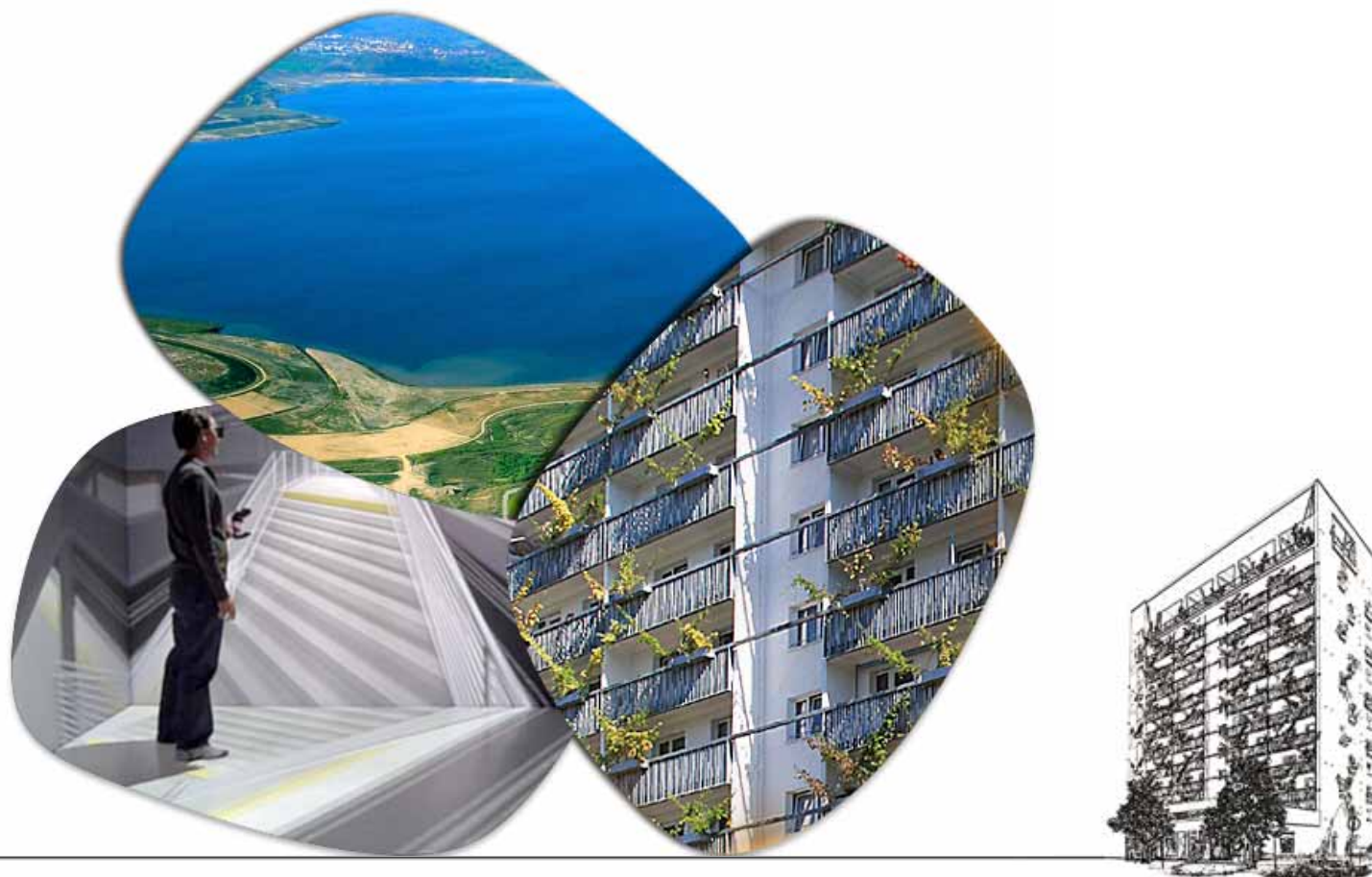




HOYERSWERDA STADTMARKETING

Stadtratsitzung – 23. Februar 2010

„Als Konrad-Zuse-Stadt wird sich Hoyerswerda zum Herz des Seenlandes entwickeln und dabei als Energiestandort besonders auffallen“



Es gibt **keinen breiten Konsens** darüber, an welchem Schwerpunkt sich die Entwicklungsstrategie der Stadt langfristig ausrichten sollte.



Vier Szenarien...

und noch mehr Optionen...

... Entscheidungen sind gefragt!

Am 07. April 2009: Auftrag an die Agentur DIE PARTNER GMBH zur Erstellung eines Marketingkonzeptes für die Stadt Hoyerswerda.



Phase 1: Marketingentwicklung

- Bestandsaufnahme
- Expertengespräche / Auswertung
- Marketing-Entwicklung / Vier-Szenarien-Strategie / Vorschlag



Phase 2: Dialog

- Workshop mit den Stadtrat-Fraktionen
- Austausch mit den Wirtschaftsverbänden
- Austausch mit der Leitbild-Arbeitsgruppe



Phase 3 (Entscheidung/Umsetzung)

- Stadtrat-Sitzung / Beschluss
- Kommunikation
- Umsetzung

Entwicklungsstrategie

Ziel 1 Entscheidungen zu Schlüsselfragen

Braugasse / Konrad-Zuse-Museum / Schwarzer-Markt / Altstadt-Fußgängerzone

Ziel 2: Strategischer Umgang mit dem Schrumpfungsprozess

Ziel 3 Strategische Entwicklung des Tourismus

Stadtentwicklung / touristische Angebote / Vermarktung

Ziel 4 Weiterentwicklung der Kulturszene

Fortführung des Kulturentwicklungsplanes / Kulturpolitik

Ziel 5 Entwicklungsstrategie für die Altstadt

Ziel 6 Nutzung und Steigerung des städtischen Kreativpotenzials

Szenario „Seenland“



1. „Herz des Seenlandes“ ist ein Ziel und kein Ist-Stand

- schwerwiegende Infrastrukturdefizite
- keine Priorität der Stadt
- Wettbewerbsnachteile
- Unzureichendes touristisches Angebot

2. Abhängigkeit vom Erfolg des Seenlandes-Projektes

Die Mitgliedschaft beim Zweckverband Elstertal ist unzureichend:
Es ist zwingend notwendig, mehr **Einfluss auf inhaltliche Entwicklungen des Seenlandes** nehmen zu können.

3. Seenland ist noch nicht identitätsstiftend

- Kein „Wir sind Seenland-Gefühl“
- Imagewechsel notwendig

Ziele für Hoyerswerda

Gewinnung von Tagestouristen und Kurzurlaubern aus dem Seenland

Aus einem 4-Tagesprogramm **einen Tag für den Citytourismus** gewinnen (Besuch von HY)

- klare Positionierung der Stadt im Seenland
- Bessere Anbindung der Stadt an die Verkehrswege des Seenlandes.

Profilierungsthemen

Geschichte des Seenlandes

Erlebnistag: „Zurück zur Quelle des Seenlandes“/Kohleabbaugebiet

Skater, Radfahrer und Handbiker

Seenland-Infozentrale

Kulturelles Rahmenprogramm

kurzfristig mit sommerlichen Aktivitäten,
perspektivisch mit Vier-Saison-Angeboten



Aufbau einer maritimen Atmosphäre

PROFILIERUNG „GESCHICHTE DES SEENLANDES / INFOZENTRALE“

- Erlebnispark Seenland

Seenland-Miniaturpark / Erlebnis / Event / Familienareal

- Verbindung Stadt und Seen als Erlebnispfad

Tretbus/ Party-(Round)Bike / Erlebnispfad „Land im Wandel“

PROFILIERUNG „KULTURELLES ANGEBOT“

- Entwicklung einer Sommer- bzw. Winteravenue (Strand/Eis)

Gastronomie, Sport, Freizeit, Erholung, Sandskulpturen

PROFILIERUNG „RADFAHRER, SKATER & HANDBIKER“

- Radwegausbau / Infrastruktur für Radtouristen

- Ausbau der Schwarzen Elster mit begehbaren bzw. **befahrbaren Ufern**



Strategie für den Scheibe- & Knappensee

- Freizeit- und Tourismusangebote
- Kulturelle Bespielung der Seen
- Festival SEENSUCHT (mit eigenem Profil)



Violon sur le Sable, Frankreich



Melt Festival, Ferropolis-Gelände bei Gräfenhainichen



VISION

Erweiterung der Seenland-Kanalverbindungen bis zum Scheibesee

Voraussetzung: ein Entwicklungsplan für den Scheibesee

Wasserstadt

- Wiederaufnahme/Aktualisierung des abgelegten Konzeptes
- zurück zu den früheren innerstädt. Wasserwegen (authentisch)
- Schaffung einer frei erfundenen Wasserstadt (pragmatisch)

Ausbau der Schwarze Elster



Szenario „Seenland“ Pro & Kontra, Brennpunkte

Pro und Contra

Stärken	Schwächen
positive Effekte nach Innen und Außen	Abhängigkeit vom Erfolg des Seenlandes
Konzept gut vermittelbar	thematische Einschränkung
politische Synergien mit Region	regionaler Wettbewerb
starke Vision	

Entscheidung zu den Brennpunkten

KUFA	Braugasse I
Konrad-Zuse-Museum	Knappenrode oder Innenstadt
Schwarzer Markt	Keine Bebauung
Altstadt als Fußgänger-Zone	?
Seenlandmesse	deutlicher Ausbau
Scheibensee	Priorität



SEENLAND

Teil 3: Szenario „Konrad Zuse“



Ziele

- Profilierung durch das Thema „Computer“ ist sehr aufwendig, daher nicht empfehlenswert
- Ein Konzept „Konrad Zuse“ braucht **Authentizität**
 - Im Leben von Konrad Zuse ist der größte und einzig wirklich greifbare Anknüpfungspunkt zu Hoyerswerda sein Abitur
 - der überproportionale Anteil an Abiturienten sowie die breite Bildungsinfrastruktur ist eine Stärke der Stadt (Bildungswesen)



Positionierung der Stadt im Bereich „Bildung“ logisch und denkbar, dennoch perspektivisch nicht ausreichend

Ziele

Nicht K. Zuse sollte das Thema sein, sondern das, was er verkörpert

Die Kombination aus Technik (Ingenieur), Kreativität (Erfindergeist) und Kunst (Maler)

Oberziele des Szenarios „Konrad-Zuse“:

- Nischenpositionierung der Stadt im Bereich **„Kreativität, Technik und Kunst“** erreichen
- Junge Generation länger in Hoyerswerda halten
- Wissenschaftliches, kreatives Potenzial in der Stadt entwickeln



Ziele

Profilierung der Stadt als Standort für Kreativität, Technik und Kunst

- Konrad Zuse-Erbe
- Forschung
- Museum
- Bildung
- Kunst und Technik
- Architektur/Stadtplanung/städtische Infrastruktur



ERHALT DES GEISTIGEN ERBES VON KONRAD ZUSE

- Führungsrolle in Deutschland und Europa
- Ausbau eines internationalen Netzwerkes

FORSCHUNG UND ENTWICKLUNG

- Preis stiften für Softwareentwicklung
- deutschlandweite Relevanz über das „Jugend forscht/entwickelt-Projekt“
- Arbeitsstipendien und logistisch / finanzielle Unterstützung für Informatiker
- Kontakte zu Zukunftsbranchen (u. a. Spiel- und Musikindustrie, Lernsoftware)





BILDUNG

- Kinder und Jugendbildung
- Neue Studiumsangebote und Alleinstellungsmerkmale
- Mehrgenerationen-Lernen
 - Lifelong-Learning-Programm der EU / „Senioren-Uni“ /
 - Senioren und Technologien / Testmarkt für pädagogische Software



KONRAD-ZUSE-MUSEUM

- Standort in der Innenstadt (Neu- oder Altstadt)
- modernes Konzept
- weltoffen, vernetzt



- Museum + Bildung + Event + Forschung
- Begehrter Computer
- Erlebniswelt



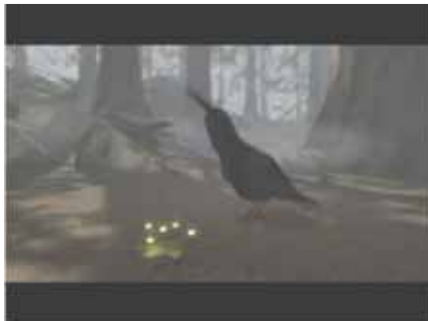
KUNST UND TECHNIK

- Animationsfilme / Machinima
- Performancekünstler „Stelarc“
- Electric-Dance-Festival
Bindung der nationalen und internationalen Szene / Jahresfestival
- Partnerschaft mit dem Chaos-Computer-Club (Projekte und Kongresse)
- Partnerschaft mit der Demoszene (Projekte und Kongresse)



ARCHITEKTUR UND STADTBILD

- eGovernment
- Telekommunikationsinfrastruktur und Experimentalprojekte
- Stadtbildprojekte



Szenario „Konrad Zuse / Kreativität, Kunst und Technik“

Pro und Contra

Stärken	Schwächen
breites, vielschichtiges Umsetzungsfeld	anspruchsvolles Konzept, schwer zu vermitteln
zielgruppenübergreifend	Schaffung neuer Strukturen notwendig
adäquate Ergänzung zum regionalen Angebot (Seenland)	
Konrad Zuse bleibt ein zentrales Element	

Entscheidung zu den Brennpunkten

KUFA	Braugasse I + künstlerische Ehrerbietung für Konrad Zuse (Ehemals Gedenkzimmer: Wachsfigurkabinett mit multimedialer Einbindung oder Hologramm-Technik)
Konrad-Zuse-Museum	Innenstadt / Teil der neu gegründeten Dachgesellschaft
Schwarzer Markt	Keine Bebauung
Altstadt als Fußgänger-Zone	?
Seenlandmesse	Konzeptanpassung bzw. -erweiterung notwendig
Scheibesee	wünschenswert



Teil 4: Szenario „Modellstadt“



Ziele

Das Szenario „Modellstadt“ sollte eine Antwort auf die zentrale Frage liefern:

„Wie wird die Stadt Hoyerswerda in 10 bis 20 Jahren aussehen und womit wird die Stadt trotz erheblicher Schrumpfung welche Funktion in der Region einnehmen?“

Hoyerswerda auf dem Weg zur Mehrgenerationen-Stadt/Familienstadt

Wie sieht die Stadt der Zukunft aus im Hinblick auf ein menschenwürdiges generationsübergreifendes Zusammenleben?



Ziele

Festlegung der Themen mit Modellcharakter-Potenzial

- Stadtumbau
- Bildung
- Jugend/Kinder/Familie
- Senioren
- Energie





KONZEPT ZUM MEHRGENERATIONVIERTEL

- Vorsprung durch innovativen Umgang mit Architektur (Stadtumbau) und zukunftsweisender Funktionalität der Innenausstattung
- Investition im Bereich „Stadtumbau“



POSITIVER UMGANG MIT DER BAUSUBSTANZ

- Begleitende Öffentlichkeitsarbeit und Rahmenprogramm
- Event-Konzept Parkour: Entdecke die Stadt neu
- Festival / Landes- bzw. Bundeswettbewerb
- Kunst Events





MEHRGENERATIONEN-KULTUR UND BILDUNG

- Rückgrat der Strategie bildet das politische Konzept der kulturellen Bildung sowie die europäische Initiative „Lifelong Learning“
- Einbeziehung von KUFA und NATZ
- „Kunstakademie“ mit Studienmöglichkeiten für Alt und Jung
- Senioren-Uni in Kooperation mit klassischen Studiengängen



BILDUNGSOFFENSIVE

- Kita-Modernisierung als Modellprojekt
- Mittelschule zur Oberschule
- „Selbständige Schule“
- Häuser des lebenslangen Lernens
- Vereinbarkeit von Studium und Familie (als USP für Akademie)
- Weitere Projekte in den Bereichen Sport, Jugendarbeit, Pädagogik usw.



STADT IM WANDEL

- Energiestadt
- Modellprojekte der Sächsischen Staatsregierung
- Städte Kinderpreis
- Umgang mit Plattenbau



KULTURELLES PROGRAMM ZUR „STADT IM WANDEL“

- Quickchange-Festival
- Kunst in der Stadt / für die Stadt



Szenario „Modellstadt“

Pro und Contra

Stärken	Schwächen
Zukunftsthema	später Zeitpunkt
konkrete, greifbare Themen	kompletter Abbau des 1991-Traumas notwendig
	Stadtbild ist das dominante Thema, bedient das negative Thema der Stadt

Entscheidung zu den Brennpunkten

KUFA	Braugasse I oder Neubau
Konrad-Zuse-Museum	Innenstadt oder Knappenrode
Schwarzer Markt	Bebauung empfehlenswert nach historischem Vorbild
Altstadt als Fußgänger-Zone	Ja, mit entsprechendem Ausbau zum Familien-Areal
Seenlandmesse	keine Priorität
Scheibensee	keine Priorität



Teil 5: **Szenario „Energie“**



Ein Wettbewerbsvorteil entsteht nur dann:

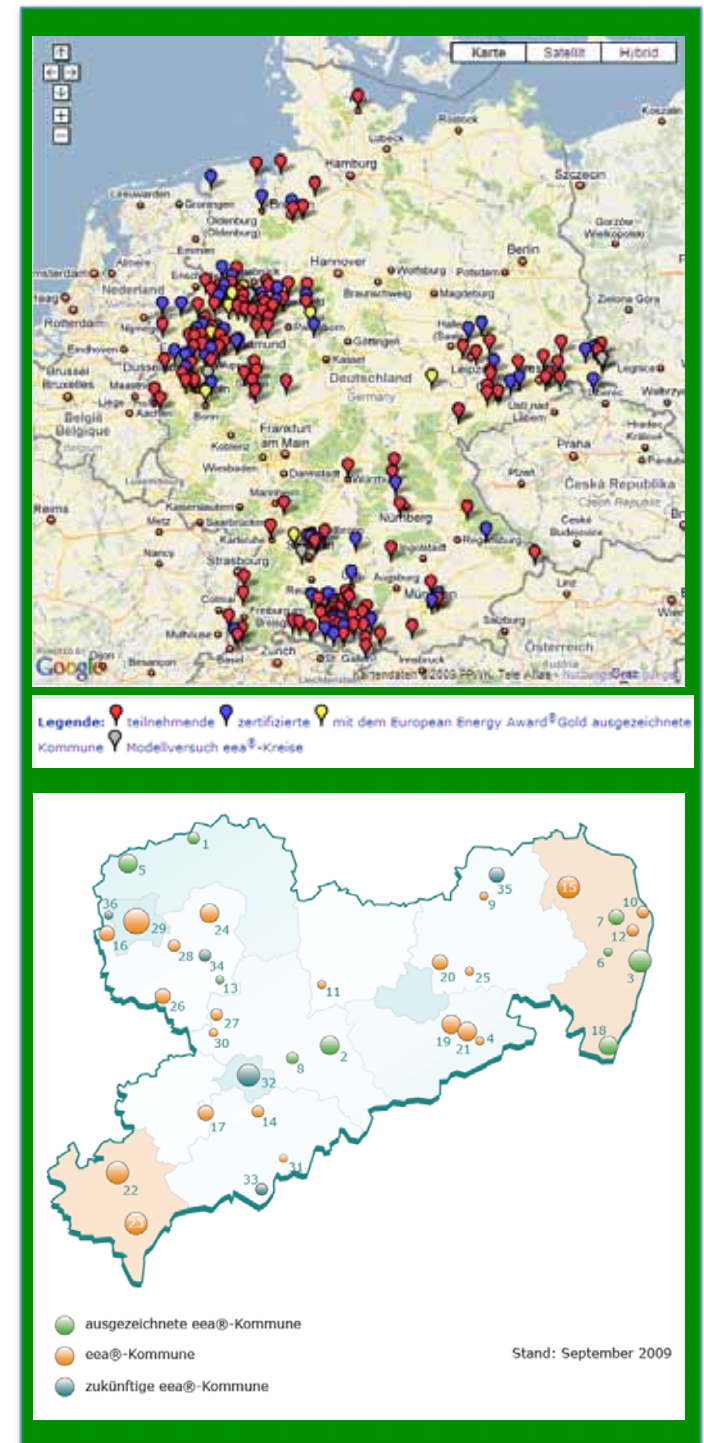
- wenn Hoyerswerda das Thema „Energie“ für sich als Alleinstellungsmerkmal besetzen kann
- oder sich zumindest qualitativ und quantitativ regional bzw. überregional als Vorreiter etabliert.

Ergebnis:

eine für die Stadt Hoyerswerda äußerst ungünstige Wettbewerbssituation

Eine zentrale Rolle beim Stadtmarketing kann dieser Schwerpunkt bis auf weiteres nicht spielen.

Aktueller Stand der Beteiligungen
Am European Energy Award



Mut zu Entscheidungen



**HOYERSWERDA
STADTMARKETING**

Die Entscheidungskriterien

- Regionale Einbindung (Seenland)
- Breitflächiger, vielschichtiger Handlungsrahmen (Konrad Zuse)
- Orientierung an Themen mit einer breiten gesellschaftlichen und politischen Akzeptanz (Modellstadt/Bildung)

Unser Vorschlag: Mischform

- Leitkonzept: Konrad Zuse/Kunst und Technik
- Ergänzt durch ausgewählte Bausteine aus den Seenland- und Modellstadt-Konzepten

KREATIVITÄT, KUNST UND TECHNIK

	Konrad Zuse		Forschung	Bildung	Museum	Kultur/Events (Kunst und Technik)	Architektur/ Stadtplanung
T H E M E N	Erhalt des geistigen Erbes	HY als Mekka der Informatik	Zukunftsmärkte	Mehrgenerationen- lernen: u.a. Senioren-Uni	Erlebniswelt	Belebung des inner- städtischen Lebens touristische, kulturelle Highlights	Modernität und Geschichte / Servicegesellschaft
	Netzwerk- Ausbau	Preis stiften für Informatiker	Demoszene	pluridisziplinäres Ler- nen	begehrter Computer mit pädagogischem Angebot	Machinima	Telekommunikation
P R O J E K T E		Arbeitsstipendien	Existenzgründer			Künstler (u.a. Stelarc)	E-Verwaltung
		Chaos Computer Club	Software	Software und IT-Technologien		Electric Dance Festival	experimentale Projekte
				Bildungsinitiative: - Studium und Familie - Kitamodernisierung - Mittel- zur Oberschule - Selbständige Schule - lebenslanges Lernen		Quickchange Festival	Wahrzeichen „Kunst und Technik“
							Erlebnispfad und Seenlandpark
							Strandavenue
							Ausbau der Uferberei- che der Schwarze Elster
							Ausbau des Standortes am Scheibensee

 Kunst und Technik

 Seenland

 Modellstadt

Zum Schluss eine kleine Geschichte...

- Vor 21 Jahren an der französischen Atlantikküste spielt ein Violonist ...
- Ein Jahr später ist es schon ein Quartett ... in den darauf folgenden Jahren ein Kammerorchester ... ein Ensemble mit 20 Musikern und einem Chefdirigenten
- ... schließlich führt ein Sinfonie Orchester ein einmaliges Konzert auf.
- Schon wenige Jahre später werden drei Konzerte im Laufe einer Woche angeboten, das Orchester besteht zu diesem Zeitpunkt aus rund 60 Musikern ...





Heute lassen 85 Musiker und viele internationalen Solisten eine Woche lang den Strand zur Bühne werden. Jedes Konzert zieht mehr als 40.000 begeisterte Zuschauer nach Royan.



Lassen Sie es uns gemeinsam...

...Träume wahr werden lassen... Vielen Dank!

