

## Dokumentation

# Bürger- Workshop Stärken-Schwächen-Potenziale für Quedlinburg

Quedlinburg, 07.10.2011, Palais Salfeldt



Am 7. Oktober 2011 findet zwischen 10 – 16 Uhr im Palais Salfeldt in Quedlinburg der Bürger-Workshop *Stärken-Schwächen-Potenziale für Quedlinburg* statt. Dazu lädt Hr. Jost – als Projektverantwortlicher des Welterbe-Managementplans – eine Gruppe von ca. 40 Personen (**Anhang**) ein, bestehend aus Mitarbeitern der Stadtverwaltung, interessierten Bürger(innen) und Vertretern wichtiger Institutionen, Firmen etc. in der Stadt. Neben der Absicht, die Gäste über Ziele und Themen des Welterbe-Managementplans (WMP) sowie des Stadtentwicklungskonzeptes (SEK) zu informieren, dient der Workshop vor allem dem Ziel, Einschätzungen und Meinungen zu Stärken, Schwächen und Potenzialen zu wichtigen und aktuellen Themen des SEK aus Sicht der Teilnehmern zu ermitteln. Themen, die im Rahmen dieses Workshops diskutiert werden, sind folgende:

1. Freiflächen
2. Wohnen
3. Bildung/ Jugend/ Soziales
4. Verkehr
5. Einzelhandel
6. Tourismus & Freizeit
7. Welterbe
8. Kultur
9. Wirtschaft

#### **Begrüßung und Einführung:**

Herr Langhammer (Stadtverwaltung Quedlinburg) begrüßt die Teilnehmer des Workshops sowie Herrn Feige (dwif), welcher die Veranstaltung moderiert. Herr Feige verdeutlicht, welches Ziel der heutige Workshop hat: Gefragt sind die Ideen, Anregungen und kritischen Anmerkungen der Teilnehmer zu den ausgewählten Themen. Anschließend präsentiert Herr Jost den Zeitplan für den WMP (siehe beiliegende Übersicht).

Frau Stiller erläutert Inhalte und Ablauf des SEKs: Die Stadt Quedlinburg stellt bis Ende 2012 einen Managementplan für ihr Weltkulturerbe auf, der als integriertes Konzept Ziele und Maßnahmen für den dauerhaften Erhalt und eine zeitgemäße Nutzbarkeit der mittelalterlich geprägten Quedlinburger Innenstadt beinhaltet. Der Stadt Quedlinburg ist klar, dass eine Beschränkung des Engagements auf den Bereich des Weltkulturerbes den aktuellen Herausforderungen der Stadtentwicklung nicht genügt. Vielmehr hängt die nachhaltige Sicherung des Weltkulturerbes auch davon ab, wie sich Quedlinburg und die Region als ganzheitlicher Lebensort entwickelt. Welche wirtschaftliche Perspektive hat die Stadt, abgesehen von den touristischen Potenzialen? Welche Rahmenbedingungen kann die Stadt schaffen, um ihr wirtschaftliches Profil zu verbreitern? Wie kann durch regionale Vernetzung eine Vorteilsgemeinschaft der Wirtschaftsregion entstehen? Mit welchen Strategien kann Quedlinburg auf die Herausforderungen durch demografischen Wandel, Klimawandel und soziale Polarisierung reagieren? Im welchem Verhältnis stehen die Wohnungsteilmärkte des Weltkulturerbebereiches zum Plattenbaubestand Kleers, zum peripheren Quarmbeck oder auch zum Eigenheimsegment? Wie bewerten die Quedlinburger selbst den Charakter und die Perspektiven, die Stärken und Schwächen, den Handlungsbedarf und die Prioritäten in ihrer Stadt? Welches Leitbild integrierter Stadtentwicklung lässt sich formulieren, das für die nächsten rund 15 Jahre als roter Faden für die Entscheidungen von Politik und Verwaltung dienen kann? Diese und weitere Fragen sollen in einem Integrierten Stadtentwicklungskonzept beantwortet werden. Die Fortschreibung des Stadtentwicklungskonzeptes von 2002 gilt als Baustein des Welterbemanagementplans.

Im Rahmen der Erarbeitung des SEKs findet in der Zeit vom 4. bis 23. Oktober eine repräsentative Befragung von 400 Haushalten in ausgewählten Stadtbereichen statt. Es werden jeweils 100 Haushalte in den Geschosswohnbeständen von Kleers (1970/80er Jahre) und der Süderstadt (1960er Jahre, z. T. 1920/30er Jahre), in den Einfamilienhausgebieten in der Taubenbreite sowie je 50 in der Alt- und Neustadt befragt. Die Ergebnisse der Befragung und des heutigen Workshops fließen in die Formulierung eines Leitbildes ein.

Die Arbeitsergebnisse des SEKs werden in monatlichen Projektgruppen themenweise präsentiert, Zwischenstände werden regelmäßig in den Ausschüssen vorgestellt. Die Stadtratsvorlage zum STEK soll im Juni 2012 vorliegen, der Berichtsabschluss ist für August 2012 vorgesehen.

**Ablauf:**

Herr Feige stellt den Tagesablauf vor: Es finden drei jeweils einstündige Diskussionsrunden statt, wobei pro Runde wiederum drei der neun Themen bearbeitet werden. Die Teilnehmer teilen sich dazu in drei gleich große Gruppen. Sie widmen sich jeweils 20 Minuten lang einem Thema und wechseln dann zum nächsten Thema. Die Themen werden von einem Moderator betreut, der dafür Sorge trägt, dass alle Ideen und Anregungen auf einer Pinnwand erfasst werden und nicht verloren gehen (s. Abbildungen). Mithilfe dieser Methode kann sich jeder Teilnehmer bei jedem Thema in einer sehr effektiven Form einbringen. Die Moderatoren sind Herr Dr. Wallraf, Frau Stiller (beide W&W), Herr Jost und Herr Feige.



- Es bedarf einer Gestaltungssatzung für brachliegende Freiflächen sowie der Durchsetzung der Gestaltungssatzung am Markt. Die Qualität der Plätze leidet oft durch differenzierte und unattraktive Stadtmöblierung. Das Angebot an Außengastronomie ist vielfältig, jedoch sind die Öffnungszeiten oft nicht umsatzfördernd bzw. in den Abendstunden nicht touristenfreundlich.
- Das Thema Freiflächengestaltung/ Grüne Berufe muss vermehrt in der Wirtschaftsförderung eingebunden werden.  
(Janine Stiller)

**2. Wohnen**



**Kernergebnisse:**

Quedlinburg zeichnet sich durch ein breit gefächertes Wohnungsangebot in vielfältigen Wohnlagen, eine attraktive landschaftliche Umgebung sowie ein reichhaltiges Kultur- und Freizeitangebot aus. Der kompakte Stadtkörper sorgt für kurze Wege. Zersiedelungseffekte wurden nur vereinzelt genannt. Die Innenstadt bietet ruhiges individuelles Wohnen im historischen Ambiente, es mangelt aber an hochwertigem Mietwohnraum, an der Nahversorgung, an Stellplätzen und an ansprechend gestalteten Freiflächen. Die Einkaufsmöglichkeiten für die Bewohner sowie Ausmaß und Ursachen von Wohnungsleerstand wurden sehr unterschiedlich bewertet. Die relativ niedrigen Mieten stellen einen preislichen Wettbewerbsvorteil dar, begrenzen aber zugleich die Investitionskraft der Eigentümer. Das Nebeneinander von Sanierung und Verfall führen zu Wertminderungen ganzer Wohnlagen. Noch gibt es ungeklärte Eigentumsverhältnisse, die eine Sanierung verhindern.

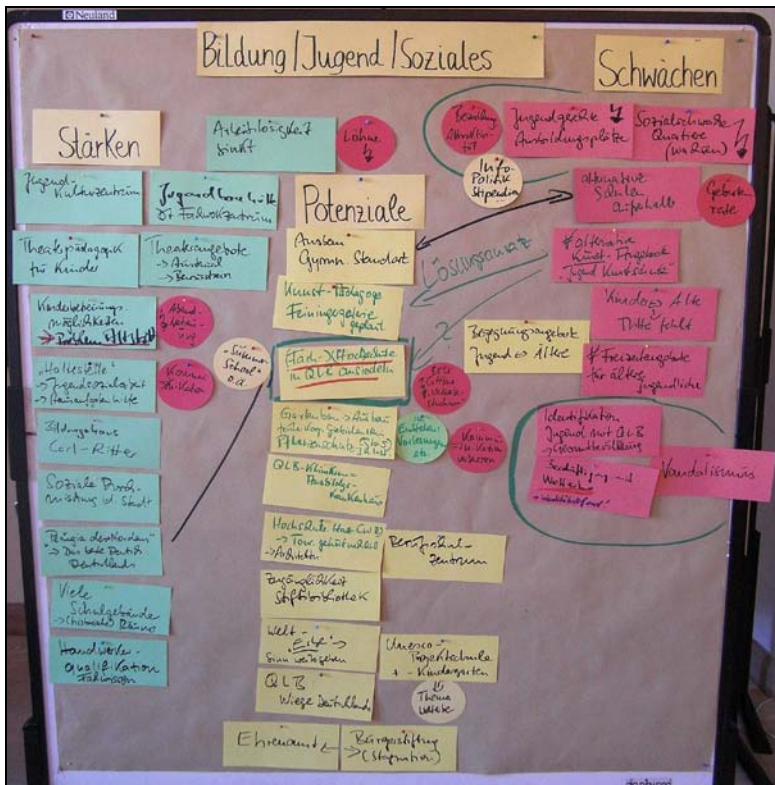
- Die hohe Quote an selbstgenutztem Wohneigentum und die Verbreitung von kleinteiligem Mietwohneigentum stabilisieren und diversifizieren Wohnungsangebot und Wohnungsmarkt.
- Den Vorzügen von Raumangebot und Raumklima im Altbau stehen Hellhörigkeit und veraltete Energieversorgung gegenüber. Die Verfügbarkeit von Baugrundstücken im Welterbe bietet das Potenzial für innovativen Wohnungsbau bzw. innovativen Umgang mit der Altbausubstanz. Die hohen Anforderungen an die Baukultur im Welterbe hebt die Qualität von Neubau und Sanierung.
- Es mangelt an Angeboten und Projekten für alten- und behindertengerechtes bzw. generationsübergreifendes Wohnen, was ein großes Zukunftspotenzial darstellt, ebenso wie die Themen „Wohnen am Wasser“ und „Wohnen in historischer Industriekultur“.



- Durch den Ausbau von Radwegen und eine weitere Verkehrsberuhigung kann die Wohnqualität in Quedlinburg, insbesondere in der Innenstadt, künftig noch weiter gesteigert werden.
- Die soziale Durchmischung und Nachbarschaftsverhältnisse in der Innenstadt werden überwiegend positiv bewertet, es werden aber auch Tendenzen sozialer Ausgrenzung gesehen.
- Der Fokus der Teilnehmer lag eindeutig auf der Innenstadt. Das Wohnen in den anderen Stadtteilen wurde kaum thematisiert (bis auf „hässliche Plattenbauten“).

(Dr. Wolfram Wallraf)

**Bildung/ Jugend/ Soziales**



**Kernergebnisse:**

Die soziale Durchmischung in QLB ist gut, gleichwohl gibt es einige Quartiere mit sozial Schwachen.

- Die Ausstattung mit Angeboten zur Kinderbetreuung in QLB ist gut.
- Spezialschulen liegen allerdings außerhalb der Stadt, ein Ausbau des Gymnasialstandortes wünschenswert.
- Auch sind für die Jugend eine Reihe interessanter (Kultur- und Freizeit-) Angebote vorhanden (Ausnahmen: Angebote bildende Kunst; zudem keine UNESCO-Projektschule/-kindergarten).
- Es gibt zu wenig attraktive (Gehalte, Arbeitsbedingungen) Arbeitsplätze für junge Menschen.
- Die Identifikation der Jugend (aber auch weiterer anderer Kreise der Bevölkerung) mit der Stadt ist zu gering.
- Ein Hauptproblem ist ein zu geringes Bildungsangebot für Junge Menschen zwischen dem Kinder- und Erwachsenenalter
- Zentraler Lösungsansatz: Einrichtung einer Bildungseinrichtung im Fach (Hoch-) Schulbereich. Das muss nicht unbedingt ein „festes“ Gebäude, sein, auch Angebote wie Summer Schools etc. sollten auf Umsetzbarkeit geprüft werden. Hierzu existieren verschiedene Kompetenzfelder von QLB, die Ansatzpunkte dafür sein können: Gartenbau, Pflanzenforschung, Lehrkrankenhaus, Unesco/ QLB als Wiege Deutschlands, Denkmalschutz, Handwerkerkompetenzen, ein sehr gutes Deutsch, das in QLB gesprochen wird („Perugia des Nordens“), viele Schul- und Lehrgebäude (Berufsschulzentrum), die zur Verfügung stehen, evtl. Umsiedlung eines Fachbereiches der Hochschule Harz nach QLB (wird allerdings skeptisch beurteilt)...
- Wichtig: Man sollte sich im Rahmen des SEK damit beschäftigen, ob und wie derartige Ansatzpunkte erschlossen werden können.

(Prof. Dr. Mathias Feige)

### 3. Verkehr



#### Kernergebnisse:

- Wichtige Einrichtungen in Quedlinburg sind aufgrund der Kompaktheit des Stadtkörpers auf kurzen Wegen zu erreichen.
- Der zum Teil noch historische Straßenbelag zeigt ein authentisches Straßenbild, jedoch kommt es aufgrund der zum Teil schlechten Qualität zu Einschränkungen in der Barrierefreiheit. Fehlende Straßenschilder und Hausnummern erschweren die Orientierung für Ortsunkundige bzw. Touristen. Eine einheitliche Beschilderung als „Welterbestadt Quedlinburg“ wird gewünscht.
- Eine absolute Verkehrsschilderfreiheit vor allem im Welterbegebiet wirkt sich positiv auf das Erscheinungsbild der Stadt aus. Die Innenstadt als verkehrsberuhigte Zone als auch eine autofreie Innenstadt wurden diskutiert.
- Die Lieferverkehre in der Innenstadt sind ein Problem. Ein zentrales Logistikzentrum könnte die innerstädtischen Lieferverkehre bündeln und koordinieren.
- Die B6n und Ortsumgehung haben die Verkehrssituation in Quedlinburg verbessert. Die Verknüpfung mit der Region ist gut. Die Eingänge zur Innenstadt sind aufzuwerten.
- Die Bahnverbindung des Harz-Elbe-Express (HEX) in Richtung Berlin ist ein Vorteil, jedoch sind Anbindung bzw. Fahrtzeit wenig attraktiv. Die Anbindung an das Bahn-Fernnetz vor allem in Richtung Westen/ Niedersachsen ist auszubauen. Die Anfahrt der Harzer-Schmalspurbahn eröffnet neue Tourismuspotenziale. Der Bahnhof als Eingangstor für Bahnreisende ist jedoch keine gute Visitenkarte. Die Bahnanlagen sind zudem eine Barriere. Eine Unterführung oder Brücke könnte die Anknüpfung Süderstadt - Innenstadt verbessern.
- Die Bedingungen für Radfahrer als auch Radtouristen sind unbefriedigend. Ein Radwegenetz ist nur marginal entlang des Altstadttrings vorhanden. Mit einem Wegfall der Einbahnstraßenregelung in der Altstadt sowie der Schaffung von ausreichend Abstellmöglichkeiten kann Radfahren in QLB attraktiver werden.

- Es liegen weder ein Verkehrskonzept noch ein Radwegekonzept vor. In einem gesamtstädtischen integrierten Verkehrsentwicklungskonzept könnten die Belange aller Verkehrsteilnehmer berücksichtigt und Leitlinien formuliert werden.
- LKW-Parker behindern den fließenden Verkehr (z. B. Turmstraße). Die Parksituation für Anwohner ist nicht zufriedenstellend und schreckt vor allem Zuzieher ab. Das Parkplatzangebot in der Innenstadt ist gut und günstig, jedoch fehlt ein Fußgängerleitsystem zu den Sehenswürdigkeiten. Bei Zusage von Fördermitteln kann mit der Umsetzung voraussichtlich in 2012 begonnen werden.
- Der überregionale ÖPNV ist gut, Defizite bestehen am Wochenende. Der städtische ÖPNV erfordert ein bedarfsgerechtes Konzept.  
(Janine Stiller)

#### 4. Einzelhandel



#### Kernergebnisse:

- Quedlinburg ist quantitativ sehr großzügig mit Verkaufsflächen ausgestattet. Zu den Vorzügen zählen viele Geschäfte mit Kunsthandwerk, Buchläden, Gaststätten und Anbieter von Bioprodukten. Zweimal pro Woche findet ein grüner Markt statt. Es gibt viele individuell und sehr ansprechend gestaltete Läden, aber zum Teil auch krasse Mängel in der Warenpräsentation und Verkaufskultur.
- Welterbe und Tourismus werden als Wirtschaftsfaktor wirksam und stärken die Einzelhandelszentralität von Quedlinburg. Das historische Ambiente der Innenstadt schafft eine attraktive Einkaufsatmosphäre, die allerdings durch wenig geschmackvolle und aggressive Sicht- und Tonwerbung einzelner Händler gemindert wird. Es mangelt an Fremdsprachenkompetenz und Kreditkartenakzeptanz. Die Barrierefreiheit ist unzureichend. Zudem gibt es im Stadtkern Logistikproblem.
- Das Fehlen von großflächigem Einzelhandel in der Innenstadt wird eindeutig als Vorzug angesehen, nicht jedoch die große Zahl an Filialisten im Niedrigpreissegment und die Präsenz von Billiganbietern in 1a-Lagen (Markt). Potenziale liegen in der weiteren Ausprägung individueller Verkaufskultur im historischen Stadtkern, in der Verknüpfung von Handwerk und Einzelhandel sowie in der Vermarktung regionaler Produkte.



- Kurze Wege schaffen Potenzial für „Kaufhaus Altstadt“. Dem stehen unterschiedliche Öffnungszeiten, das Fehlen eines gemeinsamen Marketings, große Qualitätsunterschiede in der Präsentation und eine auch organisatorisch zersplitterte Händlerschaft gegenüber.
- Unterschiedliche Auffassungen gab es zur Bewertung der lokalen Kaufkraft und zum Mangel bzw. Überangebot im Hochpreissegment. Einige Teilnehmer sprachen sich ausdrücklich für eine Ballung hochwertiger Angebote aus, um mehr Kaufkraft nach Quedlinburg zu lenken bzw. hier zu binden.
- Die Kommunikation innerhalb der Händlerschaft sowie zwischen Stadt- und Einzelhändlern muss verbessert werden. In manchen Wahrnehmungen tut die Stadt zu wenig für den Einzelhandel oder der Einzelhandel zu wenig für die Stadtentwicklung. Vorgeschlagen wird ein „Runder Tisch Einzelhandel“.
- Der zentrale innerstädtische Versorgungsbereich „Quedlinburger Null“ entwickelt sich ungleichmäßig, die Achse Schloss-Markt wird stärker, der Mettehof ist gut gelungen, im Außenbereich gibt es ein Überangebot im Discounterbereich. Insgesamt ist die Steuerungswirkung des Einzelhandelskonzepts zu gering. Ein Zentrenkonzept mit B-Plan Einzelhandel zur Steuerung des Einzelhandels mit zentrenrelevanten Sortimenten, Festlegungen zu zentralen Versorgungsbereichen, Handlungs- bzw. Investitionsschwerpunkten täte Not.  
(Dr. Wolfram Wallraf)

### 5. Tourismus & Freizeit

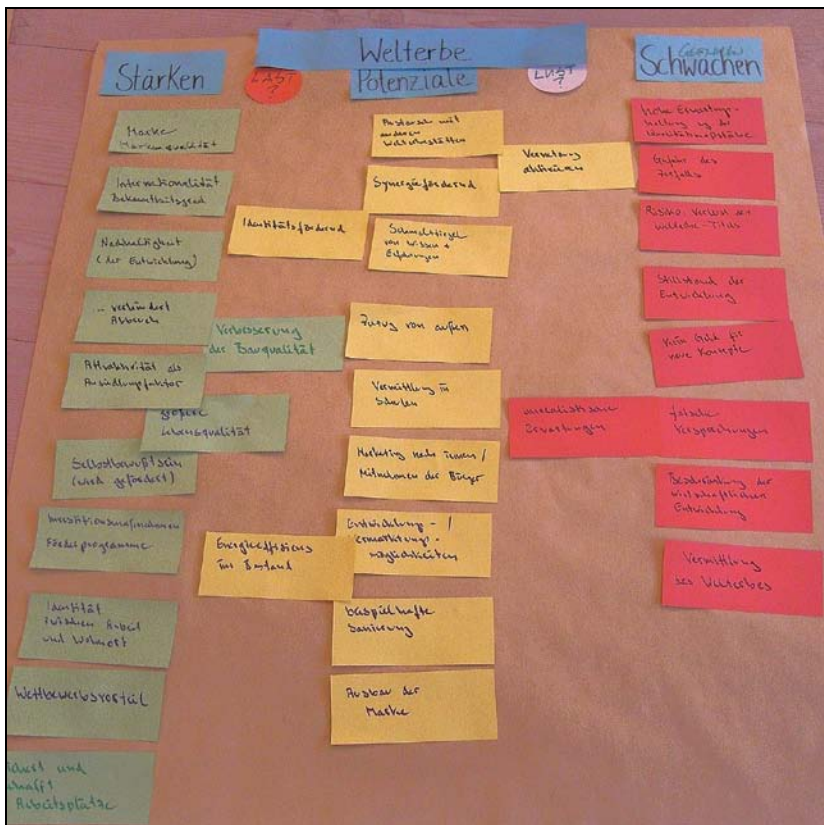


#### Kernergebnisse:

- Hauptproblem: Die (Tourismus-) Marke QLB ist unscharf bzw. überhaupt nicht definiert (Alleinstellungsmerkmal, wofür steht die Stadt)?
- Es fehlt ein Tourismuskonzept, das im Rahmen des SEK erarbeitet werden soll. Dieses muss u.a. auch dazu dienen, das Bewusstsein für die Bedeutung des Tourismus (Umsätze, Wertschöpfung, Beschäftigung etc.), aber auch für die Anforderungen an seine professionelle Vermarktung und die Chancen für seine weitere Entwicklung in der Stadtverwaltung, im Stadtrat sowie in der Bevölkerung zu stärken.

- Das Gleiche gilt für die Kultur, auch hier ist die Positionierung unklar, obwohl - oder gerade: weil? - eine Fülle teilweise herausragender Ansatzpunkte vorhanden sind (9 Museen, Galerien, die Kunstszene, Theater, Stiftskirche, Schloss, aber auch die reiche Handwerkertradition, das Deutsche Fachwerkzentrum oder die Tatsache, dass QLB 1. Deutsche Reichshauptstadt, die ottonische Geschichte war u.v.a.m.).
- Es fehlt ein Kulturkonzept für QLB, zudem sollte die Abteilung Kultur in der Stadtverwaltung gestärkt werden und es muss dafür Sorge getragen werden, die „Kulturschätze“ dauerhaft erhalten zu können. Zudem muss die Kommunikation der verschiedenen „Kulturakteure“ untereinander verbessert werden.
- Der wichtigste Ansatzpunkt für die Positionierung: Das Thema Welterbe. Dieses bietet zudem die Chance, die Themen Tourismus und Kultur miteinander zu verbinden – diese Verbindung ist zu definieren.
- Den „Welterbe-Wert“ gilt es sowohl nach innen viel deutlicher zu vermitteln (Identifikation von Bevölkerung und Leistungsträgern!, Erhöhung Selbstbewusstsein), als auch noch mehr mit „QLB-spezifischem Leben“ zu füllen (z.B. neben dem Tag des offenen Denkmals und dem Welterbetag, weitere QLB-Welterbetage/ Events hoher Qualität - zu kreieren), als auch im Außenmarketing noch viel mehr zu nutzen.
- Das Tourismuskonzept muss im Rahmen der Positionierung auch Aussagen machen zu den künftigen Zielgruppen, wobei neben den Kultur- und Bustouristen z.B. auch junge Gäste bis ca. 30 Jahre, Familien mit Kindern, Eventtouristen, Aktivtouristen, Camper, Tagungs-/Kongressreisende (MICE-Markt), internationale Gäste etc. in ihren Potenzialen zu untersuchen sind. Neben der Stadt selbst bietet die Umgebung (Bad Suderode etc.), aber auch der Harz insgesamt eine Fülle bisher durch unzureichende Kooperationen noch zu wenig erschlossener Potenziale. Ziele sind u.a. (mehr) Wiederholungsgäste zu gewinnen und die Aufenthaltsdauer zu verlängern.
- Ein Spezialthema für das Tourismuskonzept ist die Frage, ob ein Bedarf für zusätzliche (zielgruppenspezifische) Quartiere besteht, ohne dass bestehende Betriebe in ihrer Existenz gefährdet werden.
- (Prof. Dr. Mathias Feige)

## 6. Welterbe



**Kernergebnisse:**

- Der Welterbestatus ist Stärke und Potential zugleich. Er hebt die Stadt in eine Liga international bekannter Orte und Städte, keine Kreisliga sondern Ausdruck überregionaler außerordentlicher Bedeutung. Die Bekanntheit Quedlinburgs wächst kontinuierlich.
  - Der WE Status fordert und bildet nach innen und nach außen einen Qualitätsmaßstab. Die Auszeichnung Welterbe verbindet sich mit dem Anspruch nach Markenqualität, nach Bauqualität und Nachhaltigkeit. Verfall und Abbruch wertvoller Bausubstanz werden kritisch begleitet, nach Möglichkeit verhindert um das Ensemble zu erhalten
  - Als „weicher Standortfaktor“ hilft der WE Status in der Vermarktung der Stadt, für neue Ansiedlungen von Dienstleistern und Industrie.
  - Die lebendige Stadt, Zielort vieler Kulturtouristen, verströmt Lebensqualität Bewohnern, Gästen und potentiellen Zuzüglern. Ein klarer Wettbewerbsvorteil gegenüber Mitbewerbern.
  - Eine Identität Wohnort – Arbeitsort kann entstehen. Das Selbstbewusstsein der Stadt, ihrer Multiplikatoren und Ihrer Bewohner wächst.
  - Mit dem Welterbe-Status können keine direkten Schwächen verbunden werden. Nur Gefahren sind erkennbar. Im Zentrum steht die Gefahr des Verlustes dieses Attributs, der herausragenden Stellung. Dies durch Stillstand in der Stadtentwicklung, durch Zerfall der Bausubstanz aus Bevölkerungsrückgang, fehlende Arbeitsplätze, Niedergang des Ensembles .
  - Durch die schlechte finanzielle Situation der Stadt fehlen Mittel für neue Konzepte und Strategien zur Belebung des Arbeitsmarktes, des Tourismus und der Marke „Welterbe“
  - Die Vermittlung des WE ist eine Aufgabe nach innen, Einwohner, Gäste, Kinder, Jugendliche müssen „mitgenommen“ werden. Nach außen, um einen nachhaltigen Tourismus zu erzeugen, der über einen Stunden-Besuch hinausgeht, der von der Fassade des Fachwerks in Reichtum und Tiefe der ottonischen Geschichte führt.
  - Das Welterbe in seiner Bausubstanz und Authentizität zu erhalten, kann positive Effekte erzeugen. Beispielhafte Sanierungen können Schule machen und Arbeitsplätze schaffen. Energieeffiziente Lösungen im Fachwerkbereich sind bundesweit gefragt. Schonende nachhaltige technische Neuerungen können einen Kompetenzort Quedlinburg erzeugen. Schulung und Vermarktung neuer Methoden sind zu fördern an einem Standort ohne Hochschuleinrichtung.
- Harry Jost

**7. Kultur**





**Kernergebnisse:**

- Das vielfältige kulturelle Angebot ist DIE Stärke von Quedlinburg - WeltKULTURerbe (Historie, ottonische Geschichte), BauKULTUR (Bauepochen, viele Baustile auf engstem Raum), LebensKULTUR (Cafe's, Plätze, Veranstaltungen etc.). Kultur im historischen Ambiente - Quantität und Qualität sind sehr hoch.
- Kultur wird durch eine Vielzahl Ehrenamtlicher unterstützt. Das Potenzial an Akteuren und „Machern“ ist jedoch gering.
- Die kulturellen Angebote und Einrichtungen sind oftmals ungenügend vernetzt. Zum Teil herrscht ein partielles Überangebot, was dazu führt, dass Besucherzahlen bei parallelen oft hochwertigen Veranstaltungen hinter den Erwartungen zurückbleiben. Die „Kulturrunde“ ist auszubauen – gemeinsam sind Kulturleitlinien zu erarbeiten. Kommunikation soll auf Augenhöhe statt finden.
- Quedlinburg verfügt über eine hohe Künstlerdichte. Mit der anstehenden Schließung der einzigen Galerie, geht die Präsentationsfläche für diese verloren. Gebäudeerstände bieten Potenzial für Ausstellungen.
- Vor allen in den Beherbergungsstätten mangelt es an Vermarktungsbewusstsein. Das kulturelle Angebot wird den Gästen oftmals nur unzureichend nahe gebracht.
- Für den Stiftsberg fehlt ein Museumskonzept, die Besetzung des Museumsleiters ist offen, den Museumspräsentationen fehlt es an Qualität. Die Erarbeitung des Masterplan Stiftsberg bietet die Chance, die Fragen nach einer Dauerausstellung zum Welterbe bzw. der ottonischen Geschichte sowie den Aufbau eines bisher fehlenden Welterbezentrums zu erörtern.
- Das kulturelle Angebot sollte sich unter dem Label „Kultur im Welterbe“ präsentieren. Das Welterbethema soll in die kulturellen Veranstaltungen bzw. von den Anbietern eingebunden werden. Die zahlreichen Kirchen bieten attraktive Räumlichkeiten für Kultur.
- Es wird eine barrierefreier Zugang zu allen Kulturangeboten gefordert.
- „Barrierefreie“ Kultur heißt auch, dass vor allem bürokratische Barrieren bei der Planung und Umsetzung von kulturellen Veranstaltungen seitens der Verwaltung abgebaut werden sollten.
- Die Vernetzung von Bildung und Kultur nimmt einen immer größer werdenden Stellenwert ein. Moderne Kommunikationsmedien wie das Internet (u. a. Facebook) sind stärker einzubeziehen. Das Angebot für Jüngere ist zu erweitern.
- Die Vermittlung von Kultur bzw. Werbung für Veranstaltungen verlässt kaum das Welterbegebiet. Die Vielfalt der kommerziellen Veranstaltungen kann durch z.B. kleine Straßenfeste ergänzt werden und so auch die Kultur in den Stadtteilen fördern. Leer stehende Gebäude und Läden sind einzubeziehen. (Janine Stiller)

**8. Wirtschaft**





### **Kernergebnisse:**

- Quedlinburg liegt zentral im mitteldeutschen Wirtschaftsraum. Der Standort wird geprägt von kleinteiligen Gewerbebetrieben im Dienstleistungssektor und im produzierenden Bereich, die nicht selten innovativ und international vernetzt sind, sich aber wirtschaftlich zu großen Teilen noch nicht nachhaltig stabilisiert haben.
- Die großen Arbeitgeber in der Stadt sind die Einrichtungen der Daseinsvorsorge (Klinikum, Stadtwerke, Verwaltungen, Finanzamt, KoBa), die auch künftig für Stabilität und Wohlfahrt eines großen Teils der Quedlinburger sorgen werden.
- Das lokale Baugewerbe / Bauhandwerk hat eine erhebliche Fachkompetenz durch den Umgang mit dem Welterbe erworben, was sich auch in überregionaler Wettbewerbsfähigkeit niederschlägt.
- Der Welterbe-, Kultur- und Naturtourismus trägt schon heute erheblich zur lokalen Wirtschaftsleistung bei und birgt noch erhebliche Wachstumschancen, für das Hotel- und Gastgewerbe ebenso wie für den hochwertigen Einzelhandel.
- Als „Residenzstadt“ ist Quedlinburg mit seinem Flair der historischen Stadt für Senioren besonders attraktiv. Durch den demografischen Wandel wird die Gesundheits- und Wellnessbranche zu einem starken Wachstumsfaktor.
- Die Wissensökonomie vor Ort wird vom Bundesforschungsinstitut für Kulturpflanzen geprägt, obwohl die einstige Kompetenzballung im Bereich Samenzucht nicht wiederherstellbar ist.
- Konstatiert wurde ein Mangel an zukunftsfähiger Industrie und wettbewerbsfähig erschlossenen Gewerbeflächen. Ob die Stadt ein Industriegebiet für Großbetriebe braucht, war umstritten. Als perspektivreich und zukunftsfähig werden vor allem kleinteilig strukturierte neue und saubere Industrien sowie dezentrale IT-Dienstleistungen angesehen, die sich nach dem Vorbild historischer Nutzungsmischung vorzugsweise in der Innenstadt ansiedeln, wo durch Reaktivierung von Gewerbebrachen noch erhebliche kleinteilige Flächenpotenziale erschlossen werden können.
- Kritisiert wurden die bestehenden Restriktionen für gewerbliche Tätigkeit und Flächenentwicklung durch den Denkmalschutz sowie die „Drangsalierung der Gewerbetreibenden durch den Landkreis“. Missgunst, Neid und Schlechreden des Standorts wurden als weitere negative Faktoren benannt.
- Um die anstehenden Herausforderungen erfolgreich bewältigen zu können, muss die Wirtschaftsförderung gestärkt werden,  
(Dr. Wolfram Wallraf)

### **Gesamtfazit durch den Hauptmoderator Hr. Feige**

Herr Feig dankt Frau Vester für die perfekte Organisation, vor allem aber allen Teilnehmerinnen und Teilnehmern für die engagierten und ergebnisreichen Beiträge sowie den Co-Moderatoren für ihre Unterstützung.

Der Workshop ist geprägt von einer regen und konstruktiven Diskussion. Die detaillierte, kundige und selbstkritische Darstellung der Gegebenheiten (bis hin zu vielfältigen, bereits konkreten Verbesserungsmaßnahmen) und Hinweise auf Potenziale, erlauben eine realistische Einschätzung von Stärken, Schwächen und Potenzialen bei den neun Themen. Er kommt zu folgenden übergreifenden Schlussfolgerungen:

1. Das im SEK zu erarbeitende Leitbild für Quedlinburg als Richtungsansage ist in der Tat zwingend erforderlich und kommt zur rechten Zeit.
2. Ein wesentliches Element des Leitbildes ist die „Marke Quedlinburg“. Sie muss definiert werden, um ein Leitbild als Richtungsansage formulieren zu können.
  - Es muss sich um DIE Marke QLB handeln, sie muss branchen- und themenübergreifend Gültigkeit besitzen und darf nicht sektoral definiert werden, z.B. unterschiedliche Marken für den Tourismus, die Wirtschaft, die Kultur etc.
  - Es sind eine Reihe eindeutiger und wertvoller Elemente für den Markenkern vorhanden, z.B. die ottonische Geschichte, Quedlinburg als erste Reichshauptstadt, der Unesco Welterbetitel etc.).
  - Allerdings sind die Bezüge zwischen diesen Markenelementen zueinander herstellen, um eine aussagekräftige und sowohl von innen (Bürger, Unternehmen, Verwaltung...), als auch von außen (Touristen, potenzielle Investoren, Unternehmen etc.) akzeptierte und damit transportierte (Wort-Bild-)Marke schaffen zu können.

- Die Markenbildung darf dabei nicht rückwärts-historisierend, sondern muss zukunftsgerichtet erfolgen nach dem (ad hoc-) Leitsatz: "Die historische Basis der Stadt für morgen erschließen und erweitern". „Erweitern“ soll ausdrücken, dass die historische Basis allein für eine zukunftsfähige Markenbildung nicht ausreicht, sondern dass auch andere Elemente, Akteursgruppen und Potenziale (Wirtschaft, Verwaltungen etc.) berücksichtigt werden müssen.
3. Die Diskussionen des Tages haben ergeben, dass einige konzeptionelle Grundlagen/ Untersetzungen im SEK notwendig sind:
    - Insbesondere für die Bereiche Kultur – Tourismus – Einzelhandel – Wirtschaft – Verkehr sind individuelle Zielformulierungen und Handlungskonzepte erforderlich, die jedoch im Rahmen des SEK aufeinander abzustimmen sind.
    - Das SEK darf aber nicht nur konzeptionelle Grundlagen schaffen, sondern muss, dies unterstreichen viele Teilnehmerstatements, auch ganz praktische, umsetzbare Vorschläge enthalten.
  4. Das für das SEK erforderliche Umsetzungsmanagement muss „jetzt“ initiiert werden; inwieweit dies durch den Welterbe Managementplan abgedeckt wird, ist zu prüfen.
  5. Die Binnenkommunikation in der Stadt kristallisiert sich als ein weiterer Schlüsselbegriff und wesentlicher Erfolgsfaktor für die Akzeptanz auch des SEK heraus. Ein zentrales Element ist eine offene und transparente Informationspolitik über Meilensteine, Inhalte und Ergebnisse des SEK.

**Herr Feige sieht drei Ziele, die mit einer stetigen und intensiven Informationspolitik verbunden sein sollten sein:**

1. Schaffung bzw. Erhöhung der Identifikation von Bevölkerung, Wirtschaft und anderen „Quedlinburg-Akteuren“ mit der Stadt und ihrer Entwicklung.
2. Verbesserung des Selbstbewusstseins der Bevölkerung und anderen Akteure.
3. Erhalt bzw. Ausbau des (ehren)amtlichen Engagements der Bevölkerung für ihre Stadt.

Herr Langhammer dankt allen Teilnehmern und den Moderatoren, verleiht seiner Hoffnung Ausdruck, dass damit eine umfangreiche Ideensammlung für das SEK geschaffen werden konnte und schließt die Veranstaltung.

Protokoll:

Prof. Dr. Mathias Feige, Tilli Reuter, dwif-Consulting GmbH  
Berlin, den 13.10.2011

Begrüßung:

Rolf Langhammer  
Fachbereichsleiter Stadtplanung Stadt Quedlinburg,

Einladung und Organisation zum Bürgerworkshop sowie Co-Moderation  
Harry Jost, Jost Consult Projektsteuerung GmbH, Halle

Co-Moderation und Fotografie

Stephan Westermann, Henriette Saalbach, Büro Stephan Westermann, Berlin

Co-Moderation

Dr. Wolfram Wallraf, Janine Stiller, Stadt- und Regionalforschung, Stadtplanung, Dessau-Roßlau

Mit dem besten Dank für tatkräftige Unterstützung an Frau Weyhe, Fremdenverkehrsverein Quedlinburg in Zusammenarbeit mit QTM, BauBeCon, Herrn Plate und sein Team, sowie an Frau Vester für ideale Räumlichkeiten und beste Bewirtung.

Verwertungsrechte bei der Stadt Quedlinburg