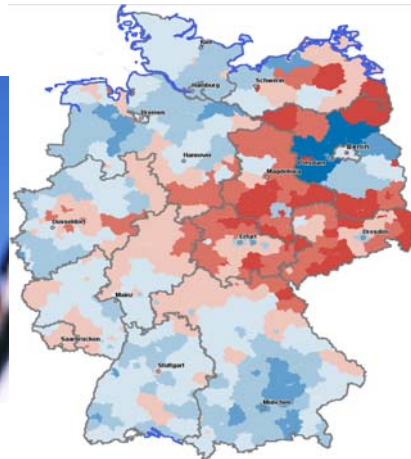


Demographischer Wandel in der Stadt Korschenbroich

Entwurf „Strategiepapier Korschenbroich 2020“ auf Grundlage der Abschlussberichte der eingerichteten Arbeitsgruppen



Inhaltverzeichnis

1. Einleitung	3
2. Demographischer Wandel in Korschenbroich.....	5
3. Prioritäten setzen in Strategischen Handlungsfeldern	7
3.1.1 Themenbereich Infrastruktur und Wohnen	7
3.1.2 Themenbereich Wirtschaft und Arbeit.....	7
3.1.3 Themenbereich Generationenverbindende Projekte.....	7
3.2 Infrastruktur und Wohnen.....	8
3.2.1 Wohnen (unter Berücksichtigung der Grundwasserproblematik)	8
3.2.1.1 Themenfeld „Wohnen“	8
3.2.1.2 Handhabung der Grundwasserproblematik im Stadtgebiet	11
3.2.2 Bildungseinrichtungen.....	11
3.2.3 Mobilität.....	14
3.2.4 Werbung / Öffentlichkeitsarbeit	17
3.3 Wirtschaft und Arbeit	20
3.3.1 Strategisches General-Ziel und Einzel-Ziele	20
3.3.2 Unternehmensförderung.....	22
3.3.3 Standortmarketing.....	27
3.3.4 Einzelhandel.....	30
3.3.5 Arbeitsmarkt	32
3.4 Generationenverbindende Projekte	35
4. Weiteres Verfahren/ Ausblick.....	41

1. Einleitung

Die Stadt Korschenbroich will den demographischen Wandel aktiv mitgestalten. Dies ist das Ergebnis eines umfassenden Prozesses, in dem viele Akteure aus unserer Stadt mitgewirkt haben. Dabei liegen die Herausforderungen der Zukunft in der Dynamik der Entwicklungen und den regionalen Auswirkungen des demographischen Wandels.

Mit dem Begriff "Demographischer Wandel" wird die Veränderung der Zusammensetzung der Altersstruktur einer Gesellschaft bezeichnet. Der Begriff ist zunächst weder positiv noch negativ behaftet und kann sowohl eine Bevölkerungszunahme als auch eine Bevölkerungsabnahme bezeichnen. Die demographische Entwicklung wird dabei von folgenden drei Faktoren beeinflusst:

- der Fertilität/ Geburtenrate
- der Lebenserwartung
- und dem Wanderungssaldo

Die Entwicklung der Bevölkerungszahl ergibt sich also aus der Summe des Wanderungssaldo und des Geburten- oder Sterbeüberschusses.¹

Der demographische Wandel wird in den kommenden Jahren Deutschland, aber auch die Mehrzahl der Industrienationen, vor große Herausforderungen stellen. Die Einwohnerzahl wird bis zum Jahr 2050 in Deutschland von zur Zeit 82,5 Millionen Einwohnerinnen und Einwohnern auf gut 70 Millionen zurückgehen. Der deutlich sichtbare Rückgang beginnt ca. 2013. Die Zahl der unter 20-Jährigen wird von aktuell 17 Millionen (21 % der Bevölkerung) auf 12 Millionen (16%) zurückgehen. Der Anteil der über 60-Jährigen wird von 28% auf 37% steigen. Die „kritische Beschleunigung“ der Alterung beginnt schon bald, die drastischen Verschiebungen im Altersaufbau unserer Gesellschaft werden zwischen 2010 und 2030 erfolgen.²

Um die Einwohnerzahl in der Bundesrepublik Deutschland konstant zu halten, wären 2,1 Kinder pro Frau notwendig. Tatsächlich liegt die Geburtenrate derzeit bei ca. 1,4 Kindern pro Frau. Die Ursachen für die geringe Geburtenrate sind vielfältig. Rund ein Drittel aller Frauen in Deutschland bleibt zeitlebens kinderlos. Der Anteil der Männer, die ihrem Beruf vor Kindern absolute Priorität einräumen, liegt sogar noch höher. Im internationalen Vergleich nimmt Deutschland im Bezug auf Kinderlosigkeit einen „führenden“ Platz ein.

Und der Trend wird sich mit großer Wahrscheinlichkeit fortsetzen, vermutet der Bevölkerungswissenschaftler Herwig Birg. Im Bericht der Enquetekommission des NRW-Landtages zum Thema „Zukunft der Städte“ finden wir weitere Präzisierungen:

Während Frauen mit deutscher Staatsangehörigkeit derzeit durchschnittlich 1,2 Kinder bekommen, beträgt die Geburtenrate der in Deutschland lebenden Frauen mit ausländischer Staatsangehörigkeit noch rd. 1,9 Kinder pro Frau. Bevölkerungswissenschaftler vermuten, dass sich diese Zahlen zukünftig stärker „nach unten“ angleichen werden.

Die zu niedrige Geburtenrate in der Bundesrepublik lässt sich auch durch das jährlich positive Wanderungssaldo nicht aufheben, sondern lediglich abschwächen.

Der demographische Wandel wird in Deutschland zur Zeit vor allem in Hinblick auf die Auswirkungen auf die Sozialsysteme diskutiert. Dies hat angesichts der Finanzierungsprobleme der gesetzlichen Rentenversicherung auch seine Berechtigung. Allerdings sollten darüber nicht die ebenfalls gravierenden Folgen des demographischen Wandels für andere Ebenen des föderalistischen Systems außer Acht gelassen werden.

¹ <http://www.foerderland.de/1066.0.html>

² „Demographische Entwicklung als kommunales strategisches Handlungsfeld“, Susanne Tatje, Seite 2

Gemeinden, Städte Kreise und Regionen Deutschlands werden sich durch die demographischen Entwicklungen von Grund auf wandeln. Die Veränderungen betreffen alle kommunalen Bereiche, die wir mit Lebensqualität und Zukunftsfähigkeit verbinden: Schulen, Regional- und Stadtplanung, Wohnungsmarkt, Wirtschaftsentwicklung, das Zusammenleben untereinander und die Entwicklung der kommunalen Finanzen.³

Die Städte und Gemeinden in Deutschland stehen vor der großen Herausforderung umfassend und rechtzeitig auf die veränderte Situation zu reagieren. Nur so ist eine strategische Positionierung im Wettbewerb der Regionen möglich.

Der demographische Wandel birgt die historisch seltene Chance eines umfassenden Innovationsprozesses für unsere Gesellschaft. Ziel ist es daher, die Chancen und Potentiale einer lebenswerten Zukunft zu erkennen und zu nutzen.

Das vorliegende Strategiepapier gibt Handlungsempfehlungen für die Schwerpunktthemen Infrastruktur und Wohnen, Wirtschaft und Arbeit und Generationenverbindende Projekte, welche durch die drei eingerichteten Arbeitsgruppen erarbeitet wurden.

Die entwickelten Ideen basieren auf einem breit angelegten Prozess, an dem verschiedene Akteure aus der Wirtschaft, den Kirchen, den Vereinen, der Politik, der Verwaltung der Bürgerinnen und Bürger mitwirken. Die Gestaltung des demographischen Wandels ist eine dauerhafte Zukunftsaufgabe - die vorgeschlagenen Handlungsempfehlungen werden kontinuierlich weiterentwickelt und um neue Themen ergänzt. Im Mittelpunkt aller Überlegungen steht dabei die langfristige Sicherung der Lebensqualität in der Stadt Korschenbroich. Die Weiterentwicklung unserer Zukunft in der Stadt Korschenbroich ist eine gesamtgesellschaftliche Aufgabe, die wir gemeinsam mit den vielen Akteuren im Stadtgebiet fortsetzen wollen.

³ Wegweiser Demographischer Wandel 2020, Bertelsmann Stiftung (Hrsg.), Seite 6

2. Demographischer Wandel in Korschenbroich **Ein Beteiligungsorientierter Prozess**

Um den Wandlungsprozess in der Stadt Korschenbroich aktiv zu gestalten, fand zwischen dem 05.04.2008 und dem 31.05.2008 ein Demographie- Training für kommunale Entscheider statt. An der Veranstaltung nahmen sowohl Mitarbeiter der Stadtverwaltung Korschenbroich als auch Mitglieder der Ratsfraktionen teil.

Im Rahmen des Demographie-Trainings wurde auch eine „Agenda Korschenbroich“ verfasst. Diese legte schrittweise das weitere Verfahren für die Gestaltung des Wandlungsprozesses fest.

Agenda Korschenbroich

- 1.) Freiwillige Selbstverpflichtung aller Teilnehmer/ innen die demographischen Ergebnisse in der täglichen Arbeit zu berücksichtigen
ab 02.06.2008
- 2.) Dokumentation des Demographie-Trainings
Juni 2008
- 3.) Information der Fraktionen
Information der Verwaltung
August/September 08
- 4.) Zuständigkeit in der Verwaltung wird geregelt (Projektleitung)
September 2008
- 5.) *Pressegespräch kurz vor der Ratssitzung*
Ratsinformation und Grundsatzbeschluss (Prozess/Verfahren)
Oktober/ November 08
- 6.) Informationsveranstaltung der Multiplikatoren (Top-Ten-Liste)
- Zwar Ressourcen nutzen
- Ziel: Sensibilisierung/ Mitwirkung
im Anschluss zur
Ratssitzung
- 7.) Einrichtung von inhaltlichen Arbeitsgruppen/ Zukunftswerkstatt
ab 03/ 2009
- 8.) Informationsveranstaltungen in den Ortsteilen in Verbindung mit „Befragungen“
ab 03/ 2009
- 9.) Festlegung der strategischen Ziele durch den Rat
Anfang 2010

In der Sitzung des Rates der Stadt Korschenbroich am 28.08.2008 hielt Herr Dr. Winfried Kösters einen Informationsvortrag zum Thema „Demographischer Wandel – Chancen für Korschenbroich“. Im Rahmen dieser Ratssitzung wurde die Verwaltung beauftragt, die sich aus der Agenda Korschenbroich ergebenden Schritte einzuleiten und den Rat der Stadt Korschenbroich über die Ergebnisse zu informieren.

Eine Multiplikatorenveranstaltung, zu der wichtige Akteure der Stadt Korschenbroich eingeladen wurden, fand am 03.12.2008 statt. Neben einer Information und Sensibilisierung der Anwesenden Akteure, wurde um Teilnahme am weiteren Gestaltungsprozess geworben.

Zwischen dem 03.03.2009 und dem 05.03.2009 fanden zudem 3 Informationsveranstaltungen in den Ortsteilen Korschenbroich, Kleinenbroich und Glehn statt.

Auch wurden Schülerinnen und Schüler des Gymnasiums Korschenbroich über die Folgen des Demographischen Wandels informiert. Während den Informationsveranstaltungen wurden die Teilnehmer aktiv auf den Gestaltungsprozess in der Stadt Korschenbroich hingewiesen.

Ihnen wurde mitgeteilt, dass die Stadt Korschenbroich inhaltliche Arbeitsgruppen zur Erarbeitung strategischer Ziele für die Stadt Korschenbroich vor dem Hintergrund des Demographischen Wandels einrichten wird. Da auch die Bürgerschaft stark von den Folgen des demographischen Wandels betroffen sein wird, war das Interesse und die Bereitschaft zur Mitarbeit in den Arbeitsgruppen seitens der Bürgerinnen und Bürger sehr hoch.

In einer Auftaktveranstaltung wurden am 23.04.2009 die Arbeitsgruppen:

- Generationenverbindende Projekte
- Wirtschaft und Arbeit
- Infrastruktur und Wohnen

eingerrichtet.

Die Arbeitsgruppen legten der Stadt Korschenbroich ihre Berichte bis Februar 2010 vor. Diese Berichte sind die Grundlage des vorliegenden Strategiepapiers.

3. Prioritäten setzen in Strategischen Handlungsfeldern

3.1 Strategische Ziele der eingerichteten Arbeitsgruppen im Überblick (Grundlage hierfür sind die eingereichten Abschlussberichte der Arbeitsgruppen)

3.1.1 Themenbereich Infrastruktur und Wohnen

- a) Die Stadt Korschenbroich unterstützt den Zuzug von jungen Familien und engagiert sich in besonderer Weise für ein selbstbestimmtes Wohnen der älteren Mitbürgerinnen und Mitbürger
- b) Die Stadt Korschenbroich bietet Schülerinnen und Schülern bedarfsgerechte Bildungseinrichtungen bis zum Abschluss der Sekundarstufe II an
- c) Die Stadt Korschenbroich fördert verkehrsmittelübergreifend die Mobilität für Jung und Alt
- d) Die Stadt Korschenbroich strebt durch geeignete Werbemaßnahmen eine positive Innen- und Außendarstellung an

3.1.2 Themenbereich Wirtschaft und Arbeit

General-Ziel: Im Jahr 2020 verfügt die Stadt Korschenbroich über eine Struktur, in der sich Handwerk, Handel, Industrie, Verwaltung und Dienstleistung unter Berücksichtigung des Demographischen Wandels entfalten können.

- a) Unternehmen fördern, Bestandspflege der Unternehmen intensivieren, neue Unternehmen ansiedeln und Innovationen durch Verknüpfung von Wirtschaft und Wissenschaft fördern
- b) Standortmarketing weiterentwickeln und die Qualität der Stadt bewerben
- c) Einzelhandel fördern und Standorte weiterentwickeln
- d) Potential an Arbeitskräften nutzen und weiterentwickeln; Förderung und Weiterentwicklung aller Arten von Arbeit in Unternehmen und Gesellschaft

3.1.3 Themenbereich Generationenverbindende Projekte

- a) Förderung des Zusammenlebens der Generationen zum Wohle aller Beteiligten unter besonderer Berücksichtigung der älteren Menschen
- b) Verbesserung der Kommunikation und Kooperation zwischen jüngeren und älteren Menschen
- c) Entwicklung gemeinsamer Ziel- und Wertvorstellungen mit den zugewanderten Menschen
- d) Lebensnahe Gestaltung des Ortskerns und der Stadtteile
- e) Sicherung und Aktivierung der Mobilität

3.2 Infrastruktur und Wohnen

Es wurden von der Arbeitsgruppe Infrastruktur und Wohnen vier Handlungsbereiche ausgemacht, zu denen im Einzelnen jeweilige Leitziele benannt wurden.

Die Handlungsbereiche sind: **Wohnen,
Bildungseinrichtungen,
Mobilität,
Werbung.**

Im Folgenden werden die Standpunkte zu den vier Handlungsbereichen dargestellt und die gewünschten Leitziele erläutert.

3.2.1 Wohnen (unter Berücksichtigung der Grundwasserproblematik)

Leitziel Die Stadt Korschenbroich unterstützt den Zuzug von jungen Familien und engagiert sich in besonderer Weise für ein selbstbestimmtes Wohnen der älteren Mitbürgerinnen und Mitbürger

3.2.1.1 Themenfeld „Wohnen“

Ausgangssituation

Der „Demographische Wandel“ ist eine Veränderung der Altersstruktur der Gesellschaft. Die derzeitige Veränderung führt in Deutschland, wie in den meisten Industriestaaten zu einem Rückgang der Einwohnerzahlen bei Überalterung der Bevölkerung.

Verursacht wird dies durch:

- Verringerung der Geburtenrate
- Erhöhung der Lebenserwartung

Eine ortsbezogene Beeinflussung ist nur möglich durch Maßnahmen, die den Wegzug stoppen und den Zuzug von Neubürgern, bevorzugt von jungen Familien, fördern. Sie geht auf Kosten anderer Ortschaften / Regionen und ist nur zu erreichen über die Darstellung und die Attraktivität des Ortes.

Für die Arbeitsgruppe war es daher wichtig Themenschwerpunkte festzulegen und zu diesen zunächst, zusammen mit Teilnehmern der Verwaltung, eine Bestandsaufnahme zu erstellen.

Wohnen im Alter

Die Entwicklung neuer und bezahlbarer Wohnformen für Ältere ist nicht nur Aufgabe der Älteren selbst. In Anbetracht der demografischen Entwicklung und der knappen Kassen muss auch die Kommune daran interessiert sein, durch innovative Gegenmaßnahmen Rahmenbedingungen hierfür zu schaffen.

Die Stadt muss sich zukünftig sowohl als Alten- wie auch gleichzeitig kinder- und familienfreundlich profilieren und kommunale Handlungskonzepte entwickeln, die den zu erwartenden Veränderungen gerecht werden.

Die neuen Konzepte sollten sich vorwiegend auf den Bereich „Wohnen zu Hause“ konzentrieren.

Lösungen, für die sich in der Folge des demografischen Wandels ergebenden Probleme, können auf kommunaler Ebene nur gelingen, wenn alle, die sich nicht nur aufgrund ihrer jeweils spezifischen Aufgabenteilung bzw. ihrer Zuständigkeiten für die Gestaltung des demografischen Wandels Verantwortung übernehmen, und auch Parteien übergreifend eng kooperieren.

Es ist erforderlich, dass die auf diesen Handlungsfeldern tätigen Akteure, unter Berücksichtigung ihrer jeweiligen Kompetenzen hinsichtlich der von ihnen zu bearbeitenden Aufgaben, arbeitsteilig und in vernetzten Strukturen verfahren.

Dem Kreis muss hierbei eine besondere Aufgabe, gerade auch mit Blick auf koordinierende Maßnahmen, zukommen.

Die Wohnung oder das eigene Haus wird mit steigendem Alter im zunehmenden Maße zum Lebensmittelpunkt. Alltag im Alter heißt vor allem Wohnalltag, denn mit steigendem Alter kommt es zu einer „Distanzempfindlichkeit“ und „Nahräumlichkeit“. Stadtplanerische, bauliche und soziale Prozesse sind in erster Linie „quartiersnah“ zu entwickeln.

Das Spektrum der Angebote von Wohnmöglichkeiten, insbesondere für ältere Menschen, sollte sich deshalb an der Vielfalt unterschiedlichster Lebenssituationen und Lebensbedürfnisse orientieren, damit Selbständigkeit, Teilhabe und gesellschaftliche Verantwortung auch in der nachberuflichen Lebensphase wahrgenommen werden können.

Wohnen im Alter sollte u. a. folgende Merkmale aufweisen:

- Erhalten und Förderung von sozialen Kontakten und Mitwirken von Betroffenen
- Förderung der „innerstädtischen Mobilität“ durch geeignete ÖPNV Angebote
- Versorgungssicherheit und Prävention im Pflegebedarf
- Schaffung von alternativen Wohnformen, die Zusammenleben unter einem Dach oder in speziellen Wohnquartieren ermöglichen. Siedlungsgemeinschaften, Wohnquartiere, Mehrgenerationenhäuser und in bestehende Wohnformen zu integrierende Pflegewohngruppen sind Beispiele einer generationsübergreifenden Wohn- und Lebenskultur, welche Eigeninitiative und bürgerschaftliche Identität und soziale Verwurzelung der Menschen fördert.

Die Stadtverwaltung sollte aus diesem Grund Maßnahmen in die Wege leiten, um den Bedarf für alternative Wohnformen, insbesondere Betreutes Wohnen und Mehrgenerationenhäuser oder Siedlungen, zu ermitteln und verstärkt Kontakt zu potentiellen Investoren aufnehmen. Ebenso sind geeignete Baugebiete hierfür zu definieren. Im Vorfeld sollte sich die Verwaltung auch darüber informieren, wie und mit welchem Erfolg andere Kommunen an die Problematik herangehen.

Die Stadt Korschenbroich als Berater

Alternative Wohnformen sollen den Menschen ermöglichen, auch bei eingeschränkter physischer und psychischer Gesundheit, so lange wie möglich zu Hause leben zu können.

Dies gilt natürlich auch für Menschen, die in einem „Eigenheim“ wohnen.

Aus diesem Grund sollte eine Beratungsstelle eingerichtet werden, um den Menschen ein Wohnen in den „eigenen vier Wänden“ weiterhin zu ermöglichen.

Folgende Beratungen sollten, in der Regel vor Ort, geleistet werden:

- Vermittlung von professioneller Beratung bei Wohnraumanpassung für barrierefreies Wohnen
- Hausnotruf
- Vermittlung von Hilfskräften und mobilen Diensten zur sicheren Fortführung des eigenen Haushalts
- Vermittlung von Hol- und Bringdiensten
- Vermittlung von Hilfen beim Einkauf
- Vermittlung von Wohnungs- bzw. Hausreinigung u. ä.

Neben diesen Leistungen sollten zusätzliche Lebensberatungen u. a. im Bereich Behörden und Soziales angeboten werden:

- Verbesserung der Lebenssituation, Beantragung von Leistungen bei Pflege- und Krankenkassen sowie von Ämtern und Institutionen z.B. soziale Sicherung und Schwerbehindertenangelegenheiten
- Beratung zu Vorsorgevollmachten, Widerspruchsverfahren, Pflegebedürftigkeit, Vermittlung von Pflegedienstleistungen, Hilfe beim Ausfüllen von Formularen
- Vermittlung von Kontakten zu örtlichen Senioreneinrichtungen und Anbietern von Seniorenfreizeiten
- Vermittlung von Kontakten zu Pflegebüros sowie weiteren spezifischen Anbietern
- Sicherstellung der medizinischen Versorgung

Die Beratung könnte koordiniert durch den Kreis oder durch geeignete Stellen der Stadt erfolgen. Ebenfalls könnte dies durch soziale Träger, die Diakonie oder die Caritas, oder auf ehrenamtlicher Basis durchgeführt werden.

Eine Internetplattform der Stadt wird diesbezüglich angeregt.

Selbst-, Familien- und Nachbarschaftshilfen sind hierbei zu fördern und zu unterstützen.

Bezüglich der Anpassung von Wohnraum an die Bedürfnisse des demografischen Wandels sollte eine zentrale Stelle eingerichtet werden, welche professionelle kostenlose Beratungen für Wohnraumanpassungen zur Barrierefreiheit vor Ort durchführt und Hinweise zur Förderung von baulichen Maßnahmen und zu entsprechenden Landesmitteln sowie Förderprogrammen gibt bzw. vermittelt.

Wohnen für Familien

Weiterhin ist es natürlich unerlässlich, Wohnraum für Familien mit Kindern anzubieten bzw. entsprechende Grundstücke auszuweisen, um jungen Familien ein Bauen und Wohnen in Korschenbroich zu ermöglichen. Die entsprechende Richtlinie über die Gewährung von Familienrabatt muss daher über die Stadtgrenzen von Korschenbroich hinaus bekannter gemacht werden, um jungen Familien eine Entscheidungshilfe für Korschenbroich zu geben. Alle vertretbaren Möglichkeiten zur Ausweisung neuer Wohngebiete sind hierbei zu prüfen. Passiv- bzw. Null- und Niedrig-Energie-Häuser / Solarsiedlungen sollten hierbei besonders gefördert werden.

Für zukünftige Bauherren sollte ein Leitfaden erstellt werden, der darüber informiert, welche Maßnahmen in der Bauphase umgesetzt werden sollten, um auch im Alter ein Verbleiben im eigenen Haus zu ermöglichen.

Wie sollte die Stadt mit Leerständen verfahren?

Bei privaten Immobilien wird langfristig ein Problem durch „eine Entvölkerung von Quartieren“ gesehen. Selbstgenutzte Häuser aus den 50er und 60er Jahren stehen, nachdem die Bewohner verstorben sind und die Angehörigen nicht in Korschenbroich leben und diese Objekte veräußern wollen, oftmals über sehr lange Zeiträume oder dauerhaft leer. Es wird hier eine aktive Unterstützung bei der Veräußerung solcher Objekte seitens der Stadt angeregt, evtl. in Kooperation mit örtlichen Kreditinstituten und Maklerbüros, damit solche Leerstände verringert werden können.

Des Weiteren sollte im Rahmen eines Stadtentwicklungsplanes eine dauerhafte Erfassung von Leerständen im Stadtgebiet stattfinden, in der auch die Dauer der Leerstände erfasst werden.

Handlungsempfehlungen

- Ermittlung des Bedarfs für alternative Wohnformen (Betreutes Wohnen, Mehrgenerationenhäuser und Siedlungen)
- Einrichtung einer Beratungsstelle als Lebenshilfe insbesondere für alte Menschen, um diesen ein Wohnen in den „eigenen vier Wänden“ weiterhin zu ermöglichen
- Dauerhafte Erfassung von Leerständen im Stadtgebiet und Kooperation mit örtlichen Kreditinstituten und Maklerbüros, um Anzahl und Dauer der Leerstände zu verringern
- Erstellung eines Leitfadens für künftige Bauherren (bei Neubau und Altbausanierung), der darüber informiert, welche Maßnahmen bereits in der Bauphase ein Verbleiben im eigenen Haus im Alter ermöglichen

3.2.1.2 Handhabung der Grundwasserproblematik im Stadtgebiet

Bei der Diskussion zu den Themenschwerpunkten wurde bald klar, dass Korschenbroich mit dem Wiederanstieg des Grundwassers ein Imageproblem hat, was vordringlich zu lösen ist. Nur dann sind die zu den einzelnen Themen vorgeschlagenen Maßnahmen erfolgversprechend.

Zur Lösung dieses Problems können folgende Maßnahmen beitragen:

- Sicherstellen der Finanzierung des durch den Erftverband vorgeschlagenen Konzeptes
- Durchführung des Konzeptes des Erftverbands
- Einleitungsstopp von Stützwasser durch RWE Power bei hohen Grundwasserständen
- Regelmäßige und sachgerechte Pflege der Gewässer durch den Erft-, Niers- und den Nordkanalverband

Handlungsempfehlung

- Zur Bewahrung vor einem Imageschaden ist der Anstieg des Grundwassers auf ein die Bebauung nicht zu gefährdendes Maß zu begrenzen

3.2.2 Bildungseinrichtungen

Leitziel **Die Stadt Korschenbroich bietet Schülerinnen und Schülern bedarfsgerechte Bildungseinrichtungen bis zum Abschluss der Sekundarstufe II an.**

Ausgangssituation

Die Folgen des demographischen Wandels zeigen sich am deutlichsten in der Schul- und Kitasituation. Durch die rückläufigen Schülerzahlen wird uns der Wandel in der Gesellschaft konkret vor Augen geführt.

Bereits jetzt sind kleine Ortsteilschulen in der Diskussion; dies führte zum Zusammenschluss der Grundschule Andreas mit der Grundschule Pesch als Dependence.

Situation der Schulen

In Korschenbroich gibt es zurzeit 6 Grundschulen, wobei sich zwei Schulen (Pesch und Andreas) zu einer Dependence zusammengeschlossen haben.

Diese 6 Grundschulen verfügen insgesamt über 16 Züge und haben damit eine Kapazität von 1536 Kindern (1 Zug = 4 Klassen = 24 Kinder).

Für die Klassenbildung in 2010 wird voraussichtlich in 4 Schulen jeweils 1 Eingangsklasse weniger gebildet werden als geplant. Dies ergibt einen Verlust von 4 Zügen. Damit sind dann an den Korschenbroicher Grundschulen 1311 Kinder, 225 Kinder weniger als aufgenommen werden könnten.

Für 2015 werden nur noch 1050 Schülerinnen und Schüler erwartet.

Bei den weiterführenden Schulen in der Sekundarstufe I besuchen 288 Schülerinnen und Schüler (12 Klassen) die Hauptschule, 650 die Realschule (24 Klassen) und 650 das Gymnasium (24 Klassen). Dieser Trend ist bundesweit zu beobachten.

67 Kinder besuchen nach ihrer Korschenbroicher Grundschulzeit Gymnasien in anderen Städten im Umkreis.

Warum besuchen Korschenbroicher Kinder Gymnasien anderer Städte?

Der Arbeitsplatz der Eltern spielt eine Rolle, vielfach auch der Wunsch nach Monoedukation, z. B. am Marienberggymnasium oder die Bevorzugung von Privatschulen. Außerdem ist von Liedberg oder Glehn aus das Korschenbroicher Gymnasium mit dem Bus erheblich zeitaufwendiger zu erreichen als Neuss oder Giesenkirchen.

An dieser Stellschraube kann gedreht werden. Die Busverbindungen wurden zum Schuljahr 2009/2010 optimiert.

Es wandern nicht nur Kinder aus Korschenbroich ab, es kommen auch aus anderen Städten Kinder nach Korschenbroich. Dies sind aber weniger, als abwandern.

Gibt es Bedarf für eine Gesamtschule?

Eine steigende Anzahl von Eltern wünscht sich für ihr Kind eine Gesamtschule, besonders seit der Einführung von G8. Im Jahr 2008 gingen insgesamt 39 Schülerinnen und Schüler nach der Grundschule zu einer Gesamtschule, obwohl dies für diese Kinder ein höherer Aufwand darstellt, da sie nach Mönchengladbach oder Neuss fahren müssen.

In Korschenbroich wurde 1996 eine Umfrage durchgeführt, die keinen Bedarf für eine Gesamtschule zeigte. Dies kann sich in der Zwischenzeit geändert haben. Daher sollte überlegt werden, ob es zukünftig sinnvoll wäre, eine Gesamtschule in Korschenbroich anzubieten, zumal die Hauptschule stark rückläufige Anmeldezahlen hat.

Ganztagschulen für Korschenbroich?

In Korschenbroich ist keine große Nachfrage nach Übermittagsbetreuung an den weiterführenden Schulen vorhanden. Aus unterschiedlichen Gründen wünschen die Schülerinnen und Schüler einen möglichst kurzen Schultag. Die Schülervvertretung des Gymnasiums lehnt die zwangsweise Einführung einer einstündigen Mittagspause ab und sammelt dagegen Unterschriften.

Für die Einrichtung von Mensen in den weiterführenden Schulen wurden Fördergelder beantragt und auch bewilligt. Zunächst soll am Gymnasium eine neue Küche installiert werden und ein Mittagsimbiss angeboten werden, wie auch derzeit schon. Dieser wird bisher nur von 40 Schülerinnen und Schülern in Anspruch genommen.

Anders sieht die Situation an den Grundschulen aus. Dort wünschen immer mehr Eltern die Betreuung über Mittag. Die OGATA wird derzeit von ca. 400 Kindern angenommen.

Was kann die Verwaltung tun, um die Schulen attraktiv zu machen?

Das Schulamt hat ein offenes Ohr für die Wünsche der Schulen und bemüht sich um eine gute und moderne Ausstattung, bspw. mit der Ausstattung von „Smartboards“. Die Stadt sollte auf vielfältige Weise werben, z. B. durch Flyer, Broschüren und im Internet. Dabei soll die Familienfreundlichkeit herausgestellt werden. Die hervorragende Qualität der Schulen sollte betont und mit Beispielen belegt werden.

Wie können die Schulen für sich werben?

Die Schulen werben für sich durch einen Infoabend für Eltern der 4. Klassen und mit einem Tag der offenen Tür. Derzeit findet am Gymnasium eine Evaluation über die Vor- und Nachteile der eingeführten Langstunden statt. Die Realschule hat ebenfalls die Langstunden eingeführt, die Hauptschule hat einen anderen Lernrhythmus und schließt sich nicht an.

Überlegungen aufgrund zurückgehender Schülerzahlen

Bis 1998 gab es einen stetigen Zuwachs bei den Bevölkerungszahlen, danach stagnierte die Einwohnerzahl und die Schülerzahlen sind rückläufig. Hier kann ein Zusammenhang mit dem 1998 bekannt gewordenen Grundwasserproblem gesehen werden. Wenn die Stadt attraktiv bleiben möchte, dann muss das Grundwasserproblem gelöst werden. Ein großer Pluspunkt für Korschenbroich ist die Anbindung an die S-Bahn und die gute Lage zwischen vielen Großstädten.

Gibt es Überlegungen, Schulen langfristig umzunutzen?

In den Anfängen gibt es Überlegungen, z. B. den Gebäudeteils A des Gymnasiums zu Verwaltungsräumen umzuwidmen.

Die Verwaltung sollte ein Gebäudenutzungskonzept für 2020 erstellen.

Wenn die Ortsteilgrundschulen erhalten bleiben sollen, muss weiter über Dependancen nachgedacht werden. Das bedeutet weiterhin höhere Ausgaben für den städtischen Haushalt. Die eingesparte Schulleiterstelle wird aus Landesmitteln finanziert. Hier muss die Entscheidung zwischen ökonomisch oder familienfreundlich getroffen werden.

Wenn verhindert werden soll, dass die Kinder den Eltern an eine Schule an deren Arbeitsplatz in eine andere Stadt folgen, dann müssen in Korschenbroich neue Arbeitsplätze geschaffen werden.

Die Vereine könnten mehr in die Schulen eingebunden werden. Probleme bereiten die knappen Hallenzeiten. Für Kinder herrscht ein vielseitiges Angebot an Freizeitaktivitäten. Die Schulräume werden schon jetzt am Nachmittag fremd genutzt. Das kann zukünftig ausgebaut werden, wenn weniger Klassenräume benötigt werden.

Die Jugendverbände wünschen mehr Kontakt zu den Schulen und sind für eine Zusammenarbeit bereit.

Kindertagesstätten in Korschenbroich

Die Versorgung mit Kindergartenplätzen ist sehr gut, es gibt mehr Plätze als benötigt werden.

Elf städtische und vier katholische Kindertageseinrichtungen ermöglichen in der Stadt Korschenbroich eine umfassende Versorgung mit Kindergartenplätzen. Insgesamt stehen in diesen Einrichtungen zur Zeit 973 Plätze, davon 847 für Kinder von 3 bis 6 Jahren und 126 Plätze für Kinder unter 3 Jahren, zur Verfügung.

Drei städtische Einrichtungen haben bereits die Zertifizierung "Familienzentrum" erhalten. Bei den Kindertagesstätten kann der Rückgang der Kinderzahlen teilweise durch den Ausbau von U3 Betreuung aufgefangen werden.

In Korschenbroich ist ein großes ehrenamtliches Engagement vorhanden. Auch in den Schulen und in den Kitas sind Eltern sehr aktiv. Das vermittelt eine gute Atmosphäre und ist positiv zu bewerten und weiterhin zu fördern und publik zu machen.

Handlungsempfehlungen

- Die Familienfreundlichkeit von Korschenbroich soll intensiv durch Werbung herausgestellt werden, ebenso die Qualität der Schulen in der Stadt Korschenbroich.
- Die Ortsteilschulen sollen nach Möglichkeit bis 2020 erhalten bleiben, notfalls durch Dependance-Lösungen.
- Die Entwicklung der Schülerzahlen soll im Auge behalten werden, so dass ab 2020 bei Bedarf gehandelt werden kann um zu entscheiden, ob einzelne Schulen aufgegeben werden müssen.
- Die Errichtung einer Gesamtschule sollte überlegt und geprüft werden.
- Durch ein zu erstellendes Gebäudenutzungskonzept können die nicht mehr benötigten Räume und Gebäudeteile der Schulen anderweitig genutzt werden.
- Nicht mehr benötigte Immobilien werden veräußert.

3.2.3 Mobilität

Leitziel Die Stadt Korschenbroich fördert verkehrsmittelübergreifend die Mobilität für Jung und Alt

Ausgangssituation

Das Hauptfortbewegungsmittel in Deutschland ist und bleibt des Deutschen liebstes Kind: Das Auto. Mit den eigenen vier Rädern gelangt man schnell und flexibel von einem Ort zum anderen. Warum sollte man sich also überhaupt Gedanken über innerstädtische Mobilität machen? Reichen nicht gut ausgebaute Straßen?

Mit Nichten! Denn in einer immer älter werdenden Gesellschaft spielt das Thema Mobilität jenseits des eigenen Autos eine wichtige Rolle. Zwar wird die eigene Wohnung mit zunehmendem Alter immer stärker zum Lebensmittelpunkt, doch um weiterhin aktiv am Alltagsleben teilhaben zu können, muss es auch für Senioren ohne Auto bzw. Führerschein möglich sein, bequem von A nach B zu kommen. Denn gerade im ländlichen Raum ist das nächste Geschäft oder der Hausarzt oftmals ein gutes Stück entfernt.

Doch eine gut ausgebaute Verkehrsinfrastruktur ist nicht nur für Senioren wichtig. Auch Jugendliche und Familien ohne Auto müssen innerhalb des Stadtgebietes mobil sein. Stadt- und Verkehrsplanung orientieren sich daher heute vermehrt an Nachhaltigkeitszielen, also Mobilitätsmanagement. Mobilitätsmanagement setzt an der Entstehung des Verkehrs an und bietet den Verkehrsteilnehmern durch Informationen, Beratung und Motivation Optionen für eine Veränderung ihres Mobilitätsverhaltens.

Situation in Korschenbroich

Korschenbroich verfügt über ein gut ausgebautes Straßennetz. Innerhalb des Stadtgebietes gelangt man mit dem Pkw schnell und sicher überall hin.

Korschenbroich und Kleinenbroich sind zudem an die S-Bahn-Linie S 8 angebunden, mit der man in kurzer Zeit nach Mönchengladbach, Neuss oder Düsseldorf gelangt. Dieser Standortvorteil war und ist für viele Neubürger ein Hauptgrund, warum sie sich für die Stadt Korschenbroich als Wohnort entschieden haben.

Problem

Die Mobilität der Bürgerinnen und Bürger ist zurzeit noch hauptsächlich durch das eigene Auto gegeben, da das Angebot des ÖPNV unattraktiv und wenig bekannt ist. Die Mobilität derjenigen, die kein Auto besitzen, ist auf das unzureichende Angebot des ÖPNV beschränkt.

Für welche Zielgruppen besteht Änderungs- bzw. Handlungsbedarf?

1. Senioren mit den Schwerpunkten:
 - a: Bürgerbus
 - b: Parkplätze
 - c: Erreichbarkeit von Geschäften
 - d: Versorgung bis ans Haus
 - e: Kulturelle Anbindung

2. Schulkinder:
 - a: Familien ohne Auto
 - b: ÖPNV

3. Jugendliche:
 - a: Radfahrer

Welche Maßnahmen könnten ergriffen werden?

1. Radwege:

Der Radverkehr als System sollte auch in Korschenbroich etabliert werden. Konkret sollte neben der qualitativ guten und flächendeckenden Infrastruktur als Grundbaustein auch der Service, Informationen und Kommunikation als gleichwertige Bestandteile integriert werden. Ein Gesamt-Radverkehrskonzept ist für ganz Korschenbroich zu erstellen und mit den entsprechenden Ausbaumaßnahmen zu konkretisieren.

Speziell für die Sicherheit sollten die Wege für Radfahrer überprüft und ergänzt werden. Vorgeschlagen wurde z.B. eine Fahrradweg-Unterführung unter den Bahngleisen parallel zur Neusser Str., z.B. in Verlängerung des Weges am Fluitbach. Um einen optimalen Ausbau der Radwege zu erreichen wird vorgeschlagen, dass sich die Stadt Korschenbroich dem Bündnis „Arbeitsgemeinschaft fahrradfreundliche Städte, Gemeinden und Kreise in Nordrhein-Westfalen e.V.“ anschließt. Dort gibt es Anregungen und man gelangt schneller an bevorzugte Landeszuschüsse nicht nur für Optimierungsmaßnahmen der Fahrrad-Infrastruktur, sondern insbesondere auch für Marketingaktionen.

2. ÖPNV:

Der Öffentliche Personennahverkehr ist ein Garant für eine nachhaltige Mobilität und leistet darüber hinaus einen wichtigen Beitrag zur sozialen Integration und nachhaltigen Stadtplanung. Der ÖPNV muss daher attraktiver gestaltet werden, um von den Bürgerinnen und Bürgern angenommen zu werden. Dies betrifft die folgenden Punkte:

- Der Zustand der Bahnhöfe muss barrierefrei gestaltet werden
- Die Sicherheit auf den Bahnsteigen ist nicht gegeben
- Die Sauberkeit der Züge und der Bahnhöfe ist nicht gegeben
- Die Fahrpreise im Nahverkehr speziell bei Einzelfahrten sind zu teuer
- Bessere Verbindungen mit innerörtlichen Anschlüssen
- Die Erreichbarkeit der Bahnhöfe muss auch ohne Auto durch öffentliche Busse und/oder den Bürgerbus gegeben sein

3. Schulbusse:

Von Liedberg oder Glehn aus ist das Gymnasium Korschenbroich mit dem Bus erheblich zeitaufwendiger zu erreichen als Neuss oder Giesenkirchen. Die Busverbindungen wurden zum Schuljahr 2009/2010 optimiert.

4. Fußwege:

Zu Fuß gehen in Korschenbroich heißt mobil sein im Nahbereich. Fußverkehr ist Nahmobilität. Die Qualitätsanforderungen an Anlagen für den Fußverkehr müssen wichtige Aspekte zur Gewährleistung einer hohen Verkehrsqualität und Sicherheit erfüllen, wie z.B. Überschaubarkeit und gute Orientierungsmöglichkeiten. Um diese Qualitätsmerkmale zu erreichen, müsste in Korschenbroich eine Bestands- und Mängelanalyse durchgeführt werden.

Sicherheit im Straßenverkehr

Weiterhin wurde die Sicherheit der Straßen für ältere Leute und Kinder speziell auf dem Schulweg angesprochen. Viele Bürgerinnen und Bürger halten sich nicht an Tempolimits oder parken so im Halteverbot, dass andere Verkehrsteilnehmer – insbesondere Schulkinder – gefährdet werden. Letzteres ist besonders zu den Bring- und Holzeiten an Kindergärten und Schulen zu beobachten. Es wäre daher wünschenswert, wenn sich wie früher mehr Eltern als Schülerlotsen zur Verfügung stellen würden. Eine entsprechende Initiative könnte von der Stadt gestartet werden.

Außerdem sollte das Mobilitätsverhalten der Kinder intensiv geschult werden, zum Beispiel durch entsprechenden Schulungsveranstaltungen und ausgelegte Broschüren in den Schulen und Kindergärten.

Verkehrsinfrastruktur als Standortvorteil

Ein gut ausgebautes ÖPNV-Netz ist für eine im ländlichen Raum gelegene Stadt wie Korschenbroich unerlässlich und trägt enorm zur Steigerung der Lebensqualität für die Bürgerinnen und Bürger bei. Daher muss das heute bereits bestehende Angebot insgesamt ausgebaut und preislich attraktiv gestaltet werden. Durch eine umweltfreundliche und nachhaltige Stadt- und Verkehrsentwicklungsplanung könnte die Situation in Korschenbroich auch im Hinblick auf den demographischen Wandel Vorteile für alle bringen. Auch durch die sinnvolle Gestaltung von Straßenräumen kann die Straßenverkehrssicherheit insgesamt erhöht und das Konfliktpotential zwischen unterschiedlichen Verkehrsteilnehmern verringert werden.

Mit den Empfehlungen der Arbeitsgruppe könnte die Stadt Korschenbroich auch im Hinblick auf die Attraktivität unserer Stadt Pluspunkte gegenüber anderen Nachbarstädten sammeln und dadurch Standortvorteile erzielen.

Die Stadtverwaltung wird aufgefordert, die Bürgerinnen und Bürger über die Möglichkeiten der Bus- und Bahnverbindungen sowie der möglichen Radwege zu informieren. Dies soll mit dem jährlichen Abfallkalender erfolgen und somit immer zur Verfügung stehen. Dieser Abfallkalender könnte zu einem „Bürgerkalender“ weiterentwickelt werden.

Handlungsempfehlungen

- Erstellung eines Gesamt-Radverkehrskonzepts für ganz Korschenbroich
- Die Stadt Korschenbroich sollte sich dem Bündnis „Arbeitsgemeinschaft fahrradfreundliche Städte, Gemeinden und Kreise in Nordrhein-Westfalen e.V.“ anschließen
- Erhöhung der Attraktivität des ÖPNV durch geeignete Maßnahmen

- Durchführung einer Qualitäts- und Mängelanalyse der Fußwege in Korschenbroich
- Intensive Schulung des Mobilitätsverhaltens der Kinder in allen Schulformen
- Initiative für mehr Schülerlotsen zur Verbesserung der Verkehrssicherheit auf dem Schulweg

3.2.4 Werbung / Öffentlichkeitsarbeit

Leitziel Die Stadt Korschenbroich strebt durch geeignete Werbemaßnahmen eine positive Innen- und Außendarstellung an

Ausgangssituation

Die positive Innenwahrnehmung von weichen Standortfaktoren wie Wohnen, Kultur, Sport (für Jung und Alt) und Freizeit (individuelle Vereinsaktivitäten) sollte auch nach außen stärker vermittelt werden.

Für die Stadt Korschenbroich stellt sich die Aufgabe, sich mit erkennbarer eigener Identität (Reiz der Stadt) als Teil einer attraktiven Region darzustellen.

Kooperation statt Konkurrenz ist das Leitmotiv der Überlegung

Nach Meinung der Arbeitsgruppe verbirgt sich hinter Werbung / Öffentlichkeitsarbeit der Begriff „Stadtmarketing“, was als ein neues Instrument zur Bündelung der öffentlichen und privaten Kräfte zu verstehen ist. Ziel sollte sein, alle an der Stadtentwicklung Beteiligten - Bürger, Wirtschaft, Verbände, Parteien, Vereine und öffentliche Hand - an einen Tisch zu bringen und gemeinsam Ideen und Konzepte für eine positive Zukunft der Stadt Korschenbroich zu entwickeln.

Schwerpunkt von Stadtmarketing ist es, kommunale Kräfte zu bündeln, um die vielfältigen Probleme der Stadt Korschenbroich zu bewältigen und ein verbessertes Image zu erzielen. Die Bemühungen der Stadt Korschenbroich, sich positiv nach außen wie innen darzustellen, sind kein Selbstzweck sondern die Notwendigkeit, sich o.g. Ziele nachhaltig zu Eigen zu machen.

Stadtmarketing ist sicherlich nicht das Allheilmittel, aber es ist ein Mittel, mit dem Einzelinteressen zusammengeführt, Gemeinsamkeiten herausgearbeitet und letztlich gemeinsam Ziele und Aktivitäten vereinbart, geplant und umgesetzt werden können.

Konkrete „Zukunftsorientierung“ in Korschenbroich

Neben der groben „Status-Quo-Analyse“ hat der Arbeitskreis Infrastruktur und Wohnen auch Leitbilder erarbeitet und somit den Rahmen für weitere detaillierte Problemlösungen festgelegt. Im Bereich Stadtmarketing sollten folgende Vorschläge eine weitere Diskussionsrunde eröffnen.

Hierbei ist auch Public Relation (PR) ein wichtiger Stadtmarketingbaustein im Bereich der Partizipation. Stadtmarketing hat einen gesamtstädtischen Ansatz und widmet sich gesamtstädtisch relevanten Aufgaben.

Die Aufgabenstellung nach dem Motto „Kleine Schritte, große Wirkung“ könnte auch in Korschenbroich viele positive Akzente setzen.

Beispiele hierfür könnten sein:

- Bei der Entwicklung des Handels sollte vor allem die Beseitigung von Leerständen und die Verbesserung des Branchenmixes im Vordergrund stehen.
- Ideenwettbewerbe mit unterschiedlichem Motto sind zu diskutieren
- Stärkung der Innenstadt

- Die Ansiedlung von Fachhandel und Gastronomie mit gehobenem Standard (Verzicht auf höhere Mieten)
- Stärkung der städtebaulichen und stadtgestalterischen Qualität (Umsetzung der Neugestaltung der Parkplätze (Rathaus / Hannenplatz) sowie der Sebastianusstraße)
- Angepasste Begrünung
- „KO“ Korschenbroicher Ordnung (Aktion Saubere Stadt)
- Image-Aktivitäten mit den Themen Sicherheit, Sauberkeit und Beleuchtung
- Kooperation zwischen Wirtschaftsförderung der Universität / Fachhochschule
- Stadtteilmanager in Zusammenarbeit mit Verwaltung und Beirat (s. u.)
- Förderung von privaten Investitionen; Verhandlungen mit privaten Eigentümern bei Renovierungen und Umbauten. Beratung mit dem Ziel der Verbesserung der Gestaltungsqualität bei der Außenfassade der Stadthäuser.
- Stadtbildanalyse / Fotodokumentation; Qualitätszirkel „Architektur und Stadtgestaltung“
- Serviceoffensive Korschenbroich – Service von A bis Z – „Kunde ist König“
- Nutzflächenmanagement
- Bildung eines Marketing-Beirats
- Erarbeitung eines Konzeptes zur Verbesserung der Gestaltung und Aufenthaltsqualitäten in der Innenstadt sowie in den anderen Stadtteilen (Nebenzentren).

Für die Zusammensetzung des Beirates sind weniger die Gesichtspunkte der Repräsentanz aller gesellschaftlichen Kräfte als vielmehr die Berücksichtigung „persönlicher“ Qualitäten und Ambitionen maßgeblich. Entscheidend für den Marketing-Beirat sind Kompetenz, Handlungsfähigkeit, Handlungsbereitschaft sowie Engagement für Korschenbroich.

Bei den **Entwicklungszielen** in Korschenbroich sollten die nachfolgenden Arbeitsschritte berücksichtigt werden:

- 1) Passanten-Befragung zum Image der Stadt (Vorbereitungsphase).
- 2) Situations-Check für die Bereiche Städtebau und Verkehr (Vorbereitungsphase).
- 3) Stärken-Schwächen-Analyse für alle Handlungsfelder (Analysephase).
- 4) Ziel-, Strategie- und Maßnahmensystem (Konzeptionsphase).

Im Rahmen einer guten Öffentlichkeitsarbeit sind alle Schritte (bereinigt) der Presse zur Verfügung zu stellen oder sie integrierend einzubeziehen.

In diesem Zusammenhang könnten über besondere Aktionen auch weitergehende Möglichkeiten in Frage kommen: Flyer, Printmedien, Funk und Fernsehen.

Handlungsempfehlungen

- Die Information über die vielfältigen Aktivitäten der Stadtverwaltung sowie der angebotenen Möglichkeiten der Stadt für alle Gruppen der Bevölkerung sind zu verbessern durch:
 - Information in einem Bürgerkalender. Dieser kann eine Erweiterung des bewährten Abfallkalenders sein.
 - Benutzerfreundliche Ergänzung der Internetseite der Stadt.
 - Infokalender für Neubürger
 - Informative benutzerfreundliche Internetseite mit Links zu den einzelnen Themen.
 - Fördern der Identifikation mit der Stadt durch positive Aussagen über Korschenbroich.
 - Attraktive Angebote für junge Familien.
 - Schaffung von qualitativ wertvollen Arbeitsplätzen und hiermit werben.
 - Familienfreundliche Kommune
 - Aufgeschlossen gegenüber Familien mit Migrationshintergrund.
 - Slogan „Korschenbroich, hier kann man jung bleiben“
- Gute Anbindung zu benachbarten Großstädten ausloben

3.3 Wirtschaft und Arbeit

3.3.1 Strategisches General-Ziel und Einzel-Ziele

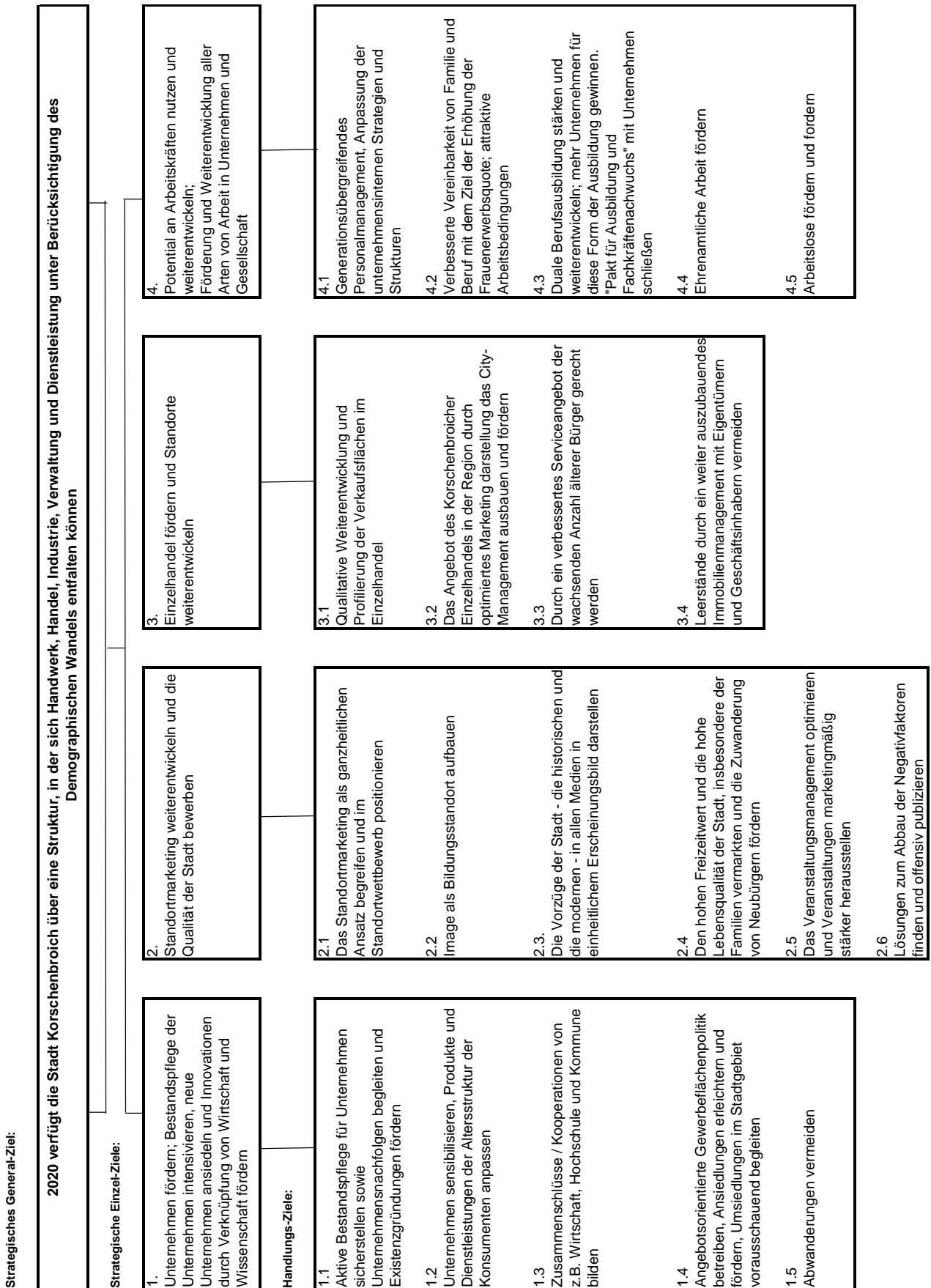
Die Arbeitsgruppe erarbeitete zunächst das Strategische General-Ziel:

Im Jahr 2020 verfügt die Stadt Korschenbroich über eine Struktur, in der sich Handwerk, Handel, Industrie, Verwaltung und Dienstleistung unter Berücksichtigung des Demographischen Wandels entfalten können.

Zu diesem General-Ziel wurden dann folgende strategischen Einzel-Ziele formuliert:

- **Unternehmen fördern, Bestandspflege der Unternehmen intensivieren, neue Unternehmen ansiedeln und Innovationen durch Verknüpfung von Wirtschaft und Wissenschaft fördern**
- **Standortmarketing weiterentwickeln und die Qualität der Stadt bewerben**
- **Einzelhandel fördern und Standorte weiterentwickeln**
- **Potential an Arbeitskräften nutzen und weiterentwickeln; Förderung und Weiterentwicklung aller Arten von Arbeit in Unternehmen und Gesellschaft**

Auf der Basis eines von der Arbeitsgruppe erarbeiteten Struktur-Schemas wurden die strategischen Einzelziele definiert und in Untergruppen zusammen mit den sich daraus ergebenden und abzuleitenden Strategien und Maßnahmen beschrieben, die im folgenden näher dargestellt werden.



3.3.2 Unternehmensförderung

Leitziel: Unternehmen fördern, Bestandspflege der Unternehmen intensivieren, neue Unternehmen ansiedeln und Innovationen durch Verknüpfung von Wirtschaft und Wissenschaft fördern

Ausgangssituation

Das verarbeitende Gewerbe, der Handel, das Handwerk, die privaten Dienstleister und die kommunale Verwaltung sind die wichtigen Säulen der Wirtschaft in Korschenbroich. Besondere Herausforderungen ergeben sich aus dem Wettbewerbsdruck, hervorgerufen durch die Globalisierung der Märkte, der EU-Erweiterung, umfangreichen Ansiedlungsalternativen in der Region und der damit verbundenen Abwanderung von Arbeitsplätzen im produzierenden Bereich.

Deshalb gilt es insbesondere, die örtlichen Unternehmen zu stärken, um im Globalisierungs- und Alternativwettbewerb durch eine hohe Arbeitsproduktivität und Innovationsrate weiterhin erfolgreich zu sein.

Die Unternehmen sind von der demographischen Entwicklung auch als Anbieter von Gütern und Dienstleistungen betroffen. Sie müssen sich auf Veränderungen der Kundenbedürfnisse flexibel einstellen. Vorhersagen auf Basis von Daten des Statistischen Bundesamtes gehen z.B. von Zuwächsen im Gesundheitssektor von fast 70 % bis 2040 aus.

Für Korschenbroich bietet sich die Möglichkeit das Angebot von Hochschulen und weiteren Einrichtungen der beruflichen Bildung in der Region zu nutzen als Chance, um Bildung und Wirtschaft zusammenzuführen und vorhandene Potentiale optimal zu nutzen.

Die vorhandene Infrastruktur ist ausbaufähig und kann zu einem weiteren Standortvorteil werden.

Grundsätzliche Hinweise

Die empfohlenen Maßnahmen zur Erreichung dieses strategischen Einzelzieles konzentrieren sich im Wesentlichen auf eine effiziente Wirtschaftsförderung. Aus der „Innenperspektive“ werden damit Verantwortlichkeiten gebündelt; Kompetenzen werden von zentraler Stelle (Wirtschaftsförderung) angesprochen und abgerufen. Eine derartige Konstellation führt zu einer „Gesamtverantwortung“ an einer Stelle, die durch den „Blick auf das Ganze“ Effizienz entfaltet.

Dies erfordert jedoch eine weit reichende Kompetenzstruktur und eine gut ausgebaute, institutionalisierte Wirtschaftsförderung.

Wünschenswert wäre ferner die Ansiedlung eines Controllings für den Bereich der Wirtschaftsförderung, um die Umsetzung der eingeleiteten Aktivitäten, in die die einzelnen Ämter eingebunden sind, angemessen zu überwachen. Empfohlen wird hier, gleich „den großen Wurf“ zu vollziehen und dies im Zusammenhang mit einer Qualitätssicherung bzw. einem Qualitätsmanagement verbunden mit einem Beschwerdemanagement einzuführen.

Blick nach Außen:

So hat der rat- und hilfesuchende Unternehmer nur **eine** Anlaufstelle, an die er sich wenden kann, die ihrerseits die Wünsche, Erwartungen und notwendigen Maßnahmen bündelt und in die Verwaltung hinein kanalisiert.

Eine wichtige Rolle für Unternehmen spielt in jeder Phase immer wieder die Höhe der Gewerbesteuer. Hier sollten wettbewerbsfähige Größenordnungen nicht überschritten werden.

Auch der immer wieder geäußerte Wunsch nach einer Entbürokratisierung der Verwaltung sollte permanent weiter verfolgt werden. Außerdem wäre zu untersuchen, inwieweit die Aktivitäten der Wirtschaftsförderung des Rhein-Kreises Neuss für Korschenbroich noch besser nutzbar gemacht werden könnten (Zusammenarbeit anstreben bzw. verbessern).

Ferner wäre zu prüfen, ob nicht bei bestimmten Aufgaben der Wirtschaftsförderung auf bürgerschaftliches Engagement, natürlich koordiniert und gesteuert durch die kommunale Wirtschaftsförderung, gesetzt werden kann.

3.3.2.1 Handlungsziel: Aktive Bestandspflege für Unternehmen sicherstellen sowie Unternehmensnachfolgen begleiten und Existenzgründungen fördern

Strategien und Maßnahmen

Aktive Bestandspflege für Unternehmen

- Basis: Umfrage bei den in der Stadt Korschenbroich ansässigen Unternehmen, um eine Standortbestimmung durchzuführen und Defizite oder als Defizit empfundene Tatbestände aufzudecken (wo drückt der Schuh?)
- Durchführung von Ideen – Workshops unter Einbindung der Unternehmen, um auf Basis der Umfrageerkenntnisse eine effiziente Bestandspflege zu entwickeln
- Regelmäßige Unternehmensbesuche oder –ansprachen, um Ideen, Hinweise und Anregungen aus der Unternehmerschaft aufzunehmen (Empfehlung: strukturierte Gespräche).
- Schaffung einer „lebendigen“ Internet – Plattform auf Basis der Netzwerk – Struktur (vgl. XING), die regelmäßig von Unternehmen aufgerufen und interaktiv genutzt wird. Hierzu ist ein offener Zugang mit der Verpflichtung zur Aktualisierung und Pflege erforderlich.
Inhalte z. B.:
 - Diskussionsforen, Aufruf bestimmter interessierender Themen
 - Blogs
 - Wo erfahre ich was? Anfragen und Antworten
 - Erfahrungsaustausch
 - Angebotsbörsen, z. B. Seminare, Vorträge etc. (z. B. Thema Rating)
 - Literaturempfehlungen
 -
- Einbindung anderer Institutionen als Mitbetreiber, wie z. B. Kreishandwerkerschaft, IHK, Steuerberater, Betriebsprüfer, Unternehmensberater, Finanzierungsinstitute etc.
- Besonders wichtig ist die regelmäßige Betreuung einer solchen Internetplattform, damit sie den gewünschten Erfolg haben kann. Bei den Partnern wären Verantwortlichkeiten zu schaffen, die festlegen, wer vor allen Dingen regelmäßig auf die Plattform geht und sich aktiv in Diskussionen einmischt oder z. B. die Beantwortung von eingestellten Fragen vornimmt.

- Unterstützung der Unternehmensführung
z. B. Business – Angels auf örtlicher Ebene installieren (direkt vom demografischen Prozess profitieren)
- In jedem Fall sollten Unternehmer bzw. leitende Mitarbeiter von Unternehmen weiterhin zu Vortragsveranstaltungen und –workshops oder Unternehmer-Stammtischen eingeladen werden.

Unternehmensnachfolgen begleiten

Hierbei handelt es sich um ein sehr schwieriges Betätigungsfeld, da die Unternehmensnachfolgen in aller Regel sehr private, hoch sensible Themenfelder berühren und häufig angesichts persönlicher Betroffenheiten emotional beladen sind.

Hier kann man u. E. im 1. Schritt nur eine Ideen- und Literatursammlung, mit Kompetenznachweisen gepaart, anbieten. Sollten Unternehmen konkrete Unterstützungswünsche haben, könnten diese zielgerichtet aufgegriffen werden.

Existenzgründungen fördern

Das Thema Existenzgründung ist äußerst vielschichtig und wird bereits von vielen Institutionen mit den unterschiedlichsten Schwerpunkten belegt. Das hängt auch damit zusammen, dass hier häufig noch nicht erfahrene Jungunternehmer theoretisch „aus dem Stand“ alle Facetten einer Unternehmensführung abdecken müssen. Es wäre vermutlich zuviel verlangt, z. B. in einer Wirtschaftsförderung das gesamte notwendige know – how vorhalten zu wollen.

Deshalb wäre es angebracht, dem potenziellen Unternehmer als Wegweiser zu dienen und ihm aufzuzeigen, wo er Beratungsunterstützung zu welchen Themen bekommt. Bestimmte Institutionen haben hier Beratungsleitfäden entwickelt, auf die z. B. in Informationsforen / Literaturhinweisen insbesondere auf Fördermittel und Finanzierungsmöglichkeiten aufmerksam gemacht werden kann. Auch die Durchführung entsprechender Informationsveranstaltung sollte hier weiter angeboten werden. Des Weiteren könnten z. B. auch die Business – Angels eine effiziente Rolle spielen und ihre Erfahrungen mit einbringen.

3.3.2.2 Handlungsziel: Unternehmen sensibilisieren, Produkte und Dienstleistungen der Altersstruktur der Konsumenten anzupassen

Strategien und Maßnahmen

Grundsätzlich reguliert die Nachfrage nach entsprechenden Produkten auch das Angebot. Hier kann jedoch frühzeitig durch entsprechende Hinweise in die richtige Richtung gesteuert werden, wobei auch der stattfindende energetische Wandel mit berücksichtigt werden sollte.

Dies kann sowohl durch entsprechende Vorträge oder durch Bereitstellung entsprechender Publikationen erfolgen. Hier wäre zu prüfen, ob es bereits entsprechende Marktuntersuchungen (Umfragen o. ä.) gibt, die aufzeigen, wo die Reise hingeht. Die Bertelsmann – Stiftung beispielsweise veröffentlicht immer wieder umfangreiches Informationsmaterial zu den unterschiedlichsten Themenkomplexen, z. B. Innovationen in Unternehmen oder Change - Management – Prozesse.

Zahlreiche Anregungen hierzu könnten beispielsweise auch in einer Internetplattform (Netzwerk) zur Verfügung oder zu Diskussion gestellt werden. (Vgl. III 1.1.)

- Unternehmen sollten dafür sensibilisiert werden, zukunftsfähige Produkte und Absatzstrategien zu erarbeiten und sich auf die besonderen Bedürfnisse älterer Menschen einzustellen und neue Produkte speziell für diese Zielgruppe zu entwickeln. Ein Schwerpunkt ist dabei auf die Benutzerfreundlichkeit zu legen. Auch für den Bereich der intelligenten Gebäudetechnik bieten sich hier große Chancen.
- Der Handel- und Dienstleistungsbereich sollte auf die Anpassungsnotwendigkeit und die vielfältigen Chancen für unternehmerische Aktivitäten hingewiesen werden. Insbesondere der Markt für Gesundheitsdienstleistungen sowie spezielle Fitness- und Wellnessangebote besitzen ein bedeutsames Entwicklungspotential.
 - Altergerechter Service (Beratung und Hilfe während des Einkaufs, Einpacken gekaufter Ware, Lieferservice), einfühlsames Personal (Einsatz älterer Mitarbeiter, psychologisches Feingefühl in der Ansprache), verständlichere Ansprache (kleine Schrift und abstrakte Fachbegriffe sind Hemmnisse für Senioren).
 - Atmosphäre schaffen, seniorengerechte Gestaltung durch übersichtliches Layout, nicht zu hohe Regale, Produkte nicht in „Bückzone“ präsentieren, leicht zu tragende kleine Produktmengen. Orientierung erleichtern; größere Hinweisschilder, Orientierungshilfe am Regal, Erinnerungshilfen, Sitzgelegenheiten zum Ausruhen, breite Gänge, rutschfeste Bodenbeläge.
 - Passende Standorte; barrierefreie Zugänge, längere Grünphasen bei Fußgängerampeln, breitere Parkplätze. Neue Standortunabhängige Verkaufsformen, rollender oder ausliefernder Supermarkt, übersichtliches und verständliches Internetangebot.

3.3.2.3 Handlungsziel: Zusammenschlüsse/Kooperationen von z. B. Wirtschaft, Hochschule und Kommune bilden

Strategien und Maßnahmen

Das Thema Bildung bzw. Aus- und Weiterbildung wird künftig eine sehr zentrale Rolle spielen. Möglicherweise wurden Fragen der Aus- und Fortbildung in der jüngeren Vergangenheit nicht ausreichend berücksichtigt, vielleicht sogar vernachlässigt.

Andererseits gibt es bereits die unterschiedlichsten Bildungsmodelle, die von klassischen Qualifizierungsmaßnahmen bis zu „normalen“ Studiengängen reichen. Die Aus- und Weiterbildung kann sowohl klassisch, als auch in dualen Formen, betriebsbegleitend oder über Fernuniversitäten in hoher Qualität erfolgen. Beispiel: die Fernuniversität Hagen ist mit 65.000 Studenten Deutschlands größte Universität und „liefert hoch qualifizierte Studienabsolventen“. Außerdem verlangt sie keine Semestergebühren.

Allein in Neuss gibt es zahlreiche Niederlassungen von Bildungseinrichtungen, wie zum Beispiel:

- Fernuniversität Hagen
- Akademie für Beratung & Qualifizierung GmbH (ABEQ)
- Europäische Fachhochschule
- Logistik Trainingszentrum Nießen
- Hochschule Neuss
- Fachhochschule für Ökonomie & Management

In diesem Zusammenhang ist natürlich auch auf die bekannten Aus- und Weiterbildungsangebote, z.B. der IHK oder der Kreishandwerkerschaft / Innungen hinzuweisen. Auch die Bildungseinrichtungen können sicher motiviert werden, sich zumindest mit einem Link auf einer interaktiven Internet – Plattformen der Wirtschaftsförderung zu präsentieren.

3.3.2.4 Handlungsziel: Angebotsorientierte Gewerbeflächenpolitik betreiben, Ansiedlungen erleichtern und fördern, Umsiedlungen im Stadtgebiet vorausschauend begleiten

Strategien und Maßnahmen

Eine angebotsorientierte Gewerbeflächenpolitik zu betreiben ist aus verschiedenen Gesichtspunkten heraus sehr schwierig – gleichwohl aber durchaus wünschenswert. Zum einen sind die zur Verfügung stehenden Gewerbeflächen heute eng limitiert, da die zuständigen Bezirksregierungen keine (oder nur sehr eingeschränkte) Genehmigungen zur Entwicklung neuer, weiterer Flächen erteilen. Möglicherweise hängt dies mit hohen Reserveflächenbeständen zusammen, die von bestehenden Unternehmen für den Fall einer späteren Erweiterung „gehortet“ werden.

Ein besonderes Augenmerk wäre auf Industriebrachen oder auf Gewerbeflächen zu richten, die von Unternehmen nicht mehr benötigt und zum Verkauf angeboten werden.

Andererseits ist es schwierig, vorhandene, entwickelte oder noch zu entwickelnde Gewerbeflächen zu vermarkten. Dabei spielt derzeit sicherlich die wirtschaftlich schwierige Situation eine Rolle. Häufig genug ist vielleicht auch deshalb eine eher nachfrageorientierte Situation anzutreffen.

Ob eine aktive Ansiedlungspolitik dergestalt möglich ist, dass zunächst einmal eine Meinungsbildung (angebotsorientiert) über den Bedarf an noch anzusiedelnden Unternehmen möglich ist, mit anschließender Akquisition, kann nicht beurteilt werden. Ansiedlungen generell zu erleichtern und zu fördern sollte Hauptaufgabe jeder Kommune und hier speziell der Wirtschaftsförderung sein.

Dazu sollte auf jeden Fall das vorhandene Angebot an Gewerbeflächen - ob neue oder durch umsiedlungswillige Unternehmen freiwerdende Flächen - transparent gemacht werden. Hier bieten sich ebenfalls heute Internet – Plattformen gewerblicher Immobilienmakler an oder aber selbst entwickelte Angebotsplattformen, auf denen dann die besondere Interessenlage der Stadt, verbunden mit den Leistungen der Kommune, noch besonders intensiv präsentiert werden könnten.

Durch eine intensive Kommunikation mit den Unternehmen, die aus den unterschiedlichsten (auch teilweise bereits dargelegten) Gründen unbedingt aufgebaut werden sollte, wird man auch Umsiedlungswünsche aufnehmen und erfassen können. Um eine vorausschauende Begleitung zu gewährleisten, die der Stadt auch gewisse Handlungsmöglichkeiten und Spielräume eröffnet, wäre es wichtig, bei Erkennen des Wunsches eine **intensive, bilaterale Kommunikation** zu dem Unternehmen aufzunehmen.

3.3.2.5 Handlungsziel: Abwanderungen vermeiden

Strategien und Maßnahmen

Die alles entscheidende Frage ist, wann die Kommune von den Abwanderungswünschen des Unternehmens erfährt und ob zu diesem Zeitpunkt bereits nicht reversible Entscheidungen getroffen sind. Dies kann in den meisten Fällen unterstellt werden, denn wenn ein Unternehmen eine derart weit reichende Entscheidung trifft, will es, um nicht Kunden und Mitarbeiter zu beunruhigen, diese Entscheidung so lang wie möglich ausschließlich intern behandeln. In diesen Fällen kann auch vorausgesetzt werden, dass „handfeste“ Fakten vorliegen, die das Unternehmen zu Abwanderung veranlassen.

Um Abwanderungen entgegen zu wirken, ist es sinnvoll, sich insgesamt um ein unternehmens- und unternehmerfreundliches Klima in der Kommune zu bemühen. Eine rechtzeitige und intensive Kommunikation zwischen Stadt und Unternehmen eröffnet vielleicht auch Möglichkeiten, Abwanderungswünsche oder Überlegungen in diese Richtung frühzeitig zu registrieren und diesen entgegen zu wirken.

3.3.3 Standortmarketing

Leitziel: Standortmarketing weiterentwickeln und die Qualität der Stadt bewerben

Ausgangssituation

Korschenbroich steht im Wettbewerb mit allen anderen Orten in der Region. Negativfaktoren wie „Grundwasser“, „Fluglärm bei Ausbau des Flughafens MG“, stark verschmutzte, nicht barrierefreie Bahnhöfe, unattraktive Ortsbilder (z.B. Kleinenbroich) belasten das Image der Stadt.

Aufgrund des zunehmenden Standortwettbewerbs sind die harten und weichen Standortvorteile zu verdeutlichen und nach innen und außen zu kommunizieren.

3.3.3.1 Handlungsziel: Das Standortmarketing als ganzheitlichen Ansatz begreifen und im Standortwettbewerb positionieren

Strategien und Maßnahmen

Zunächst einmal stellt sich an diesem Punkt die Frage, wie sich die Stadt Korschenbroich darstellen möchte, wie sie sich positionieren möchte und wer die Adressaten der jeweiligen Aktionen sein sollen (Bürger, Unternehmen, potentielle Neubürger / Unternehmen).

Grundsätzlich wird hier empfohlen, eine „Marke“ Korschenbroich zu bilden, die in einem Slogan präsentiert werden kann, der über den bisherigen Slogan „Korschenbroich ... hier lässt`s sich leben“ hinausgehen sollte. Hierbei könnte etwa folgender Inhalt vermittelt werden:

Wirtschaftsstandort mit hohem Wohn- und Freizeitwert im Herzen Europas. Zur Logo- und Sloganfindung könnte ein Wettbewerb innerhalb der Bürgerschaft angestoßen werden. Logo und Slogan sollten dann stark „vermarktet“ werden (z.B. auf städtischen Briefköpfen, E-Mails, Broschüren usw.), um Bekanntheit und Identifikation zu schaffen

3.3.3.2 Handlungsziel: Image als Bildungsstandort (eingebettet in einem Umfeld mit einem breiten Angebot an Universitäten, Hoch- und Fachschulen, sowie Forschungseinrichtungen) aufbauen

Strategien und Maßnahmen

Es wird empfohlen, in der Darstellung der Stadt in Broschüren und Internet nicht nur auf die örtlich vorhandenen Bildungseinrichtungen zu verweisen, sondern auch auf die umliegenden Einrichtungen wie FH Niederrhein, Internationale Schule usw. und deren gute Verkehrsanbindung hinzuweisen.

Es sollten ebenfalls Möglichkeiten der Kooperationen von Forschung, Schule und Wirtschaft gesucht bzw. gestärkt werden. Folgende Maßnahmen sind beispielsweise möglich:

- Was passiert nach erfolgreicher Teilnahme von Schulen an Wettbewerben? Möglichkeiten der weiteren „Betreuung“ durch ortsansässige Unternehmen suchen. In einem ersten Schritt könnten Unternehmer in der Elternschaft gezielt angesprochen werden.
- Präsentationen von Unternehmen und Berufsbildern in Schulen fördern und stärken, aber auch Firmenbesuche ermöglichen
- gemeinsame Projekte von Firmen und Schulen (z.B. Holzwerkstatt der Hauptschule)
- Infoveranstaltungen z.B. der FH Niederrhein und anderen Weiterbildungseinrichtungen an den weiterführenden Schulen anbieten.

3.3.3.3 Handlungsziel: Die Vorzüge der Stadt Korschenbroich - die historischen und modernen – in allen Medien in einheitlichem Erscheinungsbild darstellen.

Strategien und Maßnahmen

Durch ein verstärktes Stadtmarketing mit neuen Aktionen zusätzlich zu den Stadtfestivitäten, verbunden mit einer Imagekampagne (touristische Broschüren, thematische Stadtrundfahrten und Besichtigungen anbieten – „Kinder erleben Korschenbroich“) könnten die Vorzüge der Stadt Korschenbroich als lebenswerte Stadt weiter publik gemacht werden. Des Weiteren könnte eine Zeitschrift für Korschenbroich entwickelt werden, die über wesentliche Entwicklungen, aber auch über Veranstaltungen, Einzelhandel, Handwerk, sowie weitere Serviceangebote in der Stadt berichtet. Die Zeitschrift könnte z.B. in Verbindung mit dem Abfallkalender erscheinen und zusätzlich mit einem Fahrplan für den ÖPNV versehen werden. Eine Verteilung sollte an alle Haushalte erfolgen, aber auch zur Auslage bereitliegen, um z.B. auch auswärtige Besucher informieren zu können.

3.3.3.4 Handlungsziel: Den hohen Freizeitwert und die hohe Lebensqualität der Stadt, insbesondere für Familien vermarkten und die Zuwanderung von Neubürgern fördern

Strategien und Maßnahmen

Zur Erreichung dieses Handlungszieles werden von der Arbeitsgruppe folgende Maßnahmen beispielhaft vorgeschlagen:

- bereits bestehende Familienförderung bei Grundstückskäufen stärker bekannt machen, ggfs. noch erweitern

- Vorteile für Familien im täglichen Leben mit verschiedenen Kooperationspartnern anbieten, z.B. „Korschenbroich Card“
- Förderung von Mehrgenerationenhäusern, aber auch Bereitstellung von Flächen für den Bau von Mehrfamilienhäusern in zentraler Lage (nicht jede Familie leistet sich das eigene Haus bzw. möchten sich ältere Menschen, die bislang im Eigenheim lebten, flächenmäßig verkleinern)
- „vernünftige“ Grundstückspolitik, evtl. „subventionierte“ Immobilienpolitik – im privaten und gewerblichen Bereich
- „Geschenkpakete“ für Neugeborene
- Herausstellung des guten Einzelhandelsangebotes (einheitliche Öffnungszeiten, kostenloses Parkangebot, Serviceleistung im Rahmen von Homeservice, Beratungsangebot usw. in Broschüren und mit Aktionen nicht nur zu verkaufsoffenen Sonntagen. Diesbezüglich ist insbesondere Engagement und Organisation durch den Einzelhandel gefragt!

3.3.3.5 Handlungsziel: Das Veranstaltungsmanagement optimieren und Veranstaltungen marketingmäßig stärker herausstellen

Strategien und Maßnahmen

Im Mittelpunkt der Erfüllung dieses Handlungszieles steht die Erhöhung der finanziellen Mittel zu Werbezwecken, zur Tourismusförderung, Naherholung usw. Ohne eine bessere finanzielle Ausstattung ist es nicht möglich, weitere Werbemaßnahmen zu stemmen. Auch bereits etablierte Veranstaltungen wie Unges Pengste / Schützenfeste / Internationaler Korschenbroicher City-Lauf / Seifenkistenrennen / Kulturangebot usw. könnten hierdurch noch stärker beworben werden.

Des Weiteren sollte ein Veranstaltungskalender herausgegeben werden, der über alle Veranstaltungen in der Stadt informiert und an alle Haushalte verteilt wird.

3.3.3.6 Handlungsziel: Lösungen zum Abbau der Negativfaktoren finden und offensiv publizieren

Strategien und Maßnahmen

Da sich viele Negativfaktoren(Grundwasser, Fluglärm, stark verschmutzte, nicht barrierefreie Bahnhöfe, Ortsgestaltung usw.) im Einflussbereich Dritter befinden, sollten verstärkt die positiven Faktoren der Stadt Korschenbroich herausgestellt und publiziert werden. Hierzu empfiehlt sich eine gezielte Imagekampagne außerhalb von Korschenbroich, die die großen Pluspunkte dieser Stadt herausstellt:

- verkehrsgünstig gute Lage, Nähe zu vier Autobahnen, Flughafennähe Düsseldorf und Köln, S-Bahnanbindung mit 2 Haltepunkten
- „im Herzen Europas“, „in der bedeutendsten Wirtschaftsregion Europas“, „zentral gelegen, dennoch mitten im Grünen“
- guter gewerblicher Branchenmix
- familienfreundliche Stadt
- großer regionaler Absatzmarkt
- hohe Verfügbarkeit von qualifizierten Arbeitskräften
- sehr gute Versorgung mit Bildungseinrichtungen, Freizeitangeboten, gute Einkaufsmöglichkeiten, gute ärztliche Versorgung usw.

3.3.4 Einzelhandel

Leitziel: Einzelhandel stärken und Standorte weiterentwickeln

Ausgangssituation

Der deutsche und damit auch der Korschenbroicher Einzelhandel wird in den nächsten Jahren erheblich von umfassenden und durchgreifenden Änderungen des Konsums beeinflusst werden. Demographische Faktoren sind dabei ebenso maßgeblich wie veränderte Wertigkeiten im Konsumverhalten. Es ist davon auszugehen, dass – wie in den vergangenen Jahren – die Discounter und Großfilialisten im Einzelhandel an Einfluss gewinnen.

Der Korschenbroicher Einzelhandel hat in einigen Stadtteilen in Ortsrandlage eine hohe Zentralität. Hinsichtlich der fußläufigen Erreichbarkeit gibt es Defizite. Auch sind Defizite in bestimmten Kernsortimenten festzustellen.

Leerstände weisen auf die Problematik des Einzelhandels in den Innenbereichen der einzelnen Ortsteile hin.

3.3.4.1 Handlungsziel: Qualitative Weiterentwicklung und Profilierung der Verkaufsflächen im Einzelhandel

Strategien und Maßnahmen

Der Einzelhandel sollte sowohl im Innenstadtkern der einzelnen Ortsteile, aber auch in den Randlagen gestärkt werden. Folgende Maßnahmen werden vorgeschlagen:

- mittels Bürgerbus können Ortsteile direkt miteinander verbunden werden; es besteht aber hierdurch auch die Möglichkeit, innerhalb eines Ortsteiles Randzonen mit einzubeziehen (z.B. im Ortsteil Korschenbroich: Anbindung Niederrhein-Klinik an den Ortskern)
- gleiche Kernöffnungszeiten; hierdurch hat der potentielle Kunde Planungssicherheit und läuft nicht Gefahr vor verschlossenen Türen zu stehen.
- Homeservice; dieses Angebot, insbesondere an ältere Menschen, sollte von Einzelhandel und Dienstleistern gefordert und gefördert werden

Des weiteren sollte das bestehende Einzelhandelskonzept weiterentwickelt, aber auch die Entwicklung neuer Konzepte unterstützt werden. In diesem Zusammenhang sollte auch ein langfristig tragendes räumliches Konzept für die Einzelhandelsentwicklung fortgeschrieben und umgesetzt werden.

Eine qualitative Weiterentwicklung und Profilierung der Verkaufsflächen durch Zusammenlegung und Aktivierung von Flächenpotentialen in den inneren Bereichen der einzelnen Stadtteile sollte hier ebenfalls mit einbezogen werden.

Hierzu bietet es sich an, ein „Kompetenzteam“ aus Vertretern des Handels mit der Wirtschaftsförderung, sowie ggfs. einer Beteiligung einer externen Beratung, zu installieren. Der Tenor sollte insgesamt lauten: Wandel im Einzelhandel zulassen und gestalten.

Ebenso sollte im Einzelhandel eine verstärkte Bestandspflege durch die Wirtschaftsförderung erfolgen.

3.3.4.2 Handlungsziel: Das Angebot des Korschenbroicher Einzelhandels in der Region durch optimiertes Marketing darstellen und das City-Management ausbauen und fördern

Strategien und Maßnahmen

Hierzu wird empfohlen, neben den bereits bestehenden Events in den einzelnen Ortsteilen, auch Veranstaltungen für die ganze Stadt Korschenbroich durch den Einzelhandel zu organisieren, wie z.B. ein Mitternachtsshopping unter Einbeziehung aller Ortsteile durch einen kostenlosen Shuttle-Service. Hierbei sollte jeder Ortsteil sein eigenes Profil darstellen und ein eigenes Programm anbieten, aus dem der Besucher dann auswählen kann. Des Weiteren wird dem Einzelhandel empfohlen, durch gezielte Werbung auch auf die kostenlosen Parkmöglichkeiten im Stadtgebiet Korschenbroich hinzuweisen, sowie die Pressearbeit zu verstärken.

3.3.4.3 Handlungsziel: Durch ein verbessertes Serviceangebot der wachsenden Anzahl älterer Bürger gerecht werden

Strategien und Maßnahmen

Zur Erreichung dieses Handlungszieles schlägt die Arbeitsgruppe vor, ein Info- bzw. Service-Center für Senioren mit dem Ziel der Unterstützung in folgenden beispielhaften Fällen vor:

- Computerfragen
- Behördengängen
- Patientenverfügung
- Bankomaten / Onlinebanking
- Wo finde ich was?

Die Übernahme dieser Tätigkeiten kann sowohl gewerblich als auch ehrenamtlich, bspw. durch die ZWAR-Gruppe übernommen werden.

3.3.4.4 Handlungsziel: Leerstände durch ein weiter auszubauendes Immobilienmanagement mit Eigentümern und Geschäftsinhabern vermeiden

Strategien und Maßnahmen

Es wird auch an diesem Punkt die Bildung eines Kompetenzteams mit nachstehenden Aufgaben vorgeschlagen:

- Mittler zwischen Vermieter/Eigentümer und Mieter (z.B. Mietminderung als Starthilfe)
- Ist/Bedarfsanalyse des Einzelhandels in den verschiedenen Ortsteilen
- auf Basis der Bedarfsermittlung gezielte Suche geeigneter Einzelhändler

Hierzu wird weiterhin empfohlen, Neueröffnungstermine mehrerer Geschäfte miteinander zu koordinieren mit dem Ziel, durch einen gemeinsamen Termin eine größere Akzeptanz und Werbewirksamkeit zu erzielen. Alle Maßnahmen sollten mit den notwendigen begleitenden Marketingaktionen begleitet werden.

3.3.5 Arbeitsmarkt

**Leitziel: Potential an Arbeitskräften nutzen und weiterentwickeln;
Förderung und Weiterentwicklung aller Arten von Arbeit in
Unternehmen und Gesellschaft**

Ausgangssituation

Der Anteil der älteren Mitarbeiter wird in Zukunft stark ansteigen. Gleichzeitig werden jüngere und gut qualifizierte Mitarbeiter weniger werden; insgesamt nimmt das Potential an Arbeitskräften rapide ab. Zum Problem wird Alter im Erwerbsleben immer dann, wenn Arbeitsanforderungen und Leistungsvermögen oder –wille nicht mehr übereinstimmen. Wer hier nicht rechtzeitig vorbeugt – beispielsweise durch verstärkte Anstrengungen in der Aus- und Weiterbildung, durch vorbeugenden Gesundheitsschutz, durch attraktive Arbeitsbedingungen, wird im Wettbewerb schon bald das Nachsehen haben.

Eltern, aber auch Alleinerziehende – in erster Linie Frauen – können häufig Familie und Beruf nicht miteinander verbinden, weil die Infrastruktur an Kinderbetreuungsmöglichkeiten nicht immer ausreichend gegeben ist.

Mit der steigenden Anzahl der Hochbetagten steigt auch die Anzahl der Pflegebedürftigen. Die Pflege eines Familienmitgliedes wird künftig nicht länger die Ausnahme darstellen, sondern zu einem erwartbaren Ereignis in der Familienbiographie werden. Hier wird es wie bei der Kinderbetreuung zu Vereinbarungsproblemen zwischen Familie und Beruf kommen.

**3.3.5.1 Handlungsziel: Generationsübergreifendes Personalmanagement,
Anpassung der unternehmensinternen Strategien und
Strukturen**

Strategien und Maßnahmen

Die Teilhabe älterer Menschen an Arbeit ist in Europa unterschiedlich entwickelt. In Deutschland ist ein Anstieg gewollt und notwendig.

- Die längere Verweildauer im Erwerbsleben
 - ist ein wichtiger Beitrag zur Finanzierung der Altersvorsorge
 - erhält den Unternehmen / den Verwaltungen und Einrichtungen die Kompetenzen und das Erfahrungswissen der älteren Mitarbeiter
 - macht eine alters- und erfahrungsgerechte Fortbildung der Mitarbeiter notwendig
 - stellt nach Berufen und Tätigkeiten unterschiedliche Herausforderungen an die körperliche und geistige Leistungsfähigkeit älterer Mitarbeiter
 - verlangt von den Beschäftigten die Bereitschaft zur Weiterbildung
 - verlangt von den Unternehmen die Bereitschaft, die Arbeitsbedingungen altersgerecht zu gestalten und die notwendige Weiterbildung anzubieten

- Die Stadt Korschenbroich verfügt über ein Netzwerk von Akteuren und Beratern, die von den Unternehmen und Einrichtungen aller Branchen und Bereiche zur Unterstützung ihrer spezifischen Aufgabenstellungen bei der Beschäftigung älterer Menschen bei Bedarf eingeschaltet werden können, um z.B.
 - systematische Altersstrukturanalysen auf Unternehmensbasis durchzuführen
 - künftige Personalengpässe zu erkennen und gegensteuern zu können

- eine systematische Personalentwicklung (Laufbahnmanagement, Lohn- und Leistungs politik) und eine Unternehmenskultur, die zu Anerkennung und Wertschätzung beiträgt, einzurichten.
- kontinuierliche Weiterbildung der Mitarbeiter im Sinne eines lebenslangen Lernens durchzuführen
- Konzepte für den Wissenstransfer zwischen den Generationen zu entwickeln und umzusetzen
- mit einem ganzheitlichen Gesundheitsmanagement die Leistungsfähigkeit der Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen zu erhalten
- Maßnahmen einer altersgerechten Arbeitsplatz- und Arbeitszeitgestaltung durchzuführen

3.3.5.2 Handlungsziel: Verbesserte Vereinbarkeit von Familie und Beruf mit dem Ziel einer Erhöhung der Frauenerwerbsquote; attraktive Arbeitsbedingungen

Strategien und Maßnahmen

Ein wesentlicher Beitrag, um der zunehmenden Knappheit an Fachkräften zu begegnen, sind Maßnahmen, die die berufliche Tätigkeit und die Erziehung und Betreuung von Kindern oder die Pflege älterer Menschen miteinander verbinden. Diese Maßnahmen sichern dem Unternehmen die Fachkräfte und den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern erhalten sie den Arbeitsplatz bei gleichzeitiger Möglichkeit, familiäre Aufgabenstellungen schultern zu können. Grundgedanke muss hier auch die Bindung der Beschäftigten an den Arbeitsort Korschenbroich sein, die u.a. durch eine Betreuung von Kindern am Arbeitsort ermöglicht werden kann.

Aufgrund der rückläufigen Geburtenzahlen muss die in der Stadt Korschenbroich vorhandene Infrastruktur erhalten und finanzierbar bleiben.

- Die Stadt Korschenbroich errichtet, erweitert und erhält ein Angebot an Einrichtungen, das die Vereinbarkeit von Familie und Beruf unterstützt, insbesondere:
 - Kindergärten / -tagesstätten
 - Tagesmütter oder –väter
 - Schulen
- Die Stadt Korschenbroich fördert die Ansiedlung von Dienstleistern im Pflegebereich, z.B. Tagespflege und ambulante Pflege. Damit werden Arbeitsplätze geschaffen und Leistungen für die Menschen und Unternehmen in der Stadt angeboten.
- Die Stadt Korschenbroich verfügt über ein Netzwerk, das sowohl Erziehenden und Pflegenden, aber auch den Betrieben bei Fragen zur Vereinbarkeit von Familie und Beruf zur Verfügung steht, um
 - bei der Einrichtung flexibler Arbeitszeitmodelle, einschließlich Telearbeit zu beraten
 - Betriebskindergärten errichten zu können oder sich an bestehenden Einrichtungen beteiligen zu können
 - bei kurzfristigem Ausfall bestehender Betreuungsstrukturen Ersatz zu schaffen, damit Arbeitszeitausfälle minimiert werden
 - den Austausch der Betroffenen zu guten Lösungen und Erfahrungen zu ermöglichen

3.3.5.3 Handlungsziel: Duale Berufsausbildung stärken und weiterentwickeln; mehr Unternehmen für diese Form der Ausbildung gewinnen. „Pakt für Ausbildung und Fachkräftenachwuchs“ mit Unternehmen schließen

Strategien und Maßnahmen

Kein Kind, kein Jugendlicher darf verloren gehen. Der Zugang zur beruflichen Bildung sichert einerseits jedem Einzelnen seine Teilhabe an Arbeit und damit an gesellschaftlichem Leben und der Gesellschaft und der Wirtschaft andererseits die Qualifikationen und Kompetenzen, die zur Weiterentwicklung benötigt werden.

Der Übergang von Schule in den Beruf gestaltet sich häufig schwierig. Diese Probleme entstehen in der Praxis jedoch weniger aufgrund fehlender intellektueller Fähigkeiten, sondern vielfach aufgrund eines Mangels an sozialer Kompetenz. Hier ist in erster Linie das Elternhaus gefordert, jedoch zeigt die Praxis, dass zunehmend Kindergärten und Schulen die Erarbeitung der so genannten „soft skills“ leisten müssen. An diesem Punkt muss ein stärkeres Bewusstsein dafür entwickelt werden, dass frühzeitige Bemühungen in diesem Bereich zur Kostenersparnissen zu einem späteren Zeitpunkt führen.

Aber auch die Zusammenarbeit mit der Wirtschaft kann bereits zu einem frühen Zeitpunkt erfolgen, um Kinder auf bestimmte Berufe aufmerksam zu machen und sie zu interessieren.

- Die Stadt Korschenbroich hält in der vorschulischen und schulischen Bildung weiterhin ein ausreichendes und qualitativ hochwertiges Angebot vor.
- Sie verfügt über ein Netzwerk, in dem alle Akteure bereits frühzeitig mitwirken, um das Ziel des erfolgreichen Überganges der Schülerinnen und Schüler in berufliche Bildung – duale betriebliche Ausbildung, Fachschulausbildung, Hochschulausbildung – zu erreichen;
Akteure sind
 - Familien, Kinder- und Jugendhilfe
 - Schule, Sport und Kultur
 - Betriebe, Kammern, Kreishandwerkerschaft, Berufsberatung

3.3.5.4 Handlungsziel: Ehrenamtliche Arbeit fördern

Strategien und Maßnahmen

Bürgerschaftliches Engagement ist eine unverzichtbare Ergänzung zu allem staatlichen Handeln. Die Stadt Korschenbroich fördert die frühzeitige Einbindung aller Bevölkerungsgruppen in ehrenamtliche Tätigkeiten. Mit der Einrichtung der „Ehrenamtsbörse“ in der Stadt Korschenbroich wurde hierzu bereits ein erster Schritt getan. Aber auch der Erhalt und die Weitergabe des Know-hows der heutigen Berufsfrühaussteiger bzw. der „jungen Alten“ z.B. in Form eines Senior Coachings muss in diesem Zusammenhang organisiert werden. Eine ehrenamtliche Tätigkeit kann sich hierdurch nicht nur im sozialen Bereich wieder finden, sondern auch einen nicht unerheblichen Beitrag in der Wirtschaft leisten.

Mit einem solchen Netzwerk unterstützt die Stadt Korschenbroich die vorgenannten Netzwerke bei der Bereitstellung von Angeboten und Maßnahmen.

3.3.5.5 Handlungsziel: Arbeitslose fördern und fordern

Dieser Punkt ist Gegenstand der Tätigkeit der Agentur für Arbeit und liegt daher nicht im direkten städtischen Einflussbereich.

3.4 Generationenverbindende Projekte

Korschenbroich - liebens- und lebenswerte Stadt für Jung und Alt

Ausgangsbasis

Deutschlands Kommunen stehen vor allem im ländlichen Raum vor einem tief greifenden Wandel in der demografischen Struktur. Immer weniger junge Menschen werden in den Kommunen mit immer mehr älteren und hochbetagten Menschen zusammenleben.

Laut statistischer Untersuchung verändert sich die Bevölkerungsstruktur in Deutschland bis 2015 signifikant in nachfolgend aufgeführter Richtung:

- Kinder und Jugendliche (0 – 19 Jahre) – **24%**
- Erwachsene und Berufstätige (20 – 60 Jahre) – **5%**
- die ältere Generation (ab 61 Jahre) + **39 %**

Im Leben erworbene Kompetenzen gehen nicht verloren, (es sei denn, durch Krankheit), sondern sollten genutzt werden. Auch darum sollte die ältere Generation nicht ausgesondert und einer Vereinsamung preisgegeben werden.

Bricht einer der drei genannten Lebensbereiche weg, muss - langfristig gesehen - unsere Gesellschaft verkümmern:

- Kinder und Heranwachsende erleben nicht mehr die Fürsorge der Großeltern,
 - die Erwachsenen erfahren keine häusliche Entlastung, verlieren den Bezug zur älteren Generation und zum Älterwerden. Sie nutzen die ihr gegebenen Möglichkeiten nur unvollkommen.
 - das Potential der älteren Generation bezüglich Wissen-, Berufs- und Lebenserfahrung liegt überwiegend brach, wird nur unzureichend genutzt.
 - dem älteren Menschen werden mögliche Lebensperspektiven genommen. Ohne Ziel verkümmert jedoch jeder Mensch, unabhängig von seinem Alter.

Die ungünstigen Folgen der demografischen Entwicklung mit den vorhersehbaren Problemen können zum Teil durch Integration und verstärkte Inanspruchnahme der vorhandenen Kompetenzen der älteren Generation aufgefangen werden.

Bei ihrer Vorgehensweise hat sich die Arbeitsgruppe von selbst erstellten Verfahrensgrundsätzen leiten lassen. Dazu gehören insbesondere die permanente prozessorientierte Sensibilisierung für generationenverbindende Fragen und deren Bedeutung und Gelingen, sowie die Einbeziehung aller Generationen über die Erfahrung der Älteren und die Vorstellungen der Jüngeren. Es war der Arbeitsgruppe ein wichtiges Anliegen, realisierbare und realistische Ergebnisse zu erzielen und dabei dem Subsidiaritätsprinzip zu folgen.

Unter dieser Vorgabe entwickelte die Gruppe folgende **fünf Leitlinien**:

- Leitziel 1:** Förderung des Zusammenlebens der Generationen zum Wohle aller Beteiligten unter besonderer Berücksichtigung der älteren Menschen
- Leitziel 2:** Verbesserung der Kommunikation und Kooperation zwischen jüngeren und älteren Menschen
- Leitziel 3:** Entwicklung gemeinsamer Ziel- und Wertvorstellungen mit den zugewanderten Menschen

Leitziel 4: Lebensnahe Gestaltung des Ortskerns und der Stadtteile

Leitziel 5: Sicherung und Aktivierung der Mobilität

Die Leitziele 4 und 5 wurden nicht vertieft, da sie Gegenstand der anderen von der Stadt eingesetzten Arbeitsgruppen waren.

Ergebnisse

Leitziel 1: Förderung des Zusammenlebens der Generationen zum Wohle aller Beteiligten unter besonderer Berücksichtigung der älteren Menschen

Prämissen

Grundsätzlich sollen ältere Menschen in Korschenbroich nach dem Prinzip der Selbst- und Mitbestimmung die Möglichkeit haben, ihr Leben und Zusammenleben selbst zu wählen und zu gestalten. Sie bestimmen grundsätzlich, welche Hilfen sie brauchen.

Bei allen Hilfen gilt das Subsidiaritätsprinzip: Hilfe nur dann, wenn sie gewünscht wird oder der einzelne nicht mehr zur Selbsthilfe in der Lage ist.

Die Hilfen des sozialen Umfeldes (Angehörige, Freunde, Nachbarn, Kirchengemeinden, Vereine..) sollen der kommunalen Hilfe vorausgehen.

Bei allen Maßnahmen gilt: Die Würde des Menschen ist unantastbar!

Zusammenfassung

Das Hauptziel muss sein, das Leben aller, Jung und Alt, lebenswerter zu gestalten, indem:

- die Heranwachsenden und die im Berufsleben Stehenden, aber auch die ältere Generation, erfolgreicher und mit weniger „Karambolagen“ den Alltag meistern können und
- der älteren Generation mit der ihr verbliebenen Energie und Kompetenz ein Lebensziel erhalten bleibt. Das Ergebnis muss allen zugute kommen!
- „Das Alter ist kein Versorgungsfall, sondern ein Aktivposten der Gesellschaft“

Ziel:

- Das Ziel ist die Integration aller Generationen und die Bündelung aller Ressourcen „unter einem Dach“ zum Wohle des Einzelnen (ob jung oder alt), der Familie, und unserer Kommune.
- Die vorhandenen Möglichkeiten (von Jung und Alt) sollen verstärkt genutzt werden, damit das tägliche Leben von allen Mitgliedern der Gesellschaft leichter gemeistert und die Lebensqualität insgesamt und für alle spürbar angehoben werden kann. Das gilt für:
 - Kinderbetreuung berufstätiger Eltern außerhalb der Tagesstätten,
 - Berufsbegleitung Heranwachsender durch erfahrene, im Ruhestand befindliche Profis,
 - professionelle Beratung angehender Handwerker in die Selbstständigkeit,(z.B.: Finanzen, Produktion, Absatzmärkte, Werbung, Betreuung von Mitarbeitern,Verhandlungen mit Behörden, usw.)
 - kompetente Beratung und Wissensweitergabe aus dem eigenen Berufsleben,(z.B.: Versicherung, Steuererklärung, Krankenkassen, Finanzen, usw.)
 - vorhandene Kontakte nutzen, um Heranwachsenden den Weg ins Berufsleben,

aber auch in die Gesellschaft zu erleichtern.
(z.B.: berufl. Kontakte, Schützenwesen, kirchliche Einrichtungen, Feuerwehr, usw.) Betreuung Kranker und Bettlägeriger (neben der hauptamtlichen Pflege),

Mögliche Maßnahmen

a) Bildung von Gruppen und Partnerschaften

- Ortschaften in kleine Ortsbereiche aufteilen
- Singles, Paare, Familien und Ruheständler aufsuchen und Interesse an einer gegenseitigen Unterstützung ausloten, Kompetenzen in Erfahrung bringen, mögliche Aufgabengebiete bzw. Problemfelder erfassen
- eine Versammlung einberufen, um Zusammenarbeit und gegenseitige Unterstützung zu beraten
- einen Koordinator oder Ansprechpartner wählen (Kommune sollte fachliche Betreuung gewährleisten)
- mögliche Partnerschaften zusammenführen
- gemeinsame Aktionen zur Förderung des Zusammenhalts vereinbaren.

Diese Maßnahme wäre nahezu kostenneutral und sehr flexibel.

b) Mehrgenerationensiedlung

- Wohnungen für Familien und Großfamilien und ältere Ehepaare (behindertengerecht) bauen
- Geschäfte (für Grundversorgung) und Kommunikationsraum (Cafe, Restaurant) einbinden
- Wohnungsvergabe nach sozialen Kriterien unter Förderung des Gemeinschaftssinns vornehmen
- Bewohner-Analyse vornehmen (Kompetenzen, Problemfelder, Interessen).

Diese Maßnahme ist sehr kostenaufwendig und wenig flexibel.

c) Kommunikationszentrum

Ein Kommunikationszentrum für einen Ortsteil oder die City dient der Begegnung, dem Austausch, der Kommunikation. Diese Maßnahme ist weniger kostenaufwendig als die Mehrgenerationensiedlung. Sie bewahrt die Eigenständigkeit.

Ergänzung

Aspekte und Möglichkeiten des Zusammenlebens

- mit Gleichaltrigen
- mit mehreren Generationen
- im Familienverband
- mit Gleichgesinnten
- im Ortskern
- in ausgewählten Ruhezeiten
- im Naturbereich
- in Kulturnähe
- mit Möglichkeiten der Kontaktaufnahme und Kommunikation, der aktiven Teilnahme am Ortsgeschehen, der Weiterbildung/Mitarbeit, zur Erholung im Ruhebereich

- als Person, die zu selbstverantwortlichem Handeln in der Lage ist,
- als Person, die auf die Hilfe anderer angewiesen ist (medizinisch/technisch),
- als Person, die finanziell unabhängig/abhängig ist,
- als Person, die noch mitarbeiten kann und will.

Vorbereitung der älteren Generation

Die körperliche, geistige, seelische Entwicklung, autonome Lebensgestaltung, Nutzung der Fachkompetenz und Lebenserfahrung, Freizeit und Hobby, Vorsorgesicherung, Kommunikationsmöglichkeiten, Altsein/ Abschiednehmen /Sterben als Normalität, Schutz vor Altersmissbrauch.

Vorbereitung der jüngeren Generation

Behandlung des Themas 'Altwerden' in Kindergärten, Schulen und Erwachsenen-Bildungseinrichtungen.

Leitziel 2: Verbesserung der Kommunikation und Kooperation zwischen jüngeren und älteren Menschen

Ziel: Leitende Vorstellung bei unseren Überlegungen ist die gegenseitige Hilfe von Jung und Alt im Rahmen ihrer jeweiligen Fähigkeiten und Fertigkeiten

Mögliche Maßnahmen

a) Ein Platz für Jung und Alt (zum Spielen für Kinder, Sport, Spiel und Begegnung für Jugendliche und Erwachsene) [Dieser Aspekt wird hier nicht weiterverfolgt.]

b) „Tauschring“

Wir empfehlen eine begrenzte Orientierung an dem Projekt der „Tauschringe“, wie sie in Deutschland bereits seit Beginn der 90er Jahre gegründet worden sind und heute als stabile Selbsthilfeorganisationen in zahlreichen deutschen Kommunen bestehen, so z. B. auch in Mönchengladbach, Willich, Kaarst, Düsseldorf. Auch in Korschenbroich hat es unter dem Namen Sterntaler-Tauschring einen entsprechenden Versuch gegeben, allerdings mit begrenztem Erfolg.

Über die Motive und Arbeitsweisen der Tauschringe existiert mittlerweile eine beträchtliche Literatur, vieles lässt sich aus dem Internet entnehmen.

1. Der Grundgedanke der Tauschringe ist wie folgt:

Zwischen den Mitgliedern, die beim Eintritt einige Regeln akzeptieren müssen und für die Versendung von Informationsmaterial etc. meist einen geringen Beitrag zahlen (ca. 10-15 € im Jahr), können Dienstleistungen ebenso wie Waren und Gegenstände verschiedenster Art getauscht werden.

Dafür wird kein Geld bezahlt, vielmehr gilt eine spezifische „Währung“: die oft so genannten „Talente“ („Willis“ in Willich, „Blüten“ in Viersen). Wer eine Leistung

erbringt oder ein Tauschobjekt abgibt, bekommt eine bestimmte Anzahl von Talenten gutgeschrieben, für die er seinerseits Leistungen in Anspruch nehmen kann.

Bei den Dienstleistungen zählt meist jede Arbeit als gleich wertvoll; eine Stunde ist bei jeder Arbeitsleistung eine Stunde, der Wert von getauschten Gegenständen wird per Vereinbarung in Zeiteinheiten umgerechnet.

Jedes Mitglied sammelt auf einem persönlichen Konto Guthaben oder Schulden in Zeiteinheiten an, die durch empfangene oder geleistete Arbeiten wieder ausgeglichen werden. Damit es nicht zur Ausnutzung kommt, gibt es in der Regel Ober- und Untergrenzen in den persönlichen Konten.

2. Die Tauschringe verfolgen recht unterschiedliche Ziele, wollen aber durchweg Nachbarschaftsstrukturen aktivieren, soziale Netze schaffen und solidarisches Engagement und Gemeinschaft fördern. Durch Tauschaktivitäten und regelmäßige Treffen werden Kontakte zwischen Menschen ganz unterschiedlicher sozialer Gruppen und Altersschichten hergestellt, die ansonsten nicht bestünden. Nicht zu unterschätzen sind auch die wirtschaftlichen Motive. So versteht sich der (sehr erfolgreiche) Tauschring Willich als Instrument der organisierten Nachbarschaftshilfe. Er will dazu beitragen, „auch wirtschaftlich schwächer gestellten Menschen ein gutes Leben“ zu ermöglichen.
3. Je nach der spezifischen Situation der Gründungsinitiative ist die Mitgliederstruktur recht unterschiedlich. Eine relativ kleine, homogene Gruppe von jungen Leuten oder „jungen Alten“ wird als günstige Voraussetzung für den Erfolg einer Tauschgemeinschaft angesehen, da sich die Mitglieder darin schnell wohl fühlen. Andererseits ist ein heterogener Personenkreis von einer nicht zu geringen Größe die Voraussetzung für häufigere Tauschaktivitäten. Ferner erleichtert eine heterogene Gruppe neuen Interessenten die Integration. Meist wird die personelle Zusammensetzung der Tauschringe als „kunterbunt gemischt“ beschrieben. Besonders angesprochen fühlen sich allerdings allein stehende, kinderlose Menschen, die soziale Kontakte und Netzwerke suchen.
4. Problematische Aspekte:
 - Das Modell des Gebens und Nehmens ist vorbildlich ausgeprägt; wahrscheinlich sind zum Schutz vor Ausnutzung der Gutmütigen ein „Preis“ für jede Leistung und eine Buchführung in Form eines Kontos unverzichtbar; aber nach unseren Grundvorstellungen sollte das Interesse stärker durch das Geben-Wollen bestimmt sein (Kompetenzen und Zeit-Ressourcen zur Verfügung stellen)
 - Der generationenverbindende Aspekt ist kein ursprünglicher Leitgedanke, stellt sich allerdings bei manchen Tauschringen durch die Aktivitäten ein.
 - Das Tableau des Tauschbaren hat zu sehr Warencharakter, ist zu konsumptiv, dies könnte durch unangemessene Interessen ausgenutzt werden. Uns schwebt eine stärkere soziale Orientierung vor; das Tauschen von Gegenständen halten wir nicht für empfehlenswert (kein ebay!).
5. Wir halten es in der spezifischen Situation von Korschenbroich für sinnvoll, an den bestehenden Konzeptionen der ZWAR-Gruppe und der Ehrenamtsbörse anzuknüpfen und für den Anfang ganz ähnlich zu verfahren wie bei der Mobilisierung der ZWAR-Gruppe: Alle Interessierten sollten angesprochen werden, da ja die Ausrichtung generationenverbindend sein soll. Der Ansatzpunkt für eine Initiativgruppe sollte jedoch schwerpunktmäßig bei der älteren Generation liegen, weil

hier am ehesten brachliegende Zeitressourcen und Bereitschaft zur Bildung eines Netzwerkes angenommen werden können. Als denkbaren Namen schlagen wir vor:

(Anm: Die Untergruppe „Tauschring“ tagt noch mehrmals und teilt der Stadt dann gegebenenfalls. noch Ergänzungen zu dieser Zusammenfassung mit.)

Leitziel 3: Wir entwickeln gemeinsame Ziel- und Wertvorstellungen mit den zugewanderten Menschen hier.

Ziel

Ziel- und Wertvorstellungen hier sind durch unsere freiheitlich demokratische Grundordnung vorgegeben. Die Zugewanderten haben ähnliche Wertvorstellungen, bereichert um wertvolle Anregungen aus ihren Heimatregionen. Für die Asylbewerber in den Korschenbroicher Wohnheimen gibt es engagierte Ehrenamtliche, die neben der Hilfe durch die Stadt Wege ebnen und Kontakte (zu Kindertagesstätten und Schulen, Behörden, Kirchengemeinden u.a.) begleiten, Initiativen der Betroffenen anregen und unterstützen und Begegnungen mit Leuten aus der näheren Umgebung z.B. bei Nachbarschaftsfesten erleichtern. Hier sollten weitere Ehrenamtliche aus verschiedenen Generationen angesprochen werden, die die Hilfe weitertragen und wo nötig intensivieren.

Mögliche Maßnahmen

- Sprachkurse
- Hausaufgabenbetreuung in weiterführenden Schulen
- Wiederaufnahme interreligiöser Feiern
- Raumangebote für Feste
- Ansprechen Zugewanderter durch Sportvereine und andere Vereine
- gegenseitige Einladungen
- „Wir erzählen von Zuhause“ in Kindergärten, Schulen, Senioreneinrichtungen
- „So macht man das bei uns Zuhause“ - Vorzeigen und zum Mittag einladen beim Kochen, Handarbeiten, Basteln...
- Einführung in unsere Feste im Jahresablauf – z.B. Sternsingen, Karneval, Ostern, Pfingsten, 1.Mai, Fronleichnam, Tag der deutschen Einheit, Reformationsfest, Allerseelen, St. Martin, Advent, Nikolaus, Weihnachten, Silvester
- Einführung in Feste anderer Kulturen, z.B. Opferfest, Ramadan, Fest des Fastenbrechens

4. Weiteres Verfahren/ Ausblick

Die Berichte der Arbeitsgruppen, welche in diesem Strategiepapier zusammengefasst sind, werden in einer zentralen Veranstaltung allen Teilnehmern der Arbeitsgruppen sowie allen Ratsmitgliedern vorgestellt.

Im Anschluss wird das Strategiepapier in der folgenden Sitzung des Hauptausschusses beraten. Nach erfolgter politischer Beratung werden die Strategischen Ziele in einer der folgenden Sitzungen des Rates der Stadt Korschenbroich festgelegt.

Es ist beabsichtigt, diesen für die Stadt Korschenbroich bislang einmaligen Prozess einer aktiven Gestaltung eines Wandlungsprozesses unter Einbindung kommunaler Akteure fortzusetzen. Die in den Arbeitsgruppen entwickelten Ziele, Strategien und Ideen gilt es in einem Folgeprozess zu konkretisieren. Zudem bedarf es einer Überprüfung der Zielerreichung.

Aus den Arbeitsgruppen wurde überdies der Wunsch geäußert weiter aktiv den Wandlungsprozess zu gestalten.

Mit dem vorliegenden Strategiepapier sollen nach erfolgter politischer Beratung und ggfls. Überarbeitung Strategische Ziele für die Stadt Korschenbroich durch den Rat festgelegt werden. Ziel des Folgeprozesses kann es somit nur sein, die Strategischen Ziele zu operationalisieren.

Nach Festlegung der Strategischen Ziele durch den Rat der Stadt Korschenbroich ist es daher geplant eine Zentrale Veranstaltung für die Teilnehmer der bisherigen Arbeitsgruppen sowie für interessierte Bürgerinnen und Bürger abzuhalten. Im Rahmen dieser Veranstaltung soll über das Ergebnis der politischen Beratung und den gefassten Beschluss des Rates der Stadt Korschenbroich berichtet werden. Zudem soll an diesem Abend die Bereitschaft der Anwesenden zur weiteren aktiven Teilhabe am Gestaltungsprozess abgefragt werden.

Sofern sich auch weiterhin engagierte Akteure bereit erklären, den Prozess mitzugestalten ist geplant, schwerpunktbezogene Arbeitskreise zu bilden. Diese fungieren als externe Berater / Experten der Verwaltung.

Es ist beabsichtigt, dass die Arbeitsgruppen in ihren Bereichen Schwerpunkte setzen und konkrete Ideen und Vorschläge entwickeln. Dabei darf die angespannte kommunale Finanzsituation nicht außer Acht gelassen werden.