

ZUKUNFTSWERKSTATT

5. Veranstaltung

21.09.2022

Verwaltung &
Städtische Holding

Zusammenfassung der Ergebnisse

DOKUMENTATION



21.09.2022

IMPRESSUM

AUFTRAG

Stadt Bad Langensalza

BEARBEITUNG

DSK Deutsche Stadt- und Grundstücksentwicklungsgesellschaft mbH
Kai-Erik Raddatz

Stand 25.10.2022

INHALT

ALLGEMEINES 2

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

EINSTIEG 4

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

ARBEITSGRUPPEN 9

<i>Stadtvisionen</i>	10
<i>Identifikation und Beteiligung</i>	12
<i>Kommunikation und Marketing</i>	14

ABSCHLUSS 16

<i>Zusammenfassung der Ergebnisse</i>	16
<i>Feedback-Runde</i>	16



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 zwei Arbeitsgruppen aufgeteilt. Die Arbeitsgruppen sind themenspezifisch ausgerichtet - zum fünften Termin am 21.09.2022 geht es um das Thema 'Stadtvisionen' (Bearbeitung der Themen aus Zukunftswerkstatt 1-3) sowie um die auf die Verwaltung zugeschnittenen Themen 'Kommunikation und Marketing' und 'Identifikation und Beteiligung'. Nach jeweils 45 Minuten wechseln die Teilnehmer einer Arbeitsgruppe zur nächsten bis jeder jedem Themenbereich beiwohnen konnte (> zwei Wechsel). Die Teilnehmenden können auf die zuvor erstellten Fragen und Anregungen eingehen und ihre Gedanken äußern. Da diese Veranstaltungen ein 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 im Plenum zusammengefasst. Anschließend wird die Veranstaltung durch eine kurze Umfrage von den Teilnehmenden bewertet. Die Ergebnisse werden 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
Christian König	Gewerbeverein
Sandra Czerniak	Citymanagement

Max Horrmann	DSK
Paul Würtz	DSK
Robert Franke	DSK
Jenny Köhler	DSK

RAHMEN

3. Veranstaltung

Ort Kultur- und Kongresszentrum Bad Langensalza

Zeit 21.09.2022, 12-16:00 Uhr

Der Kreis der Teilnehmenden besteht aus geladenen Akteuren aus Verwaltung, Städtischer Holding und Verbänden.



ABLAUF

11:00 Vorbereitungen

12:00 Auftakt im Plenum

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

Allgemeine Fragestellungen - Digitale Befragung der Anwesenden via 'Mentimeter'

12:30 Arbeit in den Arbeitsgruppen

Aufteilung der Anwesenden auf die zwei themenspezifischen Arbeitsgruppen

13:15 1. Wechsel Arbeitsgruppen

Die Teilnehmenden wechseln nach ca. halbstündiger Arbeit in einer Kleingruppe zur jeweils anderen.

14:00 2. Wechsel Arbeitsgruppen

14:45 Kurze Pause

15:00 Auswertung im Plenum

15:30 Feedbackrunde via 'Mentimeter'

16:00 Veranstaltungsende

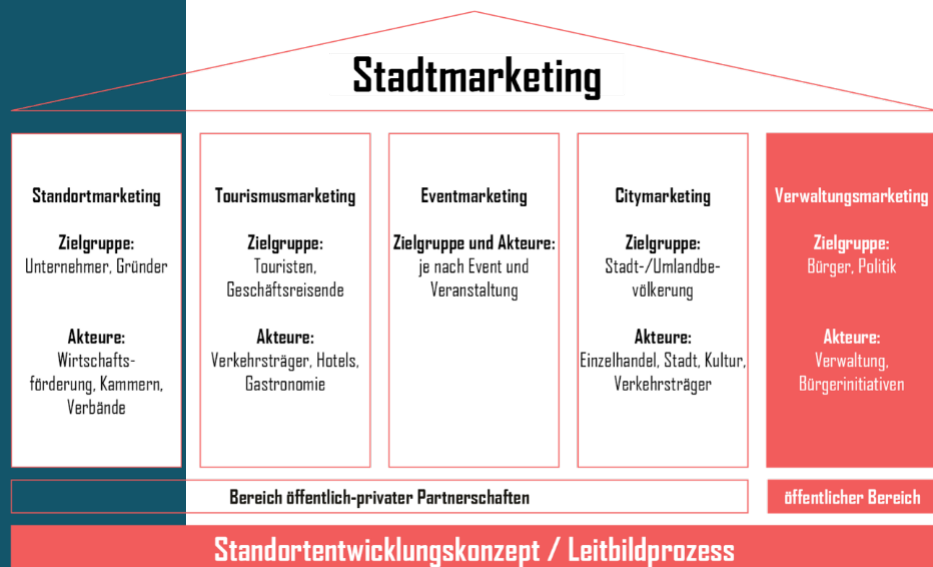


EINSTIEG

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?

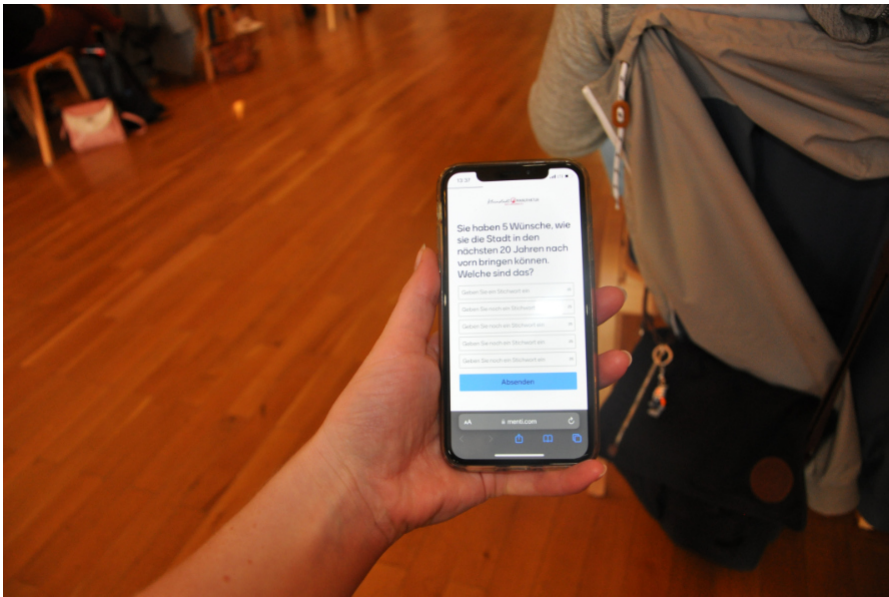


Was könnte aus Ihrer Sicht in Bad Langensalza verbessert werden?



„Mit-mach-Stadt Bad Langensalza“ – Wie sollte eine zukünftige Beteiligungskultur aussehen?





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	
WIRTSCHAFTSFÖRDERUNG II	09.06.2022
VERWALTUNG	21.09.2022

Die Ergebnisse der einzelnen Arbeitsgruppen vom 21.09.2022 sind auf den folgenden Seiten erfasst >

AG

STADTVISIONEN

Diese Arbeitsgruppe beschäftigte sich mit dem Themenspektrum, welches in den ersten drei Zukunftswerkstätten behandelt worden ist. Sie wurde von Christian König geleitet und durch Paul Würtz von der DSK unterstützt.

Fragen und Ergebnisse

Welche Visionen (aus beruflicher Sicht) haben Sie vor dem Hintergrund folgender Themenbereiche?

Allgemein

- Veranstaltungskalender
- Ansprechpartner und Verbindlichkeiten schaffen
- Fachkundige vor Ort in Politik und Verwaltung einbeziehen
- Generell stärkere Vernetzung i.d.Zsh.
- Transparenz über Kompetenzen und Kenntnisse - Fachstelle nicht übergehen
- Vernetzung der SV und Mitarbeitenden untereinander

Kultur und Tourismus

- Willkommenskultur - Bad Langensalza bei Touristen ins Bild bringen
- Radwege
- Bekanntheitsgrad über die Grenzen (regional) hinaus erhöhen + Identität stärken
- Digitalisierung - Programm und Tickets online bereitstellen
- Veranstaltungskalender
- Wiederkommenskultur „Ich will wiederkommen“
- Medienformate vielfältiger nutzen
- Erhalt der Dinge - Ausbau der Plattform Stadt > SV als Koordinator
- Ankommenskultur (z.B. Ersteindruck am Bhf, Beschilderung)
- Vereinsveranstaltungen öffentlichkeitswirksam präsentieren
- In den letzten Jahren ist viel passiert > nach außen tragen

Sport und Freizeit

- Transparenz über das Vereinsleben
- Nutzung des Bekanntheitsgrads des THC
- Bereitgestellte Infrastrukturen bespielen



- Radwegenetz + zugehöriges Leitsystem
- Neutrale Treffpunkte für Jugendliche
- Angebote der Vereine offener Gestalten, Hemmnisse (z.B. Mitgliedschaft) abbauen

Natur und Gesundheit

- Taubenbelastung in der Innenstadt
- Kneippbecken für Bürger kostenfrei zugänglich machen
- Problem Vandalismus (Geräte, Angebote)

Wohnen, Leben und Soziales

- Verknüpfung + Hervorhebung weicher Standortfaktoren
- Dachbegrünung
- Begegnungsstätten für Senioren > Konfliktzentrum
- Zuzüge gewinnen > Wohnraum gestalten
- Barrierefreies Wohnen weiter stärken
- Wohnen und Leben nicht nur auf den Stadtkern beziehen > Ortsteile einbeziehen
- Denkmalschutz neu diskutieren
- Mehr Möglichkeiten für Homeoffice
- Digitalisierung geht voran und wird angenommen

Mobilität

- Angebotsdarstellungen verknüpfen (Wohnen + Mobilität)
- Automatisches Fahren kann Abhilfe schaffen
- Ruftaxi etc. ersetzen keinen flächendeckenden ÖPNV
- Radinfrastruktur - nicht nur Wege sondern auch Abstellmöglichkeiten (Radhaus)

- Carsharing etablieren
- Radwegenetz inner- und außerstädtisch ausbauen
- Abstell- und Lademöglichkeiten für E-Bikes

Energie und Umwelt

- Erneuerbare Energie lokal nutzen (bspw. Solar-Ladesäule an eigener Garage)
- Mehr PV nicht zwingend zielführend > Energiemanagement + Netz ertüchtigen

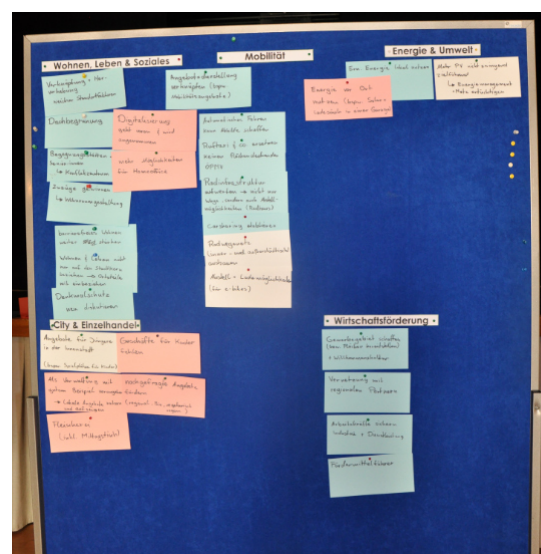
City und Einzelhandel

- Angebote für Jüngere in der Innenstadt (bspw. Spielplätze für Kinder)
- Als Verwaltung mit gutem Beispiel vorangehen - Lokale Angebote nutzen und aufzeigen
- Fleischerei (mit Mittagstisch)
- Geschäfte für Kinder fehlen
- Nachgefragte Angebote fördern (Bio, regional, vegan-..)

Wirtschaftsförderung

- Gewerbegebiet schaffen, Flächen bereitstellen
- Willkommenskultur
- Vernetzung mit regionalen Partnern
- Arbeitskräfte sichern - Industrie und Dienstleistung
- Fördermittelführer

Flipcharts



AG IDENTIFIKATION und BETEILIGUNG

Die Diskussion in der Arbeitsgruppe 'Identifikation und Beteiligung' ist von Sandra Czerniak geleitet und durch Jenny Köhler von der DSK unterstützt worden.

- Organisation über Stadt
- Organisation über Vereine usw. einfacher als über Stadt

Fragen und Ergebnisse

Was kann zur Identifikation mit der eigenen Stadt beitragen? Welche Aspekte wirken dahingehend hemmend?

Fördernd

- Heimatgefühl
- Loyalität mit der Stadt
- Beteiligung bei Festen etc.
- Einstellung und Aufgeschlossenheit
- Leidenschaft in Bezug zu Bad Langensalza
- Aufenthaltsqualität der Stadt erhöhen
- Willkommenspaket der Stadt
- Gestalten der Räumlichkeiten
- Gastronomie- oder Sightseeing-Happening etc.
- „Stadt der Bürger“ > Bewusstmachen
- Sensibilisierung Umgang + Wertschätzung der Stadt
- Aufrufe an Bürger > niedrigschwellige Angebote
- Artikel in Heimatboten verfassen?
- Räumlichkeiten für Austausch schaffen?
- Posts auf sozialen Medien
- Soziale Hürden überwinden > direkte Konversation suchen
- Vertrautheit
- Stadtbild
- Infrastruktur + Wohnen / Wohnumfeld
- Kurze Wege schaffen
- Ausreichende Angebote an Daseinsvorsorge etc.
- Positive Erlebnisse und Ereignisse
- Zufriedenstellung der Bedürfnisse
- Mitmachaktionen (Frühjahrsputz etc.)
- Wiederaufnahme der Geburtsstation

Hemmend

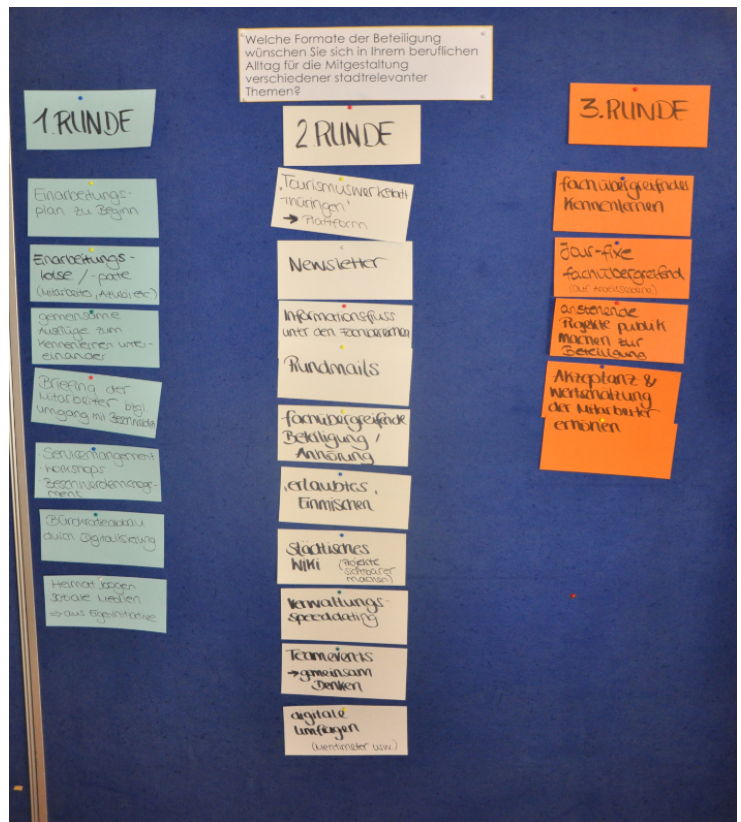
- Zwang / Druck
- Fehlende Bereitschaft
- Fehlendes Engagement
- Verantwortungsbewusstsein jedes Einzelnen

Welche Formate der Beteiligung wünschen Sie sich in Ihrem beruflichen Alltag für die Mitgestaltung verschiedener stadtrelevanter Themen?

- Einarbeitungsplan zu Beginn
- Einarbeitungslotse / -pate (Mitarbeiter, Azubis etc.)
- Gemeinsame Ausflüge zum Kennenlernen untereinander
- Briefing der Mitarbeiter bzgl. Umgang mit Beschwerden
- Servicemanagement, Workshops, Beschwerdemanagement
- Bürokratieabbau durch Digitalisierung
- Heimatbote, soziale Medien > aus Eigeninitiative
- „Tourismuswerkstatt Thüringen“ > Plattform
- Newsletter
- Informationsfluss unter den Fachbereichen
- Rundmails
- Fachübergreifende Beteiligung / Anhörung
- „erlaubtes Einmischen“
- Städtisches Wiki (Projekte sichtbarer machen)
- Verwaltungs-Speeddating
- Teamevents > gemeinsam Denken
- Digitale Umfragen (Mentimeter usw.)
- Fachübergreifendes Kennenlernen
- Jour-Fixe fachübergreifend (auf Arbeitsebene)
- Anstehende Projekte publik machen zur Beteiligung
- Akzeptanz und Wertschätzung der Mitarbeitenden (erhöhen)



Flipcharts



Diese Arbeitsgruppe beschäftigte sich mit dem Thema 'Kommunikation und Marketing'. Sie wurde von Max Horrmann geleitet und durch Robert Franke von der DSK unterstützt.

Fragen und Ergebnisse

Wie können die Leistungen der Institutionen besser nach außen getragen werden (Verwaltungsmarketing)? Welche Inhalte betrifft das und welche Kanäle sollten bespielt werden?

- Digitales Anzeigegerät
- Stadt-App
- Social-Media nutzen
- WLangensalza als Plattform für Angebote nutzen
- Bürger und Touristen müssen unterschiedlich erreicht werden
- Infos / Werbung für Angebote / Events der Stadt im Bürgerbüro
- Informationen auch für Ältere zugänglich machen
- „Irgendwie den Leuten auf den Keks gehen“
- Koordination / Bündelung der Kanäle
- „Hausgemachtes Behördentennis“
- Gebündelte Pressestelle notwendig
- Ortsteile dürfen nicht vergessen werden
- Kurzfristige Postings im Social-Media-Account durch Verwaltung nur schwierig möglich
- Abhängigkeit von KTL im Bereich Social-Media
- Städtische Werbung muss an heutige moderne Zeit angepasst werden
- Altersgruppengerechte Ansprache
- Wegfall der TA-Redaktion > Weniger Artikel und Werbemöglichkeiten
- Personelle Ressourcen für bestehende Angebote nutzen / ermöglichen

Wie bewerten Sie die internen Arbeitsabläufe und Kommunikation zwischen den Institutionen in der Zusammenarbeit? Welche Optimierungspotenziale sehen Sie?

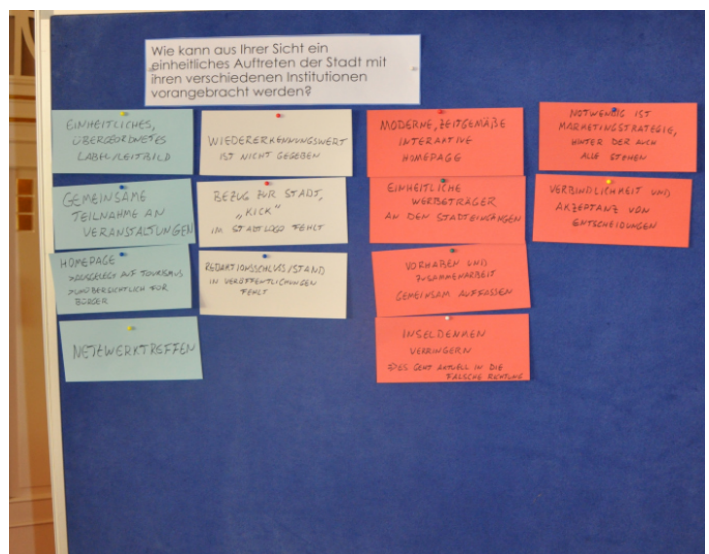
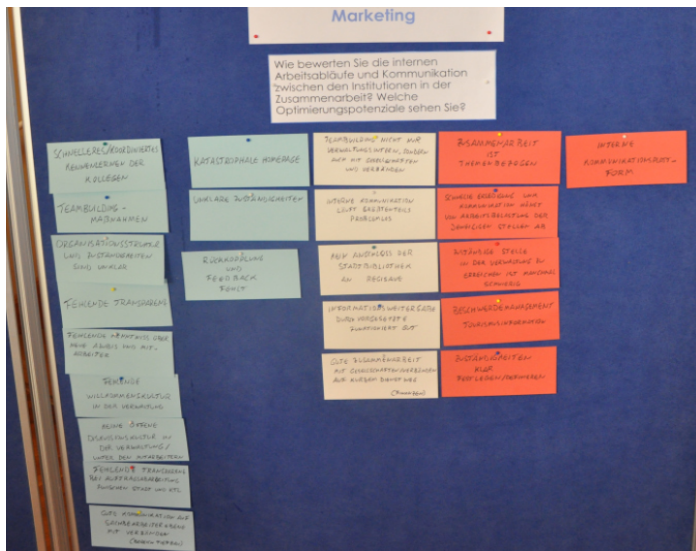
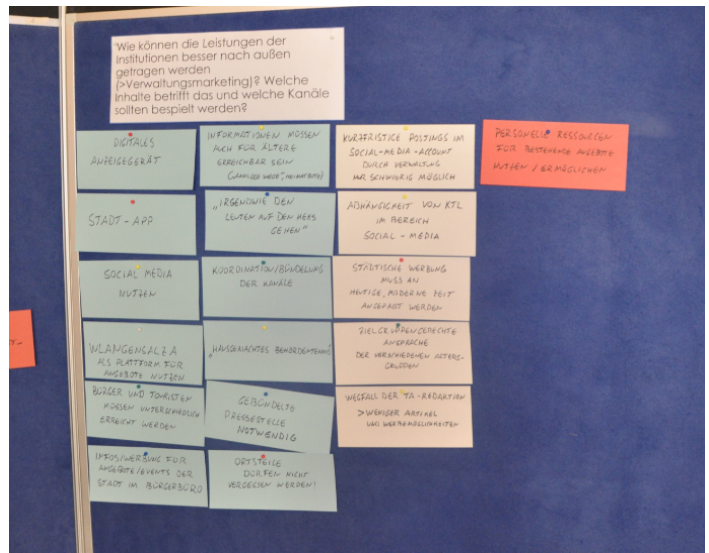
- Schnelleres / koordinierteres Kennenlernen der Kollegen
- Teambuilding-Maßnahmen
- Organisationsstrukturen + Zuständigkeiten unklar

- Fehlende Transparenz
- Fehlende Kenntnis über neue Azubis und Mitarbeiter
- Fehlende Willkommenskultur in der Verwaltung
- Keine offene Diskussionskultur in der Verwaltung / unter den Mitarbeitern
- Fehlende Transparenz bei der Auftragsbearbeitung zwischen Stadt und KTL
- Gute Kommunikation auf Sachbearbeiterebene mit den Verbänden (Bereich Tiefbau)
- Katastrophale Homepage
- Unklare Zuständigkeiten
- Rückkopplung und Feedback fehlt
- Teambuilding nicht nur Verwaltungsintern, sondern auch mit den Gesellschaften und Verbänden
- Interne Kommunikation läuft größtenteils problemlos
- Kein Anschluss der Stadtbibliothek an Regisave
- Informationsweitergabe durch Vorgesetzte funktioniert gut
- Gute Zusammenarbeit mit Gesellschaften / Verbänden auf kurzem Dienstweg (Finanzen)
- Zusammenarbeit ist themenbezogen
- Schnelle Erledigung und Kommunikation hängt von der Arbeitsbelastung der jeweiligen Stellen ab
- Zuständige Stelle in der Verwaltung zu erreichen ist manchmal schwierig
- Beschwerdemanagement Tourismusinformation
- Zuständigkeiten klar festlegen / definieren
- Interne Kommunikationsplattform

Wie kann aus Ihrer Sicht ein einheitliches Auftreten der Stadt mit ihren verschiedenen Institutionen vorangebracht werden?

- Einheitliches übergeordnetes Leitbild / Label
- Gemeinsame Teilnahme an Veranstaltungen
- Homepage: Ausgelegt auf Tourismus, unübersichtlich für Bürger
- Netzwerktreffen
- Wiedererkennungswert ist nicht gegeben
- Bezug zu Stadt, „Kick“ im Stadtlogo fehlt
- Redaktionsschluss/Stand in Veröffentlichungen fehlt
- Moderne, zeitgemäße interaktive Homepage
- Einheitliche Werbeträger an den Stadteingängen
- Vorhaben + Zusammenarbeit gemeinsam auffassen
- Inseldenzen verringern > es geht aktuell in die falsche Richtung
- Notwendig ist eine Markenstrategie, hinter der alle stehen
- Verbindlichkeit und Akzeptanz von Entscheidungen

Flipcharts



ABSCHLUSS

Ergebnispräsentation - DSK

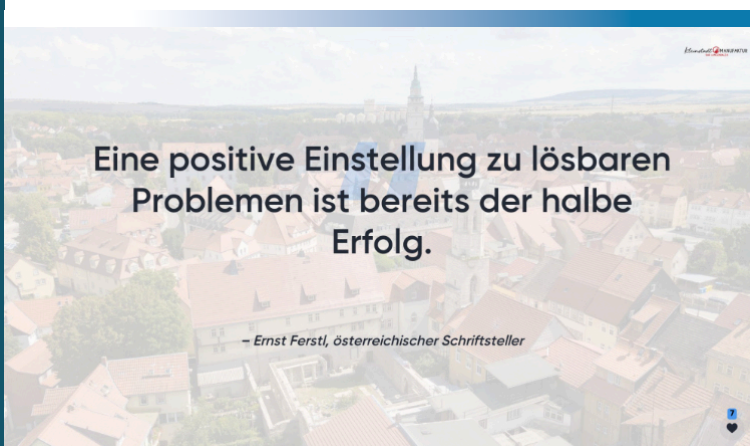
Nach einer kurzen Pause im Anschluss an die Arbeitsgruppen-Phase, kommen die Teilnehmenden erneut im Plenum zusammen. Zunächst erfolgt hier die Präsentation und Zusammenfassung der Ergebnisse aus den Arbeitsgruppen durch Max Horrmann und Sandra Czerniak. Diese haben die Arbeitsgruppen zuvor begleitet.



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, wie auch in den vorangegangenen Veranstaltungen, die Möglichkeit, diese zu bewerten. Hier kommt erneut das Werkzeug 'Mentimeter' zum Einsatz. Es erfolgt abschließend der Verweis auf die Verstärkung des Prozesses und der Arbeitsgruppen, sowie die auswertende Veranstaltung im Herbst. Die Zukunftswerkstatt endet um ca. 16:00.

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



Welche Verbesserungsvorschläge haben Sie für uns?

mehr zeit für ideen kaffee
nicht alles neu erfinden
zeitmanagement catering
kürzere fragen schnitzel
fachliche kompetenz
gemischtere gruppen
kürzer kleinere gruppe
snacks komprimierter
heizen auf bestehens aufbauen
schnittchen nicht alles verwerfen

Was hat Ihnen an der heutigen Veranstaltung besonders gut gefallen?

schnittchen kleine runden kaffee ehrlichkeit
austausch miteinander andere sichten themen
nicht schreiben zu müssen offenheit lernen
austausch kontakt mit holding
Überhaupt statt gefundenstadt und holding
tätigkeitsfelder der werk brainstorming
denken anhörung vieler bereiche kennenlernereffekt
offene diskussion
wissen einteilung in gruppen
ideenäußerung zielgruppe veranstaltung
themen meinungen anderer hören
kontakt mit kollegen ins gespräch kommen
snacks viele gute ansätze gute organisation
unterschiedlichkeit tn zusammenarbeiten
diskussionskultur zusammenwirken zusammenarbeit
offen diskussion

