



**Zukunft Gößweinstein  
Integriertes städtebauliches Entwicklungskonzept**

**Ergebnisse des 2. Bürgerworkshops  
Katholisches Pfarrzentrum  
12. November 2009**

- 1. Begrüßung und Einführung** **19.00 Uhr**

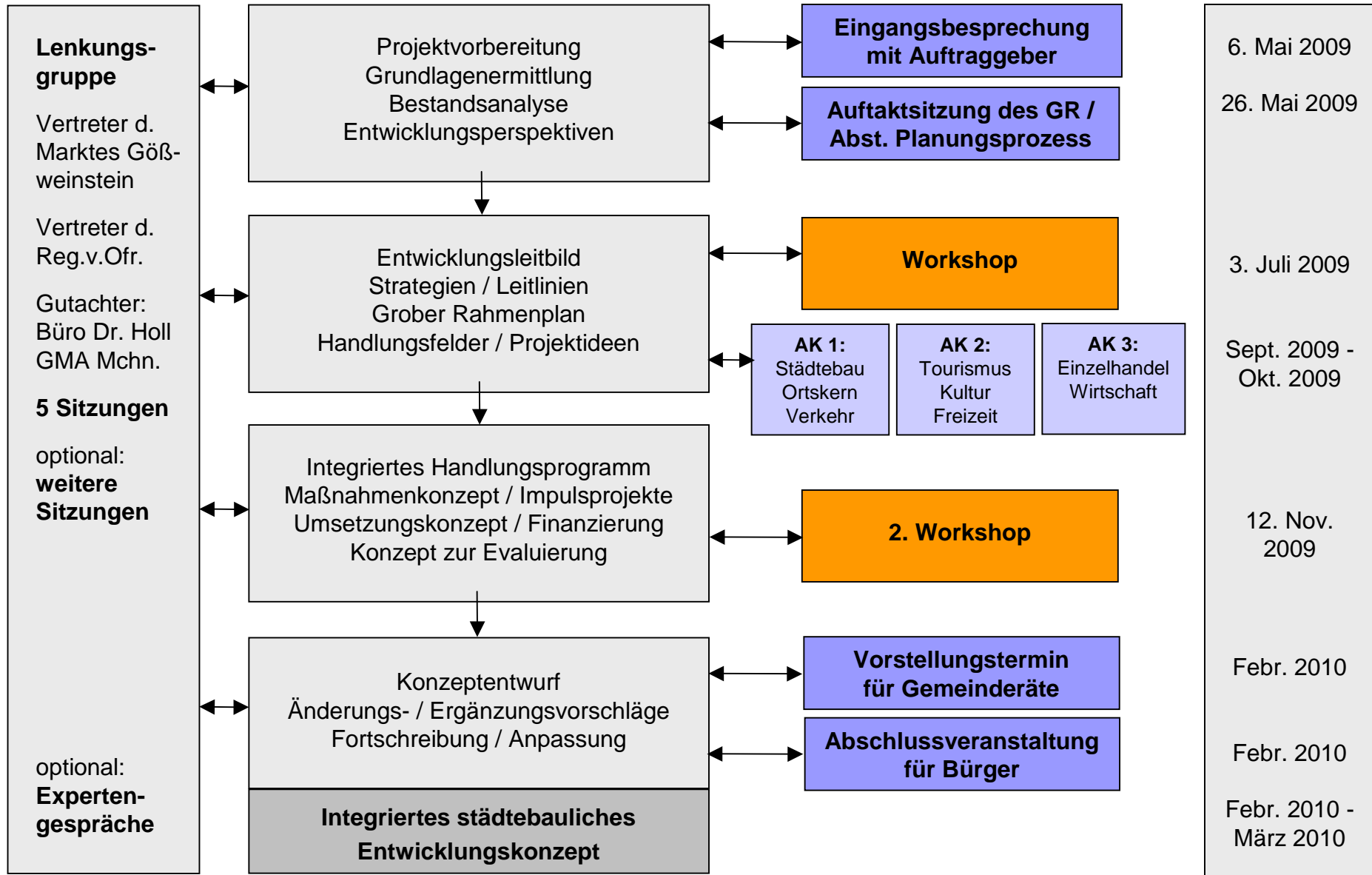
Herr 2. Bürgermeister Kießling
- 2. Erläuterung des Ablaufs,  
Ziele des 2. Bürgerworkshops** **19.05 Uhr**

Herr Dr. Holl, Würzburg
- 3. Gruppenarbeit an 9 Thementischen,  
Erarbeitung eines Handlungs-  
programms mit Impulsprojekten** **19.20 Uhr**

Moderation durch Gruppensprecher  
Leitfaden / Fragenkatalog  
Beratung: Büro Dr. Holl, GMA München
- 4. Vorstellung der Ergebnisse im Plenum** **21.00 Uhr**

Statements durch Gruppensprecher
- 5. Schlusswort, Ausblick** **22.00 Uhr**

Herr Dr. Holl, Würzburg













**Entwicklung**  
**Ortskern**

**Ortsdurchfahrt**  
**Umgehungsstraße**  
**Marktplatz / Basilika**  
**Kleine Platzräume**  
**Grüne Räume**  
**Rathaus**

**Tourismus**  
**Kultur**

**Erholungslandschaft**  
**Rad- / Wanderwege**  
Qualifizierung  
Gastronomie / Hotels  
**Sakrale Themen**  
**Kommunikations-**  
**konzept**  
Konzerte / Events

**Entwicklung**  
**Ortsteile**

**Ortsbild / Ortssatzung**  
**Erhalt Scheunen / Höfe**  
**Erhalt Dorfgasthöfe**  
**Leerstandsobjekte**  
**für Wiedernutzung**

Zukunft  
**Gößweinstein**

**Wohnen**  
**Bevölkerung**

Diff. Wohnraumangebot  
für Familien u. Senioren  
**Wohnen im ländl. Raum**  
**Preiswertes Bauland**  
**Leerstandserfassung**

**Einzelhandel**  
**Wirtschaft**

**Qualifizierung**  
**Einzelhandel**  
Dienstleistungs-  
u. Gründerzentrum  
Gewerbeflächen

**Infrastruktur**  
**Energie**

**Alternative Energien**  
Schulstandort  
Kinderbetreuung  
**Mobilitätssicherung**  
**Bürgernetzwerke**

### Thematische

**Thematisch 1:**  
Ortskernentwicklung  
und Ortsdurchfahrt

**Thematisch 2:**  
Kommunikationsdesign  
und Besucherlenkung

**Thematisch 3:**  
Qualifizierung touristischer  
Leistungssträger

**Thematisch 4:**  
Komm. Energiekonzept /  
alternative Energien

**Thematisch 5:**  
Weiterentwicklung  
sakraler Themen

**Thematisch 6:**  
Erhaltung u. funktionale  
Stärkung der Ortsteile

**Thematisch 7:**  
Entwicklung der  
Erholungslandschaft

**Thematisch 8:**  
Qualifizierung Einzelhandel:  
Ortskern u. Ortsteile

**Thematisch 9:**  
Dienstleistungs- und  
Gründerzentrum

- Leitfaden / Fragenkatalog
- Moderation / Gruppensprecher
- Schriftführer



1. Ortskern u. Ortsdurchfahrt

2. Kommunikationsdesign

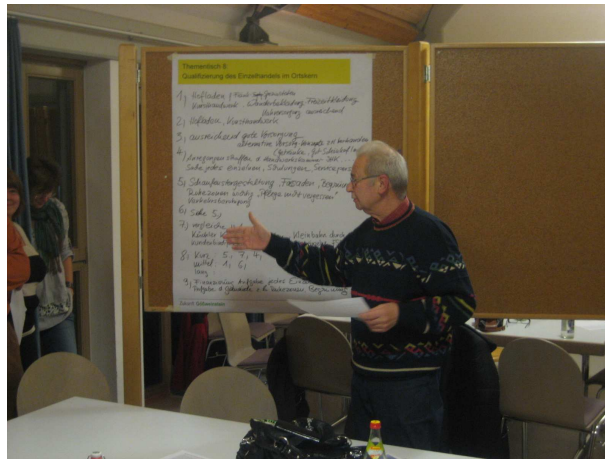
3. Tourist. Leistungsträger



4. Komm. Energiekonzept

5. Sakrale Themen

6. Entwicklung der Ortsteile



7. Erholungslandschaft

8. Qualifizierung Einzelhandel

9. Gründer- und DL-Zentrum

<p><b>1. Definition: Um welches Projekt handelt es sich?</b>                  Welche Funktionen erfüllt das Projekt?                  Welche Zielsetzungen sind mit dem Projekt verbunden?                  Welche erfolgreichen Beispiele für ähnliche Projekte gibt es?</p>	
<p><b>2. Zielgruppe: Wer soll angesprochen werden?</b>                  Welche Zielgruppen gibt es?                  Welche Wünsche / Vorstellungen von Zielpersonen sind bereits bekannt?</p>	
<p><b>3. Angebot: Was soll angeboten werden?</b>                  Welche Einrichtungen / Angebote sind denkbar?                  Welche Nutzungen können / sollen realisiert werden?                  Welche Gestaltungs- / Aufwertungs- / Umbaumaßnahmen sind nötig?</p>	
<p><b>4. Standort: Wo kann / soll das Projekt realisiert werden?</b>                  Welche Makrostandorte kommen in Frage?                  Welche Teil- / Nebenbereiche sind besonders zu berücksichtigen?</p>	
<p><b>5. Finanzierung: Wie kann das Projekt finanziert werden?</b>                  Welche Investitionskosten / Betriebskosten sind zu erwarten?                  Welche Finanzierungsmöglichkeiten gibt es?</p>	
<p><b>6. Zeitrahmen: Bis wann soll das Projekt realisiert werden?</b>                  Welcher Zeitrahmen / Deadline ist vorzusehen?                  Kurz-, mittel-, langfristige Maßnahmen                  Welche Teilschritte / Zwischentermine sind erforderlich?</p>	
<p><b>7. Marketing: Welche Marketingmaßnahmen sind erforderlich?</b>                  Welche Maßnahmen zur Öffentlichkeitsarbeit / Information / Werbung sind nötig?                  Maßnahmen des Innen- / Außenmarketings                  Welche Akteure / Medien sind wichtig?</p>	
<p><b>8. Umsetzung: Wie kann das Projektziel erreicht werden?</b>                  Welche Umsetzungsplanung ist zu verfolgen?                  Welche Phasen / Meilensteine gibt es bei der Umsetzung (Meilensteinplan)?                  Welche Akteure / Institutionen sind zu beteiligen?                  Welche organisatorischen Fragen stellen sich?</p>	

<p><b>1. Definition: Was zeichnet den Ortskern von Gößweinstein aus?</b>          Welche Funktionen erfüllt der Ortskern? z.B. Einkaufen, Gastronomie, Wohnen          Welche Potenziale bietet der Ortskern für Einh. und Gäste? z.B. Basilika, Haus d. Gastes          Welche Nachteile bestehen im Ortskern? z.B. verkehrliche Situation, räumliche Enge          Welche erfolgreichen Beispiele für Ortskern- / Innenstadtentwicklung gibt es?</p>	<p>Erholung, Repräsentation der Gemeinde, Funktionsfähigkeit (Erlebbarkeit und Attraktivität), Treffpunkt (Gemeinde + Tourist)          Bsp.: Ebermannstadt</p>
<p><b>2. Zielgruppe: Wer soll angesprochen werden?</b>          Welche Zielgruppen nutzen den Ortskern? z.B. Touristen, Senioren, Radfahrer          Welche Wünsche / Vorstellungen von Zielpersonen sind bereits bekannt?</p>	<p>Tourist + Einheimische (Kinder, Jugend, Erwachsene bis ins hohe Alter)</p>
<p><b>3. Angebot: Was soll im Ortskern geboten werden?</b>          Wie kann die Aufenthaltsqualität erhöht werden? z.B. Beleuchtung          Welche Gestaltungs- / Aufwertungsmaßnahmen sind nötig? z.B. Pflasterung, Fassaden          Welche verkehrlichen Maßnahmen sind nötig? z.B. Verkehrsberuhigung, Umgehungsstr.          Welche Attraktionen sollen geboten werden? z.B. Freiraumgastronomie, attraktiver Einzelhandel, Sakrales, Events</p>	<p>Beleuchtung:          Pfarrhaus, neuer Brunnen, Basilika von beiden Seiten, Gernerfels, Kreuzberg          Baumaßnahmen / gestalterische Maßnahmen:          Verkehrsberuhigung, Umgehungsstraße, Marktplatz, Brunnen, Plätze</p>
<p><b>4. Standort: Welche Flächen sollen gestaltet werden?</b>          Welche Standorte sollen besonders entwickelt werden? z.B. Marktplatz, Haus d. Gastes          Wo muss der Straßenraum neu gestaltet bzw. verkehrlich beruhigt werden?          Welche Platzräume / Nebenbereiche sind besonders zu berücksichtigen?</p>	<p>Verkehrsberuhigung:          Hofackerstraße bis Spielzeugmuseum, Marktplatz, Burgstraße, Viktor-von-Scheffel-Straße, Umgehungsstraße</p>
<p><b>5. Finanzierung: Wie können die Maßnahmen finanziert werden?</b>          Welcher Kostenrahmen ist zu erwarten?          Welche Finanzierungsmöglichkeiten gibt es?</p>	<p>Gespräche mit öffentlicher Hand bzgl. Finanzierung</p>
<p><b>6. Zeitrahmen: Bis wann sollen die Maßnahmen realisiert werden?</b>          Welcher Zeitrahmen / Deadline ist vorzusehen?          Welche Maßnahmen sollen kurz-, mittel- oder langfristig umgesetzt werden?          Welche Teilschritte / Zwischentermine sind erforderlich?</p>	<p>Siehe separate Aufstellung (Verkehrskonzept ArGe, Sofortmaßnahmen):          1) Sofortmaßnahmen (bis 6 Monate): 1. + 2.          2) Mittelfristige Maßnahmen (bis 2 Jahre): 3. + 4.          3) Langfristige Maßnahmen (bis 6 Jahre): 5. + 6. + Umgehungsstraße</p>
<p><b>7. Marketing: Welche Marketingmaßnahmen sind erforderlich?</b>          Welche Maßnahmen zur Öffentlichkeitsarbeit / Information sind nötig?          Welche Akteure / Medien sind wichtig?</p>	<p>Bürgerversammlung, Ortsbesichtigungen in anderen Gemeinden</p>
<p><b>8. Umsetzung: Wie können die Maßnahmen verwirklicht werden?</b>          Welche Umsetzungsplanung ist zu verfolgen?          Welche Phasen / Meilensteine gibt es bei der Umsetzung (Meilensteinplan)?          Welche Akteure / Institutionen sind zu beteiligen?          Welche organisatorischen Fragen stellen sich?</p>	<p>Feste Arbeitsgruppe bilden, regelmäßige Informationen, Info aus Marktgemeinderat          Meilensteine (siehe 6. Zeitrahmen)          Anwohner, Kreis, Gemeinde, Bezirk</p>

## **Verkehrskonzept der ArGe:**

1. Durchfahrtsverbot für Schwerlastverkehr
2. Halte- und Parkverbot für Busse am Marktplatz
3. Gestaltung von kleinen Plätzen zum Verweilen
4. Attraktive Gestaltung des Marktplatzes
5. Schaffung eines verkehrsberuhigten Bereichs im Ortskern
6. Bau von zentrumsnahen Parkplätzen

-> parallel: Bau einer ortsnahen Umgehungsstraße

## **Ortsprägende Plätze:**

Marktplatz: Brunnen, Bäume, eine Ebene, Sitzplätze, Bürgersteig weg  
„Hofacker“ vor Stadtplan  
Burghof  
Rathaus  
Haus des Gastes  
Scheffeldenkmal  
Spielzeugmuseum  
Schwimmbad  
Viktor-von-Scheffel-Straße „Hinter Wallfahrtsmuseum“  
Brunnen Viktor-von-Scheffel-Straße  
Vorplatz Friedhof  
unterhalb der Basilika-Apotheke  
Basilikaplatz  
„Alter Friedhof“ hinter Basilika

## **Sofortmaßnahmen:**

Demontage des bestehenden Parkleitsystems  
sofortige Umsetzung verkehrsberuhigter Bereich in der Viktor-von-Scheffel-Straße  
1. + 2. (Verkehrskonzept ArGe)  
Kontrolle des ruhenden Verkehrs  
Parkplatz weg „unterhalb der Basilika-Apotheke“  
Ausschilderung der Parkplätze im Ortsbereich  
Temporeduzierung „Hauptstraße“  
Kontrolle der Geschwindigkeit  
Umwandlung von Kreisstraße in Gemeindestraße, danach verkehrsberuhigter Bereich

<p><b>1. Definition: Was ist ein Kommunikationsdesign?</b>          Welche Funktionen erfüllt ein Kommunikationsdesign?          Welche Ziele sind mit dem Projekt verbunden? z.B. Besucherlenkung, Information, Image          Welche erfolgreichen Beispiele für Kommunikationsdesign-Projekte gibt es?</p>	<p>Funktion: einheitliche Beschilderung / Erkennungszeichen / Werbelogo          Ziele: Auffinden der Ziele, Wiedererkennung „Gößweinstein“          Gute Beispiele: Olympiade München, Begrüßungsschilder Stadt Pegnitz</p>
<p><b>2. Zielgruppe: Wer soll angesprochen werden?</b>          Welche Zielgruppen gibt es? z.B. Touristen, Einzelhandelskunden, Radfahrer, Autofahrer          Welche Einrichtungen / Angebote sind besonders interessant für die Zielgruppen?          Welche Wünsche / Erwartungen der einzelnen Zielgruppen sind bereits bekannt?</p>	<p>Alle (Touristen, Besucher, Anlieferer)</p>
<p><b>3. Angebot: Was muss ein Kommunikationsdesign bieten?</b>          Welche Einrichtungen / Angebote sollen kommuniziert werden?          Welche Themen / Objekte sollen kommuniziert werden? z.B. Themenwege          Welche Kommunikationsmittel sind einzusetzen? z.B. Beschilderung, Internet, Printmedien</p>	<p>Öffentliche Einrichtungen (Rathaus / Touristinformation)          Freizeiteinrichtungen (Sport, Bäder, Wanderwege, Themenwege)          Sehenswürdigkeiten (Burg, Basilika, Aussichtsplätze, usw.)          Gewerbe und ärztliche Versorgung          -&gt; unterschiedliche Farbgestaltung</p>
<p><b>4. Standort: Wo sind materielle Kommunikationsmittel erforderlich?</b>          Wo sollen Schilder / Hinweistafeln errichtet werden? z.B. Ortseingänge, zentrale Plätze, sehenswerte Einzelobjekte          Wo sollen zentrale Informationsstellen eingerichtet werden? z.B. Haus d.Gastes</p>	<p>zentrale Infostelle: von Hauptstraße einsehbar (z.B. Nähe Marktplatz)          einzelne Schilder: zielführend</p>
<p><b>5. Finanzierung: Wie kann das Projekt finanziert werden?</b>          Welcher Kostenrahmen ist zu erwarten?          Welche Finanzierungsmöglichkeiten gibt es?</p>	<p>Zuschüsse: Naturparkmaßn. (staatl. Förd.), innerorts (Städtebauförd.)          Eigenbeteiligung der Betriebe          kommunale Beteiligung</p>
<p><b>6. Zeitrahmen: Bis wann soll das Projekt realisiert werden?</b>          Welcher Zeitrahmen / Deadline ist vorzusehen?          Welche Teilschritte / Zwischentermine sind erforderlich?</p>	<p>mittelfristige Realisierung 2 – 4 Jahre          Teilschritte: Zuschussbeantragung / Bewilligung, Konzept, Designfindung, welche Objekte, Beschilderungsplan (zentraler Ort / einzelne Schilder)</p>
<p><b>7. Marketing: Welche Öffentlichkeitsarbeit ist erforderlich?</b>          Welche Maßnahmen zur Öffentlichkeitsarbeit / Information sind nötig?          Welche Akteure / Medien sind wichtig?</p>	<p>Auftaktveranstaltung für alle Beteiligten / Interessierten          laufende Unterrichtung der Beteiligten          Vorstellung des Ergebnisses</p>
<p><b>8. Umsetzung: Wie kann das Projektziel erreicht werden?</b>          Welche Phasen / Schritte gibt es bei der Umsetzung? z.B. Ausschreibung für Kommunikationsdesign, Konzeptentwurf          Welche Akteure / Institutionen sind zu beteiligen?          Welche organisatorischen Fragen stellen sich?</p>	<p>Arbeitskreis / kommunale Gremien / Förderstellen          Professionelle Unterstützung einholen (Büro / Fachmann)          Ausschreibung an Fachbüros durchführen, Konzepterstellung          Umsetzung: Schilder / Ständer erstellen</p>

### 3 Qualifizierung touristischer Leistungsträger

<p><b>1. Definition: Wer zählt zu den touristischen Leistungsträgern?</b>          Welche touristischen Leistungsträger gibt es? z.B. Gastronomie-/ Beherbergungsbetriebe          Welche Funktionen sollen die touristischen Leistungsträger erfüllen?          Welche Zielsetzungen sind mit der Qualifizierung der Leistungsträger verbunden?          Welche erfolgreichen Qualifizierungsbeispiele gibt es?</p>	<p>Tourismusbüro, Geschäfte / Einzelhandel, Gastronomie, Beherbergungsbetriebe, Dienstleister, Anschauungsbauernhöfe, sehenswerte Einrichtungen</p>
<p><b>2. Zielgruppe: Wer soll von touristischen Leistungsträgern umworben werden?</b>          Welche Zielgruppen gibt es? z.B. Touristen, Senioren, Familien, Radfahrer          Welche Wünsche / Vorstellungen von Interessenten sind bereits bekannt?</p>	<p>Touristen, Senioren, Familien, Radfahrer, Kletterer, Mountainbiker, Wanderer, Ausdauersportler, Motorradfahrer</p>
<p><b>3. Angebot: Was soll von den touristischen Leistungsträgern angeboten werden?</b>          Welcher Standard / Service soll geboten werden? z.B. hochwertige Gastronomie          In welchen Bereichen / Handlungsfeldern besteht Qualifizierungsbedarf?          Welche Spezialisierungen sind möglich? z.B. Radfahrer, Genuss-Wanderer          Welche ergänzenden Angebote sollen vorgehalten werden?</p>	<p>Spezifisch regionales Angebot (fränk. Angebot), breite Palette, keine Spezialisierung – gefächerte Angebote</p>
<p><b>4. Standort: In welchen Betrieben ist eine Qualifizierung nötig?</b>          Welche touristischen Leistungsträger sollen weiter qualifiziert werden?          Welche Betriebe sollen klassifiziert werden?</p>	<p>Leistungsträger, Klassifizierung der Beherbergungsbetriebe</p>
<p><b>5. Finanzierung: Wie können Qualifizierungsmaßnahmen finanziert werden?</b>          Welche Investitions- / Betriebskosten sind zu erwarten?          Welche Finanzierungsmöglichkeiten gibt es?</p>	<p>z.B. Städtebauförderung          qualifizierte Hilfe in Anspruch nehmen (z.B. Steuerberater)          Zuschüsse für Fassaden</p>
<p><b>6. Zeitrahmen: Bis wann sollen Qualifizierungsmaßnahmen realisiert werden?</b>          Welcher Zeitrahmen / Deadline ist vorzusehen?          Welche Teilschritte / Zwischentermine sind erforderlich?</p>	<p>fortlaufender Prozess</p>
<p><b>7. Marketing: Welche Marketingmaßnahmen sind erforderlich?</b>          Welche Maßnahmen zur Werbung / Information sind nötig?          Welche Akteure / Medien sind wichtig?</p>	<p>Dachmarke etablieren          werbeträchtige Medien in Anspruch nehmen (Internet, Printmedien)</p>
<p><b>8. Umsetzung: Wie kann eine bessere Qualifizierung erreicht werden?</b>          Welche Phasen / Schritte gibt es bei der Umsetzung?          Welche Akteure / Betriebe / Institutionen sind zu beteiligen?          Welche Kooperationen sind möglich?          Welche organisatorischen Fragen stellen sich?</p>	<p>Weiterbildung, Interessenaustausch, Kooperation          qualifizierte Betriebe mit Vorreiterrolle</p>

<p><b>1. Definition: Was ist ein kommunales Energiekonzept?</b>                  Welche Bausteine / Handlungsfelder eines kommunalen Energiekonzepts gibt es?                  Welche alternativen Energiequellen gibt es? z.B. Geothermie, Solarenergie, Biomasse                  Welche Zielsetzungen sind mit der Nutzung alternativer Energien und der Durchführung energieeffizienter Maßnahmen verbunden?                  Welche erfolgreichen Beispiele für Projekte im Energiebereich gibt es?</p>	<p>Erfassung Energiebedarf (Strom, Wärme) u. Ist-Zustand (Bedarfsdeckung)                  Welche alternative Energiequellen sind anzustreben: Solarenergie, Biomasse (Hackschnitzelheiz., Biogasanl.), Geothermie (Wärmepumpen)                  Ziele: Stärkung d. heim. Wirtschaft u. Lw., Energie aus d. Region nutzen, Pflege u. Erhalt der Naturlandschaft, Unabhängigkeit von Energiekonz.                  Bsp.: Hackschnitzelheizung Gärtnerei Schrüfer, Biogasanlage Neuner, zentrale Hackschnitzelheizungen (Leutzdorf)</p>
<p><b>2. Zielgruppe: Wer soll angesprochen werden?</b>                  Welche Zielgruppen gibt es? z.B. öff. Einrichtungen, private Nutzer, Gewerbetreibende                  Welche Wünsche / Vorstellungen von Zielgruppen sind bereits bekannt?                  Welche konkreten Projekte / Projektideen sind bereits bekannt?</p>	<p>Großverbraucher ( z.B. Schulen, kirchliche Einrichtungen, usw.)                  Ortsteile (z.B. gemeinsame Hackschnitzelanlagen von Höfen)</p>
<p><b>3. Angebot: Welche Handlungsmöglichkeiten gibt es vor Ort?</b>                  Welche alternativen Energiequellen sollen genutzt werden? z.B. Biomasse                  Welche technischen Möglichkeiten gibt es? z.B. Blockheizkraftwerk, Kraft-Wärme-Kopplung, Wärmedämmung                  Welche positiven Effekte für die Nutzer sollen erzielt werden? z.B. Energiespareffekt, Kostenspareffekt</p>	<p>Energiequellen: Biomasse (Holz, Grüngut), Sonne                  Einsparmöglichkeiten nutzen</p>
<p><b>4. Standort: Wo können / sollen Maßnahmen durchgeführt werden?</b>                  In welchen Ortsteilen können / sollen Maßnahmen durchgeführt werden?                  In welchen Einrichtungen können / sollen Maßnahmen durchgeführt werden?</p>	<p>Schulen, Hallenbad, Neubaugebiete                  Ortsteile, in denen Bereitschaft für Gemeinschaftsanlagen besteht</p>
<p><b>5. Finanzierung: Wie können die Maßnahmen finanziert werden?</b>                  Welche Investitionskosten / Betriebskosten sind zu erwarten?                  Welche Finanzierungsmöglichkeiten gibt es?</p>	<p>Bürger AG (Bürger als Teilhaber), Förderung, Energietaler</p>
<p><b>6. Zeitrahmen: Bis wann sollen die Maßnahmen realisiert werden?</b>                  Welcher Zeitrahmen / Deadline ist vorzusehen?                  Welche Teilschritte / Zwischentermine sind erforderlich?</p>	<p>möglichst zeitnahe Realisierung                  - bei Ersatzinvestitionen (Modernisierung von Anlagen)</p>
<p><b>7. Marketing: Welche Öffentlichkeitsarbeit ist erforderlich?</b>                  Welche Maßnahmen zur Öffentlichkeitsarbeit / Information sind nötig?                  Welche Akteure / Medien sind wichtig?</p>	<p>Infobroschüre der Gemeinde, Informationstage, Energieberater</p>
<p><b>8. Umsetzung: Wie können die Maßnahmen durchgeführt werden?</b>                  Welche Phasen / Schritte gibt es bei der Umsetzung?                  Welche Akteure / Institutionen sind zu beteiligen?                  Welche organisatorischen Fragen stellen sich?</p>	<p>Bedarfserfassung als 1. Schritt                  Bereitschaft der Bürger ermitteln</p>

<p><b>1. Definition: Was versteht man unter sakralen Themen?</b>          Welche Bedeutung haben die sakralen Themen für Gößweinstein?          Welche Potenziale gibt es im sakralen Bereich? z.B. Basilika, Wallfahrtsmuseum, Kloster- und Pfarrgarten, Konzerte          Welche Zielsetzungen sind mit der Weiterentwicklung sakraler Themen verbunden?          Welche erfolgreichen Beispiele für die Entwicklung sakraler Themen sind bekannt?</p>	<p>Gößweinstein: „Sakrale Mitte der Fränkischen-Schweiz“, spirituelles Zentrum der Region          Zentrum: Basilika (heiliger Bezirk)          verschiedene religiöse Gemeinschaften bisher unverbunden</p>
<p><b>2. Zielgruppe: Wer soll angesprochen werden?</b>          Welche Zielgruppen gibt es? z.B. Touristen, Tagesbesucher, Einheimische          Welche Angebote sind besonders interessant für die Zielgruppen?          Welche Wünsche / Vorstellungen von Besuchern sind bereits bekannt?</p>	<p>Tourist, Tagesbesucher, Einheimische</p>
<p><b>3. Angebot: Was soll im sakralen Bereich präsentiert werden?</b>          Welche Potenziale können stärker genutzt werden? z.B. Kloster- und Pfarrgarten          Welche zusätzlichen Attraktionen sind denkbar? z.B. Konzerte, Themenwochen          Welche Kopplungen mit anderen lokalen Angeboten sind möglich? z.B. Gastronomie          Welche gestalterischen Maßnahmen sind ggf. nötig?</p>	<p>Themenwoche: z.B. „Portiuncula“ (Franz v. Assisi)          Markt, Konzerte, Vorträge, Meditationen, Einkehrtage, Themenwanderungen, Ausstellungen          Einbeziehung von Schule und Kindergarten</p>
<p><b>4. Standort: Wo soll eine Weiterentwicklung sakraler Themen stattfinden?</b>          Welche Bereiche sind besonders entwicklungsfähig? z.B. Klostersgarten          Welche Bereiche des Umfelds sind mit einzubeziehen?</p>	<p>Basilika, Pfarrheim, Pfarrgarten, Fürstensaal im Pfarrhaus (z.B. Nutzung als Trau-Saal), Wallfahrtsmuseum, Lumen Christi Schwestern (Pavillon), Stempferhof, Haus des Gastes, ev. Kirche, Theaterhöhle</p>
<p><b>5. Finanzierung: Wie können die Maßnahmen finanziert werden?</b>          Welcher Kostenrahmen ist zu erwarten?          Welche Finanzierungsmöglichkeiten gibt es?</p>	<p>Einnahmen: Standgebühren, Teilnehmergebühren, Eintrittsgelder          Ausgaben: Werbung, Referenten, Künstler, Mieten</p>
<p><b>6. Zeitrahmen: Bis wann sollen die Maßnahmen realisiert werden?</b>          Welcher Zeitrahmen / Deadline ist vorzusehen?          Welche Maßnahmen sollen kurz-, mittel- oder langfristig umgesetzt werden?          Welche Teilschritte / Zwischentermine sind erforderlich?</p>	<p>August 2010: Realisierung eines themenbezogenen Marktes          August 2011: Markt und Themenwoche (ganze Woche)</p>
<p><b>7. Marketing: Welche Öffentlichkeitsarbeit ist erforderlich?</b>          Welche Maßnahmen zur Öffentlichkeitsarbeit / Werbung / Information sind nötig?          Welche Akteure / Medien sind wichtig?</p>	<p>Presse, Internet, Radio</p>
<p><b>8. Umsetzung: Wie kann die Weiterentwicklung sakraler Themen erfolgen?</b>          Welche Phasen / Schritte gibt es bei der Umsetzung?          Welche Akteure / Institutionen sind zu beteiligen?          Welche organisatorischen Fragen stellen sich?</p>	<p>Umsetzung :          Klärung bzgl. Nutzung o.g. Räumlichkeiten, öffentlicher Straßen und Plätze          Gesprächsforen mit Betroffenen (Vernetzung)</p>

<p><b>1. Definition: Was zeichnet die Ortsteile aus?</b>          Welche Funktionen erfüllen die Ortsteile? z.B. Wohnen, Freizeit und Erholung          Welche Zielsetzungen sind mit der Weiterentwicklung der Ortsteile verbunden?          Welche erfolgreichen Beispiele für die Erhaltung dörflicher Siedlungen gibt es?</p>	<p>Zusammengehörigkeit, Lebensqualität, Erholungsfaktor,          Alleinstellungsmerkmale in fast jedem Ortsteil          (z.B. Wischensteiner Felsen)</p>
<p><b>2. Zielgruppe: Wer soll angesprochen werden?</b>          Wer soll von der Entwicklung d. Ortsteile profitieren? z.B. Einwohner, Erholungssuchende          Welche Wünsche / Vorstellungen der Ortsteilbewohner sind bereits bekannt?          Welche Ideen / Anregungen zur Entwicklung der Ortsteile gibt es bereits?</p>	<p>Bürger und Touristen (Erholung bieten)</p>
<p><b>3. Angebot: Was sollen die Ortsteile bieten?</b>          Welche Funktionen und Infrastrukturen sind zu sichern? z.B. Dorfgasthöfe          Welche Qualitäten sind zu sichern? z.B. ländliches Flair, Wohnqualität          Welche Sanierungs- oder Umbaumaßnahmen sind erforderlich? z.B. Erhalt von Scheunen, Kapellen, hist. Gebäuden          Welche besonderen Mobilitätsangebote sind wichtig?</p>	<p>Treffpunkte: Gasthöfe, Spielplätze, Freizeitangebote          gewachsene Ortsbilder erhalten (z.B. Dorflinde)          Lebens- und Wohnqualität erhalten          Geselligkeit</p>
<p><b>4. Standort: Wo sollen Entwicklungsmaßnahmen stattfinden?</b>          Welche leerstehenden bzw. verfallenden Gebäude sollen saniert / umgenutzt werden?          Welche entwicklungsfähigen Teilbereiche gibt es? z.B. Baulücken</p>	<p>leerstehende Objekte -&gt; Veranstaltungen, Ausstellungen          Radwege (u.a. Knotenpunkt bei Behringersmühle schließen)          Gemeindehaus, Treffpunkte stärken (z.B. Kreativzentrum Morschreuth)</p>
<p><b>5. Finanzierung: Wie können die Maßnahmen finanziert werden?</b>          Welcher Kostenrahmen ist zu erwarten?          Welche Finanzierungsmöglichkeiten gibt es?</p>	<p>ILE-Förderung: Radweg,          Eigenleistung, Beteiligung Vereine,          Förderung über Dorferneuerung</p>
<p><b>6. Zeitrahmen: Bis wann sollen die Maßnahmen realisiert werden?</b>          Welcher Zeitrahmen ist vorzusehen?          Welche Teilschritte / Zwischentermine sind erforderlich?</p>	<p>„überschaubarer“ Zeitraum -&gt; kleinere Projekte rel. zeitnah umsetzen          Transparenz bei Projekten (z.B. Radweg)</p>
<p><b>7. Marketing: Welche Öffentlichkeitsarbeit ist erforderlich?</b>          Welche Maßnahmen zur Öffentlichkeitsarbeit / Information sind nötig?          Welche Akteure / Medien sind wichtig?</p>	<p>Ortsteile mit bewerben / präseneter machen          Angebot intern: Mitteilungsblatt          Angebot extern: Internet</p>
<p><b>8. Umsetzung: Wie können die Ortsteile weiter entwickelt werden?</b>          Welche Umsetzungsplanung ist zu verfolgen?          Welche Phasen / Meilensteine gibt es bei der Umsetzung (Meilensteinplan)?          Welche Akteure / Institutionen sind zu beteiligen?          Welche organisatorischen Fragen stellen sich?</p>	<p>Bürger sensibilisieren          -&gt; Hinweise / Informationen über bereitstehende Mittel          Akteure: Vereine (Bürger), Gemeinde (Bürgermeister)          Wettbewerb anregen</p>

<p><b>1. Definition: Was zeichnet eine Erholungslandschaft aus?</b>          Welche Attraktivitätsbausteine weist eine Erholungslandschaft auf?          Welche Zielsetzungen sind mit der Entwicklung der Erholungslandschaft verbunden?          Welche erfolgreichen Beispiele für attraktive Erholungslandschaften sind bekannt?</p>	<p>Strukturierung der Landschaft          Vernetzung von Landschaftsteilen und Sehenswürdigkeiten          Anbindung der Landschaft an Freizeiteinrichtungen</p>
<p><b>2. Zielgruppe: Wer soll angesprochen werden?</b>          Welche Zielgruppen gibt es? z.B. Touristen, Tagesbesucher, Familien, Senioren          Welche Erwartungen werden an eine Erholungslandschaft gestellt?          Welche Ideen / Anregungen zur Entwicklung der Erholungslandschaft gibt es bereits?</p>	<p>Touristen, Tagesbesucher, Radfahrer, Wanderer, Erholungssuchende, Einheimische, Senioren, Familien</p>
<p><b>3. Angebot: Was soll die Erholungslandschaft bieten?</b>          Welche natürlichen Voraussetzungen sind zu erfüllen? z.B. Landschaftsbild          Welche spezifischen Angebote und Nutzungen sind denkbar? z.B. Dorfgasthöfe          Welche linienhaften Elemente sind wichtig? z.B. Rad- / Wanderwegenetz          Welche kommunikativen Elemente sind wichtig? z.B. Beschilderung, Themenwege</p>	<p>Naturpark: Gebiet der Fränkischen Schweiz          Freizeitpark: Naturbad, Pferdehof, Minigolf, Kneipp-Anlage, Hallenbad          Landschaftspark mit Landschaftselementen: Eibenwald, Fischersruh, Martinswand, Flusssysteme, Breitenberg, Wagnerhöhe          Kulturpark: Heiliger Bezirk (Wallerei) und Burg          -&gt; Vernetzung</p>
<p><b>4. Standort: Wo sollen Entwicklungsmaßnahmen realisiert werden?</b>          Welche Landschaftsbereiche sind besonders entwicklungsfähig?          Welche Attraktionen sollen besonders hervorgehoben werden? z.B. Höhenbad          Welche Ortsteile können eine besondere Rolle als Teil der Erholungslandschaft spielen?          Wo sind Vernetzungen zwischen einzelnen Attraktionen nötig?</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Talraum der Wiesent mit Uferzonen attraktivieren (an Verkehrslinie B 470)</li> <li>- Freizeitpark: Bündelung von Einrichtungen im Bereich Gößweinstein / Behringersmühle, weitere Entwicklung, Grünordnungsplan</li> <li>- linienhafte Verbindungen von Landschaft zum Siedlungsbereich: differenzierte Wegführungen</li> <li>- periphere Parkplatzangebote</li> </ul>
<p><b>5. Finanzierung: Wie können die Maßnahmen finanziert werden?</b>          Welcher Kostenrahmen ist zu erwarten?          Welche Finanzierungsmöglichkeiten gibt es?</p>	<p>Förderprogramme nutzen</p>
<p><b>6. Zeitrahmen: Bis wann sollen die Maßnahmen realisiert werden?</b>          Welcher Zeitrahmen / Deadline ist vorzusehen?          Welche Teilschritte / Zwischentermine sind erforderlich?</p>	<p>stufenweise / kontinuierliche Weiterentwicklung</p>
<p><b>7. Marketing: Welche Marketingmaßnahmen sind erforderlich?</b>          Welche Maßnahmen des Innen- und Außenmarketings sind nötig?          Welche Akteure / Medien sind wichtig?</p>	
<p><b>8. Umsetzung: Wie kann die Erholungslandschaft entwickelt werden?</b>          Welche Phasen / Meilensteine gibt es bei der Umsetzung (Meilensteinplan)?          Welche Akteure / Institutionen sind zu beteiligen?          Welche organisatorischen Fragen stellen sich?</p>	<p>Vernetzung von Akteuren zur Vernetzung der Landschaft          Ziel: „Park Gößweinstein“</p>

<p><b>1. Grundeinschätzung: Bestand</b>                  Wo sehen Sie (realistisch füllbare) Lücken im Angebotsbesatz in Gößweinstein?                  Ist die Bevölkerung im Gemeindegebiet angemessen (quantitativ / qualitativ) mit Nahversorgungsprodukten (Lebensmittel, Apotheken, Drogeriewaren) versorgt?</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Lücken im Angebotsbesatz in Gößweinstein v.a. in folgenden Bereichen: Hofladen für frk. Spezialitäten, Kunsthandwerk, Wander-/Freizeitbekleidung</li> <li>▪ Nahversorgungssituation im Gemeindegebiet: insgesamt ausreichend</li> </ul>
<p><b>2. Ausbau Waren- und Dienstleistungsangebot im Ortskern</b>                  Wo sehen Sie (realistisch füllbare) Lücken im Angebotsbesatz des Ortskerns (Einzelhandel und Dienstleistungen)?                  Welche Sortimente sollten zukünftig ausschließlich auf den Ortskernbereich gelenkt werden (auch wenn man dabei eine potenzielle Ansiedlung an anderen Standorten ausschließt)?                  Wie bewerten Sie die Ansiedlung von regionaltypischen Produkten bzw. des Kunsthandwerks (auch in Verbindung mit der touristischen Ausrichtung der Gemeinde)?</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Ortskern von Gößweinstein: insbesondere Errichtung eines Dorfladens sowie Ausbau des Kunsthandwerks realistisch und sinnvoll</li> </ul>
<p><b>3. Ausbau Nahversorgung</b>                  Wie bewerten Sie den Nahversorgungsstandort Balthasar-Neumann-Straße?                  Sollten weitere Angebote dort angesiedelt werden, falls keine realistische Chance besteht, diese im Ortskern anzusiedeln?                  Wie wird die Entwicklung alternativer Versorgungskonzepte in den Ortsteilen (z. B. mobile Versorgung) bewertet? Welche Chancen bestehen hierfür in Gößweinstein?</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Standort Balthasar-Neumann-Straße: gutes und angemessenes Nahversorgungsangebot</li> <li>▪ Versorgung in den Ortsteilen: derzeit v.a. Getränkeanbieter zu nennen</li> <li>▪ Nachahmenswertes alternatives Entwicklungskonzept (Dorfladen): Gut Schönhof in Eichenbirkig in der Gemeinde Waischenfeld</li> </ul>
<p><b>4. Service</b>                  Wie kann der Servicegedanke insbesondere in den Betrieben des Ortskerns stärker ausgebaut werden?</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Ausbau des Servicegedankens ist „Sache jedes Einzelnen“, gemeinsames und abgestimmtes Aufgreifen dieses Themas von allen Einzelhändlern (des Ortskerns) ist weniger wichtig</li> <li>▪ Wichtige Impulsgeber: u.a. IHK, Handwerkskammer</li> <li>▪ Potenzielle Anregungen: können v.a. durch Schulungen des Servicepersonals vermittelt werden</li> </ul>
<p><b>5. Aufenthaltsqualität</b>                  Wie kann die Aufenthaltsqualität im Ortskern erhöht werden (ohne Verkehr zu thematisieren!)?                  Wie wichtig wird die Errichtung von Ruhezonem erachtet?                  Wie kann die Außengastronomie attraktiviert werden?</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Wichtige Aspekte zur Erhöhung der Aufenthaltsqualität im Ortskern: Verbesserung der Schaufenstergestaltung, Attraktivierung einzelner Fassaden, Schaffung von Ruhezonem, Begrünung (ohne die Pflege zu vergessen), Verkehrsberuhigung</li> <li>▪ Bedeutung einer attraktiven und ansprechenden Außengastronomie für das Einkaufserlebnis eher nachrangig</li> </ul>

<p><b>6. Erhöhung der Kundenaustauschbeziehungen</b>                  Wie kann die Aufenthaltsdauer der Kunden im Ortskern erhöht werden?                  Wie können die Kundenaustauschbeziehungen zwischen dem Ortskern und der Balthasar-Neumann-Straße erhöht werden?</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Erhöhung der Aufenthaltsdauer im Ortskern insbesondere durch Erhöhung der Aufenthaltsqualität bei (vgl. 5.)</li> </ul>
<p><b>7. Nutzung touristischer Potenziale</b>                  Wie kann das auf Touristen ausgerichtete Einzelhandels- und Dienstleistungsangebot modernisiert und attraktiviert werden?                  Welche touristisch interessanten Zusatzangebote sind denkbar?                  Erscheint die Einführung eines regional ausgerichteten Kundenbindungsprogrammes (Kundenkarte, Fränkischer Schweiz Taler etc.) als sinnvoll?</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Modernisierung und Attraktivierung des auf Touristen ausgerichteten Angebotes: v.a. durch Ausbau des Branchenmixes (vgl. 1.), darüber hinaus: Überdenken der Umsetzbarkeit von Spezialangeboten (z.B. Spezialkochkurse, Kleinbahn durch den Ort)</li> <li>▪ Einführung eines regional (d.h. auf alle Gemeinden der Fränkischen Schweiz) ausgerichteten Kundenbindungsprogramms sinnvoll, Begrenzung nur auf Gößweinstein hingegen wenig sinnvoll</li> </ul>
<p><b>8. Zeitrahmen</b>                  Welche Maßnahmen sollen kurz-, mittel- oder langfristig umgesetzt werden?</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Kurzfristig: v.a. Serviceschulungen der Mitarbeiter, Verbesserung der Schaufenstergestaltung, Spezialangebote (z.B. Kochkurse)</li> <li>▪ Mittelfristig: v.a. Erweiterung d. Angebotsbesatzes, Verkehrsberuhigung, Schaffung von Ruhezeiten</li> <li>▪ Langfristiges Hinauszögern einzelner Maßnahmen vermeiden</li> </ul>
<p><b>9. Umsetzung / Finanzierung</b>                  Wie können Einzelmaßnahmen realisiert werden? Wer ist zukünftig dafür zuständig?                  Wird ein professionelles Umsetzungsmanagement als gangbarer Weg erachtet?                  Wie ist dies ggf. zu finanzieren?</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Einzelbetriebliche Maßnahmen (z.B. Schaufenstergestaltung): Durchführung und Finanzierung durch Geschäftsinhaber</li> <li>▪ Städtebauliche Maßnahmen (z.B. Schaffung von Ruhezeiten): Aufgabe des Gemeinwohls, Einleitung durch Gemeinde</li> </ul>

<p><b>1. Definition: Wirtschaftsförderung / Gründerzentrum</b>                  Was verstehen Sie unter kommunaler Wirtschaftsförderung?                  Was verstehen Sie unter einem Dienstleistungs- und Gründerzentrum?                  Wie wichtig erachten Sie eine kommunale Wirtschaftsförderung bzw. ein Dienstleistungs- und Gründerzentrum in Gößweinstein?</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Dienstleistungs- und Gründerzentrum: bessere Bezeichnung als Wirtschafts- und Sozialzentrum, inhaltliche Schwerpunkte: Förderung von Maßnahmen zum Einstieg in die Selbständigkeit, Zentrum zur Förderung des sozialen Miteinanders</li> <li>▪ Errichtung eines Wirtschafts- und Sozialzentrums: große Bereicherung für die Gemeinde Gößweinstein</li> </ul>
<p><b>2. Zielgruppe: Wer soll angesprochen werden?</b>                  Wird eine Erweiterung / Diversifizierung der bisher stark auf den Tourismus ausgerichteten Wirtschaftsstruktur als sinnvoll erachtet?                  Welches sind die Zielgruppen einer Wirtschaftsförderung in Gößweinstein?                  Welche Zielgruppen sollen in einem potenziellen Dienstleistungs- und Gründerzentrum angesprochen werden?                  Welche Wünsche / Vorstellungen dieser Zielgruppen sind bereits bekannt?</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Erweiterung d. Wirtschaftsstruktur in Gößweinstein grundsätzlich sinnvoll</li> <li>▪ Konzentration auf einzelne, klar definierte Zielgruppen wenig sinnvoll, alle interessierten und gründungswilligen Personen sind anzusprechen</li> <li>▪ Schaffung von auf Touristen ausgerichteten Angeboten in einem potenziellen Wirtschafts- und Sozialzentrum</li> </ul>
<p><b>3. Angebote</b>                  Welche Angebote (Flächen, Beratung, etc.) sind in einem Dienstleistungs- und Gründerzentrum denkbar?                  Welche Gestaltungs- / Umbaumaßnahmen sind dafür nötig?                  Wie kann die Gründerbereitschaft in Gößweinstein ergänzend gesteigert werden?</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Breites potenzielles Angebotsspektrum für Wirtschafts- u. Sozialzentrum: allgemein z.B. Räumlichkeiten für Existenzgründung, Computer, alternative Energien, außerdem konkrete Einzelprojekte wie z.B. Regionalladen mit ökologischen und heimischen Produkten auf genossenschaftlicher Grundlage, Werkstatt für Jugendliche, Bücherei und Lesestube, Kaffeestube, Kinoraum, Räumlichkeiten für Familienevents, Gartennutzung für Familientreffen und Freizeitgestaltung</li> </ul>
<p><b>4. Standort</b>                  Wie geeignet ist das Gelände / Gebäude der ehem. Jugendherberge für ein Dienstleistungs- und Gründerzentrum?                  Welche Gründe sprechen für / gegen eine Umnutzung der ehem. Jugendherberge?                  Gibt es alternative Standorte?</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Gelände / Gebäude der ehem. Jugendherberge: bestmöglicher Standort für ein potenzielles Wirtschafts- und Sozialzentrum</li> <li>▪ Alternativer Standort: altes Schulgebäude mit jedoch deutlich schlechteren Standortvoraussetzungen</li> </ul>

<p><b>5. Finanzierung</b>                  Wie kann das Projekt finanziert werden?                  Welche Ressourcen stehen der Gemeinde zur Verfügung (personell, finanziell)?                  Welche sonstigen Finanzierungsmittel sind ggf. denkbar?</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Finanzierung: verschiedene Möglichkeiten denkbar bzw. zu prüfen (staatliche Fördergelder, gemeindliche Zuschüsse, genossenschaftliche Einlagen)</li> <li>▪ Realisierung: durch Eigeninitiative, Einbindung des Bauhofs</li> </ul>
<p><b>6. Zeitrahmen</b>                  Welcher Zeitrahmen ist vorzusehen?                  Welche Teilschritte / Zwischentermine sind erforderlich?</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Realistischer Zeitrahmen: Spanne von 3-5 Jahren</li> <li>▪ Wichtige Teilschritte zur Realisierung:                         <ol style="list-style-type: none"> <li>1) Erwerb des Grundstücks durch die Gemeinde Gößweinstein</li> <li>2) Erstellung eines detaillierten Planentwurfs zum Umbau der ehem. Jugendherberge zu einem Wirtschafts- und Sozialzentrum (inkl. Flächenzuschnitte, Finanzierung etc.)</li> <li>3) Sanierung / Umbau der bestehenden Immobilie</li> </ol> </li> </ul>
<p><b>7. Marketing</b>                  Welche Maßnahmen zur Öffentlichkeitsarbeit / Information sind nötig?                  Welche Chancen bietet das „Wirtschaftsband A9 Fränkische Schweiz“ bzw. „WIR“ bei der Vermarktung des Dienstleistungs- und Gründerzentrums Gößweinstein?</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Präsentation der Zielsetzungen und Angebote des Projektes in der Öffentlichkeit</li> <li>▪ Errichtung eines Wirtschafts- und Sozialzentrums in Gößweinstein ist als beispielhaftes kommunalpolitisches Projekt zu betrachten und zu vermarkten</li> </ul>
<p><b>8. Umsetzung</b>                  Welche Phasen / Meilensteine gibt es bei der Umsetzung?                  Welche Akteure / Institutionen sind zu beteiligen?                  Welche Kooperationen sind denkbar?                  Welche sonstigen organisatorischen Fragen stellen sich?</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Umsetzung des Projektes: u.U. Gründung eines Fördervereins prüfen</li> <li>▪ Wichtig: dauerhafte Unterstützung des Projektes durch den Marktgemeinderat von Gößweinstein</li> </ul>