



Gemeinschaft mit Behinderten ein Kinderspiel: Die Schützlinge des Integrativen Kindergartens auf dem Heuchelhof gehen ohne Berührungsgänge miteinander um. VB-Archivbild Menschick

Frühlingserwachen auf dem Schützenhof.

Karten-Verkauf für Marine-Konzert

Ab sofort gibt's Karten im Vorverkauf für das Benefizkonzert des Marinemusikkorps „Nordsee“ (Wilhelms-hafen) am Donnerstag, 15. April, 20 Uhr, im Großen Saal des Würzburger Kolpinghauses. Die Billets zum Einheitspreis von 10 DM sind in der Volksblatt-Geschäftsstelle Würzburg, Juliuspromenade 64, zu folgenden Zeiten zu haben: Montag mit Freitag von 8 bis 12.30 Uhr und von 13.30 Uhr bis 17 Uhr; Samstag von 8 bis 12 Uhr. Der Reinerlös des von der Marinekameradschaft „Admiral Scheer“ organisierten Wohltätigkeitskonzertes kommt der Volksblatt-Aktion „Fröhlich sein – Gutes tun“ zugute.

Im Drog

Vere
Kom

Senegal

Der Senegale tag für umfar worten muß, ten zum Verk Afrikaner zw bis zu 650 Gr Maler erklärt bes Gramm H kauft. Ein we die er zum 1 Mark an eine

Den Rest 1 halb Gramm. verloren habe Drogen vorhe bühnlstraße ve ben habe er r schisch verka Gramm des 1991 und 199 den größten miert.

Mit dem K es im Juni vor weiteren Herc bei gab ihm c mal für 1500 f die er kurz vo seinem Bekan Dieser Mann. Jemen, habe i beten, seinem – nämlich „M gift auf Wuns Daß es von ihr Kunde jedoch len.

Bei einem v ähnlichem Mu lerdings mit 3 schlug die Poli mit dem Arab

Behörden

Waffe
gefäl

Seine Waffen! Württemberge nis. Der 44jähr ten Waffenbe: schung jedoch der anschließe aus, daß der N extra für diese mit sieben Wa gen.

Arbeitskreise fürs „Stadtmarketing“ treten erstmals zusammen:

Jetzt geht es um die „acht Gebote“

Als Entscheidungshilfen in der Kommunalpolitik – Motto: „Vom Ich zum Wir“

Nach mehreren intensiven „Workshops“ und teilweise kontroversen Arbeitseminaren für den Entwurf eines Würzburger Städteleitbildes sollen nunmehr die weiteren Detailberatungen über ein eigenes Stadtmarketing zielstrebig „in die Gänge“ kommen. Zu diesem Zweck haben Oberbürgermeister Jürgen Weber und der 1. Vorsitzende des Förderkreises „Würzburg macht Spaß“, Günter Severin, bereits erste Terminvorgaben für sechs neugebildete Arbeitsgruppen festgelegt: Letztere sollen in der Zeit zwischen dem 31. März und dem 12. Mai damit beginnen, „acht Gebote“ für ein modernes Würzburger Stadtmarketing als kommunalpolitische Entscheidungshilfen praxisnah aufzubereiten. Die Themenpalette reicht dabei von den Problemfeldern Wirtschaft/Arbeitsplätze, Bildung/Wissenschaft, Umwelt, Gemeinschaft/Soziales und Verkehr bis zu den nicht minder wichtigen Teilaspekten Stadtcharakter und Kultur.

Denn das ist die erklärte Absicht von Stadt und „Förderkreis“: Sämtliche Kommunikationsstrukturen innerhalb der Stadt Würzburg sollten auf möglichst breiter bürgerschaftlicher Basis verbessert werden – und zwar unter dem griffigen Motto „Vom Ich zum Wir.“ Dadurch könnte ein „Klima der Konsensfähigkeit und Toleranz“ (OB Jürgen Weber) geschaffen werden, das obendrein die Bereitschaft für eine stadtübergreifende – also raumbezogene –

Denkweise auf allen kommunalpolitischen Entscheidungsebenen wecken würde.

Auf einen solchen gemeinsamen Nenner hatten sich Ende Januar – beim dritten vorbereitenden Seminar für ein Würzburger Städteleitbild – immerhin rund 70 Vertreter/innen von Verbänden, Organisationen und Institutionen verständigt. Auch in ihrer personellen Auswahl spiegelte sich ein breites Spektrum kommunaler Aktivitäten wider: von der heimischen

Wirtschaft, dem Handel und Dienstleistungssektor bis zu Einrichtungen der Jugendarbeit und dem Bund Naturschutz. Sie alle sind aufgerufen, den eigenen Gruppen-Egoismus zu überwinden und „in einem Höchstmaß an Gemeinsamkeit fürderhin zum Wohle der Gesamtstadt zu wirken...“

Der komplette Teilnehmerkreis der damaligen Plenarversammlung soll – so ein Beschluß vom 27. Januar – künftig als „Stadtmarketing-Beirat“ tätig sein und einmal pro Jahr unter dem Vorsitz seines (städtischen) Koordinators Dr. Alexander von Papp tagen. Dr. von Papp wird auch die Ergebnisse aus den einzelnen Arbeitsgruppen bündeln. Generell gilt: Niemand soll von einer seriös-fundierten Mitarbeit am Würzburger Stadtmarketing ausgeschlossen werden. Allerdings will man strikt darauf bedacht sein, keine „Konkurrenz“ zu bereits bestehenden Entscheidungsgremien aufkeimen zu lassen – darauf

hatten OB Jürgen Weber und „Förderkreis“-Vorsitzender Günter Severin gleich zu Anfang ausdrücklich hingewiesen.

In den erwähnten sechs Arbeitskreisen soll mithin der Grundstock für den angestrebten bürgerschaftlichen Konsens gelegt werden, auf dem eine moderne Stadtentwicklung aufbauen könnte. Beispiel: Eine konstruktive Zusammenarbeit zwischen heimischer Wirtschaft und politischen Entscheidungsträgern. Sie beschreibt darum auch bewußt einen dieser acht Kernsätze für ein Würzburger Städteleitbild. Und eine solche Kooperation wäre in ihrer praktischen Verwirklichung bereits ein maßgeblicher Schritt zu einem neuen Stadtmarketing

Weil erfolgreiches kommunales Handeln eben nicht mehr „gruppenspezifisch“ wäre. Sondern „ganzheitlich“ an den Interessen der Gesamt-Stadt orientiert sein sollte.

Klaus M. Höyneck