



www.sonnenberg-online.de

ERGEBNISBERICHT (ENTWURF)

2. World Café am Sonnenberg

19.04.2012

Georg-Weerth-Mittelschule

Einleitung: Das 2. World Café am 19.04.2012

Zum zweiten Mal trafen sich Sonnenberger Bürger, Stadtentwicklungsaktive, Kinder und Jugendliche, um über die Zukunft ihres Stadtteils und Maßnahmen zur Verbesserung seines Images zu diskutieren.

Etwa 35 Teilnehmer hatten sich eingefunden, und auch Presse und Fernsehen waren wieder anwesend. Besonders erfreulich war die Teilnahme auch ganz junger Sonnenberger, die über die Georg-Weerth-Schule, das Pestalozzi-Förderzentrum, den Bumerang und das Don-Bosco-Haus mobilisiert werden konnten.

Das bewährte Moderatorinnen-Team aus Studentinnen der Universität Chemnitz leitete die Diskussionen an 6 Thementischen.



Die Preisträgerinnen des Fotowettbewerbs „Lost and found“



Während im Ergebnis der ersten Veranstaltung vor allem das Wesen des Stadtteils, seine allgemeinen Stärken und Schwächen, Ideen für die Zukunft und eine umfassende Zukunftsvision standen, ging es diesmal konkreter zu: gefragt war, welche Stärken gezielt für eine Kampagne zur Imageverbesserung genutzt werden können.

Die Räumlichkeiten der Georg-Weerth-Schule, der kulturelle Einstieg durch die Trommelgruppe der Schule sowie die konstruktive Unterstützung durch den Schulleiter Herrn Lippmann und den Hausmeister Herrn Bleich ermöglichten eine Veranstaltung, die reibungslos und in angenehmer, entspannter Atmosphäre ablief.

Der vorliegende Bericht sammelt in strukturierter Form die Ergebnisse der drei Diskussionsrunden während der Veranstaltung. Er gibt die notwendigen methodischen Informationen, um die Ergebnisse einordnen zu können und bietet einen Ausblick zu ihrer weiteren Verwendung.

Auch dieser Bericht ist ein „Lebendes Dokument“. Damit ist gemeint, dass die Teilnehmer des 2. World Cafés Gelegenheit haben, eventuelle Fehler zu korrigieren (z.B. durch schwer lesbare Handschriften, Missverständnisse bei der Einordnung von Beiträgen). Desweiteren versteht sich der Bericht als Fortführung des begonnenen Diskussionsprozesses.

Ergebnisbericht

2. World Café am Sonnenberg 19.04.2012

Eine dritte große Veranstaltung am 29.06.2012 wird das laufende Projekt zur Imagearbeit zu einem vorläufigen Abschluss bringen, indem sie das Erreichte vorstellt und Ausblicke auf die Weiterarbeit durch die Akteure vor Ort gibt.

Das Verfahren:

Was wurde gefragt und wie wurde ausgewertet?

Die **Fragestellung** für das World Café wurde in der Lenkungsrunde Sonnenberg-Image am 28.02.2012 diskutiert und verabschiedet.

- Konkretisierung des Leitbildes für den Sonnenberg
- Ideensammlung für Kommunikationsstrategien nach innen und außen (Inhalte und Formen)

Basis waren die Ergebnisse des 1. World Cafés vom 22.11.2012. Aus der inhaltlich völlig offen gehaltenen Veranstaltung hatten sich in den Diskussionen 6 Themenfelder ergeben, in denen nach Ansicht der Beteiligten für die zukünftige Stadtteilentwicklung Schwerpunkte gesetzt werden sollten. Mit erstaunlicher Einigkeit hat sich außerdem eine übergreifende Vision für den Stadtteil entwickelt.

Für die 2. Veranstaltung haben wir die Ergebnisse des 1. World Cafés etwas modifiziert: das Thema „Ökologie“ wurde damals zwar nicht als Ideenschwerpunkt, dafür aber als Vision mit diversen möglichen Ansatzpunkten genannt und wird deswegen hier als zusätzliches Strategiefeld zur Diskussion angeboten. Die aufgeführten Themenfelder entsprechen den **Diskussionstischen**.



Themenfelder – Strategien

- **WOHNEN:**
Der Sonnenberg als vielfältiger, durchmischter Wohnstandort mit alternativen und experimentellen Ansätzen

Ergebnisbericht

2. World Café am Sonnenberg 19.04.2012

- **GEWERBE:**
Gewerbe stärken durch Nutzung von Flächen- und Raumreserven; Nutzung der Stadtteilgeschichte zur Tourismusförderung
- **BILDUNG**
Bildungslandschaft vollständig erhalten; Lebenslanges Lernen für alle
- **KULTUR/SZENE/SOZIALES ZUSAMMENLEBEN:**
Kulturelles und soziales Leben als Alleinstellungsmerkmal des Sonnenbergs entwickeln
- **ÖKOLOGIE:**
Der ökologische Stadtteil mit eigener Energieversorgung
- **ÖFFENTLICHER RAUM:**
Den öffentlichen Raum gemeinsam weiter aufwerten

VISION FÜR DEN SONNENBERG:

Der bunte Stadtteil: Vielfalt, Durchmischung, Freiräume, Wandel, Kreativität, Unfertigkeit, Platz für Experimente, Toleranz

Für jedes Themenfeld gab es in der Veranstaltung einen Thementisch, an dem nach der World Café-Methode diskutiert werden konnte. Jeder Tisch war mit zwei großen Postern ausgerüstet. Auf einem waren die bisherigen Ergebnisse zum Thema dargestellt, auf dem zweiten wurden von der Moderatorin während der Diskussion stichpunktartig die neuen Ergebnisse festgehalten.

Die Teilnehmer wurden am Einlass gebeten, sich für drei Themenfelder Ihrer Wahl zu entscheiden und auf dieser Basis den Tischen zugelost, an denen entsprechend in drei Runden diskutiert wurde.

Die Fragen für die drei (identischen) Diskussionsrunden lauteten:

1. Was konnte im Strategiefeld bisher erreicht werden? Was hat der Sonnenberg schon zu bieten?
2. Welche weiteren Qualitäten braucht es im Strategiefeld noch? Welche Ziele gibt es für die Zukunft?
3. Was ist besonders wichtig (für das Image)?
4. Wie kann die Botschaft nach innen und außen getragen werden?

Um das Ziel stets vor Augen zu haben, lag auf jedem Tisch ein Ausdruck mit der vorläufigen Fassung der Vision vom „bunten Sonnenberg“.

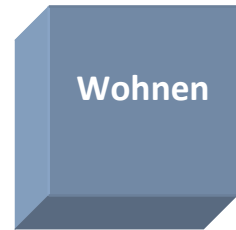
Die folgende Auswertung gibt die Diskussionsergebnisse zu den sechs Strategiefeldern wieder, wie sie auf den Moderationspostern und auf den Tischdecken dokumentiert wurden.

Zusammenfassung der Ergebnisse:

Was haben die drei Diskussionsrunden erbracht?

Strategietisch „Wohnen“:

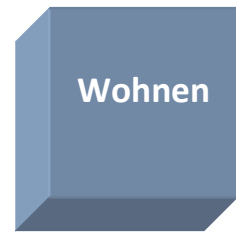
Ausgangspunkt (aus dem 1. World Café): der Sonnenberg als vielfältiger, durchmischter Wohnstandort mit alternativen und experimentellen Ansätzen



Das konnte bisher erreicht werden: **Aktuelle Stärken**

- Erneuerung der Platten (Sonnenstraße)
- Pestalozzi-, Körnerstraße - mit die schönsten Straßen
- Glockenstraße – Häuser wurden saniert
- Yorkstraße saniert
- Ecke Clausstraße / Augustusburger Straße, alleinstehendes Eckhaus, saniert
- Kleine Nebenstraßen, z.B. Körnerstraße
- Unterer Sonnenberg, ab Augustusburger Straße 24 sehr viel begrünt
- Fürstenstraße (günstig gelegene Bushaltestellen, Nähe an die Stadt)
- Zietenstraße – Bildergalerie
- Blick in die Hinterhöfe sehr schön und sehr grün
- Schöne Dachterrassen, Wohnlofts (ganze Etagen selbst gestalten)
- Gründerzeithäuser (sehr schöne Häuser, hohe Räume, Bausubstanz nutzen)
- Eckhaus Körnerplatz (Apotheke) Blick nach hinten
- Markusstraße, Wohnungen mit Balkon, 32 – Fliesen an Wänden / Gründerzeit
- Parkplätze in Hinterhöfen
- Generelle Parksituation
- Wohnraum ist günstig und modernisiert
- Multi-Kulti-Wohnen (schwer damit zu werben, ABER: kulturelle Angebote, Feste, die sich daraus entwickeln als Imageträger nutzen)
- Karree 49
- Peterstraße (Kunst im öffentlichen Raum an einer Hauswand)
- Große Dynamik bei Kauf von Häusern, viel über Auktionen

Welche **weiteren Qualitäten** braucht es im Strategiefeld noch?



- Balkone werten Wohnungen auf, Aufzüge für Ältere
- Alternative Wohnungen für Rentner mit weniger Kapital
- Problem: Einzelbilder reichen nicht, wenn nebenan Ruinen stehen
- Stadtführungen – Image nach außen tragen
- Sonnenstraße 24, Graffiti eindämmen
- Begrünung auf der Zietenstraße wurde versprochen
- Ecke Fürstenstr. / Zietenstraße – 4fache Baumreihe schaffen
- Studentisches Wohnen fördern
- Eigentümergemeinschaft organisiert Tagesmutter/ Kindergarten – Familien, die sich dort ansiedeln bekommen Kinderversorgung gesichert
- Familienfreundlicher Straßenzug
- Gemeinschaftlicher Spielplatz in Hinterhöfen
- Einbrüche müssen eingedämmt werden, Zerstörung kontrollieren, Polizeistreifen
- Alte Molkerei entwickeln: Dachterrassen, Ateliers
- Dachterrassen auf der Körnerstraße mit Blick auf die Zietenstraße

Das sind die **positiven Imagerträger**:

- Blick von der Zietenstraße erinnert an San Francisco
- Uralte Bäume in Hinterhöfen (Schatten, Sichtschutz, Sicherheit, Ruhegefühl)
- Ärzte, Lehrer, die hier gewohnt haben
- Prominente sprechen lassen
- Jugendliche, die wieder zurückkommen als Imagerträger
- Bürger des Sonnenbergs interviewen, die hier gern wohnen, dieses Image vermitteln (z.B. in Flyern)
- SLOGAN: So viel Raum für so wenig Geld, „preiswert und trotzdem schön“
- Ecke Fürsten- Zietenstraße (1 Baum pflanzen, wenn dort wieder 10 Wohnungen vermietet werden als Projektvorschlag)
- Tschaikowskistraße / Markusstraße
- Wohnlofts als Werbung für mehrerer Generationen (eine Etage ausbauen mit staatlicher Hilfe, nur Materialkosten selbst tragen)

Strategietisch „Gewerbe“:



Ausgangspunkt (aus dem 1. World Café):

Gewerbe stärken durch Nutzung von Flächen- und Raumreserven; Nutzung der Stadtteilgeschichte zur Tourismusförderung



Gewerbe

Das konnte bisher erreicht werden: **Aktuelle Stärken**

- Oberer Sonnenberg inklusive oberer Teil der Zietenstraße
- „Exoten“ wie „Steves Headshop“, Migrantenökonomie
-  Gewerbemanager 
- KU-Förderung speziell für Sonnenberg
- Viele Raumreserven, günstige Preise, Platz für Experimente
- Energetische Sanierung birgt Auftragspotential
- Sachsenfernsehen als Werbeträger für den Stadtteil
- Hainstraße
- Geschäfte, die nicht auf Laufkundschaft angewiesen sind
- Humboldthöhe (ehemalige Fahrzeugelektrik) hat Potential als Wirtschaftszentrum
- Häuser (aber mehr Kontrolle der Investoren nötig)
- Viel Kleingewerbe, z.B. Handwerk siedelt sich wieder an
- Durch Stadionumbau mehr Potential für Hotellerie und Gastronomie (ab 2015)
- Diverse A&Vs, Angebotsgröße und -vielfalt

Welche **weiteren Qualitäten** braucht es im Strategiefeld noch?

- Bessere Werbung für Kleinbetriebe könnte sich positiv auf Stadtteil auswirken, Kleinbetriebe als Imageträger), mögliches Medium: Gewerbetafeln im Stadtteil
- „Wanderwege“ für Gewerbe
- Werbegemeinschaft der Kleinbetriebe
- Mehr Beratung in Werbefragen für Kleinbetriebe
- Innenhofsituationen für die Verbindung von Wohnen und Arbeiten nutzen (z.B. Architekten)
- Gewerbe vernetzen
- Energetische Sanierung als Auftragsbringer für lokale Wirtschaft
- Gastronomie fördern
- Neue soziale Einrichtungen als Wirtschaftsfaktor (z.B. durch neue Bewohner)

Das sind die positiven Imagerträger:

- Einzelne Geschäfte:
Fleischerei Thiele, Loony Tuns, Orthopädie-Schuhtechnik R. Gregor, Auto Kaiser GmbH, Job Shop Berufsbekleidungshandel, Blumenladen Viva la Flora, Fotogeschäft Blende1Null;
- Spezielle Gruppen von Einzelhändlern:
Exoten, Spezialitätengeschäfte, A&Vs
- Dienstleister:
Shiva Day Spa, Raumausstatter René Beckert, Physiotherapie Susan Sager
- Handwerker:
z.B. Werkstätten für Buchbinderei KG, Glaser und Tischler Liebert GmbH
- Gastronomie:
Alexxanders, Lokomoto, Kaffeesatz
- Arche Augustusburger Straße
- Sachsenfernsehen
- 1. CFC
- Stadtwerke Augustusburger Straße



Strategietisch „Bildung“:

Ausgangspunkt (aus dem 1. World Café):

Bildungslandschaft vollständig erhalten; Lebenslanges Lernen für alle



Das konnte bisher erreicht werden: Aktuelle Stärken

- Lessingschule
- Georg-Weerth-Mittelschule
- Nette Lehrer + Schulleiter
- Vernetzung zwischen einzelnen Bildungseinrichtungen
- Umfangreiche Ganztagesangebote in Schulen und bei freien Trägern, u.a. Zirkus
- Mehrere KITAS, auch mit integrativen Charakter (alle saniert)
- Zusammenarbeit mit freien Trägern gut ausgebaut
- Freizeitangebot, Bildungsangebote für Erwachsene (z.B. Computerkurse), Freizeitangebot mit generationsübergreifendem Charakter
- Jugendclubs und Jugendzentren, Mobile Jugendarbeit
- UNI Ulm und SBI begleiten den Bildungstag an der Georg-Weerth-MS durch das Projekt „Fokus Kind“
- Mentorenprojekt (NAC)
- Betreuungsangebote für problematische Haushalte

Welche weiteren Qualitäten braucht es im Strategiefeld noch?

- Wie binden wir Evangelisch Schulzentrum u. Johannes Kepler Gymnasium in den Stadtteil ein?
- Nur höhere Schulen (Eliteschulen) sind Image-Träger?!
- Schulen erhalten

Das sind die positiven Imageräger:

- Schulzentrum am Ort: „Komplettheit“ der Bildung + Kooperation, Lessing Grundschule, Grundschule am Sonnenberg, Zahlreiche Kitas??? Mit dieser gute Vernetzung werben
- Bunte Gärten Spielplätze
- Fenster in die Erdgeschichte (Steinerer Wald)
- Saatgutgarten

Ergebnisbericht

2. World Café am Sonnenberg 19.04.2012

- Mentorenprojekt (Begleitung von Jugendlichen und jungen Erwachsenen)
- Förderzentrum Pestalozzi
- Hainstraße 125 (Freizeitangebot mit generationsübergreifenden Charakter + Verein Neue Arbeit)
- Lehrer und Schulleiter
- Schülercafé und die Schulclubs



Strategietisch „Kultur/Soziales Zusammenleben“:

Ausgangspunkt (aus dem 1. World Café):

Kulturelles und soziales Leben als Alleinstellungsmerkmal des Sonnenbergs entwickeln



Das konnte bisher erreicht werden: **Aktuelle Stärken**

- Viele A&V's/Antiquitäten
- Karree-Höfe sehr groß
- Engagement der Kirchen
- Kinder und Jugendeinrichtungen
- Angebote für Bedürftige (z.B. sozialer Mittagstisch)
- Beratungsangebote für Wohnungslose, Schwangere Sozialhilfeempfänger,
- Lesecafé, Lokomov
- Unterstützung der Stadtverwaltung
- Bunte Gärten
- Zeisigwald
- Entwicklungspotential
- Versteinerter Wald
- Straßentheater
- Spielplatz Lessingplatz

Welche **weiteren Qualitäten** braucht es im Strategiefeld noch?

- Broschüre für „Kreativläden“
- Zietenstraße „Ofenmuseum“ - Nutzung? (Anmerkung: liegt im Hinterhaus)
- Kaufhallen werden weniger
- Raum für Erwachsene zum „Trinken“ in würdevoller Umgebung, aber feste Treffpunkte
- Multikulti → ja , ABER: Toleranz auf dem Sonnenberg → ?

Das sind die positiven Imageräger:

- Kinderfeste im Sonnenkarree
- Jugendclubs Mikado und Bumerang
- Don Bosco Haus
- Stadtteilmanagement
- Stadtteilrunde
- StadtHalten e.V.
- Evangelisches Schulzentrum
- Georg-Weerth-Mittelschule
- Lesecafé
- Laden Underworld Records
- Künstlerin [REDACTED]
- Vielfalt der Bevölkerung
- Viele Künstler → Kreativität



Strategietisch „Ökologie“:

Ausgangspunkt (aus dem 1. World Café):

der ökologische Stadtteil mit eigener Energieversorgung



Das konnte bisher erreicht werden: **Aktuelle Stärken**

- Saatgutgarten
- Energetische Sanierung Kita S-Bach-Straße 24 erreicht das Neubauniveau nach „40 (ENEV)“
- Nahwärmenetz K 49: Bereitschaft der Mehrzahl der Eigentümer liegt vor, Umsetzung der Fachförderung nach KfW in Vorbereitung
- Stadtteil der kurzen Wege
- Grüne Hinterhöfe (Bsp. Zietenstraße)
- Grüne Oase (Balkongestaltung)

Welche **weiteren Qualitäten** braucht es im Strategiefeld noch?

- Sinnvolle Nutzung von Rückbauflächen, u.a. Saatgutgarten, Bewirtschaftung, Verbindung von Ökologie + Wirtschaft
- Baumaterial weiter / wieder verwenden, damit ist weniger Energie nötig.
- Solarenergie Südhang, Höhe Fürstenstraße
- CARSHARING, Freiräume sind vorhanden für neue Ideen, wie z.B. Carsharing
- Kleingartenvereine stärker in den Stadtteil einbinden, z.B. lokale Produkte (Obst, Gemüse, Honig) im Stadtteil anbieten

Das sind die **positiven Imageräger**:

- Kindergarten Sebastian-Bach-Straße 21 (energetische Sanierung)
- Gebäudeeigentümer im Karree 49
- Hinterhof Markusstraße 4
- Staudenbeete Würzburger Straße
- Gärten auf der Humboldthöhe / Kleingärten allgemein

Strategietisch „Öffentlicher Raum“:

Ausgangspunkt (aus dem 1. World Café): den öffentlichen Raum gemeinsam weiter aufwerten



Öffentlicher Raum

Das konnte bisher erreicht werden: **Aktuelle Stärken**

- Kirchen als Leuchttürme
- Bunte Gärten und Vulkanspielplatz
- „Blick ins Wohnzimmer“
- Straßengalerie
- Gestaltungsprojekt (Oase + Baumscheiben)
- Karree 67
- Räumlich intakte Karree-Struktur
- Porphy (vom Zeisigwald) oft verbaut
- Sonnenuhr (Mehrfachnennung)
- Konsumhaus → schöner Stuck und Pophyr

Welche **weiteren Qualitäten** braucht es im Strategiefeld noch?

- wenig Sitzplätze im öffentlichen Raum, außer auf den bekannten Plätzen
- Ehemalige FE (Fahrzeugelektrik)
- Bachstraße
- Wettbewerb für Kunst im öffentlichen Raum ausloben?
- Platz für Experimente (im Freiraum): Sebastian-Bach-Straße, Peter-/Ecke Hainstraße, Fürstenstraße/ Ecke Hainstraße
- CFC, weiter an Erfolg arbeiten, CFC Stadion
- Lessingplatz als Spielplatz und Treffpunkt

Das sind die **positiven Imageräger**:

- Herr [REDACTED] → Bekenntnis
- Fenster in die Erdgeschichte
- CFC-Stadion
- Würzburger – und Hoferstraße

Ergebnisbericht

2. World Café am Sonnenberg 19.04.2012

Exkurs:

Welche Orte/ Dinge würden Sie einem Freund aus Berlin am Sonnenberg zeigen?

(3 Angaben möglich):

- Industriegeschichte , Steinerner Wald, Alexanders
- Markuskirche, Lesecafé Kaffeesatz, Alexanders mit super Küche
- Bunte Gärten, Würzburger Straße, Markusstraße 32 einschl. Innenhof „Alte Molkerei“
- Bunte Gärten, Döner Essen, A+V Geschäfte = Milieu Charme; „Blick ins Wohnzimmer“
- Bunte Gärten, Würzburger/ Hofer Straße, Gebiet um Gießstraße / L.-Kirschstraße, Lesecafé/ Lokomov, Markuskirche/ Körnerplatz
- Zum Herrn [REDACTED], Markusstraße (privater Zoo), zum Herrn [REDACTED] (Kunstatelier) Würzburger Straße
- Markuskirche, Bunte Gärten, Zeisigwald, Lessingplatz, Jugendclubs, Stadion CFC, Lokale

Umgang mit den Ergebnissen

Die Ergebnisse der beiden Veranstaltungen werden im nächsten Schritt inhaltlich zusammengeführt und aus den vielen Ideen/ Anregungen ein Vorschlag für das neue Leitbild des Sonnenbergs entwickelt. Das Leitbild bezieht sich auf die verschiedenen diskutierten Themen und formuliert Zielstellungen und Visionen für den Stadtteil Sonnenberg, also alles das was bereits in den beiden „Kaffeerunden“ diskutiert wurde, wird hier verarbeitet.

Was genauso wichtig ist, ist die Kommunikation über den Stadtteil. Wir wollen möglichst die positiven Seiten zeigen, um den Imagewandel vom ehemaligen „Arbeiterviertel“ zu einem bunten und lebenswerten Stadtteil für alle zu zeigen. Deshalb werden wir einen kleinen Leitfaden entwickeln, der auf die genannten positiven Imagerträger setzt und beispielgebend zeigt, wie die vielen Seiten des Sonnenbergs nach außen positiv vermittelt werden können.

Und was gehört unbedingt dazu?

Natürlich, ein LOGO! Achtung der Wettbewerb läuft, es winkt ein Preisgeld und wäre es nicht schön wenn Dein/ Ihr LOGO irgendwann ein Fan-Shirt, eine Zeitung, ein Plakat oder auch ein Regionalprodukt des Sonnenbergs ziert? Die Ausschreibung zum Wettbewerb mit allen Informationen findet Ihr unter www.sonnenberg-online.de

Und bitte vormerken: Alle Ergebnisse werden am **28.06.2012, 17.00 Uhr Sonnenstraße 27 zur Zukunftswerkstatt Sonnenberg** vorgestellt und auch das neue LOGO prämiert!

Macht mit!

Ihr Sonnenberg-Online-Team

