

PROTOKOLL zur Imageanalyse

BürgerInnen-Workshop Vorsfelde

im Rahmen des Bundes-Förderprogrammes
„Zukunftsfähige Innenstädte und Zentren“

08.02.2023 | 18:00 Uhr | Schulzentrum Vorsfelde



Gefördert durch:



aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages



PROTOKOLL WORKSHOP-ERGEBNISSE

Gruppe 1



Gefördert durch:



aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages



Workshop-Ergebnisse

Aufbau und Plakate



Workshop-Station während der Workshop-Phase



Plakate zu den Themen Markenprofil und Marketing-Maßnahmen

Workshop-Ergebnisse

Ergebnisse zum Thema Markenprofil

Profilbildend (Schaufenster)

- Naturschutzgebiet Drömling ist ein prägender Naturraum; mit dem sich viele Vorsfelder*innen identifizieren. Das Gebiet steht auch für Erlebnisse für Kinder und Familien (macht Vorsfelde familienfreundlich).
- Der Aller-Radweg, die Aller-Wiesen und der Allersee werden als attraktive Naturräume für Sportaktivitäten und Naherholung hervorgehoben. Der Allersee wird allerdings nicht von allen als zu Vorsfelde gehörig gesehen, da er eher außerhalb liegt. Er zählt jedoch zum Naturraum rund um die Aller dazu.
- Die Figur des Ebers mit seiner geheimnisvollen Geschichte und das Eberfest stellen kulturelle Besonderheiten dar.
- Die Historie im Allgemeinen, repräsentiert u.a. durch schöne Fachwerkhäuser, gehört ebenfalls zu den profilbildenden Merkmalen von Vorsfelde.
- Die meisten Bewohner*innen bezeichnen Vorsfelde als „Traditionsinsel“ innerhalb Wolfsburgs (ebenso wie Fallersleben) (starkes Traditionsbewusstsein).
- Die Kinder- und Familienfreundlichkeit wird von den Bewohner*innen ebenfalls als ein profilbildendes Merkmal angesehen.
- Das gastronomische Angebot mit internationaler Küche ist für die Vorsfelder*innen sehr wichtig und nennenswert.



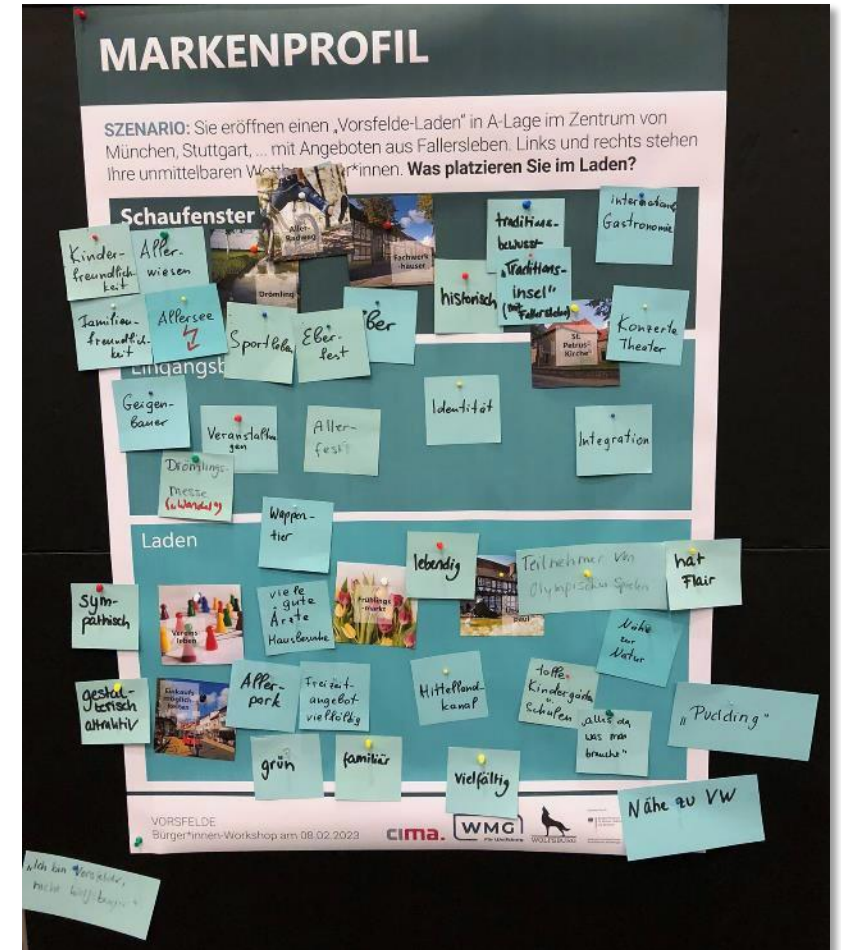
Gesammelte Ergebnisse zur Profilierung von Vorsfelde

Workshop-Ergebnisse

Ergebnisse zum Thema Markenprofil

Stützen des Markenprofils (Laden)

- Die St.-Petrus-Kirche wird als aktive Kirchengemeinde unter den Vorsfelder*innen sehr geschätzt, weil sie u.a. vielfältige Kulturveranstaltungen wie Konzerte und Theater regelmäßig anbietet.
- Viele Bewohner*innen verbinden Vorsfelde mit vielen Veranstaltungen wie z.B. dem Allerfest oder der Drömlingmesse, die sich gerade im Wandel befindet (hatte jüngst nicht mehr stattgefunden wegen Corona ...).
- Die Bewohner*innen identifizieren sich insg. stark mit ihrem Stadtteil. Er steht für eine starke eigene Identität.
- Ebenfalls nennenswert ist die Integrationsarbeit, die die Vorsfelder*innen für die geflüchteten Menschen im vergangenen Jahr geleistet haben. Darauf sind viele Vorsfelder*innen stolz.
- Der in Vorsfelde lebende Geigenbauer könnte als Besonderheit ebenfalls das Markenprofil abrunden.



Gesammelte Ergebnisse zur Profilierung von Vorsfelde

Workshop-Ergebnisse

Ergebnisse zum Thema Markenprofil

Ergänzung des Markenprofils (Eingangsbereich)

- Vorsfelde zeichnet sich durch ein aktives Vereinsleben aus.
- Im Stadtteil wohnen Teilnehmer*innen der Olympischen Spiele.
- Der Mittellandkanal ergänzt das Naturprofil des Stadtteils. Er dient der geographischen Einordnung Vorsfeldes im überregionalen Kontext und sollte daher bei der überregionalen Außenkommunikation mitgenannt werden.
- Der „Pudding“ und der Ütschenpaul sind Orte des öffentlichen Lebens im Stadtteil und gehören zur der Marke „Vorsfelde“ ergänzend dazu.
- Trotz des dörflichen Charakters gehört die Nähe zu VW zu den weiteren identitätsprägenden Merkmalen.
- Vorsfelde zeichnet sich durch eine hohe Aufenthalts-, Lebens- und Wohnqualität aus. Der Stadtteil hat „alles da, was man braucht“: Kindergärten, Schulen, gute Ärzte, vielfältiges Freizeitangebot, gute Einkaufs- und Erholungsmöglichkeiten. Für die Bewohner*innen ist Vorsfelde eine grüne, familiäre, lebendige und vielfältige Heimat.



Gesammelte Ergebnisse zur Profilierung von Vorsfelde

Workshop-Ergebnisse

Ergebnisse zum Thema Marketing-Maßnahmen

Aktionen vor Ort

- Traditionen für junge Menschen aufbereiten, Tradition und Moderne verbinden
- Den Eber als markenprägende Figur z.B. mit einem Wettbewerb um die beste Eber-Geschichte stärken oder Malaktionen mit Kindern bzw. eine Urban Sketching-Gruppe mit Erwachsenen organisieren
- Die Altstadt als Kulisse für historische Stadtführungen nutzen (ähnlich wie in Fallersleben), Verlauf ggf. als liegende Acht
- Den Allerradweg besser beschildern, um Vorsfelde auf dem Radweg frühzeitig erkennbar zu machen
- Die Flora des Drömlings Groß und Klein näher bringen, z.B. in Form von Schulgärten oder Kräuterwanderungen
- Das ehemals erfolgreiche Nachtrennen reaktivieren
- Barfußpfad für Familien einrichten
- Lesungen und Theater für Jedermann auf der Kirchenbühne organisieren
- Stärkere Einbindung des Kanals als Wasserweg in die Vermarktung. Durch die Einrichtung eines Bootshalles die Tourist*innen und Bootsfahrer*innen auf dem Mittellandkanal „abfangen“
- Geocaching-Stationen einrichten



Gesammelte Ergebnisse zur Profilierung von Vorsfelde

Workshop-Ergebnisse

Ergebnisse zum Thema Marketing-Maßnahmen

Print

- Willkommenstafeln im Eingangsbereich in den Stadtteil aufstellen
- Schilder mit Fun Facts an den historischen Häusern
- Die Figur des Ebers als Erkennungsmerkmal für alle Zielgruppen stärker bewerben, um Identität zu schaffen (Sprüschablone für die Straßen, Plüschtier, Geschenk, Toniefigur mit einer Ebergeschichte für Kleinkinder). Den Eber als Logo sichtbarer machen.
- Reise- und Tourist*innenführer, „Vorsfelder Lieblinge“ nach dem Beispiel „Wismars Lieblinge“ herausbringen (auch digital)
- Gastronomieangebot besser bewerben, z.B. in Flyer aufnehmen, um Menschen aus der Stadtmitte nach Vorsfelde zu „locken“
- Merchandise-Artikel herausbringen, die auch für Jugendliche ansprechend sind, z.B. „Vorsfelder-Hoodie“, Handyhüllen etc.
- Eber als einen Infostand in der Stadt aufstellen, um über die Veranstaltungen, Aktionen, Angebote zu informieren



Gesammelte Ergebnisse zur Profilierung von Vorsfelde

Workshop-Ergebnisse

Ergebnisse zum Thema Marketing-Maßnahmen

Online

- QR-Codes an den „Lieblingen“ einbetten (aktuelles Projekt des Heimatvereins)
- Vorsfelde-Live-App rausbringen und bewerben, um die Vorsfelder*innen über die aktuellen Veranstaltungen, Angebote etc. digital zu informieren
- Veranstaltungsprogramm auch über jugendfreundliche Kanäle verbreiten wie z.B. Instagram, TikTok

Sonstiges

- Info-Points mit aktuellen Informationen auf den gut besuchten Orten wie z.B. Kirchenplatz oder Parkplätze einrichten
- Jugendsprechstunde anbieten, um diese Altersgruppe besser einzubinden
- Mobile Tanzbühne einrichten (Bsp. Karlstadt)
- Freies WLAN, Lademöglichkeiten an Bushaltestellen (complan)
- Flächen- und Leerstandsborse einrichten (complan)
- Spielplatz an der Kirche einrichten (complan)



Gesammelte Ergebnisse zur Profilierung von Vorsfelde

HERZLICHEN DANK FÜR IHRE IDEEN UND IHRE MITARBEIT!



Gefördert durch:



aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages

