




© Steffen Peschel

„Großenhain 2030“

Ein Leitbild für die Stadt Großenhain

Vorstellung Ergebnisstand im Stadtrat am 12.06.2019

Das Dokument ist urheberrechtlich geschützt. Die Rechte liegen bei der GMA Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH. Die Folie ist Bestandteil einer Präsentation und ohne mündliche Erläuterung unvollständig. © GMA



AGENDA

- 1. Rückblick**
2. Überblick
3. Einblick
4. Ausblick

2

Was ist ein Leitbild?

GMA
Forschung / Beratung / Umsetzung

Warum wir ein Leitbild brauchen

Wir leben in einer Zeit rasanter globaler Veränderungen, in der auch die Städte ihren Platz neu bestimmen müssen. Deshalb beschloß der Rat der Stadt Wolfsburg im Mai 1996, eine Konzeption zu entwickeln, die sich ausdrücken mit der Zukunft der Stadt beschäftigt. Diese Stadtkonzeption ist ganzheitlich, partnerschaftlich und prozessorientiert angelegt. Sie besteht aus den vier Schwerpunkten Imageanalyse, Stadtleitbild, Maßnahmenkatalog und Marketingkonzept. Sie wird in einem offenen, fortlaufenden Prozeß weiterentwickelt.

Während die Imageanalyse den Ist-Zustand aus Sicht der Bürgerinnen und Bürger beschreibt, **ist das Leitbild ein viel weitergehendes Aufgebot. ES SOLL UNS HELFEN, DIE IDENTITÄT UNSERER STADT KLARER ZU FASSEN UND SIE DAMIT FÜR UNS SELBST TRANSPARENZ ZU MACHEN. ES BAUT AUF VORHANDENEN IMAGE-FAKTOREN AUF UND NIMMT EIN STÜCK ZUKUNFT VORWEG - ES GIBT UNS EINE IDEE, EINE VISION VON DEM WOLFSBURG, IN DEM WIR IN ZUKUNFT LEBEN WOLLEN.** Es beschreibt unsere Stärken, aber es nennt auch Schwächen, damit wir an ihnen arbeiten können.

Um diesem Anspruch gerecht zu werden, wurde das Wolfsburger Stadtleitbild von rund 200 Persönlichkeiten aus Wirtschaft und Gesellschaft sowie des Rates und der Verwaltung der Stadt erarbeitet. Eine Leitbildkommission und sechs Facharbeitsgruppen haben die Ergebnisse diskutiert und zusammengefaßt. Es handelt sich also um ein Gemeinschaftswerk.

DAS STADTLEITBILD IST IN ERSTER LINIE NACH INNEN GERICHTET. ES BIET ORIENTIERUNG FÜR DAS ZUKÜNFTIGE HANDELN DER POLITIKER, DER VERWALTUNG, UNTERNEHMEN, VEREINE, VERBÄNDE UND PRIVATEN INITIATIVEN. UND ES SOLL BEI DEN BÜRGERINNEN UND BÜRGERN INSGESAMT EINE DISKUSSION ÜBER DIE ZUKUNFT DER STADT IN GANG SETZEN UND MÖGLICHT VIELE FÜR EINE MITARBEIT AUF GEMEINSAMER BASIS GEWINNEN. AUSWÄRTIG BIET DAS LEITBILD EINSICHTEN IN DIE ZUKÜNFTIGEN ENTWICKLUNGSSCHWERPUNKTE DER STADT.

EIN LEITBILD IST EINE NAVIGATIONSHILFE AUF DER FAHRT IN DIE ZUKUNFT. AN IHM WERDEN SICH MASSNAHMENKATALOG UND MARKETINGSTRATEGIEN ORIENTIEREN, UM EIN GEZIELTES HANDELN ZU ERMÖGLICHEN.

Wie wir die gemeinsame Vision erreichen wollen, welche Botschaften wir den verschiedenen Zielgruppen vermitteln, das alles werden wir in den nächsten Schritten erarbeiten. Das Leitbild hilft uns dabei, das gemeinsame Ziel nicht aus den Augen zu verlieren – denn nur wer sein Ziel kennt, findet den besten Weg.

LEITBILD DER STADT ZWICKAU
ZWICKAU
FÜR ALLE
Für Leben

3

Dr. WOLFGANG GUTHARDT Stadtrat

Start für Leitbild Großenhain 2030

GMA
Forschung / Beratung / Umsetzung

Jetzt mitmachen bei der Umfrage zur Entwicklung des städtischen Leitbildes!



Foto: Ingo Severin

Wo steht Großenhain im Jahr 2018? Wie wohnt und lebt es sich in der „freundlichen Stadt im Grünen“? Insgesamt 14 Fragen können alle Großenhainerinnen und Großenhainer ab sofort bis zum 31. August 2018 mittels Fragebogen beantworten.

Quelle: Großenhainer Amtsblatt | Jahrgang 2018, Nr. 07, 25.07.2018 | www.grossenhain.de

antworten und damit ihre Sicht auf die Stadt und das städtische Leben unmittelbar zum Ausdruck bringen.

Unterstützt von der GMA, der Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH, wurde für die Bürger in Großenhain ein kurzer Fragebogen entwickelt. Dieser kann bequem per Hand oder auch mit wenigen Maus-Klicks am Computer oder per internetfähigem Mobiltelefon ausgefüllt werden. Das Bearbeiten des Fragebogens, den Sie ab Seite 15 in diesem Amtsblatt zum Heraustrennen finden, dauert nur ein paar Minuten, liefert den Fachleuten aber wichtige Erkenntnisse. Der Fragebogen liegt außerdem in der Großenhain-Information und der Zabeltitz-Information zur Mitnahme aus. Je mehr Bürgerinnen und Bürger an der Umfrage teilnehmen, desto repräsentativer werden die Ergebnisse!

Den ausgefüllten und gehefteten Fragebogen können Sie bis zum 31. August 2018 in der Großenhain-Information

- 300 Teilnehmer an telefonischer Haushaltsbefragung durch GMA
- 623 Teilnehmer an schriftlicher und online-Haushalts- und Bürgerbefragung (veröffentlicht über Presse, Amtsblatt u.a. digitale Medien)
- 78 Teilnehmer an Gewerbebefragung (schriftlich und online)

1.001 Meinungen

4

Ausgewählte Erkenntnisse aus Befragungsergebnissen



- // insgesamt sehr **positive Grundeinstellung** zu Großenhain mit vielen attraktiven Merkmalen bzw. Potenzialen in der Stadt
- // hohe **Zufriedenheit** mit **Wohnsituation**
- // sehr **positive Bewertungen** von **Grün- und Freiflächen**, **Erscheinungsbild** der Stadt, **Aufenthaltsqualität**, **Fußgängerfreundlichkeit**, **Sauberkeit**
- // **negative Bewertung** von **Freizeitangeboten**, **medizinische Versorgung**, **ÖPNV**, **Fahrradfreundlichkeit**, **Behindertenfreundlichkeit**, **Angebote für Jugendliche** und **ältere Bürger**
- // **Zentrum** für **Einkäufe** und andere **Dienstleistungen** am häufigsten besucht
- // sehr viele, z. T. **konkrete Projektvorschläge** für positive Entwicklung der Stadt (insbes. zu Verkehr, Infrastruktur, Freizeit, Kultur, Verwaltung, Einzelhandel, Innenstadt)

5

AGENDA



1. Rückblick

2. Überblick

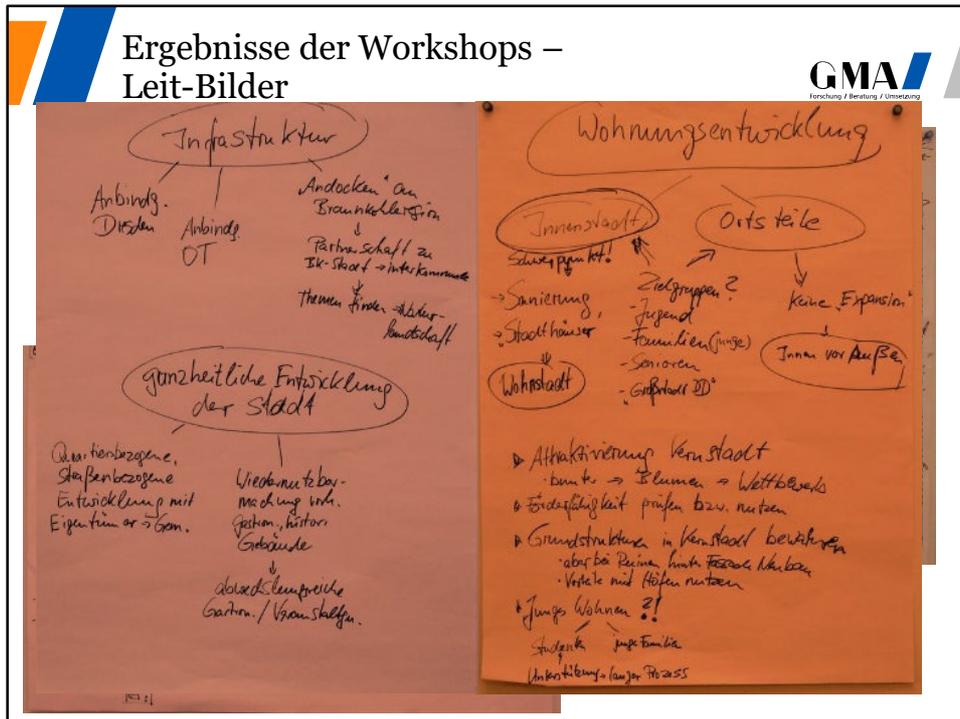
3. Einblick

4. Ausblick

6



Ergebnisse der Workshops – Leit-Bilder



AGENDA

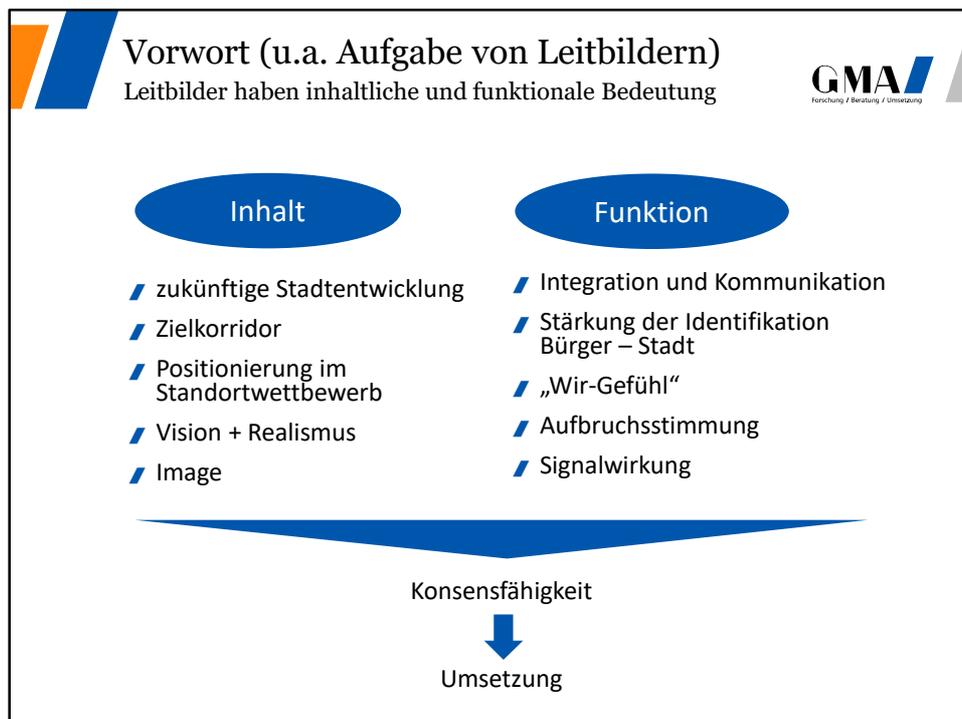
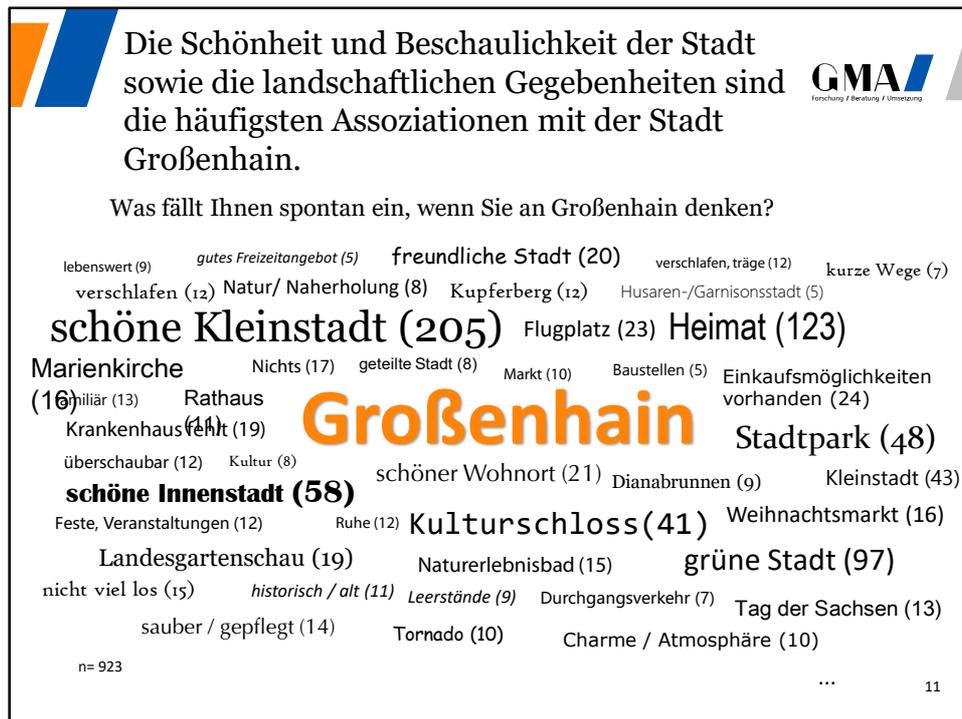


1. Rückblick

2. Überblick

3. Einblick

4. Ausblick





Zusammenfassung Ergebnisse nach 1. Workshop



Bildung, Kultur, Soziales
und Sport

Einzelhandel, Gewerbe,
Dienstleistungen und
Gastronomie

Tourismus, Freizeit,
Umwelt, Natur und
Klima

Wohnen und Leben
in der Stadt

Kommunikation, Information und Vernetzung in Bildung und Kultur

Wir wollen...

- eine zentrale (Informations-) Plattform für Schulen, Kindergärten und Vereine.
- lokale Initiativen und Veranstaltungen publik machen → Öffentlichkeitsarbeit ausweiten.
- den digitalen Ausbau forcieren.
- die vorhandenen Angebote auch überregional bekannt machen.

13



Zusammenfassung Ergebnisse nach 1. Workshop



Bildung, Kultur, Soziales
und Sport

Einzelhandel, Gewerbe,
Dienstleistungen und
Gastronomie

Tourismus, Freizeit,
Umwelt, Natur und
Klima

Wohnen und Leben
in der Stadt

Netzwerke und moderne Technik für Bildung und Soziales

Wir wollen...

- die vorhandenen Angebote im Bildungs- und Kulturbereich medial besser verbreiten.
- Aufenthaltsmöglichkeiten für alle Generationen und sozialen Schichten.
- moderne Schulen.
- mehr Betreuung und Versorgung im medizinischen Bereich.
- telemedizinische Möglichkeiten für den ländlichen Raum nutzen.
- digitale Angebote besser kommunizieren.

14



Zusammenfassung Ergebnisse nach 1. Workshop



Bildung, Kultur, Soziales
und Sport

Einzelhandel, Gewerbe,
Dienstleistungen und
Gastronomie

Tourismus, Freizeit,
Umwelt, Natur und
Klima

Wohnen und Leben
in der Stadt

Soziales Miteinander stärken

Wir wollen...

- sozial schwachen Familien die Finanzierung der Kita-Gebühren erleichtern.
- eine Anlaufstelle/einen Sozialraum für sozial Benachteiligte.
- Spielplätze für Kinder unter 6 Jahren ausbauen.
- Treffpunkte für Jugendliche schaffen.
- Aufenthaltsmöglichkeiten für Senioren schaffen.

Gemeinschaftliches Engagement im Vereinsleben

Wir wollen...

- eine Anlauf- und Beratungsstelle für kleinere Vereine.
- mehr Betreuung, Nachwuchsgewinnung in Sport-Vereinen.
- mehr Reha-Sportmöglichkeiten (z. B. Therapie-Becken).
- neue Veranstaltungen (z.B. Sportlerball).

15



Zusammenfassung Ergebnisse nach 1. Workshop



Bildung, Kultur, Soziales
und Sport

Einzelhandel, Gewerbe,
Dienstleistungen und
Gastronomie

Tourismus, Freizeit,
Umwelt, Natur und
Klima

Wohnen und Leben
in der Stadt

Vielfalt im Geschäftsbesatz und attraktives Geschäftsumfeld

Wir wollen...

- Entwicklung von innen heraus.
- der Zersiedlung der Stadt entgegenwirken.
- mehr Bewusstsein für die Schönheit der Stadt schaffen.
- vielfältiges, kleinteiliges Gewerbe erhalten.
- neue Konzepte in Betracht ziehen.
- Eigentümerstrukturen des Geschäftsbesatzes klären.
- Bio- und Regionalitätstrends stärker nutzen und kommunizieren.
- gastronomische Angebote für Besucher und insbesondere Jugendliche ausarbeiten.

16



Zusammenfassung Ergebnisse nach 1. Workshop



Bildung, Kultur, Soziales
und Sport

Einzelhandel, Gewerbe,
Dienstleistungen und
Gastronomie

Tourismus, Freizeit,
Umwelt, Natur und
Klima

Wohnen und Leben
in der Stadt

Abwechslungsreiches und interessantes Geschäftsleben

Wir wollen...

- Stadtstruktur entwickeln, um Leben hier zu bestreiten.
- Umnutzung leerstehender Immobilie ermöglichen/erleichtern.
- Treffpunkte in der Innenstadt schaffen.
- mehr Teilnahme der Händler an Großenhain aktiv (z. B. Einkaufsnacht, Stiefelfüllen).

17



Zusammenfassung Ergebnisse nach 1. Workshop



Bildung, Kultur, Soziales
und Sport

Einzelhandel, Gewerbe,
Dienstleistungen und
Gastronomie

Tourismus, Freizeit,
Umwelt, Natur und
Klima

Wohnen und Leben
in der Stadt

„Freundliche Stadt im Grünen“ stärken

Wir wollen...

- die Besonderheiten Großenhains besser herausstellen.
- eine saubere und grüne Stadt.
- Bewusstsein für Nachhaltigkeit schaffen.
- Förderung von Stadt und Umland.
- nachhaltige Energien nutzen, energieautark werden.
- Waldflächen erhalten + erweitern.

Attraktive Freizeit- und Tourismusmöglichkeiten

Wir wollen...

- eine Einbindung Großenhains in die Region
- mehr Freizeitmöglichkeiten in der Kernstadt und den Ortsteilen
- ein reges Stadtleben mit einer engagierten Einwohnerschaft
- die touristische Infrastruktur optimieren

18

Zusammenfassung Ergebnisse nach 1. Workshop



Bildung, Kultur, Soziales
und Sport

Einzelhandel, Gewerbe,
Dienstleistungen und
Gastronomie

Tourismus, Freizeit,
Umwelt, Natur und
Klima

Wohnen und Leben
in der Stadt

Gute Wohn- und Lebensverhältnisse
Wir wollen...

- das Bewusstsein für die eigene Stadt/die eigenen Ortsteile schaffen.
- eine ganzheitliche Entwicklung der Stadt.
- städtebauliche Grundstrukturen in Kernstadt bewahren.
- eine (weitere) Attraktivierung der Kernstadt.
- Generationen zusammenbringen, Junges Wohnen, alternative Wohnformen anbieten.

Moderne Mobilität und Infrastruktur
Wir wollen...

- gesicherte ÖPNV-Anbindungen in die Ortsteile und nach Großenhain.
- ein gesamtstädtisches Radwegkonzept, Radwegenetz ausbauen.
- Minderung des Verkehrslärms.
- Erreichbarkeit der Behörden sichern.
- kleine Gassen zu Fußgängerzonen wandeln (ohne Autoverkehr).

19

Strategie, Ziele, Projekte nach Themen

Aufbau und Struktur der Inhalte



Handlungsfeld	1. Bildung, Kultur, Soziales und Sport
Thema	Bildung und Kultur
Leitsatz (Ist-Form)	Eine vielfältige Bildungs- und Kulturlandschaft ist die Basis für eine zufriedene Stadtgesellschaft. Die zentrale Informationsstelle trägt dazu bei, Angebotsinformationen breit zu streuen und die Generationen zusammenzubringen. Damit werden Orte untereinander und Menschen miteinander verbunden.
Projektspeicher <small>(mögliche Aufgaben/Projektansätze)</small>	<ul style="list-style-type: none"> ▸ Zentrale (Informations-)Plattform für Schulen und Kindergärten ▸ Soziale Medien für Veranstaltungen besser nutzen (Push-Benachrichtigungen)

20

Strategie, Ziele, Projekte nach Themen

Aufbau und Struktur der Inhalte

GMA
Forschung / Beratung / Umsetzung

Handlungsfeld 1. *Bildung, Kultur, Soziales und Sport*

Thema *Soziales*

Leitsatz (Ist-Form) **Ein gut ausgebautes Betreuungsnetz für alle Generationen und gesellschaftliche Schichten bietet soziale Sicherheit. Es gibt Anlaufstellen und Aufenthaltsorte für Jugendliche und Senioren, die mittels flächendeckender Mobilitätsangebote jederzeit erreichbar sind.**

Projektspeicher
(mögliche Aufgaben/Projektansätze)

- Betreuer Jugendtreffpunkt
- Projekt Jugend in Großenhain weiter ausbauen
- Schulsozialarbeiter für Freizeitgestaltung einbeziehen
- Errichtung einer medizinischen Notfallambulanz
- Ausbau des medizinischen Versorgungszentrums
- Telemedizinische Beratung anbieten

21

Strategie, Ziele, Projekte nach Themen

Aufbau und Struktur der Inhalte

GMA
Forschung / Beratung / Umsetzung

Handlungsfeld 1. *Bildung, Kultur, Soziales und Sport*

Thema *Sport*

Leitsatz (Ist-Form) **Ein aktives und gut vernetztes Vereinsleben sowie das abwechslungsreiche Sportangebot bieten ideale Voraussetzungen für eine gesunde und leistungsfähige Stadtgesellschaft.**

Projektspeicher
(mögliche Aufgaben/Projektansätze)

- Anlauf- und Beratungsstelle für kleinere Vereine
- Therapie-Becken
- Sportlerball mit Vereins-Speed-Dating

22

Strategie, Ziele, Projekte nach Themen

Aufbau und Struktur der Inhalte

GMA
Forschung / Beratung / Umsetzung

Handlungsfeld → **2. Gewerbe, Gastronomie, Einzelhandel und Dienstleistungen**

Thema → **Gewerbe und Gastronomie**

Leitsatz (Ist-Form) → **Gewachsene, historische Strukturen in Verbindung mit einem ansprechendem Branchenmix gewährleisten eine lebendige Innenstadt. Der qualitative Anspruch wird durch lokale und regionale Warenkreisläufe unterstrichen.**

Projektspeicher
(mögliche Aufgaben/Projektansätze)

- praxisorientierter Projektunterricht zum Kennenlernen der lokalen Gewerbetreibenden und ihrer Angebote
- Praktikumsbörse für Schüler

23

Strategie, Ziele, Projekte nach Themen

Aufbau und Struktur der Inhalte

GMA
Forschung / Beratung / Umsetzung

Handlungsfeld → **2. Gewerbe, Gastronomie, Einzelhandel und Dienstleistungen**

Thema → **Einzelhandel und Dienstleistungen**

Leitsatz (Ist-Form) → **Die kompakte Stadtstruktur und verkehrsberuhigte Bereiche mit hoher Aufenthaltsqualität laden zum Verweilen ein und beleben die Innenstadt. Das vielfältige Einzelhandelsangebot mit einem ausgewogenen Branchenmix und das Engagement der Händler binden die lokale Kaufkraft.**

Projektspeicher
(mögliche Aufgaben/Projektansätze)

- Stadteingangsschilder
- Kundenbindungsinstrument z.B. Bonussystem
- abgestimmte Öffnungszeiten
- Teilnahme am Wettbewerb „Ab in die Mitte“
- Werbung

24

Strategie, Ziele, Projekte nach Themen

Aufbau und Struktur der Inhalte

GMA
Forschung / Beratung / Umsetzung

Handlungsfeld → **3. Umwelt, Natur, Klima, Freizeit und Tourismus**

Thema → **Umwelt, Natur und Klima**

Leitsatz (Ist-Form) → **Großenhain wird seinem Slogan als „Freundliche Stadt im Grünen“ gerecht. Die gut informierte und engagierte Bürgerschaft sorgt für eine saubere, grüne und klimafreundliche Stadt. Nachhaltige, regionale Wirtschafts- und Konsumkreisläufe und kurze Wege fördern Stadt und Umland.**

Projektspeicher
(mögliche Aufgaben/Projektansätze)

- die Aktion „Frühjahrsputz“ als Projektwoche in den Schulen verankern
- bei Straßenaus- und Neubau mehr Begleitgrün anpflanzen (Bäume)
- gemeinsame Veranstaltungen von Händlern, Gastronomen und sozialen bzw. kulturellen Einrichtungen im Sinne des Natur- und Klimaschutzes
- neue Nutzungskonzepte und –möglichkeiten für brachliegende Kleingärten in Betracht ziehen
- einen Bio-/Erlebnisbauernhof mit sozialem Kontext

Strategie, Ziele, Projekte nach Themen

Aufbau und Struktur der Inhalte

GMA
Forschung / Beratung / Umsetzung

Handlungsfeld → **3. Umwelt, Natur, Klima, Freizeit und Tourismus**

Thema → **Freizeit und Tourismus**

Leitsatz (Ist-Form) → **Die Kernstadt und ihr Umland sind durch die Freizeit- und Tourismusinfrastruktur gut miteinander vernetzt. Das kleinstädtische Flair ergänzt sich gut mit der umliegenden Kulturlandschaft und bildet einen idealen Ausgangspunkt für Tagesausflügler und Einwohner.**

Projektspeicher
(mögliche Aufgaben/Projektansätze)

- Paketangebot für Touristen anbieten
- zentrale Informationsplattform für Freizeitangebote und touristische Highlights
- ein gesamtstädtisches Radwegkonzept, das die umliegende Kulturlandschaft mit einbezieht
- einen regionalen Wochenmarkt in regelmäßigen Abständen
- eine „Café- und Flaniermeile“ und ein Jugend-Café

26

Strategie, Ziele, Projekte nach Themen

Aufbau und Struktur der Inhalte

GMA
Forschung / Beratung / Umsetzung

Handlungsfeld 4. *Leben und Wohnen*

Thema *Leben*

Leitsatz (Ist-Form) **Großenhain ist eine attraktive und lebendige Stadt mit einer aktiven und selbstbestimmten Stadtgesellschaft. Ein generationenübergreifendes Netzwerk bringt alle Alters- und Sozialklassen zusammen. Die in Teilen verkehrsberuhigte Innenstadt lädt zum Verweilen ein.**

Projektspeicher
(mögliche Aufgaben/Projektansätze)

- konkrete Konzepte gegen Vereinsamung vorantreiben, z.B. Leih-Großeltern initiieren/unterstützen
- ein flächendeckendes öffentliches WLAN schaffen (Innenstadt)
- Mehrgenerationenwohnen, Hofumbauten
- Lebensmittelautomaten für Ortsteile ohne Nahversorgungsmöglichkeiten
- einen Stadtbus einrichten
- Teststrecke für E-Mobilität bzw. autonomes Fahren bauen

27

Strategie, Ziele, Projekte nach Themen

Aufbau und Struktur der Inhalte

GMA
Forschung / Beratung / Umsetzung

Handlungsfeld 4. *Leben und Wohnen*

Thema *Wohnen*

Leitsatz (Ist-Form) **Großenhain ist als attraktiver Wohnstandort für alle Generationen etabliert. Es gibt ein abwechslungsreiches Wohnungsangebot für die verschiedensten (Wohnraum-) Anforderungen. Durch die gute Anbindung nach Dresden hat sich Großenhain als Wohnstandort für Pendler von und nach Dresden etabliert.**

Projektspeicher
(mögliche Aufgaben/Projektansätze)

- Neubebauung von Stadtlücken leichter ermöglichen und medial stärken
- generationsübergreifende Wohnangebote in allen Ortsteilen entwickeln
- die leerstehende Poliklinik umnutzen
- den Wohnstandort Großenhain besser bewerben (siehe Radeberg/ Meißen)
- interkommunale Partnerschaften zu Braunkohle-Städten initiieren

28

Cittaslow als Zukunftsvision für Großenhain?

GMA
Forschung / Beratung / Umsetzung

Was steckt dahinter? **Cittaslow als Markenbezeichnung für Städte und Gemeinden, die sich um höchstmögliche Lebensqualität für Bürger, Unternehmer und Gäste bemühen.**

Kernaussagen

- Nutzung **moderner Kommunikationstechnologien** zur Netzwerkbildung und zum Austausch von Erfahrungen, Kulturen und innovativen Projekten und Ideen
- „In Zeiten zunehmender Schnelllebigkeit, Komplexität der Arbeitswelt und steigender Belastung der Umwelt, sehnen sich Menschen nach nachhaltigen Gegenentwürfen, **nach Lebensqualität, nach Entschleunigung.**“
- **Verknüpfung** des **demografischen Wandels** mit dem **digitalen Wandel**
- **Verknüpfung** von Anforderungen der **integrierten Stadtentwicklung** mit den **drei Dimensionen der Nachhaltigkeit** (Ökonomie, Ökologie und Soziales) und den Chancen der Digitalisierung

29

Cittaslow als Zukunftsvision für Großenhain?

GMA
Forschung / Beratung / Umsetzung

Was steckt dahinter? **Cittaslow als Markenbezeichnung für Städte und Gemeinden, die sich um höchstmögliche Lebensqualität für Bürger, Unternehmer und Gäste bemühen.**

Wozu dient es?

- „Die **Lebens- und Aufenthaltsqualität** werden sich weiter **positiv entwickeln** genauso wie die **Identifizierung** der Bürger mit ihrer **Heimatgemeinde** und der **Region**. Das **Zusammenleben** und die Gemeinschaft aller Gesellschaftsgruppen werden **gestärkt** und eine **intakte Natur- und Kulturlandschaft** fördert schließlich auch eine **nachhaltige und zukunftsweisende Tourismusentwicklung.**“
- **Lebensqualität** in bestehenden und neuen Stadtstrukturen verbessern und den öffentlichen Raum **aufwerten**


cittaslow

30

Cittaslow als Zukunftsvision für Großenhain?



Was steckt dahinter?

Cittaslow als Markenbezeichnung für Städte und Gemeinden, die sich um höchstmögliche Lebensqualität für Bürger, Unternehmer und Gäste bemühen.

Was beinhaltet es?

- Inhalte und Konzepte zu **regionalem Umweltschutz**
- Förderung des lokalen und **regionalen Charakters** der Gemeinden und zum Schutz und zur Stärkung lokaler Wurzeln, ihrer **Kultur** und **Tradition**
- gelebte, authentische **Gastfreundschaft**
- größtmögliche **Barrierefreiheit**
- nachhaltige innovative **Verkehrssysteme**
- nachhaltiges **Ressourcenmanagement**
- **Innovationen** auf dem **Arbeitsmarkt**
- **Partizipation** der **Stadtgesellschaft**
- Ausbau eines leistungsfähigen, flächendeckenden **Kommunikationsnetzes** → Voraussetzung zur **Stärkung** der ansässigen **Handwerks- und Gewerbebetriebe** und zur **Förderung von Neuansiedlungen**



Cittaslow Großenhain?

Prüfung der Kriterien für die Stadt



<p>Nachhaltige Umweltpolitik Innovative Technologien fördern Schonung der natürlichen Ressourcen Regionalverträgliche Konzepte Steigerung der Energieeffizienz</p>	<p>Typische Kulturlandschaft Vielfalt von Flora und Fauna schützen Charakteristische Eigenart bewahren Schönheit der Landschaft aufzeigen</p>
<p>Charakteristische Stadtstruktur Stadtgeschichte als Entwicklungspotenzial Behutsame Stadterneuerung Nachhaltige Stadtentwicklung</p>	<p>Regionaltypische Produkte Bewahrung traditioneller Herstellung Unterstützung natürlicher Produktionsabläufe Kurze Wege</p>
<p>Gastfreundschaft Qualitätsorientierte Gastronomie Pflegen von Städtepartnerschaften Weltoffenheit und Herzlichkeit</p>	<p>Regionale Märkte Förderung der Direktvermarktung Veranstalten von Wochenmärkten Schaffung regionaler Wirtschaftskreisläufe</p>
<p>Kultur und Traditionen Wahrung von regionalen Besonderheiten Förderung von Veranstaltungen Kulturelle Einrichtungen erhalten</p>	<p>Bewusstseinsbildung Geschmacks- und Sinnesschulung Förderung der regionalen Identität</p>



Grün = trifft entsprechend Leitbild für Großenhain zu

32

AGENDA

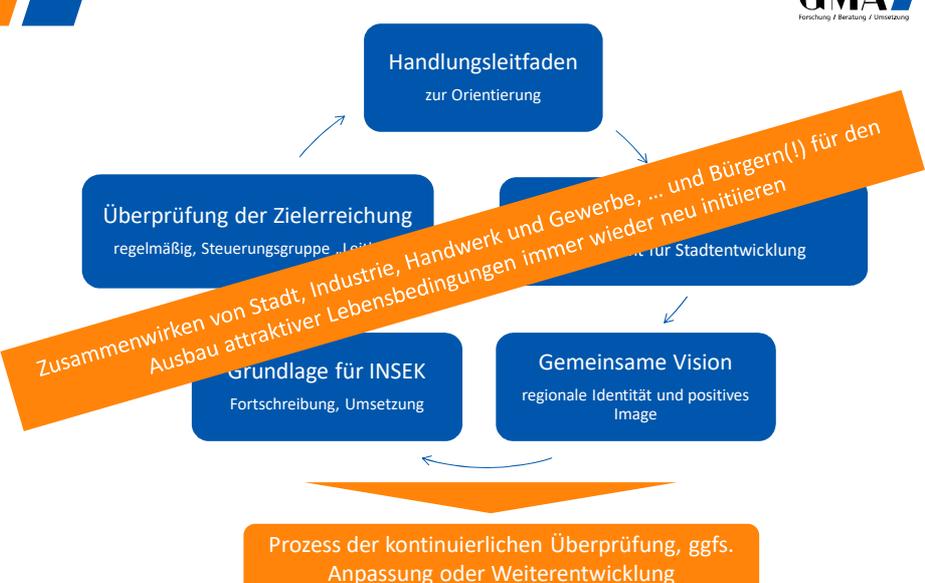


1. Rückblick
2. Überblick
3. Einblick
4. **Ausblick**

33

Die Fertigstellung





Handlungsleitfaden
zur Orientierung

Überprüfung der Zielerreichung
regelmäßig, Steuerungsgruppe ...

Grundlage für INSEK
Fortschreibung, Umsetzung

Gemeinsame Vision
regionale Identität und positives Image

Prozess der kontinuierlichen Überprüfung, ggfs. Anpassung oder Weiterentwicklung

34





**Danke für die
Mitarbeit!**



Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH
Ludwigsburg | Dresden, Hamburg, Köln, München
Geschäftsführer: Dr. Stefan Holl
Hohenzollernstraße 14
71638 Ludwigsburg

Telefon: +49 7141 9360-0
Telefax: +49 7141 9360-10
E-Mail: info@gma.biz
Internet: www.gma.biz

Büro Dresden
Niederlassungsleiter: Dr. Eddy Donat
Königsbrücker Straße 31-33
01099 Dresden

Telefon: +49 351 21672-73
Telefax: +49 351 802389-5
E-Mail: eddy.donat@gma.biz
Internet: www.gma.biz

Das Dokument ist urheberrechtlich geschützt. Die Rechte liegen bei der GMA Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH.
Die Folie ist Bestandteil einer Präsentation und ohne ausdrückliche Erlaubnung unvollständig. © GMA.