

Leitbild(-prozess)



Autorinnen:

Sabine Slapa, Charlotte Kaulen

slapa und die raumplaner gmbh

Kaiser-Friedrich-Str. 90

10585 Berlin

Tel.: 030 666 2971-0

Mail: Info@die-raumplaner.de

dieraumplaner

Gefördert vom:



Unterstützt durch:



Projektpartner:





Inhalt

1. Zielsetzung	3
2. Prozessphase	3
3. Anwender/innen	4
4. Zielgruppe.....	4
5. Umsetzungsschritte	4
5. Mögliche Herausforderungen und Lösungsmöglichkeiten.....	9
Impressum.....	12

1. Zielsetzung

Die Stadt Grabow hat seit einigen Jahren umfassend in die Sanierung der historischen Altstadt investiert. Mit der charakteristischen Fachwerkarchitektur und dem inhaber_innengeführten Einzelhandel bietet die Innenstadt alle Voraussetzungen, ein attraktives Nahversorgungszentrum zu sein; die Angebote des Einzelhandels in Verbindung mit der Stadtarchitektur bieten eine große innerstädtische Aufenthaltsqualität. Dadurch werden nicht nur die Anwohnende, sondern auch Tourist_innen animiert, hier einzukaufen.

Gleichzeitig steht die Grabower Innenstadt unter einem hohen Veränderungsdruck: Das veränderte Konsumverhalten von Kund_innen, die zunehmende Filialisierung sowie der Wettbewerb mit dem allzeit verfügbaren Internetshop sind nur einige der Herausforderungen, mit denen zentrale Versorgungszentren zunehmend konfrontiert werden. Zusätzlich schlagen sich in Grabow sichtbare Veränderungen im Stadtbild nieder: Grabow verfügt über eine große Anzahl von innerstädtischen brachliegenden Industriebauten, von leerstehenden Wohnimmobilien, verbunden mit leerstehenden Geschäftsräumen, die sich in Privateigentum befinden. Der innerstädtische Handelsleerstand, der u. a. in der fehlenden Nachfolge für den lokalen Einzelhandel (demografische Veränderungen) begründet ist, stellt eine zentrale Herausforderung für die weitere Entwicklung dar.

Im Rahmen des Förderprojektes „Demografiewerkstatt Kommunen“ wurde das Büro die raumplaner beauftragt, gemeinsam mit der Stadt Grabow und den Akteuer_innen aus den Bereichen Handel, Dienstleistungen und Gewerbe die Innenstadt zu stärken und einen Leitbildprozess zu begleiten. Das Leitbild greift Entwicklungspotenziale und zukünftige Herausforderungen auf und definiert eine gemeinsame Vision sowie Handlungsfelder für die künftige Entwicklung der Stadt Grabow. Aus diesen lassen sich einzelne Maßnahmen ableiten, die zur Stärkung der Innenstadt beitragen. Das Leitbild dient so für die Akteur_innen der Innenstadt sowie aus der Verwaltung als Orientierungsrahmen bei der Initiierung, Unterstützung und Förderung künftiger Projekte.

2. Prozessphase

Eine gemeinsame Gestaltung der Innenstadt muss in Kleinstädten wie Grabow u.a. emotional erfolgen. Identifikation mit der Stadt und der Innenstadt ist hier der Schlüssel zum Erfolg.

- Was bedeutet mir meine Stadt?
- Warum wohne ich in dieser Stadt?
- Warum bin ich hierher gezogen?

Mit diesen Fragen gelingt der Einstieg in die Diskussion der Leitbilder für die Stadt Grabow, um zu beschreiben, wo die Stadt herkommt, wo sie heute steht und wo sie zukünftig hinwill. Die Gestaltung der Zukunft funktioniert nur dann, wenn eine Auseinandersetzung mit der Vergangenheit erfolgt und die Gegenwart akzeptiert und als Chance gewertet wird. Die daraus

entwickelten Leitbilder geben so übergeordnete Zielsetzungen für künftige Entwicklungen der Stadt, aus denen sich konkrete Maßnahmen ableiten.

Wenn diese Fragen gemeinschaftlich beantwortet und die Leitbilddiskussion im Sinne eines Eigen- und Fremdbildes gemeinschaftlich erfolgt, dann kann jede_r Grabower_in Botschafter_in für seine/ ihre Stadt sein und für die Stadt selbstbewusst werden.

Die Erarbeitung des Leitbildes erfolgt stufenweise und wird mit den lokalen Akteur_innen im Rahmen von Workshops und Gesprächen rückgekoppelt. Die partizipative Erarbeitung stärkt die Identifikation mit dem Leitbild und fördert die Umsetzung von Maßnahmen in Eigenverantwortlichkeit der lokalen Akteur_innen.

3. Anwender/innen

In der Regel sind es die Kommunen, die den Leitbildprozess initiieren. Dabei werden die angesprochenen Zielgruppen (vgl. 4. Zielgruppen) gleichzeitig zu Anwender_innen, die durch ihre Aktivitäten zur Umsetzung des Leitbildes beitragen.

4. Zielgruppe

Mit dem Ziel der Belebung der Innenstadt zu befördern, sind dabei vor allen Einzelhändler_innen, Dienstleister_innen, Akteur_innen aus den Bereichen Gesundheit, Tourismus, Soziales und Kultur, Eigentümer_innen sowie Vertreter_innen aus der Verwaltung in den Prozess zu involvieren. Wichtiger Kooperationspartner in Grabow war dabei das lokale Gewerbetaam der Innenstadt. Auch sollten Vertreter_innen von lokalen Vereinen und Verbänden sowie von Jugendlichen und Senior_innen als Multplikator_innen eine Stimme im Prozess erhalten.

5. Umsetzungsschritte

Im Rahmen des Projektes wurden vier Workshops durchgeführt; parallel dazu erfolgten Einzelgespräche mit Akteur_innen der Verwaltung sowie des lokalen Gewerbetaams.

1. Workshop: Aktivierung von Akteur_innen; Eigen- und Fremdwahrnehmung der Stadt

Um einen möglichst großen Akteur_innenkreis im Rahmen des Leitbildprozesses zu aktivieren, erfolgte eine öffentliche Einladung im Amtsblatt der Stadt Grabow, weitere Akteur_innen erhielten eine schriftliche Einladung der Stadt Grabow. In der Einladung wurden die Teilnehmenden aufgefordert unter der Fragestellung „Was ist Grabow für Sie?“ Fotos und Bilder mitzubringen, die ihren Blick auf Grabow verdeutlichen. Die Bilder sollten dabei sowohl Qualitätsorte, historisch bedeutsame Stätten und Potenzialflächen, aber auch Problemlagen der Stadt aufzeigen. Durch die Zusammenstellung der Bilder und der damit einhergehenden Diskussion stellte sich das von den Anwohnenden wahrgenommene Eigenbild der Stadt heraus.

In einem weiteren Schritt präsentierte das Fachbüro zu verschiedenen Themenfeldern wie Fachwerk, Naturraum, Sanierung, Einzelhandel, Engagement etc. Fotos, die den Fremdblick auf die Stadt, illustrierten. Der Abgleich zwischen Eigen- und Fremdbild der Stadt ist ein grundlegender Baustein für die Leitbilddiskussion. Wenn die eigene Wahrnehmung in Kontrast oder Gleichklang von Ortsfremden erlebt wird, zeigen sich oftmals neue und ungenutzte Qualitäten der Stadt auf, die es künftig zu stärken gilt.

In der abschließenden Diskussion wurden mit den Akteur_innen folgende Leitfragen gemeinsam diskutiert:

Was war Grabow für Sie?

Was ist Grabow für Sie?

Was soll Grabow für Sie künftig sein?



Abb. 1: Ergebnisse der Diskussion im Rahmen des ersten Workshops; Quelle: die raumplaner

2. Workshop: Entwicklungsszenarien und Vorstellung erster möglicher Leitbilder

Der zweite Workshop diente der Erarbeitung von Entwicklungspotenzialen und Handlungsfeldern für das Leitbild. Um die abstrakte Diskussion nach künftigen Leitbildern greifbar zu machen, wurden an Hand von Fotomontagen mögliche Entwicklungsszenarien für die Stadt aufgezeigt. Dabei wurden sowohl positive als auch negative Entwicklungsszenarien für die Stadt vorgestellt und Maßnahmen aus anderen Städten als best-practice Beispiel zum Umgang mit vergleichbaren Herausforderungen dargestellt.



Abb. 2 und 3: Grabows Fachwerkarchitektur mit den großen Schaufenstern ist ein besonderes Qualitätsmerkmal und Entwicklungspotenzial der Innenstadt. Die Bespielung von Schaufenstern durch ein aktives Leerstandmanagement wie durch Zwischennutzungen oder Leerstandbeklebungen trägt zur Aufwertung der Innenstadt bei.

Abbildung 2: Original; Abbildung 3: Fotocollage; Quelle: die raumplaner

Im zweiten Teil wurden mögliche Leitbilder für die Stadt Grabow, die auf Grundlage des ersten Workshops und der Bestandsanalyse herausgearbeitet wurden, vorgestellt. Es zeigte sich, dass es für Grabow viele mögliche Leitbilder gibt, die es im weiteren Prozess zu verifizieren galt.

- Grabow war immer schon Heimat und ist es heute noch.
- Grabow war als Handwerker- und Handelsstadt für viele ein Wunschort und damit ein schöner Ort zum Wohnen und Leben. Auch wenn heute das Handwerk nicht mehr zu finden ist, bleibt es ein schöner Ort zum Wohnen und Leben, wo sich Alt- und Neu-Grabower wohl fühlen. Grabow ist für viele zum Lebensmittelpunkt geworden.
- Grabow ist eine lebendige Stadt, eine schöne und einzigartige Stadt, mit einem Marktplatz und anderen Besonderheiten, wie dem Fachwerk. Grabow gehört zu den ruhigen und romantischen Orten in Mecklenburg-Vorpommern. Grabow ist Einkaufsort.
- Grabow hat viel Potenzial. Die Grabower sind bereit „neue Wege“ zu gehen und sich qualitativ weiter zu entwickeln. Grabow ist offen gegenüber Besuchern und Zuziehenden und Rückkehrern. Grabow will ein Ort der Enkelkinder sein.
- Grabow entdeckt sich gemeinsam mit den Grabowern neu und bietet neuen Projekten Raum. Bestehendes oder nicht mehr Gelebtes wird ins Licht gesetzt
- In Grabow konnte man schon immer gut miteinander leben, hier kennt man sich, hier wird auf einen Acht gegeben.

Ergebnisse des Workshops: Leitbilder für die Grabow

Die Diskussion rund um die Entwicklungsszenarien und die Leitbilder erfolgte darüber hinaus auf einer praxisorientierten Ebene und brachte als Ergebnis eine umfangreiche Sammlung von Maßnahmen hervor, die im Rahmen des Workshops von den Akteur_innen zur Umsetzung der Leitbilder entwickelt wurden. Die Ergebnisse wurden in einer Handlungsmatrix festgehalten, die für jede einzelne Maßnahme zuständige Akteur_innen und weitere organisatorische Schritte festgehalten hat. Dabei wurden zwei Maßnahmen von den Akteur_innen als besondere dringliche Handlungsfelder identifiziert, um Grundlagen für die weiteren Entwicklungsprozess zu schaffen. Dazu zählte zum einen die Entwicklung eines Corporate Designs für die Stadt Grabow sowie für das lokale Gewerbetaam und zum anderen der öffentlichkeitswirksame Auftritt des Gewerbeteams bei dem jährlich stattfindenden „Lichterfest“ – ein beliebtes Stadtfest in Grabow, das über die Stadtgrenzen hinaus bekannt ist. Die Umsetzung der Maßnahmen sollte parallel im weiteren Projektverlauf erfolgen.

3. Workshop: Vorbereitung zur Umsetzung der zwei ausgewählten Maßnahmen

Im 3. Workshop wurde der Auftritt des Gewerbeteams beim Grabower Lichterfest geplant. Hierfür wollte sich das lokale Gewerbetaam beim jährlichen Stadtfest an einen eigenen Marktstand den Besucher_innen vorstellen und mit Interessierten in den Dialog treten. Grabows Besonderheiten sollten in Form eines Präsentkorbs mit Grabower kulinarischen Spezialitäten aufgezeigt werden. Neben dem Ausbau des Netzwerks des Grabower

Gewerbeteams sollte mit dem Auftritt die Grundlagen für ein neues Corporate Design geschaffen werden. Hierfür wurde gemeinschaftlich ein Fragebogen erarbeitet, der Aufschluss über die Wahrnehmung der Grabower_innen und der Besucher_innen über die Stadt geben sollte. Vertreter_innen des Gewerbeteams sollten diesen im Gespräch mit den Besucher_innen ausfüllen.

Jede Stimme zählt!

Die Stadt Grabow befindet sich in einem stetigen Entwicklungsprozess. Ihre Meinung ist uns wichtig. Deshalb bitten wir Sie, sich an der Umfrage zu beteiligen. Ihr Votum hilft dabei, die Meinungen, Wünsche und Bedürfnisse der Grabower Besucher_innen und Nutzer_innen kennenzulernen und bei der Entwicklung der Innenstadt zu berücksichtigen.
Vielen Dank für Ihre Unterstützung.

Was macht Grabow für Sie besonders?		
Was gefällt Ihnen an Grabow?		
Aufenthaltsqualität ☐	Service ☐	Parkmöglichkeiten ☐
Geschäfte ☐	Architektur ☐	Sonstiges:
Vielfältigkeit ☐	Flair/Atmosphäre ☐	
Was kaufen Sie üblicherweise in Grabow?		
Nahrungsmittel ☐	Hausrat ☐	Technik ☐
Genussmittel ☐	Geschenkartikel ☐	Sonstiges:
Bekleidung ☐	Presse-Erzeugnisse ☐	
Würden Sie Grabow weiterempfehlen?		
ja ☐	nein ☐	vielleicht ☐
Was ist Ihre Idee, wie die Attraktivität Grabows gesteigert werden könnte?		

Informationen

Mehrere Antworten sind möglich

Bitte Fragebogen ausfüllen und bis zum 20.04.2020:

- im Rathaus Grabow (im Eingangsbereich),
Am Markt 1 19300 Grabow einwerfen oder
- im Ratskeller, Marktstraße 11, 19300 Grabow
- im Jugendkeller im Fritz-Reuter-Haus,
Kießerdamm 19A, 19300 Grabow

Abb. 4. Ausschnitt aus dem Entwurf des im Workshop erarbeiteten Fragebogens für den Auftritt des lokalen Gewerbeteams auf dem Grabower Lichterfest.

Auf Grund der im Jahr 2020 ausgebrochenen Corona-Pandemie und der damit einhergehenden Maßnahmen zur Eindämmung, konnten das Grabower Lichterfest sowie der Auftritt des Gewerbetaams nicht stattfinden. Dennoch kam die Stadt Grabow dem Wunsch zur Ausarbeitung eines neuen Corporate Designs für die Stadt Grabow nach und gab im Sommer 2020 die Ausarbeitung eines neuen Corporate Designs in Auftrag. Der Fragebogen wurde hierfür in ein Online-Format übertragen und konnte einen Monat lang von Grabower_innen und Bewohner_innen der Nachbarstädte ausgefüllt werden. Die Antworten der Befragung waren zentrale Grundlagen für die Ausarbeitung des Corporate Designs.

4. Workshop: Vorstellung erster Ergebnisse zum neuen Corporate Design

Der vierte Workshop diente der Vorstellung der ersten Ergebnisse eines neuen Corporate Designs für die Stadt Grabow. In Anwesenheit des zuständigen Kommunikationsdesigner sowie Vertreter_innen des lokalen Gewerbetaams wurden diese diskutiert und weiterentwickelt. Grundlage für die Erarbeitung waren unter anderem die Ergebnisse der vorherigen Workshops sowie die ausgearbeiteten Leitbilder gewesen.

Für das weitere Verfahren wurden zwei Vertreter_innen des Gewerbetaams benannt, die bei der Auswahl des finalen Corporate Designs berücksichtigt werden sollten. Darüber hinaus einigten sich die Teilnehmenden mit den Vertreter_innen der Stadt Grabow darauf, ausgewählte Leerstände in der Innenstadt mit dem neuen Corporate Design durch attraktive Leerstandsbeklebungen zu bespielen.

Im Nachgang zum Workshop kontaktierte die Stadt Grabow die Eigentümer_innen der Stadt, um zur Teilnahme an dem Projekt zu werben.

5. Mögliche Herausforderungen und Lösungsmöglichkeiten

Die Leitbilddiskussion erfolgt auf einer übergeordneten Ebene, die allgemeine Zielsetzungen und notwendige Handlungsfelder herausstellt. Für den Leitbildprozess ist es aber ebenso wichtig, die Leitbilder durch Erarbeitung von konkreten Maßnahmen zu operationalisieren und nach Möglichkeit ausgewählte Maßnahmen parallel zum Prozess umzusetzen, so genannte Sofortmaßnahmen, die den Prozess lebendig werden lässt. Dabei sollten die ausgearbeiteten Maßnahmen in Form von Maßnahmenblättern oder wie in Grabow in Form einer Handlungsmatrix weiter konkretisiert werden (was sind die nächsten Schritte zur Umsetzung? Welche Projektpartner_innen gibt es? Welche finanziellen Mitteln werden benötigt?). Die Priorisierung in kurz-, mittel- und langfristige Maßnahmen sollte ebenfalls erfolgen. Durch die Umsetzung ausgewählter Maßnahmen im Rahmen des Projektverlaufes können erste sichtbare Erfolge des Leitbildes erzielt und die Identifikation mit dem Leitbild gefördert werden.

Eine weitere Herausforderung für den Leitbildprozess kann die Aktivierung bestimmter Zielgruppen sein. Dabei stellt erfahrungsgemäß die Aktivierung von Eigentümer_innen die größten Herausforderungen für die Innenstadtgestaltung dar, wie auch im Fall von Grabow. Wenn die privaten Immobilieneigentümer_innen kein Interesse an der Verwertung ihrer Immobilie - im Sinne einer abgestimmten Innenstadtgestaltung - haben, sind punktuelle Aufwertungsmaßnahmen sinnvoll, aber im Sinne einer gemeinsamen Entwicklung bei Weitem nicht ausreichend. Dabei ist gerade eine gesamtheitlich funktionierende und gestalterisch ansprechende Innenstadt nicht nur für die Bürger_innen wichtig, sondern zeigt sich für Ansiedlungsinteressierte und Investor_innen als Visitenkarte der Stadt. Der kontinuierliche und frühzeitige Dialog mit den Eigentümer_innen seitens der Kommunen ist eines der wichtigsten Instrumente, um diese Zielgruppe in die Prozesse aktiv einbinden zu können. Für diese Aktivierung von Immobilieneigentümer_innen sind nicht nur sichtbare Erfolge wie die der Stadtsanierung, sondern auch das Engagement und die soziale Verantwortung aller Akteur_innen für die künftige Entwicklung der Innenstadt zu kommunizieren. Den Eigentümer_innen müssen attraktive Angebote zur Kooperationen gemacht werden, wie z.B. die Umsetzung eines gemeinschaftlichen Leerstandmanagements.

Das Erscheinungsbild sowie die historische Bausubstanz können wesentliche Faktoren der Identitätsbildung einer Stadt sein. Dazu zählen die Instandhaltung der Immobilien und auch der Respekt vor der Historie. So sollte z.B. Werbung nicht das Haus grundlegend in seiner Außenwahrnehmung verändern. Instrumente wie Gestaltfibern können hier einen wertvollen Beitrag leisten.





Abb. 5 und 6: Oben: Ältestes Gewerbe in der Stadt Grabow; unten: Fotomontage: Ältestes Gewerbe in der Stadt Grabow – werbefrei, Quelle: die raumplaner

Impressum

Auftraggeber:

Geschäftsstelle Demografiewerkstatt Kommunen (DWK)
Kompetenzzentrum Technik-Diversity-Chancengleichheit e.V.
Am Stadtholz 24
33609 Bielefeld

Tel.: +49 521 106 7364

Fax: +49 521 106 7171

info@demografiewerkstatt-kommunen.de

www.demografiewerkstatt-kommunen.de

Durchführung:

Slapa & die raumplaner gmbh
Kaiser-Friedrich-Straße 90
10585 Berlin

Tel.: +49 30 666 2971-0

Fax: +49 30 666 2971-1

info@die-raumplaner.de

www.die-raumplaner.de