Diplom - Kaufmann (FH) Bjoern Schoof
Marketing - und Projekt - Beratung

Wesenerweg 3 ♦ 30419 Hannover ♦ Tel.: 0171/7486494 ♦ E-mail: bjoern.schoof@t-online.de

Marketingkonzept für die Stadt Pattensen

Gutachten im Auftrag der Stadt Pattensen

Pattensen, August 2005

Inhaltsverzeichnis

Vorwort **3**

1. Der Weg zur Marketingkonzepterstellung **4**

2. Die Marketingkonzepterstellung **5**

3. Organisation des zukünftigen Stadtmarketings **7**

Anlage 1: Leitbild der Stadt Pattensen **9**

Anlage 2: Maßnahmenkatalog für die Stadt Pattensen **19**

Anlage 2.1 Altstadt 20

Anlage 2.2 Freizeit, Tourismus, Kultur und Sport 28

Anlage 2.3 Natur, Umwelt, Landschaftspflege und Stadtentwicklung 37

Anlage 2.4 Soziales 42

Anlage 2.5 Verwaltung 55

Anlage 2.6 Wirtschaft 62

Vorwort

Im Frühjahr 2005 hat der Rat der Stadt Pattensen der Stadtverwaltung den Auftrag erteilt, ein realistisches Marketingkonzept unter Einbeziehung bestehender Akteure zu erstellen und alle in ihrer Macht stehenden Vorraussetzungen zur erfolgreichen Umsetzung der erarbeiteten Maßnahmen zu schaffen. Daraufhin wurde Bjoern Schoof von der Stadtverwaltung mit der Betreuung und Leitung des Projektes beauftragt.

Ausgangspunkt war eine im Herbst 2004 durchgeführte Haushaltsbefragung, welche den ersten Step im begonnenen Stadtmarketing-Prozess von Pattensen darstellt. Gleichzeitig bestand immer noch der Bedarf konträre Maßnahmen zur schleichenden Verödung der Altstadt von Pattensen Mitte zu finden.

Die Arbeiten am Marketingkonzept wurden eng von den bereits bestehenden Agendagruppen Altstadt, Natur und Umwelt sowie Soziales begleitet.

1. Der Weg zur Marketingkonzepterstellung

Das Erkennen der Probleme innerhalb einer Stadt ist Auslöser der Aktivitäten zum Stadtmarketing. Von vornherein sollten die Initiatoren des Prozesses darauf bedacht sein, die Qualität zu sichern. Aus diesem Grund ist es ratsam geeignete Akteure zu finden die „hinter“ dem Projekt stehen und einen Projektplan zu erstellen. Bei ihnen sollte ein Grundverständnis zur Kommunikation, Koordination und Kooperation vorausgesetzt, bzw. entwickelt werden, damit ein „Wir-Gefühl“ erzeugt werden kann. [1]

Die Projektleitung entschied sich auf der Auftaktveranstaltung, welche am 07. April 2005 stattfand, gemeinsam mit den Bürgern und Bürgerinnen der Stadt den zeitlichen Rahmen der zweiten Stadtmarketing-Phase und die Zusammensetzung der einzelnen Arbeitsgruppen sowie der Lenkungsgruppe festzulegen.

Die Definition des Zeitfensters für die Erstellung des Konzeptes wurde durch die anstehenden Haushaltsberatungen für das Jahr 2006 stark eingeschränkt. So verständigten sich die Akteure im April und Mai 2005 das Leitbild zur Stadtentwicklung der nächsten 10 bis 15 Jahre zu erarbeiten und daraus in den darauf folgenden zwei Monaten die konkreten Maßnahmen abzuleiten. Nur so konnte die Fertigstellung des Marketingkonzeptes bis August 2005 gewährleistet werden. Kritisch anzumerken bleibt, dass auf Grund dieses eng gesetzten Zeitrahmens eine Aufbereitung der zu erwartenden Kosten für die meisten Maßnahmen nicht möglich war.

Durch Publikationen in den verschiedensten Zeitungen wurden alle Bürger der Stadt Pattensen aufgerufen sich am Projekt zu beteiligen. Insgesamt taten dies 57 Bürger/innen in der Leitbildphase und 73 Bürger/innen in der Maßnahmenkonzeptionsphase. Erfreulicherweise stellten die bereits erwähnten Agendagruppen ihre eigentlichen Projekte etwas zurück und brachten sich verstärkt in den Stadtmarketing-Prozess ein.

[1] Vgl.: Schoof, Bjoern: Ziele und Instrumente des Stadtmarketings in Kleinststädten – am Beispiel der Stadt Pattensen (2005) S. 22

2. Die Marketingkonzepterstellung

Im ersten Schritt des Projektes wurde ein Leitbild für die Stadt Pattensen entwickelt[2]. Es definiert die langfristigen Ziele für den Stadtmarketing-Prozess. und basiert auf der historischen Entwicklung und auf den aktuellen Stärken der Stadt, den allgemeinen Zukunfttrends, sowie den Zielvorstellungen für die nächsten 10 bis 15 Jahre.

Bei der Erstellung wurde stets darauf geachtet, dass die Ziele nicht utopisch sind und wirklich realisiert werden können. Des Weiteren waren die Arbeitsgruppen dahingehend ausgerichtet ein Herausstellungsmerkmal für die Stadt zu definieren, um sich im Wettbewerb mit den Nachbarkommunen besser positionieren zu können.

Das Leitbild stellt den Rahmen für die kurz-, mittel- und langfristige Entwicklung der Stadt dar. Es bildet somit die Orientierung für das zukünftige Handeln von Politikern, Verwaltung und allen anderen Instituten der Stadt. Das Leitbild wurde nicht zu starr definiert, damit den ausführenden Akteuren noch genügend Handlungsfreiheiten bleiben und die Stadt es eventuell an sich verändernde Umweltbedingungen anpassen kann.

In den Arbeitskreisen wurden noch einmal die Ergebnisse der letzten Haushaltsbefragung aufgezeigt. Es ließ sich so das Entwicklungspotential der Stadt in den einzelnen Themenfeldern erkennen und wo in der Region die beste Positionierung und Profilierung für die nächsten Jahre gesehen wird. Ziel war es, ein individuelles und unverwechselbares Profil der Stadt zu erhalten.

Nachdem das Leitbild der Öffentlichkeit vorgestellt wurde, entwickelten die Mitglieder der Arbeitskreise Maßnahmen zur Erreichung der gesetzten Ziele. Bei der Erarbeitung der Maßnahmen reichte es nicht aus, „irgendwelche“ Wünsche zu formulieren. Es musste gleichzeitig bedacht werden, wer die eigentliche Zielgruppe ist und wer für die Projektierung, Organisation, Finanzierung und Umsetzung zuständig ist. Da die unabhängigen Arbeitskreise parallel zu unterschiedlichen Themen verschiedene

[2] Siehe Anhang 1

Maßnahmenkataloge entwickelten, war es notwendig, die jeweiligen Ergebnisse in der Lenkungsgruppe zusammenzuführen und sie im Hinblick auf mögliche Synergien oder Konflikte zu überprüfen.

Zur besseren Übersichtlichkeit der einzelnen Maßnahmen wurde ein Projektbogen angefertigt.[3]

Die Definition des Oberzieles wurde aus dem jeweiligen Themenfeld des vorliegenden Leitbildes übernommen. Daraus wurde die Strategie abgeleitet, die den Weg zur Zielerreichung und die grundsätzliche sowie langfristige Verhaltensweise der Stadt in ihren Teilbereichen gegenüber ihrer Umwelt zur Verwirklichung der Ziele darstellt. Die Festlegung der Maßnahmen wurde wiederum aus den Strategien bzw. Zielen deduziert. Bei der Maßnahmenbestimmung wurden gleichzeitig mögliche Partner, die Zielgruppe, der Zeitbedarf, die Kostenträger, die voraussichtliche Höhe der Kosten sowie die Verantwortlichkeit der Umsetzung bestimmt. Auf Grund sich ständig wechselnder Umweltbedingungen (neue Partnermöglichkeiten, Veränderung der Kostenstrukturen...) erfüllt kein Projektbogen den Anspruch der Vollständigkeit.

Bei der Zusammenführung der einzelnen Projektbögen wurden die Maßnahmen anhand des Zeitbedarfs für die Realisierung in vier Kategorien unterteilt:

Zeitbedarf:	Kategorie:
bis 1 Jahr	kurzfristig
1 bis 5 Jahre	kurz- bis mittelfristig
5 bis 10 Jahre	mittelfristig
10 Jahre bis 15 Jahre	langfristig.

Bei der Maßnahmendefinition aber auch bereits bei der Leitbildfindung wurden themenfelderübergreifende Probleme, wie z.B. die Öffentlichkeitsdarstellung deutlich. Aus diesem Grund kam es zu Maßnahmenüberschneidungen in den einzelnen Themenbereichen. Allein die Maßnahme „Beitritt zum Tourismusverband Hannover Region“ wurde in vier der sechs Arbeitsgruppen aufgeführt. Zur Vermeidung einer unnötigen Aufblähung des Marketingkonzeptes wurde in der Lenkungsgruppe bestimmt in

[3] Siehe Anhang 2

welchem Themenbereich die sich doppelnde Maßnahme aufgeführt wird. Es hatte keine Auswirkung auf die Priorität der Maßnahme.

3. Organisation des zukünftigen Stadtmarketings

An vorderer Stelle der umzusetzenden Maßnahmen steht die Fortsetzung des Stadtmarketing-Prozesses. Die Fortführung ist nicht nur eine Möglichkeit, sondern sogar ein unabdingbares „Muss“, wenn Stadtmarketing in Pattensen weiterhin effektiv betrieben und die Stadt dadurch attraktiver gestaltet werden soll. Dafür ist es notwendig, die Aufgaben des Stadtmarketings an eine eigenständige Organisation bzw. Stelle zu übertragen.

Die Lenkungsgruppe hat sich nach ausführlichen Beratungen, über die jeweiligen Vor- und Nachteile sämtlicher in Frage kommender Organisationsformen, dafür ausgesprochen die Weiterführung an eine(n) freie(n) Mitarbeiter/in als Stadtmarketingmanager/in zu übertragen. Diese(r) sollte mindestens über ein abgeschlossenes Hochschulstudium mit dem Schwerpunkt Marketing bzw. Stadtmarketing verfügen. Der Stadt wird so notwendiges fachliches Know-how zur Verfügung gestellt.

Der Dienstvertrag sollte nach Meinung der Lenkungsgruppe über 2 Jahre geschlossen werden, damit der Stadt genügend Spielraum gegeben wird, um eventuell notwendige Korrekturen vornehmen zu können. Die Höhe der Aufwandskosten für den Stadtmarketingmanager/in wird auf 40.000 € p.a. beziffert. Für die Stadt Pattensen würde dies eine Arbeitgeberkostenersparnis (im Vergleich zu einer Planstelle bei der Verwaltung) von ca. 11.500 € bedeuten. Des Weiteren bestehen im Vergleich freie(r) Mitarbeiter/in vs. Angestellte(r) Mitarbeiter/in weitere Vorteile auf Seiten des/der Erstgenannten im Bereich der Arbeitszeitenregelung und der Vertragsauflösungsmöglichkeiten.

Auf Grund der hohen Bedeutung des Stadtmarketings und der Fülle der zu erledigenden Aufgaben bedarf es einer hauptberuflichen Vollzeitstelle. Langfristig gesehen sollte sich das Stadtmarketing durch Erlöse und Unternehmensbeteiligungen (Sponsoring) wirtschaftlich selbst tragen, damit der kommunale Haushalt entlastet wird. Im späteren Prozessverlauf ist aus steuerlichen und aus haftungsrechtlichen Gründen eine Umwandlung in eine Kapitalgesellschaft von Vorteil.

Auf Empfehlung der Lenkungsgruppe soll dem Stadtmarketingmanager ein Stadtmarketingbeirat zum Controlling sowie zur Ideen- und Auftragssammlung zur Seite gestellt werden. Dieser Beirat muss vom Rat der Stadt eingerichtet und aus folgenden Vertretern zusammengesetzt werden:

- Je ein Vertreter aus den Fraktionsgruppen des Rates der Stadt (4 Sitze)
- Je ein Vertreter aus den Themenfeldern (4 Sitze):
    - Wirtschaft,
    - Sport, Kultur, Tourismus
    - Natur, Umwelt, Landschaftspflege, Stadtentwicklung, Altstadt
    - Soziales
- Unabhängige freie Vertreter (2 Sitze)
- Stadtmarketingmanager (1 Sitz)

Die Verwaltung soll als beratendes Mitglied durch einen Sitz vertreten sein.

Anlage 1:

Leitbild der Stadt Pattensen

Anlage 2:

Maßnahmenkatalog für die Stadt Pattensen

Anlage 2.1

Altstadt

Projektbogen Altstadt kurzfristig

Oberziel:	Bekanntheitsgrad der Altstadt erhöhen
Strategie:	Die Stadt nach außen bekannter machen.
Maßnahme:	**Verteilung der Neubürgerbroschüre an alle Einwohner/innen**
Partnerbeteiligung:	Werbekunden
Zielgruppe:	Einzelhandel, Vereine, Bürger/innen
Verantwortlich:	Stadt
Zeitbedarf für Realisierung:	bis 1 Jahr
Kosten:	NN €
Kostenträger:	Stadt, Werbekunden
Erfolgskontrolle:	Umfrage

Oberziel:	Bekanntheitsgrad der Altstadt erhöhen
Strategie:	Die Stadt nach außen bekannter machen.
Maßnahme:	**Beitritt zum Tourismusverband Hannover Region**
Partnerbeteiligung:	Tourismusverband Hannover Region
Zielgruppe:	Einzelhandel, Gastronomie, Hotelerie
Verantwortlich:	Stadt, Stadtmarketing
Zeitbedarf für Realisierung:	bis 1 Jahr
Kosten:	2.600,-- € p.a.
Kostenträger:	Stadt
Erfolgskontrolle**:**	Erhebung über die Besucherzahlen der Altstadt

Projektbogen Altstadt kurzfristig

Oberziel:	Attraktivitätssteigerung durch Schaffung von Kommunikationsmöglichkeiten
Strategie:	Zwischennutzung von Ladenleerstand
Maßnahme:	**Gestaltung der Schaufenster von leerstehenden Geschäften**
Partnerbeteiligung:	Immobilieneigentümer/innen, Makler, Aktionskreis Einkaufsstadt Pattensen e.V.
Zielgruppe:	Bürger/innen, Immobilieneigentümer/innen
Verantwortlich:	Stadtmarketing
Zeitbedarf für Realisierung:	bis 1 Jahr
Kosten:	NN €
Kostenträger:	Makler, Immobilieneigentümer/innen
Erfolgskontrolle:	Umfrage

Oberziel:	Attraktivitätssteigerung durch Schaffung von Kommunikationsmöglichkeiten
Strategie:	Koordinierung von Ladenleerstand
Maßnahme:	**Errichtung einer Ladenleerstandsbörse zur aktiven Vermarktung von leerstehenden Geschäften**
Partnerbeteiligung:	Immobilieneigentümer/innen, Makleragenturen
Zielgruppe:	Bürger/innen
Verantwortlich:	Stadtmarketing, Stadtverwaltung
Zeitbedarf für Realisierung:	bis 1 Jahr
Kosten:	NN €
Kostenträger:	Makler, Stadt
Erfolgskontrolle:	Überprüfung des Ladenleerstandes

Projektbogen Altstadt kurzfristig

Oberziel:	Städtebauliche Maßnahmen zur Sicherung der Altstadtcharakteristik durchführen
Strategie:	Altstadtrundweg sichtbar gestalten
Maßnahme:	**Hinweisschilder an historischen Gebäuden**
Partnerbeteiligung:	Handwerker, Einzelhandel, Immobilieneigentümer/innen
Zielgruppe:	Bürger/innen, Touristen
Verantwortlich:	Stadtmarketing, Agendagruppe Altstadt
Zeitbedarf für Realisierung:	bis 1 Jahr
Kosten:	1.000 €
Kostenträger:	Sponsoren
Erfolgskontrolle:	Umfrage

Oberziel:	Den Marktplatz beleben und als Treffpunkt gestalten
Strategie:	Gestaltung des Marktplatzes
Maßnahme:	**Bepflanzung und Pflege der Blumenkästen auf dem Marktplatz**
Partnerbeteiligung:	Anwohner/innen
Zielgruppe:	Einzelhandel, Bürger/innen
Verantwortlich:	Grünflächenpaten, Stadt
Zeitbedarf für Realisierung:	bis 1 Jahr
Kosten:	200 €
Kostenträger:	Grünflächenpaten, Sponsoren
Erfolgskontrolle:	Umfrage

Projektbogen Altstadt kurzfristig

Oberziel:	Den Marktplatz beleben und als Treffpunkt gestalten
Strategie:	Veranstaltungen rund um den Marktplatz
Maßnahme:	**Durchführung von regionalen saisonbedingten Märkten**
Partnerbeteiligung:	Einzelhandel
Zielgruppe:	Einzelhandel, Bürger/innen
Verantwortlich:	DMG Marktgilde e.G. in Koordination mit Stadtmarketing
Zeitbedarf für Realisierung:	bis 1 Jahr
Kosten:	NN €
Kostenträger:	Marktbeschicker/innen
Erfolgskontrolle:	Umfrage

Projektbogen Altstadt kurz- bis mittelfristig

Oberziel:	Bestandsschutz und Förderung des Fach- und Einzelhandels
Strategie:	attraktives Warenangebot in der Altstadt schaffen
Maßnahme:	**aktive Wirtschaftsförderung zur Ansiedlung von Gewerbetreibenden**
Partnerbeteiligung:	Einzelhandel
Zielgruppe:	Bürger/innen, Einzelhandel
Verantwortlich:	Stadt
Zeitbedarf für Realisierung:	1 bis 5 Jahre
Kosten:	NN €
Kostenträger:	Einzelhandel, Stadt
Erfolgskontrolle:	Umfrage

Oberziel:	Bestandsschutz und Förderung des Fach- und Einzelhandels
Strategie:	Förderung heimischer Produkte
Maßnahme:	**Ansiedlung eines Gemüse/Obst - Geschäftes mit Produkten von heimischen Landwirten**
Partnerbeteiligung:	Landwirte
Zielgruppe:	Einzelhandel, Bürger/innen
Verantwortlich:	Stadt
Zeitbedarf für Realisierung:	1 bis 5 Jahre
Kosten:	---
Kostenträger:	---
Erfolgskontrolle:	Umfrage

Projektbogen Altstadt kurz- bis mittelfristig

Oberziel:	Bestandsschutz und Förderung des Fach- und Einzelhandels
Strategie:	Bekanntheitsgrad der Einzelhandelsgeschäfte erhöhen
Maßnahme:	**Bewerbung des Einzelhandels auf unterschiedlichen Plattformen**
Partnerbeteiligung:	Einzelhandel
Zielgruppe:	Bürger/innen, Einzelhandel
Verantwortlich:	Stadtmarketing
Zeitbedarf für Realisierung:	1 bis 5 Jahre
Kosten:	NN €
Kostenträger:	Einzelhandel, Sponsoren, Stadt
Erfolgskontrolle:	Umfrage

Projektbogen Altstadt mittelfristig

Oberziel:	Verkehrsberuhigungsmaßnahmen durchführen unter Berücksichtigung der notwendigen Parkraumbereitstellung
Strategie:	Verkehrsführung überdenken
Maßnahme:	**Rückbau Göttinger Straße, Talstraße, Dammstraße**
Partnerbeteiligung:	Anwohner/innen, Einzelhandel
Zielgruppe:	Einzelhandel, Bürger/innen, Anwohner/innen
Verantwortlich:	Stadt
Zeitbedarf für Realisierung:	5 bis 10 Jahre
Kosten:	NN €
Kostenträger:	Stadt
Erfolgskontrolle:	Umfrage

Oberziel:	Verkehrsberuhigungsmaßnahmen durchführen unter Berücksichtigung der notwendigen Parkraumbereitstellung
Strategie:	Verkehrsführung überdenken
Maßnahme:	**Errichtung einer Fußgängerzone und/oder Einbahnstraßen in der Altstadt**
Partnerbeteiligung:	Anwohner/innen, Einzelhandel
Zielgruppe:	Einzelhandel, Bürger/innen, Anwohner/innen
Verantwortlich:	Stadt
Zeitbedarf für Realisierung:	5 bis 10 Jahre
Kosten:	NN €
Kostenträger:	Stadt
Erfolgskontrolle:	Umfrage

Anlage 2.2

Freizeit, Tourismus, Kultur und Sport

Projektbogen Freizeit, Tourismus, Kultur, Sport kurzfristig

Oberziel:	Kommunikationsstrukturen ausbauen
Strategie:	Veranstaltungen nach außen sichtbar machen
Maßnahme:	**Terminabstimmung für einen Veranstaltungskalender**
Partnerbeteiligung:	Vereine, Verbände
Zielgruppe:	Bürger/innen, Touristen
Verantwortlich:	Stadtmarketing
Zeitbedarf für Realisierung:	bis 1 Jahr
Kosten:	NN €
Kostenträger:	Stadt, Vereine
Erfolgskontrolle:	Umfrage

Oberziel:	Kommunikationsstrukturen ausbauen
Strategie:	Veranstaltungen nach außen sichtbar machen
Maßnahme:	**Veranstaltungskalender aktualisiert und zeitnah im Herold sowie im Internet veröffentlichen**
Partnerbeteiligung:	Vereine, Verbände
Zielgruppe:	Bürger/innen, Touristen
Verantwortlich:	Stadtmarketing
Zeitbedarf für Realisierung:	bis 1 Jahr
Kosten:	NN €
Kostenträger:	Stadt, Vereine
Erfolgskontrolle:	Umfrage

Projektbogen Freizeit, Tourismus, Kultur, Sport kurzfristig

Oberziel:	bürgerschaftliches Engagement zur Erhaltung der Vereinsvielfalt fördern
Strategie:	Angebot der Vereine transparent gestalten
Maßnahme:	**Installierung eines Vereinsführers**
Partnerbeteiligung:	Vereine
Zielgruppe:	Bürger/innen
Verantwortlich:	Stadtmarketing
Zeitbedarf für Realisierung:	bis 1 Jahr
Kosten:	5.000 €
Kostenträger:	Stadt, Vereine
Erfolgskontrolle:	Umfrage

Oberziel:	Die touristische Attraktivität der Stadt erhöhen
Strategie:	markante Punkte der Stadt nach außen sichtbar machen
Maßnahme:	**Wegeleitsystem installieren**
Partnerbeteiligung:	Region Hannover
Zielgruppe:	Bürger/innen, Touristen
Verantwortlich:	Stadt in Zusammenarbeit mit Stadtmarketing
Zeitbedarf für Realisierung:	bis 1 Jahr
Kosten:	20.000 €
Kostenträger:	Stadt, Unternehmen,
Erfolgskontrolle:	Umfrage

Projektbogen Freizeit, Tourismus, Kultur, Sport kurzfristig

Oberziel:	Die touristische Entwicklung der Marienburg aktiv begleiten.
Strategie:	Marienburg als Herausstellungsmerkmal der Stadt definieren
Maßnahme:	**Wegeleitsystem zur Marienburg installieren**
Partnerbeteiligung:	Marketingverantwortlicher des Schlosses
Zielgruppe:	Touristen
Verantwortlich:	Stadt in Zusammenarbeit mit Stadtmarketing
Zeitbedarf für Realisierung:	bis 1 Jahr
Kosten:	2.600 €
Kostenträger:	Stadt, Marienburg
Erfolgskontrolle:	Umfrage

Oberziel:	Die touristische Entwicklung der Marienburg aktiv begleiten.
Strategie:	Marienburg als Herausstellungsmerkmal der Stadt definieren
Maßnahme:	**Veranstaltungshinweise zur Marienburg in der Stadt durch Plakate / Fahnen**
Partnerbeteiligung:	Marketingverantwortlicher des Schlosses
Zielgruppe:	Touristen
Verantwortlich:	Stadtmarketing, Stadt
Zeitbedarf für Realisierung:	bis 1 Jahr
Kosten:	2.000 €
Kostenträger:	Schlossverwaltung
Erfolgskontrolle:	---

Projektbogen Freizeit, Tourismus, Kultur, Sport kurz- bis mittelfristig

Oberziel:	Die touristische Entwicklung der Marienburg aktiv begleiten.
Strategie:	Marienburg als Herausstellungsmerkmal der Stadt definieren
Maßnahme:	**aktive Partnerschaft vorantreiben**
Partnerbeteiligung:	Schlosseigentümer, Schlossverwaltung
Zielgruppe:	Touristen, Stadt, Welfen,
Verantwortlich:	Stadt, Stadtmarketing
Zeitbedarf für Realisierung:	1 bis 5 Jahre
Kosten:	---
Kostenträger:	---
Erfolgskontrolle:	---

Oberziel:	Die touristische Attraktivität der Stadt erhöhen
Strategie:	die Stadt nach außen sichtbar machen
Maßnahme:	**Informationsmaterial über die Stadt erstellen**
Partnerbeteiligung:	Unternehmen, Vereine
Zielgruppe:	Touristen
Verantwortlich:	Stadtmarketing
Zeitbedarf für Realisierung:	1 bis 5 Jahre
Kosten:	NN €
Kostenträger:	Stadt, Unternehmen, Vereine
Erfolgskontrolle:	Umfrage

Projektbogen Freizeit, Tourismus, Kultur, Sport kurz- bis mittelfristig

Oberziel:	bürgerschaftliches Engagement zur Erhaltung der Vereinsvielfalt fördern
Strategie:	Kinder- und Jugendarbeit weiter fördern
Maßnahme:	**Neujahrsempfang für Kinder**
Partnerbeteiligung:	Vereine
Zielgruppe:	Kinder der Stadt
Verantwortlich:	Stadt
Zeitbedarf für Realisierung:	1 bis 5 Jahre
Kosten:	NN €
Kostenträger:	Stadt, Vereine
Erfolgskontrolle:	Umfrage

Oberziel:	Pattensen zur Stadt des Rades entwickeln
Strategie:	touristische Angebote erweitern
Maßnahme:	**Radwegenetz verbessern**
Partnerbeteiligung:	Region Hannover, Radsportverein Pattensen e.V.
Zielgruppe:	Touristen
Verantwortlich:	Stadtmarketing, Stadt
Zeitbedarf für Realisierung:	1 bis 5 Jahre
Kosten:	NN €
Kostenträger:	Stadt, Region Hannover
Erfolgskontrolle:	Umfrage

Projektbogen Freizeit, Tourismus, Kultur, Sport kurz- bis mittelfristig

Oberziel:	Pattensen zur Stadt des Rades entwickeln
Strategie:	touristische Angebote erweitern
Maßnahme:	**Veranstaltung Wochenende des Rades durchführen**
Partnerbeteiligung:	Region Hannover, Radsportverein Pattensen e.V.
Zielgruppe:	Touristen, Bürger/innen
Verantwortlich:	Stadtmarketing, Vereine
Zeitbedarf für Realisierung:	1 bis 5 Jahre
Kosten:	NN €
Kostenträger:	Stadt, Vereine
Erfolgskontrolle:	Umfrage

Oberziel:	Pattensen zur Stadt des Rades entwickeln
Strategie:	touristische Angebote erweitern
Maßnahme:	**Radwanderkarten erstellen**
Partnerbeteiligung:	Region Hannover, Radsportverein Pattensen e.V., Unternehmen
Zielgruppe:	Touristen, Bürger/innen
Verantwortlich:	Stadtmarketing
Zeitbedarf für Realisierung:	1 bis 5 Jahre
Kosten:	NN €
Kostenträger:	Unternehmen
Erfolgskontrolle:	Umfrage

Projektbogen Freizeit, Tourismus, Kultur, Sport kurz- bis mittelfristig

Oberziel:	Pattensen zur Stadt des Rades entwickeln
Strategie:	touristische Angebote erweitern
Maßnahme:	**Skaterstrecken und Skaterplatz ausweisen**
Partnerbeteiligung:	Region Hannover, Radsportverein Pattensen e.V., Unternehmen
Zielgruppe:	Touristen, Bürger/innen
Verantwortlich:	Stadt
Zeitbedarf für Realisierung:	1 bis 5 Jahre
Kosten:	NN €
Kostenträger:	Unternehmen, Stadt
Erfolgskontrolle:	Umfrage

Oberziel:	Pattensen zur Stadt des Rades entwickeln
Strategie:	touristische Angebote erweitern
Maßnahme:	**Veranstaltung „Skate by Night“ installieren**
Partnerbeteiligung:	Unternehmen
Zielgruppe:	Touristen, Bürger/innen
Verantwortlich:	Stadt
Zeitbedarf für Realisierung:	1 bis 5 Jahre
Kosten:	NN €
Kostenträger:	Unternehmen
Erfolgskontrolle:	Umfrage

Projektbogen Freizeit, Tourismus, Kultur, Sport kurz- bis mittelfristig

Oberziel:	Die touristische Attraktivität der Stadt erhöhen
Strategie:	Veranstaltungsangebot erhöhen
Maßnahme:	**“Tag der Musik“ in Pattensen veranstalten**
Partnerbeteiligung:	Musikvereine
Zielgruppe:	Bürger/innen, Touristen
Verantwortlich:	Musikvereine in Koordinierung mit dem Stadtmarketing
Zeitbedarf für Realisierung:	1 bis 5 Jahre
Kosten:	NN €
Kostenträger:	Stadt, Musikvereine
Erfolgskontrolle:	Umfrage

Oberziel:	Die touristische Attraktivität der Stadt erhöhen
Strategie:	Veranstaltungsangebot erhöhen
Maßnahme:	**„Tag der Kultur“ in Pattensen veranstalten**
Partnerbeteiligung:	Kulturvereine
Zielgruppe:	Bürger/innen, Touristen
Verantwortlich:	alle kulturellen Vereine in Koordinierung mit dem Stadtmarketing
Zeitbedarf für Realisierung:	1 bis 5 Jahre
Kosten:	NN €
Kostenträger:	Stadt, Kulturvereine
Erfolgskontrolle:	Umfrage

Anlage 2.3

Natur, Umwelt, Landschaftspflege und Stadtentwicklung

Projektbogen Natur, Umwelt, Landschaftspflege kurzfristig

Oberziel:	Die Attraktivität der schönen Umgebung den Betrachter/innen positiv bewusst machen sowie das Zusammenwachsen der Ortsteile fördern.
Strategie:	regionale Aufmerksamkeit schaffen
Maßnahme:	**Aufnahme sowie Beschilderung von Wander- und Fahrradwanderwegen nach dem Modell des grünen Ringes in Hannover**
Partnerbeteiligung:	Radsportverein Pattensen v. 1990 e.V.
Zielgruppe:	Bürger/innen, Touristen
Verantwortlich:	Projektleitung vertreten durch Herrn Mohr
Zeitbedarf für Realisierung:	bis 1 Jahr
Kosten:	2.000 €
Kostenträger:	Sponsoren
Erfolgskontrolle:	Erhebung der Frequenz

Oberziel:	Die Attraktivität der schönen Umgebung den Betrachter/innen positiv bewusst sowie die historische Vergangenheit sichtbar machen.
Strategie:	regionale Aufmerksamkeit schaffen
Maßnahme:	**Schautafeln mit Landschaftshinweisen und Hinweisschilder an historischen Gebäuden**
Partnerbeteiligung:	Handwerk, Landschaftsgestaltung, Einzelhandel, Hauseigentümer/innen, Vereine
Zielgruppe:	Bürger/innen, Touristen
Verantwortlich:	Stadtmarketing
Zeitbedarf für Realisierung:	bis 1 Jahr
Kosten:	1.000 €
Kostenträger:	Sponsoren, Vereine, Unternehmen
Erfolgskontrolle:	Umfrage

Projektbogen Natur, Umwelt, Landschaftspflege kurzfristig

Oberziel:	Die vielfältigen natürlichen Lebensräume erhalten und die Attraktivität der schönen Umgebung den Betrachter/innen positiv bewusst machen.
Strategie:	Umgebung intensiver kennen lernen und das Bewusstsein für umweltgerechtes Verhalten schärfen
Maßnahme:	**Aktionstag „Sauberes Pattensen“ als jährlich stattfindende Müllsammelaktion, evt. auch Tausch der Mitstreiter/innen zwischen den Ortschaften (Koldinger sammeln in Hüpede) und dadurch ein Zusammenwachsen fördern**
Partnerbeteiligung:	AHA, Schulen, Feuerwehr
Zielgruppe:	Bürger/innen, Touristen
Verantwortlich:	Stadt,
Zeitbedarf für Realisierung:	bis 1 Jahr
Kosten:	500 €
Kostenträger:	Sponsoren, Spenden (für Verpflegung)
Erfolgskontrolle:	Umfrage

Projektbogen Natur, Umwelt, Landschaftspflege kurz- bis mittelfristig

Oberziel:	Ansprechende Gestaltung des öffentlichen Raumes und das Zusammenwachsen der Ortsteile fördern.
Strategie:	Verbindung der Ortsteile
Maßnahme:	**Wegverbindungen, Lückenschließung von Wanderwegen**
Partnerbeteiligung:	Handwerker, Landschaftsgestalter
Zielgruppe:	Bürger/innen, Touristen
Verantwortlich:	Stadt, Realverbände
Zeitbedarf für Realisierung:	1 bis 5 Jahre
Kosten:	NN €
Kostenträger:	Realverband
Erfolgskontrolle:	Umfrage

Oberziel:	Die Attraktivität der schönen Umgebung den Betrachter/innen positiv bewusst machen.
Strategie:	regional Aufmerksamkeit schaffen, Erhaltung der geologischen Zeugnisse
Maßnahme:	**Eiszeitterrassen sichtbar machen durch Ausschilderung, Tafel mit geologischen Daten**
Partnerbeteiligung:	Realverband, Landschaftsgestalter
Zielgruppe:	Bürger/innen, Touristen
Verantwortlich:	Stadtmarketing
Zeitbedarf für Realisierung:	1 bis 5 Jahre
Kosten:	500,-- €
Kostenträger:	Stadt, Region, Sponsoren
Erfolgskontrolle:	Umfragen

Projektbogen Natur, Umwelt, Landschaftspflege kurz- bis mittelfristig

Oberziel:	Die vielfältigen natürlichen Lebensräume erhalten
Strategie:	In der angeblich ausgeräumten Landschaft die Artenvielfalt fördern.
Maßnahme:	**Arbeitseinsätze, Führungen, Infostände, Presse**
Partnerbeteiligung:	Realverbände, Hegering, NABU-Gruppe
Zielgruppe:	Bürger/innen
Verantwortlich:	NABU-Gruppe Pattensen mit dem Sprecher Klaus Jung
Zeitbedarf für Realisierung:	1 bis 5 Jahre
Kosten:	500,-- € p.a.
Kostenträger:	NABU-Gruppe Pattensen, Sponsoren
Erfolgskontrolle:	jährliche Bestandsaufnahme

Oberziel:	Die liebenswerte Landschaft gezielt für die unterschiedlichen Freizeitmöglichkeiten erschließen.
Strategie:	Naherholungsangebot für Pattenser Bürger/innen schaffen.
Maßnahme:	**Agendapark hinter dem Pflegewohnstift errichten**
Partnerbeteiligung:	Agendagruppe Soziales, Pflegewohnstift
Zielgruppe:	Bewohner/innen des Pflegewohnstiftes, Bürger/innen
Verantwortlich:	Agendagruppe Umwelt mit dem Sprecher Herr Gebhardt, Stadtverwaltung
Zeitbedarf für Realisierung:	1 bis 5 Jahre
Kosten:	90.000 €
Kostenträger:	Stadt & Sponsoren
Erfolgskontrolle:	Befragung

Anlage 2.4

Soziales

Projektbogen Soziales kurzfristig

Oberziel:	Bündelung der Aktivitäten zur Verhinderung sozialer Ausgrenzung
Maßnahme:	**Schaffung einer Tauschbörse**
Partnerbeteiligung:	Agendagruppe Soziales
Zielgruppe:	Bürger/innen
Verantwortlich:	Agendagruppe Soziales
Zeitbedarf für Realisierung:	bis 1 Jahr
Kosten:	---
Kostenträger:	---
Erfolgskontrolle:	Bericht in Agendagruppe Soziales

Oberziel:	Bündelung der Aktivitäten zur Verhinderung sozialer Ausgrenzung
Maßnahme:	**Förderung und Ausbau von Gesprächskreisen für pflegende Angehörige sowie Vernetzung von bestehenden Einrichtungen**
Partnerbeteiligung:	Agendagruppe Soziales
Zielgruppe:	Bürger/innen
Verantwortlich:	DRK
Zeitbedarf für Realisierung:	bis 1 Jahr
Kosten:	NN €
Kostenträger:	DRK
Erfolgskontrolle:	Teilnahmezahlen, Bericht in Agendagruppe

Projektbogen Soziales kurzfristig

Oberziel:	Anpassung der Angebote für Kinder und Jugendliche an den aktuellen Bedarf
Maßnahme:	**Bedarf der Kinder und Jugendlichen mittels einer Befragung untersuchen**
Partnerbeteiligung:	Kirchenkreis, Schulen, Stadt, Kindergärten, Eltern
Zielgruppe:	Kinder, Jugendliche, Familien
Verantwortlich:	Stadt
Zeitbedarf für Realisierung:	bis 1 Jahr
Kosten:	200 €
Kostenträger:	Stadt
Erfolgskontrolle:	Auswertung

Oberziel:	Anpassung der Angebote für Kinder und Jugendliche an den aktuellen Bedarf
Maßnahme:	**Information über bestehende Beratungsangebote für Kinder und Jugendliche**
Partnerbeteiligung:	Agendagruppe Soziales, Jugendamt
Zielgruppe:	Kinder, Jugendliche
Verantwortlich:	Agendagruppe Soziales
Zeitbedarf für Realisierung:	bis 1 Jahr
Kosten:	---
Kostenträger:	---
Erfolgskontrolle:	Bericht in Agendagruppe Soziales

Projektbogen Soziales kurzfristig

Oberziel:	Anpassung der Angebote für Kinder und Jugendliche an den aktuellen Bedarf
Maßnahme:	**Errichtung einer Hausaufgabenhilfe**
Partnerbeteiligung:	Bildungsträger, Jugendamt, Stadt, ARGE
Zielgruppe:	Kinder und Jugendliche, Eltern, Bürger/innen
Verantwortlich:	Stadt
Zeitbedarf für Realisierung:	bis 1 Jahr
Kosten:	NN €
Kostenträger:	Stadt, ARGE, Sponsoren
Erfolgskontrolle:	Teilnahmezahlen

Oberziel:	Schaffung von Möglichkeiten zur weitgehend eigenständigen und selbstbestimmten Lebensführung für beeinträchtigte Menschen
Maßnahme:	**Möglichkeiten von alten- und behindertengerechten Wohnformen aufzeigen**
Partnerbeteiligung:	Region Hannover, Eigentümer/innen, Krankenkassen
Zielgruppe:	Bürger/innen
Verantwortlich:	Agendagruppe Soziales
Zeitbedarf für Realisierung:	bis zu 1 Jahr
Kosten:	---
Kostenträger:	---
Erfolgskontrolle:	---

Projektbogen Soziales kurz- bis mittelfristig

Oberziel:	Verbesserung der Vereinbarkeit von Familie und Beruf
Maßnahme:	**flexible Kinderbetreuung** (auch in den Ferien)
Partnerbeteiligung:	Kindertagesstätten, Grundschulen
Zielgruppe:	Familien
Verantwortlich:	Stadt
Zeitbedarf für Realisierung:	1 bis 5 Jahre
Kosten:	200.000 € für 40 Kinder p.a.
Kostenträger:	Elternbeiträge, Stadt, Land Niedersachsen
Erfolgskontrolle:	Platzvergabe, Warteliste

Oberziel:	Verbesserung der Vereinbarkeit von Familie und Beruf
Maßnahme:	**Netzwerk zwischen Arbeitgebern und Kinderbetreuungs-angeboten schaffen**
Partnerbeteiligung:	Arbeitgeber, Kindertagesstätten, Region Hannover, Gleichstellungsbeauftragte, Arbeitnehmer/innen, Stadt
Zielgruppe:	Arbeitgeber, Familien
Verantwortlich:	Agendagruppe Soziales, Mobile e.V., Gleichstellungsbeauftragte, Stadt
Zeitbedarf für Realisierung:	1 bis 5 Jahre
Kosten:	---
Kostenträger:	---
Erfolgskontrolle:	Bericht in Agendagruppe Soziales

Projektbogen Soziales kurz- bis mittelfristig

Oberziel:	Anpassung der Angebote für Kinder und Jugendliche an den aktuellen Bedarf
Maßnahme:	**Installierung eines betreuten Mittagstisches in der KGS sowie Ausbau und Förderung des Mittagstisches bei Mobilé e.V.**
Partnerbeteiligung:	Schulen, Agendagruppe Soziales
Zielgruppe:	Schulkinder und Jugendliche
Verantwortlich:	Mobilé e.V. , Stadt, Schulen, Kirchenkreis
Zeitbedarf für Realisierung:	1 bis 5 Jahre
Kosten:	NN €
Kostenträger:	Eltern, Nachbarn in Not, Förderträger,
Erfolgskontrolle:	Bericht in Agendagruppe Soziales

Oberziel:	Anpassung der Angebote für Kinder und Jugendliche an den aktuellen Bedarf
Maßnahme:	**Ausbau der Elternbildung**
Partnerbeteiligung:	Volks-Hochschule, Mobile e.V., Kindertagestätten, Lehrer, Bildungsträger, Jugendamt
Zielgruppe:	Bürger/innen
Verantwortlich:	Mobile e.V.
Zeitbedarf für Realisierung:	1 bis 5 Jahre
Kosten:	10.000 €
Kostenträger:	Region Hannover, Elternbeiträge, Stadt
Erfolgskontrolle:	Teilnahmezahlen, Jahresbericht durch Mobile

Projektbogen Soziales kurz- bis mittelfristig

Oberziel:	Anpassung der Angebote für Kinder und Jugendliche an den aktuellen Bedarf
Maßnahme:	**Errichtung eines Abenteuerspielplatzes**
Partnerbeteiligung:	Stadt, Landschaftsgestalter/innen, Eltern, Agendagruppe Bauen + Energie, Agendagruppe Soziales, Agendagruppe Umwelt
Zielgruppe:	Kinder, Familien
Verantwortlich:	Stadt
Zeitbedarf für Realisierung:	1 bis 5 Jahre
Kosten:	NN €
Kostenträger:	Sponsoren, Stadt
Erfolgskontrolle:	Umfrage

Oberziel:	Anpassung der Angebote für Kinder und Jugendliche an den aktuellen Bedarf
Maßnahme:	**Umgestaltung des Marktplatzes zum Platz der Begegnung**
Partnerbeteiligung:	ansässiger Einzelhandel, Agendagruppe Altstadt, Agendagruppe Soziales, Agendagruppe Bauen + Energie, Stadt, Aktionskreis Einkaufsstadt Pattensen e.V.
Zielgruppe:	Bürger/innen
Verantwortlich:	Stadt
Zeitbedarf für Realisierung:	1 bis 5 Jahre
Kosten:	NN €
Kostenträger:	Sponsoren, Stadt
Erfolgskontrolle:	Umfrage

Projektbogen Soziales kurz- bis mittelfristig

Oberziel:	Schaffung innovativer, generationsübergreifender und ökologischer Wohnformen
Maßnahme:	**Straßenbeleuchtung an den Bedarf anpassen**
Partnerbeteiligung:	Energielieferanten, Stadt, Agendagruppe Bauen + Energie, Agendagruppe Umwelt, Agendagruppe Altstadt
Zielgruppe:	Bürger/innen
Verantwortlich:	Stadt
Zeitbedarf für Realisierung:	1 bis 5 Jahre
Kosten:	NN €
Kostenträger:	Stadt, Straßenlaternenpaten
Erfolgskontrolle:	Umfrage

Oberziel:	Medizinische Versorgung sichern und ausbauen
Maßnahme:	**Aufbau von Hospizarbeit in Kooperation mit dem vorhandenen Palliativ Dienst (Schmerztherapie)**
Partnerbeteiligung:	Kirchen, ambulante Pflegedienste, DRK, Pflegewohnstift, Ärzt/innen
Zielgruppe:	Bürger/innen
Verantwortlich:	Kirchenkreis, DRK, Pflegewohnstift
Zeitbedarf für Realisierung:	1 bis 5 Jahre
Kosten:	5.000 €
Kostenträger:	Kirchenkreis, Pflegewohnstift
Erfolgskontrolle:	Bericht in Agendagruppe Soziales

Projektbogen Soziales kurz- bis mittelfristig

Oberziel:	Schaffung von Möglichkeiten zur weitgehend eigenständigen und selbstbestimmten Lebensführung für beeinträchtigte Menschen
Maßnahme:	**Bei Bedarf, Unterstützung zum Ausbau der integrativen Betreuung in Kindergarten und Schule**
Partnerbeteiligung:	Eltern, Kindertagesstätten, Grundschulen, KGS, Gleichstellungsbeauftragte
Zielgruppe:	Bürger/innen, Menschen mit Beeinträchtigungen
Verantwortlich:	Elterninitiativen, Agendagruppe Soziales, Jugendamt
Zeitbedarf für Realisierung:	1 bis 5 Jahre
Kosten:	---
Kostenträger:	---
Erfolgskontrolle:	Ergebnis der Klärung des Bedarfs

Oberziel:	Schaffung von Möglichkeiten zur weitgehend eigenständigen und selbstbestimmten Lebensführung für beeinträchtigte Menschen
Maßnahme:	**Aufzeigen von Möglichkeiten über Wohnformen im Alter**
Partnerbeteiligung:	Mobile e.V., Agendagruppe Bauen + Energie, Agendagruppe Soziales, Architekten
Zielgruppe:	ältere Menschen
Verantwortlich:	Agendagruppen Bauen + Energie, Agendagruppe Soziales
Zeitbedarf für Realisierung:	1 bis 5 Jahre
Kosten:	500 €
Kostenträger:	Sponsoren
Erfolgskontrolle:	Bericht in Agendagruppen

Projektbogen Soziales mittelfristig

Oberziel:	Schaffung von Möglichkeiten zur weitgehend eigenständigen und selbstbestimmten Lebensführung für beeinträchtigte Menschen
Maßnahme:	**Errichtung einer Demenzwohngruppe**
Partnerbeteiligung:	Agendagruppe Soziales
Zielgruppe:	Betroffene, Angehörige
Verantwortlich:	Agendagruppe Soziales
Zeitbedarf für Realisierung:	5 bis 10 Jahre
Kosten:	NN €
Kostenträger:	Pflegeversicherung, Angehörige, Investoren, Förderträger
Erfolgskontrolle:	Bericht in Agendagruppe Soziales

Oberziel:	Schaffung von Möglichkeiten zur weitgehend eigenständigen und selbstbestimmten Lebensführung für beeinträchtigte Menschen
Maßnahme:	**Absenkung der Bordsteine, Verbreiterung der Fußwege**
Partnerbeteiligung:	Agendagruppe Bauen + Energie, Agendagruppe Altstadt, Region Hannover, Behindertenbeauftragte(r) der Stadt
Zielgruppe:	Bürger/innen, Touristen
Verantwortlich:	Stadt, Region Hannover
Zeitbedarf für Realisierung:	5 bis 10 Jahre
Kosten:	NN €
Kostenträger:	Stadt, Region Hannover
Erfolgskontrolle:	Umfrage

Projektbogen Soziales mittelfristig

Oberziel:	Medizinische Versorgung sichern und ausbauen
Maßnahme:	**Ansiedlung eines Psychiaters / einer Psychiaterin**
Partnerbeteiligung:	Ärztekammer, Region Hannover, Sektorarbeitsgemeinschaft Pattensen - Springe
Zielgruppe:	Bürger/innen
Verantwortlich:	Stadt
Zeitbedarf für Realisierung:	5 bis 10 Jahre
Kosten:	---
Kostenträger:	---
Erfolgskontrolle:	Umfrage

Oberziel:	Medizinische Versorgung sichern und ausbauen
Maßnahme:	**Ansiedlung eines Kinderarztes / einer Kinderärztin und eines Orthopäden / einer Orthopädin**
Partnerbeteiligung:	Ärztekammer
Zielgruppe:	Bürger/innen
Verantwortlich:	Stadt
Zeitbedarf für Realisierung:	5 bis 10 Jahre
Kosten:	---
Kostenträger:	---
Erfolgskontrolle:	Umfrage

Projektbogen Soziales mittelfristig

Oberziel:	Medizinische Versorgung sichern und ausbauen
Maßnahme:	**Errichtung eines Gesundheitszentrums im Baugebiet Pattensen Mitte Nord**
Partnerbeteiligung:	Ärztekammer, Stadt, Bauinvestoren,
Zielgruppe:	Bürger/innen
Verantwortlich:	Abgendagruppe Soziales, Agendgruppe Bauen + Energie, Stadt
Zeitbedarf für Realisierung:	5 bis 10 Jahre
Kosten:	NN €
Kostenträger:	Investoren
Erfolgskontrolle:	Bericht in Agendagruppen

Projektbogen Soziales langfristig

Oberziel:	Schaffung innovativer, generationsübergreifender und ökologischer Wohnformen
Maßnahme:	**Bürgerbus**
Partnerbeteiligung:	Üstra AG, Regio Bus
Zielgruppe:	Bürger/innen, Touristen
Verantwortlich:	Bürgerbusverein,
Zeitbedarf für Realisierung:	10 bis 15 Jahre
Kosten:	20.000 €
Kostenträger:	Förderung des Landes Niedersachsen, Sponsoren
Erfolgskontrolle:	Fahrgasterhebungen

Anlage 2.5

Verwaltung

Projektbogen Verwaltung kurzfristig

Oberziel:	Stärkung der Bürgerorientierung bei der Leistungserbringung
Strategie:	Eine zentrale Anlaufstelle für die Bürger/innen zur Vermeidung von Reibungsverlusten
Maßnahme:	**Schaffung eines tagsüber ständig begehbaren Rathauses**
Partnerbeteiligung:	--
Zielgruppe:	Bürger/innen
Verantwortlich:	Stadt
Zeitbedarf für Realisierung:	bis 1 Jahr
Kosten:	-- €
Kostenträger:	--
Erfolgskontrolle:	Umfrage

Oberziel:	Stärkung der Bürgerorientierung bei der Leistungserbringung
Strategie:	Eine zentrale Anlaufstelle für die Bürger/innen zur Vermeidung von Reibungsverlusten
Maßnahme:	**Anpassung der Öffnungszeiten des Rathauses an den Bedarf der Bürger/innen**
Partnerbeteiligung:	--
Zielgruppe:	Bürger/innen
Verantwortlich:	Stadt
Zeitbedarf für Realisierung:	bis 1 Jahr
Kosten:	-- €
Kostenträger:	--
Erfolgskontrolle:	Umfrage

Projektbogen Verwaltung kurzfristig

Oberziel:	Stärkung der Bürgerorientierung bei der Leistungserbringung
Strategie:	Bürgerorientierung dem Bedarf anpassen
Maßnahme:	**Anpassung der persönlichen Ansprechbarkeit der Mitarbeiter/innen an den Bedarf (Veränderung der Gleitzeit)**
Partnerbeteiligung:	--
Zielgruppe:	Bürger/innen
Verantwortlich:	Stadt
Zeitbedarf für Realisierung:	bis 1 Jahr
Kosten:	NN €
Kostenträger:	Stadt
Erfolgskontrolle:	Umfrage

Oberziel:	Stärkung der Bürgerorientierung bei der Leistungserbringung
Strategie:	bessere Information über das Serviceangebot
Maßnahme:	**Die Möglichkeit von Hausbesuchen für Menschen mit eingeschränkten Bewegungsmöglichkeiten transparent machen**
Partnerbeteiligung:	Ortsbürgermeister / Ortsvorsteher
Zielgruppe:	Bürger/innen mit eingeschränkten Bewegungsmöglichkeiten
Verantwortlich:	Stadt
Zeitbedarf für Realisierung:	bis 1 Jahr
Kosten:	NN €
Kostenträger:	Stadt
Erfolgskontrolle:	Umfrage

Projektbogen Verwaltung kurzfristig

Oberziel:	Stärkung der Bürgerorientierung bei der Leistungserbringung
Strategie:	Bürgerorientierung dem Bedarf anpassen
Maßnahme:	**Verlegung der Klingelrufanlage zur Außentür (Rathaus Marienstraße)** **Verlegung der Klingel zum Briefkasten (Rathaus Auf der Burg 1-2)**
Partnerbeteiligung:	Elektriker
Zielgruppe:	Bürger/innen mit eingeschränkten Bewegungsmöglichkeiten
Verantwortlich:	Stadt
Zeitbedarf für Realisierung:	bis 1 Jahr
Kosten:	500 €
Kostenträger:	Stadt
Erfolgskontrolle:	Umfrage

Oberziel:	Stärkung der Bürgerorientierung bei der Leistungserbringung
Strategie:	Bürgerorientierung dem Bedarf anpassen
Maßnahme:	**normgerechte Veränderung des Behindertenparkplatzes (Auf der Burg)**
Partnerbeteiligung:	--
Zielgruppe:	Bürger/innen mit eingeschränkten Bewegungsmöglichkeiten
Verantwortlich:	Stadt
Zeitbedarf für Realisierung:	bis 1 Jahr
Kosten:	200 €
Kostenträger:	Stadt
Erfolgskontrolle:	Umfrage

Projektbogen Verwaltung kurzfristig

Oberziel:	Stärkung der Bürgerorientierung bei der Leistungserbringung
Strategie:	Eine zentrale Anlaufstelle für die Bürger/innen zur Vermeidung von Reibungsverlusten
Maßnahme:	**Einführung eines aktiven Ideen- und Beschwerdemanagements**
Partnerbeteiligung:	--
Zielgruppe:	Bürger/innen
Verantwortlich:	Stadt
Zeitbedarf für Realisierung:	bis 1 Jahr
Kosten:	NN €
Kostenträger:	Stadt
Erfolgskontrolle:	Umfrage

Oberziel:	Wegbereiter für eine Stärkung der Lebens- und Wohnqualität in Pattensen
Strategie:	verstärkte Bürgerorientierung in den Ortsteilen zur Unterstreichung der Zugehörigkeit
Maßnahme:	**Wiedereinführung von Bürgerbüros, Verwaltung vor Ort**
Partnerbeteiligung:	Schulen (auf Grund der Vernetzung), Ortsbürgermeister / Ortsvorsteher
Zielgruppe:	Bürger/innen in den Ortsteilen
Verantwortlich:	Stadt
Zeitbedarf für Realisierung:	bis 1 Jahr
Kosten:	NN €
Kostenträger:	Stadt
Erfolgskontrolle:	Umfrage

Projektbogen Verwaltung kurz- bis mittelfristig

Oberziel:	Stärkung der Bürgerorientierung bei der Leistungserbringung
Strategie:	Eine zentrale Anlaufstelle für die Bürger/innen zur Vermeidung von Reibungsverlusten
Maßnahme:	**Zusammenlegung der Verwaltungsgebäude**
Partnerbeteiligung:	Investoren
Zielgruppe:	Bürger/innen
Verantwortlich:	Stadt
Zeitbedarf für Realisierung:	1 bis 5 Jahre
Kosten:	NN €
Kostenträger:	Stadt, Investoren (je nach Betreibermodell)
Erfolgskontrolle:	Umfrage

Oberziel:	Wegbereiter für eine Stärkung der Lebens- und Wohnqualität in Pattensen
Strategie:	Stärkung der Institutionen durch Eingliederung der Neubürger/innen
Maßnahme:	**Neubürgerbegrüßung durch Institutionen (Politik, Rat, Vereine)**
Partnerbeteiligung:	Politik, Rat, Vereine
Zielgruppe:	Neubürger/innen
Verantwortlich:	Stadt
Zeitbedarf für Realisierung:	1 bis 5 Jahre
Kosten:	NN €
Kostenträger:	Stadt
Erfolgskontrolle:	Umfrage

Projektbogen Verwaltung kurz- bis mittelfristig

Oberziel:	Wegbereiter für eine Stärkung der Lebens- und Wohnqualität in Pattensen
Strategie:	höhere schriftliche Information über die Arbeit der Verwaltung
Maßnahme:	**Versendung von Infobriefen (1mal im Quartal) an alle Haushalte zu den zukünftigen Maßnahmen innerhalb der Stadt, zu den Beweggründen für Entscheidungen der Verwaltung/Politik...**
Partnerbeteiligung:	--
Zielgruppe:	Bürger/innen
Verantwortlich:	Stadt
Zeitbedarf für Realisierung:	1 bis 5 Jahre
Kosten:	NN €
Kostenträger:	Stadt
Erfolgskontrolle:	Umfrage

Oberziel:	Wegbereiter für eine Stärkung der Lebens- und Wohnqualität in Pattensen
Strategie:	Verhinderung von abstumpfender Routine und damit einhergehende Nichtbeachtung des Servicegedankens
Maßnahme:	**Fachbereichsübergreifender Austausch der Mitarbeiter/innen (eventuell auch mit anderen Kommunen)**
Partnerbeteiligung:	Nachbarkommunen
Zielgruppe:	Bürger/innen, Verwaltung
Verantwortlich:	Stadt
Zeitbedarf für Realisierung:	1 bis 5 Jahre
Kosten:	NN €
Kostenträger:	Stadt
Erfolgskontrolle:	Umfrage

Anlage 2.6

Wirtschaft

Projektbogen Wirtschaft kurzfristig

Oberziel:	Erhöhung des Bekanntheitsgrades der Stadt
Strategie:	überregionale Aufmerksamkeit schaffen
Maßnahme:	**aktuellen Stadtflyer mit Informationen und Stadtplan erstellen**
Partnerbeteiligung:	Gastronomie, Hotelerie, Banken,
Zielgruppe:	Touristen, Besucher/innen der Stadt
Verantwortlich:	Stadtmarketing
Zeitbedarf für Realisierung:	bis 1 Jahr
Kosten:	3.500 €
Kostenträger:	Sponsoren
Erfolgskontrolle:	Umfrage

Oberziel:	Erhöhung des Bekanntheitsgrades der Stadt
Strategie:	überregionale Aufmerksamkeit schaffen
Maßnahme:	**Internetpräsentation der Stadt überarbeiten und pflegen**
Partnerbeteiligung:	ortsansässige Unternehmen, Vereine, Verbände
Zielgruppe:	Bürger/innen, Touristen, Unternehmer/innen
Verantwortlich:	Stadt, Stadtmarketing
Zeitbedarf für Realisierung:	bis 1 Jahr
Kosten:	3.000 €
Kostenträger:	Unternehmen, Stadt
Erfolgskontrolle:	Anzahl der Zugriffe auf die Homepage

Projektbogen Wirtschaft kurzfristig

Oberziel:	Ortsansässige Unternehmen stärken
Strategie:	Kontaktpflege, Information und Beratung der Unternehmer/innen
Maßnahme:	**öffentliche Ausschreibungen im Herold und im Internet**
Partnerbeteiligung:	keine
Zielgruppe:	Gewerbetreibende, Arbeitnehmer/innen
Verantwortlich:	Stadt
Zeitbedarf für Realisierung:	bis 1 Jahr
Kosten:	NN €
Kostenträger:	Stadt
Erfolgskontrolle:	Umfrage

Projektbogen Wirtschaft kurz- bis mittelfristig

Oberziel:	Erhöhung des Bekanntheitsgrades der Stadt.
Strategie:	stadtbezogene Aufmerksamkeit schaffen
Maßnahme:	**Neugestaltung Herold**
Partnerbeteiligung:	Verlag, Druckerei
Zielgruppe:	Bürger/innen, Gewerbetreibende,
Verantwortlich:	Stadt
Zeitbedarf für Realisierung:	1 bis 5 Jahre
Kosten:	5.000 €
Kostenträger:	Werbekunden, Stadt
Erfolgskontrolle:	Umfrage

Oberziel:	Erhöhung des Bekanntheitsgrades der Stadt
Strategie:	überregionale Aufmerksamkeit schaffen, Unternehmensakquise
Maßnahme:	**Präsentation der Stadt auf Messen und Ausstellungen**
Partnerbeteiligung:	ortsansässige Unternehmen, Vereine, Verbände, Tourismus Region Hannover, Region Hannover
Zielgruppe:	Touristen, Unternehmer/innen, Unternehmensgründer/innen
Verantwortlich:	Stadtmarketing
Zeitbedarf für Realisierung:	1 bis 5 Jahre
Kosten:	7.500 €
Kostenträger:	Unternehmen, Stadt
Erfolgskontrolle:	Umfrage

Projektbogen Wirtschaft kurz- bis mittelfristig

Oberziel:	Ortsansässige Unternehmen stärken
Strategie:	überregionale Aufmerksamkeit schaffen, Kundenbindung
Maßnahme:	**Wirtschaftsschau, Lehrstellenbörse, Jobbörse**
Partnerbeteiligung:	ortsansässige Unternehmen, Kammern, Innungen, Hochschulen, Berufsschulen, Arbeitsagentur
Zielgruppe:	Bürger/innen, Besucher/innen der Stadt, Unternehmen, Schulen
Verantwortlich:	Unternehmen in Zusammenarbeit mit Stadtmarketing
Zeitbedarf für Realisierung:	1 bis 5 Jahre
Kosten:	NN €
Kostenträger:	Unternehmen
Erfolgskontrolle:	Umfrage

Oberziel:	Verstärkte Förderung von erneuerbaren Energien
Strategie:	Förderung von z.B. Solarenergie, Biogasanlagen und Blockheizwerk
Maßnahme:	**Informationen über Fördermöglichkeiten, Ausweisung von ökologischen Baugebieten**
Partnerbeteiligung:	Unternehmen, Agendagruppe Bauen + Energie,
Zielgruppe:	Bürger/innen, öffentliche Einrichtungen, Unternehmen
Verantwortlich:	Stadt
Zeitbedarf für Realisierung:	1 bis 5 Jahre
Kosten:	NN €
Kostenträger:	Stadt, Region Hannover, Land Niedersachsen, Bund, EU
Erfolgskontrolle:	Umfrage

Projektbogen Wirtschaft kurz- bis mittelfristig

Oberziel:	Gestaltung des Stadtbildes
Strategie:	Verhinderung des Rückbaus von Ladenflächen und Fachwerkhäusern, Image- und Profilbildung
Maßnahme:	**Städtebauliche Planung, „öffentliche Bauvorschrift Altstadt“ überarbeiten und persönliche Ansprache der Immobilienbesitzer/innen**
Partnerbeteiligung:	Eigentümer/innen, Aktionskreis Einkaufsstadt
Zielgruppe:	Bürger/innen, Touristen
Verantwortlich:	Stadt
Zeitbedarf für Realisierung:	1 bis 5 Jahre
Kosten:	NN €
Kostenträger:	Stadt
Erfolgskontrolle:	NN

Projektbogen Wirtschaft mittelfristig

Oberziel:	Netzwerke zur Profitierung der Wirtschaft schaffen und die ortsansässigen Unternehmen stärken
Strategie:	Kontaktpflege, Information und Beratung der Unternehmer/innen
Maßnahme:	**Datenbank über Freiflächen, Angebote der Unternehmen,... erstellen und pflegen**
Partnerbeteiligung:	Unternehmen, HRG, Unternehmerbüro Region Hannover
Zielgruppe:	Gewerbetreibende, Gewerbesuchende
Verantwortlich:	Stadtmarketing, Stadt
Zeitbedarf für Realisierung:	5 bis 10 Jahre
Kosten:	NN €
Kostenträger:	Stadt, Stadtmarketing
Erfolgskontrolle:	Anzahl der Datenbankzugriffe

Projektbogen Wirtschaft langfristig

Oberziel:	Gute ÖPNV-Anbindung der Stadtteile und Neubaugebiete
Strategie:	Öffentliche Personennahverkehrsversorgung verbessern
Maßnahme:	**Stadtbahnanschluss zur Landeshauptstadt Hannover**
Partnerbeteiligung:	Üstra AG, Region Hannover, Regio Bus,
Zielgruppe:	Bürger/innen, Einzelhandel, Touristen
Verantwortlich:	Stadt
Zeitbedarf für Realisierung:	10 bis 15 Jahre
Kosten:	NN €
Kostenträger:	Partnerbeteiligte
Erfolgskontrolle:	Fahrgasterhebungen