STANDORTMANAGEMENT GEESTEMÜNDE

2011 – 2014

Sachbericht Förderperiode

Europäische Union
„Investition in Ihre Zukunft"
Europäischer Fonds
für regionale Entwicklung

Investition in Bremens Zukunft

STÄDTEBAU-
FÖRDERUNG
von Bund, Ländern und Gemeinden

STANDORT MANAGEMENT
GEESTEMÜNDE

Bremerhaven
Meer erleben.

INHALTSVERZEICHNIS

Inhalt

Aufgabenbereich _____ 1

Übersicht 2011 _____ 2

Kurzdarstellung 2011 _____ 7

Übersicht 2012 _____ 8

Kurzdarstellung 2012 _____ 9 - 16

Übersicht 2013 _____ 17

Kurzdarstellung 2013 _____ 18 - 25

Übersicht 2014 _____ 26

Kurzdarstellung 2014 _____ 27 - 34

Derzeitige Tätigkeiten _____ 35 - 37

Maßnahmen für die Zukunft, um den Stadtteil zu verbessern _____ 38 - 41

Kontaktdaten _____ 42

Diese Aufgaben wurden dem Standortmanager gestellt

AUFBAU DES STANDORTBÜROS

Aufbau des Standortbüros als zentrale Anlaufstelle. Ein Büro in der Georgstraße 30, mit geregelten Öffnungszeiten, einer kommunikativen Anlaufstelle durch Telefon, Fax, E-Mail, kann der Bürger nutzen, um seine Ideen, Informationen und ggf. Beschwerden vorzubringen.

NETZWERKBILDUNG

Stärkung und Entwicklung des Netzwerkes, welches im Stadtteil vorhanden ist. Dazu gehören Stadtteilkonferenz, Bürgerverein, Werbegemeinschaft, Kirchen, Schulen, Kitas, Polizei, Sportvereine und ggf. Firmen.

AUSSENMARKETING

Verbesserung des gemeinschaftlichen Außenmarketings der Kaufmannschaft und der Immobilieneigentümer. Grundsätzlich Werbung für den Stadtteil in der Stadt und darüber hinaus.

BRANCHENMIX

Entwicklung des Branchenmix, sowie gezielte Neuansiedlung, sofern die Immobilienbesitzer die gewünschten Räumlichkeiten zur Verfügung stellen können.

LEERSTANDSMANAGEMENT

Erstellung eines Katasters um Interessierten einen Überblick zu verschaffen, welche gewerblichen Einheiten im Stadtteil vorhanden sind um nicht von Maklern abhängig zu sein, die subjektiv „ihre“ Objekte positiver darstellen zu lassen.

GEBÄUDEFASSADEN

Maßnahmen zur Verbesserung der Gebäude/Geschäftsfassaden. Der triste Eindruck, insbesondere der Georgstraße, soll aufgewertet werden. Dabei darf nicht der finanzielle Background der Immobilienbesitzer vergessen werden, die keine staatliche Hilfe erfahren können.

ANGEBOTE KULTUR UND FREIZEIT

Entwicklung freizeitbezogener und kultureller Angebote. Da der Stadtteil derzeit keine kulturellen Angebote vorweisen kann, wäre alleine hier Abhilfe zu schaffen um dem Bürger neue Verweilmöglichkeiten zu geben.

Übersicht 2011

1. Aufbau des Büros
2. Einladung des Netzwerkes und Darstellung der Tätigkeiten
3. Informationsaustausch mit Bürgern
4. Hinweise für Bürger in elektronischer Form
5. Aufbau einer Homepage
6. Die ersten Veranstaltungen für Bürger
7. Aufbau kultureller Angebote
8. Tagungen/Seminare

Kurzdarstellung 2011

1. AUFBAU DES BÜROS

Öffnungszeiten Standortmanagement:
Dienstag: 8.30 – 12.30 Uhr
Donnerstag: 15.00 -17.30 Uhr
oder nach Vereinbarung:
Tel.: 0471 / 95845710
Mail: info@standort-geestemuende.de

2. EINLADUNG DES NETZWERKES

Auftaktveranstaltung:

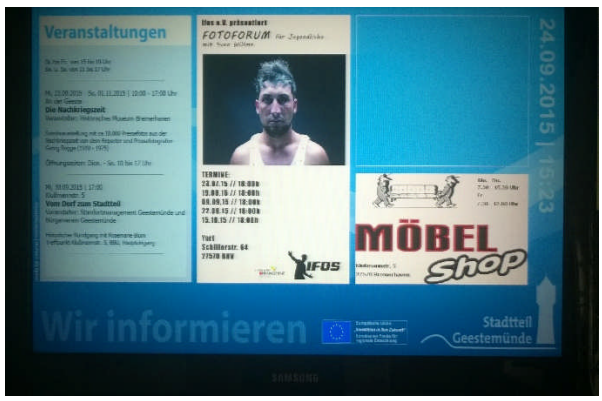
Sehr geehrte ,
wie Sie aus den Medien erfahren haben wurde für die nächsten vier Jahre ein Standortmanagement, für den Stadtteil Geestemünde, installiert. Wir möchten Sie einladen den Stadtteilmanager Herrn Ventzke kennen zu lernen und mit ihm über den Stadtteil Geestemünde zu diskutieren.
Termin: am 21.2.2011 um 18.30 Uhr
Ort: BBU, Klußmann Str. 5, 27570 Bremerhaven
Im Anschluss an der Diskussion steht Ihnen ein Imbiss zur Verfügung.
Über eine Teilnahme würden wir uns sehr freuen. Bitte senden Sie uns Ihre Antwort auf beigefügtem Antwortschreiben.

3. INFORMATIONSAUSTAUSCH MIT BÜRGERN

Teilnahme an Stadtteilkonferenzen und Bürgervereinversammlungen, sowie weitere öffentlicher Veranstaltungen, wie z.B. Blütenfest, selbst organisierte Veranstaltungen „Geestemünde geht zum Wasser“, als Anreiz mit den Bürgern in Kontakt zu kommen.

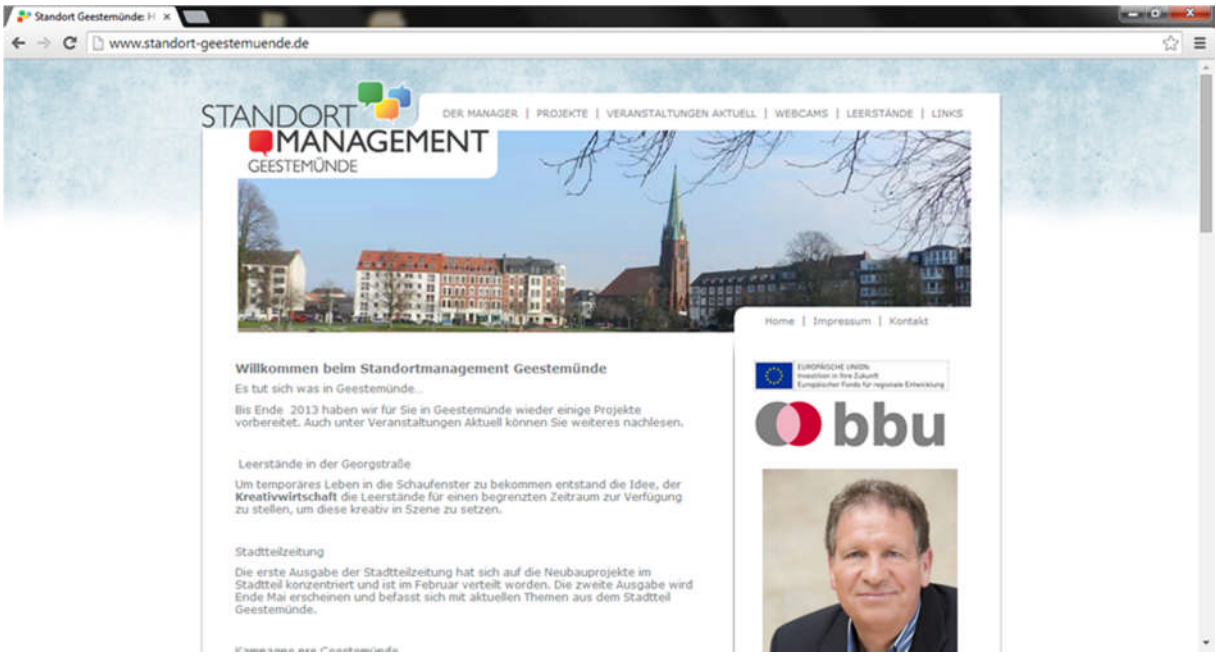
4. HINWEISE FÜR BÜRGER

Elektronische Hinweistafeln sind an sieben verschiedenen Standorten im Stadtteil aufgestellt. Von zentraler Stelle wird ein Veranstaltungskalender eingestellt. Die Bürger können sich auf diesem Weg über die wichtigsten Veranstaltungen informiert.



5. AUFBAU EINER HOMEPAGE

Eine der ersten Tätigkeiten war die Installation einer Homepage, die permanenten Neuerungen unterliegt.



6. ERSTE VERANSTALTUNGEN

Mit einem Oldtimermarkt und einem Konzertabend wurden die ersten Veranstaltungen für Bürger im Stadtteil generiert.

Oldtimermarkt- und Fest an zwei Tagen 13./14.08.2011 und

03.09.2011

einem Swing-Konzert der Big Band Bremerhaven. Ein Stimmungsvoller Abend für viele Bürger des Stadtteils.

7. AUFBAU KULTURELLER VERANSTALTUNGEN

Die ersten Kunstausstellungen, die es im Stadtteil gab wurden in einer leerstehenden Gewerbeeinheit durchgeführt. Dazu wurde eine Künstlergruppe gefunden, die abwechselnde Ausstellungen organisierten. Darüber hinaus entwickeln sie selber Plakate, Einladungen und Flyer, die durch das Standortmanagement unterstütz wurden. Der Arbeitstitel wurde als **KunstRaum** im Stadtteil bekannt.

Ein Flyer, der den Überblick über eine ganze Periode von Ausstellungen zeigt. Somit konnten die Interessenten sich über alle Künstler informieren.

Einige Ausstellungen als Beispiel. Die Plakate hatten immer denselben graphischen Aufbau

8. TAGUNGEN/SEMINARE

Hannover – „Belebung der Innenstädte; Quartierserneuerung durch private Initiativen – Qin“

Hannover – IHK-Forum Stadtmarketing

Stuttgart – Managing District Centres in Northwest Europe – mandie

Nürnberg – „Erfolgreiche Wochenmärkte“

Übersicht 2012

1. Marketing
    - Dein Gesicht für Geestemünde
2. Geestemünde geht zum Wasser
3. Wochenmarkt
4. Galerie auf Zeit
5. Informationen von Bürgern
6. Lehrgang zum „zertifizierten City- und Standortmanager“
7. Tagungen/Seminare

Kurzdarstellung 2012

1. MARKETING

- Dein Gesicht für Geestemünde

ANZEIGE

Wir suchen Frauen, Männer und Kinder zwischen 5 und 75, die gerne in Geestemünde leben und das allen zeigen wollen. Denn der Stadtteil hat viel zu bieten und das wollen wir mit Eurer Hilfe zeigen. Denn nur ein echter Geestemünder kann Botschafter für Geestemünde sein. Aus allen Einsendungen wählen wir 30 bis 40 Personen aus, die an einem professionellen Fotoshooting für die Stadtteilkampagne teilnehmen werden. Schickt uns ein aktuelles Bild mit Eurem Namen, dem Alter und der Anschrift. Das Standortmanagement freut sich auf Eure Bewerbungen. Weiteres auf Infos auf www.standort-geestemuende.de, beim Standortmanagement Geestemünde oder auch Facebook.

Imagekampagne mit fertigen Motiven. Diese sind im Stadtteil als Banner, Großplakate oder in Anzeigen platziert. Die Großplakate waren in der ganzen Stadt aufgestellt.

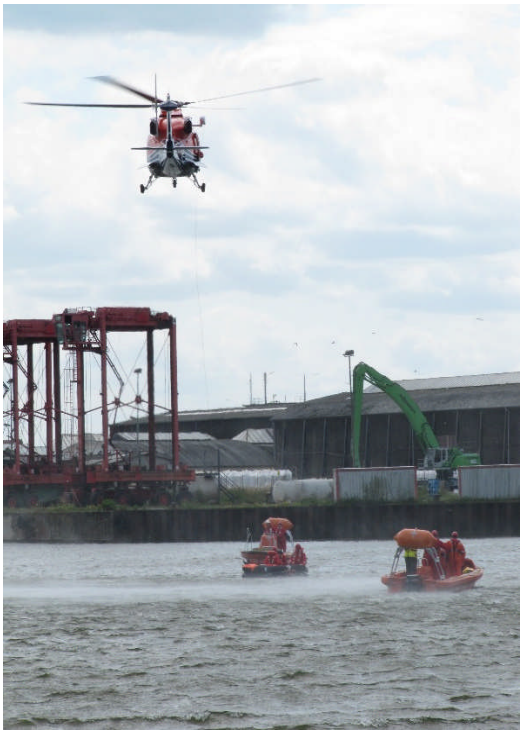
2. GEESTEMÜNDE GEHT ZUM WASSER

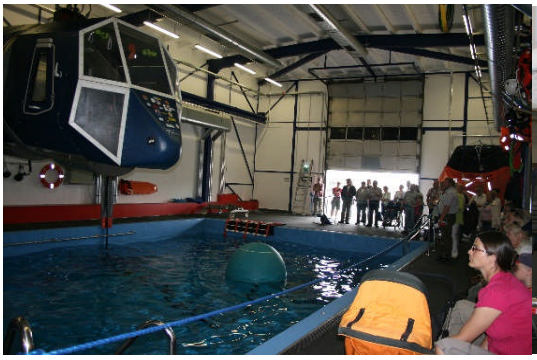
Das Stadtplanungsamt, Gartenbauamt und Umweltschutzamt bat in 2012 um die Unterstützung möglichst viele Bürger bzgl. einer Meinungsbildung für den Umbau der Achse Holzhafen – Yachthafen – Doppelschleuse und zu befragen. Aus diesem Grund wurde der Arbeitstitel „Geestemünde geht zum Wasser“ geboren und durch eine öffentliche Veranstaltung begleitet.

In Zusammenarbeit mit der Wirtschaftsförderung gab es ein großes Programm. Es lockte über 8000 Menschen, die sich mit den Maßnahmen auseinandersetzten.

Informationen für Bürger

Vorführungen von verschiedenen Institutionen





3. WOCHENMÄRKTE

Geestemünder Bürger und Händler des Wochenmarktes kamen auf das Standortmanagement Geestemünde zu und beklagen sich über den Zustand des Wochenmarktes und über sinkende Umsatzzahlen.

Aus diesem Grund nahm sich das Standortmangement dieser Aufgabe an. Der Wochenmarkt Geestemünde ist nicht nur der größte Wochenmarkt in Bremerhaven, darüberhinaus hat sich der Markt 2008 um den schönsten Wochenmarkt Europas beworben.

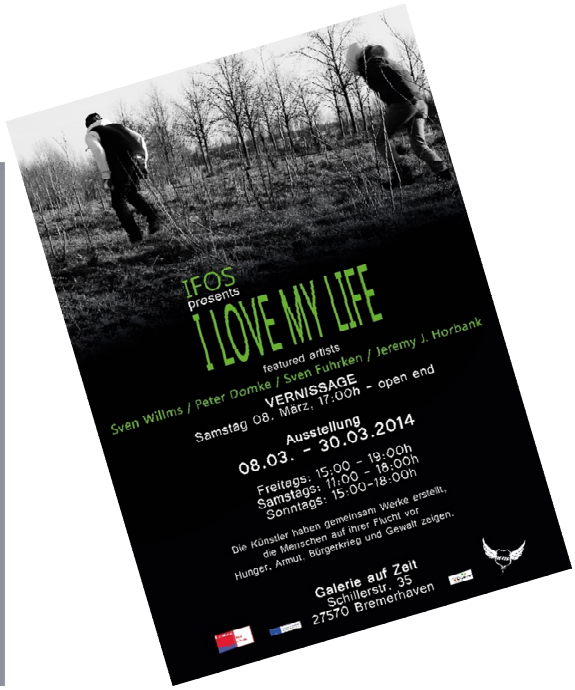
Das Standortmanagement hat sich ein großes Know How durch den Besuch von einigen Tagungen zu dem Thema Wochenmarkt erarbeitet. Hieraus ergaben sich viele Kontakte, die dazu genutzt wurden eine eingehende Analyse zu den Wochenmärkten in Bremerhaven aufzugeben.

Diese beinhaltet eine Stärken – Schwächenangabe und führte dazu, dass der Vertrag zur Durchführung des Wochenmarktes neu ausgeschrieben wurde. Der alte und neue Vertragspartner – der Großmarkt Bremen – hatte ein Konzept zur Verbesserung des Marktes vorgelegt.

4. GALERIE AUF ZEIT

Durch den Ablauf des Mietvertrages für den „KunstRaum“ mussten neue Räumlichkeiten gefunden werden. Erfreulicherweise fand in 2012 das Standortmanagement hellere und größere Räumlichkeiten. Viele Künstler, Schulen und Vereine konnten die Galerie zu Ausstellungszwecken nutzen.

Hier einige ausgewählte Plakate:



5. INFORMATIONEN VON BÜRGERN

Anstoß zur Fortführung von Straßenbelagserneuerung.

Vermüllte Grundstücke

6. LEHRGANG ZUM ZERTIFIZIERTEN CITYMANAGER

IHK

Zertifikat

Thomas Ventzke

geb. am 02.01.1961

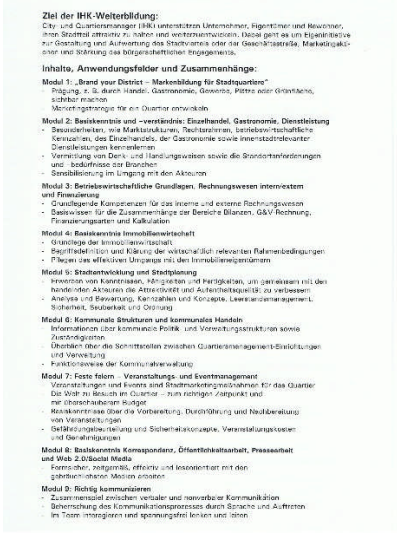
hat vom 29.06.2012 bis zum 05.09.2012 am IHK-Zertifikatslehrgang

Citymanager/-in / Quartiersmanager/-in (IHK)

teilgenommen und den lehrgangsinternen abschließenden Test bestanden.

Lehrgangsdauer: 71 Unterrichtsstunden

Hannover, 05.09.2012



Ziel der IHK-Weiterbildung:

City- und Quartiersmanager (IHK) unterstützen Unternehmer, Eigentümer und Bewohner, ihren Stadtteil attraktiv zu nahen und weiterzuentwickeln. Dabei geht es um Eigeninitiative zur Gestaltung und Aufwertung des Stadtviertels oder der Geschäftsstraße, Marketingaktivitäten und Stärkung des bürgerschaftlichen Engagements.

Inhalte, Anwendungsfelder und Zusammenhänge:

Modul 1: „Brand your District – Markenbildung für Stadtquartiere"
- Prägung, z. B. durch Handel, Gastronomie, Gewerbe, Plätze oder Grünfläche, sichtbar machen
- Markenstrategie für ein Quartier entwickeln

Modul 2: Basiskenntnis und –verständnis: Einzelhandel, Gastronomie, Dienstleistung
- Besonderheiten, wie Marktstrukturen, Rechtsformen, betriebswirtschaftliche Kennzahlen, des Einzelhandels, der Gastronomie sowie immobilienrelevanter Dienstleistungen kennenlernen
- Vermittlung von Denk- und Handlungsweisen sowie die Standortanforderungen und -bedürfnisse der Branchen
- Sensibilisierung im Umgang mit den Akteuren

Modul 3: Betriebswirtschaftliche Grundlagen, Rechnungswesen intern/extern und Finanzierung
- Grundlegende Kompetenzen für das interne und externe Rechnungswesen
- Basiswissen für die Zusammenhänge der Bereiche Bilanzen, G&V-Rechnung, Finanzierungsarten und Kalkulation

Modul 4: Basiskenntnis Immobilienwirtschaft
- Grundlage der Immobilienwirtschaft
- Begriffsdefinition und Klärung der wirtschaftlich relevanten Rahmenbedingungen
- Pflegen des effektiven Umgangs mit den Immobilieneigentümern

Modul 5: Stadtentwicklung und Stadtplanung
- Inventar von Kenntnissen, Fähigkeiten und Fertigkeiten, um gemeinsam mit den handelnden Akteuren die Attraktivität und Aufenthaltsqualität zu verbessern
- Analyse und Bewertung, Kennzahlen und Konzepte, Leerstandsmanagement, Sicherheit, Sauberkeit und Ordnung

Modul 6: Kommunale Strukturen und kommunales Handeln
- Informationen über kommunale Politik- und Verwaltungsstrukturen sowie Ansprechpartner
- Überblick über die Schnittstellen zwischen Quartiersmanagement-Einrichtungen und Verwaltung
- Funktionsweise der Kommunalverwaltung

Modul 7: Feste feiern – Veranstaltungs- und Eventmanagement
- Veranstaltungen und Events sind Stadtmarketingmaßnahmen für das Quartier. Die Wahl zu Besuch im Quartier – zum richtigen Zeitpunkt und mit überschaubarem Budget
- Kenntnisse über die Vorbereitung, Durchführung und Nachbereitung von Veranstaltungen
- Gefährdungsbeurteilung und Sicherheitskonzepte, Veranstaltungskosten und Genehmigungen

Modul 8: Basiskenntnis Korrespondenz, Öffentlichkeitsarbeit, Pressearbeit und Web 2.0/Social Media
- Formsicher, zeitgemäß, effektiv und lesorientiert mit den gebräuchlichsten Medien erstellen

Modul 9: Richtig kommunizieren
- Zusammenspiel zwischen verbaler und nonverbaler Kommunikation
- Beherrschung des Kommunikationsprozesses durch Sprache und Auftreten
- Im Team integrieren und spannungsfrei leiten und führen

Der Standortmanager hat an dem ersten „Lehrgang zum zertifizierten City- und Quartiersmanager" erfolgreich teilgenommen. Diese Schulungsmaßnahme wurde von der IHK Hannover durchgeführt.

7. TAGUNGEN/SEMINARE

Braunschweig – „Kooperation im Quartier mit privaten Eigentümern zur Wertsicherung innerstädtischer Immobilien“

Hannover – „(Re-) Aktivierung von Stadt- und Ortsteilzentren in Niedersachsen“

Wesseling – Kommunale Wohnungspolitik

Hannover – IHK-Forum Stadtmarketing

Übersicht 2013

1. Stadtteilführer
2. 100 Jahre Stadtrecht
3. BID Schillerstraße
4. Kinder und Jugendliche
5. Tagungen/Seminare

Kurzdarstellung 2013

1. STADTTEILFÜHRER

Schon in Gesprächen am Start des Projektes Standortmanagement stellte sich heraus, dass es keine Übersicht von Gewerbetreibenden, Institutionen und Vereinen im Stadtteil gab. Generell gibt es in der Stadt kein vergleichbares Verzeichnis. Aufgrund von mehrfachen Nachfragen bzgl. eines Verzeichnisses wurde die Initiative gegründet und der „Stadtteilführer“ ins Leben gerufen.

Der Stadtteilführer kann auch als Download-Version von der Homepage des Standortmanagements heruntergeladen werden.

2. 1oo JAHRE STADTRECHT

Der Bürgerverein Geestemünde hatte im Jahre 1913 die Stadtoberen gedrängt dem Flecken Geestendorf das Stadtrecht zu verleihen. 100 Jahre später haben die Geestemünder dieses Fest gefeiert. An verschieden Plätzen konnten Bürger und Gäste dazu beitragen oder nur dem Fest beiwohnen:

Kinder wurden in historischen Gewändern fotografiert.

Historische Tänze vor dem Wasserturm. Hier kochte Herr Langerbeck (ehemaliger Betreiber des Wasserturms) aus dem Kochbuch:

Kochbuch
Alwine Heins
1907
Geestemünde
Kochbuch Alwine Heins 1907
(Kochbuch in dieser Schrift geschrieben)
Das Kochbuch bestand aus zwei Heften.

3. BID SCHILLERSTRASSE (Business Improvement District)

Business Improvement Districts (BIDs) (auch Innovationsbereich, Immobilien- und Standortgemeinschaften (ISG), Innerstädtische Geschäftsquartiere (INGE), Partnerschaften zur Attraktivierung von City-, Dienstleistungs- und Tourismusbereichen (PACT)) sind räumlich klar umrissene Bereiche, in denen die Grundeigentümer und Gewerbetreibenden zum eigenen Vorteil versuchen, die Standortqualität durch Maßnahmen zu verbessern, die aus dem Aufkommen einer selbst auferlegten und zeitlich befristet erhobenen Abgabe finanziert werden. Die rechtliche Grundlage für BIDs schaffen die BID-Gesetze der Länder.

Ziel der BIDs ist die Werterhaltung der Immobilien. Hierzu wird der sie umgebende öffentliche Raum aufgewertet, und es werden ergänzende Marketing- und Serviceleistungen erbracht.

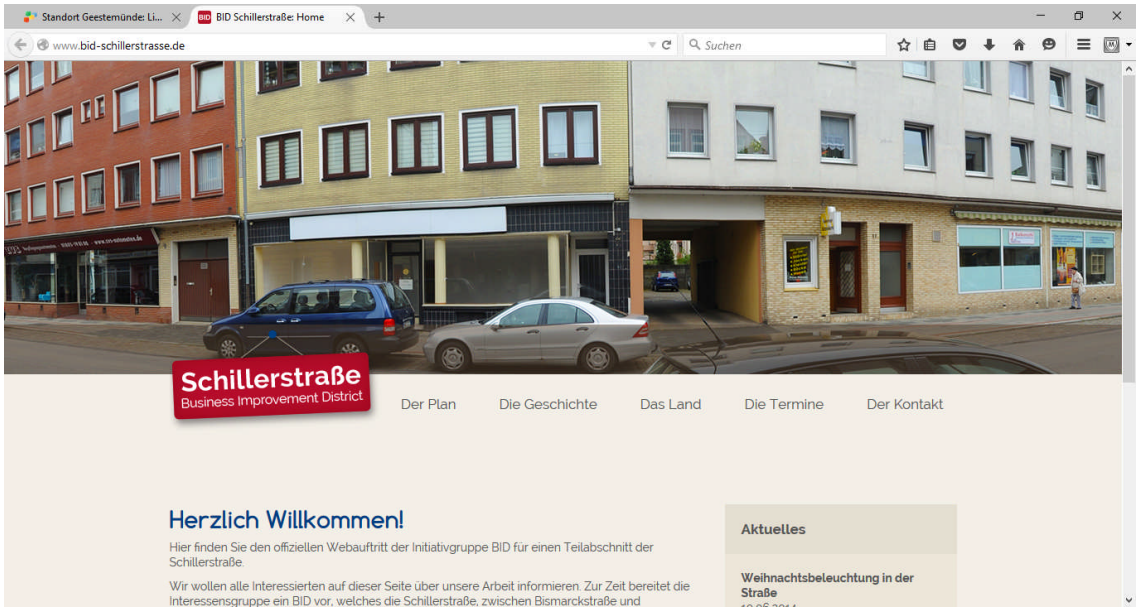
Zentrales Prinzip von BIDs ist das eigenverantwortliche Handeln der Akteure vor Ort. Von ihnen geht zumeist die Initiative zur Gründung von BIDs aus. Sie organisieren einen nicht selten mehrere Jahre dauernden Entscheidungsprozess, in dem sie sich auf ein Maßnahmen- und Finanzierungskonzept und auf einen Aufgabenträger verständigen, der das Konzept während einer mehrjährigen BID-Laufzeit umsetzt.

Dabei geht es um Maßnahmen, die über die von Kommunen erbrachten Leistungen hinausgehen.
Die Finanzierung übernehmen die Grundeigentümer des BID-Quartiers (in Sachsen und Schleswig-Holstein teilweise auch die Gewerbetreibenden). In wenigen Fällen leistet die Kommune eine Kofinanzierung.

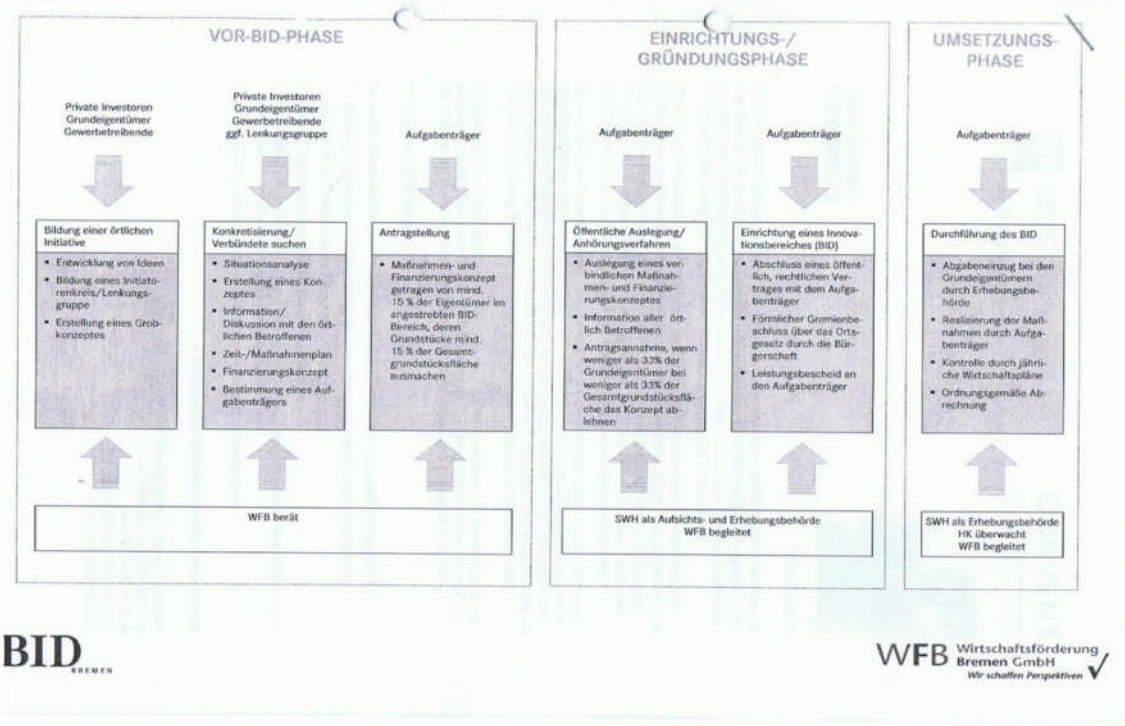
Im Rahmen des Zeritifzierungslehrgang bestand die Prüfungsarbeit aus der Installation eines BIDs im Quartier. Diese Aufgabe sollte tatsächlich als Grundlage zur Gründung eines BIDs dienen.

Das Standortmanagement hatte schon früh die Idee der Schillerstraße neu zu gestalten.

Zunächst war es notwendig das Gebiet genau zu definieren. Des Weiteren wurden Vorgespräche mit Hauseigentümern geführt. Das BID-Landesgesetz basiert auf einer Zustimmung von 66 % der Grundstückseigentümer, die das zukünftige Konzept befürworten müssen. In der sogenannten VOR-BID-PHASE sollten Ideen ausgearbeitet werden, die der „Schillerstraße“ zu einem neuen positiven Aussehen verhelfen.



Homepage: www.bid-schillerstraße.de



Dieses Schaubild zeigt den Verlauf zur Installation eins BIDs.

Eines der ersten Projekte innerhalb des BIDs ist die Schaffung einer Weihnachtsbeleuchtung, die durch das Zusammenarbeiten von diversen Hauseigentümern und der Leitung des Standortmanagements entstanden ist:

Alle Anwohner wurden zum START ON der Weihnachtsbeleuchtung eingeladen.

4. KINDER UND JUGENDLICHE

Zum Ende des Jahres 2013 kamen zwei Pastoren auf das Standortmanagement zu, um ein Netzwerk für Kinder und Jugendliche zu gründen. Hintergrund dieser Bitte war die gegenwärtige Situation im Stadtteil, da für Kinder und Jugendlichen kaum oder gar keine Aufenthaltsmöglichkeiten im Stadtteil bestehen.

Zunächst erfolgte ein Treffen mit den beteiligten Institutionen und Vertretern, die mit dieser Zielgruppe in Geestemünde arbeiteten. Nach einer ersten Diskussionsrunde und den Erfahrungen erfolgte ein zweites Treffen mit der Maßnahme zwei Ziele zu erarbeiten:

- Welche Aufenthaltsmöglichkeiten haben Kinder und Jugendliche im Stadtteil und welche derzeitigen Freizeitmöglichkeiten bestehen?
- Welche Maßnahmen könnten ergriffen werden, um den Aufenthalt im Stadtteil für Kinder und Jugendliche interessanter zu gestalten?

Das erste Ergebnis, nach 30 ausgewerteten Fragebögen, war die Erstellung eines Flyers, deren Verteilung anschließend an die Zielgruppe erfolgte. Generell sollte diese Aktion halbjährlich eine Wiederholung finden.

Dieser Flyer wurde von Jugendlichen entwickelt und graphisch erstellt.

5. TAGUNGEN/SEMINARE

Offenbach – 5. BID – Kongress

Übersicht 2014

1. Stadtteilzeitung
2. Geschichtswerkstatt
3. Webcams
4. Flaggen am KAP
5. Tagungen/Seminare

Kurzdarstellung 2014

1. STADTTEILZITUNG

Um den Bürgern des Stadtteils möglichst viele Informationen zu vermitteln, entstand die Idee eine Zeitung nur für den Stadtteil zu drucken:

kostenlos! | Herbst 2013

Blick auf Geestemünde!

Leben und Entwicklung im Stadtteil.

In dieser Augabe:
Modernisierungs und Bauprojekte in Geestemünde, z.B.

» Fit für die Zukunft
Nordsee-Pflege: Generationen-Übergreifende Konzepte mit Stil und Wohlfühlcharakter

» Bau- und Siedlungsgenossenschaft
Gründliche Verjüngungskur von innen und außen.

» Neubau der AOK
Am Yachthafen entsteht zukunftsweisender Neubau

STANDORT MANAGEMENT GEESTEMÜNDE

Am besten Geestemünde!

In dieser Ausgabe wurden viele Neubauprojekte des Stadtteils mit den nötigen Hintergrundinformationen vorgestellt, um zu verdeutlichen, dass sich in Geestemünde infrastrukturell sehr viel bewegt.
Die zweite Ausgabe informierte mehrheitlich über aktuelle Projekte und wichtige Informationen über den Stadtteil, und lieferte umfassende Hintergrundinformation für interessierte Geestemünder Bürger.

Ausgabe 02 2014

Blick auf Geestemünde!

Leben und Entwicklung im Stadtteil.

Foto: Martina Bargholz

In dieser Ausgabe:

» **Geestemünde – Ein Stadtteil für uns**
Jugendliche berichten über ihren Stadtteil, wo treffen sie sich, wie wollen sie Geestemünde gestalten, was erwarten sie von ihrem Quartier?

» **Die Georgstraße: Verkehrsader oder Lebensader?**
Eine 4-spurige »Transitstrecke« durch den Stadtteil – ist das noch zeitgemäß?

» **Zukunft der Humboldtschule**
Interview mit Schuldezernent Michael Frost zur Schulsituation, den Fakten zum Nutzungskonzept der Humboldtschule

» **Sogwirkung bis in das Umland: Wochenmarkt Geestemünde**
Vielfalt und Frische aus der Region und attraktiver Treffpunkt

... und vieles mehr!

Investition in Bremens Zukunft
STÄDTEBAU-FÖRDERUNG
STANDORT MANAGEMENT GEESTEMÜNDE
Am besten Geestemünde!

2. GESCHICHTSWERKSTATT

Der Stadtteil Geestemünde gehört zu den Gründungsstadtteilen der Seestadt Bremerhaven. Auch ist dieser Stadtteil bekannt für seinen überdurchschnittlichen hohen Anteil an älteren Einwohner.
Das ist durchaus als spannend zu bezeichnen, denn viele ältere Menschen berichten in vielfältigen Geschichten über ihren Stadtteil Geestemünde im Spiegel der vergangenen Jahrzehnte.
In dem Projekt „Geschichtswerkstatt“ werden diese Erzählungen erfasst und zu gegebener Zeit der Bevölkerung in öffentlichen Veranstaltungen präsentiert. Um dem Projekt einen gewissen anspruchsvollen Hintergrund zu geben, wird es durch einen promovierten Historiker begleitet.

Logo des neuen Projekts

Geschichten aus dem Stadtteil von Bewohnern des Stadtteils. 88 Seiten berichten über die Zeit nach dem 2. Weltkrieg aus Geestemünde.

3. WEBCAMS

Nachdem die Stadtteilzeitung von den Bürgern positiv angenommen wurde, entstand die Idee, die geplanten Bauprojekte In Geestemünde (Abriss Merkurgebäude und Neubau der AOK) mittels einer Webcam laufend aufzunehmen und auf der Homepage des Standortmanagers zu veröffentlichen. Durch die Unterstützung von zwei Gebäudeeigentümern konnten die Kameras installiert werden, damit die Durchführung des Projekts ermöglicht wurde.

Abriss des alten Merkurgebäudes

Neubau der AOK

4. FLAGGEN AM KONRAD-ADENAUER-PLATZ

Das gegenwärtig letzte Projekt war die Installation von vier neuen Flaggen. Am Konrad-Adenauer-Platz stehen seit dem Umbau des Platzes 2000 vier Masten, die bisher nur teilweise genutzt wurden. Das Standortmanagement hat beim Blütenfest 2014 die Bürger befrag. Acht Motiven wurden Ihnen zur Auswahl gestellt. Die vier bevorzugten Motive beziehen in Kürze den Standort am südlichen Ende des Platzes: Motive 1, 4, 7 und 8

Motiv 1 Motiv 2 Motiv 3 Motiv 4

Motiv 5 Motiv 6 Motiv 7 Motiv 8

Flaggen am Konrad-Adenauer-Platz

Informationen von Bürgern und kleinteilige Unterstützung

Wie am Anfang beschrieben kommen regelmäßig Bürger in das Standortbüro, um über Unzulänglichkeiten im Stadtteil zu informieren. Das Standortmanagement kontaktiert die zuständigen Behörden oder Institutionen, um hier Abhilfe zu schaffen. In der Regel sind alle Beteiligten gewillt dieses zu tun, um den Standort zu verbessern. Nachfolgend einige Beispiel:

Vorher

Nachher

Zu enge Straße – Freiligrathstraße

Diese Straße wurde inzwischen zur Einbahnstraße umgewandelt und somit verkehrsberuhigter und nutzerfreundlicher.

Vorher

Nachher

Bürger beschwerten sich über den schlechten Zustand der Bänke – BremenPorts reagierte

Weitere Maßnahmen im Stadtteil:

- Markisen, die teilweise zerfallen an unbewohnten Häusern hingen und entfernt wurden.
- Gullideckel, die in der Fahrbahn abgesenkt waren und durch Schwerlastverkehr Lärm verursachten.
- Missstände durch Müll in den Straßen, Hinterhöfen und auf unbewohnten Grundstücken, die durch die Zusammenarbeit mit dem Ordnungsamt beseitigt wurden.
- Ampelschaltungen, die unnötig lange geschaltet waren und z. B. Kinder zu gefahrvollen Fahrbahnwechseln verleiteten.
- Aufhebung unnötiger Straßenabsperrungen, da Hausbesitzer nicht aufgefordert wurden ihr Haus vor herabfallenden Dachziegeln zu sichern.

- Veranlassung der Freigabe von gesperrten Parkraum, da Baufirmen versäumt haben ihr Baumaterial zu entfernen.
- Verbesserung der Begrünung und Beleuchtung von Straßen durch engere Zusammenarbeit der Behörden.
- Verbesserung der Verkehrssicherheit von Fußgängerwegen.

Folgende kleinteilige Veranstaltungen wurden durch das Standortmanagement unterstützt:

1. Sommerfest der Allmersschule
2. Spielplatz Nelkenstraße
3. Hunderennen im Bürgerpark
4. Bouleturniere
5. Sankt Martin-Umzug
6. Jugendfest der Kirche
7. Fußballturniere
8. Lernwerkstatt der Gorch-Fock-Schule
9. Jugendtheater der Niederdeutschen Bühne
10. Temporäre Spielstraße
11. Lesungen an der Geeste Mündung

5. TAGUNGEN/SEMINARE

Bremen – 6. BID-Kogress

Derzeitige Tätigkeiten

1 Leerstandskataster

Aufnahme sämtlicher Leerstände im Quartier. Datenerhebung – sowie Ansprechpartner. Darstellung im Internet. Vermittlung an Interessenten. Akquisition neuer Interessenten.

2 Geestemünde geht zum Wasser

Bisher ist der erste Bauabschnitt erfolgt. Die Begleitung der Maßnahmen mit Teileinweihungen, Informationen an Bürger, sowie Ideen aus der Bevölkerung sind in den nächsten Jahren zu erfolgen. Öffentlichkeitsarbeit und Veranstaltungen zum Thema!

3 Einzelhandel

Die Unterstützung der Einzelhändler ist Aufgabe des Standortmanagements, und ist immer wieder Bestandteil der jährlichen Planungen. Dabei geht es auch um Organisation von Weiterbildungsmaßnahmen der Mitarbeiter und Eventplanungen, um potentielle Neukunden in den Stadtteil zu ziehen.

4 Kultur – KunstRaum/Galerie auf Zeit

In zwei leerstehenden Gewerbeeinheiten wurden und werden seit drei Jahren erfolgreich wechselnde Ausstellungen von verschiedenen Künstlern organisiert. In der Region ist die Galerie auf Zeit mittlerweile eine Institution und bis Ende des Jahres ausgebucht. Selbst im Kulturhandbuch der Seestadt Bremerhaven findet sich diese Galerie wieder!

5 Soziales Kinder- und Jugendnetzwerk

Verschiedene Akteure des Stadtteils kamen auf das Standortmanagement zu, sich um Kinder und Jugendliche zu kümmern, Derzeit werden Gesprächsrunden organisiert mit verschiedenen Zielen: Was gibt es für Jugendliche? Und was muss zukünftig getan werden? Neuestes Produkt dieses Netzwerkes ist ein Flyer mit Angeboten für Jugendliche des Stadtteils.

Darüber hinaus wurde ein Photoworkshop für Jugendliche gegründet, der nunmehr seit über einem Jahr zu unterschiedlichen Zeitpunkten stattfindet. Dazu wurde extra eine leerstehehende Gewerbeeinheit angemietet, die jetzt als „Photostudio“ dient.

6 Kreativwirtschaft mit Wirtschaftsförderung

In den nächsten Monaten werden, in enger Zusammenarbeit mit der BIS, die IMPULSFLUT (das Netzwerk der Kreativwirtschaft) auch in Geestemünde Aktionen durchführen. Dieses könnte ein Anstoß werden die Kreativwirtschaft im Stadtteil zu etablieren oder im neuen Humboldt-Haus zu installieren.

7 Stadtteilzeitung

Die erste Zeitung wurde erfolgreich verteilt. Hintergrundinformationen aus dem Stadtteil für die Bürger kommen gut an. Mittlerweile ist die dritte Auflage erscheinen.

8 Bürgerbegehren (Müll/Sicherheit/Ideen/...)

Durchschnittlich kommt eine Bürgeranfrage im Monat bzgl. diverser Informationen über Schwierigkeiten aus dem Stadtteil. Diese Anfrage wird umgehend bearbeitet und mit Behörden, Institutionen und Firmen diskutiert, um Lösungen zu finden. Der Bürger erhält Informationen über den Stand seiner Beschwerde.

9 Geschichtswerkstatt

Viele historische Geschichten aus dem Stadtteil sind derzeit noch vorhanden. Diese werden derzeit aufgearbeitet und Ende des Jahres veröffentlicht. Das Buch „Geschichten aus der Georgstraße, Schillerstraße, dem Paschviertel und Umgebung in Geestemünde“ ist Ende Oktober erschienen.

10 Elektronischer Veranstaltungskalender

Die meisten Veranstaltungen des Stadtteils sind auf Fernsehern nachzulesen, die an verschiedenen Standorten stehen. Eine Aktualisierung wird zentral vom Standortmanagement übernommen.

11 Beleuchtungssituation im Stadtteil (mit swb)

Bei einer Abendbegehung konnte das Amt für Straßen- und Brückenbau, sowie die swb (Stadtwerke) davon überzeugt werden, dass einige Bereiche des Stadtteils nicht genügend ausgeleuchtet sind. Eine Verbesserung wird permanent angestrebt. Inzwischen sind eine Straßen durch neue, moderne Lampen ersetzt wurden, so dass die Beleuchtungssituation in diesen Straßen erheblich verbessert wurden. Inzwischen hat das Amt eingesehen jede Lampe in der Stadt nach seiner Luxzahl zu überprüfen.

12 Webcams über Geestemünde

Neubauprojekte (AOK und Nordseepflege – ehemals Merkur) sind bis Ende des Jahres über das Internet www.standort-geestemunde.de zu beobachten. Viele Bürger freuen sich über dieses Dienstleistungsangebot und geben dies an Freunde, Kinder und Bekannte in der Republik weiter.

13 Marketing für Geestemünde

Durch verschiedene Marketingkampagnen wie z. B. (www.am-besten-geestemuende.de) wird der Stadtteil wesentlich besser wahrgenommen. Die Motive der Kampagne sind oft im Einsatz und erfahren einen steigenden Bekanntheitsgrad.

14 Kurzfristige Veranstaltungen

Schulen, Sport, Kultur etc. erfahren durch das Aktionsprogramm des Standortmanagements mannigfache Unterstützung. Somit können die verschiedensten Veranstaltungen besser vermarktet und erfolgreicher gestaltet werden, wie z. B. Schulfeste, Sportveranstaltungen, Weihnachtsveranstaltungen etc.

15 Netzwerk Geestemünde

Viele Akteure des Stadtteils (Stadtteilkonferenz, Bürgerverein, Werbegemeinschaft, Polizei, Schulen, Sportvereine, Kirche etc.) kommen regelmäßig zum Informationsaustausch zusammen (Punkt 2 – 2011). Das Standortmanagement organisiert diese Treffen, dokumentiert die Informationen und fördert die Kommunikation der Beteiligten untereinander.

16 Stadtteilführer

Als „Wegweiser“ durch den Stadtteil (Einzelhandel, Sport, Institutionen und Einrichtungen) sind in dem Büchlein nachzulesen. Durch den permanenten Wandel wäre eine Neuauflage notwendig.

17 Wochenmärkte

Die Neuausrichtung der Wochenmärkte bedurfte eines Anstoßes, die vom Standortmanagement Geestemünde initiiert wurde. Die Umsetzung ist derzeit noch nicht erfolgt, aber neue Verträge beinhalteten verschiedene, positive Ansätze. Diese zu begleiten und ggf. anzuregen wäre beim Standortmanagement an der richtigen Stelle, da der größte Wochenmarkt der Stadt in Geestemünde beheimatet ist.

Maßnahmen für die Zukunft, um den Stadtteil zu verbessern

1 Leerstandskataster

Durch die Fluktuation müssen die Daten von Leerständen, Ansprechpartnern, Interessenten permanent angepasst werden. Dabei sind auch Begehungen und Gespräche vor Ort, mit der Recherche von Schlüsseln und Besitzern vonnöten. Sinnvoller wäre eine eigene Hompage mit Suchfunktionen, in die die Verwalter und Besitzer von leerstehenden Gewerbeeinheiten die Daten direkt eingeben können.

2 Geestemünde geht zum Wasser

In den nächsten Jahren sollen die nächsten Abschnitte des Projekts entstehen und sollen durch das Standortmanagement begleitet werden. Die erste öffentliche Informationsveranstaltung in Zusammenarbeit mit dem Stadtplanungsamt, Umweltschutzamt, Gartenbauamt, sowie der Wirtschaftsförderung war so erfolgreich, so dass die Beteiligten eine Wiederholung wünschen

3 Holzhafen

In zweierlei Hinsicht ist die Arbeit des Standortmanagements in den nächsten Jahren für das Projekt Holzhafen notwendig:

A. Für den Umbau/die Erneuerung des Holzhafens sind die Wünsche der Bürger zu berücksichtige. Diese können durch Veranstaltung in Form von Öffentlichkeitsarbeit und Bürgerinterviews begleitet werden.

B. Einer der beliebtesten Orte des Stadtteils sollte viel häufiger „bespielt“ werden, um Jung und Alt ein Angebot zum Verweilen zu geben. Den Ort als zentrale Begegnungsstätte im Stadtteil installieren und fördern. In 2013 (100 Jahre Stadtrecht) und in 2014 als Einweihungsstätte für das Projekt „Geestemünde geht zum Wasser“, sowie in den vergangen Jahren bei der Holzhafenregatta zeigte, dass dieser Ort sehr stark angenommen wird.

4 Einzelhandel

A. In Zeiten des Internets und starker Einkaufszentren muss der Stadtteil im Bereich des Einzelhandels noch stringenter positionieren. Eine enge, intensive Verzahnung zwischen Handel und den Akteuren des Stadtteils kann den Stadtteil nur stärken. Marketing im Einzelhandel kann nur förderlich sein und muss noch stärker im Focus der handelnden Personen stehen.

B. Das Internet kann aber auch nicht wegdiskutiert werden. Wir leben mit diesem Medium. Aus diesem Grund muss der Handel kooperieren oder noch besser dieses Instrument nutzen um den Umsatz zu erhöhen. Leider wissen viele Einzelhändler nicht, wie sie es anstellen müssen. Deshalb machen Informationsrunden mit ausgesuchten Fachleuten Sinn, was zu organisieren ist.

5 Kultur

Das zarte Pflänzlein Galerien im Stadtteil ist gepflanzt. Nur durch eine intensive Pflege der Künstlergruppen und Kunstinteressenten kann diese Pflanze wachsen. In anderen Stadtteilen sind größere Gruppen Sponsoren damit beschäftigt Kultur in die Stadt zu bringen. In Geestemünde ist durch die langjährige Erfahrung und Betreuung der Künstler (auch über die Stadtgrenze hinaus) mittlerweile ein eigene Szene entstanden, die allerding nur weiterbesteht, wenn das Engagement anhält.

6 Soziales Kinder- und Jugendnetzwerk

Ebenfalls eine Pflanze im Wachstum ist das Netzwerk für Jugendliche. Hier gibt es viele Einzelakteure, die durch die Netzwerkbindung erstmalig miteinander kommunizieren und das erste Projekt gestartet haben. Damit aber die Bürger der Zukunft optimale Voraussetzungen vorfinden können darf es keinen Stillstand geben. Intensive Bemühungen die Akteure zu motivieren und die Zielgruppe Kinder und Jugendliche zu begeistern, bedürfen noch größerer Anstrengungen und Hilfe von außen. Dieses alleine zu organisieren und umzusetzen ist ein eine große Herausforderung für die Zukunft.

7 Business Improvement District (Schillerstraße)

Business Improvement Districts (BIDs) (auch Innovationsbereich, Immobilien- und Standortgemeinschaften (ISG), Innerstädtische Geschäftsquartiere (INGE), Partnerschaften zur Attraktivitätssteigerung von City-, Dienstleistungs- und Tourismusbereichen (PACT)) sind räumlich klar umrissene Bereiche, in denen die Grundeigentümer und Gewerbetreibenden zum eigenen Vorteil versuchen, die Standortqualität durch Maßnahmen zu verbessern, die aus dem Aufkommen einer selbst auferlegten und zeitlich befristet erhobenen Abgabe finanziert werden. Die rechtliche Grundlage für BIDs schaffen die BID-Gesetze der Länder.

Wie unter der Rubrik „derzeitige Tätigkeiten“ kurz beschrieben kann die Gründung eines BIDs bis zu 4 Jahren dauern. In anderen Städten (siehe z. B. Hamburg) beschäftigt sich alleine eine Person der Handelskammer mit der Installation eines BIDs. In Sachsen kümmert sich das Wirtschaftsministerium um diese Angelegenheiten.

Die Möglichkeit Hausbesitzer an einen Tisch zu holen und sie zu motivieren sich um „ihre“ Straße zu kümmern kann hier in dem Projektgebiet Schillerstraße funktionieren. Alleine in den ersten Sitzungen hat ein Großteil der Eigentümer ihr Interesse bekundet. Dies alleine reicht natürlich bei weitem noch nicht aus. Durch eine behutsame Information Verteilung konnten bisher die

Interessenten mitgenommen werden. Auch hier wurde die erste Aktion platziert. Diese Bemühungen müssen unbedingt in den nächsten Monaten intensiviert weitergeführt werden.

8 Verwahrloste Immobilien

Die Katalogisierung dieser Häuser in der Georgstraße kann für die Zukunft hilfreich sein. Was heißt das? Analog zu den Bemühungen im Stadtteil Lehe muss mit den Eigentümern sogenannter verwahrloster Häuser früher ein Dialog entstehen.

Mittlerweile gibt es Instrumente und Gesetze wie dem zu begegnen ist! Derzeit wird an einer Liste gearbeitet, die dann den Ämtern zur Verfügung steht, um auch hier die „Schrottimmobilien“ vom Markt zu bekommen.

9 Bürgerinformationen

In den letzten Monaten nahm die Bevölkerung des Stadtteil das Standortmamagent verstärkt war. Immer häufiger kamen die Bürger mit Ideen, Wünschen, Informationen und Beschwerden. Sie merkten mit der Zeit, da ist jemand, der sie anhört.

Unmögliches wird gar nicht erwartet, aber alleine die Rückmeldung wird von den Mitbürgern geschätzt. Sicherlich kann diese Zusammenarbeit in den nächsten Jahren noch stärker gepflegt werden, dass alleine das Miteinander sich zum gefühlten Positiven sich entwickelt. Hier ist der Begriff „der Kümmerer“ tatsächlich richtig.

10 Informationen für Veranstaltungen

Immer mehr Institutionen, Vereine, Gruppieren etc. haben die Möglichkeit der Informationsverbreitung von Veranstaltungen über die im Stadtteil verteilten visuellen Medien erkannt. Somit ist das Standortmanagement als zentraler Anlaufpunkt auch in der Zukunft wichtig, damit alle Veranstaltungen frühzeitig in den Focus der Leser rücken.

Ein anderer Aspekt ist die Wahl der Medienstandorte. Eine Mischung in verschiedenen Straßen, in Ladenlokalen und aber auch in leerstehenden Gewerbeeinheiten ist wichtig. Dabei müssen Gewerbetreibende und Hausbesitzer davon überzeugt werden ihr Einheiten unentgeltlich zur Verfügung zu stellen.

11 Medizin/Gesundheitsführer

Gleich nach der ersten Auflage des Stadtteilführers (siehe 2013) haben sich weitere Interessenten gemeldet, die gerne mit Inseraten aufgenommen werden wollten. Durch eine permanente Fluktuation ist eine Aktualisierung des Stadtteilführers dringend notwendig. Die Auflage von 5000 Stück war schnell vergriffen. Allerdings wäre eine erstmalig Ausgabe eines Stadtteilführers für Gesundheit und

Medizin auch im Sinne der älter werdenden Bürger. Nachfrage ist schon aus vielen Bürgergesprächen ersichtlich.

12 Historie Geestemünde

In Geestemünde findet der Besucher noch einiges Historisches. Leider fehlen an diesen Stellen fehlen Informationstafeln, die den Hintergrund erklären könnten. Um diese Gut zu erhalten müssen die Standorte und Hintergründe recherchiert werden, um dann diese Information in geeigneter Form an den jeweiligen Orten zu präsentieren.

Kontaktdaten

THOMAS VENTZKE STANDORTMANAGER	MARTINA NORDEN ASSISTENZ	
Tel. 0471 – 95 84 57 10 **Fax** 0471 - 95 84 57 11 info@standort-geestemunde.de	Tel. 0471 – 95 84 57 10 Fax 0471 - 95 84 57 11 info@standort-geestemunde.de	

Firmeninformationen

Standortmanagement Geestemünde
Klußmannstr. 5, 27570 Bremerhaven
www.standort-geestemuende.de
www.am-besten-geestemuende.de
www.bid-schillerstraße.de

Unterstütz durch: