

Zukunft Bad Schwalbach



BAD SCHWALBACH

Das Stadtleitbild





Impressum

Herausgeber

Magistrat der Stadt Bad Schwalbach
Adolfstraße 38
65307 Bad Schwalbach
Telefon 06124 500-0
Telefax 06124 500-199
E-Mail: stadt@bad-schwalbach.de
www.bad-schwalbach.de

Konzeption und Redaktion

Jutta Lamy, Jutta Lamy Public Relations, Kronberg

Fotonachweis

Jan Bruns, Christoph Düpper, Martin Fromme, Martin Hußmann, Jutta Lamy,
Richard van Rijn, Stadt Bad Schwalbach, Heiko Rhode/HHV, Peter Wolf

Illustration

Michael Apitz-Art 2016/Martin Hußmann

Grafische Gestaltung und Gesamtherstellung

Gerlinde Reckels, rsrdesign, Wiesbaden

Druck

wir-machen-druck.de

© November 2019

Alle Rechte vorbehalten

Dieses Werk ist in allen seinen Teilen urheberrechtlich geschützt. Jegliche Verwendung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechts bedarf der vorherigen schriftlichen Zustimmung des Herausgebers. Dies gilt insbesondere für Vervielfältigungen wie Fotokopie, Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Medien sowie für Übersetzungen – auch bei einer entsprechenden Nutzung für Unterrichtszwecke.



Inhalt

🕒	Vorwort	3
🕒	Was ist ein Stadtleitbild?	4
🕒	Die Leitbilder:	
AG ①	Bahnanschluss	6
	Öffentlicher Nahverkehr	8
	Kfz-Verkehr	10
	Wirtschaft	12
	Digitalisierung	14
	Umwelt, Natur, Energie, Klimaschutz	16
AG ②	Marke	18
	Marketing & Tourismus	20
AG ③	Sport	22
	Veranstaltungen, Kultur & Freizeit	24
AG ④	Bauen & Wohnen	26
	Stadtbild & Stadtteile	28
AG ⑤	Familie & Soziales	30
	Jugend	34
	Gesundheit	36
AG ⑥	Ehrenamtliches und bürgerschaftliches Engagement	38
AG ⑦	Integration	41
🕒	Bürgerumfrage	44
🕒	Lenkungsgruppe	48
🕒	Danksagung	49





Liebe Mitbürgerinnen und Mitbürger,



knapp ein Jahr nach der unvergesslichen Landesgartenschau in Bad Schwalbach können wir hoffnungsvoll in die Zukunft blicken. Das große Gartenfest in 2018 hat Positives in unserer Kreisstadt bewirkt: Das Stadtbild hat sich deutlich verbessert. Die Bevölkerung ist enger zusammengerückt. Leben ist in unsere Stadt zurückgekehrt. Darüber hinaus haben wir zahlreiche Impulse für erfolgreiche Veränderungen erhalten. Anlass für die Stadtverordnetenversammlung, im vergangenen September das Projekt „Zukunft Bad Schwalbach“ ins Leben zu rufen. Der Auftrag an den Magistrat: In einem öffentlichen, demokratischen Prozess soll ein nachhaltiges Zukunftskonzept zur Stadtentwicklung mit konkreten Umsetzungsplänen erstellt werden.

Die Motivation in der Bevölkerung war sehr hoch. Das zeigten die rege Teilnahme an unserer Bürgerumfrage sowie die zahlreichen Aktivitäten im Rahmen des Stadtleitbild-Prozesses Bad Schwalbach. In der Auftaktveranstaltung im November 2018 haben rund 100 Bürgerinnen und Bürger Ideen für die Zukunft Bad Schwalbachs gesammelt, Themenfelder gebildet und sieben Arbeitsgruppen gegründet. Diese analysierten und bearbeiteten in den folgenden

Monaten mit großem Engagement rund 30 Themen. Zu den einzelnen Themenfeldern wurden Stärken, Schwächen und Ziele formuliert und mit teils konkreten Maßnahmevorschlägen zur Umsetzung untermauert. Die Ergebnisdokumentationen der Arbeitsgruppen sowie die Auswertung der Bürgerumfrage sind in das hier vorliegende Stadtleitbild eingeflossen.

Im Namen des Magistrats und der Stadtverordnetenversammlung danke ich allen Akteuren für die konstruktive und kooperative Mitarbeit an diesem Stadtleitbild-Prozess.

Das Stadtleitbild baut auf der Aufbruchstimmung in Bad Schwalbach auf und erfüllt sie weiter mit Leben. Es ist ein Aktionsplan, der von der Bevölkerung demokratisch entwickelt wurde und stellt die Basis für das zukünftige Handeln von Bürgerinnen und Bürgern sowie Politik und Verwaltung dar. Die Umsetzung der formulierten Projekte wird nicht immer einfach sein und ist oftmals mit erheblichen Kosten verbunden. Das Stadtleitbild unterliegt deshalb einem stetigen Prozess und soll in regelmäßigen Abständen aktualisiert werden.

Ich bin überzeugt, dass es uns mit diesem Stadtleitbild gelingen wird, Bad Schwalbach gemeinsam attraktiver zu gestalten und zukunftsweisend weiter zu entwickeln. Lassen Sie uns das Potenzial, das in unserer Stadt liegt, weiter ausschöpfen. Lassen Sie uns gemeinsam in die Zukunft von Bad Schwalbach investieren!

Ihr Bürgermeister
Martin Hußmann

Was ist ein Stadtleitbild?

Das Stadtleitbild ist das Kernprojekt für das Zukunftskonzept einer Stadt. Es beschreibt deren angestrebten, zukünftigen Entwicklungsweg. Ein Stadtleitbild beinhaltet zu allen Themenfeldern, welche die Stadt betreffen, Analysen und Schritte zur Gestaltung einer erfolgversprechenden Stadtentwicklung. Darin werden die gegenwärtigen Stärken und Schwächen sowie die Ziele für die Zukunft formuliert und Projektvorschläge zur Umsetzung anskizziert. Da das Stadtleitbild öffentlich und gemeinsam mit allen gesellschaftlichen Gruppen erarbeitet wird, ist die Entwicklung ein demokratischer Prozess. Im Gegensatz zu den herkömmlichen Stadtplanungskonzepten, die von der Politik vereinbart werden, handelt es sich bei dem Stadtleitbild um einen fortschreitenden Aktionsplan, der in regelmäßigen Abständen aktualisiert wird.

Warum braucht Bad Schwalbach ein Stadtleitbild?

Die Stadt Bad Schwalbach ist ein traditionsreicher Kur- und Erholungsort. Aber bereits die schwerpunktmäßige Ausrichtung allein auf das Kurwesen stellt ein wesentliches Problem der Stadt dar. Die Situation verschärfte sich, als der langjährig vom Land geführte Kurbetrieb mit einem relativ hohen Investitionsstau bei Gebäuden und Kurpark auf die Kommune übertragen wurde. Hinzu kam der allgemeine Einbruch der Übernachtungs- und Gästezahlen aufgrund des Rückgangs der sozialversicherungsfinanzierten

Wir wollen Bad Schwalbach attraktiver und liebenswerter machen.

Und dazu brauchen wir ein Leitbild ?



Das Stadtleitbild ist eine Projektion in die Zukunft Bad Schwalbachs!

Kuren im Rahmen der Gesundheitsreformen in den neunziger Jahren des vorigen Jahrhunderts.

Der Strukturwandel hinterließ seine Spuren: Probleme beim örtlichen Einzelhandel und Gastgewerbe führten zu Leerständen, die deutlich sichtbar das Stadtbild beeinträchtigen. Die teilweise vorhandene historische Substanz wurde dadurch zusätzlich in Mitleidenschaft gezogen. Insbesondere die Übernahme der staatlichen Kureinrichtungen 2004 stellte Bad Schwalbach vor eine historische Herausforderung. Nach über 70 Jahren wurde die Kreisstadt wieder zur eigenständigen Kurstadt und hatte die Chance, sich neu zu orientieren. Ein zukunftsfähiges, finanziell tragbares Konzept zwischen Tradition und Innovation war notwendig. Leider wurden die bisherigen, nur in Ansätzen formulierten Planungskonzepte wieder zu den Akten gelegt.

Die Landesgartenschau im vergangenen Jahr hatte einen nachhaltigen Effekt und setzte starke Impulse für eine gezielte Stadtentwicklung. Das zeigte die enorme Aufbruchstimmung in der Bevölkerung Bad Schwalbachs im Anschluss an das große Event. Dies war die Geburtsstunde für ein neues, integratives Planungskonzept. Ziel dieses Stadtleitbildes ist es, die Attraktivität Bad Schwalbachs als Wohn-, Arbeits-, Tourismus- und Kulturstandort weiter auszubauen und zu stärken.

Wie ist das Stadtleitbild entstanden?

Am 10. September 2018 beschloss die Stadtverordnetenversammlung, ein Projekt „Zukunft Bad Schwalbach“ zu initiieren. Dazu wurde der Magistrat beauftragt, ein nachhaltiges Zukunftskonzept zur Stadtentwicklung zu erarbeiten und der Stadtverordnetenversammlung zur Beratung vorzulegen. Das Zukunftskonzept soll öffentlich, gemeinsam mit Mitbürgern, Vereinen, kirchlichen Institutionen, Arbeitsgruppen sowie Gewerbetreibenden und Gastronomen erarbeitet werden. Das Staatsbad und die Konzepte der Landesgartenschau GmbH (u.a. das touristische Entwicklungskonzept und das Nachnutzungskonzept) sind einzu-beziehen.

Bei der Auftaktveranstaltung am 7. November 2018 im Bürgerhaus Hettenhain rief Bürgermeister Martin Hußmann die rund 100 anwesenden Bürgerinnen und Bürger auf, die Zukunft Bad Schwalbachs aktiv mitzugestalten. Damit bahnte er den Prozess für das Leitbild an, das ein wichtiger Baustein für den zukünftigen Entwicklungsweg der Stadt ist. Die Teilnehmer konnten ihre Ideen und Anregungen auf die Frage „Was bewegt Sie in Bad Schwalbach?“ einbringen und gemeinsam in die unterschiedlichen Themenfelder einordnen. Am Ende der Veranstaltung wurden sechs Arbeitsgruppen zu mehr als 25 Themenbereichen gebildet. Ein weiterer Arbeitskreis bildete sich noch im Verlauf des Prozesses. Ob Marketing, Tourismus, Verkehr, Familie, Kultur oder Stadtbild – mit großem Engagement und Ehrgeiz haben die sieben Arbeitsgruppen im Rahmen von mehreren Meetings ihre Themen bearbeitet. Zu jedem Themenfeld wurde eine Stärken-/Schwächen-Analyse erstellt, Zielsetzungen formuliert und bereits erste Maßnahmen- sowie Projektvorschläge kreiert. Die Status-Ergebnisse wurden dann in fünf weiteren öffentlichen Plenumssitzungen präsentiert. Bei der letzten Plenumssitzung am 26. Juni lagen fast alle Ergebnisdokumentationen vor.

Parallele Bürgerumfrage auf zwei Ebenen

Parallel zu den Aktivitäten der Arbeitsgruppen führte die Stadt eine repräsentative Bürgerbefragung durch. Unter dem Titel „Wie sehen Sie Bad Schwalbach?“ wurde ein sechsseitiger Fragebogen mit 18 Fragen verschickt. Angeschrieben wurden 1.011 Bürgerinnen und Bürger der Stadt, die eine repräsentative Stichprobe bildeten und auf die ge-

samte Bevölkerung der Kreisstadt schließen lassen. Mittels Zufallsgenerator wurden die Befragten ausgewählt. Ziel war es, die Bedürfnisse und Einschätzungen der Bürgerschaft kennenzulernen, um diese in die erfolgversprechende und zukunftsweisende Stadtentwicklung einzubinden. Darüber hinaus nahmen im Zuge einer Kooperation mit der Nikolaus-August-Otto-Schule noch zusätzlich rund 40 Schülerinnen und Schüler aus Bad Schwalbach an der Befragung teil. Dadurch konnte die geringe Beteiligung der jüngeren Zielgruppe (16- bis 19-Jährigen) an der Bürgerumfrage aufgefangen werden.

Im Herbst wurde die Dokumentation zum Stadtleitbild nach Auswertungen aller Daten und Fakten der Stadtverordnetenversammlung übergeben.

Wie bleibt das Stadtleitbild aktiv?

Zur Umsetzung des Stadtleitbildes tagt in regelmäßigen Abständen die Lenkungsgruppe, um über die Umsetzungsreife der Projekte und weitere Maßnahmen zu entscheiden.



Das Stadtleitbild ist ein laufender Prozess

Die Lenkungsgruppe setzt sich aus Vertretern der sieben Arbeitsgruppen, der Politik und der Verwaltung zusammen. Ein weiterer Schritt ist die Ernennung von Paten für die einzelnen Schlüsselprojekte, damit diese nachhaltig umgesetzt werden können.

Das Stadtleitbild ist ein laufender Prozess, an dem ständig weitergearbeitet wird. Es wird deshalb in regelmäßigen Abständen aktualisiert.

Arbeitsgemeinschaft 1



Arbeitsgemeinschaft 1

Bahnanschluss



Teilnehmer Antje Borchert,
Till und Georgia Flassak, Heinz und Petra Krainhöfner,
Wolfgang Kreher, Sina Rampe

Vorbemerkung Hier wird das
Verkehrs-Unterthema „Bahnanschluss“ behandelt:
Eine schnelle und umweltfreundliche Erreichbarkeit
der Regionen Wiesbaden/Rhein-Main per Bahn
soll erreicht werden.

Stärken

- Teilweise noch vorhandene Infrastruktur (Gleiskörper)

Schwächen

- Aktuell ist kein Bahnanschluss im Rahmen des ÖPNV vorhanden.
- Bad Schwalbach (SWA) sitzt am Ende der geplanten Strecke für die Citybahn und hat dadurch bedingt nur eingeschränkte Mitwirkungsmöglichkeiten.
- hohe Verkehrsbelastung durch PKW, u. a. aufgrund des fehlenden Bahnanschlusses
- Damit verbunden ist eine hohe Lärm- und Umweltbelastigung.

Ziele

Wir wollen...

- ① schnelle und verlässliche Verbindungen zu Stoßzeiten mit Citybahn-Akteuren (Taunusstein) durchsetzen (Ziel: 15 Min.).
- ① mit sinnvollen Park & Ride-Plätzen ein attraktives Angebot für Pendler schaffen.
- ① effektives Haltepunkt-Konzept entlang der Mobilitätsanforderungen unter Einbeziehung der Vororte entwickeln und durchsetzen.
- ① Procitybahn-Initiative in Wiesbaden aktiv unterstützen, z.B. durch Öffentlichkeitsarbeit.
- ② Alternativen als Optionen weiterverfolgen, falls Citybahn nicht umgesetzt wird, z. B. durch Reaktivierung der Bahnstrecke (Land Hessen), Regionalbahn von Limburg über SWA nach Wiesbaden.

Teilnehmer Antje Borchert,
Till und Georgia Flassak, Heinz und Petra
Krainhöfner, Wolfgang Kreher, Sina Rampe

Vorbemerkung Hier wird das
Verkehrs-Unterthema „Öffentlicher Personennah-
verkehr“ behandelt: Eine bessere Anbindung für
Wiesbaden und den Rheingau wird angestrebt,
ebenso eine optimalere Anbindung der Stadtteile
an die Kernstadt.

Stärken

- Es gibt mind. eine stündliche Verbindung von der Kernstadt in die Stadtteile.
- Vom ZOB fahren in den Kernzeiten alle 30 Minuten Busse nach Wiesbaden.
- Zusätzlich existiert bei einigen Linien ein Rufbus-Angebot.



Schwächen

- Es gibt keine schnelle Verbindung nach Wiesbaden.
- Die Verbindung in die Stadtteile ist teilweise aufgrund des „Ringverkehrs“ unattraktiv.
- Die Randzeiten und das Wochenende sind nicht hinreichend abgedeckt.
- kein Einsatz von umweltfreundlichen Verkehrsmitteln
- Es existieren keine innovativen Verkehrsangebote.

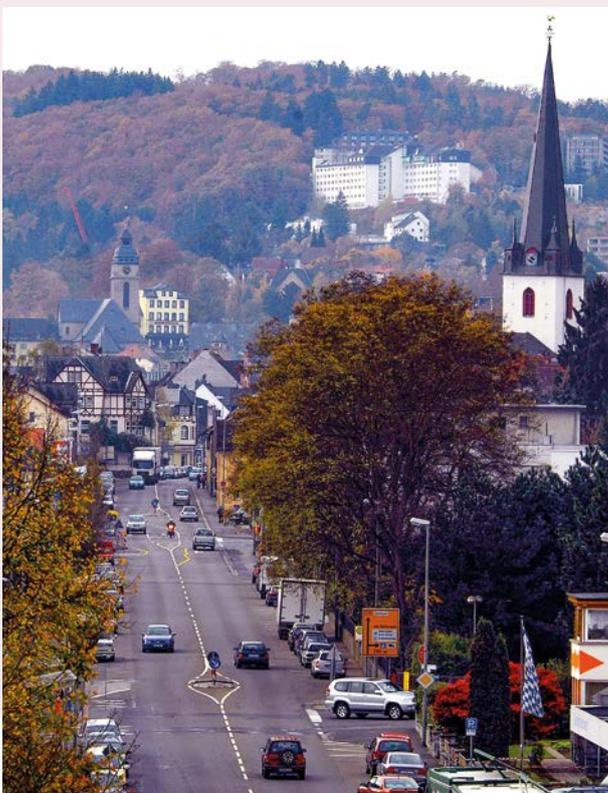
Nahverkehr ÖPNV



Ziele

Wir wollen...

- 1 mit den Verkehrsbetrieben Vorschläge zur Verbesserung des ÖPNV erarbeiten (z. B. Anruf-Sammeltaxi, flexibler Linienservice, on-demand-ridesharing).
- 2 Mitfahrgelegenheiten organisieren (z. B. Mitfahrbänke).
- 2 ein umweltfreundliches Car-Sharing-System einführen als Alternative für Strecken, die durch den ÖPNV nicht abgedeckt sind.
- 2 eine Bedarfsanalyse (Umfrage) zum ÖPNV in den Stadtteilen durchführen.
- 3 einen Bürgerbus installieren, der schwach versorgte Strecken und Zeiten kompensiert ggf. auch als on demand.



Arbeitsgemeinschaft 1

Kfz-Verkehr

Teilnehmer

Heinz und Petra Krainhöfner, Wolfgang Kreher

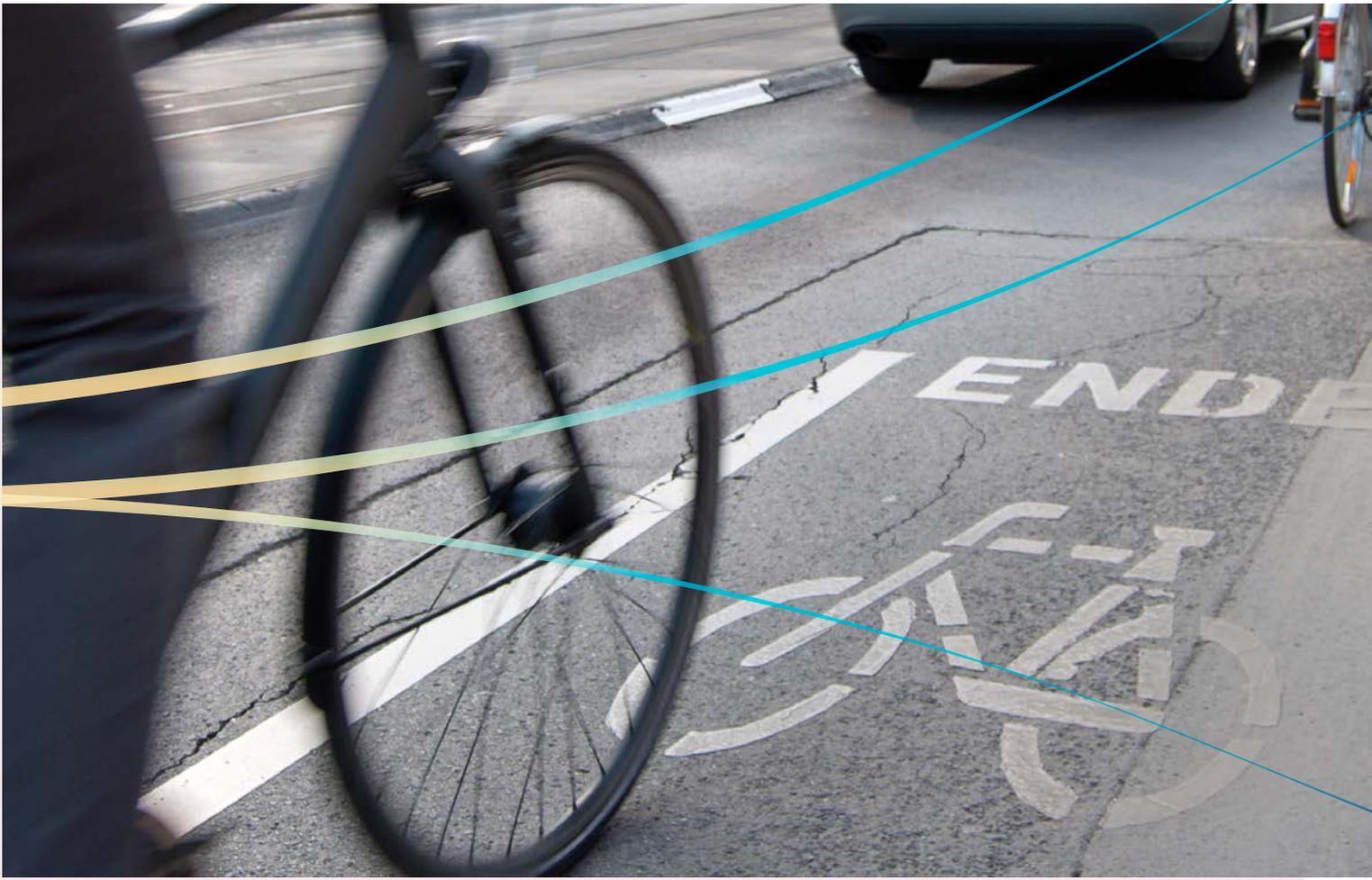
Vorbemerkung Eine signifikante Verringerung des KFZ-Aufkommens, speziell in der Kernstadt wird angestrebt.

Stärken

- alles per KFZ erreichbar
- Busverbindungen in die Region
- z. T. ausreichend Parkraum vorhanden

Schwächen

- Starke Verkehrsbelastung in der Innenstadt, dadurch:
- Gesundheitsgefahren durch hohe Lärmbelastung und Schadstoffemissionen,
- Unfallgefahren, besonders für Kinder und Ältere,
- Bummeln in Innenstadt unattraktiv.
- Verbindungsstraße von Bäderstraße zur Aarstraße (B 275) führt durch Innenstadt.
- keine Bahn-Anbindung nach „Rhein-Main“
- keine moderne Infrastruktur für Radfahrer, E-Bike, Fußgänger
- kein Wohlfühlambiente zwischen Straße am Kurpark und Schmidtbergplatz
- Uneinigkeit auf Seiten der Politik und der Bürger



Ziele

Wir wollen...

- ① vorhandene Ortsumgehungspläne voranbringen, bzw. neue Varianten prüfen.
- ① schlüssiges Parkraum-Konzept und Parkleitsystem (weiter)-entwickeln und umsetzen.
- ① Parkgebühren abschaffen.
- ① Pläne zur neuen innerstädtischen Straßenverkehrs-führung erarbeiten und verabschieden.
- ② P + R-Plätze mit SWA-Shuttle-Bus anbieten.
- ② Herabstufung der B 275 zur innerstädtischen Straße und Umgestaltung in: u. a. Fußgänger-zonen, Spielstraßen, überdachte Parkplätze, Akku-Auflade-Stationen.
- ② Radwegesysteme verbessern.





Teilnehmer Antje Borchert,
Till und Georgia Flassak, Heinz und Petra
Krainhöfner, Wolfgang Kreher, Sina Rampe

Vorbemerkung Das Thema
„Wirtschaft“ beinhaltet hier die Unterthemen
Gewerbe, Gastronomie, Einzelhandel. Sicherung
und Ausbau lokaler Arbeitsplätze sowie eine bessere
ortsnahe Versorgung und weiterer Ausbau umwelt-
freundlicher Gewerbe werden angestrebt.

Stärken

- Die Versorgung mit Gütern des täglichen Bedarfs ist in der Kernstadt hinreichend sichergestellt.
- Es existieren etablierte Versorgungszentren mit guten Parkmöglichkeiten.
- Weitere Gewerbe-Gebiete wurden bereits als Grundlage für weiteres Wachstum erschlossen.



Schwächen

- zu hoher Leerstand der Gewerbe-Immobilien
- zu hohe Fluktuation bei Gewerbe-Immobilien
- kaum Angebot für Übernachtungsgäste vorhanden
- wenig bzw. keine Einkaufsmöglichkeiten in den Stadtteilen
- Es existiert keine lokale Wirtschaftsberatung für Gewerbeinteressenten.
- Immobilien werden zu oft/zu schnell an Investoren verkauft mit nicht hinreichender Verpflichtung zu einer vereinbarten Nutzung inkl. Eckterminen (z. B. Eden Park, Moorpackungshaus).



Ziele

Wir wollen...

- ① weitere Gewerbegebiete erschließen.
- ① Einnahmen aus Vermietung/Verpachtung erhöhen durch professionelles Veranstaltungs-Management.
- ① eine professionelle lokale Wirtschaftsförderung einführen.
- ① ein Leerstandregister erstellen und publizieren/aktive Vermarktung.
- ② ein Firmenregister der SWA-Gewerbe im Internet publizieren („Wir in SWA“).
- ② Patenschaften für Wirtschaftsansiedlungen/Gewerbebegründungen anbieten.
- ② Veranstaltungen für Unternehmensgründer anbieten.
- ② das Parkraumkonzept überarbeiten, um eine gute Erreichbarkeit der Innenstadt sicherzustellen.
- ② Wiederbelebung/Stärkung von Orts-Läden in den Stadtteilen unterstützen.
- ② bei Verkäufen von strategischen Liegenschaften eine zeitlich klar terminierte Zeitachse und ein Nutzungsprofil.

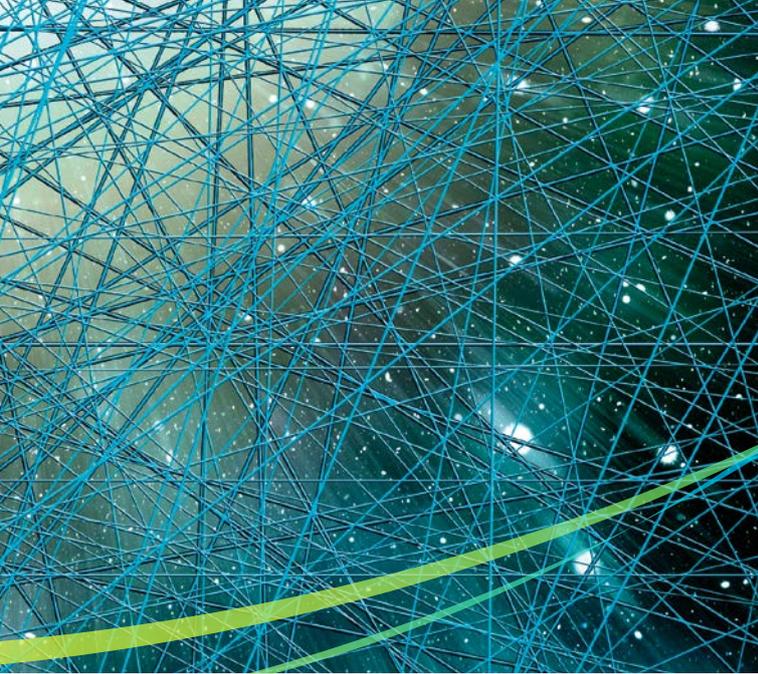
Arbeitsgemeinschaft 1

Digitalisierung



Teilnehmer Antje Borchert,
Till und Georgia Flassak, Evelin Freye,
Heinz und Petra Krainhöfner, Wolfgang Kreher,
Sina Rampe

Vorbemerkung 50 MBit überall
und jederzeit im Festnetz. Abdeckung Mobil-
versorgung in allen Stadtteilen: 6 MBit. Digitale
Mehrwertdienste anbieten, wo möglich und sinnvoll.



Stärken

- In einigen Bereichen der Kernstadt sowie in Heimbach gibt es bereits eine Versorgung von > 50 MBit.
- Es existiert eine moderne Internetpräsenz (Responsive Design, Content Management System).
- Städtische Mitarbeiter sind per E-Mail erreichbar.

Schwächen

- In der Regel ist keine schnelle Internet-Anbindung verfügbar.
- Der Ausbau der digitalen Infrastruktur liegt weit hinter den Regionen Rhein-Main, Taunusstein und Heidenrod.
- Mobilfunk als Alternative ist teuer und auch nicht schneller.
- Es gibt aktuell keine digitalen Bürgerservices.
- Das Thema Wirtschaft/Gewerbe ist digital nicht ausreichend repräsentiert.
- Bei der Suche nach Veranstaltungen/Hotels etc. in SWA werden eher Ergebnisse aus dem Umland angezeigt.

Ziele

Wir wollen...

- 1 eine Digitalstrategie für SWA erarbeiten inkl. Digital-Beauftragten.
- 1 diese Digitalstrategie in Zusammenarbeit mit den Hochschulen (Wiesbaden, Mainz) und evtl. der NAOS erstellen.
- 1 das Nutzungsverhalten auf digitalen Plattformen analysieren.
- 1 dass das Bauamt für in SWA geplante Ausbaugebiete sicherstellt, dass die Glasfaser-Versorgung grundsätzlich möglich ist.
- 2 regelmäßige Informationen zum Status des Digitalausbaus via Website veröffentlicht sehen.
- 2 die aktuell existierende Webpräsenz 1.0 in Richtung 2.0. (Content plus Interaktion).
- 2 eine SWA-Internet-Plattform.
- 2 freies WLAN in der Kernstadt.

Arbeitsgemeinschaft 1

Umwelt Natur Energie

Teilnehmer Antje Borchert,
Till und Georgia Flassak, Evelin Freye,
Heinz und Petra Krainhöfner, Wolfgang Kreher,
Sina Rampe

Vorbemerkung Das Thema
„Umwelt, Natur, Energie, Klimaschutz“ erhielt Input
von Seiten der Stadtverwaltung, während der
Vorstellung im Plenum am 5. Juni sowie von der
NaBu-Gruppe Untertaunus.

Stärken

- Naturumgebung und Kurpark der Stadt Bad Schwalbach
- LGS-Slogan und Markenkern „Natur erleben, natürlich leben“ bzw. „Hier perlt Natur“
- Naturkindergarten Hettenhain
- zahlreiche umweltbezogene Initiativen wie freie Stadtgarteninitiative Bad Schwalbach, Wundergarten, Müllsammelaktionen ...
- zahlreiche Vereine, die sich dem Thema „Umwelt/Natur“ widmen wie Kneipp Verein, Imkerverein etc.
- Gruppierung „Grüner Daumen“ pflegt die städtischen Beete.
- starker NaBu Untertaunus



Schwächen

- Ein Überblick sowie eine Klimaschutzstrategie wurden bisher nicht systematisch erarbeitet.
- Stadtbegrünung im öffentlichen Raum ist vielerorts spärlich (z. B. Brunnenstraße).
- großflächig versiegelte Flächen in der Brunnenstraße (wenig Grün, verbesserbare Ästhetik)
- Sauberkeit der Stadt zum Teil steigerungsfähig
- Radweg zwischen SWA und Taunusstein für Pendler unattraktiv
- aktuell keine Veranstaltungen zu Klimaschutzthemen
- Die Aktionstage zur Stadtsäuberung sind nicht koordiniert und vernetzt.

Klimaschutz

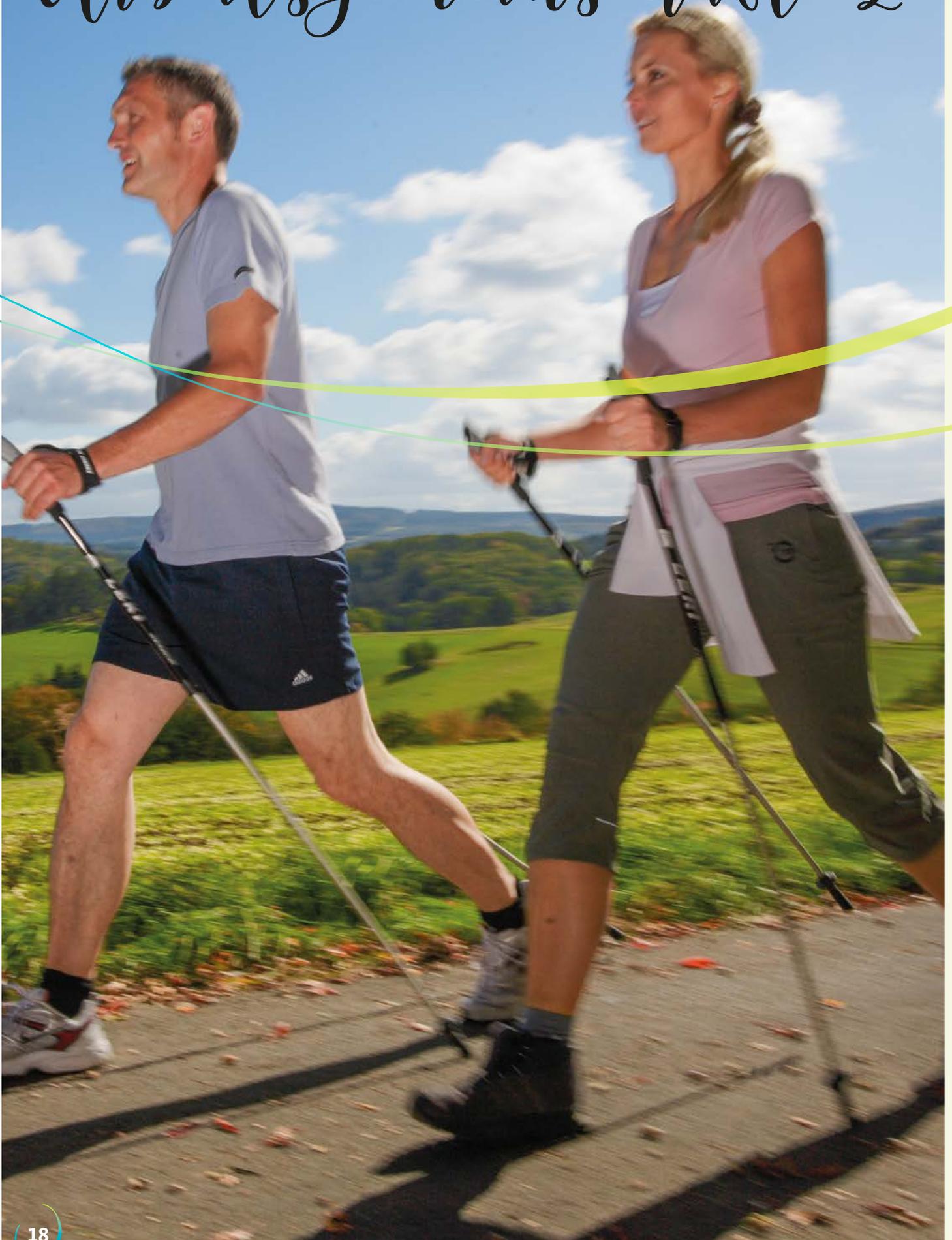


Ziele

Wir wollen...

- ① einen Aktionsplan zur Klimaschutzstrategie erstellen.
- ① ein „Sauberes Bad Schwalbach“ anstreben.
- ① dass sich der LGS-Slogan sowie der Markenkern im Stadtbild und den einzelnen Wirtschaftsbereichen widerspiegeln.
- ① Investitionen in Personal/Weiterbildungen ggf. Organisationsumstrukturierung.
- ① Anschaffung von Dienstfahrrädern (E-Bikes) für die Verwaltung. (Fördermöglichkeiten prüfen!)
- ① dass SWA Strom bis 2025 zu 55–60% und bis 2050 zu mindestens 80% aus erneuerbaren Energiequellen bezieht.
- ① dass bei Ausschreibungen Umweltkriterien einen erheblichen Anteil der Wertungspunkte ergeben.
- ② Erlebniswelten in der Natur für alle Generationen schaffen (z. B. Baumwipfelpfad).
- ② die Lärmbelästigung durch Motorradfahrer reduzieren.
- ② auf zukünftige Versiegelungen verzichten.
- ③ Veranstaltungen zu Klimaschutzthemen („Stadt im Grünen“).

Arbeitsgemeinschaft 2



Arbeitsgemeinschaft 2 Marke

Teilnehmer Hans-Georg Böcher,
Stefan Fischer, Uly Foerster, Thomas Göbel,
Klaus-Peter Hüllen, Heinz und Petra Krainhöfner,
Gerhard Müller, Markus Oberndörfer, Alexander Taitl

Vorbemerkung Bad Schwalbach
hat derzeit ein Logo mit dem Begriff „Bad Schwal-
bach“. Seit der Landesgartenschau gibt es den Slogan:
„Natürlich leben, Natur erleben“.

Stärken

- SWA hat ein durchgängiges Corporate Design, Logo und Bezeichnung sind überall zu finden.

Schwächen

- Logo und Bezeichnung sind keine Marke und eignen sich deshalb zur Vermarktung nur bedingt.
- Der Begriff „natürlich leben“ hat auf die Landesgartenschau gepasst, ist aber nicht mit den Traditionen und der Geschichte von SWA vereinbar.



Ziele

Wir wollen...

- für SWA einen Claim finden, der dem Leistungsversprechen der Stadt entspricht

Vorschlag: „Hier perlt Natur“. Dieser Begriff trifft am ehesten die Tradition und das Versprechen von Bad Schwalbach und fand bei der Präsentation in der vierten Plenumsitzung großen Anklang.



Teilnehmer Hans-Georg Böcher, Stefan Fischer,
Uly Foerster, Thomas Göbel, Klaus-Peter Hüllen, Heinz und Petra
Krainhöfner, Gerhard Müller, Markus Oberndörfer, Alexander Taitl

Vorbemerkung Marke macht Markt. Hierzu sollte
die Kreis- und Kurstadt Bad Schwalbach ihre Möglichkeiten nutzen.

Stärken

- SWA hat ein großes Outdoor-Potential wie Wandern, Walken, Radfahren, Spielen, Schwimmen.
- SWA hat seine Quellen und Moorbäder.
- SWA verfügt über eine starke Historie.
- SWA punktet mit Natur, Wald, Kurpark, frischer Luft, Reizklima.
- SWA stand lange Zeit für Gesundheit, Ruhe, Heilen/Kurort.
- SWA ist zentral gelegen zwischen Rhein-Main und der Region um Koblenz.
- SWA verfügt über attraktive Tagungsorte wie Kurhaus und Alleesaal.
- SWA ist nicht nur eine Stadt im Grünen, sondern verfügt auch über bezahlbare Wohnungen.



Schwächen

- keine breit gefächerte Hotellerie
- keine breit gefächerte Gastronomie
- kein breit gefächertes Einzelhandel
- kein breit gefächertes Wellness-Angebot
- keine regionale/überregionale Verkehrsanbindung
- keine klar definierte Marke
- keine zentrale Koordination und Planung
- keine Vermarktung mit neuen Partnern
- Produkt- anstelle Imagewerbung
- keine ortstypischen Souvenirs

Marketing & Tourismus



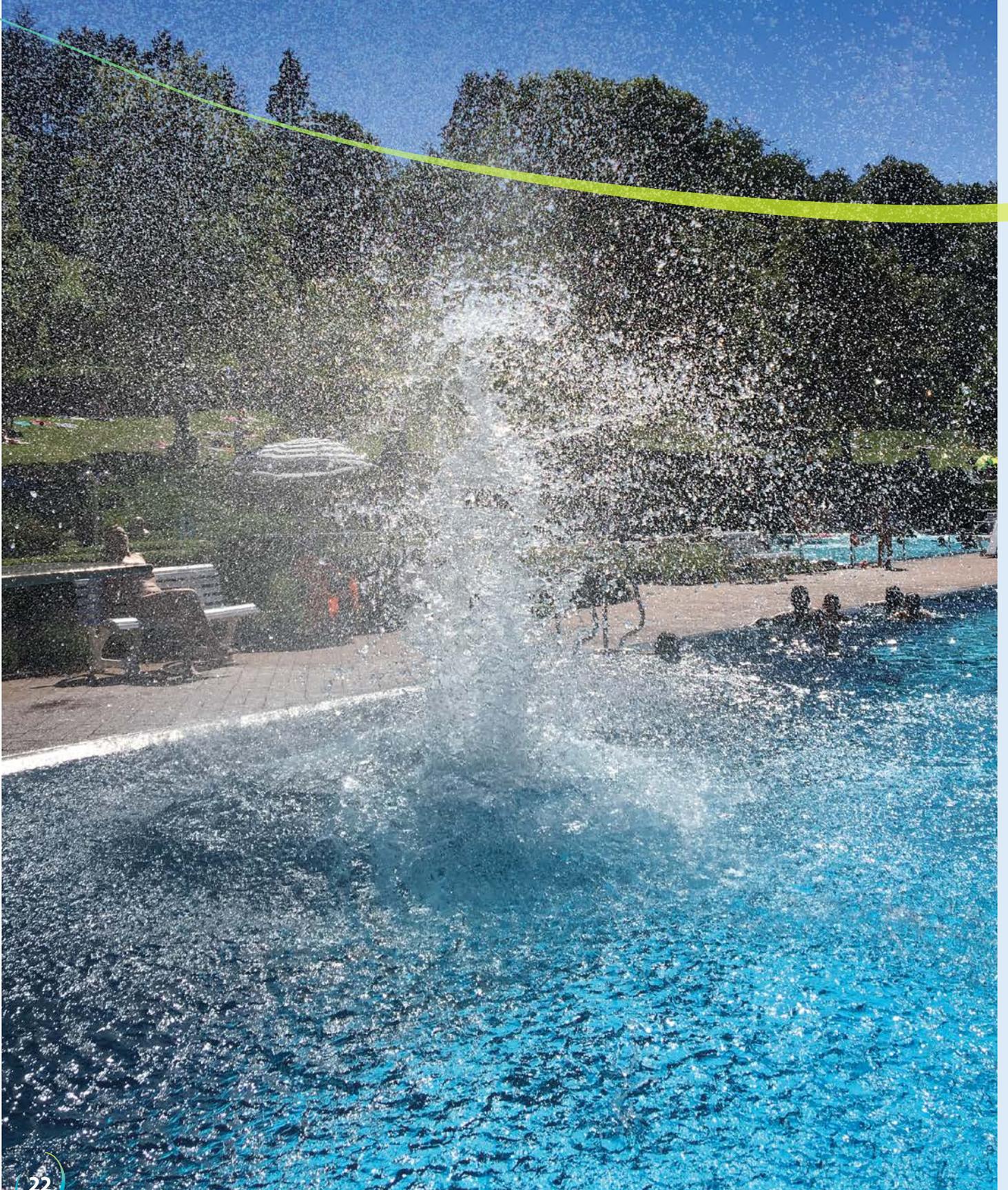
Die Bäder im Taunus
Bad Schwalbach & Schlangenbad

Ziele

Wir wollen...

- 1 die Fülle der touristischen Angebote der Stadtteile und der Kernstadt auf einer Plattform bündeln und strukturiert anbieten.
- 1 dem Tagestourismus eine besondere Bedeutung beimessen.
- 1 den Kurpark mit seinen zwei Tälern als eigene touristische Marke definiert wissen.
- 1 dass die Stadt regionalen Selbstvermarktern geeignete Verkaufsflächen (kleine Markthalle) zur Verfügung stellt.
- 1 Kurhaus und Alleesaal für den Tagungs-Tourismus stärker vermarktet wissen.
- 2 die Bekenntnis der Stadt zum „Touristischen Konzept“ als Basis für einen Aufschwung in den Bereichen Gastronomie, Hotellerie, Handel und Dienstleistungen.

Arbeitsgemeinschaft 3





Arbeitsgemeinschaft 3

Teilnehmer Markus Oberndörfer,
Karl-Heinz Petry

Vorbemerkung Wir haben zunächst sondiert, welche Art Sportvereine und Sportstätten es in Bad Schwalbach bereits gibt und wie wir den Sport in Bad Schwalbach vorantreiben können.

Stärken

- Sportvereine mit unterschiedlichen Angeboten, auch in vielen Stadtteilen
- Wo Sportvereine fehlen, gibt es Regelungen durch den Ortsbeirat oder die örtliche Feuerwehr.
- ausreichend Möglichkeiten zum Sporttreiben auf öffentlichen Anlagen (u. a. Multifunktionssportfeld, Minigolfanlage, Schwimmbad, Eisbahn) und in Bürgerhäusern



Sport

Schwächen

- kein Hallenbad, um Schwimmsport ganzjährig zu betreiben (vor allem Schulschwimmen)
- Die vorhandenen Kegelbahnen könnten besser ausgenutzt werden.
- mangelnde Öffentlichkeitsarbeit der Vereine
- mangelnde Unterkunftsmöglichkeiten von Sportlern und Betreuern bei überregionalen Veranstaltungen (z. B. Hotel)
- Städtische Ehrungen für ehrenamtlich engagierte Bürgerinnen und Bürger fehlen.

Ziele

Wir wollen...

- ① Stärkung der Vereine durch bessere Kommunikation, Terminabstimmung und Öffentlichkeitsarbeit (Aktivierung des Vereinsrings).
- ① die Ehrenämter mehr Wert geschätzt wissen (städt. Auszeichnungen).



Veranstaltungen

Arbeitsgemeinschaft 3

Teilnehmer Heike Braun, Karl-Heinz Degenhardt, Dieter Klein, Renate Kohn, Bruno Kreuzberger, Karl-Heinz Petry, Claudia Roos, Oliver Roos, Romana Vaccaro, Hannelore Wiedemann

Vorbemerkung Nachdem die Arbeitsgruppe die ersten Handlungsfelder beschrieben und definiert hatte, waren sich die Beteiligten einig, dass für die Errichtung einer Bühne und eines Pavillons am Kurweiher sofortiger Handlungsbedarf besteht. Eine AG unter Federführung von Bruno Kreuzberger hat mit der Umsetzung dieses Projektes begonnen.

Stärken

- Es stehen zahlreiche Plätze für Veranstaltungen zur Verfügung (u.a. Kurhaus, Alleesaal, Kurpark, Weinbrunnen- und platz, Museum, Schmidtbergplatz, Wiese vor dem Moorbadehaus, alter Bahnhof, Rotenburger Schlösschen, die umliegenden Gaststätten).
- Seit 2019 ist ein neuer digitaler Veranstaltungskalender im Einsatz. Hier können sich die Veranstalter mit ihren Veranstaltungen selbst präsentieren.
- Es gibt zahlreiche Vereine, die mit ihren Veranstaltungen dazu beitragen, dass auch umliegende Geschäfte und Gastronomiebetriebe weiterhin bestehen können.



Schwächen

- Es gibt keine konsequente Koordination sämtlicher Vereine und Veranstaltungen in SWA.
- Es fehlt ein Kulturbeitrag.
- SWA schafft zu wenig Anreize für Veranstaltungen (z. B. Nachlass der Nutzungsgebühren).
- Es fehlt ein echtes Konzept für die Kulturveranstaltungen.
- SWA hat einen zu geringen Bekanntheitsgrad im Bereich Veranstaltungen/Kultur.
- Es sind nicht ausreichend Parkplätze vorhanden.
- Es fehlen enge Kooperationen mit anderen Regionen und/oder Veranstaltern.
- Es fehlen ausreichend Übernachtungsmöglichkeiten.
- Die neuen Medien werden zu wenig zur Vermarktung der Veranstaltungen genutzt.

Kultur & Freizeit



Ziele

Wir wollen...

- ① ein strukturiertes Veranstaltungskonzept entwickeln, das alle Schwächen berücksichtigt.
- ① den Platz am Weinbrunnen für geschlossene Veranstaltungen nutzbar machen.
- ① die Räumlichkeiten im Kurhaus und Alleesaal technisch aufrüsten und besser vermarktet wissen.
- ① ein Bistro und Bühne am Kurweiher für Gäste in den Sommermonaten zu einem dauerhaften Anlaufpunkt gestalten.



Arbeitsgemeinschaft 4





Arbeitsgemeinschaft 4 Bauen & Wohnen



Teilnehmer Wolfgang Kreher,
Bruno Kreuzberger, Frank Kreuzberger, Olaf Rosenow,
Andreas Ruck

Vorbemerkung Die Arbeitsgruppe wünscht sich eine aktive Gestaltung für die Leerstände von Wohnungen und Häusern z. B. ein Kataster, um rechtzeitig neue Familien anzusprechen und diese in unsere schöne Stadt zu holen.

Stärken

- ruhiges, gesundes Wohnen in der Natur
- Nähe zu Wiesbaden, Mainz und Frankfurt
- Preis-/Leistungsverhältnis Bauen/Wohnungen ist verhältnismäßig ausgewogen
- gute Ärzteversorgung
- zahlreiche Freizeit- und Sportangebote, vor allem auch in der Natur

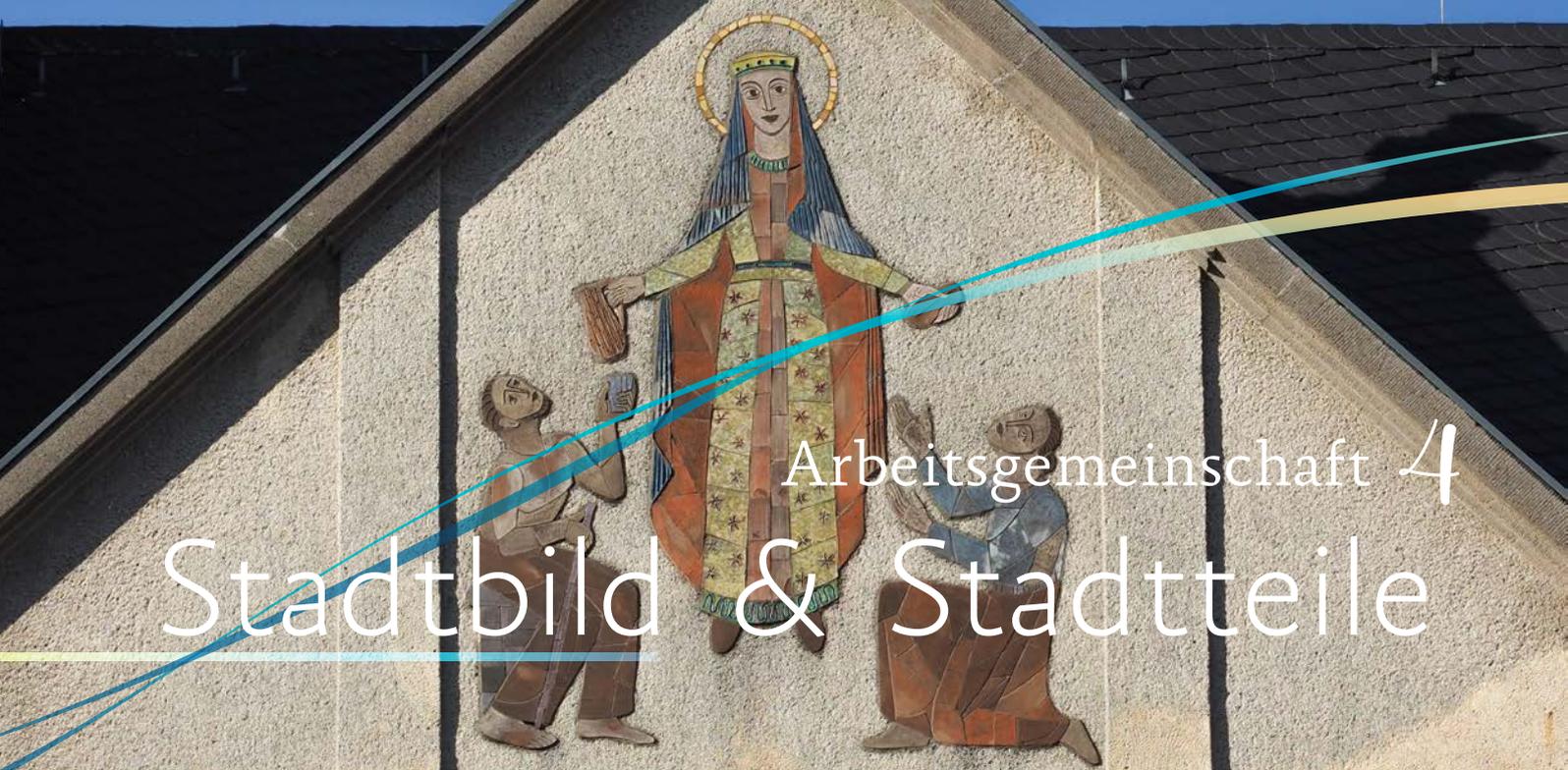
Schwächen

- zahlreiche Leerstände in der Kernstadt (Wohn- und Ladenflächen)
- marode Häuser
- beschränktes Arbeitsplatzangebot
- lange Wege zum Arbeitsplatz

Ziele

Wir wollen...

- ① dass sich das Gesamterscheinungsbild von SWA verbessert, u.a. durch Sanierungsmaßnahmen.
- ① eine bessere Vermarktung von Läden und Wohnungen.
- ① die CityBahn bzw. eine bessere Verkehrsanbindung an Wiesbaden.
- ① mehr Einwohnerzuwachs.
- ① die Kaufkraft in SWA stärken.
- ① das Angebot an Arbeitsplätzen erweitern.
- ① ein breiteres Wohnungsangebot für Kauf und Miete.



Arbeitsgemeinschaft 4 Stadtbild & Stadtteile

Teilnehmer Wolfgang Kreher,
Bruno Kreuzberger, Frank Kreuzberger,
Olaf Rosenow, Andreas Ruck

Vorbemerkung Der Arbeitsgruppe war es wichtig, dass die Bereitschaft der Hausbesitzer/Ladenbesitzer geweckt wird. Ein weiterer Punkt ist die Qualität des Stadtbilds zu erhöhen, so dass eine Willkommenskultur entwickelt werden kann.

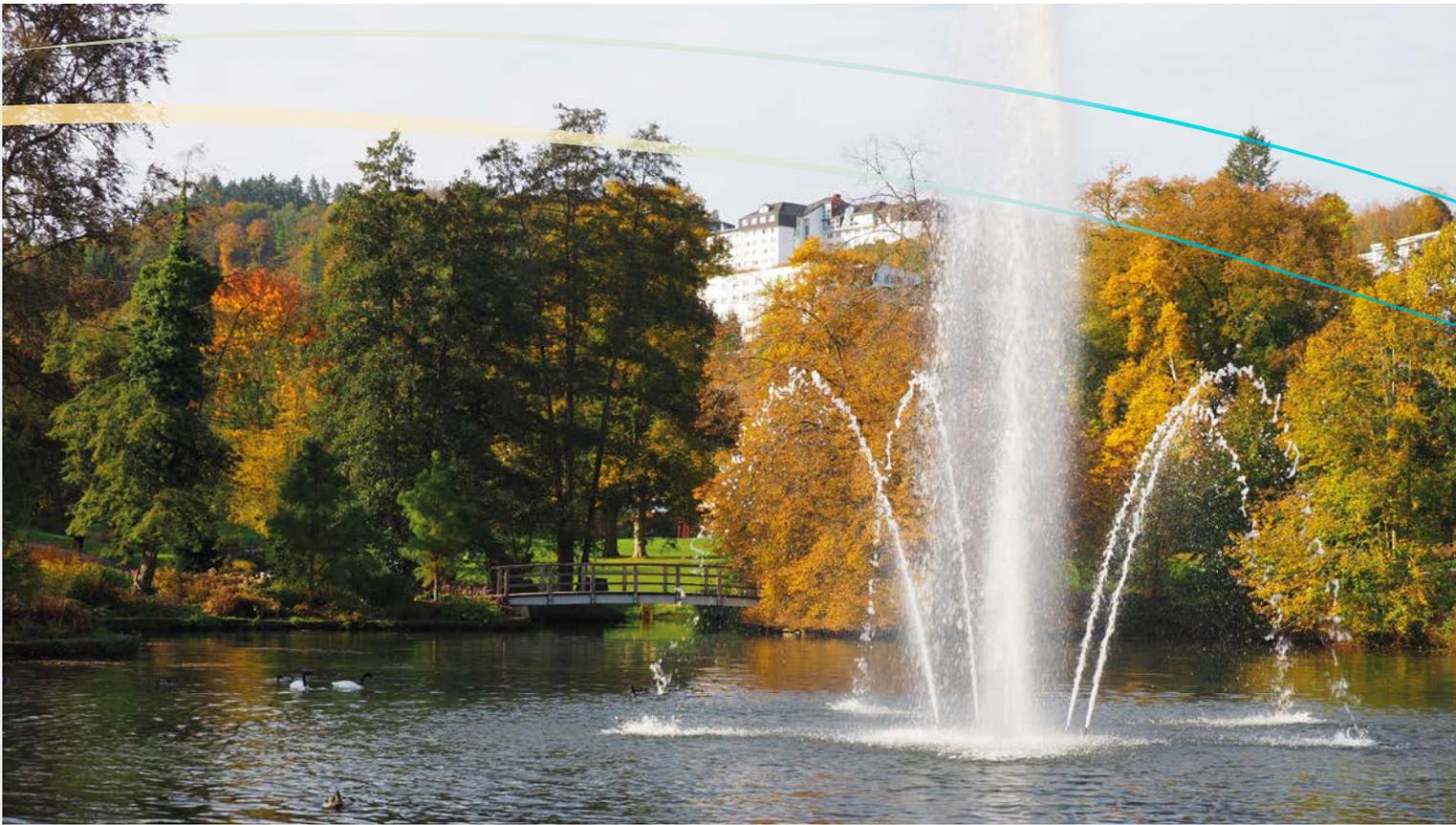
Stärken

- Historische Häuser prägen zum Teil das Stadtbild.
- der Kurpark mit seinen beiden Tälern
- die Natur (Wald, gute Luft)
- Kurweiher, Waldsee, Nesselbacheiche
- Heilmittel Moor und Stahl, die 12 Brunnen
- drei Schulen, sechs Kindergärten
- Busverbindungen nach Taunusstein, Wiesbaden, Schlangenbad und Heidenrod vorhanden
- Angebote für ältere Menschen
- gutes Angebot an Lebensmittel- und Drogerie-Märkten



Schwächen

- Sanierungsbedarf in der Kernstadt
- keine Schienenanbindung
- sehr eingeschränktes Einzelhandelsangebot
- stark befahrene Adolfstraße
- Leerstände ehemaliger Geschäfte



Ziele

Wir wollen...

- ① den neugestalteten Kurpark beleben.
- ① historische Fassaden restaurieren bzw. wieder herstellen.
- ① eine gezielte Vermarktung für Moor und die Heilquellen.
- ① eine Beratungsstelle für Bauherren.
- ① eine Gestaltungssatzung für Geschäftswerbung.
- ① eine Wirtschaftsförderung, die für SWA Geschäftsideen entwickelt.
- ① dass SWA als Marke entwickelt wird.
- ② zum besseren Kennenlernen der Stadtteile mehr Aktivitäten wie „Lust auf ne Runde“.
- ② effektivere Werbeschilder für die Geschäfte.
- ② Mitfahrerbanken innerhalb der Kernstadt und den Stadtteilen.

Arbeitsgemeinschaft 5



Arbeitsgemeinschaft 5

Familie & Soziales



Teilnehmer Antje Borchert,
Karl Blum, Sabine Debus, Dr. Marlen Fleischer,
Magdalene Kabus, Anja Kühne, Christa Marseille,
Andreas Ott, Mandy Sengeboden, Petra Ullmann

Vorbemerkung „Familie und Soziales“ ist als ganzheitliches Thema zu betrachten und beinhaltet hier auch die Zielgruppen Senioren und Familien mit Kindern. Dabei wurden der Betreuungs- und Bildungsauftrag, Treffpunkte für einen Mehrgenerationenaustausch sowie die ärztliche Versorgung als Themenfelder bearbeitet. Die Themenfelder Jugend und Gesundheit wurden gesondert behandelt.



Stärken

- hohes bürgerliches Engagement
- vielfältige Bildungs- und Betreuungseinrichtungen und Angebote
- umfangreiche kulturelle Angebote (Stadtbücherei, Konzerte, Veranstaltungen etc.)
- Freizeitangebote (Multifunktionspark, Freibad, Sportvereine etc.)
- Familienzentrum (mit Zweigstelle der Jugend- und Familienberatung, Frühförderstelle, Familien-Hebamme)
- Seniorenplan wurde erstellt.
- orthopädisch/geriatrische Fachklinik
- Seniorenclubs in verschiedenen Stadtteilen, 50+ Aktiv
- AGAPE-Stiftung mit Demenzforum, Demenz-Café
- Patenschaften (Bäume, Lesepaten etc.), aktiver Verein Nachbarschaftshilfe

Schwächen

- Kernstadtbereich fehlt.
- Bezahlbarer Wohnraum für junge Familien und Senioren ist nicht vorhanden.
- kein/e hauptamtliche/r Integrationsbeauftragte/r als zentrale Anlaufstelle für integrations- und generationsübergreifende Angelegenheiten
- Ärztliche Versorgung ist unzureichend, Fachärzte fehlen vor Ort.
- Treffpunkte, Vereinsräume fehlen.
- Seniorenplan nicht in Bearbeitung, Seniorenbeirat nicht aktiv
- Ehrenamt ist überfordert.
- Tagesbetreuungsplätze fehlen.
- Shoppingmöglichkeiten fehlen.
- mangelnde Mobilität (ÖPNV, Citybahn)
- schlechte Straßenbeleuchtung an einigen Stellen (Sicherheitsgefühl)



Ziele

Wir wollen...

- ① für mehr Miteinander sorgen (u. a. Mehr- generationenaustausch).
- ① uns gemeinsam mit den städtischen Gremien für ein familienfreundlicheres Bad Schwalbach einsetzen.
- ① Familien und Senioren verstärkt durch den Aus- und Aufbau neuer Wohnformen sowie familienfreundliche Freizeit- und Betreuungs- angebote an ihren Wohnort binden und neue Familien gewinnen.
- ① den Einsatz einer hauptamtlichen Mitarbeiter/in zur Koordination von Kultur-, Bildungs- und sportlichen Interessen.
- ② Treffpunkte wie Multifunktionsanlagen weiter ausbauen.
- ② ein Mehrgenerationenhaus/Bürgerhaus für ungezwungene Treffen.
- ② Sport- und Schwimmbad-Anlage erweitern (Hallenbad).





Arbeitsgemeinschaft 5 Jugend

Teilnehmer Antje Borchert,
Jugendparlament Bad Schwalbach

Vorbemerkung Das Themenfeld „Jugend“ wurde unter verschiedenen Aspekten wie Gesundheit, Sozialraum, bürgerliches Engagement und Jugendliche allgemein analysiert und bearbeitet.

Stärken

- Im gesundheitlichen Bereich gibt es präventive Arbeit im Rahmen der offenen Jugendarbeit Bad Schwalbach.
- In einigen Ortsteilen existieren Jugendzentrum und Jugendclubs.
- Es gibt ein vielfältiges Vereinswesen mit Jugendsparten.
- das Freizeitangebot (außer Vereine) für Jugendliche in SWA: Kino, Freibad, Multifunktionsanlage im Kurpark
- Viele Jugendliche in SWA haben ein aktives Vereinsleben und engagieren sich dort.
- „Stille Helden-Gala“ im Kurhaus mit großer Außenwirkung über die Stadtgrenzen hinaus
- Es gibt ein Jugendparlament.

Schwächen

- Es gibt keinen behindertengerechten Eingang am Jugendzentrum.
- Es existiert keine leicht verständliche Übersicht zu den unterschiedlichen Beratungsangeboten für Jugendliche (große Hürden bei Fachstellen).
- Das Jugendzentrum liegt außerhalb. Folge: Jugendliche treffen sich zentral an Orten wie Brodelbrunnen, Schmidtbergplatz, Museum etc.
- die Instandhaltung von Sportplätzen
- Angebote für männliche Jugendliche durch männliche Fachkräfte fehlen.
- wenig Shoppingmöglichkeiten
- eingeschränkte Mobilität, Verkehrsanbindung (ÖPNV, Jugendtaxi ...)
- Nachwuchsprobleme bei den Vereinen
- Weniger Freizeit durch Ganztagschulen beschränken das bürgerschaftliche Engagement.
- Das kulturelle Angebot für Jugendliche ist ausbaufähig.
- Dialog zwischen den Generationen fehlt.
- fehlende Zukunftsperspektiven für viele (Ausbildung, Freizeitwert)



Ziele

Wir wollen...

- ① Förderangebote ausbauen, um den Jugendlichen das Entwickeln der vorhandenen Potenziale zu ermöglichen.
- ① die Kinder- und Jugendarbeit ausbauen.
- ① die vorhandenen sozialen Initiativen besser bekannt machen.
- ① mehr Jugendbeteiligung bei diversen Entscheidungen.
- ① die bestehenden Angebote attraktiver machen und ausbauen.
- ① die Infrastruktur für Jugendliche verbessern.
- ① die Betreuungsangebote für Jugendliche ausbauen.
- ② die Entstehung sozialer Brennpunkte verhindern.
- ② das gesellschaftliche Zusammenleben zwischen Jung und Alt durch Mehrgenerationenhaus fördern.
- ② den sozialen Wohnungsbau fördern.
- ② die Inklusion fördern.
- ② die Integration von Jugendlichen aus bildungsfernen Schichten in das örtliche Vereinsleben.
- ② Seniorenarbeit mit Kinder- und Jugendarbeit kombinieren (generationsübergreifende Angebote).



Arbeitsgemeinschaft 5 Gesundheit

Teilnehmer Andreas Ott, Sina Rampe

Stärken

- aktuell gute Versorgungssituation
- historisches und erfolgreiches Kurbad mit Tradition
- Image als Gesundheitsstandort, Nähe zum Rhein-Main-Gebiet
- örtliche Heilmittel mit Moor und Stahl
- Natur, gute Luft, Reizklima
- leistungsstarke Kurkliniken
- Otto-Fricke-Krankenhaus, MVZ Helios, Ärztehaus im Stahlbadehaus, Badearzt, Therapiedorf Villa Lilly
- hohe Apothekendichte
- verschiedene med. Therapeutenpraxen, diverse ambulante Pflegedienste und stationäre Pflegeeinrichtungen
- Wanderwege, Nordic-Walking-Strecken, Mountainbikestrecken
- Kneipp-Barfußpfad, Wassertretbecken (Ramschied), Armtauchbecken, Waldbadepfad etc.
- Veranstaltungsprogramm im Bereich Prävention: u. a. Gesundheitsmesse

Vorbemerkung Gesundheit ist der Markenkern für SWA. Gesundheit ist ein Versorgungsfaktor, Wirtschaftsfaktor, Tourismusfaktor sowie Faktor des Stadtlebens und der Kultur.

Schwächen

- geringe Nutzung örtlicher Heilmittel (auch in den Kurkliniken)
- Wegfall der Helios Klinik (Krankenhaus der Grundversorgung)
- zu geringe Anzahl von Übernachtungsmöglichkeiten
- zu wenig Badeärzte, kein Kneipparzt
- unzureichende Koordinierungsstelle für Gesundheit
- Gesundheitstourismus wird zu wenig beworben/vermarktet.
- kein Wassertretbecken in Nähe Innenstadt
- geringe Vernetzung in und mit der Region zum Thema Gesundheit (außer Schlangenbad)
- Naturheilkundliche Aspekte und Chancen werden zu wenig beworben.
- Gesundheitssektor wird zu wenig als Wirtschaftsfaktor und Arbeitgeber für SWA wahrgenommen.



Ziele

Wir wollen...

- ① einen Masterplan Gesundheit erstellen.
- ① die Stelle eines Gesundheitskoordinators in der Stadtverwaltung einrichten.
- ① eine Vernetzung in Bad Schwalbach und in die Kreisebene.
- ② gute Erreichbarkeit und Versorgung insbesondere der Stadtteile sicherstellen (Bürgerbus, Nachbarschaftshilfe, ambulante Hilfsdienste etc.).
- ② eine stärkere Nutzung der örtlichen Heilmittel.
- ② Voraussetzungen schaffen für Beibehaltung aller Prädikate (Stahl, Moor, Kneipp).
- ② den Gesundheits-/Erholungstourismus fördern.
- ② ein Kneipp-Armtauchbecken und ein Wasser-tretbecken bis 2020 installieren.
- ② einen Outdoor-Fitnessparcours in allen Stadtteilen installieren.
- ② Kurz- und Tagespflegeplätze ausbauen.
- ② Sozialräume und Wohnformen zur Integration der älteren Bevölkerung entwickeln (Generationenwohnen, altersgerechtes Wohnen).

Arbeitsgemeinschaft 6

#dein
ehrenamt
IST HERZENSACHE



www.fv-landesgartenschau-2018.de

Förderverein Landesgartenschau
d Schwalbach 2018 e.V. zeigt
Und was Du?





Ehrenamtliches und bürgerschaftliches Engagement

Teilnehmer

Antje Borchert, Ulrike Neugebauer, Klaus Röhrich

Vorbemerkung In diese Analyse sind die Erfahrungen der Teilnehmer aus ihren ehrenamtlichen Tätigkeiten in Vereinen eingeflossen.

Stärken

- Die ehrenamtliche Arbeit hat eine lange Tradition in Bad Schwalbach.
- Bad Schwalbach verfügt über zahlreiche Vereine und der Allgemeinheit dienliche Institutionen (z. B.: Freiwillige Feuerwehr), die zum Teil schon über 100 Jahre bestehen.
- Zahlreiche Bürgerinnen und Bürger engagieren sich ehrenamtlich in Vereinen und Institutionen.
- Auch das bürgerschaftliche Engagement in der Stadt ist relativ groß (u. a. Stadtverordnete, Schiedsleute etc.).
- Derzeit gibt es in Bad Schwalbach die Förderung des Ehrenamts über die direkte Förderung der Vereine der Stadt.



Schwächen

- oftmals langfristige Bindung an einen Verein nur über Mitgliedschaft möglich
- wenig Mitspracherecht der ehrenamtlich tätigen Personen bei Projekten
- oft kein Versicherungsschutz für ehrenamtlich Tätige
- „Gießkannenprinzip“ bei der Verteilung der Mittel im Rahmen der Vereinsförderung
- Jugendliche und junge Erwachsene wollen sich nicht unbedingt langfristig an einen Verein/Institution binden (eher Projektarbeit gewünscht).



Ziele

Wir wollen...

- ① mit weniger Geld mehr für Bad Schwalbach erreichen.
- ① Bad Schwalbach attraktiver für Jugendliche und junge Erwachsene machen.
- ① den Vereinsring reaktivieren (Vorbereitung für Veranstaltungskalender 2020 sowie von offenen Projekten der Vereine und/oder der Stadt), als Bindeglied zwischen Anlaufstelle und Vereinen.
- ① eine Ehrenamts-Börse gründen (zentrale Anlaufstelle für interessierte Personen, Möglichkeit für ehrenamtliche Mitarbeit bei Projekten).
- ① eine „Anlaufstelle Ehrenamt“ in der Kommunalverwaltung (Infos aus einer Hand, Vermittlung interessierter Personen an die Ehrenamtsbörse, Entwicklung von Stadtprojekten mit ehrenamtlich tätigen Personen).
- ② die Umstellung der Vereinsförderung (Förderung von Jugendarbeit, Einbeziehung von Senioren, Integration).
- ② Würdigungen von Ehrenämtern (u. a. jährlicher „Abend des Ehrenamts“).
- ② die Zusammenarbeit des Vereinsrings mit artverwandten Vereinen.



Arbeitsgemeinschaft 7



Arbeitsgemeinschaft 7 Integration

Teilnehmer Michael Büsgen
(Diakonisches Werk Rheingau-Taunus),
Ramzi Alhamadi (ehrenamtlich Arbeitskreis
Flüchtlingshilfe Bad Schwalbach), Barbara Munk
(EVIM) und Pfarrer Matthias Kraft

Vorbemerkung Auf Einladung
des Bürgermeisters hat sich aus dem AK Flüchtlings-
hilfe eine Arbeitsgruppe zur Formulierung des
Leitbildes „Integration“ gegründet, das in einem
partizipativen Prozess gemeinsam mit Geflüchteten
erarbeitet wurde.

Stärken

- bislang weitgehend friedliches Zusammenleben
von Ausländern und Deutschen
- schöne Umgebung, Ruhe
- geographische Nähe zu den Kreisbehörden
- gute Unterstützungsstrukturen (Caritas,
Diakonie, EVIM, Ehrenamtliche ...)
- relativ gute Erreichbarkeit von Schulen,
Einkaufsmöglichkeiten etc.
- gute Zusammenarbeit der relevanten Akteure
in der Stadt

Schwächen

- nicht genug Gelegenheit und fehlende Räume für
Kontakt und Austausch mit Alteingesessenen;
mehr friedliches Nebeneinander als ein wirkliches
Miteinander
- fehlende Strukturen zur politischen Teilhabe
(Ausländerrat, Flüchtlingsrat etc.)
- Ausbildung der Kinder: fehlende Kindergartenplätze;
nicht genug Nachhilfeplätze und Hausaufgaben-
betreuung für die Kinder
- nicht genug bezahlbarer Wohnraum
- nicht genug Ausbildungs- und Beschäftigungs-
möglichkeiten
- wenig (bezahlbare) kulturelle Veranstaltungen
- keine (sozialarbeiterische) Betreuung von
Geflüchteten nach Abschluss des Asylverfahrens
(Integrationslotsen, etc.)
- schlechte Verkehrsanbindung der Großunterkunft
- keine Deutschkurse über B1-Niveau und keine
Deutschkurse mit Kinderbetreuung
- medizinische Unterversorgung mit Kinder-
und Frauenärzten in Stadt und Kreis
- mehr oder weniger unterschwelliger Rassismus
und Ausländerfeindlichkeit in Teilen der
Bevölkerung
- mangelnde Kooperation und Koordination zwischen
Stadt und Kreis

Bürgerumfrage



Hohe Zufriedenheit der Bad Schwalbacher

Über 60 Prozent der Bürgerinnen und Bürger Bad Schwalbachs leben gerne in ihrer Stadt, 24 Prozent sogar „sehr gerne“. Das ergab die repräsentative Umfrage, die im April und Mai im Rahmen des Stadtleitbild-Prozesses von der Stadtverwaltung durchgeführt wurde.

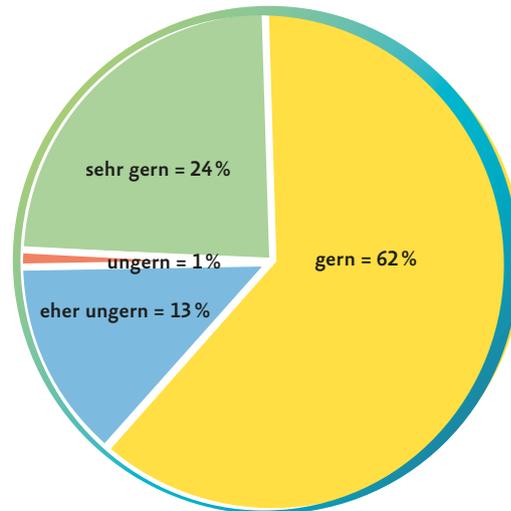
Die Teilnahme an dieser Bürgerbefragung war mit 29 Prozent relativ hoch. Von den insgesamt 1062 Fragebögen mit jeweils 18 Fragen kamen 308 zurück. Die beste Resonanz folgte aus der

Zielgruppe ab 50 Jahre. Die geringe Beteiligung der jüngeren Zielgruppe (16–19 Jahre) wurde im Zuge einer nachfolgenden Kooperation mit der Nikolaus-August-Otto-Schule, an der 40 Schülerinnen und Schüler teilnahmen, kompensiert. Die Auswertung der beiden Befragungen wird in das Gesamtleitbild der Stadt integriert und ist auf der Website nachzulesen unter: www.bad-schwalbach.de/stadtleben/zukunftskonzept/buergerumfrage

Einige Ergebnisse aus der repräsentativen Bürgerumfrage 2019

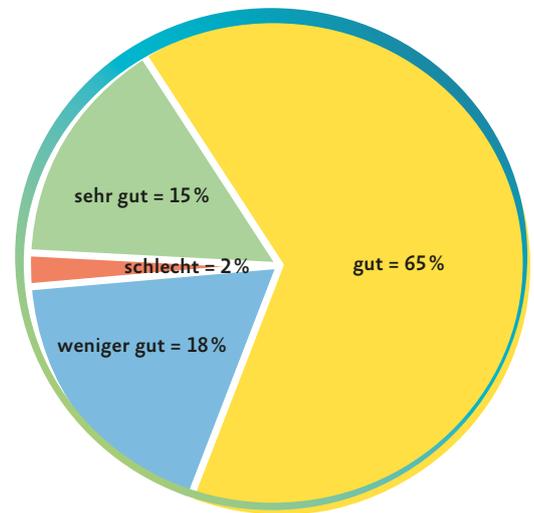
Wie gern leben Sie in Bad Schwalbach?

Sehr erfreulich: Die meisten Bad Schwalbacher leben gerne in ihrer Stadt (62%), 24 Prozent der Bürgerinnen und Bürger sogar sehr gerne!

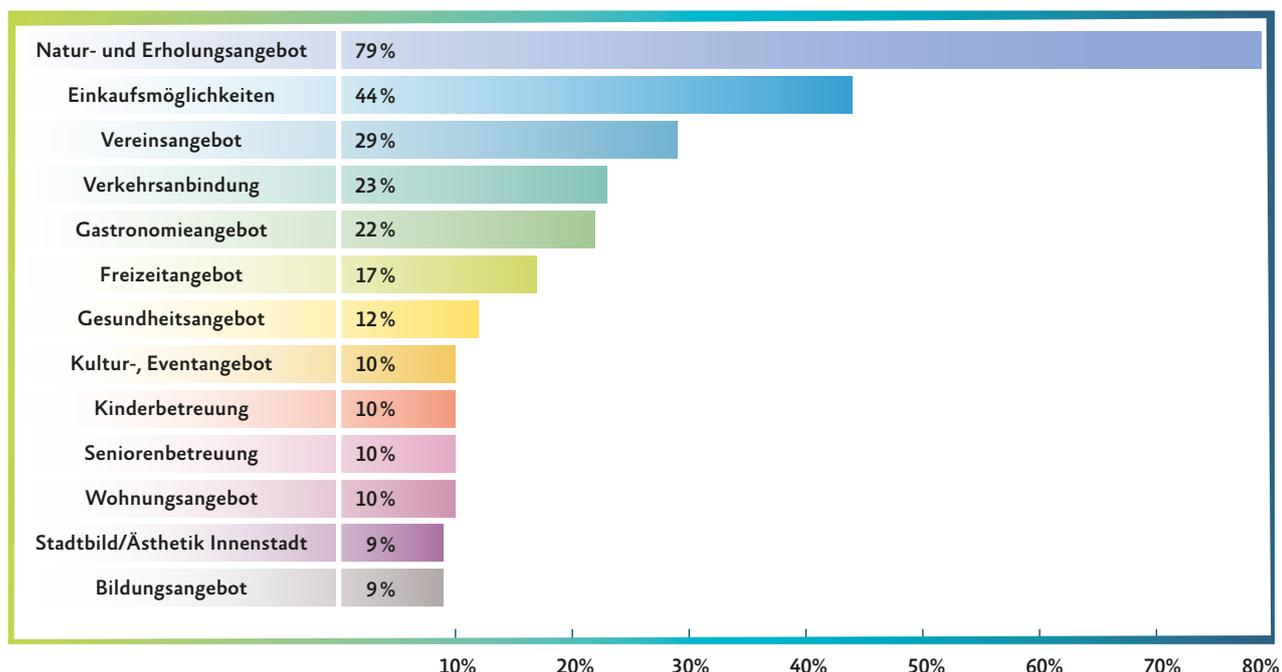


Wie beurteilen Sie die Lebensqualität in Ihrem Stadtteil?

Die Lebensqualität in ihrem Stadtteil beurteilen die Bad Schwalbacher mit 65 Prozent als gut. Am zufriedensten sind die in Adolfseck lebenden Bürgerinnen und Bürger. Demnach schätzen die Einwohner am meisten die Lage der Kreisstadt in der Natur sowie das Erholungsangebot (79%). Es folgen die guten Einkaufsmöglichkeiten (44%) – hier wird insbesondere das Lebensmittelangebot hervorgehoben – sowie das Vereinsangebot (29%). Weniger Gefallen findet hingegen das Wohnungs- (10%) und Bildungsangebot (9%). Auch das Stadtbild rangiert mit 9 Prozent weit hinten.

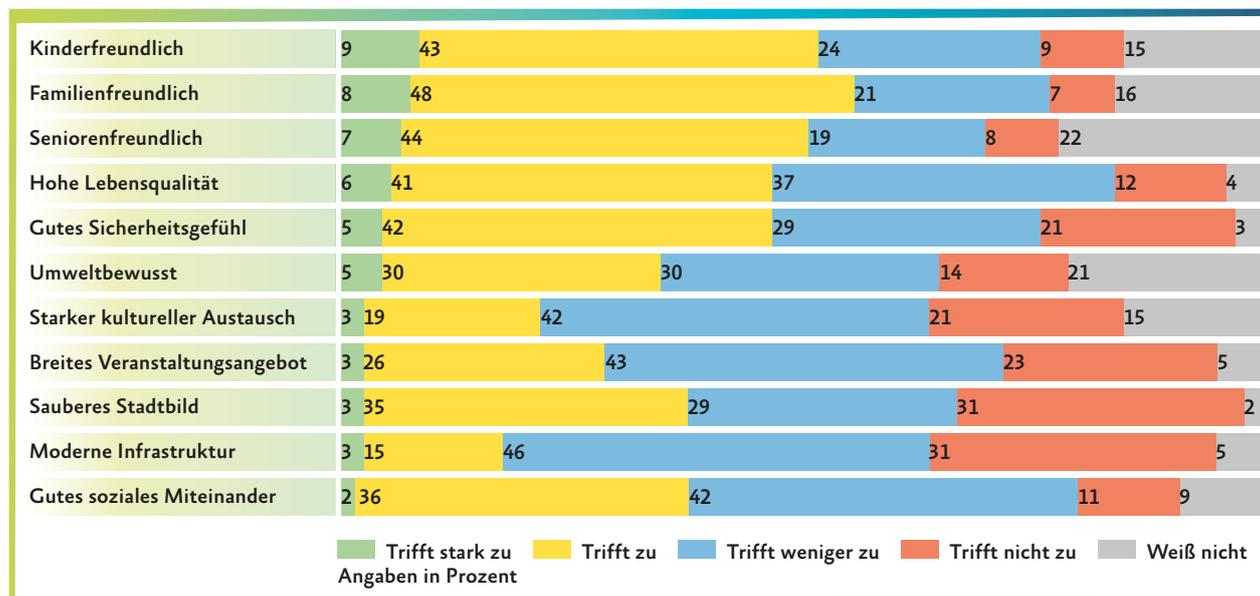


Was gefällt Ihnen besonders gut an Bad Schwalbach? (Mehrfachnennungen)



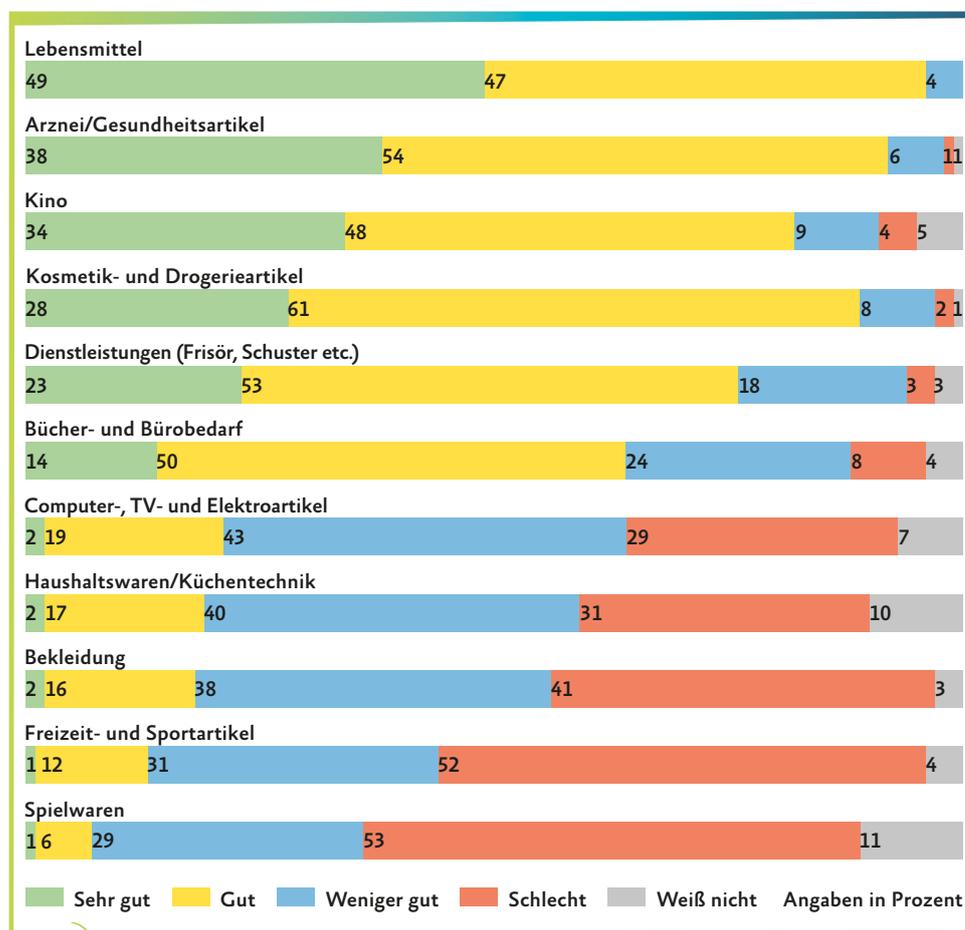
Treffen folgende Eigenschaften aus Ihrer Sicht auf Bad Schwalbach zu?

Erfreulich auch die Wahrnehmung der Bürger, dass Bad Schwalbach familien-, senioren-, kinderfreundlich und sicher ist. Mit am wenigsten trifft eine moderne Infrastruktur auf die Kreisstadt zu.

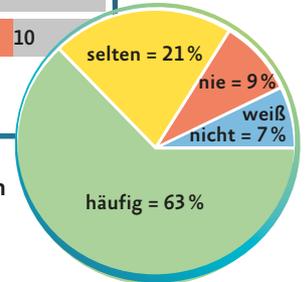
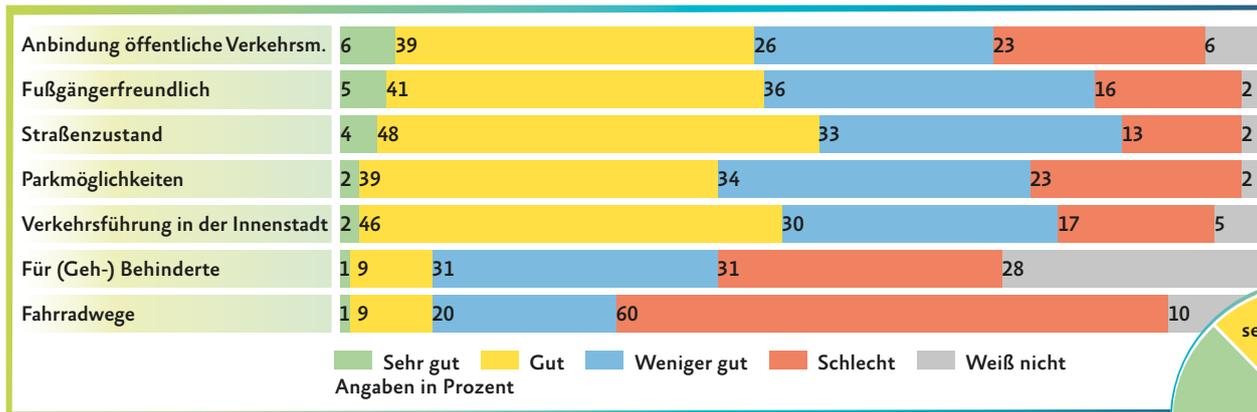


Wie bewerten Sie folgende Waren- und Dienstleistungsangebote in Bad Schwalbach?

Die Bad Schwalbacher schätzen am meisten das gute Angebot an Lebensmitteln, Arznei- und Gesundheitsartikeln. Auch die Dienstleistungsangebote werden relativ gut bewertet. Spielwaren- und Freizeitartikel rangieren an letzter Stelle.



Wie beurteilen Sie die Verkehrssituation in Bad Schwalbach?



Bei der Verkehrssituation schneiden die Straßenzustände relativ gut ab, die Fahrradwege am wenigsten. 63 Prozent würden eine schnelle Bahnanbindung wie die Citybahn nutzen.

Würden Sie eine schnelle Bahnanbindung nach Wiesbaden (z.B. Citybahn) nutzen?

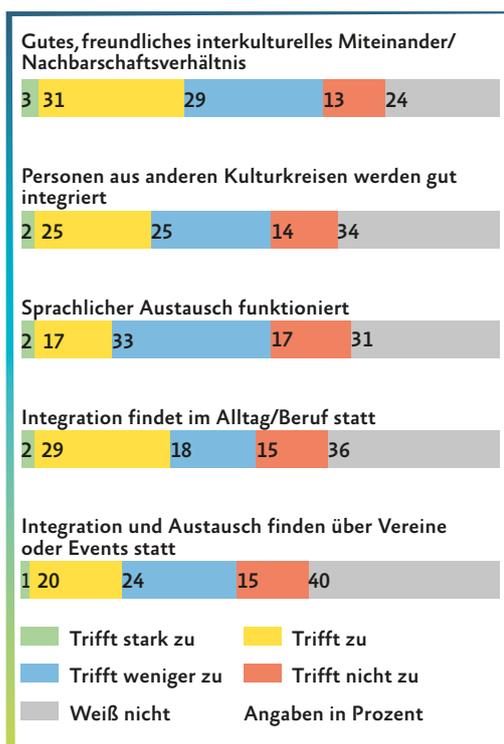
Welche Ziele sollte sich Ihrer Meinung nach Bad Schwalbach hinsichtlich seiner zukünftigen Entwicklung setzen?

Befragt nach den Entwicklungszielen wünscht sich die Mehrheit der Bevölkerung die Beseitigung der Leerstände und eine Verbesserung des Stadtbildes. Danach rangieren eine bessere medizinische Versorgung und bessere öffentliche Verkehrsanbindung sowie die Breitbandanbindung. Weiterbildungsangebote und mehr Veranstaltungen werden von den Befragten weniger gewünscht.



Treffen folgende Aussagen zum Thema Integration in Bad Schwalbach für Sie zu?

Bei der Beurteilung zur Integration ist nach Meinung der Bevölkerung noch Luft nach oben. Am besten trifft gutes und freundschaftliches interkulturelles Miteinander zu. Am wenigsten funktioniert der sprachliche Austausch nach Meinung der Bürgerinnen und Bürger.



Lenkungsgruppe

Stadtleitbild-Prozess geht in die nächste Runde

Bühne und Bistro am Kurweiher, Mitfahrbänke für die Stadtteile, E-Bike-Stationen, ein Mehrgenerationenhaus, einen Outdoor-Fitnessparcours, eine Digital-Werkstatt, aktive Vermarktung von Leerständen und vieles mehr – so lauten einige der Projektvorschläge aus den Arbeitsgruppen des Stadtleitbild-Prozesses. Auch einen möglichen Slogan für die Produktmarke Bad Schwalbach haben die Teilnehmer erarbeitet: „Hier perlt die Natur“. – Keine sieben Monate nach der Auftaktveranstaltung zum Stadtleitbild-Prozess im November 2018 und fünf weiteren Plenumsitzungen in 2019 lagen bereits die ersten Ergebnisprotokolle aus den sieben Arbeitsgruppen vor. Mit großem Engagement haben die Teilnehmer die rund 30 Themenfelder analysiert und bearbeitet. – Das erste Teilziel ist erreicht, die erste Phase des Stadtleitbildprozesses abgeschlossen!

Lenkungsgruppe treibt Projekte voran

Damit inzwischen kein Stillstand im Stadtleitbild-Prozess aufkommt, wurde im August eine Lenkungsgruppe zur weiteren Vorgehensweise gegründet. Vertreter aus Politik, Verwaltung und den sieben Arbeitskreisen treffen sich seither regelmäßig, um über die Umsetzungsreife der vorliegenden Projektvorschläge zu entscheiden.

Es liegen vor: 31 Themen, 19 Ziele, 99 Maßnahmen und 28 Projektideen. Jetzt gilt es, einen übergeordneten Plan zu erstellen, um in der Folge erste Maßnahmen und Projektideen zu verabschieden und in die Umsetzung zu bringen.



Maßnahmen, die nicht budgetgebunden sind, sollen sofort vorangetrieben werden, andere müssen den Weg über die Politik nehmen und auch im Haushalt der Stadt finanzierbar sein. Die Frage nach der Realisierung und Budgetumsetzung im Lauf dieser Phase wird immer wieder aufkommen. – Das Ganze ist ein offener, dynamischer Prozess!

Danksagung

Ich danke zunächst Frau Jutta Lamy für die tatkräftige Unterstützung und professionelle Arbeit im Stadtleitbild-Prozess. Desweiteren gilt mein Dank Frau Marina Maier und Herrn Michel Maier für die kompetente Organisation und Auswertung der Bürgerumfrage. Zudem danke ich vor allem auch den Teilnehmern der sieben Arbeitskreise, die über Monate in zahlreichen Meetings hoch motiviert und engagiert ihre Themengebiete analysiert, bearbeitet und zum Teil schon erste Projektideen eingebracht haben. Nicht vergessen möchte ich alle Bürgerinnen und Bürger, die in den vergangenen Monaten aktiv den Stadtleitbild-Prozess unterstützt haben. Vielen Dank für Ihre Mitarbeit! Dann möchte ich noch ein Dankeschön an die Vertreter der Wirtschaft, der Vereine, der Kirchen und sonstiger Institutionen richten, die durch ihre Präsentationen in den Leitbild-Sitzungen einen wertvollen Beitrag zum Hintergrundverständnis für unser Stadtleitbild geleistet haben. Zuletzt gilt mein Dank dem Designbüro rsrdesign in Wiesbaden, namentlich Frau Gerlinde Reckels, die diese Dokumentation professionell und zu unserer vollsten Zufriedenheit umgesetzt hat.

Martin Hußmann

Bürgermeister Bad Schwalbach



Magistrat der Stadt Bad Schwalbach
Adolfstraße 38
65307 Bad Schwalbach
Telefon 06124 500-0
Telefax 06124 500-199
www.bad-schwalbach.de