

## Tätigkeitsbericht Stadtmarketing

Der Fachbereich Stadtmarketing ist seit dem 01.01.2020 Teil des Amtes für Liegenschaften und Wirtschaftsförderung (DS 2019/177), welches dem Dezernat für Wirtschaft und Bildung zugeordnet ist.

Ende 2020 hat der Gemeinderat die Neuauflage des Stadtmarketingkonzepts (DS 2020/269) beschlossen. Teil dieses Konzepts ist eine empirische Innenstadtstudie. Über die Beauftragung des Büros Stadt + Handel aus Dortmund wurde der Hauptausschuss informiert (DS 2021/137). Die finale Studie liegt dem Gremium vor (Anlage 1 zu DS 2022/249).

Nachstehend erfolgt eine stichwortartige Zusammenfassung über die Maßnahmen, die vom Stadtmarketing seit der Beschlussfassung des Stadtmarketingkonzepts umgesetzt worden sind.

### **1. Heimvorteil**

In einer gemeinsamen Kampagne haben Stadt Biberach, der örtliche Handel und Dienstleister auf den Stadteingangstafeln, Großflächenwerbungen, Printmedien und Social-Media-Kanälen unter anderem gemeinsam für die attraktive Innenstadt, kurze Wege beim Einkaufen, Sicherheit und 1. Std. kostenloses Parken in den städt. Tiefgaragen geworben.

### **2. Krippenausstellung**

2020 organisierte das Stadtmarketing gemeinsam mit dem Krippenverein Oberstadion e. V. eine Krippenausstellung in den Schaufenstern des Biberacher Einzelhandels. Die von den Vereinsmitgliedern selbstgebaute Krippen schmückten die Schaufenster der Biberacher Innenstadt. Gemeinsam mit der Biberacher Händlerschaft konnte so für eine vorweihnachtliche Stimmung gesorgt und die Vorfreude auf's Christkind in die Stadt gebracht werden.

### **3. AK Citymarketing**

Der AK Citymarketing wurde unter der Leitung von EBM Ralf Miller wieder ins Leben gerufen. Im regelmäßigen Turnus treffen sich Vertreter von Stadt, Werbegemeinschaft Biberach e. V., biberCard e. V., Gastronomie und Wochenmarkt, um sich insbesondere über aktuelle Themen und Veranstaltungsformate auszutauschen und zu beraten. 2021 und 2022 fanden insgesamt zehn Treffen statt.

### **4. Stadtoffensive: Maßnahmenpaket "Die STADTOFFENSIVE - lebendige Innenstadt"**

Mit der "Stadtoffensive" hat die Verwaltung 2021, flankiert mit Anträgen von CDU und FW Fraktionen, ein Maßnahmenpaket in Anlehnung an das Stadtmarketingkonzept konzipiert, das zum Ziel hatte, die Biberacher Innenstadt nach der Beendigung des Lockdowns zu stärken.

#### **➤ Sondergutschein 20 + 5**

Die 5.000 aufgelegten "Sondergutschein 20 + 5 €" wurden für jeweils 20 Euro verkauft und konnten bis Ende Oktober 2021 bei 50 vom Lockdown betroffenen Geschäften, Dienstleistern und in der Gastronomie im Wert von jeweils 25 Euro eingelöst werden. Die Gutscheinaktion war ein voller Erfolg! Von den Bürgerinnen und Bürgern, sowie den teilnehmenden Akzeptanzstellen kam eine großartige Resonanz. Die Gutscheine konnten bis einschließlich 31. Dezember 2022 zum Einkaufswert eingelöst werden.

➤ **vier Samstage kostenloses Parken in städt. Parkhäusern und kostenloses ÖPNV-Angebot**

Um die Besucherfrequenz zu steigern, wurden an den ersten vier Samstagen im Juli 2021 durch das kostenlose Parkangebot in den städtischen Parkhäusern und das kostenlose ÖPNV-Angebot im Biberacher Stadtlinienverkehr Anreize geschaffen.

➤ **Spaß am Samstag**

Mit der zweiten Reihe „Spaß am Samstag – Kultur an drei Orten“ organisierte das Kulturdezernat vom 19. Juni bis 18. September 2021 ein unterhaltsames und abwechslungsreiches Kulturprogramm in der Innenstadt. Jeweils im Stadtgarten, auf dem Viehmarktplatz/Spitalhof und auf dem Schadenhof traten jeden Samstag um 10, 11 und 12 Uhr drei, manchmal auch vier Künstler(gruppen) mit Programmen aus Musik, Tanz und Unterhaltung auf und besuchten den Besuchern ein unterhaltsames Angebot. Auch in 2022 wurde dieses erfolgreiche Format fortgeführt.

**5. Testfamilie(n)**

Im Auftrag der Stadtverwaltung haben parallel zur Onlinebefragung zwölf Familien die Biberacher Innenstadt unter die Lupe genommen. Insgesamt 34 Bewerbungen, von Menschen unterschiedlichsten Alters mit verschiedenen Lebenssituationen aus Biberach und aus dem Umland hatten sich beim Biberacher Stadtmarketing gemeldet. Eine interne Jury wählte zwölf Testfamilien aus, die vom 1. bis 30. April 2022 als Innenstadtbotschafter fungierten. Neben Stärken und Schwächen haben diese ihre unterschiedlichen Erfahrungen in rund 50 Berichten geschildert. SWR und Schwäbische Zeitung begleiteten jeweils eine Familie beim Einkauf und berichtet in der Landesschau bzw. der Schwäbischen Zeitung. Die Auswertung der Berichte fließt ebenfalls in die Innenstadtstudie ein.

**6. Infostelen Nebenlagen**

Das Baudezernat hat die vom Gemeinderat beschlossenen sieben Infostelen (DS 2020/202/1 und DS 2021/107) in Auftrag gegeben. Die weitere Abwicklung mit den betroffenen Händlern, Dienstleistern, Gastronomen und der Druckerei erfolgt seitens des Stadtmarketings. Geschäfte in Nebenlagen erhalten so die Möglichkeit, Ihre Firmenwerbung kostengünstig anzubringen, da diese lediglich die Druckkosten übernehmen müssen. Trotz sorgfältiger Standortauswahl unter Einbeziehung der Verkehrsschau wurden bereits drei Stelen an- bzw. umgefahren. Eine Stele wurde zwischenzeitlich versetzt, bzw. zwei weitere Stelen wurden mit einem sogenannten Rammschutz versehen. Nach wiederholtem Anschreiben haben zwischenzeitlich 59 Geschäfte ihre Werbung auf einer der Stelen anbringen lassen.

**7. Onlinekompetenz Einzelhandel - „Digital Handel(n) in Biberach“**

Die Stadt Biberach hat gemeinsam mit dem Digitalisierungszentrum Ulm | Alb-Donau | Biberach und der IHK Ulm eine in sechs Modulen aufgebaute Veranstaltungsreihe für Biberacher Gewerbetreibende konzipiert. Hierzu fand am 10. Oktober 2022 eine Auftaktveranstaltung mit Dr. Georg Wittmann, Geschäftsführer der ibi research an der Uni Regensburg GmbH in der Gigelberghalle statt und wurde am 9. November 2022 in der vhs mit dem ersten Praxisteil „Die Möglichkeiten von Social Media nutzen“ fortgeführt. In 2023 wird den Biberacher Händlern, Dienstleistern und Gastronomen in vier weiteren Bausteinen die Möglichkeiten aufgezeigt, wie diese ihre digitale Sichtbarkeit verbessern und eine eigene Digitalisierungsstrategie entwickeln können:

- Digitale Sichtbarkeit erhöhen: Website, Plattformen und Online-Shops
- Kundenbindung im digitalen Zeitalter
- Prozessdigitalisierung in Gastronomie & Handel
- Zukunftstrends: die Kunden von morgen

Ziel soll sein, die Kunden und Besucher noch besser online zu erreichen, mit ihnen zu kommunizieren und sie für den Einkauf, die Nutzung von lokalen Dienstleistungen und zum Aufenthalt in Biberach zu interessieren und zu begeistern.

#### **8. Biberacher Erlebnis-Tour**

Unter dem Motto „Neues und Traditionelles entdecken und genießen“ haben die Verantwortlichen des Biberacher Stadtmarketings am 12. Oktober 2022 zur ersten Biberacher Erlebnis-Tour durch die Innenstadt eingeladen. 75 Interessierte hatten die Möglichkeit, nach Ladenschluss hinter die Kulissen von fünf traditionellen Geschäften zu blicken und Informationen aus erster Hand zu bekommen. Bei der ersten Erlebnis-Tour wurden folgende Geschäfte besucht: Käse-Ecke, Kaffee-Bühne, Atempause, Modecrybird und das Reisebüro Maichle. Während der zweieinhalbstündigen Tour besuchten die Teilnehmenden, aufgeteilt in fünf Gruppen, jedes der fünf Geschäfte. Der Abend wurde im Rathaus mit einem Buffet beendet, bei dem die Teilnehmenden ins Gespräch kommen konnten. Aufgrund des großen Erfolges soll das neue Format künftig zwei Mal jährlich im Frühjahr und im Herbst durchgeführt werden.

#### **9. Leerstandsmanagement**

Das Leerstandsmanagement der Stadt Biberach unterstützt die Wiedervermietung von Gewerbeimmobilien. Eigentümer können Leerstände beim Stadtmarketing melden. Offensichtliche Leerstände in Erdgeschosslage werden in regelmäßigen Abständen festgehalten. Im Falle einer Anfrage wird ein Kontakt zwischen Interessent und Eigentümer hergestellt. Auch für Zwischennutzungen, wie die Ausstellung des Museum Biberach in der Hindenburgstraße 16, stellt das Stadtmarketing Kontakte her. Bislang werden die Leerstände in einer Excel-Liste und im Geoinformationssystem (GIS) festgehalten. Da nur von wenigen Eigentümern eine Unterschrift vorliegt, werden diese Daten bislang nicht veröffentlicht.

#### **10. Frequenzmessung**

Gemeinsam mit dem AK Citymarketing wurden in der Innenstadt fünf Standorte für Frequenzmessgeräte festgelegt. Eine Umsetzung wird im Jahr 2023 erfolgen.