

# WORKSHOP 1

Kultur, Tourismus und Identität



## Inhalt

1	Einleitung.....	1
2	Was soll das GEK leisten? .....	1
3	Wie bauen die Workshops aufeinander auf?.....	2
4	Was passiert mit den Ergebnissen der Workshops? .....	3
5	Aufgabenstellung Workshop .....	3
6	Ergebnisse .....	4
7	Anhang .....	10

## 1 Einleitung

Bei dem ersten Workshop zum Thema „Kultur, Tourismus und Identität“ am 23. März 2022 nahmen 19 Bürger\*innen teil. Nach der Begrüßung ging das Moderatorenteam von translake auf einige grundlegenden Informationen für die Workshopphase ein.

## 2 Was soll das GEK leisten?

Maximilian Stamm erläuterte zu Beginn, was das GEK leisten soll und welche Prozessziele damit verfolgt werden.

### **Richtschnur für die nächsten Jahre**

Das GEK soll ein visionäres Konzept für die Zukunft sein. Bei der Erarbeitung der Ziele soll darauf geachtet werden, neben kurz- und mittelfristigen Zielen, vor allem langfristige Ziele zu formulieren. Als Richtwert nennt Herr Stamm das Jahr 2035. Vieles, was heute noch nicht greifbar scheint, könne bis dahin erreicht werden.

### **Ziele und Maßnahmen für die Zukunft in Kernen**

Akute Missstände und Veränderungswünsche können auch im GEK genannt werden, jedoch sind es mehr die Ideen einer zukunftsgerichteten Entwicklung welche den Einzug ins GEK schaffen sollen. Wie soll Kernen einmal sein? Wo können wir noch besser werden? Was braucht es für im Jahr 2035? Das sind die Fragen, welche wir bei der Ziel- und Maßnahmenarbeit beantworten sollen.

### **Steigerung der Lebensqualität**

Ein zentraler Grund für die Erstellung eines GEK ist die Erhaltung, viel mehr noch die Steigerung der aktuellen Lebensqualität. In der vorgeschalteten Bürger\*innen-Umfrage waren über 90 % der Befragten mit der Lebensqualität zufrieden oder sehr zufrieden, diesen Wert möchten wir auch weiterhin als Maßstab nehmen und stetig an einem Lebenswerten Kernen arbeiten.

### **Anstoß zur Eigeninitiative**

Im Rahmen der Auftaktveranstaltung am 26. Januar 2022 und der Bürger\*innen-Umfrage wurden die Bürger\*innen aufgefordert ihre Wünsche und Bedürfnisse zu äußern. Viele Ideen waren direkt an die Gemeindeverwaltung adressiert und wie eine Art „to-do“-Liste für die Verwaltung zu lesen, jedoch sind sollen die Ideen im GEK alle adressieren. Daher sollen auch Ziele und Maßnahmen formuliert werden, die durch Vereine, Initiativen, Verbände oder durch Bürger\*innen selbst umgesetzt werden. Das GEK soll nicht nur Nutzen sondern auch Verantwortung unter allen beteiligten Aufteilen, alle in Kernen sind zu einem kleinen Stück selbst gefragt, wenn es darum geht die Gemeinde noch Lebenswerter zu machen.

### **Selbstwirksamkeit und Einfluss erfahren**

Wenn Aufgaben von Bürger\*innen mit übernommen werden können, wenn im Rahmen der Workshops aktive Beteiligung ermöglicht wird, so können alle beteiligten Selbstwirksamkeit und direkten Einfluss erfahren. Es geht im Rahmen der Workshops nicht darum ein Projekt oder ein Ziel endgültig zu beschließen, sondern darum dessen Nutzen, Aufwand, Berührungspunkte und Auswirkungen zu analysieren und bei entsprechender Eignung der Verwaltung und dem Gemeinderat vorzuschlagen.

### **Verständnis und Einblick erhalten**

In einer Gemeinde gibt es vorrangig drei Akteure. Die Politik, die Gemeindeverwaltung und die Bürger\*innen. Alle Akteure haben ihre eigene Sichtweise auf die Geschehnisse und eigene Rolle im Alltag. Dennoch überschneiden sich Bedürfnisse, Zuständigkeiten, Wünsche, Pflichten und Rechte. Im Rahmen der Erarbeitung des GEK möchten wir Einblick in die jeweiligen Sichtweisen geben und für Verständnis untereinander werben.

### **Vernetzung und Gemeinschaft**

Ein Ziel welches nur bedingt Einzug ins GEK finden wird, ist das Erlebnis, das GEK mit zu erarbeiten. Alle, die sich mit einbringen und sich untereinander austauschen werden in diesem Prozess neben fachlichen Hintergründen auch viele neue Perspektiven und Menschen kennen lernen. Auch der Weg hin zu einem GEK kann eine Gemeinschaft und eine Gemeinde stärken.

## **3 Wie bauen die Workshops aufeinander auf?**

Im ersten Workshop werfen die Teilnehmenden gemeinsam einen Blick auf die Ergebnisse der Umfrage und der Auftaktveranstaltung. Ebenfalls wurden von der Gemeindeverwaltung alle Hinweise aus der Auftaktveranstaltung gesichtet und entsprechend ihres Bearbeitungsstatus eingeteilt. Diese Daten dienen den Besucher\*innen des ersten Workshops als Basis, auf welcher sie Ziele definieren.

Die Teilnehmenden des zweiten Workshops greifen die im ersten Workshop definierten Ziele auf und erarbeiten gemeinsam Strategien zur Zielerreichung. Hierfür sollen bereits genannte Maßnahmen, bestehenden Konzepte oder auch neu erarbeitete Ideen näher betrachtet und analysiert werden. Im Rahmen der Analyse sollen Zuständigkeiten, Wirksamkeit, Zeit, Aufwand und weitere Aspekte der Maßnahmen geprüft werden.

Im dritten Workshop kann zum einen an den Maßnahmen von Workshop 2 weitergearbeitet werden und zum anderen soll nochmal die Verbindung zu den Zielen aus Workshop 1 gebildet werden. Die Teilnehmenden sollen gemeinsam prüfen, ob die gewählten Maßnahmen untereinander vereinbar und für die Erreichung aller gesetzten Ziele dienlich sind.

#### 4 Was passiert mit den Ergebnissen der Workshops?

Die Workshopphase beinhaltet die intensivste Möglichkeit der Beteiligung im Rahmen des GEK-Prozesses. Bei insgesamt 18 Workshops zu sechs verschiedenen Themenfeldern können Bürger\*innen einbringen, mitreden, Ideen entwickeln und in den Austausch mit Politik und Verwaltung kommen. Dennoch müssen und sollen auch weitere Akteure im Prozess ihre Expertise einbringen. Hierfür werden nach jedem Workshop die Mitarbeitenden der Verwaltung eingebunden und um Prüfung und ggf. Anpassung der Ergebnisse gebeten. Die Prozessbegleitung von translake achtet dabei auf größtmögliche Transparenz und einen nachvollziehbaren Bearbeitungsprozess.

Nach der Workshopphase werden die Ergebnisse den gewählten Vertreter\*innen vorgestellt und gemeinsam mit diesen eine Priorisierung, basierend auf den Empfehlungen der Bürger\*innen erarbeitet. Die Entscheidung bzw. der Beschluss des GEKs wird durch den demokratisch gewählten Gemeinderat erfolgen.

#### 5 Aufgabenstellung Workshop

Nach den fachlichen und organisatorischen Informationen erklärt Frau Riedel die Aufgabenstellung für den ersten Workshop. Nach gemeinschaftlicher Betrachtung aller bisher gewonnenen Ideen, Stimmungen und Meinungen sollen die Teilnehmenden diese sinnhaft clustern und daraus Ziele für das GEK entwickeln. Frau Riedel stellt zur besseren Verständlichkeit die Kriterien von Zielen im Plenum vor.

Ein Ziel ist die Beschreibung eines **idealen Zustandes** zu einem bestimmten Zeitpunkt.

Ein Ziel kann **kurz-, mittel oder langfristig** sein.

Ein Ziel **beinhaltet keine Maßnahmen**, wie es zu erreichen ist.

Ein Ziel ist **Voraussetzung für daran anknüpfende Maßnahmen**.

Weiterhin stellt Frau Riedel als Hilfestellung das Konzept SMARTer Ziele vor:

- Spezifisch – So konkret und präzise wie möglich
- Messbar – Anhand von Daten überprüfbar, ob das Ziel am Ende erreicht wurde
- Attraktiv – Motivierend, angemessen und von allen akzeptiert
- Realistisch – Umsetzbar und nicht utopisch
- Terminiert – Fristen und Zeithorizont einplanen

Nach diesem Konzept sollen die formulierten Ziele möglichst viele der fünf Attribute enthalten. So können die Ziele im Nachgang besser überprüft, evaluiert oder angepasst werden.

Die Teilnehmenden konnten sich in den folgenden drei Themengruppen zusammenfinden.

- Kultur
- Tourismus
- Identität

Mithilfe der Hinweise aus der Auftaktveranstaltung vom 26. Januar 2022 und den dazugehörigen Antworten der Gemeinde konnten die Teilnehmenden Ideen sammeln und Ziele formulieren.

## 6 Ergebnisse

Im Folgenden sind in tabellarischer Form die wörtlichen Hinweise der Teilnehmenden des Workshops zu Zielen und Maßnahmen zusammengefasst. Hinter einigen Hinweisen der Teilnehmenden sind entweder ein schwarzes oder weißes Karo-Symbol. Dies ist der Fall, wenn der Hinweis besser zu einem anderen Handlungsfeld passt und dorthin verschoben wird, beziehungsweise aus einem anderen Handlungsfeld kommt:

- ◆ wird an Handlungsfeld XY weitergereicht
- ◇ kommt von Handlungsfeld YX

Im Folgenden ist eine Übersicht der Handlungsfelder abgebildet.

Handlungsfeld 1	Klima, Natur und Umwelt
Handlungsfeld 2	Bauen, Wohnen und Städtebau
Handlungsfeld 3	Soziales, Jugend, Familie und Senior*innen
Handlungsfeld 4	Kultur, Tourismus und Identität
Handlungsfeld 5	Wirtschaft und Landwirtschaft
Handlungsfeld 6	Mobilität

Im Anhang sind ebenfalls in tabellarischer Form die wörtlichen Hinweise der Teilnehmenden des Workshops wiedergegeben.

## Ziele und Maßnahmen zum Thementisch „Kultur“

Aus den Hinweisen der Teilnehmenden abgeleitete Ziele und Maßnahmen.

Thema	Hinweise	Ideen
<b>Kommunikation vorhandener Angebote</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Kultur Kommunikationen gebündelter kommunizieren</li> <li>- Künstlerhaus?</li> <li>- <u>Alle</u> Veranstaltungen summiert rechtzeitig veröffentlichen z.B. monatlich auf 1 Tafel / 1 Seite</li> <li>- Mitteilungsblatt als Informationsquelle besser nutzen /Nicht weniger Text, sondern Piktogramme-Blickfänger)</li> <li>- Vorhandenes Angebot breiter kommunizieren (innerhalb und außerhalb)</li> <li>- Zielgruppengerechte Kommunikationskanäle für Angebote</li> <li>- Die vorhandene kulturelle Vielfalt sollte besser vermarktet werden</li> <li>- Bessere Kommunikation nach außen notwendig</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Einheitlicher Veranstaltungskalender mit Vorschau 4-6 Monate zentral in Rom + Stetten + Hangweide + Internet auf Gemeindehomepage für Gemeinde und Privatveranstaltungen z.B- KuKuK</li> <li>- „Kerner“ Kultur auf Social Media auf 1 Seite darstellen → Übereinlich</li> <li>- <u>2035: Öffentliches Kulturbarometer</u> (öffentlich visualisiert) Kritik und Lob (Eingabemöglichkeit über Handy) etc.</li> </ul>
<p><b>Wir in Kernen nutzen diverse Kanäle und wählen zielgruppengerechte Medien um möglichst viele Menschen zu erreichen.</b></p>		

Thema	Hinweise	Ideen
<b>Kulturelles Angebot generell verbessern und erweitern</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Geflüchtete in kulturelle Angebote integrieren</li> <li>- Privat organisierte Ausstellungen ermöglichen</li> <li>- 2035: Angebot muss diversifizierter werden: Jünger, mobiler, günstiger, inklusiver</li> <li>- Kultur Pass (Gemeinde + Vereine) Kultur zugänglich machen ⇨HF3</li> <li>- Kontingent von günstigen Tickets für ärmere (Veranstaltungen) ⇨HF3</li> <li>- Kultur benachteiligten Gruppen zugänglich machen ⇨HF3</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Vorträge Allmende weiterführen</li> <li>- Private Kulturschaffende (KuKuK etc.) in der Angebotslandschaft sichtbar machen</li> </ul>
<p><b>Wir in Kernen streben ein buntes kulturelles Leben an, in dem sich verschiedenste Akteur*innen (Kulturschaffende, Diakonie, Vereine, private Initiativen, ...) einbringen und teilhaben können.</b></p>		

Thema	Hinweise	Ideen
<b>Kernen braucht einen „Kulturraum“</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Notwendig wäre ein „Kulturraum“ z. B. in einer alten Fabrikhalle für Auszahlungen, Alternative / Kulturveranstaltungen in kleinem Rahmen</li> <li>- Kulturveranstaltungsräume für Kultur x% - freischalten (ohne Kostenfokus)</li> <li>- Kulturorte für externe Kulturanbieter attraktiv gestalten</li> <li>- In die Hangweide muss dringend ein Raum für kulturelle Veranstaltungen!</li> <li>- Ziel: Integration Hangweide in Kernen</li> <li>- Bücherei</li> <li>- Raum für alle (Repaircafe Tauschbörse Skatspiel ...)</li> <li>- Erreichbarkeit für alle</li> <li>- Begegnungsraum f. alle (Ankerort)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Kerner Kulturquote für alle Veranstaltungsräume (nicht unter Beachtung der Wirtschaftlichkeit)</li> <li>- Auslastung Bürgerhaus garantieren</li> <li>- Ortsbüchereien (für Kleinkinder) müssen vor Ort bleiben</li> <li>- Kernen braucht eine Mediathek</li> </ul>
<b>Wir in Kernen haben Orte für Kultur und Begegnung für alle Interessierten</b>		

## Ziele und Maßnahmen zum Thementisch „Tourismus“

Aus den Hinweisen der Teilnehmenden abgeleitete Ziele und Maßnahmen.

Thema	Hinweise	Ideen
<b>Selbstverständnis als Freizeit- und Tourismusstandort</b>	<b>Was wollen wir?</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Tourismusstrategie ausgerichtet an der Identität (wofür wollen wir stehen?)</li> <li>- Tourismus vs. Lebensqualität Einwohner</li> <li>- Übernachtungsmöglichkeiten für günstigeres Preisniveau z.B. für Bikepark</li> <li>- Autofreie Zone Ste-Rom-Hangw. Mit kleinen Hilfsmitteln wie Elektroräder</li> <li>- Eisdiele</li> <li>- Cafés</li> <li>- <u>Bike-Park!</u> Bessere Ausschilderung der Parkplätze</li> <li>- Kirbe-Jahrgang ins Leben rufen</li> <li>- Stausee?</li> <li>- Thema „Wein“ präserter präsentieren</li> <li>- Kernen als überregional bekannte Tourismusmarke</li> <li>- Es werden Rahmenbedingungen für mehr gastronomische Vielfalt geschaffen</li> <li>- Heimatmuseum Mit eigener Personalstelle (Konzeption, Öffnungszeiten)</li> <li>- Nicht nur auf Wein zuspitzen, weil Rommelshausen ist kein Weinort</li> </ul>	<b>Was können wir bieten?</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Kugelbahn</li> <li>- Biergarten</li> <li>- Große Weinfeste z.B. in der Kelter</li> <li>- Maibaumfest</li> <li>- Kirbe</li> <li>- Straßenfest</li> <li>- Gesunde, intakte Umwelt</li> <li>- Kernen ist ein attraktiver Standort zur Naherholung für seine BürgerInnen</li> <li>- Besen Angebote sollten unbedingt weiter bestehen!</li> <li>-</li> </ul>
<b>Wir in Kernen etablieren uns als attraktiven, nachhaltigen und naturnahen Standort mit Freizeit- und Erholungsangeboten für Einheimische und Gäste.</b>		

## Ziele und Maßnahmen zum Thementisch „Identität“

Aus den Hinweisen der Teilnehmenden abgeleitete Ziele und Maßnahmen.

Thema	Hinweise	Ideen
<b>Verbindung zwischen den Ortsteilen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Identitätsfindung: Stetten müsste sich mehr mit Kernen identifizieren</li> <li>- Kerner Identität (= „eine Gemeinde“)</li> <li>- Freundschaft zwischen Stetten und Rom</li> <li>- Stetten als idyllischer Ort mit intakter Natur</li> <li>- Teilortfeste zu Kernen Feste entwickeln → Feste sind Identität</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Gemeinschaftliche Identität bei Erhalt der „Einzel“ örtlichen</li> <li>- Gemeinschaftliche Identität (Einheit), um nach außen sichtbar zu sein (als Tourismusstandort)</li> <li>- Orte zum Zusammenkommen schaffen</li> <li>- Regionaler Markt in Stetten</li> </ul>
<p><b>Wir in Kernen wachsen näher zusammen.</b></p> <p><b>Wir bewahren und entwickeln den eigenen Charakter unserer Ortsteile.</b></p>		

Thema	Hinweise	Ideen
<b>Inklusion und Integration</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Diakonie gehört zu unserer Identität</li> <li>- Identität für alle (inkl. Migrant, arm, reich, alt, jung)</li> <li>- Vorhandene Identitäten mehr zulassen + stützen + neue Identitäten zulassen</li> <li>- Aufnehmende, keine ausgrenzende Identität</li> <li>- Dass mehr Menschen mit Migrationshintergrund zu Veranstaltungen kommen (mehr Transparenz)</li> <li>- Gelebte Inklusion</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Willkommensgruß analog (Material vorhanden, ungenutzt)</li> <li>- Öffentlich visualisierter „Ich-fühle-mich-integriert-Barometer Kriterien:           <ul style="list-style-type: none"> <li>&gt;Gute Erlebnisse / Schlechte Erlebnisse</li> <li>&gt;Angebote zum Mitmachen</li> <li>&gt;online</li> </ul> </li> <li>-</li> </ul>
<p><b>Wir in Kernen verstehen uns als eine offene Gemeinschaft, in der alle dazugehören und einen Platz finden.</b></p>		



Thema	Hinweise	Ideen
<b>Marke Kernen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Diakonie in Marke Kernen (stärker) einbinden</li> <li>- Altbestand an Häusern erhalten + pflegen; Plätze erhalten</li> <li>- Dörflichen Charakter bewusst erhalten (gilt <u>nicht</u> nur für Gebäude)</li> <li>- Identität stärken + gleichzeitig global denken (internationale Partnerschaften weiter stärken) Internationale Partnerschaften als Teil der Marke Kernen weiter ausbauen</li> <li>- Marke Kernen schaffen mit Claim / „Corporate Identity“ + nach außen tragen (Winzer &amp; Landwirte, Künstler, diakonische Einrichtung). Bewusstsein für Einzigartigkeit der Menschen in Kernen schaffen + Leistungen der Menschen (z. B. Bürgerbeteiligung, „Diakonie-Subkultur“)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Schnupper-Zutritt für ortsspezifische „Kultur“-Angebote</li> <li>- Mitteilungsblatt als wichtigstes Infoblatt Kernens aufbohren (z.B. farbig, mehr Abbildungen)</li> <li>- Identität auf allen Kanälen kommunizieren (auch Social Media) + kurze Wege erhalten (z.B. Freibad in Ortsmitte) + Zugänge</li> <li>- Ortsführungen auch für überregional (professionalisiert)</li> <li>- Analoges Material (Publikationen zur Kommune) unterberichtet</li> <li>- Klimaneutraler, müllfreier Tourismus</li> </ul>
<p><b>Wir in Kernen wissen um unsere Stärken und kommunizieren diese nach innen und außen.</b></p> <p><b>Wir in Kernen kennen unsere Wurzeln als idyllischer Weinort und entwickeln uns zukunftsgerichtet und nachhaltig.</b></p>		

## 7 Anhang

Im Folgenden sind die wörtlichen Hinweise der Teilnehmenden in tabellarischer Form abgebildet.

### Kultur

<b>Ideensammlung</b>
Preise (€) anpassen
Künstlerhaus?
<b>Unsere Ziele</b>
Kultur Kommunikationen gebündelter kommunizieren
2035 Handy- / Onlinebasierte Kultur- Impulse- Steuerung
<div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;"> <div style="text-align: center;"> <p>➤ Mitmachangebote Consulter / Unterstützer</p> </div> <div style="text-align: center;"> <p>↔ Anbieter ↔ Mitmacher</p> </div> </div>
Alle Veranstaltungen summiert rechtzeitig veröffentlichen z.B. monatlich auf 1 Tafel / 1 Seite
Mitteilungsblatt als Informationsquelle besser nutzen /Nicht weniger Text, sondern Piktogramme- Blickfänger)
2035 Öffentliches Kulturbarmeter (öffentlich visualisiert)
Kriterien z.B.:
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Kritik (Eingabemöglichkeit über Handy)</li> <li>- Lob (Eingabemöglichkeit über Handy)</li> <li>- Neue Ideen</li> </ul>
Vorhandenes Angebot breiter kommunizieren (innerhalb und außerhalb)
„Kerner“ Kultur auf Social Media auf 1 Seite darstellen → Über-vereinlich
Zielgruppengerechte Kommunikationskanäle für Angebote
Vorträge Allmende weiterführen
2035 Muss diversifizierter werden. Z. B.:
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Jünger</li> <li>- Mobiler</li> <li>- Günstiger</li> <li>- inklusiver</li> </ul>
Mediathek Standort
<ul style="list-style-type: none"> <li>➔ Hangweide</li> <li>➔ Aber m. Mobilitätskonzept</li> <li>➔ Erreichbarkeit f. alle</li> </ul>
Mediathek → no
<ul style="list-style-type: none"> <li>➔ Begegnungsraum f. alle (Ankerort)</li> <li>➔ Cafe</li> <li>➔ Bücherei</li> <li>➔ Raum f. alle (Repaircafe Tauschbörse Skatspiel ...)</li> </ul>
Notwendig wäre ein „Kulturraum“
z. B. in einer altern Fabrikhalle für Auszahlungen, Alternative / Kulturveranstaltungen in kleinem Rahmen
Einheitlicher Veranstaltungskalender mit Vorschau 4-6 Monate zentral in Rom + Stetten + Hangweide + Internet auf Gemeinhomepage für Gemeinde und Privatveranstaltungen z.B- KuKuK
Privat organisierte Ausstellungen ermöglichen
Private Kulturschaffende (KuKuK etc.) in der Angebotslandschaft sichtbar machen

Kerner Kulturquote für alle Veranstaltungsräume (nicht unter Beachtung der Wirtschaftlichkeit)
Auslastung Bürgerhaus garantieren
Ortsbüchereien (für Kleinkinder) müssen vor Ort bleiben!
Die vorhandene kulturelle Vielfalt sollte besser vermarktet werden
Bessere Kommunikation nach außen notwendig
Kulturveranstaltungsräume für Kultur x% - freischalten (ohne Kostenfokus)
Kulturorte für externe Kulturanbieter attraktiv gestalten
Geflüchtete in kulturelle Angebote integrieren
In die Hangweide muss ringend ein Raum für kulturelle Veranstaltungen!
Ziel: Integration Hangweide in Kernen

## Tourismus

<b>Ideensammlung</b>
Tourismus vs. Lebensqualität Einwohner
Kugelbahn
Kein ruhiger, nur romantischer, erholsamer Weinort. Unsere Kinder laufen weg
Biergarten
Große Weinfeste z.B. in der Kelter
Nachtruhe
Maibaumfest
Kirbe
Straßenfest
Kugelbahn am Haldenbach
Wo findet man Erklärungen für die kryptischen Wanderwegbezeichnungen?

<b>Unsere Ziele</b>
Tourismusstrategie ausgerichtet an der Identität (wofür wollen wir stehen?) ➔ Welche Art von Tourismus wollen wir?
Thema „Wein“ präserter präsentieren
Gesunde, intakte Umwelt
Stausee?
Autofreie Zone Ste-Rom-Hangw. Mit kleinen Hilfsmitteln wie Elektroräder
Übernachtungsmöglichkeiten für günstigeres Preisniveau z.B. für Bikepark
Heimatmuseum
Mit eigener Personalstelle (Konzeption, Öffnungszeiten)
Welche Art von Tourismus wollen wir + was haben wir davon?
Kirbe-Jahrgang ins Leben rufen
Besen Angebote sollten unbedingt weiter bestehen!
Nicht nur auf Wein zuspitzen, weil Rommelshausen ist kein Weinort
Kernen ist ein attraktiver Standort zur Naherholung für seine BürgerInnen
Es werden Rahmenbedingungen für mehr gastronomische Vielfalt geschaffen
<u>Bike-Park!</u> Bessere Ausschilderung der Parkplätze
Kernen als überregional bekannte Tourismusmarke
Eisdiele
Cafés

## Identität

<b>Ideensammlung</b>
Marke Kernen
Verbindung zwischen Ortsteilen
Idyllischer Weinort

  

<b>Unsere Ziele</b>
Willkommensgruß analog (Material vorhanden, ungenutzt)
Diakonie gehört zu unserer Identität → Diakonie in Marke Kernen (stärker) einbinden
Identität für alle (inkl. Migrant, arm, reich, alt, jung)
Identitätsfindung: Stetten müßte sich mehr mit Kernen identifizieren
Kerner Identität (= „eine Gemeinde“)
Freundschaft zwischen Stetten und Rom
Vorhandene Identitäten mehr zulassen + stützen + neue Identitäten zulassen
Gemeinschaftliche Identität bei Erhalt der „Einzel“ örtlichen
Gemeinschaftliche Identität (Einheit), um nach außen sichtbar zu sein (als Tourismusstandort)
Aufnehmende, keine ausgrenzende Identität
2035
Schnupper-Zutritt für ortsspezifische „Kultur“-Angebote
2035
Öffentlich visualisierter „Ich-fühle-mich-integriert-Barometer
Kriterien:
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Gute Erlebnisse / Schlechte Erlebnisse</li> <li>- Angebote zum Mitmachen</li> <li>- online</li> </ul>
Mehr ortsteilübergreifende Vereine (Ortsgemeinschaft)
Mitteilungsblatt als wichtigstes Infoblatt Kernens aufbohren (z.B. farbig, mehr Abbildungen)
Stetten als idyllischer Ort mit intakter Natur
Orte zum Zusammenkommen schaffen
Dass mehr Menschen mit Migrationshintergrund zu Veranstaltungen kommen (mehr Transparenz)
Altbestand an Häusern erhalten + pflegen; Plätze erhalten
Dörflichen Charakter bewusst erhalten (gilt <u>nicht</u> nur für Gebäude)
Teilortfeste zu Kernen Feste entwickeln → Feste sind Identität
Gelebte Inklusion
Regionaler Markt in Stetten
Identität auf allen Kanälen kommunizieren (auch Social Media)
+ kurze Wege erhalten (z.B. Freibad in Ortsmitte) + Zugänge
Identität stärken + gleichzeitig global denken (internationale Partnerschaften weiter stärken)
Internationale Partnerschaften als Teil der Marke Kernen weiter ausbauen
Wenn Tourismus, dann wenn dieser klimaneutral, ohne Müll, Belästigung oder Probleme für die Kernener
Ortsführungen auch für überregional (professionalisiert)
Analoges Material (Publikationen zur Kommune) unterberichtet
Kernen 2025! 50 Jahre Publikation mit Visionen für Zukunft sowie Rückschau
Marke Kernen schaffen mit Claim / „Corporate Identity“ + nach außen tragen (Winzer & Landwirte, Künstler, diakonische Einrichtung)
<ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; Bewusstsein für Einzigartigkeit der Menschen in Kernen schaffen + Leistungen der Menschen (z. B. Bürgerbeteiligung, „Diakonie-Subkultur“)</li> </ul>