalza

BEARBEITUNG

DSK Deutsche Stadt- und Grundstücksentwicklungsgesellschaft mbH
Kai-Erik Raddatz

Stand 09.05.2022

INHALT

ALLGEMEINES 4

<i>Kontext</i>	2
<i>Ziele</i>	2
<i>Format</i>	2
<i>Ablauf</i>	3
<i>Organisation</i>	3

EINSTIEG 4

<i>Erste allgemeine Abfrage</i>	4
---------------------------------	---

ARBEITSGRUPPEN 7

<i>AG Kultur und Tourismus</i>	8
<i>AG Sport und Freizeit</i>	10
<i>AG Natur und Gesundheit</i>	12

ABSCHLUSS 14

<i>Zusammenfassung der Ergebnisse</i>	14
<i>Feedback-Runde</i>	14

*Die erste
Veranstaltung
dieser Art in
Bad Langen-
salza!*



ALLGEMEINES

KONTEXT

Stadtmarketing

Die Zukunftswerkstätten stehen im Kontext des Leitbild-Prozesses, welcher dem Stadtmarketing-Prozess untergeordnet ist. Beim Leitbildprozess steht die Erarbeitung von Visionen, Leitzielen und Maßnahmen für die zukünftige Stadtentwicklung im Fokus. Dies trägt zum Ziel des gesamten Stadtmarketing-Prozesses - der Etablierung einer 'Marke Stadt' - bei.

ZIELE der Veranstaltungsreihe

Folgende Punkte können als Zielstellungen für die Zukunftswerkstätten identifiziert werden:

- Aufbau einer Kommunikationsplattform
- Vernetzung der Akteure
- Etablierung einer Beteiligungs- und Diskussionskultur
- Herausarbeiten von Besonderheiten der Stadt
- Schwarmwissen nutzen
- Grundlage für die Definition von Handlungsschwerpunkten schaffen

Langfristig:

- Verstetigung der Partizipation in verschiedenen Arbeitsgruppen
- Gemeinsame Gestaltung und Vermarktung der Marke Bad Langensalza

FORMAT

Die Zukunftswerkstätten bilden den Auftakt zur Leitbild-Erarbeitung innerhalb des Stadtmarketing-Prozesses. Sie sind daher als ein erstes 'Brainstorming' zur Sammlung kollektiven Wissens zu betrachten. Nach einem Auftakt im Plenum, bei welchem der Hintergrund der Veranstaltung, das Format sowie die Zielsetzung Thema sind, werden die Teilnehmenden in drei Arbeitsgruppen aufgeteilt. Die Arbeitsgruppen sind themenspezifisch ausgerichtet - am ersten Termin am 02.05.2022 geht es um die Themen Kultur und Tourismus, Sport und Freizeit sowie Natur und Gesundheit. Nach jeweils 30 Minuten wechseln die Teilnehmenden einer Arbeitsgruppe zur nächsten bis jeder jedem Themenbereich beiwohnen konnte (> Zwei Wechsel insgesamt). Die Teilnehmenden können auf die zuvor erstellten Fragen und Anregungen eingehen und ihre Gedanken äußern. Da diese Veranstaltungen eine erstes 'Brainstorming' bilden, ist offen, welche Themen im Speziellen behandelt werden. Jeder Arbeitsgruppe sind Experten zugeordnet, die die Gruppen zum Einen fachlich begleiten, diese jedoch auch moderieren. Die Äußerungen der Teilnehmenden werden auf Karten erfasst und auf Flipcharts zu den jeweiligen Themenbereichen angefügt, um einerseits das bereits Gesagte im Blick zu behalten und andererseits die Ergebnisse festzuhalten. Nach Abschluss der Arbeitsgruppen-Phase werden die Ergebnisse von den Unterstützern der DSK, welche die Arbeitsgruppen zuvor begleitet haben, im Plenum zusammengefasst. Anschließend wird die Veranstaltung durch eine kurze Umfrage von den Teilnehmenden bewertet. Die Ergebnisse werden anschließend dokumentiert und fließen in den weiteren Prozess ein. Die themenspezifischen Arbeitsgruppen werden verstetigt und arbeiten auf Grundlage dieser erster Ideen und unter Beteiligung interessierter Bürger weiter.

Folgende Personen haben organisatorisch bzw. in der Durchführung mitgewirkt:

Matthias Reinz	Bürgermeister
Sabine Hilbig	Fachbereich I
Gerrit Haase	Wirtschaftsförderung
Christian König	Gewerbeverein
Annett Standhardt	Kur und Tourismus B.L. GmbH
Sandra Czerniak	Citymanagement
Max Horrmann	DSK
Julia Hamm	DSK
Paul Würtz	DSK
Robert Franke	DSK

RAHMEN

1. Veranstaltung

Ort Kultur- und Kongresszentrum Bad Langensalza

Zeit 02.05.2022, 17-19 Uhr

Der Kreis der Teilnehmenden besteht aus geladenen Akteuren, die einen engen Bezug zu den in den Arbeitsgruppen behandelten Themen haben.



ABLAUF

16:00 Vorbereitungen

17:00 Auftakt im Plenum

Begrüßung, Darstellung der Zielsetzung und Rahmen der Veranstaltung (Stadtmarketing, Leitbild...), Format der Veranstaltung

Allgemeine Fragestellungen -
Digitale Befragung der Anwesenden via 'Mentimeter'

17:30 Arbeit in den Arbeitsgruppen

Aufteilung der Anwesenden auf die drei themenspezifischen Arbeitsgruppen

18:00 1. Wechsel Arbeitsgruppen

Die Teilnehmenden wechseln nach halbstündiger Arbeit in einer Kleingruppe zu einer nächsten.

18:30 2. Wechsel Arbeitsgruppen

19:00 Kurze Pause

19:05 Auswertung im Plenum

19:20 Feedbackrunde via 'Mentimeter'

19:30 Veranstaltungsende

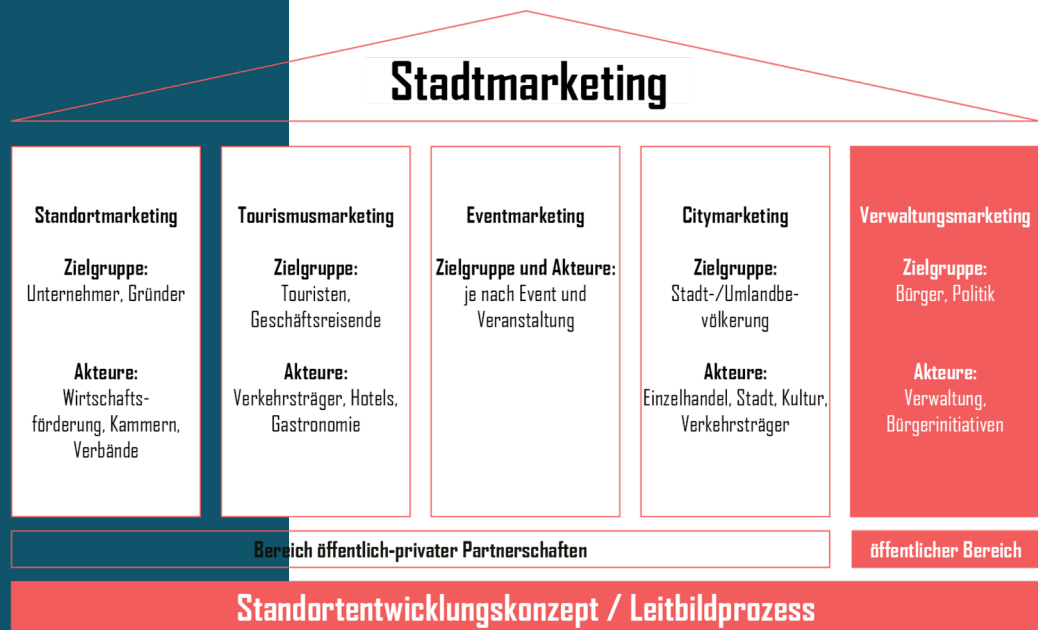


EINSTIEG

Nachdem die Teilnehmenden im Hauptsaal des Kultur- und Kongresszentrums im Plenum zusammengekommen sind, ergreifen zunächst Bürgermeister Matthias Reinz, Citymanagerin Sandra Czerniak und Max Horrmann von der DSK das Wort. Nach einer Begrüßung wird der Kontext erläutert, in

welchem die Zukunftswerkstätten durchgeführt werden, sowie auch Zielstellungen, das Format und die Spielregeln. Anschließend findet eine erste Befragung statt. Mit dem digitalen Werkzeug 'Mentimeter' können die Teilnehmenden mit einem mobilen Endgerät an der Abfrage teilnehmen, während die Ergebnisse automatisch in Echtzeit ausgewertet werden. Die Ergebnisse sind auf dieser und folgenden Seiten durch die generierten Wortwolken dargestellt (ab Ende S.4).

Stadtmarketing- / Leitbildprozess und dessen Säulen



1. MENTIMETER-UMFRAGE

Nennen Sie drei Stichworte, mit denen Sie einem Fremden die Stadt beschreiben würden!



Sie haben 5 Wünsche, wie sie die Stadt in den nächsten 20 Jahren nach vorn bringen können. Welche sind das?



Was verhilft aus Ihrer Sicht, den Bekanntheitsgrad der Stadt zu erhöhen?



Welche Bereiche sind in den letzten Jahren aus Ihrer Sicht in das Hintertreffen geraten?



Was könnte aus Ihrer Sicht in Bad Langensalza verbessert werden?



ARBEITSGRUPPEN

Nach ca. 30 Minuten im Plenum werden die Teilnehmenden nach der Einführung in die Arbeitsgruppen geschickt. Dort werden die zuvor ausgearbeiteten Fragen bzw. Anregungen diskutiert. Folgende Themenbereiche werden in den Arbeitsgruppen behandelt:

KULTUR und TOURISMUS

02.05.2022

SPORT und FREIZEIT

NATUR und GESUNDHEIT

WOHNEN, LEBEN und SOZIALES

10.05.2022

MOBILITÄT

ENERGIE und UMWELT

CITY und EINZELHANDEL

12.05.2022

WIRTSCHAFTSFÖRDERUNG

Die Ergebnisse der einzelnen Arbeitsgruppen vom 02.05.2022 sind auf den folgenden Seiten erfasst >

AG KULTUR und TOURISMUS

Die Diskussion in der Arbeitsgruppe Kur und Tourismus ist von Annett Standhart, Geschäftsführerin der Kur und Tourismus Bad Langensalza GmbH und Citymangerin Sandra Czerniak geleitet und durch Julia Hamm von der DSK begleitet und unterstützt worden.

Fragen und Ergebnisse

Wenn Sie als Tourist nach Bad Langensalza kommen würden, was erwarten Sie bzw. was suchen Sie?

Allgemein

- Kulturelle Angebote
- Wellnessangebote
- Mehr/ vielfältige Angebote
- Kleine charmante Stadt mit besonderem Flair
- Mittelalterliche Kleinstadt

Angebote

- Veranstaltungen, Konzerte, Feste etc.
- Schwefelquellen und Heilmittel
- Genussfaktor, gutes Essen
- Schlendern
- Aktive Stadttouren

Eigenschaften

- Schöne Stille der Stadt
- Entschleunigung
- Sauberkeit
- Naturnähe
- „Oasencharakter“



- (Gast-) Freundlichkeit
- Tolle engagierte Menschen
- Orte i.V.m Menschen - 'Gesichter zu den Orten'

Destinationen

- Baumkronenpfad
- Japanischer Garten
- Rumpelburg
- Therme
- Flaniermeile in der Innenstadt
- Alleinstellungsmerkmal Hainich
- Lokale Brauerei

Welche Aktionen oder Ansätze können zur Akzeptanzförderung für Maßnahmen des Tourismus bei gleichzeitiger Aufwertung der Umfeld- und Lebensbedingungen für die Einwohner der Stadt beitragen?

- Vielfältige Läden in der Innenstadt - mit besonderem Angebot
- Pflege der Innenstadt
- Veranstaltungen
- Sonderkonditionen für Bewohner
- Wettbewerbe
- Offene Gärten
- Private Gärten
- Bedarfe der Bewohner befriedigen, z.B. durch das Freibad
- Gemeinsame Feste und gemeinsame Identität
- Identifikation mit bestimmten einzelnen Orten
- Jugendliche für ihre Stadt sensibilisieren
- Über die Kinder auch Eltern und Großeltern sensibilisieren
- Alleinstellungsmerkmal Stadtführerprojekte in Schulen
- Bürger führen Touristen durch die Stadt - 'local guide'
- Beteiligung, Partizipation bei Stadtentwicklungsprozessen



(Kulturelle) Events besitzen hohe regionale Strahlkraft, fördern den Zusammenhalt und sind stark Image-prägend. Wie können bestehende Angebote optimiert werden bzw. welche Ergänzungen sind denkbar? (und wie kann die Außenwirkung verstärkt werden?)

- Spezielle Wellnessangebote im Winter / Freien
- Winterangebote, z.B. Öffnung des japanischen Gartens - Winterattraktion
- Öffnung von Gärten und Museen im Winter
- Involvierung der Schulen und KiTa's
- Brunnenfest mit den Schulen organisieren
- Elternarbeit mit den Lehrern, um die Kinder an Traditionen heranzuführen
- Statistik zu den Touristen
- Bündelung von Angeboten, Highlight bei den Festen
- Außenmarketing - neues Publikum ansprechen
- Wiederbelebung von Traditionsfesten
- Brunnenfest für viele Generationen
- Mundpropaganda durch viele Generationen
- Wettbewerbe zwischen den Einheimischen, z.B. schönstes geschmücktes Haus

Wie kann die vielfältige Kulturlandschaft erhalten und ergänzt werden?

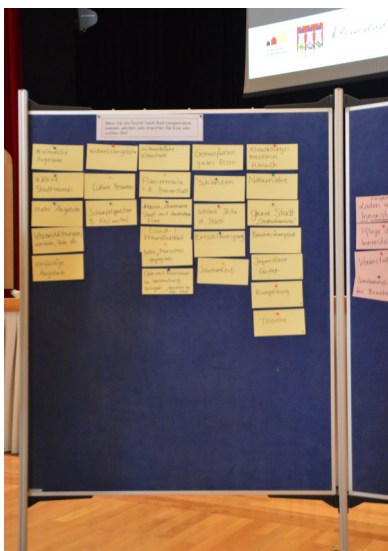
- Angebote, die die Winterzeit feiern
- Mutiger werden bei Veranstaltungen
- Offenheit gegenüber verschiedenen Zielgruppen
- Parksituation verbessern
- Imagekampagne von und für Einheimische
- Preisliche Vergünstigungen für Einheimische
- Welche Rolle möchte die Stadt einnehmen - Veranstalterin vs. Organisatorin von Veranstaltungen

- Unterstützende Rolle der Stadt - Technik, Räume, Flächen. Werbung ...
- Zentrale(r) Ansprechpartner
- Mobile, kleine, flexible Bühnen / Angebote
- Veranstaltungen an der Marktkirche auf einer Bühne durchführen
- Große und frei zugängliche Outdoor-Bühne
- Bessere Nutzung des Jahnplatzes, z.B. als Festplatz
- Niederschwelligkeit von Veranstaltungen
- Offenheit und Akzeptanz gegenüber allen Ideen
- Highlight erhalten, wie Mittelalter Stadtfest und Brunnenfest
- Interkommunale Abstimmung bei Festen oder Flexibilität bei Terminen
- Verschiedene Themen über gemeinsame Veranstaltungen zusammenführen (Musik, Kulinarisches, Comedy ...)

Konkrete Veranstaltungsideen

- Lichterfeste im Winter
- Literarische Veranstaltungen, wie Poetry-Slam
- Cosplay-Veranstaltungen
- Comedians in verschiedenen Restaurants / Orten
- Restaurant- / Bartour
- Interkulturelle Veranstaltungen - Verschiedene Kulturen zusammenbringen
- Mehr Sport-Highlights, wie Kulinarik im Stadion
- Stadionfest mit allen Vereinen, abends Musik
- Festival
- Z.B. Food-festival, kulinarische Feste, 'Fete de la 'musique' - Musikfeste

Flipcharts



AG SPORT und FREIZEIT

- Einbindung in den Unterricht
- Social-Media-Beauftragte(r) für Vereine
- Räumliche Distanz zu den Angeboten und Vereinen

Die Arbeitsgruppe Sport und Freizeit ist geleitet worden von Sabine Hilbig - Leiterin des Fachbereichs I in der Stadtverwaltung, und Christian König - Vorsitzender des Gewerbevereins. Die Experten wurden durch Robert Franke von der DSK unterstützt.

Fragen und Ergebnisse

Wie wird das Angebot an Freizeitaktivitäten allgemein sowie auch mit besonderem Blick auf die Situation für Jugendliche bewertet? Wie können in diesem Zusammenhang Kinder und Jugendliche zur aktiven Mitarbeit noch besser erreicht werden und welche Organisationsform(en) wäre(n) von Vorteil?

- Breites Vereinskennspektrum
- Draußen sein, unterwegs sein
- Basketball, Skaten
- Basketballrunde
- Jahnplatz
- Stärkung von Angeboten für Jugendliche abseits von Sport

Kommunikation ausbauen

- Angebot an Vereinen teils unbekannt
- Schulen / KiTa's gezielt ansprechen
- Fokus auf Social Media
- Ansprache über Eltern und Freundeskreis

Thema Vereine: Wie zeitgemäß ist diese Form heute und welche Alternativmitwirkungen (Gastmitgliedschaft etc.) wären denkbar? Wie kann das bereits bestehende breite Angebot besser ‚sichtbar‘ gemacht werden?

- 'Starke' Bindung an Vereine hat abgenommen
- Kombination: Gemeinsame Projekte <-> Mitglieder
- Ehrenamts-Card
- 'Hereinschnuppern' als Gutschein
- Möglichkeit geben, sich unverbindlich an einen Verein 'anzudocken'
- Testmitgliedschaften
- Die Mitgliedschaft ist Zeitgemäß, die Organisation hingegen nicht mehr
- Pandemie und Lockdown haben Beteiligung verhindert

Maßnahmen

- Stadtweiten 'Tag der Vereine' etablieren
- Angebote der Vereine auf zentraler Plattform darstellen
- Gemeinsame Veranstaltungen der Vereine
- Verlinkung der Vereinswebseiten
- Abstimmung der Vereins-Veranstaltungen auf den Veranstaltungskalender
- Fokus auf Social-Media
- Geeignete Kommunikationsplattform nutzen
- Vereinsbroschüren mit Ansprechpartnern
- Mit den Jugendlichen selbst ins Gespräch kommen
- Synergien der Vereine finden und nutzen
- Vereinsstammtisch etablieren



- Projektwochen in Schulen
- Vereinsstrukturen nicht in den Vordergrund stellen, sondern die Inhalte
- 'Bad Langensalza macht mobil' als Aufschlag
- Kalender für Vereine

In Hinblick auf Bad Langensalza als Gesundheitsstadt: Wie kann das Bewusstsein aller Altersgruppen gesteigert werden, etwas für die eigene Gesundheit zu tun?

- Unverbindliche Familienangebote, verknüpft mit Vereinen
- „Verpackte“ Motivation
- „Kein erhobener Zeigefinger“
- Generationenübergreifende Angebote schaffen, Gemeinsamer Raum für alle Generationen
- Lokale Markenbotschafter
- Spiel, Sport und Spaß in allen Projekten verbinden
- Anreize schaffen aktiv zu werden
- Stempelpass / Bonussystem für sportliche Leistung
- Aktionstag „Mit dem Rad zur Arbeit“ o.Ä.
- Thema Gesunde Ernährung publik machen und bei lokalen Versorgern platzieren

Wie bzw. in welchem Bereich sollten die Freizeitangebote ausgebaut werden? Wo bestehen Potentiale?

- Umfangreiche Angebote für ältere Generationen
- Generationenübergreifender Einbezug

- Identifikation von Grundbedürfnissen
- Angebote für junge Erwachsene fehlen
- Aufzeigen von Vorteil / Gewinn bei Teilnahme
- Punktuelle Beteiligung ermöglichen
- Kindertanzvereine
- Angebote und Zeiten an Zielgruppe anpassen
- Nischenangebote finden und ausbauen
- Beteiligungsveranstaltung zu Wünschen, Ideen, Bedürfnissen > Gemeinsame Zielentwicklung
- I.d.Zsh. Online-Umfrage und gute Ergebnispräsentation
- Unterstützung bei neuen Ideen - Räume, Werbung, Ziele
- Indoor-Treffs für Kinder und Jugendliche
- Indoor-Sporthalle, nutzbar ohne Vereinsbindung
- Angebote für Kindergeburtstage
- Vereins-Speeddating
- Beteiligung von Kindern und Jugendlichen stärken

Flipcharts



AG NATUR und GESUNDHEIT

Die Arbeitsgruppe Natur und Gesundheit ist geleitet worden von Gerrit Haase - Stabsstelle Umweltplanung und Landschaftsentwicklung / Wirtschaftsförderung. Paul Würtz von der DSK unterstützte und begleitete den Prozess.

Fragen und Ergebnisse

Wie wird der Zugang zu Grün- und Erholungsflächen, vor allem in Innenstadtnähe, bewertet? Wo ist eine Erweiterung oder Neuschaffung von Grün(flächen) sowie eine weitere Vernetzung des bestehenden Rad- und Wanderwegesystems sinnvoll?

- Naturnahere Bewirtschaftungen von Grünflächen
- Ausweisung Insektenflächen
- Stärkung des 'Grünen Gürtels'
- Dedizierte Picknick-Flächen
- Meditationsflächen
- Bessere Vernetzung - Böhmen mit Klein Langensalza
- Terrain-Kur-Weg verbessern
- Blühstreifen werden abgemäht
- Schnell-wachsende Bäume
- Baumpatenschaften - innerörtliche Potentialflächen sammeln

- Rasenflächen für Freizeitgestaltung nutzbar machen
- Nutzung einfordern
- Natur- /Barfußpfad

Radverkehr

- Qualität der Radwege + Wegefindung verbesserungswürdig
- Ausweisung der Radwege verbessern i.V.m Radkarten
- (Ältere) Radfahrende an der Thamsbrücker Straße
- Zu wenige Radwege
- Anbindung Unstrut-Radweg an die Innenstadt (Gutbierstraße)
- Radweg ins Freibad



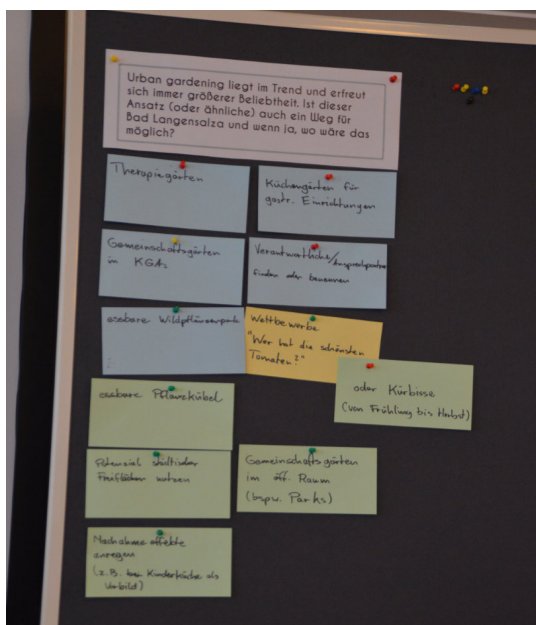
Wie kann das bestehende Gesundheitsangebot ergänzt bzw. ausgebaut werden und durch wen? Wie kann das bestehende breite Angebot besser in die Öffentlichkeit getragen werden - besser ‚sichtbar‘ gemacht werden?

- Zentrale Präsentation der Angebote - z.B. auf der Stadtseite
- Schnupperkurse anbieten
- Thementage veranstalten
- Therapiegärten
- Ausbau der Schwefelquellen + Informationen
- Gesundheitsführungen bspw. 1x pro Monat
- Informations- und Aufklärungsangebote z.B. mit Reha-Klinik oder Therme
- Sportlehrer und Vereine einbeziehen
- Zentrale Veranstaltungen die mehrere Zielgruppen und Anbieter einbeziehen
- Kulinarik im Schlösschenpark (oder im Stadion) + Aktivität (Yoga, Angeln u.v.m.)
- Transparenz für/über Vereine + Veranstaltungen
- Gesundheits-Stammtisch
- Gartentherapie
- Waldbaden
- Spazieren gehen
- Öffentliche Kneipp-Becken
- Seufzer-Allee: Kneipp, Sport, Wasserspielplatz
- Spezialisierte Kurangebote
- Koch-Challenges (gesunde~)
- Positive Aspekte (Luft, Freiraum) hervorheben
- Abwesenheit störender Faktoren (Schmutz, Lärm) bewerben

Urban gardening liegt im Trend und erfreut sich immer größerer Beliebtheit. Ist dieser Ansatz (oder ähnliche) auch ein Weg für Bad Langensalza und wenn ja, wo wäre das möglich?

- Therapiegärten
- Küchengärten für gastronomische Einrichtungen
- Gemeinschaftsgärten in KGA's
- Verantwortliche / Ansprechpartner finden und benennen
- Essbare-Wildpflanzen-Park
- Wettbewerbe: 'Wer hat die schönsten Tomaten?' (oder Kürbisse?)
- Essbare Pflanzkübel
- Potential städtischer Freiflächen nutzen
- Gemeinschaftsgärten im öffentlichen Raum (bspw. in Parks)
- Nachahme-Effekte anregen (z.B. Kinderküche als Vorbild)

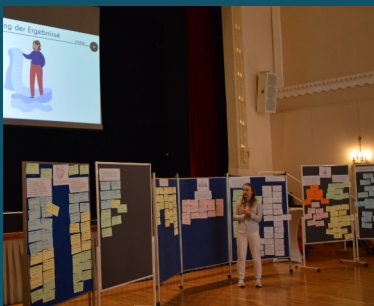
Flipcharts



ABSCHLUSS

Ergebnispräsentation - DSK

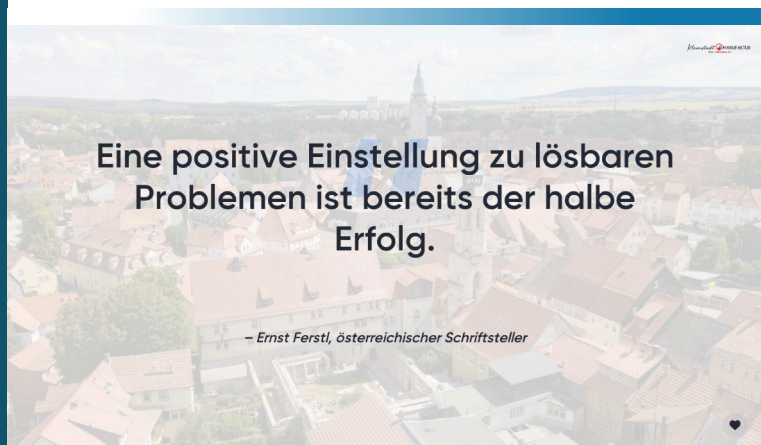
Nach einer kurzen Pause im Anschluss an die Arbeitsgruppen-Phase, kommen die Teilnehmenden erneut im Plenum zusammen. Zunächst erfolgt hier die Präsentation und Zusammenfassung der Ergebnisse aus den Arbeitsgruppen durch Julia Hamm (AG Kultur und Tourismus), Robert Franke (AG Sport und Freizeit) und Paul Würtz (AG Natur und Gesundheit) von der DSK. Diese haben die Arbeitsgruppen zuvor im Prozess gemeinsam mit den Experten begleitet.



FEEDBACKRUNDE

Im Anschluss an die Ergebnispräsentation ergreifen Max Horrmann (DSK), welcher bereits das Plenum am Anfang moderiert hat, sowie Sandra Czerniak (Citymanagerin) erneut das Wort. Vor Abschluss der Veranstaltung bekommen die Teilnehmenden die Möglichkeit, die Veranstaltung zu bewerten. Hier kommt erneut das Werkzeug 'Mentimeter' zum Einsatz. Es erfolgt abschließend der Verweis auf die nächste Zukunftswerkstatt am 10.05.2022. Die Veranstaltung endet um ca. 19:30.

Die Fragen und Ergebnisse der Feedback-Runde via 'Mentimeter' sind nachfolgend dargestellt:



Welche Verbesserungsvorschläge haben Sie für uns?

akustik im raum zu viele teilnehmer
moderation noch klarer fingerfood
wer serviert schnittchen wo ist das essen
interaktive aufgaben snacks
jugendliche einbeziehen
zu umfangreiche fragen
fragen weniger defizitori
akustik - trennung gruppe
diskussionsfragen offener
zusammenfassung kürzer
keine war super
fehlende unternehmen
zu kurze diskussionen kinder einbeziehen

Was hat Ihnen an der heutigen Veranstaltung besonders gut gefallen?

das netzwerkinteraktiv teilnehmerkreis
gute ideen kontakt zu teilnehmern
eigene beteiligung lust am gestalten
kurz und knackig aufgeschlossenheit
mutig aufgeschlossen ort motivierend
zeitbudget **kurzweilig** sinnvoll
themen gemeinsamer austausch teilnehmer
effektiv gemeinsam etw anzupacken
austausch unterschiedliche genreinnovation
mitgestalten austausch vernetzung format
das konzept super organisiert
innovativ gemeinsam und offen
gezielte fragen gute organisation
vielfalt der anwesenden sehr modernes format
vielfalt offener austausch raum für ideen

AUSBLICK

2. Veranstaltung

10.05.2022

THEMEN

Wohnen, Leben und
Soziales

Mobilität

Energie und Umwelt

