

Stadtmarketing

DIE ZUKUNFT BEGINNT HEUTE ...



Stadtmarketing

DIE ZUKUNFT BEGINNT HEUTE ...

*Leitbild
für die Stadt Hünfeld
entwickelt im Rahmen
des Prozesses Agenda 21 und
des Stadtmarketingprozesses*

Eine Übersicht in 7 Themenfeldern.

Unsere Vision:

*Hünfeld - das attraktive und pulsierende
Mittelzentrum im Biosphärenreservat Rhön*

Unsere Kernkompetenzen:

- 120 qkm Gemarkung als Natur- und Kulturlandschaft mit einem ausgewogenen Verhältnis an Landschafts-, Siedlungs-, Gewerbe- und Freizeitflächen;
- Gut ausgebildete, leistungsbereite, aufgeschlossene und verlässliche Menschen;
- Intakte Infrastruktur für Wirtschaft, Bildung, Soziales, Freizeit, Verkehr sowie Ver- und Entsorgung;
- Günstig strukturiertes Arbeitsplatzangebot als Mischung von Arbeitsplätzen in Handel und Gewerbe, öffentlichen (z. B. Justiz, HZD) und privaten Dienstleistungen;
- Aktive, aufgeschlossene öffentliche Verwaltung, die mit der Schaffung zukunftsfähiger Rahmenbedingungen die Basis für eine gute Entwicklung gelegt hat.





Liebe Mitbürgerinnen und Mitbürger,

Städte und Gemeinden in Deutschland stehen in einem zunehmend härter werdenden Wettbewerb. Auf der einen Seite verzeichnen sie drastisch zurückgehende Einnahmen, insbesondere bei Gewerbe- und Einkommensteuer, auf der anderen Seite steigt die Erwartungshaltung der Bürger an die Qualität ihres Lebensumfeldes. In diesem Spannungsfeld sind Städte und Gemeinden gefordert, im Wettbewerb um die Ansiedlung von Einwohnern, Unternehmen und Einrichtungen, aber auch um die Bindung von Kaufkraft und Gästen zu bestehen.

Diese Herausforderungen verlangen mehr denn je vorausschauendes Denken, aber auch neue Antworten und gezieltes politisches Handeln.

Ein wichtiges Instrument dafür ist das Standortmarketing, mit dem sich Hünfeld als Standort mit Zukunft profilieren will. In einer Ideenwerkstatt hat eine Kommission ein Leitbild formuliert, das Ziele für die Zukunft Hünfelds und die Wege dahin beschreibt. Ich bin dem Stadtmarketingbeauftragten des Magistrates der Stadt Hünfeld, Bankdirektor a. D. Hermann Müller, sehr dankbar, der es ehrenamtlich übernommen hat, die Stadtmarketingkommission zu leiten und zu moderieren. Das vorliegende Leitbild zeugt davon, welche Qualität die Beratungen von sachkundigen Einwohnern und kommunalen Mandatsträgern hatten. Das Werk hat die uneingeschränkte Zustimmung der städtischen Gremien gefunden.

Trotz der umfangreichen Arbeit darf Stadtmarketing nicht als ein statisches Gebilde begriffen werden. Vielmehr soll dieses Leitbild einen Prozess anstoßen, im Sinne der kommunalen Agenda 21 immer wieder neu über die Zukunft unserer Stadt nachzudenken, Antworten auf Herausforderungen der Zukunft zu finden und bürgerschaftlich orientierte Vorschläge zu erarbeiten.

Hier stimmt die Arbeit der Kommission für Stadtmarketing mit dem Ziel der Agenda 21 überein, die Verbesserung der sozialen und ökonomischen Lebensbedingungen für alle Menschen anzustreben und sie mit dem Schutz der natürlichen Lebensgrundlagen auch für künftige Generationen in Einklang zu bringen. Das bedeutet, dass auf kommunaler Ebene viele Verhaltensweisen kritisch überprüft werden müssen, ob sie noch geeignet sind, die Lebensbedingungen für die Menschen unserer Stadt zukunftsfähig zu gestalten.

Ich lade Sie herzlichst dazu ein, konstruktiv dieses Leitbild und den damit eingeleiteten Stadtmarketingprozess zu begleiten, um beides mit Leben zu erfüllen.

*Dr. Eberhard Fennel
Bürgermeister*





Themenfelder

I. Wirtschaft und Arbeit

- Hünfeld hat durch das gute Angebot an Industrie- und Gewerbeflächen einen überdurchschnittlich hohen Bestand an Arbeitsplätzen in der industriellen Produktion.
- Die Entscheidungen früherer Jahre, sich um die Niederlassung öffentlicher Dienstleistungen in Hünfeld zu bewerben, hat sich außerordentlich bewährt. Mit dem Zuschlag für den Bau einer Justizvollzugsanstalt im Jahre 2001 ist die Entwicklung zum Dienstleistungsstandort für die hessische Justiz weiter auf einem guten Weg.
- Das Arbeitsplatzangebot von Handel, Handwerk und Dienstleistern ist auch im Zeichen der strukturellen Veränderung der mittelständischen Unternehmenslandschaft günstig. In den Bereichen Banken und Gesundheitswesen (Krankenhaus) wurden die richtigen Entscheidungen für den Erhalt von Arbeitsplätzen getroffen.



Unsere Ziele:

Wir wollen, dass Hünfeld sich als moderner Wirtschafts-, Einkaufs- und Dienstleistungsstandort mit eigenständigem Profil weiterentwickelt. Die Zahl der Arbeitsplätze im allgemeinen soll sich kontinuierlich erhöhen, das Angebot an qualifizierter Arbeit soll sich aber deutlich verbessern, um jungen Menschen mit anspruchsvoller Ausbildung Beschäftigungschancen zu bieten.

Möglichst viele Bürger sollen in der Stadt einen Arbeitsplatz finden.

Handlungsansätze:

- > *Vorhandene Unternehmen werden in ihren Entwicklungschancen durch Schaffung günstiger Rahmenbedingungen unterstützt.*
- > *Für die Ansiedlung neuer Unternehmen werden ausreichende Industrie- und Gewerbeflächen vorgehalten.*
- > *Der unternehmerische Mittelstand bleibt eine wichtige Säule einer ausgewogenen Wirtschaftsstruktur in Hünfeld. Die Standortbedingungen für diese Zielgruppe werden optimal gestaltet.*
- > *Existenzgründer mit innovativen Konzepten sollen in Hünfeld günstige Rahmenbedingungen für die ökonomische Umsetzung ihrer Ideen finden.*
- > *Hünfeld soll als Standort des Bundesgrenzschutzes und von Dienstleistungseinrichtungen für das Land Hessen (HZD, Justiz, Beihilfeabteilung) - auch über den aktuellen Status hinaus - weiterentwickelt werden.*
- > *Die Außenstelle der Kreisverwaltung in Hünfeld ist in qualifizierter Form aufrecht zu erhalten und kundenorientiert weiterzuführen.*
- > *Es ist zu prüfen, welche Zulieferungen und Dienstleistungen, die von Hünfelder Unternehmen bisher überregional eingekauft werden, auch durch örtliche bzw. regionale Anbieter in gleicher Qualität angeboten werden.*
- > *Bei gewerblichen Ansiedlungen und Erweiterungen präferieren wir die Unternehmen, die auch ihre Zentrale in Hünfeld ansiedeln.*



Themenfelder

II. Siedlungsentwicklung, Wohnen und Soziales, medizinische Versorgung

- Wohnen und sich wohlfühlen in einer modernen Stadt mit Geschichte und Tradition, das bietet Hünfeld. Die günstige Entwicklung der Einwohnerzahl mit einem Zuwachs von über 20% in den letzten 10 Jahren ist auf die attraktiven Neubaugebiete mit preiswerten Grundstücken und auf das infrastrukturelle Angebot der Stadt zurückzuführen.
- Wohnen in Hünfeld heißt in allen Stadtteilen und in der Kernstadt "Wohnen im Grünen". Die innerstädtischen Naturoasen des Bürgerparks mit den Freizeitanlagen, die Hauneau, die Haingärten und der Nüster Küppel machen Hünfeld zu einer grünen Stadt.
- In den letzten Jahrzehnten sind beispielhafte Einrichtungen wie z. B. betreutes Wohnen pp. geschaffen worden, die für alte Menschen das Leben in Hünfeld attraktiv machen.

Unsere Ziele:

Wir wollen, dass Hünfeld als Wohnort für seine Bürger/innen attraktiv bleibt und richten unser Planen und Handeln danach aus, dass sich kommende Generationen eine Zukunft in einer lebenswerten Stadt aufbauen können.

Junge Menschen sollen hier ihre Chance sehen und ältere Bürger/innen die Früchte ihres aktiven Lebens in Geborgenheit genießen können.

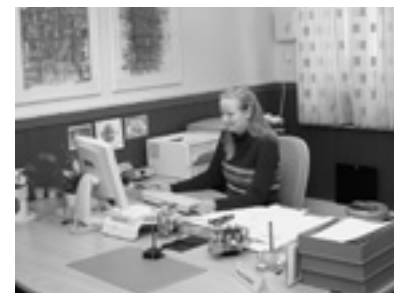
Neubürger/innen wollen wir eine Heimat bieten.

Die medizinische Versorgung soll auf dem bisherigen hohen Niveau erhalten werden.



Handlungsansätze:

- > *Umfeldverantwortliches und umweltbewusstes Bürgerverhalten werden gefördert.*
- > *Beim Ausweis von Baulandflächen hat der Lückenschluss zwischen vorhandenen Siedlungsgebieten Vorrang. Das gilt auch für die Schließung von Baulücken im Bestand.*
- > *Wohnen soll auch in den Stadtteilen attraktiv sein und in der Innenstadt attraktiv bleiben. Das Angebot am öffentlichen Nahverkehr (LNG) und der innerstädtischen Wohnanreize ist hierauf ausgerichtet.*
- > *Wir wollen vermeiden, dass es in einzelnen Gebieten zu einer Konzentration von benachteiligten Bevölkerungsgruppen kommt.*
- > *Die Wohnversorgung und Wohnqualität soll auch für Haushalte mit Behinderten und pflegebedürftige Senioren (betreutes Wohnen) gesichert bleiben.*
- > *Neben der notwendigen eigenen Entwicklung der Ortsteile mit ihrer eigenen Identität verbleibt als verbindendes Element und gemeinsames Zentrum die Innenstadt. Die Schaffung neuer Wohn-, Gewerbe- und Freizeitflächen orientiert sich an diesem Aspekt.*
- > *Bei der Siedlungsentwicklung achten wir darauf, dass die Aufenthaltsqualität des öffentlichen Verkehrsraumes für Kinder in Wohngebieten gewährleistet ist. Das bisherige Siedlungsbild wird durch Etagen-Wohnungsbau nicht beeinträchtigt werden.*
- > *Das derzeitige Betreuungsangebot für Kinder wird beibehalten und - wenn erforderlich - ausgebaut.*
- > *Das umfangreiche Angebot für Senioren und Seniorenbetreuung wird zeitgemäß weiterentwickelt.*
- > *Wir bemühen uns, um ausreichende allgemeinärztliche Versorgung und um den Erhalt und die weitere Ergänzung von Facharztpraxen in unserer Stadt.*
- > *Das Krankenhaus unter neuer Trägerschaft soll neben der Sicherung der Grundversorgung auch spezielle Angebote entwickeln, die überregional Nachfrage auslösen (z. B. Gynäkologie, Geburtshilfe).*



Themenfelder

III. Freizeit, Tourismus, Vereine

- Hünfeld verfügt über ein großes Angebot an Anlagen des Breitensports, in denen Vereine den Bürgern, Jung und Alt, viele Sportarten, wie Reiten (Hünfeld ist pferdefreundlichste Stadt Hessens) Golf, Schießen, Tennis, Fußball, Handball, Volleyball sowie Leichtathletik und Gymnastik, aber auch Kampfsportarten ermöglichen. Ein Verein bietet Segelflug auf einem nahegelegenen Platz.
- Wandern, Radfahren, auf gut ausgeschilderten Wegen, Schwimmen (Hallen- und Freibad) dienen in der phantastischen Landschaft der nördlichen Rhön mit dem Hessischen Kegelspiel der individuellen Freizeitgestaltung.
- Unsere 166 Vereine bilden viele Kinder und Jugendliche in Sport, Kultur und Musik aus und ermöglichen ihnen Gruppenerfahrungen und das Erlebnis geistiger und körperlicher Fitness.
- Bürgerinnen und Bürger aller Altersgruppen finden in den Vereinen Angebote für individuelle Freizeitgestaltungen.

Unsere Ziele:

Wir wollen unsere Vereine darin bestärken, ihre herausragende Rolle in der qualifizierten Begleitung junger Menschen durch (ehrenamtliche) Übungsleiter weiter wahrzunehmen.

Sie sollen auch den Bürger/innen weiter anbieten, die Freizeit sinnvoll mit anderen zu gestalten.

Wir sehen die Chance, unser günstiges Freizeitangebot und das unvergleichliche landschaftliche Ambiente auch für mache touristische Nutzung interessant zu machen, auch, um behutsam einen weiteren wirtschaftlichen Schwerpunkt zu entwickeln.





Handlungsansätze

- > Der vorhandene Campingplatz wird wieder seine akzeptable Frequenz durch Modernisierung für Stop-Over- und Kurzurlauber erreichen.
- > Das vorhandene Angebot an Hotelzimmern entspricht zum Teil nicht dem erforderlichen Standard. Es muss ein Maßnahmenkatalog gemeinsam mit den Anbietern entwickelt werden, um kurzfristig die Attraktivität zu steigern. Dabei muss auch das Angebot von Pauschalreisen (Wandern, Kultur) geprüft werden. Der Bau eines Hotels im 3 - 4 Sternebereich wird weiter verfolgt.
- > Das Vereinsfördermodell der Stadt wird im Grundsatz weitergeführt und weiterentwickelt.
- > Im Radwegenetz werden die bestehenden Lücken vorrangig geschlossen. Auf familiengerechte Radwege wird geachtet.
- > Beim Wanderwegenetz achten wir auf Verknüpfungen miteinander und geben Hinweise auf gastronomische/touristische Ziele.



Themenfelder:

IV. Umwelt, Energie, Infrastruktur, Verwaltung

- *Wir schätzen unsere intakte Umwelt als ein hohes Gut und freuen uns daher über die Aufnahme der Gesamtfläche der Stadt Hünfeld in das Biosphärenreservat Rhön der Unesco.*
- *Die Stadt Hünfeld ist seit 1995 Brundtland - Energiesparstadt. Diese Auszeichnung war Ausfluss ihrer Bemühungen um rationelle und umweltschonende Energieversorgung.*
- *Die Infrastruktur zur Ver- und Entsorgung der Haushalte und der Wirtschaft befindet sich im gesamten Stadtbereich auf einem hohen technischen Stand unter Berücksichtigung umweltrelevanter Fragen.*
- *Die öffentliche Verwaltung praktiziert Bürgernähe bei Beachtung von Aufwandsrentabilität und Nachhaltigkeit städtischer Maßnahmen.*
- *Bei der verkehrlichen Infrastruktur fehlt weiter die Anbindung der B 84 als Nordumgehung der Stadt zur B 27.*

Unsere Ziele:

Im Mittelpunkt der Bemühungen um eine gute Entwicklung stehen die Erhaltung und Verbesserung der Lebensqualität für die Menschen, die in der Gesamtstadt leben. Ökologische und soziale Auswirkungen müssen daher bei allen Entscheidungen bedacht und gewichtet werden.

Wir streben die Formulierung von Umweltqualitätszielen an.

Das Erdgasversorgungsnetz soll weiter ausgebaut werden, wie überhaupt der wirtschaftlichen Nutzung von Energie und Wasser durch Haushalte und Wirtschaft unserer besonderer Augenmerk gilt.



Wir schützen unsere Wasserressourcen und sichern die Wasserversorgung langfristig.

Die Anliegen der landwirtschaftlichen Voll- und Nebenerwerbsbetriebe der Stadt sollen unterstützt werden, damit diese auch künftig ihre Aufgaben als regionale Nahrungsmittelproduzenten und Pfleger der Kulturlandschaft erfüllen können. Das gilt in gleicher Weise für die nachgelagerten Produktions- und Verwertungseinrichtungen der heimischen Landwirtschaft.

Bei der Inanspruchnahme von Flächen für Siedlung und Verkehr soll auf die landwirtschaftlichen Produktionsgrundlagen Rücksicht genommen werden.

Nachhaltiges, naturnahes Wirtschaften ist die geübte Praxis in der Forstwirtschaft, die auch für den Stadtwald gilt. Gleichberechtigt stehen daneben die Erhaltung der natürlichen Funktion des Waldes als Schützerin des Klimas unter angemessener Berücksichtigung der Erholungs- und Freizeitfunktion.

Im Bereich der Abwasserbeseitigung soll unter Beachtung wirtschaftlicher Vertretbarkeit die Gewässereinhaltung auf ein hohes Niveau entwickelt werden.

Die Bemühungen der Verwaltung um die Realisierung der Nordumgehung werden unvermindert fortgesetzt. Das gilt auch für eine verbesserte Straßenanbindung in Richtung Thüringen. Es ist unser Ziel, die Realisierung in den kommenden Jahren zu erreichen.

Handlungsansätze:

-> Bei der städtischen Beschaffung von Geräten und Material sollen umweltfreundliche Produktionen, wenig Verpackung und Abfall, Verwertbarkeit und problemlose Entsorgung als Kriterien gewichtet werden und im Zweifelsfall ausschlaggebend sein.





- > *Im Interesse regionaler ressourcenschonender Kreislaufwirtschaft sollen nach Möglichkeit Produkte aus der Region beschafft werden.*
- > *Wir schützen den Boden und seine Fruchtbarkeit als hohe Güter.*
- > *Bei der Abfallsammlung und -beseitigung achten wir auf das Getrennsammeln und Wiederverwerten von Wertstoffen.*
- > *Die klimabedeutenden Waldbereiche sind zu schützen, kleinräumiger Luftströmungsbereiche (Talzüge) sollen nicht verbaut werden.*
- > *Wir schützen unsere Bürger/innen durch geeignete Maßnahmen vor Lärm.*
- > *Wir fördern den Naturschutz durch Ausweis von Landschaftsschutzgebieten, Naturschutzgebieten, Naturdenkmälern und geschützten Landschaftsbestandteilen aktiv und unterstützen die Arbeit der Naturschutzverbände.*
- > *Wir streben eine Einbindung, insbesondere der Kernstadt (Industriegebiet und Stadtzentrum), in die UMTS-Standorte an.*
- > *Wir wollen eine Verbesserung im Bereich der Mobilfunkempfangsqualität unter Berücksichtigung schutzwürdiger Anliegen der Bürgerschaft.*
- > *Land- und Forstwirtschaft sollen auf Nachhaltigkeit ausgerichtet sein.*
- > *Bei allen relevanten städtischen Maßnahmen lassen wir uns vom Grundsatz des Energiesparens leiten und prüfen alternative Energien.*



Themenfelder

V. Einkaufen, Atmosphäre, Verkehr Innenstadt

- Hünfeld ist als ehemalige Kreisstadt und regionales Mittelzentrum das traditionelle Einkaufszentrum für ca. 41.000 Einwohner der Stadt und des unmittelbaren Umlandes. Das Angebot des Einzelhandels ist zum Teil gut strukturiert (Lebensmittel, Bekleidung, Schuhe, Möbel).
- In einigen Branchen erreicht die Kaufkraftbindung nur unbefriedigende Quoten (u. a. Zeitschriften - Bücher, Teppiche - Gardinen - Deko, Bettwaren - Haus- und Tischwäsche, Unterhaltungselektronik).
- Die Innenstadt bietet als Kern des Einkaufs und Dienstleistungsstandortes (Ärzte, Apotheken, Banken) eine gepflegte Atmosphäre, die sich mit den Maßnahmen der Stadt und der Bürger für den Hessentag 2000 weiter abgerundet hat.
- Die Verkehrsmaßnahmen mit dem Bau von 2 Parkhäusern 1984 und 2000 sowie der behutsamen Reduzierung des fließenden Verkehrs in der Innenstadt haben sich bewährt.
- Die Entwicklung der Einwohnerzahlen und der Kaufkraft bilden ein steigendes Marktpotential für Handel, Dienstleistung und Gastronomie.



Unsere Ziele:

Wir wollen, dass die Innenstadt Hünfelds zum Identifikationspunkt für die Bürger/innen aller Stadtteile (einschließlich Kernstadt) wird. Die Bedeutung als "Marktplatz" und Kommunikationszentrum soll in Zukunft weiter entwickelt werden.

Die Aufenthaltsqualität in der Innenstadt muss deswegen durch geeignete Maßnahmen gesteigert werden. Bürger und Besucher sollen sich in unserer Stadt sicher fühlen.

Die Bedeutung Hünfelds als Mittelzentrum soll sich noch stärker in der Versorgung widerspiegeln. Der Kaufkraftabfluss in die Konkurrenzorte wird deutlich reduziert.

Zentrumsrelevante Sortimente werden - wenn möglich - in der Innenstadt angesiedelt.

Die Ortsteile sollen über eine bedarfsgerechte Nahversorgungsstruktur verfügen.

Einzelhandel und Dienstleister Hünfelds sind aktiv: durch Freundlichkeit, Beratungsqualität, kundenorientierte und abgestimmte Öffnungszeiten tragen sie zu Kundenbindung bei. Das Wir-Gefühl wird durch Umsetzung gemeinschaftlicher Marketingaktivitäten gestärkt.

Ein vielfältiges und qualitativ hochwertiges gastronomisches Angebot in allen Preisklassen ist ein wichtiger Eckpfeiler der funktionellen Vielfalt der Innenstadt. Wo immer möglich, soll Außengastronomie für die Belebung des Straßenbildes sorgen. In den Ortsteilen erfüllt dieses zusätzliche Angebot darüber hinaus eine wichtige wohnortnahe Treffpunktfunktion.

Für Gäste soll ein bedarfsgerechtes Übernachtungsangebot geschaffen werden.

Der Bahnhof der Deutsche Bahn AG und Busbahnhof sind ein wichtiges Eingangstor zur Stadt.

Das Erscheinungsbild, die Zugänglichkeit und Sicherheit, die Gestaltung des Umfeldes und das Serviceangebot sollen - im Zusammenwirken mit dem RMV und der LNG - mindestens auf dem jetzt erreichten Stand erhalten werden.



Handlungsansätze:

- > Die Servicequalität im Einzelhandel sollte durch gezielte Mitarbeiterausbildung gesteigert werden (Kunden dürfen keinen Kaufzwang empfinden).
- > Der Plan, die Kaufkraftbindung durch Ansiedlung eines Einkaufszentrums mit Hotelkomplex als Magnetbetrieb zu stärken wird nachdrücklich weiter verfolgt.
- > In Verbindung mit dem Gewerbeverein wird ein Maßnahmenkatalog für die Aktivitäten zur weiteren Kaufkraftbindung erstellt.
- > Hünfeld muss sich bei Handel und Dienstleistungen als "Kaufhaus der Vielfalt" darstellen. Kundenkritik sollte bewusst herausgefordert und als Chance der Weiterentwicklung genutzt werden.
- > Bei dem gegebenen ausreichenden innerstadtnahen Parkraumangebot könnte auch die obere Hauptstraße als Fußgängerzone ausgewiesen werden. Anwohner-, Belieferungs- und Hotelzielverkehr bleiben erhalten.
- > Die ermittelten strategischen Lücken im Themenfeld "Einkaufen" sind schrittweise und zügig zu schließen.
- > Handel, Dienstleister und Gastronomie sprechen periodisch mit der Stadt über Ermittlung und Beseitigung strategischer bzw. taktischer Lücken. Vor der Kreation neuer Veranstaltungen und Events wird geprüft, ob die bisherigen durch bessere Abstimmung und Zusammenarbeit optimiert werden können.
- > Aktualität und Adäquanz des Textbebauungsplans und dessen Auswirkungen auf das Stadtzentrum werden regelmäßig überprüft; dabei wird das veränderte Angebot im Umland berücksichtigt.
- > Die vielen guten Potentiale des Erscheinungsbildes der Innenstadt müssen stärker in Kaufkraftbindung und Innenstadtfrequenz umgesetzt werden.



Themenfelder

VI. Bildung, Kultur, Wertmaßstäbe

- Hünfeld verfügt über ein gut strukturiertes Angebot schulischer Allgemeinbildung durch Grundschulen, Haupt- und Realschule und Wigbert-Gymnasium. Die Konrad-Zuse-Schule bietet als Berufs- und Berufsfachschule überörtliche Angebote bis zur Hinführung zum Fachabitur und die berufstheoretische Begleitung im dualen Ausbildungssystem. Dies wird ergänzt durch ein qualifiziertes Angebot im Lernhilfebereich.
- Erwachsenenbildung wird über die Volkshochschule des Landkreises mit mehreren Zweigstellen in den Stadtteilen angeboten. Das St. Bonifatiuskloster ist anerkanntes Haus religiöser Begegnung und der Erwachsenenbildung.
- Durch das Angebot von Vereinen und Gruppen, das Kreis- und Stadtgeschichtliche Museum, das Museum Modern Art und die Galerie Junger Kunstkreis entfaltet sich ein reiches kulturelles Leben mit ständigem Angebot für Bürger/innen und Besucher.

Unsere Ziele:

Wir helfen nach unseren Möglichkeiten sicherzustellen, dass jungen Menschen eine qualifizierte Schulbildung und Berufsausbildung in unserer Stadt angeboten wird und tragen dazu bei, dieses Angebot entsprechend den Anforderungen der Zeit fortlaufend zu modernisieren.

Bildungsfernen Gruppen soll der Zugang zu schulischen und beruflichen Qualifikation erleichtert werden. Wir schaffen Angebote, die deutsche Sprache zu erlernen und zu beherrschen.

Den Vereinen gilt als Kulturträger unsere volle Unterstützung.



Stadtmarketing



DIE ZUKUNFT BEGINNT HEUTE ...

Die Volkstheatergruppen der Ortsteile erfahren besondere Unterstützung.

Museen und Galerien erfahren weiter öffentliche Unterstützung. Die Aktion "Die Stadt als offenes Buch" wird weiterentwickelt.

Wir sind offen für kulturelle Großveranstaltungen und führen regelmäßige offene Sport- und Musikevents, auch für junge Menschen, durch.

Wir schätzen das soziale und kulturelle Angebot der Kirchen der beiden großen Konfessionen als unverzichtbar und kooperieren - wo immer möglich - mit ihnen.

Unsere Wertmaßstäbe sind geprägt vom christlichen Menschenbild, von Offenheit und Toleranz gegenüber Andersdenkenden.

Wir erwarten, dass die Bürger/innen eigenverantwortlich leben und im Rahmen ihrer Möglichkeiten Verantwortung für die Gemeinschaft übernehmen.

Handlungsansätze:

- > Das Angebot berufsorientierter Weiterbildung durch VHS oder Private sollte geprüft werden.*
- > Die Einrichtung eines Sonderschulangebotes für körperlich und geistig Behinderte in der Stadt ist wegen der derzeit weiten Fahrwege anzustreben.*





Themenfelder

VII. Image, Außenbeziehung, Standortmarketing

- Hünfeld entspricht in seinem Erscheinungsbild den Anforderungen an ein leistungsfähiges, dynamisches Mittelzentrum.
- Seine tatsächliche Bedeutung als Wirtschaftsstandort wird an der hohen Zahl der Arbeitsplätze im Verhältnis zur Bevölkerungszahl deutlich.
- Das Angebot von Handel, Handwerk, öffentlichen und privaten Dienstleistern, die zentralen Justizeinrichtungen und die sehr gute Gesundheitsversorgung machen Hünfeld zum attraktiven Standort für Bürger/innen und Gäste.
- Die Offenheit der Verwaltung hat schon sehr früh Patenschaften und Partnerschaften mit anderen Städten und Gruppen begründet, die gepflegt werden und breite Verankerung in der Bevölkerung und Vereinen haben:
 - Deutsch-Deutsche Partnerschaften*
 - seit 1990 mit Rothenkirchen (Vogtland)
 - seit 1990 mit Geisa (Thüringen) seit 2000 freundschaftliches und nachbarschaftliches Miteinander
 - Patenschaften*
 - seit 1955 Patenschaft für die Heimatvertriebenen Menschen aus Neustadt a. d. T.
 - seit 1962 die freundschaftliche Verbindung mit den ehemaligen französischen Kriegsgefangenen des Lagers Hünfeld
 - seit 1986 zu den ehem. jüdischen Mitbürgern Hünfelds
 - Internationale Partnerschaften*
 - seit 1968 mit Landerneau (Bretagne)
 - seit 1997 mit Proskau (Oberschlesien)
- Hünfeld ist mit der gesamten Fläche der Stadt in das Biosphärenreservat Rhön aufgenommen worden. Diese Zugehörigkeit eröffnet neue Aspekte für das Standortmarketing, weil damit die Lage als Mittelzentrum in einer einzigartigen Landschaft verdeutlicht wird.



Stadtmarketing

DIE ZUKUNFT BEGINNT HEUTE ...

Unsere Ziele:

Wir wollen unser Image als attraktiver Wirtschaftsstandort durch geeignete Marketingmaßnahmen weiterentwickeln.

Wir wollen die Vorteile einer überschaubaren Kleinstadt nutzen und Bürgeranonymität vermeiden. Neubürger sollen sich rasch integrieren können.

Unsere Gäste sollen sich bei uns wohlfühlen und gerne wiederkommen, sei als Käufer/innen, Nutzer/innen der Dienstleistungen oder Urlauber/innen.

Wir pflegen die bestehenden Paten- und Partnerschaften und sind offen für neue Kontakte.

Unsere Bemühungen, den Standort attraktiv zu gestalten, setzen wir unvermindert fort und bringen die Attraktivität der Stadt durch Öffentlichkeitsarbeit und Werbung nach außen zur Kenntnis.

Im Standortmarketing für die Wirtschaftsregion Fulda arbeiten wir aktiv mit ohne dabei unser eigenes Profil zu vernachlässigen.

Im Fremdenverkehrsverein Hessisches Kegelspiel nehmen wir aktiv Führungsaufgaben wahr.

Handlungsansätze:

- > Überprüfung des Erscheinungsbildes (CI-Konzept) und ggf. Überarbeitung der Werbemittel und Informationen für Investoren und Besucher.
- > Einrichtung von Bürgerforen zu wesentlichen Fragen der Zukunftsentwicklung.
- > Förderung von Nachbarschaftshilfe und Aktion "Bürger für Bürger"





STANDORT MIT OPTIONEN ...

