

Angebots-Nachfragesituation in Waidhofen und der Region überprüft werden.

- Entwicklung einer Stadtentwicklungsvision und Überprüfung der Machbarkeit von Varianten im Bereich Mühlstraße/Wasservorstadt
- In der Studie sollen unterschiedliche Nutzungsvarianten und Dichten in Abhängigkeit von der Erschließung, den Kosten und der Angebots-Nachfragesituation in Waidhofens Innenstadt überprüft werden.
- Citybahn als städtisches Transportmittel
In einer raumplanerischen Analyse soll der Haltestellenabstand mit dem potenziellen Einzugsbereich überlagert werden, um für die weitere Siedlungsentwicklung und die Erschließung bestehender Siedlungsräume über mehr Wissen zu verfügen. Beispielsweise könnte im Streckenabschnitt Hauptbahnhof und Schillerplatz eine zusätzliche Station sinnvoll sein. Weiters soll die Ausgestaltung der Haltestellen und Einbindung der Umfelder optimiert werden. Insbesondere der Lokalbahnhof mit dem Sicherheitszentrum und potenziellem Einstiegspunkt in den Naturpark Buchenberg kann ein Pilotprojekt sein.
- Entwicklung von Nutzungsvarianten im Bereich Kreilhof-Gstadt
Dieser Abschnitt ist einer der letzten unverbauten Abschnitte zwischen Böhlerwerk und Ybbsitz. Es ist mit Sorgfalt eine raumplanerische Zukunftsvision unter Bedachtnahme auf das Ort- und Landschaftsbild, die ökologischen Korridore und Erfahrbarkeit von differenzierten Siedlungsteilen zu entwickeln.

Grundlagen:

Mobilitätskonzept der TU-Wien

European Wettbewerb

Raumordnungskonzept

6.5. Miteinander: Kommunikation und Zusammenleben in Waidhofen a/d Ybbs

Ist-Situation:

Über die vergangenen Jahrzehnte hat sich in Waidhofen eine pluralistische Gesellschaft mit unterschiedlichen Lebensstilen und Lebensformen entwickelt. Generell verstehen es die Bürgerinnen und Bürger, ihre Anliegen deutlicher zu formulieren und zu vertreten. Das ist eine Chance, aber auch eine Herausforderung! Es geht darum, im Bereich der Verwaltung, im Dienstleistungssektor aber auch dort, wo die Gemeinde gestaltend tätig wird, ausbalancierte Lösungen im Konsens mit den Bürgerinnen und Bürger zu erarbeiten. Gleichzeitig ist die Anzahl der Kommunikationskanäle gewachsen. Wie kommunizieren Jung und Alt – untereinander und miteinander? Kommunikation mit Menschen aller Bildungsniveaus, unterschiedlicher Herkunft und verschiedener Lebensstile verlangt nach zielgruppengerechter Kommunikationskultur.

... leben voller Möglichkeiten

In den Workshops haben sich fünf Handlungsfelder herauskristallisiert:

Offenes Rathaus:

2015 feiert Waidhofen 20 Jahre Offenes Rathaus. Zur Geburtsstunde stand nicht nur die Architektur von Ernst Beneder im Mittelpunkt, es ging bereits damals um die Neuorientierung der Verwaltung. Was damals mit der ersten Bürgerservicestelle österreichweit begann, muss auch heute den geänderten Anforderungen gerecht werden. Das „Offene Rathaus im 21. Jahrhundert“ ist mehr als ein Gebäude. Es ist der Ausdruck einer gesellschaftlichen Haltung.

Zivilgesellschaft:

Wir haben im Rahmen der Dorferneuerung die Erfahrung gemacht, dass der Zusammenhalt und die Umsetzungskraft in den ländlich strukturierten Ortsteilen sehr groß sind. Wie groß ist aber die „Qualität des Anpackens“ in der Stadt? Eigeninitiative wird zunehmend zu einer tragenden Säule des öffentlichen Lebens und des Lebensstils. Exemplarisch stellen sich folgende Fragen:

- Wie gehen wir miteinander um?
- Kümmern wir uns umeinander?
- Wie aktivierbar oder eigenständig agieren Bürgerinnen und Bürger? (Oder wird erwartet, dass die Bedürfnisse von der Gemeinde erfüllt werden?)
- Hat die „Kultur“ des Aneignens (z.B. öffentlicher Flächen) und Teilens (Sharingplattformen, Tauschmärkte etc.) Waidhofen schon erreicht?

Willkommenskultur:

In unserer Stadt gibt es viele „Willkommens-Anlässe“, zum Beispiel die Geburt eines Kindes (oder die Verabschiedung eines Menschen), Jungbürgerinnen- und Jungbürgerfeier, Neujahrsempfang, zugezogene Arbeitskräfte, Touristen und Besucherinnen und Besucher, zugezogene Bürgerinnen und Bürger, etc. Wie schauen geeignete Formate aus, um das „Willkommen sein“ spürbar zu machen?

Standortmarketing nach innen und außen:

Waidhofen hat eine vollständige Bildungsschiene, Gesundheitsversorgung und Unternehmen, die zusammen 6.000 Arbeitsplätze bieten. Außenstehende sprechen von Waidhofen oft in höchsten Tönen und schätzen die Lebensqualität und Authentizität.

Die Waidhofnerinnen und Waidhofner sehen ihre Stadt viel kritischer. Oder sie erkennen die Qualitäten nicht (mehr), weil sie daran gewöhnt sind. Wie können sie zu Botschafterinnen und Botschaftern für ihre Stadt gewonnen werden?

Die Standortqualitäten sollen zu Wachstum führen - Wachstum bei Arbeitsplätzen und Wachstum bei der Bevölkerung. Wachstum bei den Touristen und bei den Besuchern. Daher sollen die Stärken und Potentiale von Waidhofen a/d Ybbs hinausgetragen werden.

Plätze der Kommunikation:

Kommunikation passiert auf Festplätzen, in der Gastronomie, am Markt, auf Kommunikationsplätzen im öffentlichen Raum. Speziell im Ortsteil Zell fehlen diese Kommunikationsplätze!

Könnte es neben den Plätzen nicht auch Wege der Kommunikation geben? Wie müssten diese dafür ausgestaltet werden? Würden sie dann besser angenommen werden? Beispiele, die als Versuchsfelder dienen können, sind die Wege von den zentrumsnahen Parkplätzen zum Stadtzentrum und die Durchgänge und kleinen Gassen im Bereich Hoher Markt.

Ziele:

Ziel ist es, eine Haltungsänderung zu bewirken, von abwartend in Richtung Vision, das heißt offen und proaktiv, Neuem und Neuen aufgeschlossen zu begegnen.

Engagierte Bürgerinnen und Bürger sollen authentisch und mit ganzem Herzen eine offene Gesellschaft leben.

Maßnahmen und Projekte:

Offenes Rathaus:

Entwicklung eines „Offenen Rathauses im 21. Jahrhundert“. Die Offenheit ist in einem weiten Ansatz zu verstehen:

- **Offene Organisation:**
Der Magistrat/das Rathaus als bedürfnisorientierte Bürgerservicestelle (Bedürfnishaltung ersetzt Angebotshaltung), als kundenorientiertes Fach-, Service-, Verwaltungs- und Gestaltungszentrum.
Niederschlag findet dies u.a. in einem zeitgemäßen Internetauftritt und allenfalls in räumlich/baulichen Veränderungen.
- **Offene Kommunikation nach innen und nach außen:**
Grundlage ist ein umfassendes Kommunikationskonzept, die Verwendung zeitgemäßer Kommunikationsmittel und eine Kommunikation auf Augenhöhe in Form einer zielgruppenorientierten, bürgernahen Sprache (Charta „Amtsdeutsch ade“).
- **Offen im Sinne von Transparenz:**
Transparenz schafft Vertrauen. Transparenz bringt die Nachvollziehbarkeit von Entscheidungen. In der Politik und in der Verwaltung.
- **Offen für Beteiligungsprozesse:**
Projekte sollen offen mit den Bürgerinnen und Bürgern diskutiert werden, die Waidhofnerinnen und Waidhofner sollen sich mit ihren Ideen in die Projektentwicklung einbringen. Sie sollen die Stadt als die ihre begreifen.
- **Offen für Neue und Neues:**
Neue Bürgerinnen und Bürger sollen eingeladen werden, sich bei der Gestaltung und Weiterentwicklung Waidhofens aktiv mit ihrem unverstellten Blick einzubringen und die Stadt weiterzuentwickeln.

Das Projekt „Offenes Rathaus“ ist von der Willkommenskultur nicht zu trennen.

Zivilgesellschaft:

Der Stadterneuerungsprozess geht aus dem Rathaus heraus. Ziel ist es, nicht nur von offener Kommunikation in unterschiedlichen Stilen zu reden, sondern in Aktionen zu gehen!

Die Zivilgesellschaft soll aktiviert und zu eigenständigem Handeln motiviert werden. Als Beispiele können „kost.bares Waidhofen“, die Realisierung der Hundefreilaufzone, die Errichtung der Kunstrasenplätze in den Ortsteilen oder die „Mach mit App“ dienen. Das „Wir-Gefühl“ wächst. Die Stadt wird wieder zum Eigentum der Waidhofnerinnen und Waidhofner!

Willkommenskultur:

Wir verstehen die Willkommenskultur als weichen Standortfaktor, der darüber entscheidet, ob sich die Menschen bei uns wohl fühlen. Ziel ist es, eine ehrliche Willkommenskultur tatsächlich zu leben. Welche Bedürfnisse haben die Ankommenden? Wie gehen wir mit Ihnen um? Begegnen wir Ihnen mit Freundlichkeit, Respekt und Wertschätzung? Im Wettbewerb zwischen den Städten kann eine gelebte Willkommenskultur ein Standortvorteil sein. Alle „Willkommensanlässe und -vorgänge“ sollen daher im Stil der neuen Kommunikationskultur interaktiv mit den Betroffenen gestaltet werden.

Standortmarketing nach innen und außen:

Verschiedene Projekte und Maßnahmen sollen dazu dienen, den Standort Waidhofen a/d Ybbs zu bewerben. Ziel ist es einerseits bestimmte Gruppen als Botschafterinnen und Botschafter Waidhofens zu gewinnen, andererseits soll damit die Heimatbindung gesichert bzw. wiederhergestellt werden. Auch soll damit verhindert werden, dass das Humankapital Waidhofens und dessen Know-How dauerhaft verloren geht.

- Töchter- & Söhne-Netzwerk: erfolgreiche Waidhofnerinnen und Waidhofner oder ehemalige Waidhofnerinnen und Waidhofner sollen als Botschafterinnen und Botschafter gewonnen werden
- Absolventinnen- und Absolventen-Netzwerk aus den Schulen
- Kampagne durchführen
- young citizen relation management (Eisenstraßen-Leader-Projekt)

Plätze der Kommunikation/Urbane Felder:

„Urbane Felder“ sollen als Kommunikationsplätze an den Brennpunkten eingerichtet werden: Oberer Stadtplatz, Zell, Hoher Markt; Versammlungsplätze sollen im öffentlichen Raum (wo notwendig auch auf Kosten von Verkehrsflächen) markiert und Aneignungs-, Experimentier- und –Kommunikationsfelder geschaffen werden. Die konkreten Plätze sind noch nicht näher definiert und sind mit den anderen Arbeitsgruppen abzustimmen.

Integration in der Stadterneuerung- Zusammen.leben in NÖ:

Durch eine Kooperation zwischen der Landeskoordinierungsstelle für Stadterneuerung und dem Integrationservice der NÖ Landesakademie ergab sich für die Stadtgemeinde die Möglichkeit zur Teilnahme als Pilotort mit dem Schwerpunkt Integration. Ziel ist das Thema Integration in den Stadterneuerungsprozess zu verankern:

- Miteinander statt Füreinander
- mehr aktive Menschen in den Gemeinden
- neue Impulse durch Fokus auf Diversität im Beteiligungsprozess
- konkrete Integrationsprojekte im Rahmen der Stadterneuerung

Der mehrjährige Pilotprozess, der die Verbindung von Stadterneuerung und Integration anstrebt, wird vom Integrationservice der NÖ Landesakademie begleitet.