

Protokoll zur 2. Planungswerkstatt am 7. März 2009

Ort: Europäische Event-Akademie Baden-Baden

Dauer: 9:00 Uhr bis 16:20 Uhr

Teilnehmer: Ando Beate, Barth Alois, Bauer Michael, Brandau Mike, Effern Renate, Dr. Förderer Andreas, Dr. Greuel Dieter, Dr. Himmerich Gerhard, Gerdes Britta, von der Heydt Brigitte, Kessler Heike, Kindermann Justus, Krehl Margarete, Makosch Thomas, Mitzel Wilfried, Müller-Fox Jürgen, Niedermeyer Silvia, Peschel Nina, Poggio-Kuhn Tanja, Saur Peter, Schmitz Richard, Schultz André, Schumacher Reto, Weber Manfred, Zeitvogel Armin

Moderatorin: Gabriele Siegele

Stadtverwaltung: Petra Gerstner-Schröder

Tagesordnung:

1. Einführung und Tagesordnung
2. Rückfragen zum Protokoll der 1. Planungswerkstatt
3. Vorstellung der Prinzipien und Leitideen aus der Klausurtagung des Gemeinderates
4. Bearbeitung der Themen aus der 1. Planungswerkstatt in Gruppen
5. Vorstellung und Diskussion der erarbeiteten Ergebnisse
6. Termine und weiteres Vorgehen

1. BEGRÜSSUNG UND EINFÜHRUNG IN DEN ABLAUF DER TAGESORDNUNG

Frau Siegele begrüßt die Teilnehmerinnen und Teilnehmer der Planungswerkstatt im Namen der Stadt Baden-Baden und der Kommunalentwicklung. Die Punkte der Tagesordnung werden vorgestellt und der Ablauf der Planungswerkstatt besprochen.

Die Teilnehmer haben keine Änderungswünsche zum vorgesehenen Ablauf der Planungswerkstatt.

2. RÜCKFRAGEN ZUM PROTOKOLL DER 1. PLANUNGSWERKSTATT

Die Mitglieder der Planungswerkstatt haben alle das Protokoll der letzten Sitzung erhalten. Es wird wie vorgelegt bestätigt.

Frau Siegele erläutert, dass Anregungen aus der Bürgerschaft, die an die Verwaltung gerichtet wurden, knapp zusammengefasst, thematisch den Planungswerkstätten zugeordnet und als Anlage an das Protokoll angehängt wurden. Diese Anregungen können in die Diskussion der Arbeitsgruppen eingebracht werden.

3. VORSTELLUNG DER PRINZIPIEN UND LEITIDEEN

Von den Prinzipien und Leitideen aus der Klausurtagung des Gemeinderates werden folgende Prinzipien erläutert:

Baden-Baden bekennt sich als Tourismusstandort

Baden-Baden festigt sein Image als Gesundheits-, Kongress- und Kulturstadt

Baden-Baden stärkt die städtebauliche Qualität in der Kernstadt und die Entwicklung der Stadtteile

4. BEARBEITUNG DER THEMEN AUS DER 1. PLANUNGSWERKSTATT IN GRUPPEN

Vor der der Weiterarbeit in Gruppen bat Herr Dr. Greuel die Mitglieder der Planungswerkstatt darum, sein Projekt „Baden-Baden als Kulturplattform der Nationen“ vorstellen zu dürfen. Die Teilnehmer waren damit einverstanden. Die Beschreibung des Projektes ist als Anlage diesem Protokoll beigelegt.

Im Anschluss daran bildeten sich 3 Arbeitsgruppen, in denen folgende Themenschwerpunkte diskutiert wurden:

- Balance Bürger – Gäste (Rolle der Vereine – bürgerschaftliches Engagement)
Vielseitiges kulturelles Angebot (unterschiedliche Preissegmente, für Jung und Alt)
- Image Baden-Baden (gestern – heute – morgen, Erschließung neuer Bereiche)
- Förderung von Stadtbild und Infrastruktur
Förderung des Tourismus / Integration des Umlandes in die Tourismusförderung Baden-Baden

5. VORSTELLUNG DER ERARBEITETEN ERGEBNISSE

Auf Wunsch der Arbeitsgruppen wurde zur Diskussion und Formulierung der Ergebnisse eine Bearbeitungszeit bis zur Mittagspause vereinbart.

Nach der Mittagspause stellten die Arbeitsgruppen ihre Ergebnisse in der Planungswerkstatt vor. Diese wurden von allen Teilnehmern diskutiert und teilweise ergänzt. Die Mitglieder der Planungswerkstatt legen Wert darauf, dass ihre Ergebnisse wie von Ihnen erarbeitet im Protokoll wiedergegeben werden.

Thema: Balance Bürger – Gäste

Die Mitglieder der Planungswerkstatt schlagen einen Prozess des Umdenkens vor, der dazu führen soll, dass sich **alle** Bürger/innen von Baden-Baden als „Gastgeber“ verstehen. Wichtige Aufgaben haben dabei auch Stadtverwaltung und Stadtrat. Im nachfolgenden ist ausgeführt wie ein solcher Umdenkungsprozess stattfinden kann und welche Voraussetzungen und Maßnahmen dazu notwendig sind. Die in Klammern angegebenen Seitenzahlen sind Verweise zum Arbeitsbuch Strategische Stadtentwicklung Baden-Baden 2020.

Konfliktmanagement

→ Aufgabe der Stadtverwaltung

- 1. Information**
- 2. Einbindung**
- 3. Verständnis, Identifikation → Zufriedenheit**

„Nur zufriedene Bürger sind (gute) Gastgeber!“

1. Information

- Bürgerbüro
 - Öffnungszeiten (Samstag und Freitagnachmittag)
 - Kompetente Servicekräfte

- Langfristige Aufklärung, Gegenwart und Geschichte der Stadt Baden-Baden
 - Schnitzelralley für Kinder und Jugendliche
 - Konstante Bildungsmaßnahme in Schulen und Kindergärten (ideal: Grundschule)
(Stadtjugendring, Jugendfonds, Stadtmuseum, Brücke 99, Theo's Treff)
- Auswertung des Gästefeedbacks
 - Öffentlichkeit informieren über Ergebnisse (Görtz-Meißner)
- Zusätzliche Informationsstellen an Bahnhof und in CITÉ – Service kompetent
 - Gäste- und Bürgerbüro (FDP bereits in Arbeit)
- Informationstafeln über Geschichte und Personen an öffentlichen Plätzen und Gebäuden (Bürgerstiftung evtl.)
- Feststehende Informationstafeln mit Stadtplänen und touristischen Attraktionen (evtl. BBi → Werbung Einzelhandel)
- Das Arbeitsbuch Baden-Baden 2020 als e-Version allen Bürgern zur Verfügung stellen

2. Einbindung

- Tag der offenen Tür
 - Für Bürger und Gäste (Bsp. neues Fabergé Museum)
- Vereine in städtischer und kulturelle Veranstaltungen einbinden
 - Musikvereine, Sportveranstaltungen etc.
- Zusätzliche Plattformen zur Präsentation anbieten
 - Konzerte, Aufführungen auf öffentlichen Plätzen
- Schaffung eines Vereinsbeirates als Sprecher und Ansprechpartner für Vereine
 - Kooperationen
- Neutrale (politisch)Anlaufstellen für Bürgerprobleme schaffen
 - Einfacher Zugang E-Mail, Telefon, direkt
- Langfristige (vergleiche Baden-Baden 2020) Einbindung der Bürger in die Stadtplanung/-entwicklung (außerhalb Stadtrat)
- Jugend durch Information und Schaffung von Verständnis in die Stadt einbinden
 - Keine Jugendfeindliche Atmosphäre schaffen (S. 232 ff.)
- Ortschaftsräte brauchen mehr Möglichkeiten zur Einflussnahme in ihren Stadtteilen

3. Verständnis

→ Informationen und Beteiligung schaffen Verständnis

- Entgegenkommen der Stadt
 - Vereinsförderung
 - Finanziell
 - Platzangebote/Räumlichkeiten (Proberäume, Sportstätten)
 - Parkierungskonzept (Bürger/Gäste/Pendler)
 - Kurzzeitparkplätze

- Langzeitparkplätze werden durch Pendler belegt
 - Bewohnerparkplätze
 - Angebote für Pendler in Parkhäusern anbieten
- Hinweis:
 - Mehr Bewusstsein in Stadtrat auch für „Gäste“ entwickeln

Zufriedenheit

- Bürger müssen täglichen Bedarf im nahen Umfeld bekommen
 - Nur Kernstadt
 - Workshop Nahversorgung des Einzelhandels (S. 109)

„Nur gemeinsam sind wir stark!!“

Thema: Image Baden-Baden

Zur Festigung des Images von Baden-Baden soll eine moderne Werbung zur Außendarstellung der Stadt als verbindendes Element geschaffen werden. Im Innenverhältnis wird eine Vernetzung verschiedener Interessengruppen angestrebt zum Austausch und Durchführung gemeinsamer Projekte sowie gute, zeitgemäße Zusammenarbeit mit der Verwaltung der Stadt Baden-Baden. Grundlage dafür soll eine Bestandsaufnahme sein, in der aufgezeigt wird, wie zeitgemäß bzw. zukunftsorientiert sich die Stadt Baden-Baden im Augenblick präsentiert.

➤ **Zukunft**

1. Werbung (modern) als verbindendes Mittel
2. Gezielte Zusammenführung diverser Interessengruppen
3. Transparente, kooperative sowie zeitgemäße Verwaltung

Bestandsaufnahme bzgl. Modernität → Image

Maßnahmen

- Zu 1.: - Kulturzentrum international
 - Außendarstellung Stadt (Homepage, Print, Werbegemeinschaft)
- Zu 2.: - Gemeinsame Projekte/Wettbewerb entwickeln (Bonussystem)
 - Moderatoren als Bindeglied einsetzen
- Zu 3.: - Verschlankung des bürokratischen Apparates
 - Größere Offenheit der Stadtverwaltung
 - Weg von persönlichen Befindlichkeiten

Alleinstellungsmerkmale in Werbemitteln (Souvenirs etc.) herausstellen

Thema: Förderung Stadtbild – Infrastruktur

Integration Umland in Tourismusförderung Baden-Baden/Förderung Tourismus

Für Stadtbild und Infrastruktur ist die Gestaltung der Innenstadt und die gestalterische Verbesserung der Ankunftsbereiche hier insbesondere der Stadteingänge von Bedeutung. Die bereits vorhandenen kurzen Wege in der Stadt gilt es zu erhalten und durch die Nutzung der Kurkarte für öffentliche Verkehrsmittel das Umland noch besser mit der Stadt zu vernetzen.

Den Teilnehmern der Planungswerkstatt erschien es besonders wichtig, im näheren Umfeld der Bäder die Option einer baulichen Erweiterung z.B. durch Angebot im SPA-Bereich offen zu halten. Als besonders geeignet wurde das ehemalige Gefängnisareal benannt. Nachfolgend sind die Ergebnisse der Diskussion zum Thema dokumentiert.

- 1 Stilvolle Gestaltung der Innenstadt**
- 2 Erster Eindruck bei Ankunft**
- 3 Baden-Baden als Stadt der kurzen Wege**
- 4 Baden-Baden als Kongressstadt**
- 5 Baden-Baden als SPA- und Bäderstadt**
- 6 Baden-Baden als Stadt der Qualität**

1 Stilvolle Gestaltung der Innenstadt

- Ausweitung der Gesamtanlagenschutzsatzung auf rote Gebiete (Luftkurort) und strengere Überwachung durch Verwaltung
- Bereich August- und Hindenburgplatz
Bäderverwaltung-Kurhaus
 - Stilvolles Lichtdesign
 - Bepflanzung Anordnung und Gefäße
 - Bodenbelag
 - Stilvolle Bestuhlung im Außenbereich
 - Einbahnverkehr in Fußgängerzone, Poller ab 11:00 Uhr

2 Erster Eindruck bei Ankunft

- Empfang der Besucher
- Grüne Einfahrt, Kreisel verschönern, Bepflanzung des Mittelstreifens etc., Beflaggen (Partnerstädte) des Kreisel, Wasser → Bäderstadt, 3 Schalenbrunnen
- Sauberkeit, Sicherheit und Ordnungskräfte Innenstadt

3 Baden-Baden als Stadt der kurzen Wege

- Kurze Wege müssen erhalten bleiben
- Autofreier Stadtkern (Leopoldsplatz)
- Nutzung der Kurkarte auf öffentliche Verkehrsmittel Umland – Baden-Baden

4 Baden-Baden als Kongress-Stadt

- Ausbau des Kongresshauses und des Kongresswesens

5 Baden-Baden als SPA- und Bäderstadt

- Evtl. Erweiterung des Bäderbereiches → Gefängnisareal

6 Baden-Baden als Stadt der Qualität

- Qualität hat Vorrang

Tourismusförderung

- Zusätzlich verstärkte Bewerbung des deutschen Übernachtungsmarktes unter Berücksichtigung der Qualität
- Weiterer Ausbau des internationalen Markt
- Ein starkes Baden-Baden stärkt das Umland (Synergie)

Gäste und Bürger profitieren gegenseitig voneinander

6. TERMINE UND WEITERES VORGEHEN

Die Mitglieder der Planungswerkstatt haben für die Vorstellung ihrer Ergebnisse drei Sprecher benannt:

- Frau Beate Ando
- Frau Britta Gerdes
- Herr Justus Kindermann

Die Ergebnisse aus den Planungswerkstätten werden den Bürgerinnen und Bürgern der Stadt Baden-Baden am 22. April 2009 um 20:00 Uhr im Weinbrennersaal vorgestellt. Pro Planungswerkstatt stehen rund 15 Minuten für die Präsentation der Ergebnisse zur Verfügung. Die Präsentation sollte sich deshalb auf die wesentlichen Inhalte der Diskussion beschränken.

Die Präsentation wird in Absprache mit den Sprechern der Planungswerkstatt als Powerpoint-Präsentation aufgearbeitet. Die Inhalte müssen der KE bis zum 2. April 2009 übermittelt werden.

Frau Effernt lädt die Mitglieder der Planungswerkstatt und alle Interessierten am 11. April 2009, 10:00 Uhr zur Stadtführung durch Baden-Baden ein, Treffpunkt: Kurhaus.

Stuttgart, 16. 03. 2009

Gabriele Siegele

DR. DIETRICH GREUEL
BERNHARDSTR. 31A; 76530 BADEN-BADEN
TEL: 07221-29463 e-mail: dgr2008@t-online.de

**Projekt „Baden-Baden als Kulturplattform der Nationen“
Ein Beitrag zum Stadtentwicklungsplan Baden-Baden 2020**

Die Projekt-Idee: Baden-Baden bietet sich weltweit an, ein Land / eine Weltregion / einen Kontinent für 4 - 5 Monate als Gast bei sich aufzunehmen. Das Gastland soll in dieser Zeit seine Kultur, seine zivilisatorischen Eigenheiten, seine industriellen und sonstigen technischen Leistungen, seine Künste und seine Wissenschaften gleich welcher Gebiete in ihm geeignet erscheinender Weise darstellen können. Dazu stehen ihm die gesamte Infrastruktur der Stadt und seine Ressourcen und die Unterstützung der Stadtverwaltung einschliesslich flankierender Massnahmen des Landes und, soweit erforderlich des Bundes, zur Verfügung.

Das Gastland wechselt von Jahr zu Jahr.

Die Idee ist somit: **Baden-Baden wird zur Kulturplattform der Nationen**

Das bedeutet im Einzelnen:

► **im Festspielhaus und im Stadttheater:**

Musiktheater, Sprechtheater, Konzerte der E- u. U-Musik, traditionell und Avantgarde, Solisten- u. Ensemblekonzerte, Tanz, Ballett etc. in Inszenierungen und Gastspielen des Gastlandes

► **in der Staatlichen Kunsthalle und im Burda-Museum:**

Kunst-Ausstellungen des Gastlandes (die sich ausdehnen können in die Wandelgänge des FSH, des Kongresshauses).

Modenschauen

► **in der Lichtentaler Allee und in der Gönnernanlage:**

ein Skulpturenpark, der sich in der Altstadt fortsetzen kann.

► **Zusammenarbeit hiesiger Galerien mit Galerien/Museen des Gastlandes**

► **im Kongresshaus (und ggf. den Messehallen KA):**

Ethnografische Ausstellungen

Kunstgewerbliche Ausstellungen

Industrieausstellungen, ggf. in Verbindung mit

► **Kongressen**, internationalen und nationalen des Gastlandes, ggf. in Verbindung mit Kongressen unseres Landes und/oder unserer europäischen Nachbarn

► **Sportwettkämpfe:**

Tennis, Golf,

Tourniere in Iffezheim mit traditionellen Tieren des Gastlandes, Rodeo, Stierkampf, Kamelrennen

Mountainbike-Wettkämpfe

Die Gastgeberrolle der Stadt als *Kulturplattform der Nationen* muss die ganze Stadt erfassen. Es ist gerade ein wichtiger **Vorteil der kleineren Stadt** wie Baden-Baden, gegenüber einer Großstadt, sagen wir, Berlin. In Berlin ertrinken die Einzelereignisse in der Stadtgröße, in Baden-Baden dominieren sie die Stadt, durchtränken sie und werden so unübersehbar.

Ziele und Interessen:

aus der Sicht des Gastlandes, sich in einer fremden Weltregion, aber einer trotz ihrer Kleinheit weltbekanntem Stadt umfassend und konkurrenzlos über einen grösseren Zeitrahmen darstellen zu können. Die kulturelle und wirtschaftliche Werbewirkung ist unverkennbar, zumal die Weltpresse über dieses ungewöhnliche Ereignis berichten wird, um so mehr, je länger es sich etabliert haben wird. Das Gastland und seine Bewohner werden aber, über den rationalen Gewinn hinaus, eine emotionale Befriedigung gewinnen durch die steigende Beachtung ihres Landes im Ausland.

aus der Sicht von Baden-Baden, die Aufmerksamkeit der Welt auf Baden-Baden zu lenken, ähnlich wie es Bayreuth, Salzburg mit den Festspielen, Venedig mit der Biennale oder Cannes mit den Filmfestspielen erfahren haben. Die Mittel aber sind ganz andere und weitergefasst als in den o.g. Städten. Das Mittel Baden-Badens ist, sein ganzes Stadtgebiet und alle seine Ressourcen für 4 bis 5 Monate zur Verfügung zu stellen, nicht aber, etwas Eigenes zu inszenieren. Dabei nutzt B.-B. seine Bekanntheit in der Welt als Europäische Sommerresidenz des 19. Jahrhunderts. Es erneuert sich in der Welt als Reiseziel, indem es die Neugier anregt, der sich obendrein jedes Jahr ein anderes Gesicht bietet.

Als **Resultate** erwarte ich von einem derartigen Angebot Baden-Badens an die Nationen der Welt eine zunehmende Verankerung im Weltgedächtnis. Denn die Presse des Gastlandes und dann auch die Weltpresse wird über dieses wiederkehrende aber jedes Mal andere Ereignis berichten, um so mehr, je mehr es sich zur „Institution“ entwickelt. Das wird allerdings Geduld und Kontinuität erfordern.

Die Kosten des Projektes werden hoch sein und die Stadt wird sie nur zum geringsten Teil tragen können. Wenn es aber gelingt, durch Breite und Tiefe und Qualität der Präsentationen das Prestige- und das Wirtschaftsinteresse des Gastlandes zu interessieren, wird es auch bereit sein, den wesentlichen Teil der Kosten zu übernehmen. Auf der andern Seite wird das Projekt zu institutionellen Strukturen führen, sowohl privatwirtschaftlicher als auch administrativer Art, die Arbeitsplätze auf dem Dienstleistungssektor zu Folge haben werden, also solche, die sich B.-B. wünscht.

Die nationale Aufmerksamkeit in der Heimat des Gastlandes, die Berichte vor und während der Präsentation werden die nationale Neugier stimulieren und zu einem Reisetraum nach Baden-Baden führen. (Deswegen darf die Dauer der Präsentation nicht zu kurz gewählt werden.) Weiters kann sie ein Motiv sein, nationale und internationale Fachkongresse hier gleichzeitig abzuhalten. Dies alles verlängert die Aufenthaltsdauer der Besucher in der Stadt.

Das Projekt befriedigt somit Fremd- und Eigeninteressen.

Das übergroße Festspielhaus erhält im Nachhinein seine Rechtfertigung und Daseinsberechtigung. Die privaten und städtischen Wirtschaftsinteressen werden nachhaltig gefördert. Es entwickelt sich ein Wachstumsmarkt der Zukunft.

Schlussbemerkung: Das Projekt Baden-Baden als Kulturplattform der Nationen ist älter als „Baden-Baden 2020“. Es entstand aus der Beinahe-Katastrophe des Festspielhauses und mein Projekt sollte das viel zu grosse Haus rechtfertigen, ihm einen Sinn geben und es auf diese Weise retten. Diese prekäre Situation ist m.E. keineswegs überwunden, sondern wird sich in wenigen Jahren neu stellen, wenn die Stadt das Haus übernehmen, erhalten und betreiben muss. Sicherlich stellt sich die Frage nach dem Grad des Interesses seitens möglicher Gastländer, sowie nach der Bezahlbarkeit der Kosten. Dazu geht gerade heute, 3.2.2009, eine Antwort durch die Presse:

„Ein Festkonzert in Anwesenheit der Staatspräsidenten beider Länder, Nursultan Nasarbajew und Horst Köhler, eröffnet heute im Konzerthaus am Berliner Gendarmenmarkt das erste Kasachstan-Jahr in Deutschland. Damit präsentiert sich Kasachstan als zentralasiatische Republik zwischen Russland und China erstmals ein ganzes Jahr lang kulturell, wirtschaftlich und politisch in der Bundesrepublik.“

Dieses Berliner Ereignis entspricht exakt meiner Projekt-Idee und gleichzeitig sind damit beide obigen Fragen positiv beantwortet: Es besteht Interesse am Projekt und es ist bezahlbar. Die 3. Aussage aber lautet: Baden-Baden ist besser geeignet als Berlin. Denn bei uns würde man auf Schritt und Tritt auf das Gastland treffen, denn wir haben nur eine Lichtentaler Allee, nur ein Festspielhaus, nur ein Theater. Im grossen Berlin aber wird das Gastland unsichtbar wie die Laus im Pelz des Bären.

Baden-Baden als Kulturplattform der Nationen würde anknüpfen an seine Bedeutung und seine kulturelle Blütezeit im 19. Jht. und diese erneuern.

Baden-Baden, im Februar 2009