

## 5.8 Bürgerkommune und Stadtmarketing

Anlagen	Grundlagen
	<ul style="list-style-type: none"><li>• Leitbild Brandenburg an der Havel [2002]</li><li>• Programmunterlagen „Zukunft im Stadtteil – ZiS 2000“</li><li>• Programmunterlagen „Soziale Stadt“</li><li>• Barcelona-Erklärung</li></ul>

### Identifikation der Bürger mit ihrer Stadt

Die Geschichte der Stadt Brandenburg an der Havel ist im letzten Jahrhundert *durch erhebliche gesellschaftliche Umstrukturierungen* gekennzeichnet gewesen, die teilweise zu Brüchen in der Wahrnehmung der eigenen Stadt durch die Bevölkerung führten. Nach dem Ende des 2. Weltkrieges waren die Vielzahl an Neuzugewanderten sowie eine Zurückstellung der historischen Bedeutung der Stadt und Vergangenheit der bürgerlichen Stadt Gründe dafür, dass das Bewusstsein über die frühere Bedeutung der Stadt z. T. verloren ging. Die Identifikation der Brandenburger Bürger mit ihrer Stadt war zu DDR-Zeiten über *die starke Rolle der Industrie* geprägt (Stichwort „Stahlarbeiterstadt“). Freizeitaktivitäten waren vorrangig auf die landschaftlichen Reize der Stadt und ihrer Umgebung ausgerichtet. Mit der Wiedervereinigung beider deutscher Staaten und dem damit verbundenen umfangreichen Abbau der industriellen Arbeitsplätze kam es zu einem weiteren *Identitätsbruch*. Für eine Identitätsfindung der Bürger ist es wichtig, einen neuen Zugang zur Geschichte und zu aktuellen und zukünftigen Entwicklungen der Stadt zu finden und hierbei einbezogen zu werden. Es handelt sich dabei um einen langwierigen und konfliktbeladenen Prozess. Eine wesentliche Voraussetzung für einen erfolgreichen Entwicklungsprozess wird sein, wie sich die Bereiche Stadtentwicklung, Bildung, Sport und Kultur entwickeln und so Brandenburg an der Havel zu einer lebens- und liebenswerten Stadt machen.

### Tolerante Stadtgesellschaft

Die Brandenburger Bürger tolerieren unterschiedliche Lebensstile, sind offen und gastfreudlich gegenüber Besuchern der Stadt. Getreu dem alten preußischen Motto, kann hier jeder nach seiner Fasson glücklich werden. Keiner soll von der aktiven Teilnahme am gesellschaftlichen Leben ausgeschlossen werden. In diesem Zusammenhang wurde bereits im Jahr 2003 durch die Stadtverordneten der Beitritt zur „Barcelona-Erklärung“ beschlossen. Mit dieser Entscheidung hat sich die Stadt Brandenburg an der Havel verpflichtet, in ihren Entscheidungen und im Verwaltungshandeln die Gleichstellung und Integration von Menschen mit Behinderungen zu berücksichtigen. Sie hat sich als zentrales Ziel die Gestaltung einer barrierefreien und behindertenfreundlichen Stadt gestellt. Brandenburg an der Havel verfügt über ein landesweit überdurchschnittlich gut ausgebautes Netz an Betreuung, Pflege und Förderung von alten Menschen, Menschen mit behinderungsbedingten Einschränkungen und Menschen mit besonderen sozialen Schwierigkeiten. Auch der interkulturelle Austausch wird in Brandenburg an der Havel durch verschiedene Gruppen und Infrastrukturprojekte sowie durch die Mitwirkung städtischer Beauftragter gefördert. Die Stadt erkennt diese Arbeit als eine der zu stärkenden Stärken an und fördert im Rahmen ihrer Möglichkeiten Initiativen auf diesem Gebiet.

### Bürgerbeteiligung

Eine tolerante und hilfsbereite Umgangsweise zwischen den Bürgern bildet die Grundlage für eine mitverantwortliche Gestaltung der Stadtentwicklung bzw. -politik in Brandenburg an der Havel. Bürgerschaftliches Engagement wird in Brandenburg an der Havel hauptsächlich über die vielen Vereine, Initiativen und Stiftungen getragen. Sie sind inzwischen zu einem wichtigen Bestandteil des gesellschaftlichen Lebens in der Stadt geworden und tragen wesentlich dazu bei, an der Umsetzung von Stadtentwicklungszielen aktiv mitzuwirken. Das Engagement jedes Einzelnen ist demgegenüber noch ausbaufähig. Förderprogramme wie „Soziale Stadt“, „LOS – Lokales Kapital für soziale Zwecke“ und „Zukunft im Stadtteil – ZiS 2000“ sind in den vergangenen Jahren dazu genutzt worden, um durch entsprechende Maßnahmen, den aktiven Einsatz der Bürger für ihre Stadtentwicklung zu fördern. Ein besonderes Augenmerk liegt dabei auf der Gewinnung von Kindern und Jugendlichen für die Belange der Stadtentwicklung. Die erfolgte Einrichtung eines Kinder- und Jugendparlaments ist in diesem Sinne ein wesentlicher Baustein. Ein weiteres positives Beispiel für Engagement und die Übernahme von Verantwortung ist die Jugendkulturfabrik. Für die Belange der Senioren in der

Stadt hingegen setzt sich der Seniorenbeirat ein, in welchem demokratisch gewählte Mitglieder aus Vereinen und Verbänden, Gewerkschaften und weiteren Gruppierungen vertreten sind.

### **Stadtmarketing**

Mit dem „*Brandenburg Koffer*“ der Stadt Brandenburg an der Havel werden Neubürger, Gäste und Interessierte über die Stadt und ihre vielfältigen Angebote und Möglichkeiten informiert. Mit einer *komunalen Wohnspitzenprämie* für Studierende an der Fachhochschule Brandenburg soll Studierenden die Entscheidung für den Studien- und Wohnort erleichtert werden. In Brandenburg an der Havel ist mit Unterstützung von Fördermitteln ein *City-Management* eingerichtet worden, welches sich insbesondere um Öffentlichkeitsarbeit und Marketing-Aktivitäten im Zusammenhang mit der Innenstadtentwicklung – und hierbei insb. um die Belebung des Einzelhandels – kümmert. Darüber hinaus sind in der Stadt verschiedene Vereine, Stiftungen und Institutionen auf vielfältige Weise mit dem Thema Stadtmarketing berührt – sei es im Kultur-, Tourismus- oder Wirtschaftsbereich. Als Defizit anzusehen ist der Umstand, dass die verschiedenen sektorale ausgerichteten *Stadtmarketingaktivitäten kaum vernetzt* sind, sondern jeweils losgelöst von anderen agieren. Gleichermaßen gilt für den Außenauftakt über Medien. Hier ist bislang kein einheitliches *Corporate-Design* entwickelt worden, welches den Wiedererkennungswert erhöht und für ein umfassend professionelles Auftreten zeugt.

Zusammenfassend lassen sich folgende Stärken und Schwächen im Bereich »Bürgerkommune und Stadtmarketing« in Brandenburg an der Havel feststellen:

+ Stärken +	- Schwächen -
<ul style="list-style-type: none"><li>• Sozialorientierung und Gemeinschaftssinn der Stadt(gesellschaft)</li><li>• Vielzahl engagierter Vereine, Stiftungen, Institutionen, die sich für Stadtentwicklung, diverse Angebote und deren Vermarktung aktiv einsetzen</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Entwicklungsbedingt niedrige Identifikation mit der Stadt</li><li>• Noch zu stärkendes bürgerschaftliches Engagement in der Breite für Stadtentwicklung/-politik</li><li>• Fehlende Vernetzung im Marketingbereich sowie fehlende einheitliche Außendarstellung</li></ul>