

Inzwischen haben wir monatlich auf den Seiten von Sonnenberg-Online **10.000 User**

Es haben sich bereits **25 Mitmacher** vorgestellt. **438 x** wurde ein Voting

zum LOGO-Wettbewerb abgeg

Sonnenberg besucht davon **10** immerhin zwe
den Sonnenbergern ins Gespräch kommen wollte)



23 Ideen umfasst die Ideenmaschine bisher, die ALTE FAHRZEUGFABRIK wurde mit
11mal am meisten kommentiert. + **Neues Stadtteillogo gewählt!**

Der Fotowettbewerb war mit **60 Fotos** von Kindern und Jugendlichen gut vertreten.

76 ga



MACH MIT!

sonnenberg-online.de

ENDBERICHT

Projekt: Sonnenberg-Image

Entwicklung einer Stadtteilmarke
für den Sonnenberg

Inzwischen habe

Es haben sich bereits **25 Mitmacher** vorgestellt. **438 mal** wurde ein Voting

zum LOGO-Wettbewerb abgegeben. **70 Leute** haben das World Café

Sonnenberg besucht davon **10** immerhin zweimal (Wir wissen, dass vor allem die Stadtverwaltung mit

Der Fotowettbewerb war mit **60 Fotos** von Kindern und Jugendlichen gut vertreten.

76 ganz normale Stadtbewohner haben

sich zum Stadtteilst fest überwiegend positiv über den Sonnenberg geäußert, nicht alle wa-
ren vom Sc

Inzwischen



Auftraggeber:
Stadt Chemnitz, Stadtplanungsamt

*planart*⁴, Juli 2012

Es haben

zum LOGO-Wettbewerb abgegeben. **70 Leute** haben das World Café

Inzwischen haben wir monatlich auf den Seiten von Sonnenberg-Online **10.000 User**

Stadt Chemnitz

**PROJEKT „SONNENBERG - IMAGE“
ENTWICKLUNG EINER STADTTEILMARKE SONNENBERG**

Auftraggeber:

Stadt Chemnitz

Stadtplanungsamt
Abteilung Stadterneuerung/ Koordination Fördermittel
Annaberger Straße 89
09120 Chemnitz

Ansprechpartner:

Grit Stillger
Tel: 0371/ 488-6030
Fax: 0371/ 488-6099
E-Mail: grit.stillger@stadt-chemnitz.de

Bearbeitung:

planart⁴

Büro für Stadtentwicklung und Freiraumplanung
Senftleben & Apolinarski GbR

Shakespearestraße 5
04107 Leipzig
Tel: 0341/ 9609080
Fax: 0341/ 9609078
E-Mail: info@planart4.de

Dipl.-Ing. Ines Senftleben, Architektin für Stadtplanung
Dipl.-Ing. Detlef Apolinarski, Landschaftsarchitekt

In Kooperation mit

Dr. Susanne Heydenreich, Sozialgeografin

Stand Juli 2012

Europa fördert Sachsen.



Das Projekt wurde über EFRE als Teil
der Handlungsstrategie für den
Stadtteil Sonnenberg gefördert

Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung.....	3
2	Wichtige Ergebnisse.....	4
3	Prozesssteuerung.....	5
3.1	Vorhandene Netzwerke.....	5
3.2	Lenkungsgruppe Sonnenberg-Image.....	7
3.3	Leitlinien der Öffentlichkeitsarbeit.....	10
3.4	Bewertung der Arbeitsweise	13
4	Beteiligung als Grundlage der Image-Arbeit.....	15
5	Eingesetzte Beteiligungsformate	17
5.1	Befragungen	17
5.2	Öffentliche Foren	18
5.2.1	Format World Café	18
5.2.2	Zukunftswerkstatt	19
5.3	Aufsuchende Beteiligung	19
5.3.1	Netzwerke, Institutionen.....	19
5.3.2	Unternehmer und andere zentrale Akteure	19
5.3.3	Schüler und Jugendliche.....	20
5.4	Instrument Internet und WEB 2.0.....	20
5.4.1	Diskussionsplattform Sonnenberg-Online	20
5.4.2	Die Ideenmaschine	24
5.4.3	Social Media	24
5.5	Wettbewerbe.....	24
5.5.1	Fotowettbewerb „Lost and found“	24
5.5.2	Logo-Wettbewerb	25
6	Arbeitsstand Leitbild zum Sonnenberg	26
6.1	Fragestellungen im Beteiligungsprozess	26
6.2	Leitbild Sonnenberg.....	27
6.3	Umsetzung des Leitbildes.....	30
7	Ausblick.....	31

Anlagen

Anlage 1	Prozessdokumentation - Protokolle Lenkungsgruppe „Sonnenberg-Image“
Anlage 2	Ergebnisberichte: World Café vom 22.11.2011 und 19.04.2012, Zukunftswerkstatt vom 28.06.2012

1 Einleitung

Der Sonnenberg braucht ein neues, positives Image. Aktuelle Erhebungen im Rahmen der Anpassung des Stadtumbaugebietes in Chemnitz bestätigen, dass die Abwanderung aus dem Sonnenberg in andere Stadtteile noch lange nicht gestoppt ist.

In den letzten Jahren haben umfangreiche Aufwertungsmaßnahmen der öffentlichen Hand, der großen Wohnungsunternehmen und nicht zuletzt der privaten Eigentümer den Stadtteil entscheidend nach vorn gebracht. Jetzt muss es gelingen, diesen positiven Wandel im Bewusstsein der Bevölkerung zu verankern. Primäres Ziel ist dabei, die Einwohnerzahlen zu stabilisieren, das soziale Zusammenleben zu festigen und vor allem den Wandel sichtbar zu machen.

Die Stadt Chemnitz hat aus diesen Gründen das Projekt „Sonnenberg-Image“ ausgeschrieben und nach einem Auswahlverfahren das Büro **planart**⁴ mit der Durchführung beauftragt.

Dem vorausgegangen waren vorbereitende Untersuchungen im Frühjahr 2011 zur Umsetzung eines Imageprojektes für den Stadtteil Sonnenberg. Im Rahmen dieser Untersuchungen wurden eine Netzwerkanalyse, eine Analyse der Kommunikationsstrukturen sowie ein Zielszenario für die Kommunikation über den Stadtteil entwickelt. In Vorbereitung der Leitbildentwicklung wurde das Innenimage durch Erfassung der Stärken und Schwächen des Stadtteils im Rahmen von Experteninterviews analysiert. An diese Ergebnisse, insbesondere im Hinblick auf die Methodik und dem Aufbau geeigneter Organisations- und Kommunikationsstrukturen, knüpft das Projekt an.

Das Projekt „Sonnenberg-Image“ ist als Kommunikationsprojekt konzipiert und beruht auf einem breiten Beteiligungsverfahren, bei dem ein neues, positives Leitbild für den Stadtteil entwickelt wird. Dieses neue Bild oder „Image“ kann nur dann nachhaltig wirken, wenn es auf den Realitäten im Stadtteil fußt und von einer Mehrheit der im Stadtteil Aktiven mit getragen wird. Es werden deshalb möglichst viele im Stadtteil relevanten Gruppen einbezogen: Bürger, Initiativen, Vereine, Institutionen, Gewerbetreibende, Unternehmen, Schulen, Kinder- und Jugendeinrichtungen, soziale Träger, Ämter der Stadt Chemnitz, die Kirchen, Künstler, Wohnungsunternehmen, private Eigentümer und überhaupt alle, die sich dafür interessieren. Der Prozess ist grundsätzlich offen gehalten, das heißt, jeder kann sich beteiligen.

Gesteuert wurde das Projekt durch die eigens dafür initiierte Lenkungsgruppe „Sonnenberg-Image“, in der das Stadtteilmanagement, die Gemeinwesenkoordination, Vertreter der Stadtteiltrunde und der Verein Stadthalten e.V. für die Standortinitiative Sonnenberg, die großen Wohnungsunternehmen, das Gewerbemanagement sowie die Stadtverwaltung Chemnitz und der beauftragte Sanierungsträger vertreten sind. Die inhaltliche Vorbereitung und Moderation der Lenkungsgruppensitzungen erfolgte durch **planart**⁴.

Das Besondere an der Imagearbeit für den Sonnenberg sind die vielfältigen, miteinander verflochtenen Beteiligungsformen, die sich an unterschiedliche Zielgruppen richten. Die Einstiegsmöglichkeiten für die Kommunikation sind niederschwellig und ermöglichen einen Austausch der Akteure und Bewohner auf „Augenhöhe“. Die eingesetzten Beteiligungsinstrumente werden nachfolgend noch einmal zusammengestellt und bewertet.

Mit dem vorliegenden Arbeitsstand ist der Prozess nicht zu Ende. Vielmehr besteht die Aufgabe der Stadtteilakteure, die erarbeiteten Inhalte - Vision und das Leitbild für den Sonnenberg - und die neu geschaffenen Kommunikationsinstrumente weiter zu entwickeln und zu nutzen.

2 Wichtige Ergebnisse

Das Projekt „Sonnenberg-Image“ wurde offiziell Ende August 2011 mit dem Diskussionsportal Sonnenberg-Online im WEB 2.0 gestartet. Bis zum Juni 2012 fanden verschiedene öffentliche Veranstaltungen, Befragungen, Wettbewerbe und eine Vielzahl von Einzelgesprächen mit Bewohnern und Vertretern wichtiger Institutionen statt. Die Informationen und Statements zum Stadtteil zeigen eine breite Vielfalt bei den handelnden Akteuren und in Bezug auf das Stadtteilleben am Sonnenberg.

Die Zukunftswerkstatt am 28. Juni 2012 hat einen vorläufigen Endpunkt innerhalb des Kommunikationsprojektes „Sonnenberg-Image“ gesetzt. Damit ist der Image-Prozess am Sonnenberg jedoch nicht abgeschlossen, vielmehr hat dieser an Fahrt gewonnen und wird deshalb auch zukünftig seine Fortführung finden.

Im Projekt konnten dafür entscheidende Grundlagen gelegt werden:

- Durch den Einsatz neuer moderner Beteiligungsinstrumente wie dem World Café oder die Ideenmaschine/ www.sonnenberg-ideenmaschine.de wurden Beteiligungsstrukturen im Stadtteil mit großer Reichweite und niederschweligen Einstiegsmöglichkeiten für jedermann geschaffen. Diese werden auch in Zukunft tragfähig sein und die Grundlage für die weitere integrierte Entwicklung des Sonnenbergs bilden.
- Die eingesetzte Lenkungsgruppe „Sonnenberg-Image“ bietet Ausbaumöglichkeiten für die künftige Steuerung einer stärker von den Bewohnern getragenen Stadtteilentwicklung, z.B. durch die Überführung in eine breit aufgestellte „Sonnenbergrunde“ mit Koordination durch das Stadtteilmanagement.
- An der Kommunikation zum Stadtteil beteiligen sich viele Akteure und Bewohner. Ihre Sicht auf den Sonnenberg haben im Rahmen einer Interviewreihe viele MITMACHER geäußert. Kinder- und Jugendliche haben diese außerdem mit Fotos festgehalten. Neue Partner wie der Chemnitzer Fußballclub (CFC), der am Sonnenberg sein neues Stadion errichtet, konnten für eine Mitarbeit gewonnen werden. Der Kreis der Autoren, die im Online-Portal mitschreiben, hat sich damit wesentlich erweitert.
- **Zusammen mit den Bewohnern und Akteuren aus dem Stadtteil wurde ein Leitbild und eine Vision erarbeitet**, die auf Basis einer Analyse der aktuellen Situation im Stadtteil Wege in die Zukunft beschreiben und als Richtschnur dienen soll.
- Mit dem Diskussionsportal www.sonnenberg-online.de und der angeschlossenen Facebook-Seite www.facebook.com/sonnenberg.online wurde **erstmalig** eine neue, moderne und interaktive Kommunikation über den Stadtteil initiiert. Seit dem Start von Sonnenberg-Online haben durchschnittlich 8.000 Besucher pro Monat die Webseite besucht.
- Es wurde ein Stadtteillogo gesucht und **gefunden**, das in Zukunft als **wiedererkennbare Marke** für den Sonnenberg steht. Dem vorausgegangen war ein Wettbewerb, an dem sich neben vielen Chemnitzern auch Nichtchemnitzer von Nürnberg bis Berlin

beteiligt haben. Auch die Auswahl des LOGO erfolgte unter breiter Beteiligung der Bevölkerung im Rahmen eines Voting.

Die Akteure im Stadtteil, die Bürger, Unternehmen, Multiplikatoren und die Stadtverwaltung sind nun am Zug, die geschaffenen Grundlagen anzuwenden, weiter zu entwickeln und damit den angestoßenen Image-Prozess zu verstetigen.

Durch eine kontinuierliche Arbeit kann dies gelingen. Dieser Prozess sollte deshalb keine Unterbrechung erfahren, um einer regressiven Entwicklung entgegenzusteuern.

Das Projekt hat gezeigt: Der Sonnenberg hat sich nach 20 Jahren Stadterneuerung und den vielfältigen Initiativen und Projekten der Akteure im Stadtteil deutlich zum Positiven gewandelt. Eine weitreichende und vielseitig angelegte Kommunikation darüber unterstützt den Imagewandel des Stadtteils und wird damit seinen Qualitäten, seinen Potentialen und seinem Charme gerecht.

3 Prozesssteuerung

3.1 Vorhandene Netzwerke

Die bestehenden Netzwerke sind für den Aufbau einer effektiven Organisations- und Kommunikationsstruktur entscheidend. Deshalb wurde bereits in der vorbereitenden Untersuchung zur Entwicklung einer Stadtteilmarke „Sonnenberg“ das Akteursnetzwerk im Stadtteil analysiert. Dazu wurden von allen wichtigen Multiplikatoren im Stadtteil (Stadtteilmanager, Gemeinwesenkoordination, diversen Mitgliedern der Stadtteilrunde, Bürgerverein, Verein Stadthalten e.V.), aber auch von Einzelpersonen insbesondere aus dem örtlichen Gewerbe, der Wohnungswirtschaft und aus der Kulturszene Meinungen eingeholt.

Entwicklungen, die sich im Verlauf des Projektes ergeben haben, werden hier noch einmal beleuchtet, da sich aus diesem Prozess heraus in Zukunft weiterer Handlungsbedarf in Bezug auf die Gesamtkoordination eines Managements im Stadtteil und den Umgang mit den erreichten Ergebnissen des Kommunikationsprojektes „Sonnenberg-Image“ ergibt.

- Die **Stadtteilrunde** (seit 2003 aktiv) ist eine Initiative der im Gebiet arbeitenden freien Träger der Jugend- und Sozialarbeit und beschäftigt sich vorrangig mit sozialen Themen, die unmittelbar den Arbeitsbereich dieser Träger berühren. Sie arbeitet als soziales Netzwerk autark, die Stadtverwaltung nimmt nur bei speziellen Themenbereichen an den Sitzungen teil und wird in der Regel durch das Protokoll informiert. Neben der fachlichen Abstimmung werden stadtteilweit wirksame Aktionen wie das Stadtteilfest, der Nachbarschaftstag und der Frühjahrsputz organisiert.

Nach Aussagen mehrerer Gesprächspartner gab es immer wieder Versuche, die Runde zu öffnen und dort andere Themen der Stadtentwicklung zu platzieren. Das ist bisher nicht gelungen, da es keine übergreifenden Interessen gibt, sich z.B. mit Gewerbetreibenden oder Eigentümern auszutauschen. Die beiden Wohnungsunternehmen im Stadtteil sehen ihre Mitwirkung unter dem Aspekt, soziale Belange der eigenen Mieterklientel mit den Trägern der Sozialarbeit abzustimmen.

Die Positionierung und Klärung der eigenen Aufgabenbereiche der Stadtteilrunde innerhalb des Stadtteils hat gerade im Bezug auf das Projekt „Sonnenberg-Image“ kon-

troverse Diskussionen ausgelöst. Insbesondere wurde ihre Wirkung als Gremium bzw. Interessenvertretung des gesamten Stadtteils hinterfragt.

Man hat sich in der Stadtteiltrunde inzwischen darauf verständigt, dass diese vor allem für die sozialen Belange im Stadtteil steht. In Zukunft wird man sich vorrangig auf die sozialen Themen des Sonnenbergs konzentrieren.

- Mit Beginn des Jahres 2011 wurde eine **Gemeinwesenkoordination** als neuer Akteur im Stadtteil installiert, deren Aufgaben in der Stärkung des Gemeinwesens und dem Aufbau von Nachbarschaften liegen. Mit den Mitgliedern der Stadtteiltrunde besteht inzwischen eine feste Zusammenarbeit. Eine aktive Einbeziehung anderer Gruppen und Netzwerke zu verschiedenen Anlässen wird hier aktiv betrieben z.B. zur Frühjahrsputzaktion.
- Der von Verein StadtHalten Chemnitz e.V. im Rahmen des Pilotprojektes „Konserviertes StadtQuartier“ der Nationalen Stadtentwicklungspolitik initiierte **Eigentümerstammtisch** richtet sich vor allem an private Gebäudeeigentümer und die großen Wohnungsunternehmen. Thematisiert werden hier neben konkreten Problemen der eigenen Objektentwicklung auch städtebauliche Entwicklungen, Imageprobleme und Auswirkungen auf dem Immobilienmarkt. Seit März 2011 bestehen Bemühungen, den Eigentümerstammtisch zu einer „Standortinitiative Sonnenberg“ weiterzuentwickeln und in Richtung Gewerbe zu öffnen. Die Stadtverwaltung war zu den Treffen regelmäßig vertreten.
- Seit diesem Jahr werden im Zuge des neu installierten Gewerbestammts zunehmend Gewerbetreibende mobilisiert. Es wurde ein **Gewerbestammtisch** einberufen, der inzwischen monatlich tagt. Themen sind Marketingmaßnahmen, die Stärkung der örtlichen Wirtschaft oder auch die Beseitigung von Gewerbeflächenleerständen. Hier bestehen ebenso Bestrebungen, eine Standortinitiative für den Stadtteil Sonnenberg zu initiieren. Zwischen StadtHalten e.V. und dem Gewerbestammts und den beiden Stammtischen besteht eine projektbezogene Zusammenarbeit.
- Im Februar 2012 wurde vom Stadtteilmanagement eine Stadtteilkonferenz einberufen, um den bis dato aus Vertretern der Stadtteiltrunde, der Kirche, der Wohlfahrtsverbände und Vereine zusammengesetzten **Stadtteilrat Sonnenberg** neu zu wählen. Der neue Stadtteilrat ist heute mit insgesamt 10 Mitgliedern noch breiter aufgestellt. Die Stadtteilträte entscheiden über die Vergabe von Mitteln aus dem Verfügungsfond und wollen ihre Aufgabenbereiche perspektivisch als Interessenvertreter des Stadtteils ausbauen.
- Das seit 2007 im Stadtteil tätige **Stadtteilmanagement** nimmt aktiv an den Runden regelmäßig teil. Für den Erhalt der einzigen Mittelschule im Stadtteil wurde vom Stadtteilmanagement das Aktionsbündnis Georg-Weerth-Schule initiiert. Im Aktionsbündnis wirken Stadt- und Landespolitiker mit.

Die aufgeführten Akteure und Netzwerke arbeiten selbstständig und bilden verschiedene Aufgabenbereiche der Stadtteilarbeit ab. Darüber hinaus gibt es keine regelmäßigen Treffen zwischen den Vertretern der verschiedenen Stadtteilaktivitäten aus den Bereichen Wirtschaft, Soziales und Wohnen. Ein Berichtswesen zur gegenseitigen Information existiert innerhalb der verschiedenen Runden, ist aber noch zu wenig vernetzt. Sonst übliche Formate im Quartiers-/

Stadtteilmanagement, wie regelmäßige Stadtteilforen oder Jour Fixes mit Stadtvertretern, waren zum Projektstart im Stadtteil nicht installiert bzw. fanden nur sporadisch statt.

Die einzelnen aufgeführten Akteure sind wichtige Multiplikatoren im Stadtteil. Sie sind in den jeweiligen Runden/ Besprechungen/ Stammtischen teilweise vertreten. Aufgrund der laufenden EFRE-Förderung und der damit verbundenen Umsetzung vieler Projekte im Stadtteil, ist der Abstimmungsaufwand entsprechend hoch. Das führt bei einigen Beteiligten zu einer Mehrbelastung und bindet für Projekte benötigte Kapazitäten.

3.2 Lenkungsgruppe Sonnenberg-Image

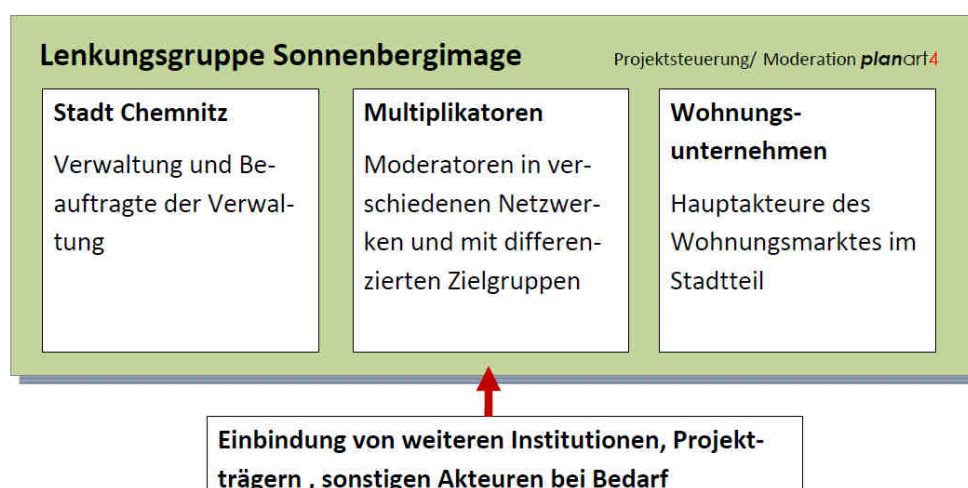
Aufgrund der Vielzahl von Akteursgruppen und Netzwerken wurde für die im Rahmen des Imageprojektes benötigte Bündelung der Kommunikation im Stadtteil eine Lenkungsgruppe einberufen, die möglichst alle Ziel- und Interessengruppen im Stadtteil erfasst. Insbesondere wurde die Stadt mit Vertretern aus verschiedenen den Stadtteil bedienenden Verwaltungsbereichen eingebunden.

Diese Lenkungsgruppe war über die Projektlaufzeit des Image-Projektes ein regelmäßig tagendes Gremium im Stadtteil, das sich aus lokalen Vertretern **aller Bereiche der Stadtentwicklung** (Soziales, Wirtschaft, bauliche Entwicklung) und Vertretern der Stadt zusammensetzte. Die Moderation der Lenkungsgruppe und die Projektsteuerung erfolgten in diesem Zeitraum durch **planart⁴**.

Eine besondere Funktion innerhalb der Lenkungsgruppe übernahmen die Multiplikatoren als Zielgruppen orientierte „Netzwerker“, die in die jeweiligen Akteursgruppen des Stadtteils hinein agieren sollten.

Übersicht: Zusammensetzung LG Sonnenberg

Lenkungsgruppe – Mitglieder und Funktion



Die Mitglieder der Lenkungsgruppe „Sonnenberg-Image“ stehen jeweils für verschiedene Zielgruppen und übernehmen im Rahmen des Projektes folgende Aufgaben:

Stadt Chemnitz

- Stadtplanungsamt

koordinierendes Amt innerhalb der Stadtverwaltung zur inhaltlichen Abstimmung von stadtteilbezogenen Maßnahmen und zur Koordinierung der Öffentlichkeitsarbeit innerhalb der Verwaltung,

Ansprechpartner: Grit Stillger, Christine Hauer/ Christine Sasse, Viola Brachmann

- Bürgermeisteramt

Koordinierung mit der Öffentlichkeitsarbeit der Stadt und Anbindung des Projektes an die AG WEB 2.0

Ansprechpartnerin: Cornelia Siegel

- Sanierungsträger

WGS als Beauftragter der Stadt und Schnittstelle zu den Projektträgern und Eigentümern im Stadtteil, insbesondere als Ansprechpartner für die Finanzierung von Maßnahmen

Ansprechpartner: Kerstin Reinhardt, Steffen Jüttner

Multiplikatoren

- Stadtteilmanagement

verantwortlich für die Moderation, Netzwerkarbeit und Koordination der verschiedenen Akteure im Stadtteil, mit dem Aktionsbündnis Georg-Werth-Schule wurde ein projektbezogenes Netzwerk initiiert.

Es besteht eine umfassende, stark Bewohner orientierte Zielgruppenausrichtung mit Verbindungen in alle bestehenden Netzwerke des Stadtteils.

Das Stadtteilmanagement bildet gleichzeitig die Schnittstelle zwischen Stadtteil und Stadtverwaltung.

Ansprechpartnerin: Elke Koch

- Gemeinwesenkoordination

Netzwerkarbeit läuft vor allem mit sozialen Trägern der Stadtteiltrunde, Zielgruppen sind Bewohner mit Schwerpunkt junge Bewohner/ Familien, Streetworker, Migranten,

Ansprechpartnerinnen: Claudia Hoppe, Hanna Remetsvenska

(Anmerkung: Die Lenkungsgruppe wurde für eine stärkere Mitwirkungsmöglichkeit der Stadtteiltrunde geöffnet. Die Mobile Jugendarbeit ist dem Aufruf des Stadtteilmanagements gefolgt und hat sich zwischenzeitlich in die Beratungen eingebracht.)

- StadtHalten Chemnitz e.V.

Moderiert den Eigentümerstammtisch/ Standortinitiative Sonnenberg, Zielgruppen sind private Eigentümer und Investoren, Gewerbetreibende, mit Verbindungen in Netzwerke auch außerhalb des Stadtteils

Ansprechpartner: Eckhard Heumeyer

- Gewerbemanagement

Übernimmt eine Moderatorenfunktion für den neu initiierten Gewerbestammtisch, Zielgruppe sind Gewerbetreibende im Stadtteil

Ansprechpartner: Herr Ettlich / Erfurt & Partner

Wohnungsunternehmen/ weitere Institutionen

- GGG und SWG

Das städtische Wohnungsunternehmen GGG und die Wohnungsgenossenschaft SWG sind Hauptakteure auf dem Sonnenberger Wohnungsmarkt mit konkretem Investitionsvorhaben und hohem Bedarf an positiver Öffentlichkeitsarbeit (z.B. gemeinsam umgesetztes Modellvorhaben südlicher Sonnenberg). Das Image-Projekt soll vor allem den Wohnwert des Stadtteils nach außen deutlich machen.

Ansprechpartnerin GGG: Katja Loße

Ansprechpartner SWG: Lutz Voigt

- Weitere Institutionen

Bei Bedarf und in Abhängigkeit von den Themen kann die Einbindung von weiteren Institutionen in die Lenkungsgruppe erfolgen (z.B. CWE, IHK)

Die Prozesssteuerung im Rahmen der Imagearbeit setzte auf eine intensive und gleichberechtigte Beteiligung und eine transparente Informationspolitik. Die Mitglieder der Lenkungsgruppe haben sich in mehreren gemeinsamen Besprechungen **auf Aufgabenschwerpunkte vorerst zur Umsetzung des als Kommunikationsprojekt angelegten Projektes „Sonnenberg-Image“** verständigt.

Aufgabenbereiche der Lenkungsgruppe waren:

- Informationsaustausch/ Koordinierung der Öffentlichkeitsarbeit im Stadtteil

- Inhaltliche Steuerung des Image-Projektes:
 - Vor dem Hintergrund einer breit aufgestellten Kommunikation verabschiedete die Lenkungsgruppe auf Basis der vorliegenden Ergebnisse und der zukünftigen Bürgerbeteiligung inhaltliche Leitlinien für die Öffentlichkeitsarbeit über den Stadtteil. Die Lenkungsgruppe übte keinerlei Zensur aus und versuchte nicht, den Stadtteil künstlich schön zu reden.
 - Sie steuerte das Kommunikationsprojekt durch laufende Evaluierung und stimmte die Strategie für das Projekt gemeinsam ab.
- Entscheidung über den Mitteleinsatz zur Umsetzung von Maßnahmen der Öffentlichkeitsarbeit im Stadtteil

3.3 Leitlinien der Öffentlichkeitsarbeit

Die abgestimmten inhaltliche Leitlinien zur Öffentlichkeitsarbeit beinhalten zum einen die Grundsätze der Zusammenarbeit zwischen den beteiligten Mitgliedern der Lenkungsgruppe, zum anderen verständigte man sich auf die zu vermittelnden Qualitäten zum Stadtteil.

Die Leitlinien fußen auf nachfolgende Grundsätze:

- **Gegenseitige Information fördert ein koordiniertes Arbeiten**

Nur mit einem freien Informationsfluss in alle Richtungen kann ein Imageprozess erfolgreich sein. Das heißt: alle Multiplikatoren / Stadtteilakteure informieren die Lenkungsgruppe frühzeitig über geplante Aktivitäten (Veröffentlichung, Veranstaltung etc.).

Durch eine regelmäßige Terminabstimmung zu Veranstaltungen, Veröffentlichungen und sonstigen öffentlichkeitswirksamen Aktivitäten im Stadtteil sollen Überschneidungen vermieden werden. Dort, wo es sinnvoll erscheint, sollte über die Lenkungsgruppe eine Einladung an andere Akteure ergehen, sich an den jeweiligen Vorhaben zu beteiligen.

- **Gezielte Verwendung von Ressourcen**

Stadtteilbezogene Maßnahmen der Öffentlichkeitsarbeit werden von der Stadt unter Inanspruchnahme von Fördermitteln aus verschiedenen Programmen unterstützt und über das Stadtteilmanagement koordiniert.

Eine Abstimmung geplanter Maßnahmen in der Lenkungsgruppe ist als Unterstützung für das Stadtteilmanagement und für die Projektdurchführung sinnvoll, um inhaltliche, qualitative, technische oder organisatorische Anpassungen anzuregen und einzufordern.

- **Imagewandel wird durch die Vermittlung von SCHLÜSSELQUALITÄTEN erreicht**

Jede Veröffentlichung und jede Veranstaltung transportiert Botschaften über den Stadtteil. Das Sichtbarmachen von Qualitäten und Stärken des Stadtteils steht damit im Vordergrund. Die Botschaft ist:

„Der Sonnenberg hat sich gewandelt und bietet neue Qualitäten“

Der Sonnenberg bietet einmalige Standortvorteile. Dazu gehören unter anderem seine Lage nah an Innenstadt und Zeisigwald, seine architektonische und städtebauliche Qualität, sein großes und vielfältiges Wohnungsangebot für alle Ansprüche, seine Freiräume (im wörtlichen und übertragenen Sinne), seine aktive Bewohnerschaft.

Alle Multiplikatoren/ Stadtteilakteure müssen diese Qualitäten transportieren.

Im Verlauf des Imageprojektes wurden die Schlüsselqualifikationen, vor allem durch Verfahren der Bürgerbeteiligung, weiter präzisiert und mit Inhalten hinterlegt. Die Themenvielfalt spiegelt sich in der Vision zum Sonnenberg wider. Alle Multiplikatoren/ Stadtteilakteure sollten in ihrer Öffentlichkeitsarbeit auf dieses sich entwickelnde Profil eingehen.

Für die Kommunikation wurden entsprechende Strategien entwickelt, wie gegen das bestehende Negative Image des Stadtteils vorgegangen werden kann. Diese Strategien behalten auch für den weiteren Imageprozess ihre Gültigkeit, da sie mit ihren Inhalten das Leben im Stadtteil abbilden und positiv vermitteln können.

STRATEGIE	WIRKUNG	FORMATE, INHALTE
Menschen und Gesichter zeigen, Themen über Einzelpersonen/ Personengruppen transportieren → Authentizität schaffen!	Gegen das Außenbild vom Arme-Leute-Viertel, Auflösung des Meinungsbildes von einer anonymen Masse sozial Benachteiligter	- Lebensgeschichten erzählen z.B. Einbindung Schreibwettbewerb - Interviewreihe in unregelmäßiger Folge mit Portraits von BewohnerInnen des Sonnenbergs (z.B., Unternehmern, Künstlern, „ganz normale Bürger“...) - Statements prominenter Unterstützer
Hochwertiges und Qualitäten zeigen → Neue Akzente setzen	Dem Außenbild vom schmutzigen Stadtteil mit sozialen Problemen etwas Positives entgegensetzen	- Vielfalt des Wohnens - Vorzeigeprojekte der Stadtentwicklung - Auf Besonderheiten aufmerksam machen (wie Buchwerkstätten) - Leuchttürme einbinden / Verlinken (Steinerne Wald, 1. CFC) - Information zu Angeboten aus Freizeit, Kultur und Sport - Mit hochwertiger Bildung

STRATEGIE	WIRKUNG	FORMATE, INHALTE
		(„Elite“) werben
Urbanität zeigen Die Lebendigkeit wird getragen vom Spannungsfeld traditioneller bis alternativer Lebensweisen, hier wird kommuniziert, bestehen starke soziale Bindungen und soziales Engagement → Vielfalt sichtbar machen	Gegen das Außenbild von Anonymität, Verwahrlosung und Kriminalität	- Soziales Miteinander zeigen z.B. Vereinsleben - Viele Informationen zum reichhaltigen Alltagsleben („Jeder redet mit“); - Viele Informationen zu Personen aus dem Quartier - („Jeder kennt jeden“)
Möglichkeitsraum Sonnenberg „Hier geht noch was, hier ist noch Platz“ → Kreative Potentiale entdecken	Gegen das Bild von Abwanderung und Stagnation	Zeigen erfolgreicher Beispiele:: - kleine Idyllen (Gartenträume) - „...von der Garage zum Unternehmen“ - Biographien, Projekte, Ideen, Sanierungen.... - Mit dem Tenor „und auch für Ihre Ideen ist noch Platz“

- **Nutzung im Beteiligungsprozess entwickelter „Botschaften“ als Werbeträger für den Stadtteil und Verstärkung im Stadtteil**

Künftig wird ein Logo, das aus einem LOGO-Wettbewerb hervorgegangen ist, auf Printmedien/ Werbeträgern auf den Stadtteil aufmerksam machen. Die Nutzung des Stadtteillogos unterstützt die Wiedererkennbarkeit des Stadtteils und trägt zu einer positiven und inhaltlich gebündelten Kommunikation und zur Verbesserung des Außenimages des Sonnenbergs bei. Die kostenfreie Nutzung des Logos ist für alle möglich.

Das Logo sollte auf folgenden Medien und Werbeträgern eingesetzt werden:

- alle Printmedien wie Flyer, Broschüren, Stadtteilzeitung der Stadtteilakteure, der Schulen, der Wohnungsunternehmen, Gewerbetreibenden im Stadtteil
- auf den Internetseiten der aufgeführten Stadtteilakteure
- auf Fanartikeln zum Stadtteil wie Sticker, T-Shirt, Aufkleber, Tassen etc.

Ein MOTTO kann die Außenwirkung noch verstärken und könnte im fortlaufenden Imageprozess entwickelt werden.

3.4 Bewertung der Arbeitsweise

Ein Image-Prozess für den Stadtteil muss von Anfang an versuchen, perspektivisch selbsttragende Strukturen zu schaffen, da die heutige Netzwerkstruktur zu großen Teilen förderabhängig ist und ihr Fortbestand nach Auslaufen der EFRE-Förderung sich noch in Klärung befindet. Die eingerichtete Lenkungsgruppe „Sonnenberg-Image“ bietet bereits einen Ansatz, auch künftig als Arbeitsinstrument wichtige Fragestellungen im Stadtteil vorzubereiten. Der derzeitige Kreis der Mitglieder ist dabei nicht feststehend, sondern kann entsprechend den Bedingungen und Themen im Stadtteil bei Bedarf erweitert werden. Die derzeitige Moderation der Lenkungsgruppe und Prozesssteuerung durch **planart**⁴ ist nur als Prozessanschub zu sehen und endet vorerst mit diesem Projekt. Eine künftige Moderation und Prozesssteuerung wird jedoch notwendig sein, um das Projekt „Sonnenberg-Image“ erfolgreich weiter zu führen.

Kommunikation und Imagearbeit werden Grundthemen der Stadtteilarbeit mit dem Stadtteilmanagement bleiben, die nun effizienter strukturiert werden (Vorschlag: „Sonnenbergrunde“ als vernetzte Arbeitsplattform).

Die Lenkungsgruppe hat sich innerhalb des Projektes „Sonnenberg-Image“ achtmal getroffen. Thematisiert wurden in den Besprechungen vorrangig die inhaltliche Strukturierung und Steuerung des Image-Projektes, die eingesetzten Beteiligungsinstrumente (hier besonders das Diskussionsportal „Sonnenberg-Online“), die Vorbereitung und Durchführung der öffentlichen Veranstaltungen sowie die Auswertung der erreichten Ergebnisse im Beteiligungsprozess. Die Besprechungen sind dokumentiert und zeigen die Entwicklung und den Ablauf des Kommunikationsprojektes. Vorbereitet und organisiert wurde durch die Stadt und den Sanierungsträger weiter die Ausstellung „20 Jahre Stadterneuerung im Stadtteil Sonnenberg“. Mitglieder der Lenkungsgruppe haben für die Ausstellung die Inhalte zugearbeitet.

(Prozessdokumentation der Lenkungsgruppe siehe Anlage 1)

Im Rahmen des Projektes kam es durch das Zusammentreffen der unterschiedlichsten Koordinierungs- und Informationsprozesse im Stadtteil und Vorbehalten seitens der etablierten Netzwerkstrukturen (z.B. bei Fragen der Kompetenzzuordnungen) zu Problemen, die den Umsetzungsprozess behinderten bzw. verzögerten:

- Die Lenkungsgruppe wurde von einigen Akteuren der auf soziale Themen fokussierten Stadtteilrunde Sonnenberg als Doppelstruktur empfunden und fand deshalb als Meta-Ebene zu Bündelung stadtteilübergreifender Kommunikation keine Akzeptanz. Die monatlich tagende Stadtteilrunde hat sich in ihrem Selbstverständnis bisher als Vertretung des Stadtteils und Organisatorin des Stadteilebens (Stadtteilstadt, Nachbarschaftstag) gesehen. **Allerdings werden in dieser Runde wichtige Probleme der Stadtentwicklung, wie z.B. mit Wohnung- und Gewerbeleerständen umzugehen ist, nicht thematisiert.** Diese Einstellung hat im Verlauf des Projektes zu einer unbefriedigenden Beteiligung vieler sozialer Akteure am Image-Prozess geführt.
- Die Multiplikatoren im Stadtteil und Mitglieder der Lenkungsgruppe haben ihre Funktion der Informationsweitergabe an ihre jeweiligen Zielgruppen unterschiedlich effektiv erfüllt. Informationen über eigene Vorhaben der Mitglieder haben die Lenkungsgruppe nicht immer zuverlässig erreicht. Insgesamt scheint der Rohstoff „Information“ einigen Akteuren im Stadtteil im Sinne von „Informationsvorsprung“ zur Sicherung der eigenen Position wertvoll zu sein. Information kann aber vor allem auch als Kraftstoff ei-

ner integrierten, abgestimmten und arbeitssparenden Stadtentwicklung funktionieren, sehr zum Wohle nicht nur des Quartiers, sondern auch der einzelnen Akteure. Diese Grundphilosophie sollte fester Bestandteil eines jeden funktionierenden Stadtteilmanagements sein.

- **Aus externer Sicht besteht im Stadtteil aufgrund dieser noch nicht vollständig geklärten Problemstellungen und Abgrenzung von Aufgabenbereichen, Bedarf an einer themenübergreifenden Arbeitsstruktur für den Stadtteil.** Die geschaffene Lenkungsgruppe bietet dafür einen Ansatz und kann z.B. in die neue „Sonnenbergrunde“ überführt werden.

Derzeitig laufen Bestrebungen seitens der Stadtteilakteure als neue Struktur eine „Sonnenbergrunde“ zu installieren, die neben den Mitgliedern der bisherigen Lenkungsgruppe ebenso den neuen Stadtteilrat einbezieht. Das Aufgabenfeld der „Sonnenbergrunde“ und der einzelnen Mitglieder wird jetzt entwickelt, um eine sinnvolle Aufgabenteilung im Stadtteil zu erreichen. Der neue Stadtteilrat klärt dabei, welche Aufgaben er zukünftig im und für den Stadtteil Sonnenberg übernehmen will.

Da hier noch erheblicher Diskussionsbedarf besteht, wäre es sinnvoll, mit den Akteuren des Stadtteils und der Stadtverwaltung eine Funktions- und Aufgabenteilung zu verabschieden (z.B. im Rahmen einer Zukunftswerkstatt, mit dem Ziel, eine abgestimmte und von allen mit getragene Organisationsstruktur für den Stadtteil zu entwickeln).

Empfohlen wird, die bisherige Lenkungsgruppe „Sonnenberg-Image“ als Arbeitsgremium für den Sonnenberg in die „Sonnenbergrunde“ zu integrieren, thematisch weiter auszubauen und in das Aufgabenspektrum neben der Abstimmung der Öffentlichkeits- und Imagearbeit alle relevanten Themenbereiche des Stadtteils (Wohnen, Soziales, Wirtschaft, Bildung etc.) einzubeziehen. Grundlagen bilden dabei das gemeinsam erarbeitete Leitbild für den Sonnenberg sowie die konkreten Ziele und Maßnahmen des fortgeschriebenen integrierten Handlungskonzeptes Sonnenberg.

- Für die weitere Arbeit sollte im Vordergrund stehen, **die Ergebnisse des Beteiligungsprozesses (Organisations- und Kommunikationsstruktur, Beteiligungsinstrumente, Leitbild, Logo für den Stadtteil) anzuerkennen und in die eigene Arbeit zu integrieren.** Der begonnene Leitbildprozess ist fortzusetzen und in die Strategie der Stadtteilentwicklung zu überführen. Dabei sind genauso die Chancen einer intensiven und transparenten Zusammenarbeit in der Imageentwicklung für den Stadtteil deutlich zu machen. Dies könnte gestützt werden, indem die Netzwerke im Stadtteil weiter in Richtung einer integrierten Struktur mit einem verstärkten Austausch zwischen den „Fachrunden“ und einer intensiveren zentralen Koordination mit einer transparenten Informationspolitik entwickelt würden.

Das Stadtteilmanagement mit seinem Aufgabenbereich als Moderator, vermittelnd, integrierend und bündelnd in den Stadtteil zu wirken, steht hier in einer besonderen Verantwortung.

4 Beteiligung als Grundlage der Image-Arbeit

• Grundsätze der Beteiligung

Das Beteiligungsverfahren zur Imagearbeit ist mit der Erarbeitung eines Innenbildes gestartet, bei dem sowohl Stärken, als auch Schwächen des Stadtteils benannt wurden. Auf dieser Basis wurden eine Vision und ein Leitbild für einen zukünftigen Sonnenberg entwickelt, die perspektivisch in eine Stadtteilmarke transformiert werden können.

Im Rahmen der Leitbildentwicklung wurden folgende Fragen beantwortet:

- Welches Selbstbild besteht unter den Bewohnern (Innenbild)?
- Wie sieht die Zukunft aus, von welchen Visionen/ Ideen/ Perspektiven wird das zukünftige Selbstbild des Stadtteils getragen (Innenbild)?
- Welches Innenbild wird nach außen vermittelt? Wie erfolgt die zukünftige Einordnung des Sonnenbergs im Gesamtkontext der Stadt Chemnitz (Außenbild)?

Ziel des Image-Projektes ist, die Entwicklung einer positiven Innensicht aus prägenden Qualitäten und identitätsstiftenden Faktoren gemeinsam mit Bewohnern und Akteuren des Stadtteils zu erreichen. Es sollten weitere Visionen entwickelt und zu einer Stadtteilmarke weitergeführt werden. Dabei sind wichtige Themen des Stadtteils wie Wohnen, Arbeiten, Bildung, Kultur zu bedienen. Das ist insbesondere für den Nutzwert der einzelnen Akteure von Bedeutung, da sie sich hier mit ihren Belangen wiederfinden sollten.

Die Lenkungsgruppe „Sonnenberg-Image“ hatte bereits in der Vordiskussion Wert darauf gelegt, alle Akteure des Sonnenbergs bei dem Prozess mitzunehmen und für Transparenz im Prozessablauf zu sorgen. Der breit angelegte Beteiligungsprozess erfolgte deshalb nach folgenden Grundsätzen:

- Jede Akteursgruppe muss über ein Beteiligungsinstrument erreicht werden, dass ihren Interessen, Kommunikationsgewohnheiten und Zeitbudgets entspricht.
- Der Beteiligungsprozess ist als eine Serie von einzelnen, gruppenspezifischen Beteiligungsverfahren zu sehen.
- Entsprechend ist ein Methodenmix einzusetzen, der Einzelgespräche mit wichtigen übergeordneten Akteuren genauso vorsieht wie Workshops mit Bewohnergruppen und neue Instrumente wie Open-Space-Formate für gruppenübergreifende Beteiligungsschritte nutzt.
- Laufende und geplante Aktionen der lokalen Akteure sind in den Beteiligungsprozess einzubeziehen und für die Leitbildentwicklung zu nutzen.
- In Absprache mit den lokalen Netzwerken werden gezielt ergänzende Aktionen der lokalen Akteure entwickelt.
- Für einzelne Beteiligungsschritte, insbesondere für neuartige Verfahren, sind externe Experten hinzuzuziehen.
- Es ist für ein fortlaufendes und zeitnahes Feedback der Zwischenergebnisse an alle Beteiligten zu sorgen. Hierfür sind differenzierte Kommunikationswege zu beschreiten.

- Als zentrales Beteiligungs- und Feedbackinstrument ist ein geeigneter Internetauftritt aufzubauen, der einerseits die Beteiligungsprozesse dokumentiert, andererseits ebenso eigenständige interaktive Beteiligungsmöglichkeiten bietet. Für nicht internetaffine Gruppen muss die Möglichkeit vorgesehen werden, Teile der Inhalte auch in Papierform zu veröffentlichen.

Zentrales Ergebnis der Imagearbeit soll ein konkret definiertes Selbstbild zum Stadtteil als Basis für den Aufbau einer Stadtteilmarke Sonnenberg sein. Dabei muss der Stadtteil seine Position innerhalb von Chemnitz finden. Gleichzeitig bilden die partizipativ erarbeitete Vision und die Leitideen die Basis einer zielgerichteten Maßnahmeplanung zur Umsetzung der Stadtteilmarke und der zukünftigen Strategie der Stadtteilentwicklung.

- **Warum Beteiligung?**

Ein Stadtteilimage kann nicht am Reißbrett entworfen werden, weil es später nicht von einer Marketingabteilung zentral gesteuert werden kann. Für einen Stadtteil gibt es nicht die eine, fein ausgeklügelte Werbestrategie, die ausschließlich über kommerzielle Kanäle läuft. Ganz im Gegenteil: Kommunikation über einen Stadtteil läuft weitgehend ungesteuert über viele verschiedene Kanäle ab, von denen sich manche kaum beeinflussen lassen. Jeder lokale Unternehmer mit seiner Werbung, jeder Bürger, der über seinen Wohnort spricht, jede Pressemitteilung, jede Veranstaltung, jedes Ereignis tragen zum Image des Stadtteils bei.

Die Imagearbeit kann diese vorhandenen ganz unterschiedlichen „Erzählwelten“ nicht ersetzen, sondern muss sie aufgreifen. Zur Image-Arbeit eingesetzte Medien wie Stadtteilzeitungen, Fernsehmagazin zum Stadtteil, Internetauftritte oder Veranstaltungen müssen sich eng mit der Alltagskommunikation vernetzen, um glaubwürdig zu sein. Sie müssen Positives herausfiltern und verstärken. Zudem müssen sie von der Alltagskommunikation ausgehen, um sie allmählich und behutsam zum Positiven zu wenden.

Eine sehr intensive und breit angelegte Beteiligung war deshalb eine wesentliche Voraussetzung für die Umsetzung des Imageprojektes.

- **Wer sollte beteiligt werden?**

Kurz gesagt: Eigentlich alle. In der Stadtentwicklungs-Praxis heißt das: möglichst viele.

Dazu braucht es einerseits ein spannendes Thema, das die zu beteiligenden Akteure unmittelbar betrifft, und andererseits geeignete Formate, die auf die sehr unterschiedlichen Ressourcen und Interessen einzelner Gruppen eingehen. Die Beteiligungsmethoden sollen einen unmittelbaren Nutzwert für die beteiligten Akteure im Bereich Öffentlichkeitsarbeit generieren, der umgekehrt wieder den Stadtteil stärkt. Die breite Akteursbasis sichert die Qualität und die Zielgruppenaffinität des Image-Prozesses. Es lohnt sich also für die Beteiligten, mitzumachen.

Besonders wichtig waren uns im Beteiligungsprozess folgende Gruppen:

- Bürger

- Multiplikatoren (Stadtteilmanagement, Gewerbe-Management, Gemeinwesenkoordination, die Stadtteilerunde als Gremium der im Stadtteil aktiven sozialen Einrichtungen)
- Wohnungsunternehmen und private Eigentümer
- Unternehmer
- Schulen
- Schüler und Besucher von Jugendeinrichtungen
- Vereine (Sport und Kultur)
- Stadtverwaltung

- **Wie wurde beteiligt?**

Um die einzelnen Gruppen mit ihren sehr unterschiedlichen Voraussetzungen zu erreichen, wurde ein Set von Beteiligungsformaten entwickelt, das für jede der Gruppen barrierearme Zugänge bietet. Besonders wichtig war uns die Vernetzung und damit gegenseitige Verstärkung der einzelnen Formate. Beispiele sind die Verwendung von Online-Formaten, **insbesondere Facebook sowie YouTube**, zur Unterstützung und Verstärkung der aufsuchenden Beteiligung bei Jugendlichen, oder die Preisverleihungen der beiden Wettbewerbe, die jeweils während der öffentlichen Foren stattfanden und zusätzlich ein Publikum akquirierten, das sich sonst nicht bei öffentlichen Diskussionsveranstaltungen einfindet.

5 Eingesetzte Beteiligungsformate

5.1 Befragungen

- **Blitzbefragung „Was ist das Beste am Sonnenberg?“ auf dem Stadtteilerfest im Juli 2011:**

Nicht jeder Sonnenberger nimmt gerne an öffentlichen Diskussionsveranstaltungen teil, nicht jeder ist im Internet unterwegs und gibt dort seine Kommentare ab. Um auch ein Meinungsbild derer zu erhalten, an denen Beteiligung oft vorbei geht, haben wir auf dem Stadtteilerfest **78 Besucher** gefragt: Was ist das Beste am Sonnenberg? Und wie soll der Stadtteil in Zukunft aussehen?

Ziel der Befragung war, ein Stimmungsbild aus der Bevölkerung zu erhalten und aus Sicht der Bewohner wichtige Merkmale/ Potentiale des Stadtteils zu identifizieren. Gleichzeitig sollte ein Abgleich zu den Ergebnissen der Vorgespräche mit Experten und den dort identifizierten Standortvorteilen vorgenommen werden.

Die Übereinstimmungen der Bewohnersicht mit der Expertensicht waren deutlich erkennbar. Lediglich Lage und Anbindung spielten eine geringere Rolle, was aber der Fragetechnik geschuldet ist. Besonders erfreulich fanden wir die positive Sichtweise auf das Zusammenleben im Stadtteil.

- **Kooperation mit dem Lehrstuhl Raumsoziologie der TU Chemnitz bei dessen Bürgerbefragung zur Wohn- und Lebenssituation im Stadtteil**

Die Befragung der Soziologie-Studenten im Januar 2012, die in Zusammenarbeit mit dem Stadtteilmanagement stattfand, konnten wir in zweifacher Weise nutzen: Zum einen erlauben die Ergebnisse einen genauen Blick aus einer spezifischen fachlichen Perspektive auf die Lebenssituation am Sonnenberg und lieferten damit weitere Anhaltspunkte zur Erarbeitung des Leitbildes. Wir hatten Gelegenheit, den Fragebogen im Entwicklungsstadium zu sichten und einige Ergänzungen anzufügen. Zum anderen wurden den 600 an der Haustür verteilten Fragebogen Postkarten beigelegt, die auf www.sonnenberg-online.de aufmerksam machten.

Die Ergebnisse der Bürgerbefragung decken sich im Wesentlichen mit den Ergebnissen aus dem Beteiligungsprozess zum Imageprojekt.

5.2 Öffentliche Foren

Als Beteiligungsformate für die Leitbildentwicklung wurden öffentliche Veranstaltungen als direkte Beteiligungsmöglichkeit für Bewohnern und Akteuren des Stadtteils genutzt. Die ersten beiden Veranstaltungen wurden inhaltlich als Ideenwerkstatt konzipiert. Die dritte Veranstaltung diente der Vorstellung der Ergebnisse und als Einstieg in die Leitbilddiskussion.

Die öffentlichen Veranstaltungen sollten vom Charakter her eine intensive Interaktion mit den Teilnehmern sicherstellen. Es wurde deshalb nach Formaten gesucht, die einen niederschweligen Einstieg ermöglichen und zugleich einen regen Austausch der Teilnehmer untereinander fördern. Open Space Formate wie das World Café boten diese Möglichkeit. Für die Besetzung der notwendigen Moderation haben sich Studentinnen der TU Chemnitz bereit erklärt, die über **planart**⁴ vertraglich gebunden wurden.

5.2.1 Format World Café

- **World Café zur Leitbildentwicklung im November 2011**

Die 1. Ideenwerkstatt war gleichzeitig die Auftaktveranstaltung zum Leitbildprozess und wurde als World Café konzipiert. Die Veranstaltung wurde am 22.11.2011 in der Pestalozzi-Förderschule durchgeführt.

Das erste World Café auf dem Sonnenberg war mit ca. 40 Teilnehmern gut besucht und hat besonders im Hinblick auf die Zukunftsvisionen für den Sonnenberg ein teils überraschendes Ergebnis gebracht. Im Nachgang haben einige Teilnehmer ihre Ideen direkt in die Ideenmaschine eingegeben.

- **World Café zur Vertiefung der Leitbildentwicklung im April 2012**

Das zweite World Café bearbeitete direkt die in der ersten Veranstaltung gefundenen Themenschwerpunkte und vertiefte diese. Es fand in der Cafeteria der Georg-Weerth-Schule statt und war mit ebenfalls etwa 40 Teilnehmern ein intensives Diskussionsereignis.

nis. Besonders spannend war die Tatsache, dass sich an den Tischen Fachleute aus der Verwaltung, Unternehmer, aber auch Bürger und Schüler fundiert und **auf Augenhöhe** austauschten.

5.2.2 Zukunftswerkstatt

Als vorläufiger Abschluss des Projektes wurde eine Zukunftswerkstatt durchgeführt, die die Ergebnisse der ersten beiden Veranstaltungen, der Online-Beteiligung und des Logo-Wettbewerbs zusammenführte und einen Ausblick auf die weitere Arbeit gab. Dazu äußerten sich Vertreter aus dem Stadtteil und aus der Stadtverwaltung zu ihrer weiteren Vorgehensweise, insbesondere auch dazu, wie sie die Ergebnisse des Image-Prozesses weiterführen werden. Die Diskussion wurde ins Publikum geöffnet und brachte weitere Impulse in Form von Wünschen und Ideen. Die Zukunftswerkstatt begann mit einer Tanzaktion und das neue Stadtteillogo mit Preisverleihung wurde nach vorausgegangenem Voting im Verlauf der Veranstaltung vorgestellt.

(Dokumentation der Ergebnisberichte zu World Cafés und Zukunftswerkstatt siehe Anlage 2)

5.3 **Aufsuchende Beteiligung**

Maßgebliche Akteure im Stadtteil aus den Bereichen Wohnungswirtschaft, Bildung, Gewerbe und Kultur wurden bereits in der Vorbereitungsphase zum Interview aufgesucht, um hier ein möglichst breites Meinungsbild zu erhalten. Diese aufsuchende Beteiligung wurde im Projektverlauf fortgeführt, um eine stetige Beteiligung auch derer zu ermöglichen, die aufgrund terminlicher Schwierigkeiten nicht an den großen Veranstaltungen teilnehmen können.

5.3.1 Netzwerke, Institutionen

Die aufsuchende Beratung in diesem Kreis diente der Information zum Einstieg in das Projekt „Sonnenberg-Image“. Dazu wurde das Projekt in der Stadtteiltrunde vorgestellt, die Schulleiter einzeln aufgesucht und ein Treffen der Grundschulen genutzt. Im Ergebnis dieser Beteiligungsrunde stehen nicht zuletzt die beiden Internetauftritte der örtlichen Grundschulen auf www.sonnenberg-online.de, die bis dahin keinerlei Präsenz im Netz hatten.

Des Weiteren fanden Kurse zur Handhabung der im Projekt genutzten online-Medien für Vertreter der Institutionen im Stadtteil und der Verwaltung statt. Das Kursangebot zum Mitschreiben im Internet wurde von der Stadtteiltrunde leider nicht genutzt.

5.3.2 Unternehmer und andere zentrale Akteure

Zielgruppe waren Unternehmer, Gastronomen, Einzelhändler, Schulleitungen, Kreative, die sehr oft keine Zeit haben, an den öffentlichen Foren teilzunehmen bzw. sich individuellere Beteiligungsformate wünschen. Entsprechend wurden Interviews während der Arbeitszeiten

vor Ort geführt. Inhalt war nicht nur die Information zum Projekt, sondern vor allem der fachliche Blick auf Stadtteil und Image. Die so entstandenen Portraits wurden auf www.sonnenberg-online.de unter der Rubrik Leute („Mitmacher“) eingestellt.

5.3.3 Schüler und Jugendliche

Für Schüler und Jugendliche gibt es besonders hohe Hemmschwellen, sich an öffentlichen Beteiligungsverfahren zu beteiligen. Deswegen wurde hier aufsuchend gearbeitet. Die Stadtteilarbeit und das Image-Projekt wurden in Jugendklubs bzw. an Schulen im Rahmen des Unterrichts vorgestellt. Der Blick der Kinder und Jugendlichen auf ihren Stadtteil wurde geschärft und gemeinsam Ideen entwickelt.

Diese wurden direkt während der Veranstaltungen in die Ideenmaschine gepostet. Im Ergebnis stehen nicht nur die Ideen selbst, sondern eine intensive Aktivität der beteiligten Jugendlichen in Form von Kommentaren zu anderen Ideen.

5.4 Instrument Internet und WEB 2.0

5.4.1 Diskussionsplattform Sonnenberg-Online

Das Herzstück des Beteiligungsprozesses ist www.sonnenberg-online.de, wo sich alle Aktivitäten bündeln. Die Plattform funktioniert nicht nur als Schaufenster des Stadtteils, sondern auch als Informationsmarkt. Hier werden alle Aktivitäten vorbereitet, begleitet, ausgewertet und zur Diskussion gestellt. Beteiligung ist hier ganz direkt möglich, indem zu jedem Beitrag Kommentare abgegeben werden können.

Das Diskussionsportal Sonnenberg-Online umfasst mit den Themen Leben, Wohnen, Bildung, Kultur, Wirtschaft und Sport alle wichtigen Bereiche, die den Stadtteil ausmachen.

Das Online-Portal ist ein **Instrument der Image-Arbeit**. Es kommuniziert die Qualitäten des Stadtteils in den oben genannten Bereichen und macht deutlich, wie viele aktive, kreative, erfolgreiche Menschen den Sonnenberg für sich entdeckt haben und ihn zu einem lebendigen, attraktiven Stadtteil mit hoher Lebensqualität machen.

Gleichzeitig ist das Diskussionsportal ein wichtiges Instrument der Bürgerbeteiligung, da jeder mitmachen kann. Die Hemmschwelle, sich an der Diskussion zum Stadtteil zu beteiligen ist damit sehr niedrig angelegt (anonymes anmelden/ mitreden ist möglich). Damit sollen auch Bürger erreicht werden, die sich in Foren/ Versammlungen sonst nicht öffentlich zu Wort melden würden.

Die Internetseite ist seit Ende August 2011 online. Die Struktur und Name für die Internetseite, wurde im Vorhinein entworfen und mit dem Auftraggeber abgestimmt. Dabei war allen Beteiligten klar, dass diese Seite mit ihrem neuartigen Beteiligungsansatz ein Experiment ist, das kontinuierlich weiterentwickelt werden muss. Geklärt wurde dabei auch, inwieweit sich Mitarbeiter der Stadtverwaltung selbst an einer öffentlichen Kommunikation beteiligen.

www.sonnenberg-online.de hat sich in den ersten Wochen des Bestehens vehement entwickelt, es sind in kurzer Zeit große Mengen an neuen Informationen eingestellt worden. Die

Verknüpfung von konventionellen und internetbasierten Beteiligungsmethoden hat sich als fruchtbar erwiesen, beide Ansätze stärken und unterstützen sich gegenseitig. Auch das Format des Diskussionsportals funktioniert.

Bereits in den ersten Wochen sind kontinuierlich Anpassungsmaßnahmen an der Seite durchgeführt worden. Insbesondere wurde die Ideenmaschine als eigenständige Internetseite www.sonnenberg-ideenmaschine.de ausgegliedert, um über eine differenzierte Handhabung von Nutzungsrechten einerseits eine barrierearme, unkomplizierte Beteiligung zu ermöglichen, andererseits Struktur und Inhalte des redaktionellen Teils vor Übergriffen zu schützen. Des Weiteren wurde eine wichtige Verknüpfung mit Facebook geschaffen.

Dem Imageprozess liegt ein komplexes Kommunikationskonzept zugrunde, das mit dem Internetangebot und seinen verschiedenen Funktionen zur Interaktion und Information umgesetzt wird.

- **Funktionen des Diskussionsportals Sonnenberg-Online**

- Autorenrechte

für die Stadtverwaltung und die Multiplikatoren wurden Autorenrechte eingeräumt, im Projektverlauf wurden das Portal für weitere Autoren geöffnet.

Es beteiligt sich neben dem Team von **planart**⁴ als Autoren regelmäßig das Gewerbemanagement, sporadisch wird die Plattform vom Sanierungsträger genutzt. Vereinzelt werden Informationen / Berichte von den Multiplikatoren eingestellt, teils auch unter Zuhilfenahme der beauftragten Moderatoren. Exklusive Spielberichte werden über die Marketingabteilung des CFC direkt eingespielt.

- Diskussionsfunktion über die Funktion: Kommentieren besteht für alle, es ist lediglich eine Benutzeranmeldung erforderlich. Die Freigabe von Kommentaren erfolgt beim ersten mal durch die Moderatoren des Online-Portals (Forenhaftung)
- Verlinkung zu anderen Internetressourcen über die LINK-Liste (Multiplikatoren, Wohnungsunternehmen, Gewerbemanagement, Schulen etc.)
- Galeriefunktion für Fotografen aus dem Stadtteil
- Archivfunktion
- Ergebnisdokumentation /Arbeitsberichte

- **Inhaltliche Ausrichtung**

www.sonnenberg-online.de dient dazu, die positiven Seiten des Sonnenbergs bekannt zu machen und dadurch positive Imagearbeit zu leisten. Dabei finden die Erkenntnisse der vorbereitenden Untersuchung (siehe Abschlussbericht vom 16.05.2011) ebenso Anwendung, wie die Ergebnisse aus den Treffen der Lenkungsgruppe und des laufenden Beteiligungsprozesses.

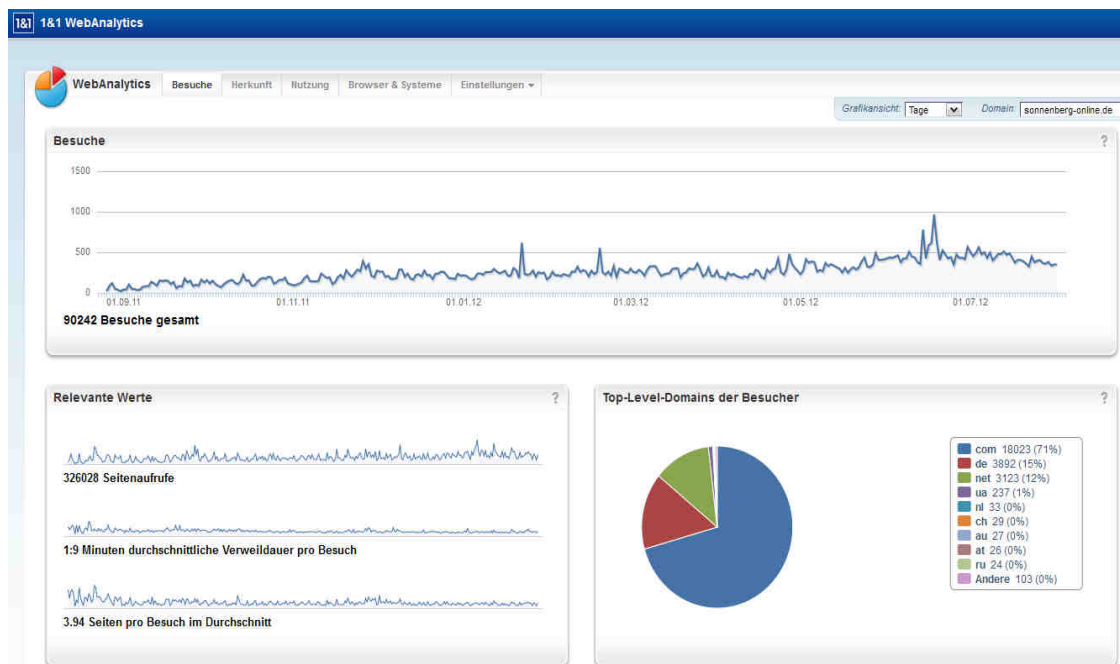
Folgende Strategien werden verfolgt und durch konkrete Inhalte umgesetzt:

Strategie	Umgesetzte Maßnahmen
Attraktivität als vielfältigen Wohnstandort stärken	- Vorstellung des Wohnungsangebots - Vorstellung von engagierten privaten Hauseigentümern - Interview mit Führungskräften der SWG und GGG - Verlinkung zu GGG und SWG
Sonnenberger als aktive, erfolgreiche, engagierte Menschen zeigen	„Gibt dem Stadtteil ein Gesicht“, d.h. engagierte Sonnenberger aus allen Lebensbereichen werden vorgestellt <u>Umsetzung:</u> LEUTE; Persönlichkeiten, die Freiräume am Sonnenberg erfolgreich genutzt haben geben in Form von Interviews ihre Statements zum Stadtteil ab
Sonnenberg als vernetzten Stadtteil mit starker Bürgerschaft präsentieren	Beteiligungsformate: - Diskussionsfunktion im redaktionellen Teil - Zusatzfunktion Ideenmaschine mit erweiterten Autorenrechten - Vor- und Nachbereitung aller Beteiligungsschritte - enge Vernetzung mit konventionellen Formaten
Sonnenberg als Bildungsstandort profilieren	- Schaffung von Homepages für die beiden Grundschulen - Verlinkung zu allen Schulen und zu Bildungseinrichtungen - Vorstellung von außerschulischen Bildungseinrichtungen - intensive Beteiligungsarbeit in Schulen und außerschulischen Einrichtungen
Sonnenberg als Wirtschaftsstandort stärken	www.sonnenberg-online.de veröffentlicht die Inhalte des Gewerbestandorts mit Vorstellungen zu Unternehmen, aktuellen Informationen zu Förderung, Treffen des Gewerbestammtisches etc. , die Seitenstruktur wurde hier umfangreich erweitert
Sonnenberg als Ort der Vielfalt zeigen	Thematische, inhaltliche und stilistische Breite des Angebots

- Besucherzahlen**

Zeitraum 23.08.2011-29.07.2012 insgesamt **90.246 Besucher**

Angabe Monat /Zeitraum	Besucherzahlen	Verweildauer pro Besuch/ Minuten	Aufgesuchte Seiten /pro Besuch
23.08.2012-31.08.2011	521		
01.09.2011-30.09.2011	3.265		
01.10.2011-31.10.2011	4.230		
01.11.2011-30.11.2011	6.517	01:28	
01.12.2011-31.12.2011	6.633	01:17	3,5
01.01.2012-31.01.2012	7.707	01:30	3,24
01.02.2012-28.02.2012	7.631	00:59	3,22
01.03.2012-31.03.2012	8.174	01:17	3,96
01.04.2012-30.04.2012	7.900	01:40	4,01
01.05.2012-31.05.2012	10.808	00:54	2,95
01.06.2012-30.06.2012	14.652	00:58	3,12
01.07.2012-29.07.2012	12.208	00:55	2,73
Gesamtbesucherzahl	90.246		
Durchschnitt pro Monat	7.521		



Die Anzahl der Besucher hat sich verstetigt, es ist davon auszugehen, dass die Internetseite inzwischen von einigen Nutzern regelmäßig aufgesucht wird.

Bis Jahresende 2012 soll zwischen der Stadtverwaltung und den Schreibern beider Internetseiten www.sonnenberg-online.de und www.sonnenberg-chemnitz.de ein gemeinsames Konzept zu Zusammenfügung der Funktionen im Interesse einer nachhaltigen Sicherung interaktiver Beteiligung und Information zum Stadtteil umgesetzt werden.

5.4.2 Die Ideenmaschine

www.sonnenberg-ideenmaschine.de bietet Jedermann Gelegenheit, Ideen für den Stadtteil zu präsentieren und zu diskutieren. Die Anmeldung ist einfach, die Schreibrechte umfangreich, so dass hier eine freie Mitsprache gewährleistet ist. Diese erfolgt hierarchiefrei, d.h. jeder Nutzer hat die gleichen Rechte.

Um die Mitarbeit solcher Gruppen anzuregen, die sich normalerweise nicht an Stadtentwicklungsprozessen beteiligen, werden umfangreiche Informationen und eine Anleitung bereitgestellt. So gibt es ein Programm für die Kinder- und Jugendbeteiligung und die Auftaktveranstaltung wurde zur Ideenfindung und Leitbildentwicklung genutzt. Doch auch ohne Anleitung finden Ideengeber ihren Weg zur Maschine (was für Beteiligungsprozesse nicht selbstverständlich ist und nach so kurzer Zeit noch nicht zu erwarten war).

Der Diskussionsprozess in der Ideenmaschine und im redaktionellen Teil besonders nach dem 1. World Café in Gang gekommen. Es werden zurzeit 23 Ideen präsentiert und teils diskutiert. Für eine konkrete Umsetzung der Ideen wurde in der Lenkungsgruppe die Übernahme von Patenschaften diskutiert, um Verantwortung herzustellen. Bisher hat nur das Thema der Aufstellung von Mülleimern konkrete Züge angenommen. Hier werden gemeinsam mit StadtHalten e.V., dem Gewerbemanagement und der Gemeinwesenkoordination Lösungswege gesucht.

Die Ideenmaschine bietet als Beteiligungsinstrument Chancen, Projektmitstreiter zu finden und sollte daher als wichtiges Instrument weiterentwickelt werden.

5.4.3 Social Media

www.sonnenberg-online.de nutzt Social Media und ist mit einer eigenen Facebook-Seite vertreten. Die Seite versteht sich als Fan-Seite in etwa vergleichbar mit der facebook-Seite der Stadt Chemnitz.

Im Sinne eines viralen Marketings für das Internetportal und damit für den Stadtteil werden vor allem junge Bevölkerungsgruppen und technikaffine Milieus erschlossen. Auf Facebook werden, dem Medium entsprechend, die Inhalte in etwas lockerer Form präsentiert. Berichtet wird kurz und informell über den Stadtteil.

Auch hier gibt es wieder eine Diskussionsmöglichkeit. Die Besucherzahlen steigen nur langsam, da hier nur eine „Seite“ vorgestellt wird und keine Person dahintersteht.

5.5 Wettbewerbe

5.5.1 Fotowettbewerb „Lost and found“

Der Fotowettbewerb „lost and found“ prämiiert das beste Bild zur Imagekampagne für den Sonnenberg. Voraussetzung war, der Stadtteillflyer oder die Stadtteilpostkarte auf den Fotos wiederzufinden. Teilnehmen konnten Kinder und Jugendliche bis 25.

Insgesamt wurden 60 Fotos von Kindern und Jugendliche eingereicht. Die Auswahl der besten Fotos erfolgte durch lokale Fachleute (Fotografen). Die Preisverleihung fand während des 2. World Café statt.

5.5.2 Logo-Wettbewerb (Stadtteillogo)

Der LOGO-Wettbewerb für den Stadtteil war für alle offen. Die angestrebten Zielgruppen bezogen dementsprechend sowohl Laien als auch Grafiker bundesweit ein. Die Ausschreibung erfolgte über das Internet, über die Stadtteilzeitung „Sonnenberger“ und über Fachverbände (Künstlerbund, Grafikverbände). Eine Fachjury wählte unter den 27 Einsendungen 3 Entwürfe aus, die zur Auswahl für die BürgerInnen kommen sollten. Die Pestalozzi-Förderschule, die eine Vielzahl von LOGO-Entwürfen eingereicht hatte, erhielt einen Sonderpreis.

Den Abschluss des LOGO-Wettbewerbes erfolgte wiederum im Rahmen einer breit angelegten Bürgerbeteiligung in Form eines **Online-Voting auf www.sonnenberg-online.de**. Für Leute die kein Internet nutzen, war die Teilnahme am Voting über ausliegende Listen im Bürgerzentrum Sonnenberg und im Lesecafé Zietenstraße 40 möglich.

Das Voting wurde über das Internet im Zeitraum vom 12.06.2012 bis zum 27.06.2012, 00.00 Uhr durchgeführt.

Ergebnis siehe unter <http://www.sonnenberg-online.de/3069/das-voting-ist-beendet/>

Über das Internet wurden insgesamt 424 Stimmen abgegeben. Es wurden 2 Teilnehmerlisten mit insgesamt 14 abgegebenen Stimmen vorgelegt. Insgesamt haben sich 438 Bürger am Voting für einen **neues Stadtteil-LOGO** beteiligt.



Ausgewählt wurde das das LOGO 2 von Faktum Werbegrafik aus Oederan.

Die Preisverleihung fand während der Zukunftswerkstatt statt.

Inzwischen wurde das LOGO zum Downloaden und zur Verbreitung im und außerhalb des Stadtteils für Jedermann auf der Internetseite www.sonnenberg-online.de bereitgestellt. Ein großer Teil der Multiplikatoren hat die Verwendung bereits zugesagt.

Grafik: Stadtteillogo Sonnenberg

6 Arbeitsstand Leitbild zum Sonnenberg

6.1 Fragestellungen im Beteiligungsprozess

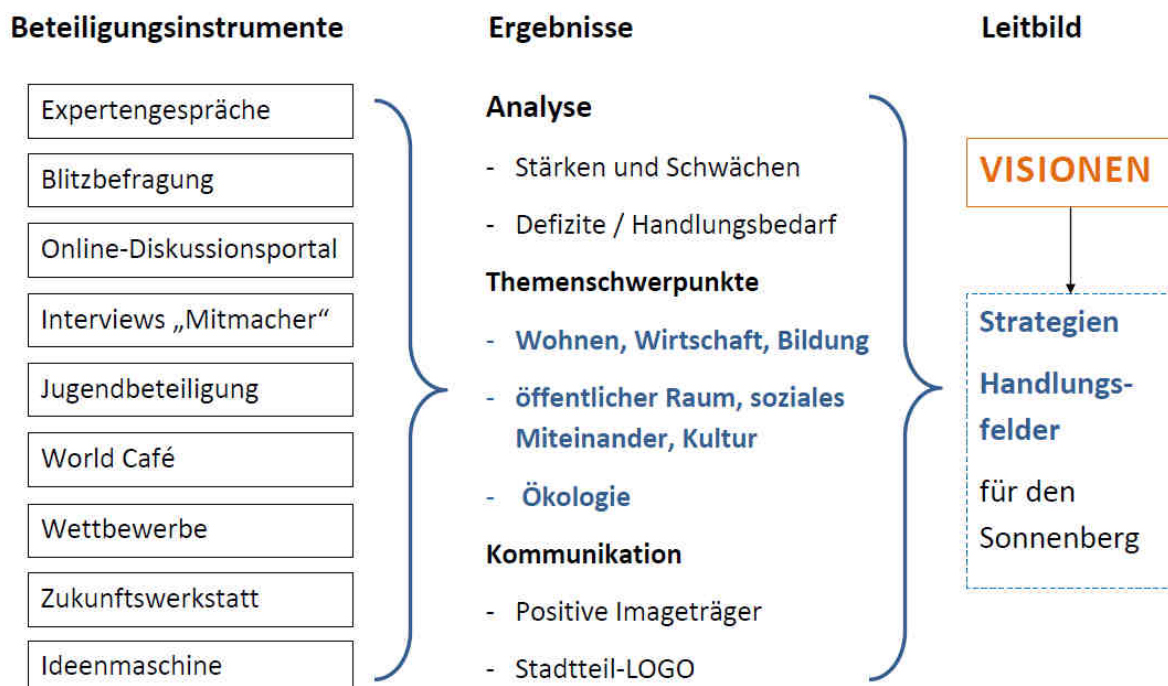
Das Leitbild zum Sonnenberg basiert auf den Ergebnissen der verschiedenen eingesetzten Beteiligungsformate.

Übersicht: Beteiligungsinstrumente in Bezug zu erreichten Ergebnissen

ZUKUNFTSWERKSTATT SONNENBERG

28.06.2012

Leitbildentwicklung Sonnenberg – Prozess



Inhaltlich „auf Papier gebracht“ wurden die Ideen dafür in den beiden World Cafés. Aber im Rahmen der Interviewreihe oder der Blitzumfrage wurden ebenso die folgenden Fragestellungen beantwortet:

- Der Sonnenberg ist im Jahr 2020
(Visionen für den Sonnenberg – eine Positionierung)
- Welcher Handlungsbedarf ergibt sich noch, welche Ziele wollen wir erreichen?
(Strategien)
- Worauf kann man bereits aufbauen, was ist das Besondere? (Stärken)
- Wie kann man Positives am besten nach innen und außen kommunizieren?

Aufgrund der Zielsetzung des Projektes, den Wandel des Stadtteils vor allem an seinen positiven Seiten deutlich zu machen, stellte die Diskussion zu Problemen im Stadtteil keinen Schwerpunkt dar.

6.2 Leitbild Sonnenberg

Der Sonnenberg ist ein urbaner, bunter Stadtteil und offen für Experimente.

Die übergeordnete Leitidee ist gleichzeitig **kommunikative Leitidee** für den Stadtteil. Im Rahmen der verschiedenen Veranstaltungen haben sich wichtige themenspezifischen Leitideen für den Sonnenberg herauskristallisiert:

- **Der Sonnenberg bietet alles, was URBANES STADTLEBEN braucht: Wohnen, Handel, Gastronomie, Gewerbe und ein umfassendes generationenübergreifendes Bildungsangebot**

Anmerkung: Es besteht bei den an der Diskussion Beteiligten ein starker Wunsch, wichtige Infrastruktur im Stadtteil zu erhalten und verlorenes urbanes Leben wiederzuerlangen (z.B. Gastronomie, Handel). Die Diskussion ist hier noch nicht abgeschlossen und bedarf einer weiteren Konkretisierung.

- **Er ist vor allem BUNT und LEBENDIG mit Szene und gestärktem Image, kein perfekter Stadtteil, dafür faszinierend, ein vielfältiger Schmelztiegel mit kultureller Einzigartigkeit**

Der Sonnenberg ist Wohn- und Arbeitsort vieler Künstler und Kreativer, die soziokulturelle Szene ist vielseitig und es gibt überregional wirksame Kulturangebote.

Stärken:

- Gute Standortbedingungen für Kreativwirtschaft (Innenstadtnähe, preiswerte Flächen, vorhandene Kristallisationspunkte wie CO-Working in Planung)
- Soziokulturelle Veranstaltungen (Straßenfeste, Veranstaltungen der Jugendklubs)
- Kulturelle Leuchttürme mit Alleinstellungscharakter (Markuskirche, Steinerner Wald, Straßentheaterfestival, Lesecafé, LOKOMOV)

Handlungsbedarf/ langfristige Ziele:

Kreativwirtschaft für Stadtteilentwicklung nutzen, kulturelle Leuchttürme erhalten

- **Hier geht noch was! Raum- und Flächenpotentiale laden zum EXPERIMENTIEREN ein, NEUES WIRD TOLERIERT**

Anmerkung: Der Stadtteil hat ein großes Leerstandsproblem im Bereich Wohnen und Gewerbe. Dieses bietet gleichzeitig Chancen, neue Räume zu erschließen. Brachliegende Flächen bieten sich für verschiedene Nutzungen an. Handlungsbedarf besteht in verschiedenen Bereichen und bedarf einer Konkretisierung.

- **Der SPORT IST NEUER MOTOR der Stadtteilentwicklung, jedes zweite Wochenende zählt der Sonnenberg mindestens 15.000 Besucher, die Nachwuchsförderung läuft auf Hochtouren, die Kneipenszene boomt!**

Anmerkung: Im Stadtteil Sonnenberg wird das neue Stadion des Chemnitzer FC errichtet. Das bietet perspektivisch Potentiale für den Stadtteil. Daneben sind weitere Sport-

einrichtungen vorhanden bzw. werden derzeit saniert. Ziele müssen für diesen Bereich noch formuliert werden!

- **Das WOHNEN IST VIELFÄLTIG UND INDIVIDUELL, mit unterschiedlichen Wohnqualitäten und Wohnformen, gern auch alternativ, für jeden Anspruch und Geldbeutel ist etwas dabei, grüne Hinterhöfe laden zum Spielen ein.**

Stärken:

- Erreichter Sanierungsstand der historischen Bausubstanz und Plattenbauten
- Als innenstädtischer Wohnstandort für alle Generationen bietet er vielfältiges und individuelles Wohnen für jeden Anspruch. (Individualität, Mietpreise, Ausstattung)
- Als kinderreichster Stadtteil bietet er Platz für Familien
- Begrünte Innenhöfe, Parkplatzsituation

Handlungsbedarf/ langfristige Ziele:

Zukunftsfähige Bestandsentwicklung (bedarfsgerecht, energiesparend, nutzbar für alle, flexibel)

- **Der Sonnenberg bleibt JÜNGSTER STADTTEIL, hier leben selbstbewusste Kinder, die etwas können. Es gibt ein studentisches Leben, viele Künstler und Leute mit Herz**

Stärken:

- Der Sonnenberg ist ein komplexer Bildungsstandort mit sehr gut ausgebaute Infrastruktur mit Kitas, diversen Schulformen
- Flächendeckendes Netz an Bildungsangeboten für alle Altersgruppen
- Besonderheit: 3 Schulen mit stadtweiter Bedeutung

Handlungsbedarf/ langfristige Ziele:

Erhaltung des Schulstandortes in seiner Komplexität, Vernetzung der Bildungsangebote, verstärkte Integration der Schulen in das Stadtteilleben, Ausbau von Qualifizierungsangeboten in Verbindung mit lokaler Wirtschaft

- **Die Sonnenberger sind von sich überzeugt und kennen ihre Nachbarn, ZUGEWANDERTE BLEIBEN GERN**

Der Sonnenberg ist geprägt durch gute Nachbarschaften, ein friedliches Miteinander und Toleranz. Basis ist eine ausgeprägte Netzwerkkultur.

Stärken:

- Die Bewohnerschaft ist bunt gemischt (alle Einkommensgruppen, Migranten, Studenten, Singlehaushalte, Familien, Senioren, Alternative)
- Flächendeckendes Netz an Einrichtungen der Jugend- und Familienbetreuung

- Aktives Netzwerk der Freien Träger der Jugend – und Sozialarbeit im Stadtteil
- Eigentümer und Gewerbetreibende bilden neue Netzwerke

Handlungsbedarf/ langfristige Ziele:

Etablierung gruppen- und themenübergreifender Netzwerke, weiterer Ausbau von Beteiligungskultur und lokaler Demokratie, stärkere Bündelung der Kommunikationsstrukturen

- **Arbeiten und Wohnen, alles passiert miteinander, die Wirtschaft ist kleinteilig, dafür spezialisiert und kooperiert, vielleicht wird der Sonnenberg**

DAS NEUE GRÜNDERVIERTEL?

Stärken:

- Hochspezialisierte Handwerker und Einzelhändler, kleinteilige Kreativwirtschaft
- Vorhandene aktivierbare Flächenreserven (aufgelassene Gewerbeareale, Brachflächen, Ladengeschäfte, Büros zu attraktiven Preisen)
- Standorteigenschaften (guter Verkehrsanbindung, Innenstadt Nähe)
- Gastronomisches Angebot mit einigen Leuchttürmen

Handlungsbedarf/ langfristige Ziele:

Aktivierung Flächenpotentiale, Vernetzung und Aufbau von Kooperation, verstärkte Integration der Wirtschaft in das Stadtteilleben

- **Als ÖKOLOGISCHER STADTTEIL ist der Sonnenberg auch sauber, energiesparend und vor allem grün!**

Der Sonnenberg ist auf dem Weg zum ökologischen Stadtteil mit kleinteiliger Energieversorgung, umweltverträglicher Mobilität, regionalen Konsumketten, wiederbegrünt Flächen und Baustoffrecycling.

Am Sonnenberg ist öffentlicher Raum gleich Lebensraum mit Angeboten für alle.

Stärken:

- Aktive Interessens-/ Betreibergruppen für einige Ideen
- Anstehende Sanierungsaufgaben bieten Chance zu ökologischem Handeln
- Freiflächenreserven
- Umfangreicher Kleingartenbestand (mit klimaökologische Bedeutung)
- Umfangreiches Grün- und Freiflächensystem vorhanden, damit gute Durchgrünung des Stadtteils (öffentliche, halböffentliche und private Freiflächen)

- Großes und überwiegend gestalterisch hochwertiges Freiflächenangebot (Sport- und Freizeitnutzung, Stadtplätze, Kunst im öffentlichen Raum)
- Ausstattungselemente für alle Generationen

Handlungsbedarf/ langfristige Ziele:

Stärkung der vorhandenen Interessens-/Betreibergruppen, Erschließung von Finanzierungsmöglichkeiten

Verbesserung von Sauberkeit und Sicherheitsempfinden im öffentlichen Raum, gestalterische Aufwertung der Hauptverkehrsachsen (insb. südliche Zietenstraße), Verbesserung der Aufenthaltsqualität von Straßenräumen

6.3 Umsetzung des Leitbildes

Die Vision und das Leitbild für den Sonnenberg sind als Ergebnis des Kommunikationsprojektes Sonnenberg-Image in das vorliegende und fortzuschreibende Integrierte Handlungskonzept zum Sonnenberg zu integrieren. Dabei ist eine weitere Qualifizierung des Leitbildes zur Darstellung des künftigen Handlungs- und Maßnahmebedarfs für den Stadtteil erforderlich.

Konkrete Ansätze für Maßnahmen im Stadtteil bilden die im Leitbildprozess gesammelten Ideen aus der „Ideenmaschine“. Hier gilt es vor allem Paten für die Ideen zu finden, die den Umsetzungsprozess begleiten sollen und diese Ideen zu konkreten Projektansätzen weiterzuentwickeln. Diese Aufgabe wird vorrangig von den Multiplikatoren im Stadtteil zu übernehmen sein.

Im Leitbildprozess erarbeitete neue Themenfelder für den Stadtteil wie Ökologie/ Energetische Stadtteilentwicklung und Sport sind als neue Themen aufzunehmen, die Handlungsfelder unter Berücksichtigung des Leitbildes weiterzuentwickeln und durch entsprechende Maßnahmen zu untersetzen.

Der Beteiligungsprozess soll im Rahmen der Fortschreibung der Handlungsstrategie für den Stadtteil auch wie bisher unter einer aktiven Beteiligung der Akteure und Bewohner erfolgen. Die Federführung und Koordinierung dieses Beteiligungsprozesses übernimmt das Stadtteilmanagement Sonnenberg. Als Arbeits- und Austauschgremium für die Konkretisierung der Ziele und Abstimmung von Maßnahmen soll die „Sonnenbergrunde“ genutzt werden.

Ab Sommer 2012 sollen die entwickelten Maßnahmen und Projekte in die Fortschreibung des integrierten Handlungskonzeptes zum Stadtteil Sonnenberg einfließen. Damit wird der mit dem Projekt begonnene Beteiligungsprozess zum Imagewandel aus einem eher informellen Charakter in eine verbindliche Strategie für den Stadtteil überführt.

7 Ausblick

Das Projekt „Sonnenberg-Image“ ist erfolgreich gestartet, hat auf vielen Ebenen eine gute Beteiligung erreicht. Insbesondere **die steigenden Besucherzahlen** des Internetportals Sonnenberg-Online zeigen, dass die **Anbindung nach „außen“ gelungen** ist und eine **Resonanz** auf das Projekt **stadtweit gegeben** ist. **Außerhalb der Stadt Chemnitz** wird das Projekt ebenso **wahrgenommen**.

Das IMAGE einer Stadt oder Stadtteils ist eine der entscheidenden Komponenten, um sich im Vergleich mit anderen konkurrierenden Standorten, im Ranking, Popularität etc. zu behaupten. Deshalb wird die Verbesserung des Images für den Sonnenberg auch in Zukunft eine wichtige Aufgabe für den Stadtteil sein und ist als solche in der Stadtteilarbeit entsprechend zu verankern.

Imagearbeit ist vor allem Kommunikation. **Das Projekt „Sonnenberg-Image“ basiert auf einem komplexen Kommunikationskonzept mit entsprechenden Kommunikations- und teils neue Beteiligungsinstrumenten wie WEB 2.0, das hier in Chemnitz erstmalig im Rahmen der Stadtteilarbeit erprobt wurde.** Diese neuen Instrumente, insbesondere das Diskussionsportal Sonnenberg-Online sind für alle Akteure im Stadtteil nutzbar. Unter dem **Motto „Alle machen mit!“** kann hier ein lebendiges Bild des Stadtteils gezeigt werden. Die entsprechenden Mitwirkungsmöglichkeiten über die Autorenfunktion gibt es bereits.

Die Stärkung eines positiven „Sonnenberg-Image“ wird zukünftig als Prozess weiterlaufen, wobei es jetzt darauf ankommen wird, **die entwickelten Instrumente zu verstetigen**. Wichtig ist, Kommunikation zum Stadtteil stärker zu bündeln und zu steuern, um die Schlagkraft und Reichweite zu erhöhen und vor allem die neuen Qualitäten und den Wandel des Stadtteils zu zeigen. In diesem Zusammenhang ist auch eine Weiterentwicklung des Diskussionsportals Sonnenberg-Online geplant. **Ziel ist, das interaktiv angelegte Internetangebot mit seinen vielfältigen Funktionen zu einem wichtigen Instrument der Stadtteilarbeit für den Sonnenberg weiterzuentwickeln.** Das Stadtteilmanagement und der Stadtteilerat werden an dieser Stelle künftig über Ihre Arbeit informieren und die Beteiligungsmöglichkeiten für die Stadtteilentwicklung nutzen.

Die im Rahmen des Image-Projektes geschaffenen **Kommunikations- und Beteiligungsstrukturen haben eine neue Qualität erreicht**, die in anderen Chemnitzer Stadtteilen in dieser Form noch nicht vorhanden ist. Am Beispiel des Projektes „Sonnenberg-Image“ zeigt sich, dass besonders vor dem Hintergrund, mehr Bürgerbeteiligung für eine von Bewohnern getragene Stadtentwicklung zu erreichen, die Form der Kommunikation zum Transport von Inhalten und der Erreichbarkeit unterschiedlichster Zielgruppen, eine wesentliche Rolle spielt.

Die qualitativ neuen Anforderungen an die Kommunikation zum Stadtteil sollten als konkrete Aufgabe für das Stadtteilmanagement formuliert und mit den Akteuren im Stadtteil eine Aufgabenteilung vereinbart werden.

Die Stadt wird die geschaffenen Kommunikations- und Beteiligungsstrukturen im Stadtteil Sonnenberg und ihre Weiterentwicklung auch zukünftig zu unterstützen.