

- öffentlich -

## Sitzungsvorlage

für den Hauptausschuss am 04.12.2006  
für die Stadtverordnetenversammlung am 11.12.2006  
vgl. Wirtschafts- und Planungsausschuss vom 08.11.06

### **Neuausrichtung von Bad Oldesloe**

#### **1. Sachverhalt**

##### Ausgangslage

Trotz mehrerer Ansätze und Versuche verschiedener Akteure in den letzten Jahren konnten die erarbeiteten Grundlagen für die zukunftsweisende Ausrichtung von Bad Oldesloe nicht in eine konsensbildende Verabschiedung in Form eines Grundsatzbeschlusses der städtischen Gremien umgesetzt werden.

Diese Ausrichtung ist aber die Voraussetzung für die Definition von Zielen und Handlungsfeldern als Bestandteile einer integrierten Stadtentwicklung. Eine „Corporate Identity“ kann nur dann entwickelt werden, wenn Maßnahmen und auch Investitionsentscheidungen auf ihre diesbezügliche Wirkung geprüft und ausgerichtet werden. Zur Umsetzung und Begleitung ist ein Kommunikationskonzept zu entwickeln, was letztlich in die werbliche (Außen-) Darstellung mündet.

##### Leitwerte des Marketing Rates

Der Marketing Rat hat nach seiner Gründung sehr schnell begonnen, parallel zu den Überlegungen der möglichen Organisationsform für ein nachhaltiges Stadtmarketing eine Zielstellung für die Aufgabenerledigung zu formulieren.

Als Ergebnis dieser Diskussion hat der Marketing Rat auf der Grundlage der bereits erarbeiteten Arbeitsergebnisse (Zukunftskonferenz TIK; Agenda 21-Forum) und aus einer Stärken-/Schwächenanalyse heraus folgende vier auch in der Anlage ausführlich dargestellten Leitwerte erarbeitet, die ein neues selbstähnliches Profil für Bad Oldesloe ableiten:

**Bad Oldesloe – die lebendige und mobile Stadt mit hoher Wirtschaftskraft**

**Bad Oldesloe – die Bildungsstadt mit kultureller Identität**

**Bad Oldesloe – die Stadt im Grünen mit hohem Freizeit- und Erholungswert**

**Bad Oldesloe – die familienfreundliche Stadt der Generationen mit Tradition**

Die Ausrichtung dieser „Leitwerte“ berücksichtigt die vorhandenen Stärken

- Interessante Historie
- Strategisch günstige Lage
- Wasseraffinität und Naturnähe
- Fußgängerzone
- Schul- und Bildungsangebote
- Traditioneller Dienstleistungsstandort

und ist die Projektion der Potentiale der Stadt für die nächsten 20 Jahre auch mit dem Ziel einer wettbewerbsfähigen Profilierung. Die Einbindung aller engagierten Kräfte, die Nutzung der Potentiale und die konsequente Ausrichtung auf die neue Ausrichtung wird dann für Bad Oldesloe die notwendige Attraktivitätssteigerung generieren. Sie bietet allen Akteuren vor Ort die Möglichkeit, ihr Engagement im Sinne einer optimalen Profilierung der Stadt auszurichten.

Faktoren, wie

- Naherholung
- Gesundheit/Wohlfühlen
- Entspannung
- Familienfreundlichkeit

prägen dabei das zukünftige Bild der Stadt.

### Kernaussage

Um diese Ausrichtung in Hinblick auf die notwendige Kommunikation auf eine Kernaussage (nicht zu verwechseln mit der Werbeaussage) herunterzubrechen dienen die so genannten „ Weichen Faktoren“ – Natur, Familie, Entspannung – zur Ausprägung des zukünftigen Profils von Bad Oldesloe.

In Verbindung mit der strategisch günstigen Lage und der Historie sind das die herausragenden, selbstähnlichen Merkmale für Bad Oldesloe auch als Wirtschafts-Standort und fließen in die **Kernaussage**:



### Bild-/Wortmarke

Diese Inhalte nimmt auch die im vergangenen Jahr verabschiedete Bild-/Wortmarke konsequent auf und dient seitdem für die Außendarstellung der Stadt

Sie nutzt die Farbgebung und die weichen Linien als bevorzugtes Stilmittel. Die Definition und die Angaben zur Tonalität/Formensprache können flächendeckend in die Kommunikationsmaßnahmen implementiert werden.

### Stadtentwicklungskonzept

Auch das von einer Studentengruppe der TU Hamburg-Harburg im September 2006 vorgestellte Strategiepapier für die Stadtentwicklung von Bad Oldesloe definiert eine gleichlautende Zielsetzung. Auch hier wird eine Strategie der funktionalen Schwerpunktbildung und städtebaulichen Qualifizierung durch die Schaffung und Entwicklung von Freizeit- und Erlebnisräumen unter Konzentration auf die Stärken und Potentiale Bad Oldesloes empfohlen.

Dort wird ein städtebauliches Leitbild mit „Alte Stärken, Neue Qualitäten“ beschrieben. Die dort abgeleiteten Handlungsempfehlungen basieren auf den drei Konzeptbausteine

- Stadt mit Wohntalent
- Stadt mit Arbeitsstärke
- Stadt mit Erholungscharme

### Nutzen

Die formulierten Ziele der Stadtentwicklung/Neuausrichtung werden aktiv innerhalb von Bad Oldesloe kommuniziert zur

- Förderung der Identifikation mit der eigenen Stadt
- Mobilisierung von privatem Engagement,
- Gewinnung von Entscheidern und Multiplikatoren,
- Umsetzung der vorgeschlagenen Projekte und Maßnahmen
- zur besseren Koordination der einzelnen Aktivitäten
- zur Initiierung neuer Projekte
- zur besseren Außendarstellung der Stadt

### Maßnahmen

Zur Umsetzung sind erforderlich:

1. Grundsatzbeschluss der städtischen Gremien zu einer Neuausrichtung von Bad Oldesloe auf Basis des vom Marketing-Rat erarbeiteten Grundlagenpapier der „Vier Leitwerte“
2. Aktive und Zielgerichtete Kommunikation der daraus abgeleiteten Kernaussage ( „Vermittlung der Vision“)
3. Erarbeitung bzw. Abgleich von darauf ausgerichteten und koordinierten Maßnahmen/Veranstaltungen zur Identifikationssteigerung
4. Definition und Ansprache der gewünschten Zielgruppe(n)

Der Wirtschafts- und Planungsausschuss hat in der Sitzung am 8.11.2006 dem Hauptausschuss einvernehmlich den u.a. Beschlussvorschlag empfohlen.

## **2. Finanzielle Auswirkungen**

Für die erfolgreiche Umsetzung der zukünftigen Neuausrichtung von Bad Oldesloe ist in werblicher und ideeller Hinsicht ein umfassendes Marketing- und Kommunikationskonzept zu entwickeln und dem WPA zur weiteren Beratung erneut vorzulegen. Die mit der Aufstellung und Umsetzung verbundenen Kosten sind zur Zeit noch nicht abschließend quantifizierbar.

## **3. Berichtswesen**

Nach Fortgang

## **4. Beschlussvorschlag**

Die Stadtverordnetenversammlung möge beschließen:

Die Stadtverordnetenversammlung beschließt:

### 4.1

Die zukünftige Neuausrichtung von Bad Oldesloe erfolgt auf der Basis des vom Marketing-Rat erarbeiteten Grundlagenpapiers der „Vier Leitwerte“.

### 4.2

Die Verwaltung wird gebeten, Vorstellungen für die Umsetzung dieser Neuausrichtung durch einen nachhaltigen Kommunikations- und Marketingansatz zu entwickeln.

### 4.3.

Die Verwaltung wird gebeten, die Umsetzung von städtebaulichen Zielen und Maßnahmen sowie notwendiger Investitionsentscheidungen auf diese Neuausrichtung anzupassen und für die Strategie der zukünftigen Stadtentwicklung zu berücksichtigen.

Tassilo von Bary  
Bürgermeister



**Wirtschaft/Innenstadt**  
**Bad Oldesloe – die lebendige und mobile Stadt mit hoher**  
**Wirtschaftskraft**

- Kreisstadt, Produktions- und Dienstleistungsstandort mit nachhaltigem Wirtschaftswachstum
- Innenstadt als Einkaufs- und Kommunikationsschwerpunkt für Einwohner und Besucher
- Attraktiver Wohnstandort auf der Achse Hamburg – Lübeck
- Sprungbrett für die skandinavischen und osteuropäischen Märkte
- Hochwertige Unternehmen mit qualifizierten Fachkräften, Weiterbildungs- und Ausbildungsangeboten

**Maßnahmen**

- Entwicklung eines Stadtmarketing-Konzeptes, um Bad Oldesloe als Einkaufs- und Investitionsstadt mit sanftem Tourismus attraktiver zu machen (Service, Branchenmix, Erlebniswert schaffen)
- Verbesserung des Erscheinungsbildes durch mehr Sauberkeit, Sicherheit, Beleuchtung und Bepflanzungen
- Entwicklung ungenutzter Grundstücke und Leerstandsmanagement für die Innenstadtgeschäfte
- Beachtung der Bürgerumfragen und Weiterentwicklung des Bürgerhauses als zentralen Treffpunkt
- Akquisition zur Verbesserung des gastronomischen Angebotes und Belebung des Marktplatzes
- Verbesserung des Verkehrswegenetzes für alle Verkehrsteilnehmer einschließlich Verkehrs- und Parkleitsystem, Anlieferung und Parksituation für Pkws und Radfahrer
- Steigerung der Kommunikation zwischen Innenstadt und den Gewerbegebieten sowie aktive Bestandspflege ortsansässiger Betriebe
- Maßnahmen für Wohn- und Arbeitsprojekte (Innenstadtwohnungen, MI-Gebiete)
- Erreichbarkeit der Hansestädte Hamburg und Lübeck durch Elektrifizierung der Bahnlinie, ÖPNV, HVV



## **Bildung/Kultur** **Bad Oldesloe – die Bildungsstadt mit kultureller Identität**

- Eigenständiges Kulturleben zwischen den Städten Hamburg und Lübeck
- Anerkannter Bildungsstandort in Stormarn
- Integration unterschiedlicher Kultur-, Religions- und Altersgruppen
- Die Stadt mit Bürgersinn und gesellschaftlichem Engagement

### **Maßnahmen**

- Veranstaltungen auf zielgruppenorientiertem Niveau
- Koordination und Vernetzung des kulturellen Angebotes
- Förderung von internationalen Partnerschaften
- Attraktivitätssteigerung der Veranstaltungsorte
- Stärkung des Bildungsstandortes
- Förderung von Verantwortungsbewusstsein für gesellschaftsrelevante Themen



**Grün/Erholung**  
**Bad Oldesloe – die Stadt im Grünen mit hohem Freizeit- und Erholungswert**

- Die grüne Stadt mit Landwirtschaft im Umfeld
- Die Stadt mit erlebbarer Natur
- Sport-, Freizeit- und Erholungsort zwischen den Hansestädten

**Maßnahmen**

- Erhaltung hochwertiger Flächen
- Vervollständigung des vorhandenen Rad- und Wanderwegenetzes
- Belebung des Kurparks unter Berücksichtigung der Belange des Naturschutzes
- Modernisierung der Sportflächen und Bädereinrichtungen
- Entwicklung von Wellness- und Gesundheitsinitiativen bei Einbindung der bestehenden Betriebe



### **Tradition/Familie**

### **Bad Oldesloe – die familienfreundliche Stadt der Generationen mit Tradition**

- Die Kurstadt mit geschichtlicher Tradition
- Der Altstadt kern als historischer Handelsknotenpunkt zwischen den Hansestädten
- Die freundliche Stadt der kurzen Wege
- Die Stadt als Treffpunkt für ein Miteinander von Jung bis Alt

### *Maßnahmen*

- Förderung des eigenständigen Oldesloer-Stadt-Charakters
- Pflege der geschichtlichen Traditionen
- Weiterentwicklung der Kinderbetreuung
- Intensivierung der Kinder- und Jugendkultur
- Förderung des Generationsübergreifenden Wohnens