



**Stadt Leipzig**

## **2. Offene Werkstatt zur Strategischen Kommunalpolitik**

**Zusammenfassung der Ergebnisse  
der Veranstaltung am 15.03.2005  
im Neuen Rathaus**

**Anmerkung:**

Bei der folgenden Zusammenfassung handelt es sich um eine reine Aufstellung der von den Teilnehmern zu den jeweiligen Themen gemachten Vorschläge ohne jegliche Interpretation oder redaktionelle Bearbeitung. Die Beiträge wurden nur nach in etwa gleichlautenden Themen sortiert.

**Stand: 13.04.2005**

# 1. Kultur

Ich halte die Empfehlungen zur Strategischen Kommunalpolitik der Stadt Leipzig für

... zielführend, weil	... nicht zielführend, weil	... ergänzungsbedürftig, weil	Allgemeines
Planungen auf regionale, überregionale und internationale Wahrnehmung ausrichten, ist zielführend. Allein auf Grund der demographischen Entwicklung die hohen Auslastungen zu halten und die niedrigen auszubauen	das Besondere der MUKO erhalten	Gewandhausorchester eigentlich zu groß	
Kultur soll helfen „Jung“ und „Alt“ einzubeziehen. Förderung von Vereinen, die dies praktizieren. Große Kultur ( Oper etc.) straffen, sie sollen sich selbst tragen.	MUKO weist eine Auslastung von 86% auf, viele gut verkaufte Vorstellungen, u. a. mit jungem Publikum	Marketingunterstützung für „Kleinkultur“ (Musikschulen, Chöre, u. a. Auftritte, Publikationen u. s. w)	
Stadt, Ämter verhindern z. T. aktiv Marketingaktivitäten der MUKO		Verwaltungszusammenfassung: Oper + MUKO +Schauspielhaus	
weitergehend alle Aktivitäten mit Bachpflege und Forschung in eine Stiftung überführen, vielleicht auch dadurch gezielte Förderung durch Bund, Land und Sponsoren möglich		nicht nur an Hochkultur denken, sondern auch an Breitenkultur	
professionelles Marketing, verstärkte Kooperation mit Hochschulen, Kulturangebote verstärkt auf Ziele und Zielgruppen ausrichten und Beschreibung des Nutzens, halte ich für zielführend, da sie kombiniert Synergieeffekt vermuten lassen		gründlichere Analyse von Kulturbudgets vor Kürzungen	
Marketing wirklich verbesserungsfähig in der Oper		stärkere Profilierung der Universität	
Sparsame Oper kann x – andere Kulturereignisse ermöglichen		Lesekultur fördern!	
		Soziokultur / Stadtteilkultur sind kommunikative „Marktplätze“ – contra zunehmender Vereinzelung bei erhöhter Arbeitslosigkeit, integrierte Bürger nehmen auch eher am wirtschaftlichen Leben teil	
		Info über Ausschließbarkeit der Orientierung auf Zielgruppen (mit Vorrang Junge) liegt die Gefahr der Unterschätzung der Fami-	



# 1. Kultur

... zielführend, weil	... nicht zielführend, weil	... ergänzungsbedürftig, weil	Allgemeines
		lie. Kulturangebote können auch zusammenführen (z. B. Großeltern und Enkel)	
		gleiche Kriterien bei Zuschüssen für städtische Kulturvereine wie bei Vereinen	
		Kleine Schritte bei Veränderungen – Akzeptanz der Zuschauer!	
		hier wird zu stark auf die Hochkultur fokussiert, mir fehlt identitätsstiftende Stadtteilkultur und Soziokultur - Rahmenbedingungen der Stadt gestalten (Grundstücke, Gebäude, Basisbewirtschaftungskosten)	
		an Bedürfnissen und Interessen der Zuschauer orientiert inszenieren	
		Völkerschlachtjubiläen müssen europäische und weltweit vermarktet werden. Potential und Bedeutung sind da. vgl. Steubenparade New York	
		Zuschussbedarf je Spielstätte und Sitzplatz reduzieren, halte ich für ergänzungsbedürftig, dahingehend diese in ein nachhaltiges Engagement in der Kulturellenbildung, d. h. Beziehungsgeflecht zu Kitas, Schulen, Vereinen, VHS zu binden	

## 2. Marketing

Ich halte die Empfehlungen zur Strategischen Kommunalpolitik der Stadt Leipzig für

... zielführend, weil	... nicht zielführend, weil	... ergänzungsbedürftig, weil	Allgemeines
Punkt1 (ein alle Bereiche umfassendes Marketingkonzept entwickeln): vollste Unterstützung!	Prioritätensetzung in bezug auf Zielgruppen fehlt ( denn Gefahr: zu allgemein)	Ganzheitliche Betrachtung der Region Leipzig mit klarer Verantwortlichkeit	Punkt 2 (in integrativem Ansatz für den „Konzern Leipzig“ unterschiedliche Angebote bündeln und extern vermarkten) ist nicht verständlich ( „Konzern Stadt“ – Was ist das?)
Punkt 1 Das Konzept muss <u>umfassend</u> sein.	Die Aussagen sind zu allgemein. (speziell Punkt 3: Inhalte professionell, adressatengerecht vermarkten)	Universität soll sich Gunst ihrer Studenten sichern (Alumni können effektiv positives Image verbreiten und Qualität, z. B. durch Spenden)	
Punkt 1 einheitliche Ausrichtung <u>aller</u> Konzepte, dadurch kann man Geld sparen.	In der Theorie sind die Aussagen alle richtig, aber es ist schwierig bei konkreten Maßnahmen.	Definition eines gemeinsamen Marketingziels, daraus ergibt sich eine einheitliche Ausrichtung	
Die Stadt braucht ein Leitbild, woraus sich Einheitlichkeit ergibt.		Zielgruppen klarer ansprechen z- B. Jugendliche ( auch überregional) und Frauen nicht nu mit meinen sondern auch nennen. (In den alten Bundesländern schon marktwirtschaftlich als relevant erkannt.)	
Instrumentarium zur tatsächlichen Umsetzung eines Konzeptes schaffen (z. B. Marketingforum)		Marketing nicht übertreiben (Qualität spricht sich von allein herum) und realistisch bleiben (das wahre Bild Leipzigs transportieren)	
Marketing muss nach außen wirken			
adressatengerecht = besonders wichtig			

### 3. Jugend, Soziales, Schule, Bildung, Sport

Ich halte die Empfehlungen zur Strategischen Kommunalpolitik der Stadt Leipzig für

... zielführend, weil	... nicht zielführend, weil	... ergänzungsbedürftig, weil	Allgemeines
5.4 bürgerschaftliches Engagement fordert Konzentration der Investitionen auf Schulen und Kindereinrichtungen; Ganztagsangebote fördern, aber in entsprechender Qualität!	5.2 Gliederung zu grob (Kleingärten und junge Familien fehlen)	5.3 Soziales als Lebenskultur beachten!	
	5.2 Wirkung der Grünflächen auf die Bürger und das Image der Stadt	5.3 Teilhabe von Menschen mit Behinderungen	
	Kindergärten kostenfrei	Förderung der Menschen mit Behinderungen i. S. v. Integration	
	5. 7 Gerechtigkeit bei der Sportförderung	5.3 Integration von Ausländern vernachlässigt, Altersdurchschnitt sinkt	
	5.3 Senioren nicht ausreichend berücksichtigt	5.4 Aufgabe des Wohnortprinzips bei Grundschulen	
	5.3 zu stark zielgruppen- und wirtschaftsorientiert	5.4 Konkurrenz der Schulen und Einrichtungen fördern	
	5.3 er nicht genügend auf die Gesamtsituation eingeht	5.4 Integration der Wirtschaft in den Prozess (Betriebskindergärten)	
	das Thema Pflichtleistungen ausgeklammert wurde	5.3 städtischer Darlehensfonds für junge Familien für Ausbildungen	

## 4. Subventionierung / Förderung

Ich halte die Empfehlungen zur Strategischen Kommunalpolitik der Stadt Leipzig für

... zielführend, weil	... nicht zielführend, weil	... ergänzungsbedürftig, weil	Allgemeines
Alle Möglichkeiten der Einnahmeerhöhung –Gewerbesteuer- stehen im Konflikt zum Oberziel! (4.11 ultima ratio)	4.11 Einführung der City – Maut = Abwehrsteuer, schadet der Stadtentwicklung	4.3 Zusammenhang zu Jugend / Soziales bei Subventionierung anderer Zielgruppen tauchen nicht auf ( nur Kinder, Jugendliche und Familien)	
4.11 Zweitwohnungssteuer fragwürdig – junge Leute so nicht heranzuziehen! (Abwehrsteuer)	4.3 Was liegt im öffentlichem Interesse und was nicht? (Tätigkeiten von Vereinen) Definition: öffentliches Interesse?		
Mut haben, alle Subventionen in „einen Topf“ zu werfen, einheitliches Prüfungsraster entwickeln, transparente Entscheidungen bzgl. Stellungen und öffentlich, Vergabeformen i. S. des Berichtes ( Stadtrat vorgeschaltet), Verfahren transparent gestalten + nachvollziehbare Methodik		4.3 Stadt soll laufend prüfen: Was ist förderfähig? – Kriterien aufstellen	
bei Subventionierung / Förderung quantitative Merkmale ansetzen bei Vereinen / Verbänden „Besitzstandsdenken“ aushebeln (Aufschrei aber auch spürbare Effekte) – Rasenmähermethode beenden		Subventionierung – Zuschuss nur an ausgewählte Vereine? Z.B.: Müssen es 33 Vereine zu einem Thema sein?	
genaue Prüfung, welche Perspektiven neue Arbeitsplätze haben, Steuerung nicht völlig abgeben (z. B. Subvention in Kooperation mit anderen Partnern / Arbeitagentur überprüfen)		Defizite der Eigenbetriebe, diese muss die Stadt ausgleichen (ungerecht gegenüber den Vereinen). Weiter zu klären: Wie wandelt man defizitäre Eigenbetriebe so um, das die Zuschüsse kontrollierbar und steuerbar werden? (GmbH nicht als einzige Form betrachten)	
		4.11 „Einnahmeerhöhung“ etwas seicht formuliert, nicht nur Einnahmen, auch trennen von Beteiligungen (Verbindung zum Thema Wirtschaft)	
		Förderung und Subventionierung in Abhängigkeit davon, dass geprüft wird, welche Personengruppen in welcher Breite	



## 4. Subventionierung / Förderung

... zielführend, weil	... nicht zielführend, weil	... ergänzungsbedürftig, weil	Allgemeines
		erreicht werden z. B. soziokulturelle Zentren	
		Nachfrage: Orientierung an a.) 2 Oberzielen oder b.) an der Fördermittelverfügbarkeit (Dezemberfieber?)	

## 5. Engagierte Bürger / Aufgabenwahrnehmung

Ich halte die Empfehlungen zur Strategischen Kommunalpolitik der Stadt Leipzig für

... zielführend, weil	... nicht zielführend, weil	... ergänzungsbedürftig, weil	Allgemeines
Verantwortung schafft Beteiligung → Beteiligung spart Kosten Fazit: Verantwortung übergeben!	Bürgerschaftliches Engagement und Ziel der Schaffung von Arbeitsplätzen teilweise entgegengesetzte Wirkungen, z. B. 1€ - Jobs versus feste, reguläre Arbeitsplätze, bürgerschaftliches Engagement als Auffanginstitution für weggefallene Leistungen der Stadt	vor Entscheidung Einbeziehung der Bürger	Es gibt engagierte Bürger und engagierte Bürgerinnen, die sich integrierter fühlen, wenn sie gezielt angesprochen werden
Zeit nehmen und Bürger einbeziehen		Ausschreiben von Aufgaben die von den Bürgern erbracht werden können bzw. sollen	
auch Diskussion in Ortschaftsräten und Stadtbezirksbeiräten		frühzeitige Einbeziehung der Bürgerschaft bei der Entscheidungsfindung von Vorhaben, Investitionen	
keine bürokratischen Barrieren für Bürgervereine		vereinfachte Regularien	
große Potentiale die Leipziger Bürger haben, die bisher ungenutzt sind		Ausschüsse öffentlich machen	
bis 2030 planen, alle Gebiete		junge Leute stärker in Entscheidungen einbeziehen z. B. Jugendbeiräte	
Verwaltung soll für Bürger da sein und nicht für Verwaltung		Cooperate volunteering	
bürgerschaftliches Engagement wichtiger denn je, aber für Förderung entscheiden nach Effekt entsprechenden Leitlinien <ul style="list-style-type: none"> <li>- nicht Gießkannenprinzip</li> <li>- Partizipation am gewollten Prozess</li> </ul>		Kinder und Jugendliche frühzeitig beteiligen → Netzwerk	
Langzeitengagement der Bürger fördern		Angebot für Bürgerengagement und –unterstützung unterbreiten	
Konzeptplanung mit Bürgern diskutieren		Wechselwirkungen zwischen den Budgets für Stadtteile und den Effekten der engagierten Bürger deutlich machen	
z. B. Bürgerhaushalt / Stadtteil / Ortschaftshaushalt			



## 5. Engagierte Bürger / Aufgabenwahrnehmung

... zielführend, weil	... nicht zielführend, weil	... ergänzungsbedürftig, weil	Allgemeines
aktive Beteiligung in Planungsprozessen			
Aufgeschlossenheit für Bürgeranliegen			
Bürgern gestatten freiwillig tätig zu werden und Bürokratiehemmnisse abbauen			
finanzielle Transparenz ist wichtige Voraussetzung für Meinungsbildung und bürgerschaftliches Engagement, dann einen Bürgerhaushalt wie Cottbus ab 2005			
Transparenz schaffen für Cottbus			
Aufklärung über Projekte			

## 6. Infrastruktur / Vision

Ich halte die Empfehlungen zur Strategischen Kommunalpolitik der Stadt Leipzig für

... zielführend, weil	... nicht zielführend, weil	... ergänzungsbedürftig, weil	Allgemeines
Mehr Kommunikation gegenüber den Bürgern	Vision 2030 wichtig! Aber nicht überbewerten	7.3 Agenda 2030 als Ausgangsmaterial nutzen	
Stadtentwicklungsplanung macht bereits Analyse (Monitoringbericht)	Wichtig: neue Infrastrukturmaßnahmen so bemessen, dass stadtnahe Quartiere entwickelt werden. Kontraktionsgedanke!	7.3 Begriff „langfristig“ prüfen	
4.5 Amortisationsrechnung wichtig für Verwaltungshandeln, um hohe Instandhaltungskosten zu vermeiden		Volksentscheid bei wichtigen Etappen oder Objekten	
4.6 Rückbau wichtig und vertretbar, da sich Leistungsempfänger und -bedingungen verändert haben		Vision 2030 mitführen, sie macht manchmal wieder den Kopf frei	
4.6 Ämter auf tatsächlich Bedarf überprüfen		7.3 Ausreichende Kinderbetreuung als Vision, Motivation zur Ansiedlung junger Familien	
		7.3 Visionen müssen zwischen Stadtrat, Stadtverwaltung und Bürgerschaft diskutiert werden	
		barrierefreie Stadt ohne bauliche und Kommunikationsbarrieren	
		Investitionen müssen an ihren Zielen und nicht an der Förderfähigkeit bemessen werden.	
		Investitionen nicht vernachlässigen, trotz wichtiger Effizienzprüfung	
		Nachnutzung von aufgelassenen Liegenschaften – aktives Management	
		ÖPNV höhere Priorität geben	