



Verein für StadtbezirksMarketing Dortmund e.V.

Geschäftsbericht 2009

Geschäftsbericht 2009 - Inhaltsübersicht

1. Einleitung
2. Zusammenarbeit mit der TU Dortmund/Lehrstuhl Marketing
3. Durchgeführte Projekte in den Stadtbezirken
4. Projektförderung – Vorstellung der Projekte
5. Öffentlichkeitsarbeit

Anlage zum Bericht: Auswertung der Aktivitäten in den Stadtbezirken

1. Einleitung

Mit dem StadtbezirksMarketing hat sich die Stadt Dortmund das Ziel gesetzt, ihre Stadtbezirke weiter aufzuwerten und ihre Attraktivität für die Bewohner/innen, Wirtschaft und Besucher/innen zu steigern. Mit dem flächendeckenden Ansatz des Stadtmarketings auf Bezirksebene führt die Stadt Dortmund ein bundesweit anerkanntes Projekt durch und kann nun bereits im zehnten Jahr von den Ergebnissen des StadtbezirksMarketings berichten.

Seit Mai des Jahres ist auch der Stadtbezirk Innenstadt-Nord Mitglied im Verein StadtbezirksMarketing Dortmund e.V. Auch hier können bereits erste Ergebnisse präsentiert werden.

Die folgenden Seiten geben einen Überblick über die Aktivitäten und das Engagement des StadtbezirksMarketings im Jahr 2009.

2. Zusammenarbeit mit der TU Dortmund/Lehrstuhl Marketing

Im Vereinsjahr 2009 wurden erstmals Workshops gemeinsam mit Herrn Professor Dr. Holz-müller von der Technischen Universität Dortmund – Lehrstuhl Marketing angeboten.

Diese Workshops bieten die Chance, weitere Grundlagen, Elemente und Möglichkeiten des jeweiligen Stadtbezirksmarketings kennen zu lernen. Weiterhin werden hier Chancen und Stärken analysiert sowie mögliche neue Ziele, Strategien und Maßnahmen für die Stadtbezirke herausgearbeitet und weiterentwickelt.

Bisher haben die vier Stadtbezirke Lütgendortmund, Innenstadt-Ost, Mengede sowie Innenstadt-Nord dieses Angebot wahrgenommen. Im Jahr 2010 werden weitere Workshops folgen. Aktuell geplant ist u.A. Innenstadt-West am 03.03.2010.

3. Durchgeführte Projekte in den Stadtbezirken

Der Grundauftrag des StadtbezirksMarketing e.V. führte, abhängig von Struktur und inhaltlichen Leitgedanken in den einzelnen Stadtbezirken zu unterschiedlichen Projekten und Aktionen, die erfolgreich durchgeführt wurden.

Die Projekte und Maßnahmen in den Stadtbezirken haben weiterhin den Focus auf alle vereinbarten Handlungsfelder, wobei einzelne Projekte mehrere Teilaspekte der Handlungsfelder beinhalten.

Im Jahr 2009 lagen die Schwerpunkte des StadtbezirksMarketings erneut in den Bereichen:

- Kunst und Kultur,
- Wirtschaft und Gewerbe,
- Jugend sowie
- Feste und Märkte.

Im Jahr 2009 wurden insgesamt **170 Projekte** durchgeführt (siehe auch Anlage auf Seite 11), wovon 50 Projekte mit Drittmitteln finanziert (ca. 29%) wurden. Der konkrete Anteil kann an

dieser Stelle noch nicht eindeutig beziffert werden, da einzelne Projekte zum Berichtszeitpunkt noch nicht abgeschlossen und abgerechnet sind. In diesem Zusammenhang muss der weiterhin der bedeutsame Arbeitseinsatz, den Schülerinnen und Schüler, studentische Hilfskräfte und viele Akteure in den Projekten leisten, genannt werden, der monetär nicht erfasst werden kann. Im StadtbezirksMarketing sind viele Personen unterschiedlichen Alters aktiv. Dabei hat jede/r die Möglichkeit, sich nach ihren/seinen Interessen und Zeitkontingenten an der Planung und Durchführung der Projekte zu beteiligen. Neben den Aktiven in den Lenkungs- und Marketinggruppen sind es insbesondere die vielen kreativen Helfer in den einzelnen Arbeits- und Projektgruppen, die den Erfolg des StadtbezirksMarketings ausmachen. Die örtlichen Medien, Zeitungen, Rundfunk und Fernsehen haben für vielzählige Aktionen und Projekte in den Stadtbezirken geworben und darüber berichtet. Insgesamt wurden **628 Presseartikel** veröffentlicht. Plakate und Sonderbeilagen informierten die Bürgerinnen und Bürger weiterhin über die zahlreichen Aktivitäten vor Ort.

Auf den folgenden Seiten sind einige dieser Aktivitäten dargestellt.

Stadtbezirk Aplerbeck

Kinder und Jugend:

Innovative Projekte im Bereich Kinder- und Jugend waren u.A. ein Workshop, bei dem Jugendliche die Bedienung von Mischpult-, Verstärker- und Lichttechnik erlernten. Beim Projekt Jazz meets HipHop entwickelten Jazz-Musiker und HipHopper über einen längeren Zeitraum ein gemeinsames musikalisches Konzept und präsentierten das Ergebnis bei einem Konzert. Außerdem fand ein klassischer Jugendmusikwettbewerb, initiiert von der Bezirksvertretung, mit einer erstaunlichen Resonanz und einer beeindruckenden Qualität statt

Kultur und Geschichte:

Etablierung und Qualifizierung der Veranstaltungsreihe Jazz in Aplerbeck mit inzwischen 21 Konzerten. Verlegung von Stolpersteinen im Angedenken an ermordete jüdische Mitbürger. Festigung des Sechsten Künstlermarktes als Traditionsveranstaltung.

Öffentlichkeitsarbeit:

Festlegung eines Wappens und Entwurf einer Flagge für den Stadtbezirk Aplerbeck sowie ein erstmaliges Hissen der Flagge an einem der vier neuen Fahnenmasten mit einem Festakt vor dem Amtshaus.

Gewerbe/Einzelhandel:

Im Handlungsfeld Gewerbe/Einzelhandel wurde die Festigung der Marke „Kunst“ für das Nahversorgungszentrum Aplerbeck Mitte durch Skulpturen des Künstlers Rolf Sablotny im (Skulpturen-) Rodenbergpark mit einer festlichen „Enthüllung“ vorangetrieben. Auch die Weiterentwicklung eines weihnachtlichen Lichtkonzepts im Einkaufsbereich mit großer Tanne auf dem Marktplatz ,gemeinsam mit der Aplerbecker Werbegemeinschaft, gehörte dazu. Zwei verkaufsoffene Sonntage im Rahmen von Veranstaltungen lockten viele Kunden an.

Senioren:

Unterstützung des Einkaufsdienstes für Senioren der Caritas Kontakt, bei dem Seniorbürger von zu Hause zu Einkaufsmöglichkeiten gefahren werden, einkaufen können und mit der Wa-

re wieder nach Hause gebracht werden. Eröffnung einer Boule-Bahn mit Übertragung einer Patenschaft an das Seniorenbüro.

Stadtbezirk Brackel

Radtour des Stadtbezirksmarketings

Insgesamt 60 Radfahrerinnen und Radfahrer trafen sich am 21.06.09 um gemeinsam mit dem Bezirksbürgermeister und seinen zwei Stellvertretern sowie gesichert vom ADFC zu einer Radtour. Zunächst ging es vom Knappschaftskrankenhaus über den Hauptfriedhof und durch Kleingartenanlagen zur Halde Schleswig in Neuasseln, wo eine Besichtigungstour anstand, zu welcher sich auch 50 „Nichtradler“ gesellten. Danach ging es weiter durch die Asselner Felder, über Wickede ins Wickeder Holz, wo nach 25km die Tour in der Kleingartenanlage Wilhelm-Hansmann endete.

Kulturtag „Bunt statt Braun“

Zum Thema „Bunt statt Braun“ fand in der ersten Septemberwoche ein großes Kulturfest in Brackel statt, bei dem Hunderte von Leuten mitfeierten.

Die evangelischen und katholischen Kirchengemeinden in Brackel, die Kommende, das balou Kultur- und Bildungszentrum, die Stadtteilbibliothek, der Gewerbeverein Brackel, das Kulturhaus Neuasseln und das Stadtbezirksmarketing Brackel beteiligten sich an diesem gelungenen Kulturfest.

Vom Kinderfest zum Lichterfest, von der Musikdarbietung bis zur Diskussion mit hohem Anspruch waren hier alle Facetten vertreten.

Stadtbezirk Eving

Wege im Stadtbezirk Eving – Stolpersteine als Weg zur Versöhnung

Zu den erfolgreichsten Projekten des StadtbezirksMarketings Eving gehört die Serie „Wege im Stadtbezirk Eving“. Hier wurde in 2009 unter dem Titel „Stolpersteine als Weg zur Versöhnung“ an die Evinger Bürgerinnen und Bürger erinnert, die Opfer des Nationalsozialismus waren. Innerhalb dieser Broschüre werden die Lebensgeschichten der Betroffenen beschrieben. Auf einer Karte des Stadtbezirks sind die Adressen der Opfer vermerkt. Des Weiteren werden die Auswirkungen des Nationalsozialismus auf die Bereiche Wirtschaft, Kirche und weitere gesellschaftsrelevante Bereiche dargestellt.

„Jugendbotschafter“

In einem weiteren Projekt werden Jugendliche in Zusammenarbeit mit der Fachreferentin für Kinder- und Jugendfragen zu Botschaftern ausgebildet, um dieses Thema mit anderen Jugendlichen zu diskutieren. Innerhalb dieses Projekts ist eine enge Zusammenarbeit mit den Schulen geplant.

Mit diesem Gesamtprojekt verfolgt das Stadtbezirksmarketing Eving das Ziel, die Zeit des Nationalsozialismus und deren Auswirkungen auf die Menschen des Stadtbezirks wach zuhalten. Über eine Vernetzungsstruktur sollen die demokratischen Akteure des Stadtbezirks für Vielfalt, Toleranz und Demokratie gestärkt werden.

Evinger Volkslauf

Der Stadtbezirk Eving besitzt eines der größten zusammenhängende Waldgebiete Dortmunds. Es dient vielen Menschen auch über die Stadtbezirksgrenzen hinaus als beliebtes Naherholungsgebiet. Um diese Seite des Stadtbezirks vorzustellen, führte das Stadtbezirksmarketing in Kooperation mit dem Lauftreff Brechten im letzten Jahr den dritten Evinger Volkslauf durch.

Stadtbezirk Hörde

Ausstellung „Bernhard Hoetger“

Im Januar 2009 endete die Ausstellung über den Hörder Künstler „Bernhard Hoetger“. Im Bürgersaal der Bezirksverwaltungsstelle Hörde überzeugten sich mehrere Tausend Menschen davon, welche unterschiedlichen Werke dieser international anerkannte Künstler im Laufe seines Lebens erschuf. So waren u. a. Majoliken zu sehen, die viele Jahre im Museums am Ostwall eingelagert waren. Die zentrale Figur der Ausstellung war die Tänzerin „Sent M' Ahesa“, die Hoetger als fast lebensgroße Skulptur darstellte (ein Abguss steht am Schildplatz) und deren eigenwillige Art des Tanzes von einer Profitänzerin im Bürgersaal nachempfunden wurde.

1. Hörder Energiemarkt

Das Stadtbezirksmarketing Hörde unterstütze die Kooperation der ev. Kirche, des Gewerbevereins und des Umweltamtes der Stadt Dortmund im Rahmen einer ganz besonderen Veranstaltung. Anfang Oktober fand der 1. Hörder Energiemarkt zusammen mit dem Erntedankmarkt der Kirche und dem Hörder Erntemarkt statt. Über 30.000 Besucher konnten die familiäre Atmosphäre an der Lutherkirche und den Bauernmarkt in der Fußgängerzone Hördes genießen. Dieses traditionelle Angebot wurde erstmalig durch professionelle Beratungsstände vom Umweltamt ergänzt. Immobilienbesitzer und interessierte Bürgerinnen und Bürger konnten sich über energetische Maßnahmen im Innen- und Aussenbereich beraten lassen.

Kooperation mit dem Citymanagement Hörde

Das Citymanagement Hörde startete im Jahr 2009 mit seiner Arbeit. Ende des Jahres konnte das Ladenlokal in der Alfred-Trappen-Straße 18 bezogen werden. Aufgabe der Beschäftigten ist es, die Beratung von Einzelhändlern und Immobilienbesitzern im Kernbereich Hörde durchzuführen und geeignete Angebote zu unterbreiten. Die Zusammenarbeit und die Kooperation mit dem Citymanagement wird auch in den kommenden Jahren ein Arbeitsschwerpunkt des Stadtbezirksmarketings Hörde sein.

Stadtbezirk Hombruch

Sauber macht lustig vom 3. – 7. März 2009:

Im Mittelpunkt steht seit dem Start der Hombrucher Sauberkeitswoche im Jahr 2003 die Sensibilisierung der Hombrucher Bürgerinnen und Bürgern für ihren sauberen Stadtbezirk. Die Eigenverantwortung wird dabei ebenso betont wie die Federführung der Aktion durch die beteiligten Projektpartner.

Radverkehrsförderung im Stadtteil Hombruch

Im Rahmen des „Nationalen Radverkehrsplans vom Bundesministerium für Verkehr, Bau und Stadtentwicklung“ wurde von der TU Dortmund ein Radwegekonzept erstellt, das sich vor allem auf nichtinvestive Maßnahmen stützt. Als Modellstadtteil wurde u.A. Hombruch ausgewählt um den Radverkehr zu stärken. Hier entschied man sich für das Projekt „Naturbad Froschloch“, durch das eine Fahrradabstellanlage mit 60 Plätzen auf dem angrenzenden städtischen Parkplatz und weitere 10 bis 20 Abstellmöglichkeiten für Fahrräder direkt am Eingang des Naturbades errichtet werden sollen.

Aktionen am Markt und in der Fußgängerzone Harkortstraße

Das Konzept des Stadtbezirksmarketings Dortmund-Hombruch, den Markt und die Fußgängerzone Harkortstraße durch zahlreiche Aktionen mit der Werbegemeinschaft Hombruch e.V. und der Bibliothek Hombruch aufzuwerten und als Zentrum der Begegnung zu stärken, wurde wie in den Vorjahren mit Leben gefüllt.

Als besondere Höhepunkte sind das Marktplatzfest (21. - 24. Mai 2009), das Hombrucher Straßenfest (3. - 6. September 2009), der Martinimarkt (8. November 2009) und die Aktionen an den vier Samstagen vor Weihnachten zu nennen. Die kostenlose Kinderbetreuung vor Weihnachten wurde besonders gut angenommen. Insgesamt nutzten über 300 Kinder dieses Angebot.

Stadtbezirk Huckarde

Seniorenmesse „Mitten im Leben - 50+ gesund und aktiv“

Am 25.10.09 veranstaltete das Stadtbezirksmarketing Huckarde in Kooperation mit dem Seniorenbüro und dem Seniorenbeirat im Kulturzentrum „Alte Schmiede“ die Huckarder Seniorenmesse „**Mitten im Leben - 50+ gesund und aktiv**“. An über 30 Ständen konnten sich Interessierte von 10:00 bis 17:00 Uhr nicht nur über klassische Themen wie Pflege und Betreuung informieren. Von Freizeit und Urlaubsangeboten über Sicherheit bis hin zur Wohnberatung reichte das Spektrum der verschiedenen Aussteller; ergänzt durch Vorträge und Aktionen.

Besucher konnten im Gesundheitsbereich das Seh- und Hörvermögen testen lassen, die eigene Beweglichkeit trainieren, sich eine Nackenmassage gönnen, oder auch Informationen über besondere Krankheitsbilder oder Vorsorgemöglichkeiten einholen. Sport- Bildungs- und Begegnungsstätten zeigten Einblicke in ihre Arbeit und luden zum Ausprobieren ein. Über Neuigkeiten in der Pflege informierten die ortsansässigen Pflege- und Betreuungseinrichtungen. Das Wohnprojekt im Hangeney stellte sich mit seinem besonderen Wohnkonzept vor. Abgerundet wurde das Programm durch Theatereinlagen zum Thema Sicherheit der Polizei, durch Musik und Tanzdarbietungen.

3. Huckarder Oldtimer-Treff

Der 3.Huckarder Oldtimer-Treff, der am 13.09.09 als Treffpunkt für Liebhaber historischer Fahrzeuge durchgeführt wurde, hat sich zu einer festen Größe innerhalb der Palette Huckarder Veranstaltungen entwickelt. Das bunte Rahmenprogramm mit Geschicklichkeitsparcours für Oldtimer, Musik und kulinarischen Angeboten erfreute sich erneut großen Besucherzuspruches.

Stadtbezirk Innenstadt-Nord

Am 29. April 2009 hat die Bezirksvertretung Innenstadt-Nord ihren Beitritt zum StadtbezirksMarketing beschlossen und am 18. Mai 2009 wurde die erste Lenkungsgruppensitzung einberufen. Gemeinsam mit dem Gewerbeverein Borsigplatz und Münsterstraße sowie mit der Interessengemeinschaft Schützenstraße wurden unterschiedliche Projekte realisiert.

Oesterholzstraßenfest

Beim Oesterholzstraßenfest wurde in Zusammenarbeit mit Borussia Dortmund rund um den Borsigplatz 200 Fahnen mit dem Logo „100 Jahre echte Liebe“ in Anlehnung an das Vereinsjubiläum des Dortmunder Traditionsvereins aufgehängt. Diverse Bands traten beim gelungenen Fanfest auf der Musikbühne auf.

Weiterhin wurde eine Adventsfeier für Grundschulkinder in der Nordstadt durchgeführt.

Stadtbezirk Innenstadt-Ost

Davidis-Markt - Ein Viertel für die ganze Familie !

Auf dem Davidismarkt fanden im Jahr 2009 erneut zahlreiche Aktionen statt, u.A. ein Martinsspiel mit anschließendem Martinsbrezelverkauf sowie ein Schauspiel der Melanchthonkonfirmanden, in welchem die Geschichte der Mantelteile des St.Martin dargestellt wurde.

Veranstaltungen 2009

In Zusammenarbeit mit den drei Ideenwerkstätten wurden im Jahr 2009 die Veranstaltungen „Kaiserfrühling“, „Kaisersommer“ und auch die Veranstaltung „Oststadt in Harmonie“ ausgerichtet.

Weiterhin konnte gemeinsam mit dem Kunst- und Kulturverein Körne die Veranstaltung „Körne blüht auf“ organisiert werden. Der Erlös des Festes ist für die Kinder- und Jugendarbeit in Körne vorgesehen.

Heftreihe „Geschichten aus dem Stadtbezirk“

Es wurde das 2. Heft Geschichten aus dem Stadtbezirk „Straßen und Plätze von A – K“ sowie das 3. Heft „Die Zeit des Nationalsozialismus“ herausgegeben, in welchem über die tragischen Schicksale vieler Dortmunder jüdischen Glaubens und über den Widerstand im Stadtbezirk berichtet wird.

Stadtbezirk Innenstadt-West

Quartiersfest Rheinische Straße

Als Highlight hat sich im vergangenen Jahr ganz eindeutig das Quartiersfest Rheinische Straße erwiesen. Neben zahlreichen Ständen und Darbietungen der im Quartier aktiven Gruppen sowohl mit als auch ohne Migrationshintergrund sowie der ansässigen Kitas und der Grundschule waren Sportvorführungen (Boxen u.a.) sehr gefragt. Die Musikdarbietungen von Gruppen aus dem Viertel sowie auch von Gruppen mit regionaler Bekanntheit wurden sehr

gut angenommen. In der Zeit zwischen 13:00 und 19:00 Uhr waren ständig zwischen 500 und 600 Zuschauer auf dem Veranstaltungsgelände.

Stadtbezirk Lütgendortmund

Öffentliche Veranstaltungen standen wieder im Mittelpunkt der Aktivitäten 2009. Vor allem Sonder- und Spezialmärkte zur Stärkung des örtlichen Handels wurden gefördert.

Zu den drei großen Themen „Schulstart“, „Frühlingserwachen“ und „Gesundheit“ wurden Spezialmärkte mit den anliegenden Gewerbetreibenden organisiert.

Die Vielfalt der örtlichen Angebote spiegelte sich in reger Gewerbeteilnahme und das Interesse der Bürger in sehr guten Besuchszahlen wieder.

Stadtbezirk Mengede

Im Vorfeld deutete es sich bereits an, dass die Durchführung verschiedener Projekte lediglich mit der Unterstützung von Kooperationspartnern möglich war. Größere Veranstaltungen ließen sich daher auf diese Weise noch realisieren. Bei der Wiederauflage traditioneller Projekte kam es dem Stadtbezirksmarketing in Mengede zu Gute, dass verlässliche Kontakte zu den ortansässigen Vertretern aus Handel und Gewerbe bestehen und durch dieses Netzwerk die notwendige Förderung der Projekte zustande kam. Auf diese Weise konnte die Refinanzierung notwendiger Ausgaben sicher gestellt werden.

Handwerkermarkt „Kunst in der Kaue“

Mit der Ausrichtung des Mengeder Kunst- und Handwerkermarktes „Kunst in der Kaue“ konnte mit einer großen Zahl von Besuchern erneut einer der Themenschwerpunkte des Stadtbezirksmarketings in die Tat umgesetzt werden. Wie bereits in den Vorjahren ist es den Projektverantwortlichen in beeindruckender Weise gelungen, eine Fülle von Ausstellern in die Kaue der ehemaligen Zeche Hanseemann zu locken. Den zahlreichen Besuchern wurden über die verschiedenen Malstile der Bildenden- und Digitalen Kunst hinaus ein vielseitiges und attraktives Angebot kunstgewerblicher Produkte präsentiert. Weg vom Einheitsbrei kam das kreative Handwerk insbesondere in den rustikalen Gemäuern der alten Zeche an.

Künstler wie Besucher empfinden den Markt als Aufgreifen einer Mengeder Marktlücke und wünschen eine regelmäßige Neuauflage.

Stadtbezirk Scharnhorst

Neubürger

Seine „Neubürger“ begrüßt der Stadtbezirk Scharnhorst auf besondere Art und Weise. Alle Personen, die ihre „Zelte“ im Stadtbezirk aufschlagen, erhalten pro Haushalt ein Buch mit dem Titel „Scharnhorst, Straßen, Schienenwege, Wasserläufe, Seilbahnen“, welches unter anderem die Bedeutung und den Ursprung der Straßennamen des Stadtbezirkes erklärt.

Neues Logo Stadtbezirksmarketing

Das neue Logo des Stadtbezirksmarketings Scharnhorst will noch mehr auf die schönen Seiten des Stadtbezirkes aufmerksam machen. Weiteres Ziel ist es außerdem das Stadtbezirksmarketing in Scharnhorst noch bekannter zu machen.

Künstlermarkt „Kunstbegegnungen“

Unter dem Motto „Kunstbegegnung“ wurde der erste Künstlermarkt im Stadtbezirk Scharnhorst veranstaltet, der auch über die Grenzen des Bezirkes hinaus großen Anklang fand.

Lese- Lausch Lernreise

Im Rahmen von „Kultur auf Tour“ wurde bereits zum siebten mal die Lese-Lausch Lernreise durch den Stadtbezirk Scharnhorst veranstaltet. Diese Busrundfahrt, mit kulturellem Begleitprogramm, erfreut sich seit Jahren größter Beliebtheit und ermöglicht Einblicke in Bereiche des Stadtbezirkes, die nicht für Jedermann zugänglich sind.

4. Projektförderung – Vorstellung der Projekte

Der Verein StadtbezirksMarketing Dortmund e.V. hat im Jahr 2008 verschiedene Projekte aus den Bereichen Senioren, Jugend, Migration und/oder strukturverbessernde Maßnahmen gefördert. Aufgrund der Vielfalt erfolgt die Vorstellung einiger besonderer Projekte.

Stadtbezirk Huckarde, Projekt „T-Shirt Kauf für Songgruppe“

Bereits seit drei Jahren gehören zahlreiche Jugendliche des Bezirks zu der vom Frauenzentrum Huckarde ins Leben gerufenen Songgruppe. Mit der Gestaltung eigener T-Shirts (versehen mit dem Logo der Gruppe sowie des Frauenzentrums) wird sowohl ein einheitliches Erscheinungsbild bei zukünftigen Auftritten geboten als auch das Wir-Gefühl der Gruppe gestärkt.

Stadtbezirk Innenstadt-Ost, Projekt „Augen-Blick und Klick“

Unter dem Motto „Augen-Blick und Klick“ riefen das Stadtbezirksmarketing Innenstadt Ost gemeinsam mit dem Jugendamt alle 14 – 20 Jährigen zur Teilnahme an einem Fotowettbewerb auf. Die Teilnehmer sollten – an nur einem Tag - Fotos vom Leben im Stadtbezirk Innenstadt-Ost erstellen zu einem Thema, welches sie erst am Morgen des Wettbewerbs bekamen. Daraus entstanden Fototagebücher mit 12 Fotos, die zwar alle an einem Tag entstanden sind, sich aber dennoch komplett unterscheiden.

Stadtbezirk Scharnhorst, Projekt „Durch Musik und Literatur zur angewandten Kunst bei Schülern“

Weg von der Kriminalität, hin zur bildenden Kunst und einem positiven Selbstwertgefühl – insbesondere bei Kindern mit Migrationshintergrund. So lautet das Ziel des Projekts, das von Mitgliedern des Vereins Kunststücke e.V. an diversen Schulen im Stadtbezirk durchgeführt wird. In kleinen Gruppen werden die Kinder über Musik und Literatur auf bestimmte Themen eingestimmt, um anschließend ihre Eindrücke und Empfindungen künstlerisch auszudrücken. Zum Abschluss des Projekts findet eine gemeinsame Ausstellung aller „Kunstwerke“ statt.

5. Öffentlichkeitsarbeit

Der Verein StadtbezirksMarketing e.V. hat im Vereinsjahr 2009 einen *Infobrief* herausgegeben, der interessierten Menschen in digitaler und in Printform zur Verfügung gestellt wurde. In den Infobriefen werden Ideen und Maßnahmen im Bereich Stadtmarketing vorgestellt und über interessante Veranstaltungen und erfolgreiche Projekte berichtet.

Anlage zum Bericht

Auswertung der Aktivitäten in den Stadtbezirken im Vereinsjahr 2009

Auf den folgenden Seiten werden die Aktivitäten des StadtbezirksMarketings in den einzelnen Stadtbezirken tabellarisch ausgewertet. Die einzelnen Tabellen dienen lediglich der Übersicht über das Geleistete und stellen kein Ranking unter den Bezirken dar. Je nach Projekt variiert die Bandbreite des Umfangs der Projekte und Maßnahmen. Daher kann die absolute Anzahl von Projekten und Maßnahmen in den einzelnen Stadtbezirken nicht in Vergleich zueinander gesetzt werden.

Anzahl der Projekte und Maßnahmen in 2009:

	Gesamt	davon abgeschlossen	davon laufend	davon geplant	davon ruhend
Aplerbeck	38	30**	8	-	-
Brackel	11	-	10*	1*	-
Eving	12	10	2	-	-
Hörde	10	3	6	-	1
Hombruch	10	2	8	-	-
Huckarde	11	2	8	1	-
Innenstadt-Ost	11	11	-	-	-
Innenstadt-West	4	-	4	-	-
Innenstadt-Nord	6	6	-	-	-
Lütgendortmund	13	13	-	-	-
Mengede	25	-	24	-	1
Scharnhorst	19	3	15	1	-
Gesamt	170	80	85	3	2

*Weihnachtsbeleuchtung/ Werbung für den Hellweg ist laufend+geplant, wurde aber nur bei laufend gezählt.

** Hiervon wurde drei Projekte aus verschiedenen Gründen nicht weiter verfolgt.

Anzahl der Projekte und Maßnahmen von 2002 bis 2009:

	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Gesamtzahl der Projekte	89	121	163	186	185	181	179	170

Anzahl der Projekte, die mit Drittmittelanteilen finanziert wurden:

	Zahl der Projekte mit Drittmittelanteil
Aplerbeck	9
Brackel	4
Eving	0
Hörde	3
Hombruch	10
Huckarde	1
Innenstadt Ost	0
Innenstadt West	1
Innenstadt Nord	0
Lütgendortmund	9
Mengede	12
Scharnhorst	1
Gesamt	50

Übersicht über die Handlungsfelder der Projekte und Maßnahmen:

	Jugend	Kultur	Soziales	Umwelt/ Natur- schutz	Wirtschaft/ Ge- werbe	Stadtgestaltung	Sport	Feste/ Märkte etc.	Öffentlichkeits- arbeit/ Kommuni- kation	Anderes	Gesamt
Aplerbeck	7	20	2	-	7	-	-	-	5	11	52
Brackel	1	4	1	2	4	1	3	1	-	2	19
Eving	2	6	-	-	2	-	1	1	-	2	14
Hörde	2	7	1	-	2	2	-	2	-	2	18
Hombruch	9	9	10	1	5	-	1	1	1	-	37
Huckarde	-	5	-	-	-	-	2	4	-	3	14
Innenstadt-Ost	1	3	6	-	2	-	-	9	-	-	21
Innenstadt-West	3	2	2	-	3	1	1	2	-	2	16
Innenstadt-Nord	2	1	-	-	-	-	-	2	-	1	6
Lütgendortmund	6	1	2	2	4	-	2	8	-	-	25
Mengede	18	22	21	2	18	7	11	17	-	-	116
Scharnhorst	1	10	1	1	-	-	-	-	-	7	20
Gesamtauswertung	52	90	46	8	47	11	21	47	6	30	358

* Projekte können mehrere Handlungsfelder haben, folglich sind Mehrfachnennungen möglich

Anzahl der Presseartikel (Mehrfachnennungen möglich):

	Zahl der Pressearti- kel 2005	Zahl der Pressearti- kel 2006	Zahl der Pressearti- kel 2007	Zahl der Pressearti- kel 2008	Zahl der Pressearti- kel 2009
Aplerbeck	191	185*	183*	140	117
Brackel	35	41	48	27	61
Eving	94	55	63	54	74
Hörde	189	113	117	76	49
Hombruch	85	113	104	107	71
Huckarde	15	11	33	37	22
Innenstadt-Ost	30	82	65	51	39
Innenstadt-West	43	53*1	22	24	24
Innenstadt-Nord	-	-	-	-	3
Lütgendortmund	34	45	37	46	36
Mengede	39	110*2	94	76*3	100
Scharnhorst	108	62*2	48	46	35
Gesamtzahl	863	870	814	684	631

* Zuzüglich weiterer Beiträge im Lokalradio auf 91,2, im Bürgerfunk sowie in Beilagen zum Apfelmart, Künstlermarkt etc..

*1 Zuzüglich 30 Beiträge in Florian TV.

*2 Zuzüglich weiterer sonstiger Berichte.

*3 Zuzüglich Plakate und Sonderbeilagen in Tageszeitungen.

Anzahl der Sitzungen von Lenkungs- und Marketinggruppen sowie von sonstigen Gruppen wie z.B. Projektgruppen:

	Lenkungsgruppe	Marketinggruppe	Sonstige Gruppen
Aplerbeck	6	-	13
Brackel	4	1	25
Eving	3	4	41
Hörde	7	-	96
Hombruch	6	-	29
Huckarde	2	-	-
Innenstadt-Ost	6	-*	7
Innenstadt-West	1	-	-
Innenstadt-Nord	4	-	1
Lütgendortmund	1	1	11
Mengede	14	2	149
Scharnhorst	10	-	-

* Die drei Ideenwerkstätten: Körne, Kaiserstraßenviertel und Saarlandstraßenviertel trafen sich jeweils 5-10 Mal.