



STANDORTMANAGEMENT GEESTEMÜNDE

2011 – 2014 (AUSBLICK AB 2015)

Kurzzusammenfassung über die Durchführungsmaßnahmen



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



Investition in Bremens Zukunft



STÄDTBAU-
FÖRDERUNG
von Bund, Ländern und
Gemeinden

STANDORT
MANAGEMENT
GEESTEMÜNDE



Bremerhaven
Meer erleben.

INHALTSVERZEICHNIS

Inhalt

Aufgabenbereich	1
Übersicht 2011	2
Kurzdarstellung 2011	3 - 6
Übersicht 2012	7
Kurzdarstellung 2012	8 - 14
Übersicht 2013	15
Kurzdarstellung 2013	16 - 21
Übersicht 2014	22
Kurzdarstellung 2014	23 - 27
Informationen von Bürgern und kleinteilige Unterstützung	28 - 29
Derzeitige Tätigkeiten	30 - 33
Maßnahmen ab 2015	34 - 37
Kontaktdaten	38

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

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 Bürgervereinsversammlungen, 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.



MASSNAHMEN UND TÄTIGKEITEN

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 Angebote

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 unterstützt wurden. Der Arbeitstitel wurde als **KunstRaum** im Stadtteil bekannt.

MASSNAHMEN UND TÄTIGKEITEN

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

Januar 2011

Malerei
Monika Rohßen
Lebt und arbeitet in Bremerhaven. Künstlerische Ausbildung bei Peter K. Kirchhoff (Düsseldorf), Monika Sievking (Berlin), Carola Demor (Tübingen) und Manfred Fischer (Bremen/Schwieg). Studienaufenthalte in Ost-Holstein, Schloss Clemenswerth und den Niederlanden.
Öffnungszeiten der Galerie vom 7.1. bis 30.1. 2011:
Mi., Do., Fr.: 16 bis 19 Uhr - Sa.: 12 bis 15 Uhr - So.: 16 bis 19 Uhr

Zeichnungen / Malerei
Ann Grütter
Geboren in England. Künstlerische Ausbildung bei namenhaften Künstler/innen: Monika Sievking (Berlin), Carola Demor (Tübingen), Manfred Fischer (Bremen/Schwieg). Teilnahme an zahlreichen Sommerakademien. Studienaufenthalte in Ost-Holstein, Schloss Clemenswerth (Emmendorf).
Öffnungszeiten der Galerie vom 4.2. bis 28.2. 2011:
Mi., Do., Fr.: 16 bis 19 Uhr - Sa.: 12 bis 15 Uhr - So.: 14 bis 17 Uhr

Malerei
Johanna Niederle
1942 in Jena geboren. Auseinandersetzung mit den Möglichkeiten künstlerischen Ausdrucks während des Studiums. Fortbildungen bei namenhaften Künstler/innen. Studienaufenthalte in Ost-Holstein und Tübingen. Teilnahme an zahlreichen Gruppenausstellungen.
Öffnungszeiten der Galerie vom 4.3. bis 27.3. 2011:
Mi., Do., Fr.: 16 bis 19 Uhr - Sa.: 12 bis 15 Uhr - So.: 14 bis 17 Uhr

Malerei und Objekte
Horst Poppe
Einzelausstellung
1969 bis 1973 Studium der Schiffsbetriebstechnik (Dipl.-Ing.) an der Technischen Hochschule in Bremen, bis 1998 künstlerisches Schaffen als Autodidakt während der Seefahrtszeit, 1988 bis 1991 Auseinandersetzung mit afrikanischer Kunst in der Künstlervereinigung LINNAS, Luanda/Angola.
1992 bis 1999 Studium der Malerei an der Hochschule Bremen bei Prof. Jost Funke, seit 1998 schwerpunktmäßige Arbeit in Werkgruppen, seit 2001 mehrmonatige Aufenthalte in Luanda/Angola und dort Beschäftigung mit der Kultur der Tchokwe und afrikanischer Kunst. Zahlreiche Einzel- und Gruppenausstellungen.

Fotografie
Rolf Wittig
1965 geboren in Bremen. Seit 1976 Beschäftigung mit dem Medium Fotografie, seit 2001 Einzelausstellungen, seit 2002 jährliche Ausstellungs-beteiligung in der freien Künstlervereinigung DIE ARCHE e.V., seit 2004 Mitglied des Vorstands der ARCHE, seit 2006 Beschäftigung mit Zeichnung und Malerei.
Öffnungszeiten der Galerie vom 4.3. bis 27.3. 2011:
Mi., Do., Fr.: 16 bis 19 Uhr - Sa.: 12 bis 15 Uhr - So.: 14 bis 17 Uhr

Holzobjekte
Dr. Manfred Pluskwa
1946 in Lübeck geboren. Von 1987 bis 1995 Gründungsleiter der Ev. Heimvolkshochschule Bederkesa-Sprengelzentrum. Erste bildhauerische Arbeiten in den 60er Jahren (Metallskulpturen). In den 90er Jahren Wiederaufnahme der bildhauerischen Arbeit und Fortsetzung der Kunststudien einschließlich Studienreisen. Zahlreiche Einzel- und Gruppenausstellungen.

Der KunstRaum wird gefördert durch die:

Für weitere Informationen oder Fragen wenden Sie sich bitte an Sandra Jacobs, Telefon 04 71 77 71 08.

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

Ausstellung vom 1. 7. bis 31. 7. 2011
Eberhard Pfeleiderer
 »Krise! Welche Krise?«
 Grafiken und Lyrik
 Schillerstraße 38
 Bremerhaven-Geestemünde
 http://kunstraum-geestemuende.blogspot.com
 Öffnungszeiten:
 Mittwoch bis Freitag: 16 bis 19 Uhr
 Samstag: 12 bis 15 Uhr
 Sonntag: 14 bis 17 Uhr

Ausstellung vom 7. 10. bis 30. 10. 2011
Edelgard de Ahna
 Malerei
Gudrun Denzel-Pfeil
 Objekte
 Schillerstraße 38
 Bremerhaven-Geestemünde
 http://kunstraum-geestemuende.blogspot.com
 Öffnungszeiten:
 Mittwoch bis Freitag: 16 bis 19 Uhr
 Samstag: 12 bis 15 Uhr
 Sonntag: 14 bis 17 Uhr

Ausstellung vom 2. 9. bis 30. 9. 2011
Ursula Collmann
 Malerei
Rotraud Schmitter
 Plastiken / Skulpturen
 Schillerstraße 38
 Bremerhaven-Geestemünde
 http://kunstraum-geestemuende.blogspot.com
 Öffnungszeiten:
 Mittwoch bis Freitag: 16 bis 19 Uhr
 Samstag: 12 bis 15 Uhr
 Sonntag: 14 bis 17 Uhr

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“

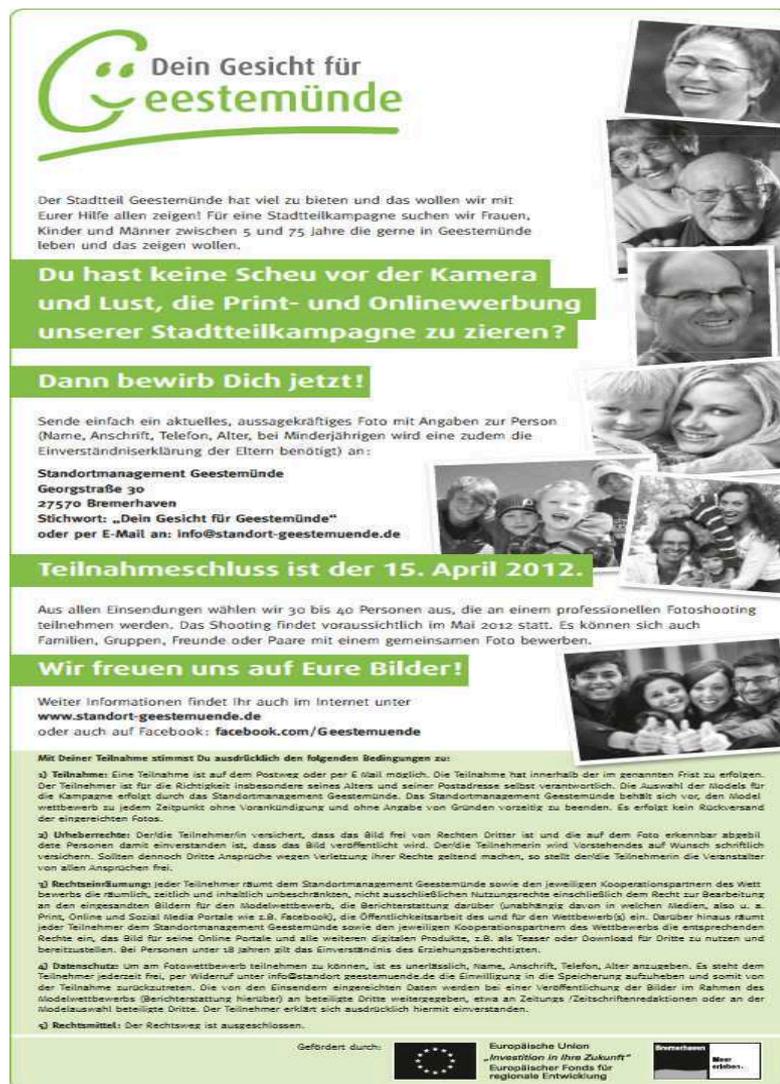
Kurzdarstellung 2012

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.



Dein Gesicht für Geestemünde

Der Stadtteil Geestemünde hat viel zu bieten und das wollen wir mit Eurer Hilfe allen zeigen! Für eine Stadtteilkampagne suchen wir Frauen, Kinder und Männer zwischen 5 und 75 Jahre die gerne in Geestemünde leben und das zeigen wollen.

Du hast keine Scheu vor der Kamera und Lust, die Print- und Onlinewerbung unserer Stadtteilkampagne zu zieren?

Dann bewirb Dich jetzt!

Sende einfach ein aktuelles, aussagekräftiges Foto mit Angaben zur Person (Name, Anschrift, Telefon, Alter, bei Minderjährigen wird eine zudem die Einverständniserklärung der Eltern benötigt) an:

Standortmanagement Geestemünde
Georgstraße 30
27570 Bremerhaven
Stichwort: „Dein Gesicht für Geestemünde“
oder per E-Mail an: info@standort-geestemuende.de

Teilnahmeschluss ist der 15. April 2012.

Aus allen Einsendungen wählen wir 30 bis 40 Personen aus, die an einem professionellen Fotoshooting teilnehmen werden. Das Shooting findet voraussichtlich im Mai 2012 statt. Es können sich auch Familien, Gruppen, Freunde oder Paare mit einem gemeinsamen Foto bewerben.

Wir freuen uns auf Eure Bilder!

Weitere Informationen findet Ihr auch im Internet unter www.standort-geestemuende.de oder auch auf Facebook: [facebook.com/Geestemuende](https://www.facebook.com/Geestemuende)

Mit Deiner Teilnahme stimmst Du ausdrücklich den folgenden Bedingungen zu:

- 1) **Teilnahme:** Eine Teilnahme ist auf dem Postweg oder per E-Mail möglich. Die Teilnahme hat innerhalb der im genannten Frist zu erfolgen. Der Teilnehmer ist für die Richtigkeit insbesondere seines Alters und seiner Postadresse selbst verantwortlich. Die Auswahl der Models für die Kampagne erfolgt durch das Standortmanagement Geestemünde. Das Standortmanagement Geestemünde behält sich vor, den Model Wettbewerb zu jedem Zeitpunkt ohne Vorankündigung und ohne Angabe von Gründen vorzeitig zu beenden. Es erfolgt kein Rückversand der eingereichten Fotos.
- 2) **Urheberrechte:** Der/die Teilnehmer/in versichert, dass das Bild frei von Rechten Dritter ist und die auf dem Foto erkennbar abgebildete Personen damit einverstanden ist, dass das Bild veröffentlicht wird. Der/die Teilnehmer/in wird Vorstehendes auf Wunsch schriftlich versichern. Sollten dennoch Dritte Ansprüche wegen Verletzung ihrer Rechte geltend machen, so stellt der/die Teilnehmer/in die Veranstalter von allen Ansprüchen frei.
- 3) **Rechteinräumung:** Jeder Teilnehmer räumt dem Standortmanagement Geestemünde sowie den jeweiligen Kooperationspartnern des Wettbewerbs die räumlich, zeitlich und inhaltlich unbeschränkten, nicht ausschließlichen Nutzungsrechte einschließlich dem Recht zur Bearbeitung an den eingesandten Bildern für den Modelwettbewerb, die Berichterstattung darüber (umfasst auch die in vielen Medien, also u. a. Print, Online und Social Media Portale wie z.B. Facebook), die Öffentlichkeitsarbeit des und für den Wettbewerb(s) ein. Darüber hinaus räumt jeder Teilnehmer dem Standortmanagement Geestemünde sowie den jeweiligen Kooperationspartnern des Wettbewerbs die entsprechenden Rechte ein, das Bild für seine Online Portale und alle weiteren digitalen Produkte, z.B. als Taster oder Download für Dritte zu nutzen und bereitzustellen. Bei Personen unter 18 Jahren gilt das Einverständnis des Erziehungsberechtigten.
- 4) **Datenschutz:** Um am Fotowettbewerb teilnehmen zu können, ist es unerlässlich, Name, Anschrift, Telefon, Alter anzugeben. Es steht dem Teilnehmer jederzeit frei, per Widerruf unter info@standort-geestemuende.de die Einwilligung in die Speicherung aufzuheben und somit von der Teilnahme zurückzutreten. Die von den Einsendern eingereichten Daten werden bei einer Veröffentlichung der Bilder im Rahmen des Modelwettbewerbs (Berichterstattung hierüber) an beteiligte Dritte weitergegeben, etwa an Zeitungs-/Zeitschriftenredaktionen oder an der Modelauswahl beteiligte Dritte. Der Teilnehmer erklärt sich ausdrücklich hiermit einverstanden.
- 5) **Rechtsmittel:** Der Rechtsweg ist ausgeschlossen.

Gefördert durch:



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



Bremerhaven
Neu
Höfen.

MASSNAHMEN UND TÄTIGKEITEN

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



Am Meer. Am Fluss.
Am besten Geestemünde!



Am Markt. Am Menschen.
Am besten Geestemünde!



Am Zug. Am Hafen.
Am besten Geestemünde!



Am fairsten. Am coolsten.
Am besten Geestemünde!



Am Ball. Am Start.
Am besten Geestemünde!



Am Park. Am Grün.
Am besten Geestemünde!



Am Sonntag. Am schönsten.
Am besten Geestemünde!



Am Puls. Am Kunden.
Am besten Geestemünde!



MASSNAHMEN UND TÄTIGKEITEN

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.



MASSNAHMEN UND TÄTIGKEITEN



Informationen für Bürger



Vorfürungen 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 Standortmanagement 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.



urf. Diskussionsgrundlage.

Wochenmärkte Bremerhaven

- Analyse Ist-Zustand -
- Empfehlungen zur Optimierung -

30. April 2012


e5.marketing GmbH
IHR PARTNER FÜR STADTMARKETING
www.e5marketing.de

MASSNAHMEN UND TÄTIGKEITEN

4. Galerie auf Zeit

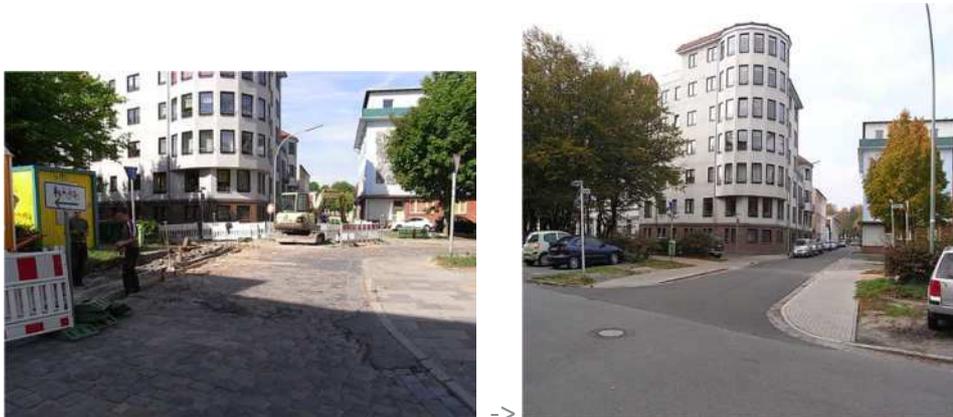
Durch den Ablauf des Mietvertrages für den „KunstRaum“ mussten neue Räumlichkeiten gefunden werden. Erfreulicherweise fand in 2012 das Standortmanagement hellere und größere Räumlichkeiten. Viele Künstler, Schulen und Vereine konnten die Galerie zu Ausstellungszwecken nutzen.

Hier einige ausgewählte Plakate:



MASSNAHMEN UND TÄTIGKEITEN

5. Informationen von Bürgern



Anstoß zur Fortführung von Straßenbelagererneuerung.



Vermüllte Grundstücke

6. Lehrgang zum zertifizierten City- und Quartiersmanager

Zertifikat

Thomas Ventzke
geb. am 02.01.1991

hat vom 20.06.2012 bis zum 06.09.2012 am IHK-Zertifizierungslehrgang

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

teilgenommen und den Lehrgangsergebnissen abschließenden Test bestanden.

Lehrgangsdauer: 71 Unterrichtsstunden

Hannover, 05.09.2012
Institute- und Passfoto
Hannover
I.A. *[Signature]*

Ziel der IHK-Weiterbildung:
City- und Quartiersmanager (IHK) unterstützen Unternehmen, Eigentümer und Neuzuzüger, ihren Standort attraktiv zu machen und wettbewerbsfähiger zu machen. Dabei geht es um Eigeninitiative zur Stärkung und Aufwertung des Stadtquartiers oder der Geschäftsstraße, Marktwirtschaft und Sozialeinbindung der BürgerInnen sowie Engagement.

Inhalte, Anwendungsfelder und Zusammenhänge:

Modul 1: „Brand your District – Markenbildung für Stadtquartiere“
Prägung z. B. durch Handel, Gastronomie, Gewerbe, Plätze oder Grünflächen, schaffen eines
Markenfigurative Teil ein Quartier entwickeln

Modul 2: Betriebsrat und -vereinigungen: Struktur, Aufgaben, Dienstleistung
- Besonderheiten von Marktsituationen, Rechtsfragen, betriebliche Dienstleistungen
- Funktionen des Betriebsrats, der Gewerkschaft sowie innerbetrieblicher Dienstleistungen
- Vertiefung von Dienst- und Handlungsweisen sowie die Standortveränderungen und -bedingte von Branchen
- Sensibilisierung im Umgang mit den Akteuren

Modul 3: Betriebswirtschaftliche Grundlagen, Rechnungswesen, Internetauftritt und Finanzierung
- Grundlegende Kompetenzen für das interne und externe Rechnungswesen
- Grundlagen für die Zusammenfassung der Bereiche Bilanz, GuV, Rechnung, Finanzierungsarten und Kalkulation

Modul 4: Betriebsrat/Innovationsfähigkeit
- Grundlage der Innovationsfähigkeit
- Begrifflichkeit (IHK) und Relevanz der Wirtschaftlichkeit (interne Rahmenbedingungen)
- Prozess des effektiven Umgangs mit den Innovationspotenzialen

Modul 5: Stadtentwicklung und Stadtplanung
- Bewertung von Konzeption, Möglichkeiten und Möglichkeiten, um gemeinsam mit den Akteuren die Attraktivität und Aufenthaltsqualität zu verbessern
- Analyse und Bewertung, Kennzahlen und Kriterien, Leistungsparameter (Sicherheit, Sozialerhalt und Ökologie)

Modul 6: Kommunale Strukturen und kommunales Handeln
- Informationen über kommunale Politik und Verwaltungsstrukturen sowie Zuständigkeiten
- Überblick über die Schnittstellen zwischen Quartiersmanager/-in-Einstellungen und Verwaltung
- Funktionsbereiche der Kommunen (Bewertung)

Modul 7: Event-Forum – Veranstaltung und Eventmanagement
- Veranstaltungen und Events sind Marketingmaßnahmen für das Quartier
- Das Ziel ist ein attraktives Quartier, um den BürgerInnen und den überaus attraktiven Budget
- Rückmeldung über die Vorbereitung, Durchführung und Nachbereitung von Veranstaltungen
- Zielvorgabe, Planung und Sicherstellung, Verantwortlichkeiten und Verantwortlichkeiten

Modul 8: Betriebsrat/Innovationsfähigkeit, Öffentlichkeitsarbeit, Pressearbeit und Web 2.0/Soziale Medien
- Formen über, zielgruppen, effektiv und konsistent mit der Unternehmens- oder Markenstrategie

Modul 9: Richtig kommunizieren
- Zusammenhalt zwischen vertikaler und horizontaler Kommunikation
- Beherrschung des Kommunikationsprozesses durch Sprache und Aufsicht im Team
- Integrieren und Spannungsfeld kennen und lösen

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

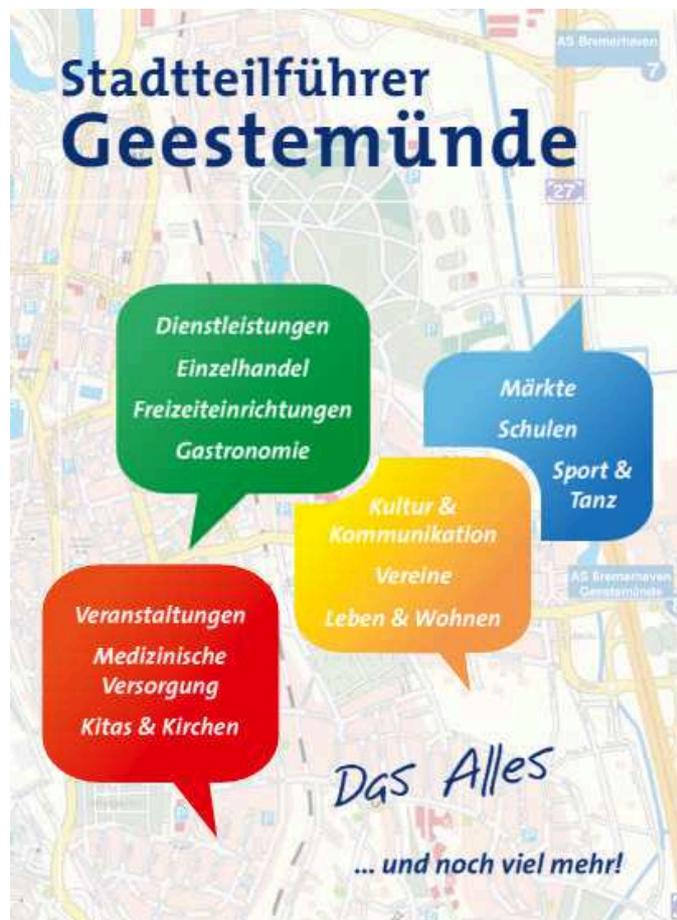
Übersicht 2013

1. Stadtteilführer
2. 100 Jahre Stadtrecht
3. BID Schillerstraße
4. Kinder und Jugendliche

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. 100 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 verschiedenen Plätzen konnten Bürger und Gäste dazu beitragen oder nur dem Fest beiwohnen:

GEESTEMÜNDE
17. August 2013 **100 Jahre Stadtrecht**

Holzhafen (Bismarckstraße)
11 Uhr „Geestemünde geht zum Wasser“ Spatenstich durch die Stadträte P. Pletz und A. Krein
ab 13 Uhr Der Geestemünder Bürgerverein und der Henkelclub Bremerhaven & Umzu präsentieren sich am Holzhafen Vorführungen mit Musik und Tanz

KAP (Konrad-Adenauer-Platz)
13 Uhr Kulturisches aus der Zeit vor hundert Jahren bei Langerbeck's am Wasserturm Historische Musik und Tanz

Marienkirche (An der Mühle)
ab 15 Uhr Kinderfest mit Cheerleader-Gruppe, Hüpfburg, Buttens, Dosenwerfen, Schminken, Bastelaktion, Musik, Waffeln, Crêpes und Glücksrad Fotoaktion für Kinder im historischen Gewand
ab 19.30 Uhr Kleines Grillfest
20.00 Uhr – Musik mit der Band Akkusticks
21.00 Uhr Openair-Kino (bei Regen im Saal)

STADTGEWÄSSER MANAGEMENT
EUROPÄISCHE UNION „Investition in Ihre Zukunft“ Europäischer Fonds für regionale Entwicklung
Bayer HANSA



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.

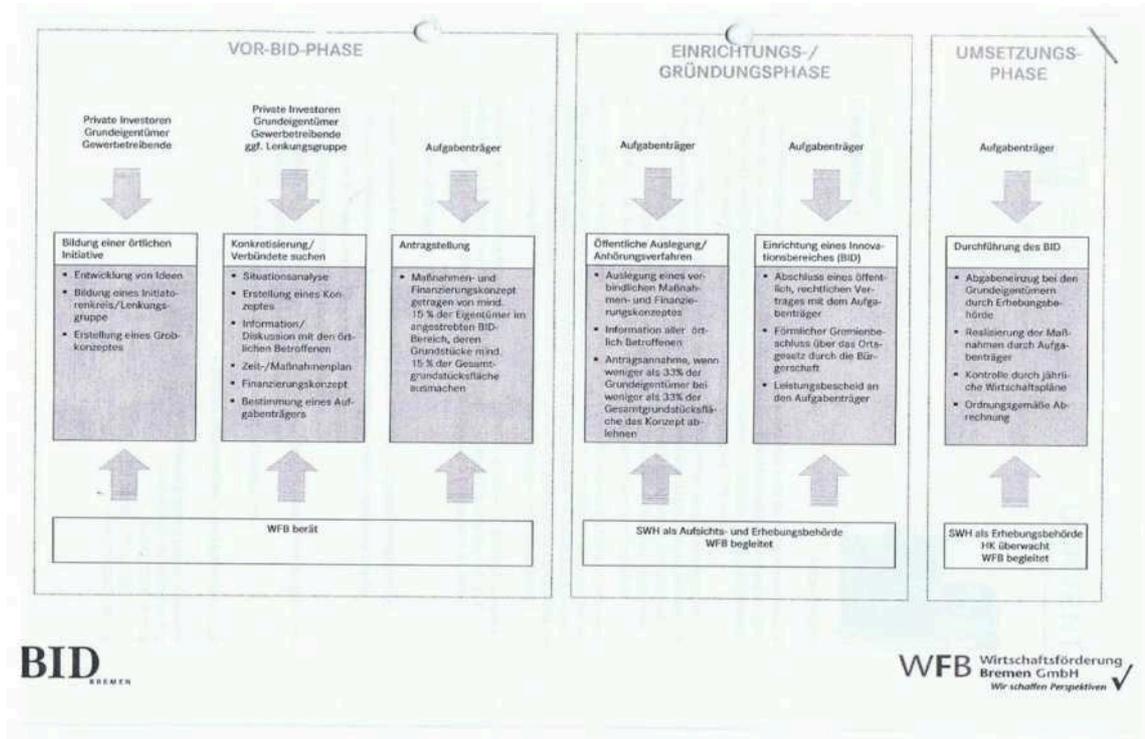
Die Finanzierung übernehmen die Grundeigentümer des BID-Quartiers (in Sachsen und Schleswig-Holstein teilweise auch die Gewerbetreibenden). In wenigen Fällen leistet die Kommune eine Kofinanzierung.

Im Rahmen des Zertifizierungslehrgang 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 Bild verhelfen.

MASSNAHMEN UND TÄTIGKEITEN



Dieses Schaubild zeigt den Verlauf zur Installation eines BIDs.

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?

MASSNAHMEN UND TÄTIGKEITEN

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.

The flyer is titled 'Geestemünde Jugend' and lists several activities and services. It includes contact information for each activity and a central graphic with the text 'KIRCHE ERLEBEN BETREUUNG GEESTEMÜNDE SPORT SPASS KINDER JUGEND'. At the bottom, it says 'Möglichkeiten und Angebote für Kinder und Jugendliche im Stadtteil Geestemünde'.

Strohalm
Kinderkrippe „Die Seeräuber“

Kinderbetreuung
Kinder von 0-3 Jahre
Montags-Freitags 6:00-20:00 Uhr
Kosten: 321€ monatlich

Kaistraße 7, 27570 Bremerhaven
Telefon: 0471/1429179
Kontaktperson: Melanie Spang

Mehrgenerationenhaus Bremerhaven
„Windelkind“

Väterkrabbeltreff
Kinder von 0-2 Jahre
Jeden 1. Samstag im Monat
nächste Treffen: 07.06., 05.07.
Kosten: 5,00€

Babymassage
Babies ab 6 Wochen bis 8 Monate
4 Wochen lang jeden Dienstag
nächster Start: 16.6.
Kosten 50,00€

Kaistraße 7, 27570 Bremerhaven
0471/48389983
Kontaktperson: Katrin Hantke

Schützenverein Gelb-Blau e.V.


Schießsport
Kinder und Jugendliche ab 8 Jahren
Mittwochs 17:00-19:30
Kosten für Jugendliche: 5€
Auf der Homepage des Vereins gibt es detaillierte Informationen und Kontaktangaben.
www.sv-gb.de

Reitclub Bremerhaven


Anfängervoltigieren
Kinder von 5-9/10 Jahren
Freitags in der Schulzeit
16.00-17.30 Uhr

Turniergruppe Voltigieren
Für Kinder und Jugendliche ab 8 Jahren
Montags in der Schulzeit 16.30-18.00 Uhr
Kosten: 35€ im Quartal zzgl. 45 € Jahresbeitrag

Der Jahresbeitrag enthält die benötigte Versicherung und ermöglicht auch das Reiten.

Reinkenheide 25, Bremerhaven
Kontakt: Voltigierwartin Dr. Corinna Foerster
0471-22573
0160-92812163

KIRCHE ERLEBEN BETREUUNG
GEESTEMÜNDE
SPORT SPASS KINDER JUGEND

*Möglichkeiten und Angebote für
Kinder und Jugendliche im Stadtteil
Geestemünde*

Dieser Flyer wurde von Jugendlichen entwickelt und graphisch erstellt.

Übersicht 2014

1. Stadtteilzeitung
2. Geschichtswerkstatt
3. Webcams
4. Flaggen am KAP

1. Stadtteilzeitung

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 Entwickl. im Stadtteil.



In dieser Ausgabe:

Modernisierungs und Bauprojekte in Geestemünde, z. B.

» **Fit für die Zukunft**

Nordsee-Pflege: Generationen-Übergreifende Konzepte mit Stil und Wohlgefühl

» **Bau- und Siedlungsgenossenschaft**

Gründliche Verjüngungskur von innen und außen.

» **Neubau der AOK**

Am Yachthafen entsteht zukunftsweisender Neubau



Am besten Geestemünde!
Viel Spaß bei der Besichtigung!



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.



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!



Am besten Geestemünde!
Wir passen 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

3. Webcam

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

MASSNAHMEN UND TÄTIGKEITEN



Neubau der AOK



4. Flaggen am Konrad-Adenauer-Platz

MASSNAHMEN UND TÄTIGKEITEN

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 befragt. 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



Informationen von Bürgern und kleinteilige Unterstützung

MASSNAHMEN UND TÄTIGKEITEN

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 gefährvollen Fahrbahnwechseln verleiteten.
- Aufhebung unnötiger Straßenabsperungen, 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

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 Holzhafen

Begleitung der Umbaumaßnahme

A. Ideen aus Sicht der Geestemünder an die Planer (Gartenbauamt) weiterleiten.

B. Den Ort als zentrale Begegnungsstätte im Stadtteil installieren und fördern.

4 Einzelhandel-Marketing

Die Unterstützung der Einzelhändler ist Aufgabe des Standortmanagements, und ist immer wieder Bestandteil der jährlichen Planungen. In der Zukunft wird durch den Einfluss des Internets und den stärkeren umliegenden Stadtteilen die Zusammenarbeit zwischen Werbegemeinschaft Geestemünde und des Standortmanagements noch intensiver erfolgen müssen.

5 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!

6 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.

7 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.

8 Stadtteilzeitung

Die erste Zeitung wurde erfolgreich verteilt. Hintergrundinformationen aus dem Stadtteil für die Bürger kommen gut an. Die zweite Auflage wird in Kürze erscheinen.

9 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.

10 Geschichtswerkstatt

Viele historische Geschichten aus dem Stadtteil sind derzeit noch vorhanden. Diese werden derzeit aufgearbeitet und Ende des Jahres veröffentlicht.

11 Elektronischer Veranstaltungskalender

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

12 Beleuchtungssituation im Stadtteil (mit swb)

Bei einer Abendbegehung konnte das Amt für Straßen- und Brückenbau, sowie die swb davon überzeugt werden, dass einige Bereiche des Stadtteils nicht genügend ausgeleuchtet sind. Eine Verbesserung wird permanent angestrebt.

13 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 weiter.

14 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.

15 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.

16 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.

17 Stadtteelführer

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

18 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 Ab 2015

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.

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 in 2015 sich wünschen würden.

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 berücksichtigen. 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 vergangenen Jahren bei der Holzhafenregatta zeigte, dass dieser Ort sehr stark angenommen wird.

4 Humboldt-Haus

Eines der zentralen Projekte, wenn nicht sogar das zentrale Projekt der nächsten Jahre wird die Umwidmung der Humboldtschule in das „Humboldt-Haus“ sein. Zunächst ist die Installierung der Allmersschule und des Jugendmusikwerks vorgesehen, da diese Institutionen aus Platzmangel ihres jetzigen Standortes umziehen müssen. Darüber hinaus gibt es weitere Institutionen die hier ihr zukünftiges Domizil finden könnten und sollten.

Damit aber nicht genug. Im Gebäude sollen weitere Einrichtungen angesiedelt werden, die dann den Stadtteil zu umfassenden zusätzlichen Angeboten helfen sollen.

Aus diesem Grunde ist dieses Projekt primär im Interesse des Stadtteils Geestemünde voranzutreiben.

Das zukünftige Humboldt-Haus wird neue und mehr Menschen in den Stadtteil bringen und damit den Bekanntheitsgrad steigern und soll positive Ausstrahlungen für den gesamten Stadtteil initiieren.

5 Einzelhandel-Marketing

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.

6 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 allerdings nur weiterbesteht, wenn das Engagement anhält.

7 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.

8 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.

11 Georgstraße – „Rote“ Häuser

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 stehen, zumindest in der Georgstraße „nur“ fünf Häuser auf der Liste. In den Seiten- und Parallelstraßen zeichnen sich aber schon die gleichgelagerten strukturellen Probleme ab. Auch hier kann und muss in den nächsten Jahren eingegriffen werden!

12 Bürgerinformationen

In den letzten Monaten nahm die Bevölkerung des Stadtteil das Standortmanagement verstärkt wahr. 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 entwickelt. Hier ist der Begriff „der Kümmerer“ tatsächlich richtig.

13 Elektronischer Veranstaltungskalender

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.

15 Beleuchtungssituation im Stadtteil

Bei einer Abendbegehung konnte das Amt für Straßen- und Brückenbau, sowie die swb davon überzeugt werden, dass einige Bereiche des Stadtteils nicht genügend ausgeleuchtet sind. Eine Verbesserung wird permanent angestrebt.

Das ganze Thema Illuminierung an bestimmten Orten des Stadtteils sollte in Zukunft für ein noch positiveres Stadtbild sorgen. Die gefühlte Stimmung kann gerade in der dunklen Jahreszeit eine gute Auswirkung haben. Ein wichtiger Punkt ist das Thema Sicherheit, welche durch Helligkeit gesteigert werden könnte.

16 Stadtteelführer

Gleich nach der ersten Auflage des Stadtteelführers (siehe 2013) haben sich weitere Interessenten gemeldet, die gerne mit Inseraten aufgenommen werden wollten. Durch eine permanente Fluktuation ist eine Aktualisierung des Stadtteelführers dringend notwendig. Die Auflage von 5000 Stück war schnell vergriffen. Viele Bürger fragen nach dem Nachschlagewerk. Ab 2015 sollte es eine Neuauflage des Stadtteelführers geben.

MASSNAHMEN UND TÄTIGKEITEN

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
Georgstraße 30, 27570 Bremerhaven
www.standort-geestemuende.de
www.am-besten-geestemuende.de
www.bid-schillerstraße.de

Unterstützt durch:



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.