



Standortmarketingkonzept Mayen

-Bürgerveranstaltung: Vorstellung und Diskussion-
Ergebnisprotokoll



Dr. Peter Markert,
Sebastian Vetter B.Sc.

Mayen, 22. Juli 2014

**Ergebnisse der Bürgerveranstaltung am
22.07.2014 im Sitzungssaal des Rathauses
Rosengasse in Mayen**

Vorbemerkung:

- Am 22.07.2014 fand im Rathaus in Mayen eine Bürgerveranstaltung zum Standortmarketingkonzept Mayen statt.
- Ziele und Inhalte der Veranstaltung waren:
 - Vorstellung des Strategieentwurfs
 - Diskussion der Strategie
 - Sammlung / Ergänzung und Diskussion von Schwerpunkten und Maßnahmen an vier Thementischen.

Zu den Themenfeldern **Wirtschaftsstandort, Tourismus, Innenstadt und (Gesamt-)Stadt mit Stadtteilen** werden im Folgenden die bereits im Vorfeld erarbeiteten Schwerpunkte und Maßnahmen tabellarisch dargestellt. Die Anmerkungen der Teilnehmer an den Arbeitstischen wurden in **grüner Schrift** eingefügt. Die Anmerkungen wurden aufgenommen und werden der Projektgruppe zur Evaluation vorgelegt.

Im Folgenden werden die zentralen Ergebnisse der Veranstaltung zusammengefasst.

Mayen / Aalen, Dr. Peter Markert / Sebastian Vetter, 25.07.2014

Themenfeld Wirtschaftsstandort

Die Bürger am Arbeitstisch haben die bisher erarbeiteten Schwerpunkte bestätigt. Ergänzungen und Änderungswünsche wurden in **grüner Schrift dokumentiert**. Aufbauend auf die ergänzend vorgeschlagenen Maßnahmen wurde ein weiterer Schwerpunkt formuliert.

Schwerpunkt 1: Trotz bzw. gerade wegen rückläufiger Bevölkerungsentwicklung und damit rückläufiger Kaufkraft am Standort: Investitionsanreize für Gewerbe, Investoren und Immobilieneigentümer sollen weiter verbessert werden.

Maßnahme 1: Anreizsystem: Bereitstellung geldwerter Vorteile bei Ansiedlung eines branchenmixerweiternden Betriebs in der Innenstadt. Durch einen Staffelmietvertrag soll Existenzgründern in Mayen die Anlaufzeit des Geschäfts erleichtert werden. Dazu sollen Gespräche mit den Vermietern geführt werden.

Maßnahme 2: „Wirtschaft & Stadt“: Regelmäßiges „Kamingespräch“ mit größeren Betrieben in Mayen sowie Immobilieneigentümern, um gemeinsam (a) Stadtentwicklungsprojekte zu besprechen und (b) weitere Themen der Unternehmen aufzunehmen. Zu beachten ist auch die direkte und unkomplizierte Kommunikation mit potenziellen Investoren, um deren Anliegen möglichst zeitnah bearbeiten zu können. Um sich stetig weiterzuentwickeln sollen zu diesen Gesprächen auch Vertreter (in entsprechenden Themenbereichen) erfolgreicher Städte eingeladen werden, als Gastredner zu referieren.

Maßnahme 3: „Pilotprojekt zukunftsbejahendes Bauen“: Planungswettbewerb für den Fall einer Ausweisung eines Neubaugebietes (Wohnen) in Mayen mit Nutzungsmischung (Modell im Kleinen: Tübinger Südstadt), neuen Wohnformen usw. als auch werbeträchtiges Projekt für die Akquise von Einwohnern.

Maßnahme 4: Strategisches Wirtschaftsflächenkonzept: Definition realistischer Bedarfe und Zielgruppen für Industrie, Gewerbe, Handwerk, Büroflächen. Eine nutzungsgerechte Strukturierung der Gewerbegebiete entsprechend der Analyse bleibt Daueraufgabe. Bei Bedarf ggf. Ausweisung eines Industriegebietes und Akquise entsprechender Firmen.

Maßnahme 5: Einrichtung eines regelmäßigen „Eigentübertreffens“. Hier sollen die Eigentümer von Immobilien in der Stadt mit Vertretern der Stadtverwaltung in Kontakt treten. Ziel ist es, einen „positiven Ansiedlungsdruck“ auf die Eigentümer aufzubauen, Möglichkeiten der Förderung bei Sanierungen / Umbaumaßnahmen (z.B. Anpassung der Geschosshöhe bzw. Anzahl der Geschosse der Häuser oder Flächenzusammenlegungen in der Innenstadt) darzulegen und die Vermieter für die Verantwortung gegenüber dem Standort Mayen zu sensibilisieren.

Schwerpunkt 2: Im Sinne einer Rückholung der Bildungswanderer und der Bindung vorhandener Fachkräfte am Ort: Schaffung attraktiver Angebote durch gezielte Netzwerkbildung der Mayener Unternehmen.

Maßnahme 1: „Kombi-Praktikum“: Betriebe schließen sich für betriebsübergreifende Angebote für neue Ausbildungskräfte und Fachkräfte zusammen, stellvertretend hierfür ein „Kombi-Praktikum“, bei dem nicht ein, sondern beispielsweise drei Betriebe zusammen ein systematisch organisiertes Praktikum anbieten. So kann im Rahmen eines halbjährigen Praktikums Einblicke in drei Betriebe gewonnen werden, und der Standort Mayen wird beispielsweise für Studenten interessant, die sich ansonsten eher an größeren Standorten orientieren.

Maßnahme 2: Die Ansiedlung eines großen Unternehmens als Arbeitgeber in Mayen muss Daueraufgabe der Stadtverwaltung bleiben.

Maßnahme 3: Das Duale Studium als Alternative zur Ausbildung oder zum Vollzeitstudium in Mayen bekannt machen. Mit dem Weg des Dualen Studiums haben auch kleinere, mittelständische Betriebe die Chance, gut ausgebildete Fachkräfte schon während der Ausbildungszeit am Standort Mayen zu sichern.

Schwerpunkt 3: Wirtschaftsförderung in Mayen heißt immer auch: Einwohnermarketing und Arbeitsplatzstärkung.

Maßnahme 1: „Willkommenskultur“: Junge Familien erhalten bei Zuzug zu Mayen Weiterbildungsgutscheine durch die IHK (finanziert von der Kommune) und der VHS (dito) im ersten Jahr.

Maßnahme 2: Wohnraum für Zielgruppen ausweisen, z.B.: Zur Ansiedlung junger Familien sollen Grundstücke möglichst günstig in Randlagen Mayens angeboten werden. Auch in der Innenstadt sollte nach Möglichkeit altersgerechter, „höherklassiger“ Wohnraum entstehen – beispielsweise im Sanierungsgebiet „Nordöstliche Innenstadt“, um auch die Innenstadt als Wohnstandort attraktiv zu gestalten.

Maßnahme 3: Gezielte Stärkung der Funktionen der Innenstadt (Handel // Grundversorgung, Dienstleistung, Gastronomie), damit diese auch weiterhin attraktiver Wohnstandort sein kann.

Maßnahme 4: Zu Steigerung der Attraktivität in der gesamten Stadt: Initiierung eines Wettbewerbs „Welche ist die schönste Straße in Mayen?“. Durch den Wettbewerbsgedanken sollen die Bürger motiviert werden, durch Blumenschmuck und Säuberungsaktionen das Gesamtbild der Stadt tatkräftig mit zu verbessern.

Schwerpunkt 4: Kopplung der Gewerbestandorte auf der „Grünen Wiese“ mit der Innenstadt.

Maßnahme 1: „Einfachere Verkehrsführung“: Sämtliche künftigen verkehrlichen Maßnahmen werden einem Prüfschema unterlegt, welches die „Klarheit // Einfachheit“ der neuen Verkehrsführung prüft. Die Optimierung der Verkehrsführung und die entsprechend qualitativ hochwertige Be- und Ausschilderung ist Daueraufgabe der Stadtverwaltung.

Maßnahme 2: Einführung des „MayenTalers“: Ein Bezahlungssystem, welches nur in den Betrieben der Innenstadt gültig ist. Der MayenTaler soll einerseits bestehende Kundschaft am Standort Innenstadt binden und andererseits neue Kundschaft hinzugewinnen. Denkbar sind beispielsweise folgende Vorgehensweisen:

- Verkauf von MayenTalern als Geschenkgutscheine in der Innenstadt
- Aktionen z.B. im Gewerbegebiet Koblenzer Straße: „*ab einem Einkauf von 50€ bekommen Sie 5 MayenTaler geschenkt*“
- Ausgabe von MayenTalern an Touristen, die in der Tourist-Information Übernachtungspakete buchen.

(Siehe Themenfelder Innenstadt und Tourismus)

Themenfeld Tourismus

Die Bürger am Arbeitstisch haben die bisher erarbeiteten Schwerpunkte bestätigt. Ergänzungen und Änderungswünsche wurden in grüner Schrift dokumentiert.

Schwerpunkt 1: Attraktive Kombi-/ Kopplungsangebote schaffen.

Maßnahme 1: „All-in-one-Paket“: Pauschalangebot für einen Wochenendtrip (z.B. 2 Übernachtungen in Mayen, Besuch des Lukasmarktes, Fahrt zum Nürburgring und freier Eintritt in die Mayener Museen zum Pauschalpreis). Gleichzeitig sollen bereits vorhandene Angebote besser vermarktet werden.

Maßnahme 2: Im Verbund mit anderen (Eifel-)Gemeinden: Bei einem Aufenthalt ab 2 Übernachtungen Angebote mit echtem Mehrwert anbieten. Beispiel: kostenlose Nutzung des ÖPNV im gesamten Verbundsgebiet, kostenloser Eintritt in alle Schwimmbäder / Museen / etc.

Hier wurde bereits reagiert und das Kopplungsangebot erweitert. Touristen können direkt in der Tourist-Info Bausteinpauschalen individuell buchen.

Schwerpunkt 2: Verbesserung der touristischen Infrastruktur

Maßnahme 1: Sanierung und bessere Anbindung der Bahnhofsareale. Bauliche Aufwertung der Bereiche an den Bahnhöfen und eine attraktive Anbindung an die Innenstadt schaffen.

Maßnahme 2: Aufwertung des Hotel- und Gastronomieangebotes in der Mayener Innenstadt. Dazu Preisausschreiben: das beliebteste Hotel / Gaststätte (von Touristen gewählt) gewinnt einen Preis samt sichtbarer Auszeichnung am Hotel.

Maßnahme 3: Radwege: verbesserte Beschilderung zum eigentlichen „Start“ der Radwege.

Maßnahme 4: Das Unterhaltungsangebot (z.B. Tanzveranstaltungen, Konzerte...) soll möglichst stetig weiter verbessert werden. Dazu ist auch die Einrichtung einer entsprechenden Versammlungsstätte zu prüfen.

Maßnahme 5: Überprüfung des Bedarfs weiterer Wohnmobilstellplätze in Mayen. Ggf. Ausweisung von weiteren Stellplätzen möglichst innenstadtnah.

Schwerpunkt 3: Mayen braucht ein gastfreundliches Erscheinungsbild – im gesamten Auftreten!

Maßnahme 1: Schaffung eines Parkleitsystems und Attraktivieren der innerstädtischen Parkplätze (ansprechender Belag, Beleuchtung, evtl. Bepflanzung...).

Maßnahme 2: Attraktive Willkommensgrüße an den Hauptzufahrtsstraßen mit hochwertiger Darstellung der attraktiven Innenstadt, die Lust auf einen Besuch weckt.

Maßnahme 3: Der bestehende Veranstaltungskalender soll den interessierten Personen möglichst einfach zugänglich gemacht werden. Die Veröffentlichung in wöchentlich erscheinenden, kostenlosen Printmedien ist ein Beispiel hierfür.

Maßnahme 4: Optische Aufwertung der Zufahrtsstraßen und der innerstädtischen Lagen durch beispielsweise attraktive Blumenbepflanzung, verlegen von Containern von optisch markanten Stellen an weniger einsehbare Stellen etc.

Maßnahme 5: MayenTaler einführen (siehe Themenfelder Wirtschaftsstandort und Innenstadt)

Themenfeld Innenstadt

Die Bürger am Arbeitstisch haben die bisher erarbeiteten Schwerpunkte bestätigt. Ergänzungen und Änderungswünsche wurden in grüner Schrift dokumentiert.

Schwerpunkt 1: Themen, die wir am Standort haben, müssen erlebbar werden – und zwar ganz bewusst in der Innenstadt als echte Besuchsgründe.

Maßnahme 1: „Erlebe Mayen –Teil 1“: Thema Geologie: in der Innenstadt für die Zielgruppe Kinder einen Natursteinpark mit Wasserspielmöglichkeiten installieren.

Maßnahme 2: „Erlebe Mayen –Teil 2“: Thema Bienen: Bepflanzung der Innenstadtzugänge mit entsprechenden Pflanzen, die von Bienen bestäubt werden. Gleichzeitig erstellen eines „Lehrpfades“ zum Thema Bienen entlang dieser Bepflanzungen, der durch die Innenstadt führt.

Maßnahme 3: In manchen Teilbereichen der Innenstadt soll die Nachbildung der Stadtmauer geprüft werden. Ziel ist es, die Themen der Innenstadt erlebbar zu machen.

Maßnahme 4: Mehr Aufenthaltsbereiche für Jugendliche in der Innenstadt: Um Jugendlichen mehr Aufenthaltsräume in der Innenstadt zu geben, sollen in direkter Abstimmung mit den Jugendlichen beispielsweise Sitzmöglichkeiten arrangiert werden. Die Abstimmung ist wichtiger Faktor, um die nötige Akzeptanz der geschaffenen Infrastruktur zu erreichen.

Maßnahme 5: Steigerung der Kundenfrequenz in der Innenstadt. Studenten sollen ein Konzept zur nachhaltigen Steigerung der Kundenfrequenz in der Innenstadt erarbeiten (unter Berücksichtigung verschiedener Ansätze – z.B. Aufenthaltsqualität, Events, Magnetbetriebe...). Die Wirksamkeit soll anhand mehrerer Frequenzmessungen „vorher und nachher“ überprüft und ggf. angepasst werden.

Maßnahme 6: Innenstadtparcours: um die Wanderer auch in die Innenstadt zu lotsen, soll ein Parcours durch die Innenstadt im Stile eines Wanderweges angelegt werden.

Maßnahme 7: Die Nette soll zugänglich gemacht werden und somit als Aufenthaltsbereich mit hoher Qualität dienen.

Maßnahme 8: Zur Verbesserung des Sicherheitsgefühls in der Innenstadt soll ein Sicherheitsdienst an Wochenenden abends in der Stadt unterwegs sein. Dieser kann entweder gewerblich engagiert werden oder sich aus einer Initiative aus Privatleuten zusammensetzen.

Maßnahme 9: Nicht mehr benötigte Telefonzellen sollen zu Büchertauschstellen umgenutzt werden.

Schwerpunkt 2: Kunden müssen sich im wahrsten Sinne des Wortes „einfach willkommen fühlen“.

Maßnahme 1: Neues Parkleitsystem etablieren: Gutachterlich eine Konzentration von Parkflächen und klarere Ausschilderung prüfen / erarbeiten lassen. **Dabei ist nach Möglichkeit eine Reduzierung des „Schilderwaldes“ anzustreben.**

Maßnahme 2: Zugänge zur Innenstadt wesentlich attraktivieren: Siehe Maßnahme zur Bepflanzung

Maßnahme 3: Freies W-LAN in der Innenstadt: Prüfung der Realisierbarkeit der Einrichtung eines W-Lan-Netzes in der Innenstadt.

Maßnahme 4: „Kinderbetreuung“: Professionelle Kinderbetreuung an Einkaufssamstagen // denkbar in zu ertüchtigenden Leerstand.

Maßnahme 5: Daueraufgabe: Steigerung der Servicequalität der Mayener Betriebe in der Innenstadt. Dazu werden Schulungen // Workshops veranstaltet, bei denen Tipps und Tricks zu verschiedenen Themen (z.B. einheitliche Grußformel, Türe öffnen, Namensschild für Mitarbeiter..) erläutert werden.

Maßnahme 6: „Willkommensgefühl“ in der Innenstadt steigern durch dekorative, themenbezogene Blumentröge // Bepflanzung

Maßnahme 7: „Brötchentaste“ (also kostenloses Parken in den ersten 20 Minuten) einführen bei innenstadtnahen Parkplätzen.

Maßnahme 8: Regelmäßige Kontrollen des ruhenden Verkehrs (ganztägig) und des ordnungswidrigen Verkehrs in der Innenstadt vor allem Vormittags.

Maßnahme 9: Mayener Geschichte in Jüdischer Schule ausstellen.

Schwerpunkt 3: Bewegung in den Immobilienmarkt bringen.

Maßnahme 1: Maßnahme 1: Pilotentwicklung von 1-2 strategischen Immobilien. Das bedeutet: gezielte, öffentlichkeitswirksame Entwicklung z.B. eines Leerstandes in der Innenstadt mit offensiver Kommunikation der Erfolge. Außerdem werden die unternommenen Anstrengungen zu Immobilienaufwertung im Laufe des Prozesses offensiv kommuniziert und dabei gleichzeitig öffentlich „Wünsche“ geäußert, welche weiteren Immobilien ein toller Standort für bestimmte Branchen wären. So soll ein gewisser „sozialer Druck“ auf diese Eigentümer aufgebaut werden.

Maßnahme 2: Das bestehende Anreizsystem für Gewerbe in der Innenstadt erweitern um: „90 Minuten für Ihren Erfolg“. Das bedeutet: Alle relevanten Entscheidungsträger / Akteure im Rahmen einer Geschäftsgründung in der Innenstadt stellen sich für ein „Gründungsgespräch“ zur Verfügung, bei dem alle planerischen / rechtlichen / finanziellen Fragen geklärt werden. Zudem wird das bestehende Anreizsystem noch offensiver kommuniziert.

Maßnahme 3: Ansiedlungsmanagement von innen: Gründung eines Expertenrates aus Unternehmen unterschiedlicher Branchen sowie Wirtschaftsförderung und Verwaltungsspitze // regelmäßige Treffen (2-4 mal pro Jahr) // Ziele: Austausch von Informationen zu (drohenden) Leerständen und expansiven Unternehmen in der Region, die angesprochen werden könnten.

Maßnahme 4: Daueraufgabe wird sein, bestehende Angebote auch weiterhin (noch) transparenter zu vermarkten. Ziel ist, dass die angebotenen Leistungen häufiger angenommen werden.

Maßnahme 5: Möglichen Standort für Flächenzusammenlegungen suchen. Ziel ist die Schaffung einer großen zusammenhängenden innerstädtischen Handelsfläche. (Siehe Themenfeld Wirtschaftsstandort)

Schwerpunkt 4: Die Innenstadt muss gemeinsam nach außen auftreten.

Maßnahme 1: „Enger zusammenrücken“: Vierteljährlicher Unternehmensbesuch untereinander mit Vorstellung von Besonderheiten des Unternehmens und kurzem Impulsvortrag (von IHK usw.) // Effekt: „emotionales Zusammenrücken“ der Betriebe, letztlich erfolgt automatisch dem Kunden gegenüber dann ein „Empfehlungsmarketing“.

Maßnahme 2: Plakatierung Leerstände: Einheitliche Plakatierung der Leerstände (emotionales und schaufensterfüllendes (!) Plakat) mit Hinweis auf das bestehende Anreizsystem zur Ansiedlungsunterstützung.

Maßnahme 3: Gestaltungssatzung: Zukunftsinitiative (siehe hinten) arbeitet eine Gestaltungssatzung aus // verbunden mit Belohnungssystem bei Einhaltung (Erlass Sondernutzungsgebühr usw.).

Maßnahme 4: Erstellen eines Einkaufs- und Erlebnisführers – bzw. bestehende Projekte bündeln

Maßnahme 5: Gemeinsamer Online-Auftritt der innerstädtischen Betriebe. Dazu besteht ein Angebot des „Wochenspiegel“. Dies sollte geprüft werden.

Maßnahme 6: Erstellen eines Gutscheinsystems („City-Gutschein“), das betriebsübergreifend in der Innenstadt gültig ist (Siehe Themenfeld Wirtschaftsstandort)

Maßnahme 7: Mit ansprechenden Plakaten (mit Innenstadtmotiven) an Ein- und Ausfallstraßen für die Innenstadt werben

Themenfeld (Gesamt-) Stadt mit Stadtteilen

Die Bürger am Arbeitstisch haben die bisher erarbeiteten Schwerpunkte bestätigt. Ergänzungen und Änderungswünsche wurden in **grüner Schrift dokumentiert**.

Schwerpunkt 1: Die Zielgruppen, die am Standort sind, binden und damit aktiv dort abholen, wo sie sind.

Maßnahme 1: „Wiedersehen in Mayen“: Zielgruppe ehemalige Bewohner Mayens / ehemalige Soldaten / ehemalige Studenten Verwaltungsfachhochschule und Dachdeckerfachschule usw. -> jährlicher Empfang mit emotionalen Highlights (national bekannte Comedy usw.) in besonderer Location und besonderen Übernachtungs- und Erlebnispaketen.

Maßnahme 2: „Willkommens-Handshake“: Persönliche Begrüßung neuer Studenten durch die Verwaltungsspitze // Willkommenspaket überreichen (Gutscheine usw.).

Folgende Ideen wurden // sind dabei unter anderem denkbar:

- Für neue Studenten der Fachhochschule von der öffentlichen Verwaltung als Willkommensgeschenk: Karte für Schwimmbad kostenfrei, 30 % Ermäßigung für Museum,
- Für Neubürger: „Info-Paket“ überreichen, Stadtführung für Neubürger, auch in den Stadtteilen (eventuell durchführbar durch den Verkehrsverein)
- Museum oder Geschäfte sollten erkennen wer das erste Mal da ist: zu diesem Zweck auch Einzelhandel und Gastronomie in Willkommenspaket einbeziehen
- Nach Möglichkeit sollten bei Erstkontakt Daten (z.B. E-Mail-Adresse) gesammelt werden. Darauf aufbauend dann Abfrage des Stimmungsbildes nach ca. 3-6 Monaten

Maßnahme 3: „Kopplung Einkaufskunden“: Bon-Rabatt-System zwischen Einkaufsstandorten außerhalb der Innenstadt (Koblenzer Straße) und Innenstadt etablieren. Aufgrund der heterogenen Mitgliederstruktur könnte z.B. die MY-Gemeinschaft diese Maßnahme federführend umsetzen.

(Siehe Themenfelder Wirtschaftsstandort und Innenstadt)

Maßnahme 4: (z.B. in Kombination mit Maßnahme „Wiedersehen in Mayen“) Aufbau eines Adresspools „Mayener in der Fremde“: Die Zukunftsinitiative baut beispielsweise via Gewinnspiele, Facebook-Abfragen usw. einen Adresspool von Mayener Einwohner, die weggezogen sind, von ehemaligen Studenten in Mayen usw. auf, um diese dann via diverser Maßnahmen (siehe beispielsweise „Wiedersehen in Mayen“) persönlich ansprechen zu können.

Schwerpunkt 2: Das Angebot und die Besonderheiten in Mayen transparent machen – auf emotionale Art und Weise.

Maßnahme 1: „Einkauf- und Erlebnisführer Mayen“: Hochwertige Broschüre, Auflage jährlich // viele Bilder, kurze Texte // inklusive Gutscheine für Einzelhandel-, Gastronomie- und Dienstleistungsbetriebe

Maßnahme 2: „Sieh mal an – Mayen bietet richtig was“ „Schilderschwarm“ (oder ein großes, „blickfangendes“ Schild) entlang der Zugangsstraßen zur Innenstadt // hochwertige Schilder in kurzer Abfolge, auf denen – möglichst mit Bildern – Besonderheiten und besondere Angebote benannt werden

Maßnahme 3: Feste Rubrik Stadtentwicklung und Stadtmarketing: Regelmäßige Pressemitteilungen zu Erfolgen in den genannten Bereichen und zu weiteren Planungen

Maßnahme 4: Eine Karte für jeden Stadtteil erstellen. Diese Soll wie beim „Vorbild Kernstadt“ durch Werbung finanziert sein.

Schwerpunkt 3: Die Verbundenheit der Kernstadt mit den Stadtteilen wird gefördert und die Besonderheiten der Stadtteile werden offensiv vermarktet.

Maßnahme 1: „Wir sind Mayen – das Filmprojekt“: verschiedene Gruppen drehen einen Film zu Mayen, dieser wird dann öffentlich vorgestellt und wird danach abrufbar im Internet sein.

- Z.B. Schüler drehen Filme zu unterschiedlichen Themen in Mayen und den Stadtteilen („*mein coolster Platz*“ / *der Gastro-Geheimtipp* / usw.)
- Oder Bundeswehrsoldaten drehen Film zu Mayen (Equipment ist dort bereits vorhanden, Ansprechpartner könnte hier Herr Jörg Fischer, Kaserne Kürrenberg, sein).

Maßnahme 2: Die Anbindung der Stadtteile wie die Infrastruktur der Stadtteile wird stetig hinsichtlich realistischer Verbesserungsmöglichkeiten evaluiert. Dazu soll die Stadtverwaltung in direktem Kontakt mit einem Vertreter jeden Teilortes stehen. Auch die (neuen) Baugebiete in den Stadtteilen werden dabei berücksichtigt.

Maßnahme 3: (In Ergänzung zu Maßnahme 2): Befragung in den Stadtteilen durchführen, um den tatsächlichen Bedarf in Sachen ÖPNV zu ermitteln.

Rechtliche Hinweise

Die vorliegenden Unterlagen sind Teil einer mündlichen Präsentation und nur im Gesamtzusammenhang vollständig.

Die vorliegenden Unterlagen fallen unter die §§ 2 Abs. 2, 31 Abs. 2 UrhG und das europäische Recht. Die Vervielfältigung, Weitergabe oder Veröffentlichung als Platzhalter oder zu Layoutzwecken verwendeter Fotos oder Abbildungen, für die keine Rechte vorliegen, können Ansprüche der Rechteinhaber auslösen. Die Weitergabe, Vervielfältigung, Speicherung oder Nutzung sowohl im Ganzen als auch in Teilen bedeutet die Übernahme des vollen Haftungsrisikos gegenüber den Rechteinhabern, die Freistellung der imakomm AKADEMIE GmbH von allen Ansprüchen Dritter und das Tragen der Kosten einer eventuellen Abwehr von solchen Ansprüchen durch die imakomm AKADEMIE GmbH.

Es ist nicht gestattet, die vorliegenden Unterlagen im Ganzen oder in Teilen in Dokumentationen oder Protokollen widerzugeben. Am geistigen Eigentum der imakomm AKADEMIE GmbH und ihrer Mitarbeiter werden durch Veranstalter keinerlei Rechte erworben.

Medienhinweis:

Aus den vorliegenden Unterlagen darf nicht zitiert werden. Bitte wenden Sie sich für eine Freigabe von Zitaten an die imakomm AKADEMIE GmbH, Telefon 0 73 61 / 5 28 29 0, info@imakomm-akademie.de