

Blumen zum Abschied aus dem Rathaus

Ludwigsfelde. Zurzeit ist im Rathaus Ludwigsfelde der Sitzungsdienst unbesetzt. Grund ist ein Arbeitsstellen-Wechsel der Sachbearbeiterin, derzeit müssen Kollegen zusätzlich zur allgemeinen Personalnot auch diese Arbeit mit erledigen. Danielle Bergmann, die junge Frau hinter der Maschinerie des Sitzungsdienstes im Rathaus, hatte am Donnerstag ihren letzten Arbeitstag. Sie erlebte zur letzten Sitzung des alten Stadtrats eine Überraschung: Peter Dunkel, der Fraktionsvorsitzende Linke/Filü, überreichte ihr ganz überraschend einen Strauß Blumen und bedankte sich für ihren Fleiß und ihre Zuverlässigkeit.

Zu den Sitzungsdienst-Aufgaben gehören die Einladungen und Veröffentlichungen für alle Stadtverordneten-, Ausschuss- und Ortsbeiratssitzungen oder das Einstellen von Beschlüssen, Vorlagen und Protokollen ins Ratsinformationssystem auf der Internetseite der Stadt. Bis vergangenen Montag lief die Ausschreibung zur Nachbesetzung. „In der kommenden Woche haben wir die Bewerbungsgespräche, damit diese wichtige Stelle möglichst nach der Sommerpause mit Beginn der kommenden Sitzungsperiode wieder besetzt ist“, so Liza Ruschin, Büroleiterin und persönliche Referentin des Bürgermeisters. ja



Abschiedsblumen für Danielle Bergmann, überreicht von Peter Dunkel. FOTO: JUTTA ABROMEIT

JUBILARE

Die MAZ-Lokalredaktion gratuliert herzlich in **Neuhof** Wolfgang Hering zum 75. Geburtstag.

MAZ-ONLINE LOKAL



Ihre Nachbarschaft im Internet

Aktuelle Nachrichten und Informationen aus Ihrer Region finden Sie auch bei der MAZ im Internet:

MAZ-online.de/blankenfelde

MAZ-online.de/grossbeeren

MAZ-online.de/ludwigsfelde

MAZ-online.de/rangsdorf

MAZ-online.de/zossen

MAZ-online.de/teltow-flaeming

Unsere Seite auf Facebook:
@MAZdahmelandflaeming



Ist Ludwigsfelde ein Familien-Paradies? Das fragt Mildred Wagner, die Fachfrau fürs Marketing, in der Stadtverwaltung Ludwigsfelde; für das bevorstehende Bürgerforum ließ sie solche Plakate drucken wie dieses an einer Bushaltestelle. JUTTA ABROMEIT

„Die Stadtmarke muss ein Dach werden“

Bei einem Bürgerforum am 20. Juli geht es um eine Stadtmarke für Ludwigsfelde – Mildred Wagner vom Stadtmarketing erklärt die Hintergründe

Ludwigsfelde. Was macht Ludwigsfelde aus? Das will Mildred Wagner, die Marketing-Fachfrau im Rathaus der Industriestadt, seit Jahresbeginn herausfinden; als nächstes mit einem Bürgerforum zur Zukunft der Stadt. Das ist für Samstag, den 20. Juli, um 9.30 Uhr in der Flamingo-Bar im Klubhaus geplant. Warum sie eine Stadtmarke sucht und was das überhaupt ist, erklärt Wagner im MAZ-Gespräch.

Agiert Ludwigsfelde nicht seit Jahren mit dem Leitbild-Slogan und dem Logo „Ludwigsfelde bewegt“?
Wagner: Richtig, aber das allein ist ja noch keine Stadtmarke.

Können Sie das bitte genauer erklären?

Bei einer Stadtmarke geht es um mehr, es geht um die Außen- und die Innenwirkung unserer Kommune. Sie ist ein Konzept, wie wir von Fremden wahrgenommen werden wollen, und dabei aber unbedingt authentisch bleiben. Das Ganze heißt ja nicht „Wünsch dir was?“, sondern es geht darum, das Beste, was wir haben, auch für andere erlebbar zu machen und zu vermitteln.

Kann am Ende auch rauskommen, dass es bei „Ludwigsfelde bewegt“ bleibt?

Auch das wäre möglich. Doch bisher haben wir bei der Projektgruppen-Arbeit mit ganz vielen Beteiligten

fünf Markenkerne definiert, drei davon sollen beim Bürgerforum am 20. Juli diskutiert werden.

Was sind Markenkerne?

Definitionen, was die Stadt ausmacht. Also prägnante Kurzbeschreibungen – idealerweise ganz wenige Worte.

„Es geht bei dieser Arbeit für eine Stadtmarke nicht um Einzelinteressen.“

Mildred Wagner,
Mitarbeiterin Stadtmarketing
Ludwigsfelde

Und welche drei Themen wollen Sie vorstellen und diskutieren?

Zum Beispiel „Ist Ludwigsfelde ein Familien-Paradies?“ Gefühlt fehlen den Bürgern Kinder- und Jugend-Angebote. Bei näherem Hinsehen ist aber vieles da. Deshalb stellen sich Fragen – warum wird manches gar nicht wahr genommen? Oder was können wir, was können die Bürger dafür tun?

Und die anderen beiden Kernthemen?

Die Fragen „Visionäre Mobilität?“ und „Lieber Parks und Plätze statt Parkplätze?“

Die leidigen Parkplätze... Was kam dazu bisher an Rückmeldung?

Natürlich hat Ludwigsfelde ein Parkplatz-Problem. Aber gleichzeitig empfinden die Bürger den öffentlichen Raum als nicht attraktiv. Ich muss aber betonen: Es geht bei dieser Arbeit für eine Stadtmarke nicht um Einzelinteressen, sondern um eine Strategie für alle.

Was erhoffen Sie sich von diesem Forum?

Eine lebhaft Diskussion über alle drei Themen und im besten Falle hat jeder Teilnehmer am Ende eine Reihenfolge der eigenen Prioritäten.

Was lief denn bisher zum Thema Stadtmarke unter Ihrer Regie?

Wir haben eine Projektgruppe gegründet, wir hatten eine Online-Umfrage und wir haben diverse Experten-Gespräche geführt, zum Beispiel mit Vertretern der Arbeitsagentur, der IHK, des Tourismusverbandes oder von großen Firmen.

Wie soll das Forum ablaufen?

Wir informieren über die bisherige Arbeit zur Suche der Stadtmarke und stellen die drei Markenkerne vor. Anschließend können Bürger nacheinander einen Moderator oder einen der Gesprächspartner fragen, so dass alle, die sich für die

Themen interessieren, auch zu Wort kommen.

Sie fangen am Samstag um 9.30 Uhr an – wen erwarten Sie um diese Zeit am ersten Morgen nach einer Arbeitswoche?

Alle, denen die Zukunft der Stadt am Herzen liegt. Eltern mit Kindern können wir keine Zeit in der Woche abends anbieten. Etwas mitgestalten zu wollen ist immer ein Geben und Nehmen, da wollen wir als Verwaltung ja hin. Und Bürgerbeteiligung ist in jedem Fall, ob wochentags oder am Sonnabend und Sonntag, auch eine Frage eigener Prioritäten.

Und was kostet die Arbeit dieses Jahres?

Da wir keine teure Agentur haben und vieles selbst machen, brauchen wir nur temporäre Beratung und bleiben im vierstelligen Euro-Bereich.

Was ist denn Ihr konkretes Ziel dieses ganzen Prozesses?

Am Ende des Jahres sollen sowohl der Bürgermeister und Stadtverordnete als auch Unternehmen oder Investoren eine Liste von Maßnahmen haben, wie die Stadt ihr Profil schärfen will. Die Stadtmarke muss ein Dach werden, unter dem künftige Ideen und Visionen für Ludwigsfelde Platz haben.

Interview: Jutta Abromeit

Französische Bulldogge Mathilde hat viel durchgemacht

Hündin aus schlechter Haltung braucht lebenslang Medikamente und ist ein Pflegefall – Pflegerin kümmert sich aufopfernd

Von Marlene Schmidt

Zossen. Selia schmiegt sich die Bul-

leberprobleme hatte. Und so folgte eine richtige Odyssee an Arzt-Terminen für die genauere Diagnostik.



gen Impfungen nachzuholen. Und dann war es endlich soweit: Mathilde sollte ein neues Zuhause bei

heir
de i
nach