

# PROTOKOLL zur Imageanalyse

# BürgerInnen-Workshop Fallersleben

im Rahmen des Bundes-Förderprogrammes  
„Zukunftsfähige Innenstädte und Zentren“

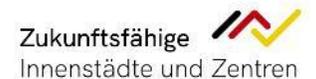
02.02.2023 | 18:00 Uhr | Schulzentrum Fallersleben



Gefördert durch:



aufgrund eines Beschlusses  
des Deutschen Bundestages



# WORKSHOP-ERGEBNISSE

## Gruppe 1- Markenentwicklung / Identität + Kommunikation / Maßnahmen



Gefördert durch:



Bundesministerium  
für Wohnen, Stadtentwicklung  
und Bauwesen

aufgrund eines Beschlusses  
des Deutschen Bundestages

Zukunftsfähige  
Innenstädte und Zentren



# Workshop-Ergebnisse

## Aufbau und Plakate



Aufbau der Workshop-Station



Plakate zu den Themen Markenprofil und Marketing-Maßnahmen

# Workshop-Ergebnisse

Ergebnisse zum Thema Markenprofil

## Profilbildend (Schaufenster)

- Hoffmann von Fallersleben als Person in Verbindung mit dessen Werten bezüglich Förderung von Demokratie und Freiheit
- Gebäude mit Verbindung zu Hoffmann von Fallersleben (Wohnhaus / Museum)
- Das Schloss mit der umgebenden Kulisse bestehend aus dem Park und See mit insgesamt hoher Aufenthaltsqualität
- Das überregional bekannte Brauhaus mit eigener Bierherstellung (Exklusivität / Einzigartigkeit)
- Die Historie im Allgemeinen, speziell repräsentiert durch schöne Fachwerkhäuser und die durch Hoffmann von Fallersleben und Herzogin Clara von Braunschweig geprägte Geschichte



Gesammelte Ergebnisse zur Profilierung von Fallersleben

# Workshop-Ergebnisse

## Ergebnisse zum Thema Markenprofil

### Stützen des Markenprofils (Eingangsbereich)

- Herzogin Clara von Braunschweig wird auch als bedeutsame Person für den Stadtteil eingeordnet, ist jedoch weniger für Fallersleben bekannt als Hoffmann von Fallersleben. Aufgrund ihres Wissens in der Landwirtschaft und Kräuterkunde stellen Blumen und Kräuter eine Verbindung zu ihr her.
- Ein besonderes Merkmal ist auch, dass Fallersleben der erste Stadtteil und ein Ursprung der Stadt Wolfsburg war.
- Ebenfalls stützend für das Thema Historie im Markenprofil ist die St. Michaelis-Kirche, die den Fallersleber\*innen wichtig ist.
- Repräsentativ für die Historie stehen die Altstadt mit den vielen Fachwerkhäusern und das Altstadtfest. Das Altstadtfest steht in besonderer Weise für das „Wir-Gefühl“ und das soziale Miteinander als wichtige Veranstaltung.
- Für die Bewohner\*innen macht den Stadtteil ein gewisses Wohlsein- und Sympathiegefühl aus. Sie bezeichnen Fallersleben allgemein als sehr lebenswert. Diese Beschreibung ist jedoch nicht einzigartig und profilgebend.
- Lebendig ist Fallersleben nur temporär – zu gewissen Uhrzeiten oder etwa bei Veranstaltungen.



Gesammelte Ergebnisse zur Profilierung von Fallersleben

# Workshop-Ergebnisse

Ergebnisse zum Thema Markenprofil

## Ergänzungen des Markenprofils (Laden)

- Fallersleben zeichnet sich durch ein aktives Vereinsleben aus. Insbesondere der VfB Fallersleben sticht durch die Größe und Historie heraus.
- Attraktive Ergänzungen des Freizeitangebotes bilden das Metropol-Filmtheater, das Freibad sowie das Schwefelbad. Letzteres trägt auch aufgrund seiner Historie zum Markenprofil bei, ist jedoch nach Meinung der Teilnehmer\*innen zielgruppenspezifisch ausgelegt und einem Wandel unterworfen.
- Fallersleben zeichnet sich durch eine hohe Aufenthalts-, Lebens- und Wohnqualität aus. Es wird u.a. als idyllisch, familiär (auch durch gute Kitas und Schulen) und liebenswert beschrieben. Für viele fühlt sich Fallersleben nach Heimat an.
- Die Beschreibung Fallersleben als dörflich trifft nach Meinung der Teilnehmer\*innen nicht zu. Passend sei vielmehr ein kleinstädtischer Charakter mit vielfältigen Angeboten.



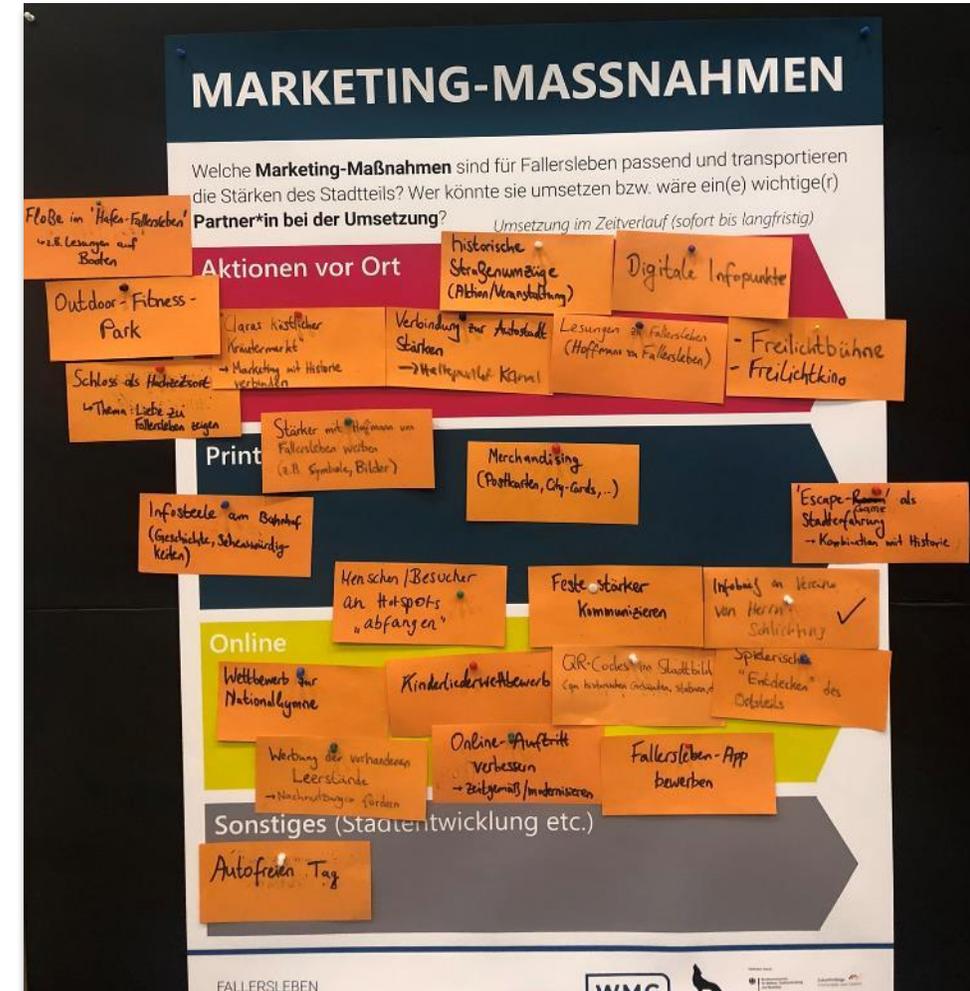
Gesammelte Ergebnisse zur Profilierung von Fallersleben

# Workshop-Ergebnisse

## Ergebnisse zum Thema Marketing-Maßnahmen

### Aktionen vor Ort

- Stärkere Einbindung des Kanals als Wasserweg in die Vermarktung. Hierzu zählt z.B. die Einrichtung eines Haltepunktes am Kanal, wodurch die Verbindung für Tourist\*innen und Besucher\*innen zur Autostadt bei Einrichtung einer Fährverbindung gestärkt werden könnte. Auch die Idee, Lesungen auf Booten zum Thema Fallersleben und der Person Hoffmann von Fallersleben anzubieten, zielt auf die Nutzung des Kanals ab.
- Die Altstadt als Kulisse für historische Straßenumzüge nutzen
- Mehr digitale Informationspunkte vor Ort installieren
- Durch „Claras köstlicher Kräutermarkt“ etablieren noch mehr Verbindung mit der Historie herstellen
- Freilichtbühne und Freilichtkino im Sommer einrichten, z.B. im Park
- Generationenübergreifenden Outdoor-Fitness Park zur Förderung von Sport im Freien
- Das Thema „Liebe zu Fallersleben“ in den öffentlichen Raum in Schlossnähe (Ort für Hochzeiten) bringen, z.B. Herz-Aufsteller als Selfie-/Fotomotiv
- Ansatz der Gamification nutzen: „Escape-Game“ mit historischen Informationen und Stadtführungselementen verbinden (spielerisches Erleben der Stadt), insb. für junge Leute / Jugendliche



Gesammelte Ergebnisse zur Profilierung von Fallersleben

# Workshop-Ergebnisse

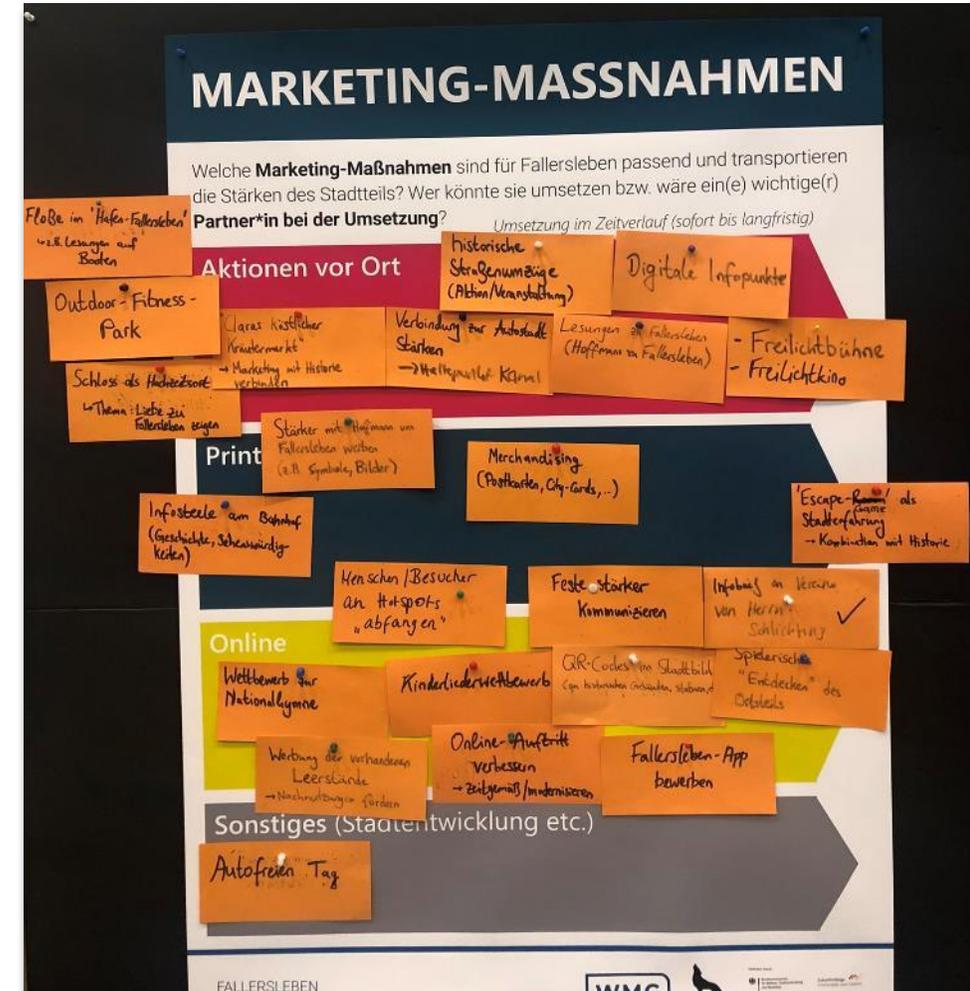
Ergebnisse zum Thema Marketing-Maßnahmen

## Print

- Mehr Merchandising-Artikel, z.B. Postkarten oder City-Cards mit Bildern/Motiven von Fallersleben herausbringen
- Stärker mit Hoffmann von Fallersleben als Person werben (Symbole und Bilder seiner Person ins Stadtbild integrieren, z.B. an Hausfassaden, auf Bürgersteigen, etc.)
- Infosteele am Bahnhof aufbauen, um Besucher\*innen direkt am Bahnhof auf die Angebote, Sehenswürdigkeiten und die Geschichte des Stadtteils hinzuweisen
- Menschen stärker an den Sehenswürdigkeiten in Fallersleben selbst „abfangen“ und an andere Orte „locken“, aber auch von der Stadtmitte und von der Autostadt nach Fallersleben holen

## Sonstiges

- Mit einem autofreien Tag in der Altstadt unter Rücksprache mit den ortsansässigen Händler\*innen werben



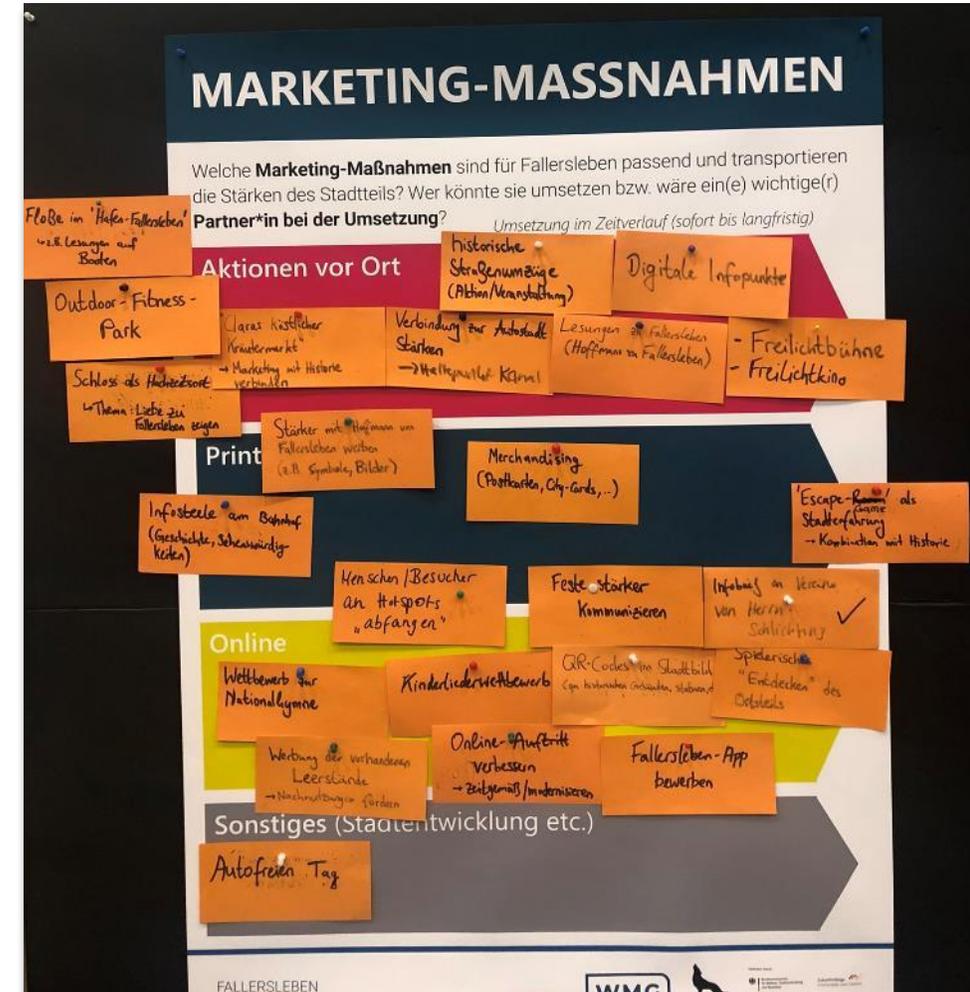
Gesammelte Ergebnisse zur Profilierung von Fallersleben

# Workshop-Ergebnisse

Ergebnisse zum Thema Marketing-Maßnahmen

## Online

- Breitere Bewerbung der Feste und Veranstaltungen
- QR-Codes ins Stadtbild einbetten (z.B. an historischen Gebäuden, Statuen, etc.) mit Verlinkung zu digitalen Infoseiten
- Wettbewerb zur Nationalhymne Hoffmann von Fallerslebens einführen (z.B. kreatives Weiterdichten, Hymne für Fallersleben, etc.) und einen Kinderliederwettbewerb veranstalten
- Online-Auftritte der Vereine, Schulen, Initiativen, etc. modernisieren
- Bewerbung der Fallersleben-App
- Vorhandene Leerstände aktiv bewerben und neue Nutzungsmöglichkeiten aufzeigen



Gesammelte Ergebnisse zur Profilierung von Fallersleben

HERZLICHEN DANK  
FÜR IHRE IDEEN UND  
IHRE MITARBEIT!



Gefördert durch:



aufgrund eines Beschlusses  
des Deutschen Bundestages

