

DAS LEITBILD



ENTSTEHUNG UND BEDEUTUNG

Die erste Phase des Agenda-21-Prozesses in Herzogenaurach war geprägt von der Entwicklung und Umsetzung konkreter Vorhaben. Anfang des Jahres 2000 wurde damit begonnen, ein Leitbild für die zukünftige Entwicklung von Herzogenaurach zu erarbeiten.

Durch einen **Leitsatz und Leitlinien** soll ein Rahmen für weitere und vor allem zukünftige Vorhaben und Entscheidungen gesteckt werden. Die ersten Entwürfe für den Leitsatz sowie die Leitlinien wurden im Rahmen eines Workshops Ende Januar 2000 von Agenda-Aktiven, Stadträten, Vertretern der Wirtschaft und anderer Interessensgruppen erarbeitet.

Die Entwürfe wurden durch die Agenda-Arbeitskreise ausformuliert und nach Stellungnahme des Agenda-Beirats Vertretern der betroffenen Akteursgruppen zur Abstimmung und Ergänzung zugesandt.

Nach der Überarbeitung wurden sie den Stadtratsfraktionen, ebenfalls mit der Bitte um Stellungnahme und Ergänzung, vorgelegt. Die Stellungnahmen der Fraktionen wurden sämtlich berücksichtigt und in die Leitlinien eingearbeitet.

Leitbild, Leitlinien, Leitziele – Was ist das?

Das **Leitbild** umfasst mehrere Komponenten, die sich durch den Grad ihrer Konkretisierung unterscheiden:

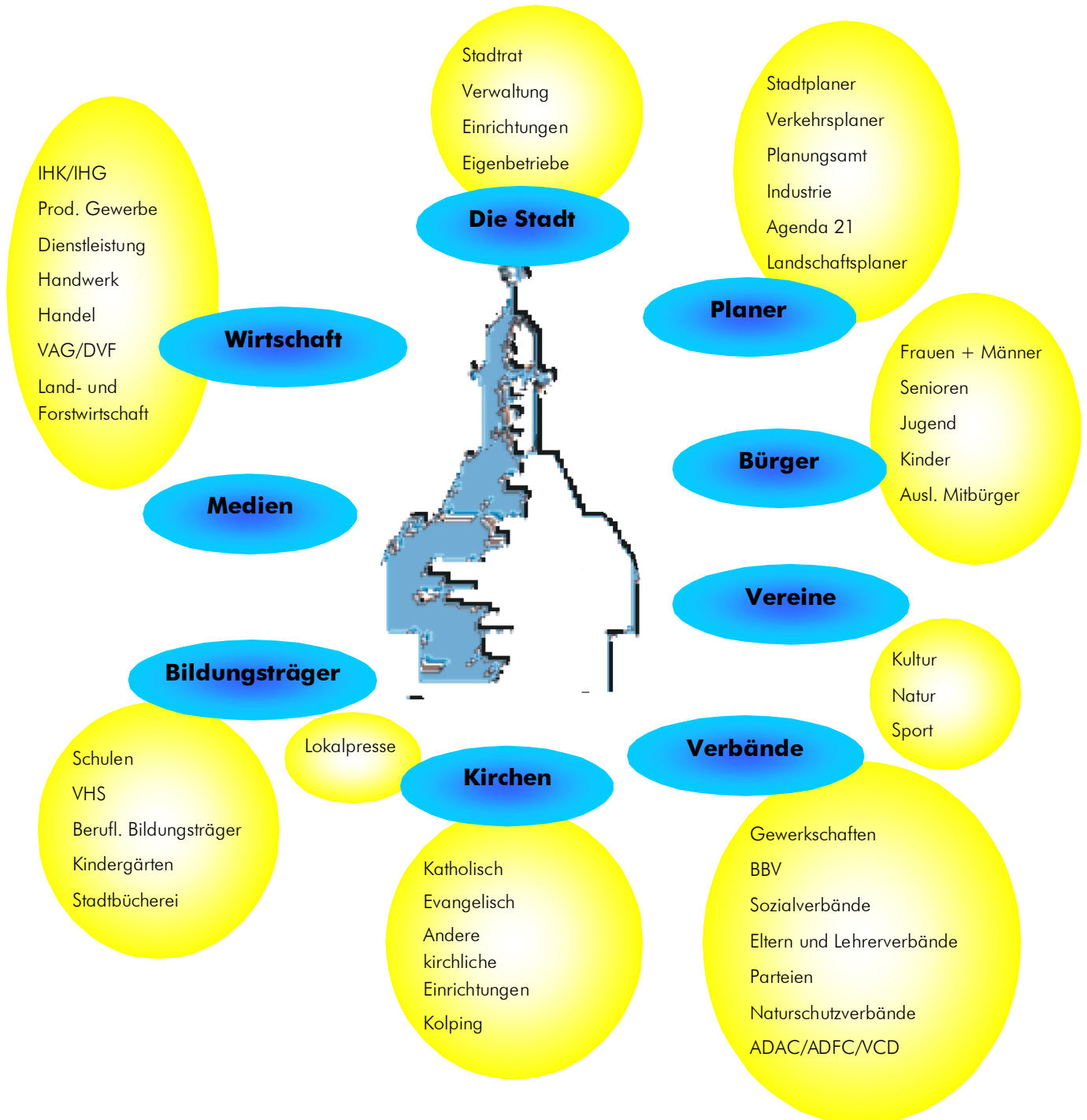
- Eine *Vision* über den Zustand, die Position, die Struktur der Kommune jenseits der Jahrtausendwende – formuliert im **Leitsatz der Stadt Herzogenaurach**.
- Die *Leitlinien* stellen Handlungsgrundsätze für die Akteure in der Kommune zur Verwirklichung der im Leitsatz enthaltenen generellen Ziele dar. Auch wenn die Formulierung von Handlungsgrundsätzen konfliktbehafteter und zeitaufwändiger ist, als das Skizzieren einer Vision, so lohnt sich die Arbeit doch: Der Weg von den Leitlinien zu konkreten Maßnahmen und zur Beachtung in Planungs- und Entscheidungsprozessen ist nicht mehr so weit.

Leitlinien nennen immer auch die Akteure, die sich in Zukunft nach diesen Leitlinien richten sollen – „Ross und Reiter“ werden genannt.

Die Akteursgruppen

Ein entscheidender Schritt bei der Erstellung des Leitbilds war eine Abstimmung mit den Akteursgruppen, die in den Leitlinien genannt werden. Nur wenn „die Wirtschaft“, „die Stadt“ und andere Akteure diesen Leitlinien auch zustimmen – oder sie ggf. anpassen und ändern können – besteht die Chance, dass das Leitbild auch von allen Akteursgruppen getragen und in der Stadtgesellschaft vertreten wird.

Die Akteure – Wen meinen wir, wenn wir sagen



LEITSATZ DER STADT HERZOGENAURACH – DAS LEITBILD IM ENGEREN SINNE

Herzogenaurach – die Stadt des Sports,
aktiv für Zukunft und Tradition

Innovation und Tradition gehen Hand in Hand in Herzogenaurach: Veränderung findet statt, um zu verbessern, Bewahrung, um Gutes zu erhalten.

Die Einwohner Herzogenaurachs kümmern sich dabei besonders um die Benachteiligten, die Natur und die zukünftigen Generationen.

Herzogenaurach wird ein in wirtschaftlicher und kultureller Hinsicht innovatives und dynamisches Zentrum einer erfolgreichen Region und ein weltoffener Ort der Begegnung. Dies erreichen wir durch die Beteiligung aller Bevölkerungs- und Interessensgruppen in einem Klima der Offenheit und Toleranz.

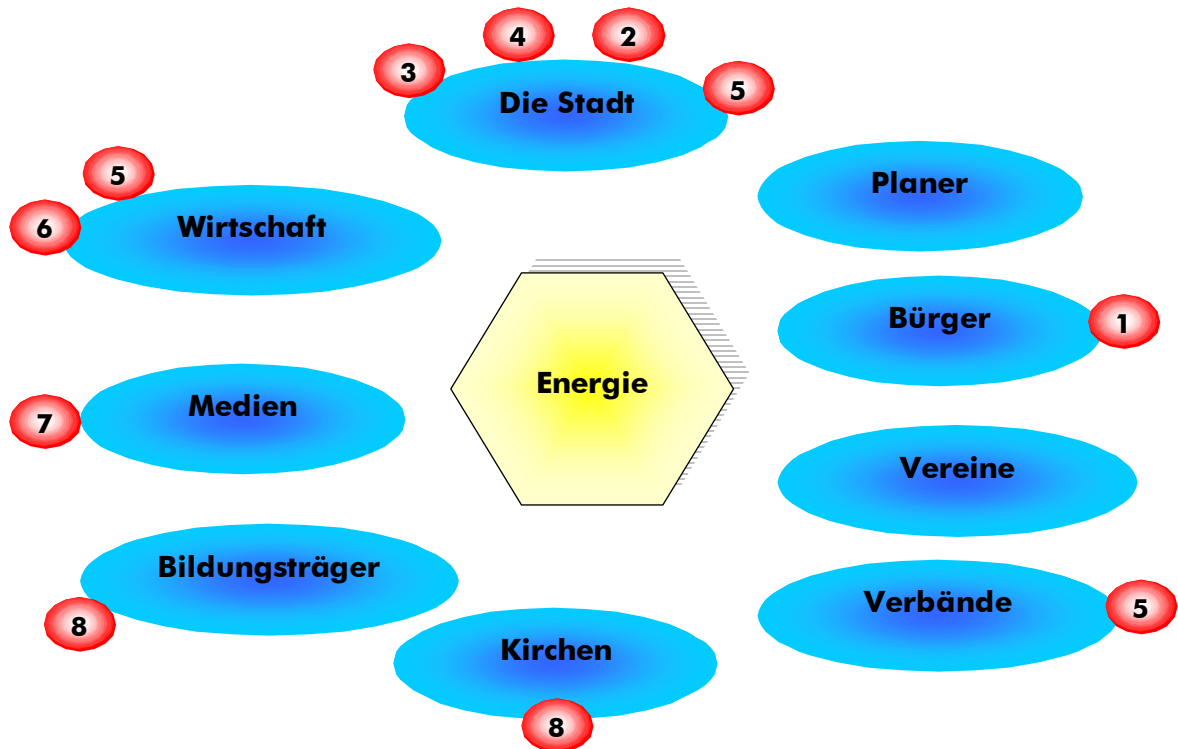
Eine gesunde wirtschaftliche und soziale Entwicklung und der vernünftige Umgang mit natürlichen Ressourcen stehen dabei im Mittelpunkt.



Malwettbewerb 2001

LEITLINIEN

ENERGIE



Die Stadt Herzogenaurach unterstützt umweltverträgliche Energieformen und informiert über umweltverträgliches Verbraucherverhalten. **(2)**

Sie setzt sich als Mitgesellschafter im Aufsichtsrat der Herzo-Werke für umweltverträgliche Energieformen ein und fördert umweltverträgliches Verhalten. **(3)**

Sie nutzt in den eigenen Einrichtungen der Verwaltung (Bauhof, Gärtnerei, ...) Einsparpotenziale und setzt verstärkt umweltverträgliche Energien ein. **(4)**

Die **Stadt Herzogenaurach** erarbeitet gemeinsam mit der **Wirtschaft** und den **Verbänden** Richtlinien und Möglichkeiten zur sparsamen Nutzung von Energie. Dazu gehört auch die Nutzung von regenerativen Energieformen. Die **Herzo-Werke** als Energielieferant tragen durch ihre Tarif-

gestaltung ihrer Umweltverantwortung Rechnung. **(5)**

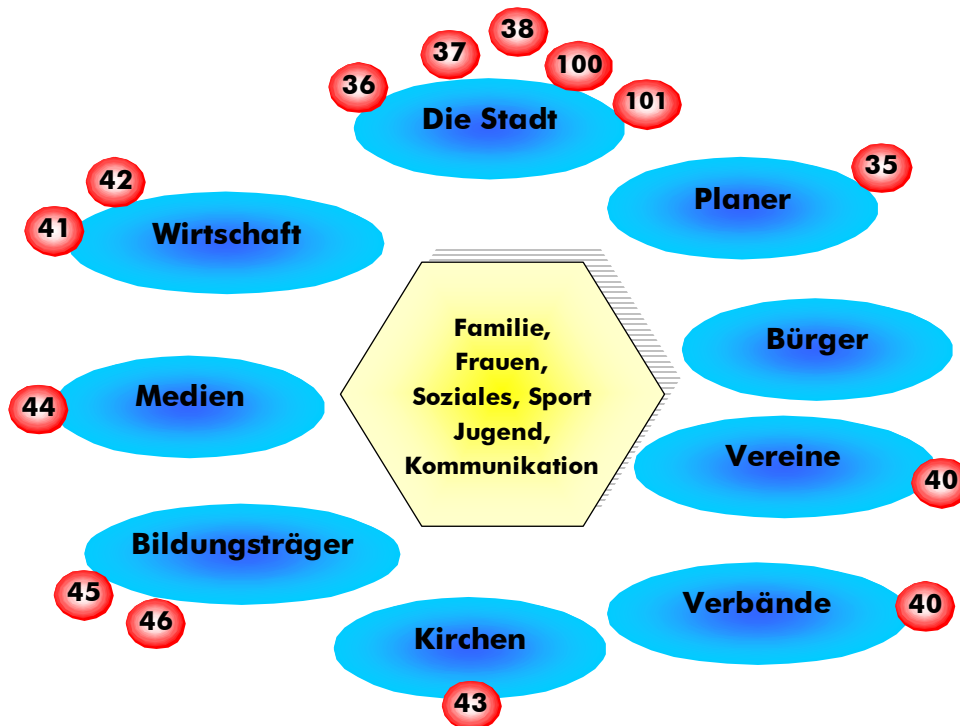
Die **Bürger** gehen bewusst mit Energie um und nutzen verstärkt regenerative Energieformen. **(1)**

Die **Bildungsträger** und die **Kirchen** vermitteln durch entsprechende Information und Bildungsangebote das Wissen um regenerative Energieformen und Einsparmöglichkeiten. **(8)**

Die **Medien** unterstützen durch ihre Berichterstattung und Information bei der Verbreitung umweltverträglicher Energieformen. **(7)**

Die **Wirtschaft** sieht eine große Chance in der weiteren Verbreitung regenerativer Energieerzeugung und in Energiesparmaßnahmen und nutzt diese zur Sicherung und Schaffung von Arbeitsplätzen. **(6)**

FAMILIE, FRAUEN, SOZIALES, SPORT, JUGEND, KOMMUNIKATION



Die **Stadt Herzogenaurach** schafft die räumlichen Voraussetzungen für soziale Kontakte und Dienstleistungen. **(36)**

Die Stadt unterstützt vielfältige Freizeiteinrichtungen und Freizeitgemeinschaften (z.B. Bewegungssportarten, Mutter- und Kindkreise, Theatergruppen etc.). **(100)**

Sie fördert das gesellschaftlich-kulturelle Umfeld. Sie unterstützt durch Kulturprogramme, Museen, Ausstellungen, Veranstaltungen etc. das kulturelle Engagement der Bürger. **(101)**

Sie sichert ganzjährig Vereinen und Gruppierungen die Nutzung städtischer Räume und Sportstätten zu und setzt sich verstärkt für einen erleichterten Zugang zu den vorgenannten Räumlichkeiten anderer Träger ein. **(37)**

Sie gestaltet bei ihren Einrichtungen und Eigenbetrieben die Arbeitszeiten, Öffnungszeiten und Preise familiengerecht. **(38)**

Die **Bildungsträger** fördern die soziale Kompetenz der Bürger durch Vermittlung politischer und gesellschaftlicher Zusammenhänge. **(45)**

Sie stellen anfragenden Gruppen ihre Einrichtungen für gemeinnützige Zwecke zur Verfügung, um vorhandene Ressourcen für soziale Aufgaben optimal zu nutzen. **(46)**

Die **Kirchen** fördern das Miteinander der Bürgerinnen und Bürger und bieten Raum für Begegnungen. Durch ihre Kinder-, Jugend- Familien- und Seniorenarbeit sowie durch ihre Bildungsangebote ergänzen und stärken sie das soziale Netz in Herzogenaurach. **(43)**

Die **Medien** halten durch ihre Berichterstattung das Interesse und Engagement am sozialen Zusammenleben aufrecht. Sie nehmen ihre soziale Verantwortung durch regelmäßige Veröffentlichungen wahr. **(44)**

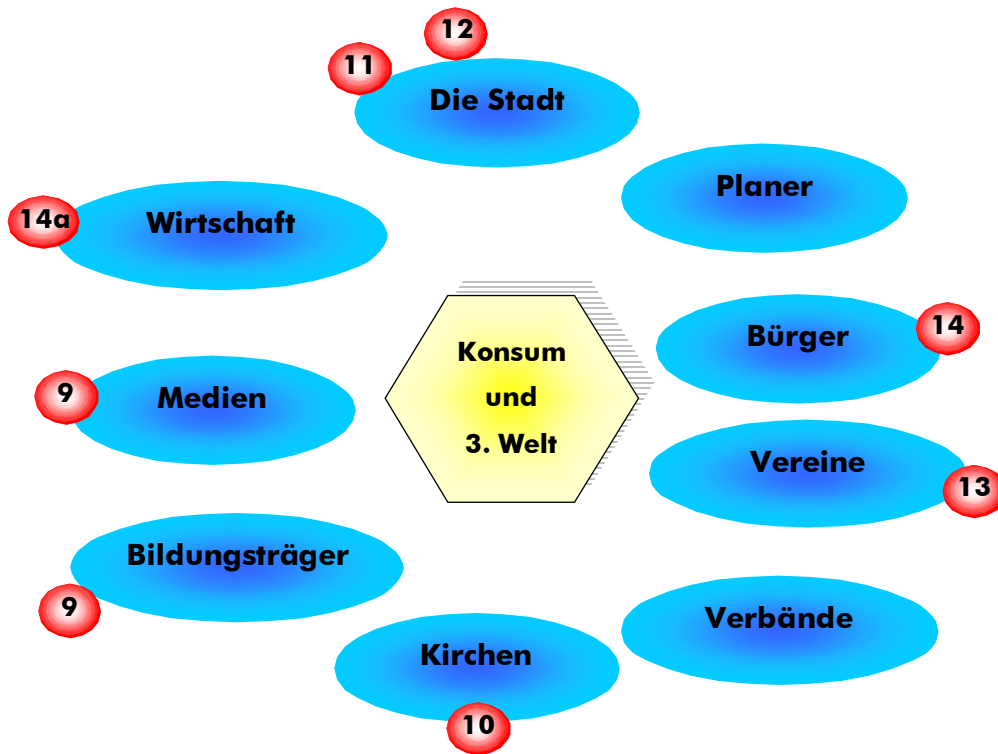
Die **Planer** beachten eine familiengerechte Stadt- und Wohnraumplanung. Die Bedürfnisse von Behinderten und Senioren sind grundsätzlich mit einzubeziehen. **(35)**

Die **Verbände** und **Vereine** fördern eine Vernetzung aller Gruppen und sorgen für eine bessere Ausnutzung vorhandener Ressourcen. Sie stimmen ihre Angebote aufeinander ab und sind offen für Experimente, insbesondere bei der Integration von Behinderten und Randgruppen. **(40)**

Die **Wirtschaft** gestaltet ihre Arbeitszeiten familiengerecht und schafft behindertengerechte Arbeitsplätze. **(41)**

Sie berücksichtigt in ihrem Sponsoring Herzogenauracher Projekte, die vorrangig ehrenamtlich initiiert und betreut werden. **(42)**

KONSUM UND 3. WELT



Die **Stadt Herzogenaurach** unterstützt partnerschaftliche Aktivitäten in ideeller und finanzieller Hinsicht. Sie schafft Rahmenbedingungen für kulturelle Begegnungen. **(11)**

Sie unterstützt – im Rahmen ihrer Möglichkeiten – die Abnahme von (fair gehandelten) Produkten aus der so genannten 3. Welt. **(12)**

Die **Bürger** überdenken ihr Konsumverhalten und erkennen, dass Einschränkung auch Gewinn bedeuten kann. **(14)**

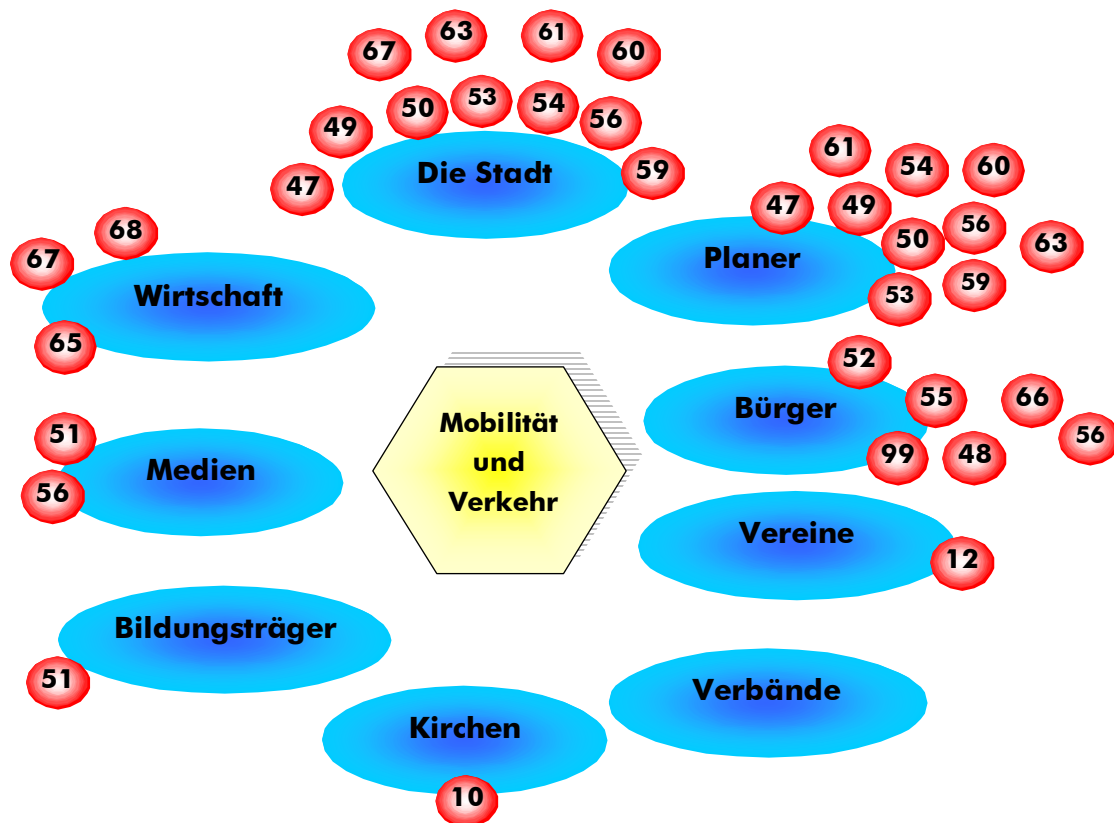
Die **Bildungsträger** und **die Medien** informieren regelmäßig und objektiv. Sie schaffen Sensibilität zum Konsumverhalten und partnerschaftlichem Handeln und vermitteln konkretes Wissen dazu. **(9)**

Die **Kirchen** vermitteln ethische Werte, wie Menschenrechte, Chancengleichheit und Verständnis für verschiedene Kulturen. **(10)**

Die **Vereine** koordinieren untereinander ihr Themen- und Veranstaltungsprogramm. Sie sorgen für partnerschaftlichen Austausch mit Gruppen aus anderen Kulturkreisen. **(13)**

Die **Wirtschaft** berücksichtigt bei ihren Aktivitäten einen fairen Handel und humane Arbeitsbedingungen. **(14a)**

MOBILITÄT UND VERKEHR



Die **Stadt Herzogenaurach** ermöglicht durch sinnvolle Anordnung von Flächen für Wohnen, Einkaufen und Freizeitgestaltung, dass die Grundbedürfnisse ohne Verwendung des Pkw erfüllt werden können. **(47)**

... gestaltet die Schulwege so, dass sie für die SchülerInnen sicher und stressfrei werden. **(49)**

... entzerrt den Pkw-, Bus-, Fahrrad- und Fußgängerverkehr am Schulzentrum und macht v.a. die Nutzung von Bus und Fahrrad attraktiver. **(50)**

... strebt an, das bewohnte Stadtgebiet vom motorisierten Individualverkehr zu entlasten. **(53)**

... fördert den öffentlichen Personennahverkehr und gestaltet ihn zu einer anerkannt erfolgreichen städtischen Einrichtung. **(54)**

... unterstützt Maßnahmen zur Vernetzung der ÖPNV-Angebote in der Region und befürwortet den benutzerfreundlichen Ausbau des ÖPNV. **(56)**

... verbessert durch öffentliches Verkehrsangebot und bessere Radwege die Mobilität der Bevölkerung auch in den Stadtteilen. **(59)**

... sorgt dafür, dass Gewerbegebiete, die eigene Zentren bilden, verkehrsmäßig gut an die Innenstadt angebunden bleiben. **(60)**

... verbessert die Radverkehrsanlagen in Abstimmung mit den Nutzern und deren Verbänden. **(61)**

...berücksichtigt bei der Neugestaltung der Innenstadt die Belange der Fahrradfahrer und Fußgänger als gleichberechtigte Verkehrsteilnehmer. **(63)**

... bevorzugt regionale Zulieferer und Bauunternehmen, um den weiträumigen Wirtschaftsverkehr zu reduzieren. **(67)**

Die **Bürger** nutzen die Möglichkeiten für Einkauf und Freizeitgestaltung im Wohnumfeld. **(48)**

... nutzen die öffentlichen Verkehrsmittel der Stadt intensiv. **(55)**

... unterstützen Maßnahmen zur Vernetzung der ÖPNV-Angebote in der Region und befürworten den benutzerfreundlichen Ausbau des ÖPNV. **(56)**

... denken auch bei der Urlaubsplanung an umweltfreundliche Fortbewegung. **(66)**

... nutzen das Auto verantwortungsbewusst. (99)

Die **Bürger (Eltern und SchülerInnen)** verzichten so weit wie möglich auf PKW-Fahrten und nutzen verstärkt das öffentliche Verkehrsangebot oder das Fahrrad bzw. gehen zu Fuß. Planer und Stadt schaffen die Voraussetzung dafür. **(52)**

Die **Bildungsträger, Medien und Ärzte** fördern die Gesundheitserziehung, indem sie Kinder und Erwachsene dazu anhalten, sich möglichst viel körperlich zu bewegen. **(51)**

Die **Medien** unterstützen Maßnahmen zur Vernetzung der ÖPNV-Angebote in der Region und befürworten den benutzerfreundlichen Ausbau des ÖPNV. **(56)**

Die **Planer** ermöglichen durch sinnvolle Anordnung von Flächen für Wohnen, Einkaufen und Freizeitgestaltung, dass die Grundbedürfnisse ohne Verwendung des Pkw erfüllt werden können. **(47)**

... gestalten die Schulwege so, dass sie für die SchülerInnen sicher und stressfrei werden. **(49)**

... entzerren den Pkw-, Bus-, Fahrrad- und Fußgängerverkehr am Schulzentrum. **(50)**

... streben an, dass das bewohnte Stadtgebiet vom motorisierten Individualverkehr entlastet wird. **(53)**

... fördern den öffentlichen Personennahverkehr und gestalten ihn zu einer anerkannt erfolgreichen städtischen Einrichtung. **(54)**

... unterstützen Maßnahmen zur Vernetzung der ÖPNV-Angebote in der Region und befürworten den benutzerfreundlichen Ausbau des ÖPNV. **(56)**

... verbessern durch öffentliches Verkehrsangebot und bessere Radwege die Mobilität der Bevölkerung auch in den Stadtteilen. **(59)**

... sorgen dafür, dass Gewerbegebiete, die eigene Zentren bilden, verkehrsmäßig gut an die Innenstadt angebunden bleiben. **(60)**

... verbessern die Radverkehrsanlagen in Abstimmung mit den Nutzern und deren Verbänden. **(61)**

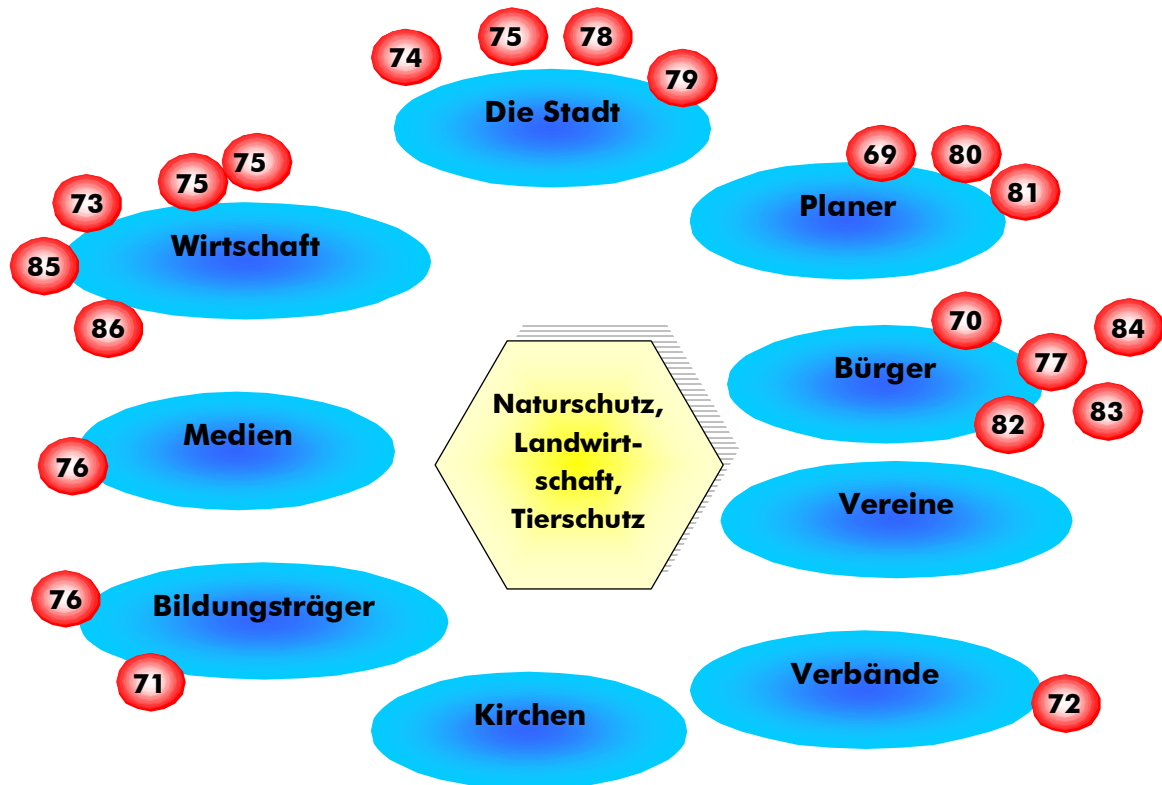
... berücksichtigen bei der Neugestaltung der Innenstadt die Belange der Fahrradfahrer und Fußgänger als gleichberechtigte Verkehrsteilnehmer. (63)

Die **Wirtschaft**, v.a. Hotels, Gastronomie und Reiseanbieter, machen Angebote für Radtouristen. **(65)**

... bevorzugt regionale Zulieferer und Bauunternehmen, um den weiträumigen Wirtschaftsverkehr zu reduzieren. **(67)**

... bedenkt bei der Beurteilung ihrer Umweltfreundlichkeit auch den eigenen Berufsverkehr. **(68)**

NATURSCHUTZ, LANDWIRTSCHAFT, TIERSCHUTZ



Die **Stadt Herzogenaurach** koordiniert und fördert – im Rahmen ihrer Zuständigkeit – alle Maßnahmen und Aktivitäten im Bereich des Naturschutzes. **(74)**

... schafft räumliche Voraussetzungen für die Vermarktung regional erzeugter Produkte. **(75a)**

... arbeitet in ihren Bebauungsplänen detailliert ökologische Gesichtspunkte ein. **(78)**

... informiert verstärkt über naturverträgliches Bauen und Wohnen und gibt Anreize dazu. **(79)**

Die **Bürger** nutzen den Naturraum rücksichtsvoll und verantwortungsbewusst. **(70)**

... informieren sich über regionale Produkte und nutzen Angebote aus regionalem Anbau. **(77)**

...informieren sich über Möglichkeiten des ökologischen Bauens und setzen dies auch um. **(82)**

...beschränken die Bodenversiegelung auf ein Minimum und versuchen, bereits versiegelte Flächen zu renaturieren. **(83)**

... erkennen private, wie auch gemeinschaftliche Grünflächen und Anlagen als schonenswerte Natur an (und verhalten sich entsprechend). **(84)**

Die Bildungsträger vermitteln Umweltbewusstsein und die Wertschätzung der Natur. **(71)**

Die **Bildungsträger** und die **Medien** informieren über nachhaltige Landwirtschaft und machen Werbung dafür. **(76)**

Die **Planer** beachten die Notwendigkeit einer nachhaltigen Naturerhaltung, die keine Verschwendung erlaubt. **(69)**

... entwickeln Vorschläge, wie die Baugebiete sozialverträglich intensiver genutzt werden können, ohne den Grünanteil in den Wohngebieten zu verringern. **(80)**

Die **Planer** achten bei ihren Entwürfen darauf, dass die Auftraggeber ökologische Materialien und Produkte einsetzen können und weisen die Bauherren darauf hin. **(81)**

Die **Verbände** beziehen bei ihren Aktivitäten die Belange des Naturschutzes (als Erbeil für unsere Nachkommen) mit ein. **(72)**

Die **Wirtschaft** berücksichtigt bei ihren Entscheidungen Aspekte zum Schutz des Grundwassers und der Vermeidung von Umweltverschmutzung. **(73)**

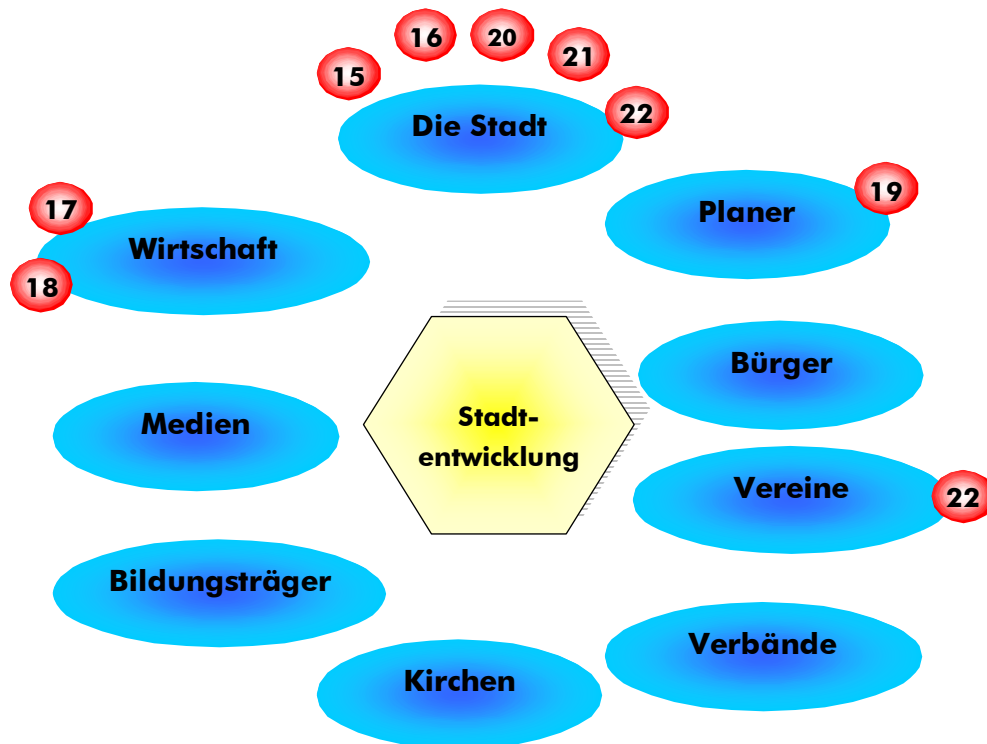
... unterstützt die Vermarktung regional erzeugter Produkte. **(75b)**

... bietet ökologische Baumaterialien zu verträglichen Preisen an. **(85)**

... beschränkt den Flächenverbrauch und die Bodenversiegelung auf ein Minimum. **(86)**

Die **Land- und Forstwirte** wirtschaften nicht ausbeutend, sondern sorgen für nachhaltigen, naturverträglichen Anbau und eine artgerechte Tierhaltung. **(75)**

STADTENTWICKLUNG



Die **Stadt Herzogenaurach** unterstützt den Erhalt und die Förderung des Wohnwertes für alle Bevölkerungs- und Altersgruppen, z.B. durch Schaffung von Verweilzonen. **(15)**

... sorgt für die angemessene Erhaltung des historischen Stadtbildes und Grundrisses. **(16)**

... schafft und unterhält im Rahmen der Möglichkeiten an geeigneter Stelle ein bürgerfreundliches Begegnungszentrum mit umfangreichem Informationsangebot. **(20)**

... erstrebt den attraktiven und behindertengerechten Ausbau der Fußwege zur, in und um die Altstadt. **(21)**

... fördert den sozialen Zusammenhalt der Bürger und Bürgerinnen in den Stadtteilen durch den Erhalt vorhandener und gegebenenfalls der Schaffung neuer Kommunikationszentren. **(22)**

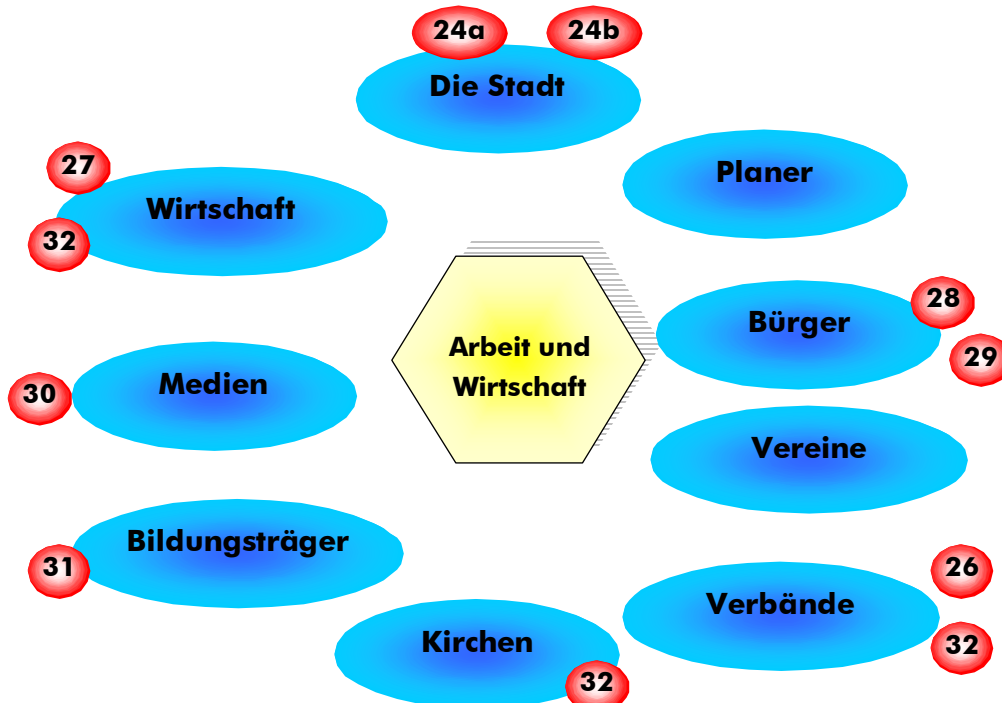
Die **Planer** für das historische Umfeld lassen sich durch einen örtlichen Gestaltungsbeirat beraten. **(19)**

Die **Vereine** fördern die Kommunikation in den Stadtteilen durch Schaffung von Zentren. **(22)**

Die **Wirtschaft** sorgt für eine dauerhafte Belebung der Innenstadt und veranstaltet Events, die die Innenstadt für alle Bevölkerungs- und Altersgruppen attraktiv machen. **(17)**

... profiliert sich durch ein qualitativ hochwertiges Produktangebot und freundliche, qualifizierte Beratung. Sie schafft eine kundenfreundliche Atmosphäre. **(18)**

ARBEIT UND WIRTSCHAFT



Die **Stadt Herzogenaurach** fördert die lokale Kommunikation im privaten und öffentlichen Bereich. **(24a)**

... schafft geeignete Standortfaktoren für Firmen-Neuansiedlungen und Erweiterungen. **(24b)**

Die **Bildungsträger** entwickeln praxis- und zukunftsorientierte Konzepte zur Aus-, Fort- und Weiterbildung. **(31)**

Die **Bürger** nutzen und stärken die Angebote der lokalen Unternehmen. **(28)**

... stehen neuen Arbeitsformen und -abläufen offen und positiv gegenüber. **(29)**

Die **Kirchen** nehmen – gemeinsam mit der **Wirtschaft** und den **Verbänden** – ihre soziale Verantwortung für alle Bürger in Herzogenaurach wahr. **(32)**

Die **Medien** sensibilisieren durch ihre Berichterstattung über globale und lokale Zusammenhänge. **(30)**

Die **Verbände** unterstützen die wirtschaftliche und soziale Entwicklung der Stadt. **(26)**

... nehmen gemeinsam mit Kirchen und Wirtschaft ihre soziale Verantwortung für alle Bürger in Herzogenaurach wahr. **(32)**

Die **Wirtschaft** steht neuen, sozial verträglichen Arbeitsformen offen gegenüber, mit dem Ziel, neue Arbeitsplätze und Ausbildungsplätze zu schaffen wie auch bestehende zu erhalten. **(27)**

... nimmt – gemeinsam mit den **Kirchen** und den **Verbänden** – ihre soziale Verantwortung für alle Bürger in Herzogenaurach wahr. **(32)**

STELLUNGNAHMEN

Das Leitbild und die Leitlinien wurden insgesamt 250 Organisationen, Unternehmen und Multiplikatoren der Stadt Herzogenaurach mit der Bitte um Stellungnahme zugeleitet. Darüber hinaus bestand für die Bürgerinnen und Bürger die Möglichkeit, auf der Homepage der Stadt direkt Stellung zu den Entwürfen zu nehmen.

Insgesamt gingen 21 Stellungnahmen ein, deren wesentliche Aussagen hier wiedergegeben sind. Folgende Firmen und Institutionen unterstützen die Leitlinien und weisen zum Teil auch auf bereits bestehende Umsetzungsschritte im Sinne der Leitlinien im eigenen Bereich hin:

- **Adidas-Salomon**
- **FFW Steinbach**
- **Frauenkreis der evangelischen Gemeinde**
- **DLRG**
- **Fischereiverein Herzogenaurach**
- **Obst- und Gartenbauverein Niederndorf**
- **Sparkasse**

Teilweise ausführliche Stellungnahmen und Ergänzungen gingen von folgenden Organisationen und Institutionen ein:

- **EVO GmbH:** betont die besondere Bedeutung der Information zu regenerativen Energieformen und bietet explizit Unterstützung bei Informationsveranstaltungen im Rahmen der Agenda 21 an.
- **Direktion für ländliche Entwicklung (Ansbach)** nimmt das Leitbild zur Kenntnis und bietet explizit Hilfe bei der Umsetzung von Projekten in den Handlungsfeldern Landwirtschaft, Stadtentwicklung, Verkehr und Naturschutz an.
- **ASV Niederndorf:** unterstützt insbesondere die verstärkte Vernetzung aller Gruppen und regt dazu eine Gesprächsrunde aller Vereine an. Besonders betont wird die Notwendigkeit, in Zukunft Vereinen und Gruppierungen die Nutzung städtischer Räume und Einrichtungen zu sichern.
- **Hauptschule Herzogenaurach:** regt an, die in den Leitlinien empfohlene Bereitstellung schulischer Einrichtungen genauer zu definieren.

- **Katholische Arbeitnehmer Bewegung (KAB)** regt u.a. an:
 - die Wirtschaft noch stärker in den Dialog zu überregionalen Fragestellungen einzu binden.
 - bei Leitlinien zu Fragen der Mobilität und Siedlungsentwicklung besonders Belange von Senioren, Rollstuhlfahrern, Kindern und Müttern mit Kinderwägen zu berücksichtigen.
- Die **Kirchlichen Organisationen** – Evangelisch-Lutherische Gemeinde, St. Magdalena, St. Otto, der Frauenbund, die KAB und das Kolpingwerk:
 - regen an, das Leitbild um Aspekte des sozialen und menschlichen Miteinanders zu ergänzen und
 - weisen bei einigen Leitlinien auf bereits bestehende Umsetzung durch die Kirchen hin.
- **Bund Naturschutz** weist darauf hin, dass die den Vereinen zugeordneten Leitlinien nicht die Ziele aller Vereine, auch nicht die des Bund Naturschutz – voll wiedergeben. Er sieht sich auch als Verband und unterstützt die entsprechenden Leitlinien zur Förderung regenerativer Energien.
- Das **Jugendhaus Rabatz** begrüßt die Entwicklung der Leitlinien an sich als gute Sache, stellt jedoch die Frage, inwieweit die Verantwortlichen aus Wirtschaft und Politik u.a. auch motiviert sind, die Anliegen umzusetzen.
- **Fachklinik Herzogenaurach** regt an, im Leitbild Gesundheitsaspekte stärker zu betonen und neben Fahrradfahrer und Fußgänger auch behinderte Mitbürger als gleichberechtigte Verkehrsteilnehmer zu sehen.
- **Firma ProLeit** stimmt den Entwürfen zu und weist auf bereits bestehende Umsetzungsschritte und Projekte im eigenen Unternehmen hin.