

Arbeitskreis Wohnen

Protokoll der Sitzung am 18.04.2007

Teilnehmende siehe Anlage 1

Vor der Sitzung findet die Besichtigung der Marina Rünthe unter Führung von Herrn Salewski statt.

Herr Evert eröffnet anschließend in den Räumlichkeiten der beta die Sitzung. Im Mittelpunkt stehen Projekte, die weiter zur Profilschärfung der „feinen grünen Mitte ...“ beitragen.

TOP 1: Kulturhauptstadt 2010 (Frau Warminski-Leitheußer, Kulturdezernentin Kreis Unna; Anlage 2)

Die Kulturhauptstadt 2010 kann und soll mit dazu beitragen, dass Profil des Kreises Unna weiter zu schärfen. Frau Warminski-Leitheußer macht in ihrem Vortrag deutlich, dass die Kulturhauptstadt 2010 im Kreis Unna zur Verbesserung des Images u.a. als Wirtschaftstandort mit gutem Innovationsklima sowie als interessanter Lebensort auch für junge Menschen beitragen soll und kann. Derzeit erfolgen die Projektanmeldungen. Der Kreis Unna bearbeitet die folgenden 4 „Säulen“:

1. Kulturprofil (Druckerzeugnis)
2. Internetauftritt
3. Anzeigenschaltung
4. Projektkatalog 2010

o

Es werden weitere gemeinsame Projekte angestrebt. Der Jugendmedienpreis, der bereits 2 x im Kreis Unna mit guten Erfolg durchgeführt wurde, wird 2009 und 2010 ruhrgebietsweit ausgetragen. Die Abschlussveranstaltung wird in Lünen im Kontext mit dem Kinofest sein. Licht ist eine weitere verbindende Überschrift.

In der anschließenden Diskussion wird u.a. der Zusammenhang von Kultur und Wohnqualität herausgestellt. Damit der Kreis Unna tatsächlich wahrnehmbar und sichtbar ist, müssten Highlights gesetzt werden. Hier habe der Kreis Unna einen guten Fundus, auf dem aufgebaut werden könne

TOP 2: Tourismusoffensive 2010 (Frau Guidara, Stadthalle Unna; Anlage 3)

Aufbauend auf den vorhandenen Potenzialen und bestehenden Schwerpunkten macht Frau Guidara deutlich, dass eine Tourismusoffensive 2010 sich auf wenige Themen und Zielgruppen beschränken sollte und dabei entsprechende Maßnahmen im Hinblick auf die Kulturhauptstadt 2010 zeitnah angegangen werden sollten und können:

- Wohnmobiltouristen (2007)
- Radtouristen (2008)
- In ihrer Mobilität eingeschränkte Personen, d.h. Ältere, körperbehinderte, aber auch Familien mit Kindern. Für diese müsste eine Barrierefreiheit hergestellt werden (2009)
- 1 – 2-tägige Tourismusmesse in der Stadthalle Unna zur Stärkung des Binnenmarketings

In der Diskussion wurde betont, dass der Kreis Unna gute Ziele (Sehenswürdigkeiten etc.) bieten müsse, damit (Kultur-)Touristen hier verweilen. Die inhaltlich weitere Arbeit erfolgt im Arbeitskreis Tourismus des Kreises Unna.

TOP 3: Einrichtung eines archäologischen Parks auf dem Gelände des Römerlagers Oberaden (Frau Strobel, Stadtmuseum Unna; Anlage 4)

In Bergkamen-Oberaden war das größte Römerlager nördlich der Alpen. Heute ist hiervon kaum noch etwas sichtbar. Frau Strobel berichtet, dass daher ein Rundweg mit 15 erläuternden Tafeln angelegt werden soll (siehe Abb.), um die Spuren sichtbar zu machen. 2009 soll in Kooperation mit den Römerfreunden e.V. eine Holz-Erde-Mauer zwischen den Standorten 5 und 6 (siehe Abb.) an authentischer Stelle rekonstruiert werden.

Die Anwesenden waren von dem durch zahlreiche Bilder unterlegten Vortrag beeindruckt und befürworteten die Projektidee.

TOP 4: Generationenpark Unna

Herr Kimpel (entschuldigt) hat dem Kreis Unna eine Projektbeschreibung zum Generationenpark Unna zugesandt, die dem Protokoll als Anlage beigelegt ist. Frau Leißer erinnert, dass die Idee des Generationenparks von Herrn Kimpel in einer früheren Sitzung bereits angesprochen wurde.

TOP 5: Umgestaltung der Seseke (Herr Prinz, Lippeverband)

Herr Prinz, Lippeverband, stellt dar, dass für die naturnahe Umgestaltung der Seseke das Abwasser bereits getrennt geführt wird. Hiermit sind bereits rd. 4/5 der Gesamtkosten für die naturnahe Umgestaltung der Seseke verausgabt. Herr Prinz stellt durch eine bildliche Gegenüberstellung vorher – nachher die deutliche Aufwertung dieses Raumes dar. Es wird deutlich, dass sich dieser Raum von einem früheren „Meideraum“ in einen auch für Stadtentwicklung und die Erholung der Bevölkerung attraktiven Raum wandeln wird.

Die Anwesenden betonen die Bedeutung dieses Projektes.

TOP 6: Schlusspräsentation am 04.06.2007

Frau Leißer stellt den Ablauf der Schlusspräsentation dar. Die Veranstaltung wird rd. 2 Std. dauern. Die bisherigen zentralen Ergebnisse werden in Form eines Speakers Corner dargestellt. Nach der Schlusspräsentation wird die Arbeit eher projektorientiert fortgesetzt werden. Hieran haben die Beteiligten Interesse und wünschen weiter eingeladen zu werden.

TOP 7: Abschlussdiskussion

In der abschließenden Diskussion wurde noch einmal betont, dass Kultur eine wichtige Rahmenbedingung für die Stadtentwicklung ist. Dabei kann der Ballungsrand die großen Städte nicht kopieren, sondern muss seine eigenen Qualitäten herausstellen. Dies ist durch „Die feine grüne Mitte“ und „Region der kurzen Wege“ in diesem Arbeitskreis gelungen. Für den Kreis Unna spielt das Wasser eine wichtige Rolle, das deutlicher herausgestellt werden sollte. Neben diesen „äußeren“ Qualitäten müssen aber auch die inneren Qualitäten, d.h. der Wohnungsbestand, herausgestellt und ggf. auch erst entsprechend entwickelt bzw. aufgewertet werden.

► Kulturhauptstadt 2010



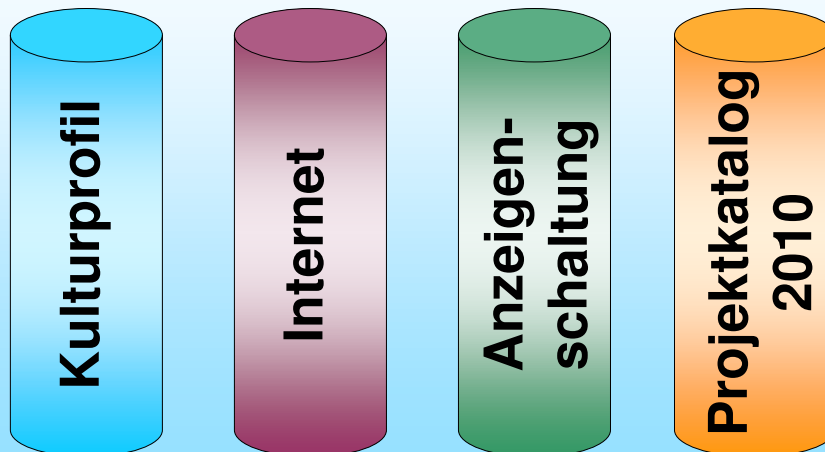
20.04.2007 | Dez. III Frau Warminski-Leitheußer

Folie 1

► Kulturhauptstadt 2010



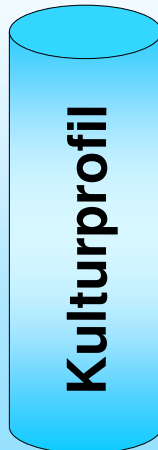
4 Säulen Modell



20.04.2007 | Dez. III Frau Warminski-Leitheußer

Folie 2

► Kulturhauptstadt 2010



4 Säulen Modell

In Form eines Printmediums im Umfang von 26 - 32 Seiten soll der Kreis Unna als Gesamtraum, bestehend aus seinen Städten und Gemeinden, dargestellt werden. Jede Kommune und der Kreis selbst benennen zwei Themenschwerpunkte bzw. Projekte, sodass sich in der Summe ein profilbeschreibender Gesamteindruck ergibt. In jährlichen Neuauflagen können die Themen ausgetauscht und variiert werden. Um das Produkt in seiner zeitlichen Gültigkeit nicht einzuschränken, soll es nur solche Informationen enthalten, die seine Aktualität nicht einschränken (keine „Verfallsdaten“).

► Kulturhauptstadt 2010



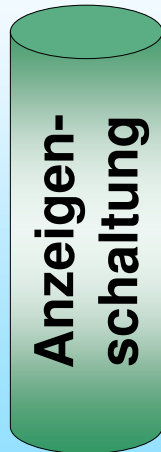
4 Säulen Modell

Profilbeschreibend soll auch der Internetauftritt wirken, in dem die Absichten des Printmediums aufgegriffen und fortgesetzt werden. Hierbei wird es jedoch möglich sein, die hohe Flexibilität dieses Mediums zu nutzen, um stärkere Aktualitätsbezüge, wie Veranstaltungsdaten u. ä. aufzunehmen.

► Kulturhauptstadt 2010



4 Säulen Modell



**Anzeigen-
schaltung**

Einem Mediaplan folgend, sollen Anzeigen in überregionalen Medien geschaltet werden, die zum einen auf den Kreis Unna als attraktiven Kulturraum und zum anderen auf Einzelprojekte des Kreises aufmerksam machen.

► Kulturhauptstadt 2010



4 Säulen Modell



**Projektkatalog
2010**

Im Jahr 2009 soll ebenfalls als Druckerzeugnis ein „Kulturkalender“ (Arbeitstitel) aufgelegt werden, in dem all diejenigen Projekte aus dem Kreis Unna enthalten sind, mit denen man sich im Jahr 2010 an der Kulturhauptstadt beteiligen will.

► Kulturhauptstadt 2010



4 Säulen Modell

- Für alle genannten Maßnahmen gilt, dass sie inhaltlich und gestalterisch aufeinander aufbauen und als Einzelteile eines Ganzen erkennbar sind.



20.04.2007 | Dez. III Frau Warminski-Leitheußer

Folie 7

Tourismusoffensive 2010

- Die ganze Aufmerksamkeit wird dem Ruhrgebiet gehören
- Welche Bedeutung hat es für den Kreis Unna?
- Wie möchten wir uns positionieren?

Tourismusoffensive 2010

Themenschwerpunkte könnten sein:

- Wohnmobiltourismus
- Radtourismus
- Barrierefreier Tourismus
- Tourismusmesse „ViVA Touristika“

Tourismusoffensive 2010

Wohnmobiltourismus

im Kreis Unna ?

- Verkehrsgünstig gelegen
- 8 Autobahnabfahrten

Tourismusoffensive 2010

Wohnmobiltourismus

Animation zur Nachtpause

- Nachttauglichkeit
- Ausschilderung
- Oft Nähe zu Bädern gewünscht
- Zentrumsnähe
- Ver- und Entsorgung
(Module mit Münzeinwurf)

Tourismusoffensive 2010

Wohnmobiltourismus

Vermarktung

- **Verschiedene Vermarktungstools**
- **Vorteil: Direkte Zielgruppenansprache**

Tourismusoffensive 2010

Wohnmobiltourismus

- **Umsetzungsziel: in 2008**

Tourismusoffensive 2010

Radtourismus

Kompetenzen sind im Kreis vorhanden

- **Fahrradfreundliche Städte Unna/Lünen**
- **Interessante Touren**
(Themenrouten, Rundkurs Ruhrgebiet, Industriekultur, Hellweg, Kaiserroute, Römerroute, Ruhrtalradweg usw.)
- **Kooperationen auch über den Kreis hinaus**
- **Revierrad + AWO Service nutzen**
- **Highlights auf den Strecken aktualisieren**

Tourismusoffensive 2010

Radtourismus

Vermarktung

- **Vermarktungsschiene ist vorhanden**
- **Auftritt als Radregion auf Messen/Außenveranstaltungen mit allen Konsequenzen**
- **sog. Testimonial schaffen**

Tourismusoffensive 2010 Radtourismus

- **Umsetzungsziel: in 2007**

Tourismusoffensive 2010 barrierefreier Tourismus

Zielgruppen:

- **Körperbehinderten**
- **Älteren Menschen**
- **Familien mit Kindern**

Zugang ermöglichen

Tourismusoffensive 2010 barrierefreier Tourismus

- **Spezielle Touren entwickeln**
- **Barrierefreiheit des Kreises herausstellen**

Tourismusoffensive 2010 barrierefreier Tourismus

- **Vermeidung von Stufen**
- **Vermeidung von Steigungen**
- **Aufenthalte ermöglichen**
- **Gastronomie sensibilisieren**
- **Toilettensituation klären**
- **Transporte ermöglichen**

Tourismusoffensive 2010 barrierefreier Tourismus

- **Umsetzungsziel: Mitte 2009**

Tourismusoffensive 2010 Messe „ViVA Touristika“

Zielgruppe:

- **Instrument zur
Binnenmarktstärkung**

Tourismusoffensive 2010 Messe „ViVA Touristika“

Inhalte:

- **Der Kreis Unna und seine
Kommunen als touristische
Destination**
- **Nachbarregionen**
- **Regionale Zusammenschlüsse**
- **Sonderanbieter**

Tourismusoffensive 2010 Messe „ViVA Touristika“

Dauer / Ort

- **1 oder 2tägig**
- **in der Stadthalle Unna**

Tourismusoffensive 2010 Messe „ViVA Touristika“

Potentielle Teilnehmer

- **Destinationen** (Campingplätze, Hotels- und Pensionen, Freizeitanlagen, Bäder usw.)
- **Reiseveranstalter/-Büros** (Bus, Bahn, Flug, Auto, Wohnmobil, Fahrrad, Senioren, Behinderten, Golf Tourismus, Reittourismus usw.)
- **Camping** (Zelte, Zubehör, Ausrüstung usw.)
- **Verlage/Fachzeitschriften** (Reisemagazine usw.)

Tourismusoffensive 2010 Messe „ViVA Touristika“

Potentielle Teilnehmer

- **Verkehrsträger** (Busse, Bahn, Fluggesellschaften, Bootcharter usw.)
- **Reisebürotechnik** (Buchungs- und Reservierungssysteme, Abrechnungssysteme usw.)
- **Sport im Urlaub** (Bekleidung, Wassersport, Fahrradausrüstung usw.)

Tourismusoffensive 2010 Messe „ViVA Touristika“

Potentielle Teilnehmer

- **Sonstige** (Veranstaltungsorte, Gastronomie, Museen, Sehenswürdigkeiten, Versicherungen, Banken, Bildungseinrichtungen, Agenturen, Foto + Zubehör usw.)

Tourismusoffensive 2010 Messe „ViVA Touristika“

- **WFG und Wirtschaftsförderer der Kommunen als PARTNER**

Tourismusoffensive 2010 Messe „ViVA Touristika“

- **Umsetzungsziel: Frühjahr 2008**

Tourismusoffensive 2010

- **Nutzen wir die Chance des Titels
Kulturhauptstadt 2010**

... und handeln wir jetzt!



