

## ÖFFENTLICHE BESCHLUSSVORLAGE

**Amt/Eigenbetrieb:**

61 Fachbereich Stadtentwicklung, Planen und Wohnen

**Beteiligt:**

OB/A Amt des Oberbürgermeisters

**Betreff:**

Demografische Entwicklung der Stadt Hagen

hier: Zusammenarbeit zwischen Politik/Verwaltung und Zukunftsforum/Stadtmarketingverein

**Beratungsfolge:**

22.06.2006 Rat der Stadt Hagen

**Beschlussfassung:**

Rat der Stadt Hagen

**Beschlussvorschlag:**

Der Rat der Stadt Hagen begrüßt die Zusammenarbeit des Zukunftsforums und des Stadtmarketing Hagen e.V. mit Rat und Verwaltung der Stadt auf den Ebenen der „Demografischen Prozesssteuerung“ und der „Markenbildung LEBENDIGES HAGEN“ und stimmt der in der Vorlage erläuterten Struktur der Zusammenarbeit zu.

Die Verwaltung wird beauftragt, bis zur ersten Ratssitzung nach der Sommerpause 2006 die als Matrix angelegte Liste der Handlungsfelder mit der Definition der Ziele und Maßnahmen aufzubereiten und geeignete Formen der Bürgerbeteiligung zu entwickeln.

In zwei Bereichen muss sich unsere Stadt in den kommenden Monaten und Jahren positionieren. Die für große Teile unseres Landes prognostizierten demografischen Veränderungen treffen auch Hagen. Um den Bevölkerungsverlust zu stoppen, müssen zahlreiche Maßnahmen auf unterschiedlichen Handlungsfeldern entwickelt werden. Die Arbeits-, Lebens- und Wohnqualität hat sich an zukünftigen Ansprüchen zu orientieren. Die Stadt muss gerade vor dem Hintergrund einen zunehmenden interkommunalen und –regionalen Wettbewerbs für die verschiedenen Bevölkerungsgruppen die bestehenden Angebote sichern und neue, attraktive und nachhaltig wirkende Angebote schaffen, um die Abwanderung zu stoppen, den Zuzug von außen zu erhöhen und das Zusammenleben der Kulturen zu verbessern.

Um den Prozess des demografischen Wandels frühzeitig und angemessen steuern zu können, haben sich Politik und Verwaltung auf die folgenden neun Handlungsfelder verständigt:

Wirtschaft und Arbeit  
Kinder, Familien und Senioren  
Integration und Migration  
Wohnen, Wohnumfeld und Mobilität  
Kultur  
Umwelt  
Sport  
Stadt und Region  
Image, Stadtidentität und Tourismus

In diesen Handlungsfeldern sollen unter Einschaltung von Expertenwissen und unter Beteiligung der Bürgerinnen und Bürger Maßnahmen entwickelt werden, deren Erfolg einerseits messbar sein muss, und die andererseits den vier Blickfeldern „Älter werdende Gesellschaft“, Abwanderung“, Zusammenleben der Kulturen“ und „Nachhaltigkeit“ entsprechen müssen.

Der zweite eingangs angesprochene Bereich ist die zukünftige Positionierung und Vermarktung der Stadt Hagen. Auf Initiative des Marketing-Clubs Südwestfalen hat sich das Zukunftsforum Hagen gegründet, dem neben Vertretern aus Politik und Verwaltung zahlreiche Hagerner Unternehmerpersönlichkeiten angehören. Gemeinsam mit dem Stadtmarketingverein sollen in diesem Forum Maßnahmen entwickelt werden, die die Identität der Hagerinnen und Hager erhöhen und das Image der Stadt nach außen nachhaltig verbessern. Ziel ist die Bewerbung der unverwechselbaren und einzigartigen Herausstellungsmerkmale Hagens, um letztendlich zu einer Markenbildung „LEBENDIGE STADT HAGEN“ zu kommen.

Das Zukunftsforum hat zur Durchsetzung der Markenbildung folgende vier Zielfelder entwickelt, die zukünftig im Vordergrund aller Marketingaktivitäten stehen sollen:

Wirtschaft und Innovation  
Mensch und Motivation  
Kultur und Impuls  
Natur und Wellness

Als erste konkrete Maßnahme wird derzeit ein Bildband entwickelt, der sich exakt an diesen Zielfeldern orientiert. Weitere zielführende Strategien werden entwickelt.

In mehreren Gesprächen zwischen Politik, Verwaltung, Stadtmarketingverein und Zukunftsforum bestand Einvernehmen, dass es erforderlich ist, die einzelnen Arbeitsebenen miteinander zu verzahnen. Alle Beteiligten kommen in der Einschätzung überein, dass es für die Durchsetzbarkeit von Maßnahmen sinnvoll ist, abgestimmte Handlungsschwerpunkte zu definieren. Demografische Prozesssteuerung und Markenbildung müssen zeitlich und inhaltlich aufeinander abgestimmt sein, um sich nicht u.U. in ihren Außenwirkungen gegenseitig aufzuheben. Außerdem können durch eine frühzeitige Kommunikation die vorhandenen personellen und auch finanziellen Ressourcen besser zusammen geführt werden. Die Transparenz der jeweiligen Maßnahmenplanungen erhöht sich insbesondere für die Personen, die als Entscheidungsträger sowohl dem Zukunftsforum als auch dem Vorstand des Stadtmarketingvereins und dem Rat der Stadt angehören.

In einem Vergleich der vom Rat beschlossenen Handlungsfelder und der Zielfelder des Zukunftsforums haben sich enge inhaltliche Schnittstellen und Wechselwirkungen gezeigt. Diese werden in dem als Anlage beigefügtem Schaubild deutlich. Das Handlungsziel „Wirtschaft und Arbeit“ korrespondiert eng mit dem Zielfeld „Wirtschaft und Innovation“. Gleiches gilt für das Handlungsfeld „Kultur“ und das Zielfeld „Kultur und Impuls“. Die Handlungsfelder „Kinder, Familien und Senioren“, „Integration und Migration“ und „Wohnen, Wohnumfeld und Mobilität“ werden im Zukunftsforum innerhalb des Zielfeldes „Mensch und Motivation“ abgebildet. Die Handlungsfelder „Umwelt“ und „Sport“ finden sich im Zielfeld „Natur und Wellness“ wieder. Die Handlungsfelder „Stadt und Region“ sowie „Image, Stadtidentität und Touristik“ lassen sich keinem der vier Zielfelder des Zukunftsforums direkt zuordnen, sondern beziehen sich direkt auf die Markenbildung „LEBENDIGES HAGEN“.

Entscheidend für die zukünftige Kommunikation zwischen Rat, Verwaltung, Zukunftsforum und Stadtmarketingverein ist die Definition der Schnittstellen der einzelnen Maßnahmenplanungen. Konsens besteht in der Einschätzung, dass Verwaltung und Politik wie bisher geplant in den neun Handlungsfeldern Maßnahmen und dementsprechende Zielerreichungsindikatoren entwickeln sollen. Zu den vier o.g. Blickfeldern soll nun als fünftes Blickfeld die Markenbildung „LEBENDIGES HAGEN“ hinzukommen, um hier die Gesamtziele konterkarierende Maßnahmen frühzeitig ausschließen zu können. Die Berücksichtigung der nun fünf Blickfelder erleichtert eine Prioritätenbildung bei den Einzelmaßnahmen, denn sicher werden nicht alle Maßnahmen zeitgleich und kurz- bzw. mittelfristig umsetzbar sein.

Genauso werden das Zukunftsforum und der Stadtmarketingverein weiter an der Maßnahmenplanung zu ihren vier Zielfeldern und zur Markenbildung arbeiten. Grundsätzlich stellt die gesamte Maßnahmensteuerung und -planung einen Prozess dar. Innerhalb dieses Prozesses kann es durchaus sein, dass zu einem späteren Zeitpunkt noch Handlungs- bzw. Zielfelder dazukommen oder die vorhandenen Felder neu zusammen gefasst werden.

Wie bereits ausgeführt, wird der Abstimmung zwischen der demografischen Prozesssteuerung und der Markenbildung eine entscheidende Rolle zukommen. An dieser Schnittstelle sollen die Maßnahmenkonzepte von Politik und Verwaltung auf der einen und Zukunftsforum und Stadtmarketingverein auf der anderen Seite verknüpft und aufeinander abgestimmt werden. Die Verwaltung schlägt in Absprache mit dem Zukunftsforum und dem Stadtmarketingverein vor, diese Verknüpfung und Abstimmung durch den Strategieverbund Stadtmarketing vornehmen zu lassen. Dem Strategieverbund gehören seitens des Stadtmarketingvereins

## **BEGRÜNDUNG**

**Teil 3 Seite 1**

**Drucksachennummer:**

0560/2006

**Datum:**

13.06.2006

das geschäftsführende Vorstandsmitglied Ludwig Heimann sowie der Geschäftsführer Christian Isenbeck an. Die Wirtschaftsförderung vertritt der Geschäftsführer Gerd Schießler. Die Verwaltung wird durch Frau Christine Grebe (gleichzeitig Leiterin des Arbeitskreises Demografie), Herrn Horst Flühöh (Verbindungsglied zum Verwaltungsvorstand und zum OB) und Herrn Peter Mook (verantwortlich für das Arbeitsfeld „Stadtmarketing“ in der Stadtverwaltung) vertreten. Für die erforderlichen Abstimmungen können und sollen bei Bedarf die für die einzelnen Handlungsfelder zuständigen MitarbeiterInnen der Verwaltung sowie VertreterInnen der Politik hinzugezogen werden. Berücksichtigt werden sollen auch die Ergebnisse und Handlungsempfehlungen, die sich aus der Bürger- bzw. Repräsentantenbeteiligung ergeben.

Die Verwaltung wird in der Zeit bis zur ersten Ratssitzung nach der Sommerpause die als Matrix angelegte Liste der Handlungsfelder mit der Definition der Ziele und Maßnahmen mit Vertretern der im Rat der Stadt Hagen vertretenen Fraktionen aufbereiten. Im Rahmen einer ganztägigen Tagung soll aus den vorliegenden Entwürfen eine gemeinsame Liste als Basis für das weitere Vorgehen erstellt werden. Nachdem eine Strukturierung der vorhandenen Konzepte vorgenommen worden ist, werden geeignete Formen der Bürgerbeteiligung entwickelt. Es ist noch unter Einbeziehung des Strategieverbundes zu definieren, in welcher Art und Weise die Bürgerbeteiligung durchgeführt werden soll. Es ist vorgesehen, die Bürgerbeteiligung in Bezug auf die einzelnen Handlungsfelder unterschiedlich vorzunehmen, Repräsentanten zu beteiligen oder auch eine elektronische Form der Abfrage in Erwägung zu ziehen. Nach derzeitiger Einschätzung wird es zielführend sein, entsprechend dem Ratsbeschluss vom 30.06.2005 eine externe Begleitung des Bürgerbeteiligungsprozesses in Anspruch zu nehmen. Nach einer ersten Stufe der Bürgerbeteiligung werden im Zuge einer weiteren Konkretisierung Vorlagen für die politischen Gremien erstellt.

**FINANZIELLE  
AUSWIRKUNGEN**

**Teil 4 Seite 1**

**Drucksachennummer:**

0560/2006

**Datum:**

13.06.2006

☒ Es entstehen keine finanziellen und personellen Auswirkungen.

**Veröffentlichung:**

Ja  
Nein, gesperrt bis einschließlich \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_  
**Oberbürgermeister**

**Gesehen:**

\_\_\_\_\_  
**Stadtkämmerer**

\_\_\_\_\_  
**Stadtsyndikus**

\_\_\_\_\_  
**Beigeordnete/r**

**Amt/Eigenbetrieb:**

61      Fachbereich Stadtentwicklung, Planen und Wohnen  
OB/A    Amt des Oberbürgermeisters

**Gegenzeichen:**

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

**Beschlussausfertigungen sind zu übersenden an:**

**Amt/Eigenbetrieb:**

**Anzahl:**

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_