

Dachmarkenprozess Friesoythe, Analyse-Workshop, 15.11.2022, 18 bis 20:30 Uhr

Ergebnisse



Agenda

Dachmarkenprozess Friesoythe, Analyse-Workshop,
15.11.2022, 18 bis 20:30 Uhr,
Friesoythe, Raatssaal

- Begrüßung
- Vorstellungsrunde
- Input Marke
- Input Prozess und Rolle der Strategieguppe
- Analyse Ist-Situation (SWOT)
- PAUSE
- Ziele der Marke
- Zielgruppen

Moderation: Katrin Liebert und Thomas Hesselmann-Höfling (elemente designagentur)

Workshop Dachmarke Friesoythe, Analyse-Workshop, 15.11.2022 // **Ergebnisse // Seite 2**



Strategiegruppe:

- Sven Stratmann (Bürgermeister)
- Marina Böckmann (Stadtmarketing)
- Fabian Ralfes
- Raphael Opilski
- Christoph Böhm
- Dennis Löschen
- Hannes Kleine Vahle
- Jonas Schulte
- Frank Hanneken
- Stefan Fahler
- Hendrik Ortmann

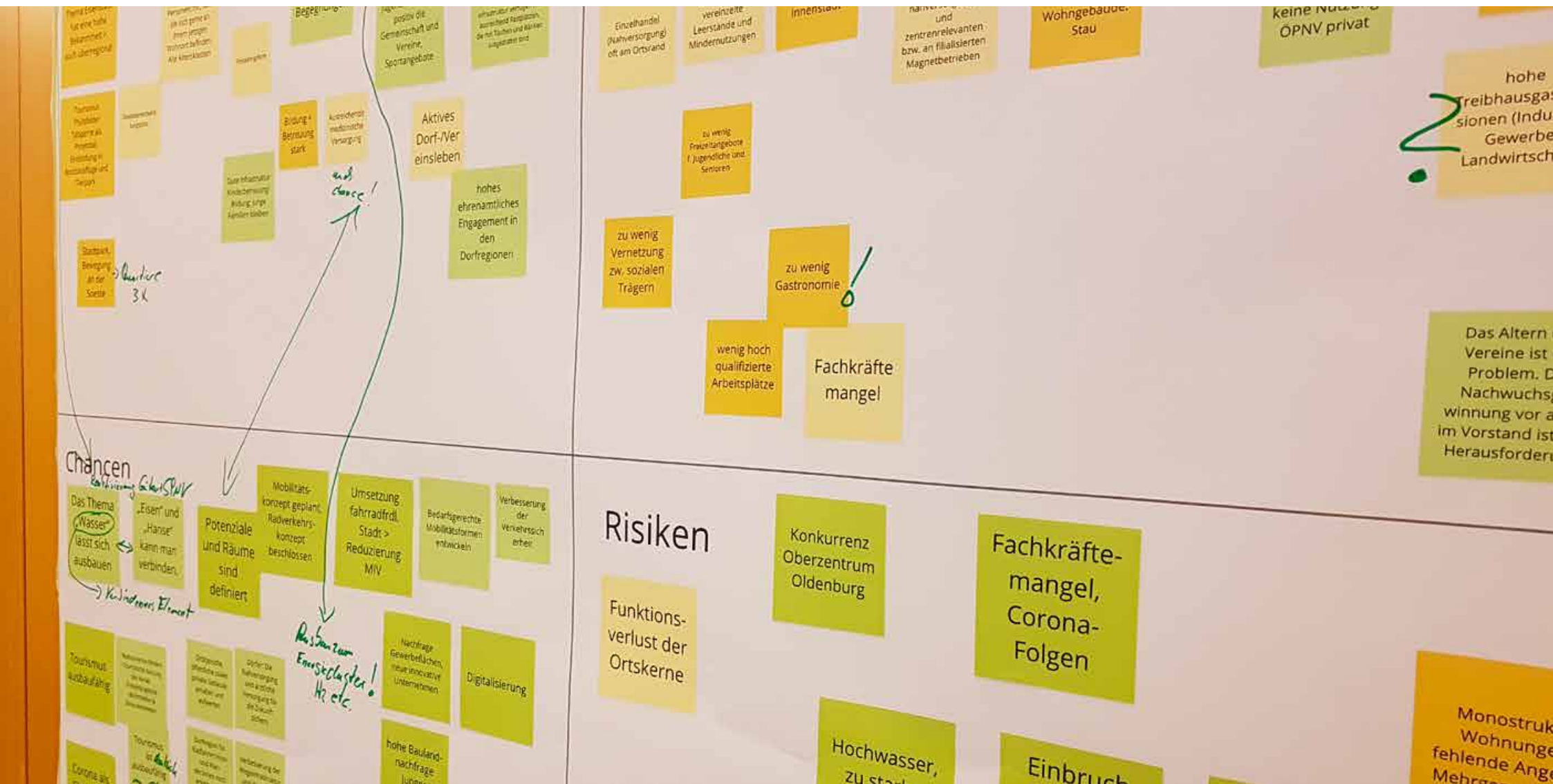
Und das liebe ich an meiner Stadt ...

- das große Engagement in der Bevölkerung ... Vielfalt der Vereine ... jedes Dorf hat was Besonderes
- die Dörfer
- Alles, das Einkaufen, fühle mich wohl
- so ziemlich Alles
- den Zusammenhalt, Hilfsbereitschaft, ist Heimat für mich
- die Vielfalt
- den Zusammenhalt in den Dörfern
- ist meine Heimat, das Schützenfest
- die Vielfalt in den Vereinen
- ganz Vieles ...
- das persönliche

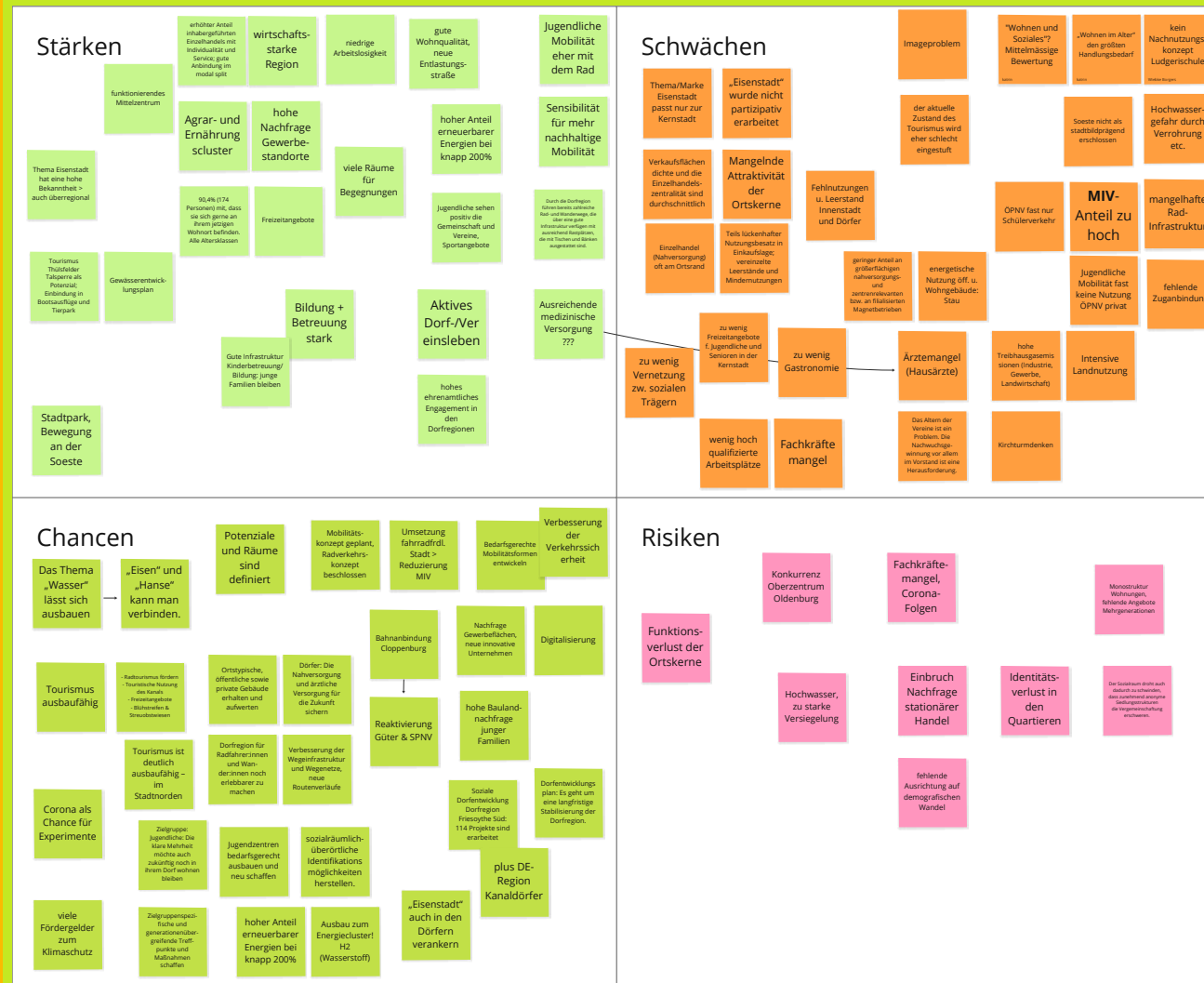
SWOT-Analyse



SWOT-Analyse



SWOT-Analyse



Für

SWOT-Analyse // Stärken

Stärken



SWOT-Analyse // Schwächen

Schwächen



SWOT-Analyse // Schwächen

Chancen



SWOT-Analyse // Schwächen

Risiken

Funktions-
verlust der
Ortskerne

Konkurrenz
Oberzentrum
Oldenburg

Fachkräfte-
mangel,
Corona-
Folgen

Monostruktur
Wohnungen,
fehlende Angebote
Mehrgenerationen

Hochwasser,
zu starke
Versiegelung

Einbruch
Nachfrage
stationärer
Handel

Identitäts-
verlust in
den
Quartieren

Der Sozialraum droht auch
dadurch zu schwinden,
dass zunehmend anonyme
Siedlungsstrukturen
die Vergemeinschaftung
erschweren.

fehlende
Ausrichtung auf
demografischen
Wandel

Ziele



Ziele

Wir-Gefühl schaffen

|||| ||| ||

(12)

Alle Bürger:innen

Dörfer und Kernstadt
vereinen - nicht ||| 11
verschmelzen. ||| ||

Alle → U65

↳ Unterteil: Urban + ländl.
charakter bewahren 3

Profilierung als interessanter
und gut erreichbarer
Wohnstandort | ||| ||| 8

→ Bürger:innen ab 18
(auch von außen) Zuzug

→ Gastronomie + Freizeit
Anbieter

medizinische
Versorgung
zukunfts fest
machen (5)

→ Jünger Hausärzte:innen
Stadt attraktiv machen
→ Studierende Medizin
→ Handwerk + Pflegepersonal
(Osteopathen)

Stadt attraktiv
für Familien
verhalten 4

Familien

Ausbau als bedeutender (8)
Arbeitsplatzstandort /
Fachkräftesicherung ||| ||

Alle ab 16 - 45

Studierende + Handwerk
Anbieter, gesell. Infrastr.

Schaffung/Sicherung
eines investitions- und
wirtschaftsfreundlichen Klimas

|| 3

Unternehmen: eine
Investor:innen
güder & innen

Ziele & Zielgruppen

... der Dachmarke Friesoythe

Wir-Gefühl schaffen > Alle Bürger:innen | **12 Punkte**

Dörfer und Kernstadt vereinen – nicht verschmelzen > Alle Bürger:innen (U65) | **11 Punkte**
den urbanen und ländlichen Charakter erhalten

Profilierung als interessanter und gut erreichbarer Wohnstandort > Bürger:innen ab 18 (auch von außen > Zuzug),
Anbieter in der Freizeit- und Gastronomie-Branche | **8 Punkte**

Ausbau als bedeutender Arbeitsplatzstandort / Fachkräftesicherung > Alle, 16 bis 45 Jahre; Studierende, Azubis, Gesellen
und Meister im Handwerk | **8 Punkte**

Medizinische Versorgung zukunftsfest machen > junge Hausärzt:innen (Standort attraktiv machen/kommunizieren),
Medizin-Studierende, Pflegepersonal, medizinisches Handwerk (Physiotherapie, Orthopädietechnik, ...) | **5 Punkte**

Attraktivität für Familien steigern > Familien | **4 Punkte**

Schaffung/Sicherung eines investitions- und wirtschaftsfreundlichen Klimas
> Unternehmer:innen, Investor:innen, Gründer:innen | **3 Punkte**

Feedback

Interessant und überraschend gut // interessant, ich wusste nicht was auf mich zukommt, der Austausch war gut, // gute Auswahl der Teilnehmer:innen, auch gerade aus der Landjugend, andere Altersstruktur und Austausch gut // Austausch schön, die unterschiedlichen Ansichten und Sichtweisen mitzubekommen, Methoden gut // war gut, auch besonders die Auswahl der Landjugend aus den unterschiedlichen Ortsschaften gut // guter offener Auftakt // interessanter guter Austausch, nicht alles ganz neu, kenne ich teilweise aus den anderen Prozessen // konstruktiver Austausch, alle Belange vertreten, schön und bin gespannt wie es weitergeht // sehe das wie alle anderen vorher, die zwei Hauptthemen (Ziele) sehr wichtig // guter Auftakt // gut und bin gespannt wie es weiter geht // interessant und Methoden sehr gut

Die Ergebnisse des Prozesses auf Miro

Wir nutzen das Online-Tool Miro zur Prozessdokumentation. Unter folgendem Link können Sie die Ergebnisse im Browser aufrufen:

https://miro.com/app/board/uXjVPCVBw5U=?share_link_id=831381987371

