

Biberach, 22.06.2011

Informationsvorlage

**Drucksache
Nr. 105/2011**

Beratungsfolge		
Gremium	öffentlich	Sitzungsdatum
Hauptausschuss	Nein	30.06.2011
Gemeinderat	ja	14.07.2011

Bericht über den aktuellen Stand im Stadtmarketingprozess "Neue Lust auf Innenstadt"

I. Information

I Chronologischer Ablauf

Am 9. Februar 2010 berichtet die Werbegemeinschaft in ihrer Mitgliederversammlung, dass unter dem Motto "... frischer Wind für Biberach" eine neue Stadtmarketing-Aktion angestoßen werden soll.

Am 9. März 2010 wird in der Kundenhalle der Kreissparkasse unter dem gemeinsam gefundenen Motto "Neue Lust auf Innenstadt" von der Werbegemeinschaft Biberach e. V. in Kooperation mit der Stadt der "Innenstadt-Experte", Christian Klotz aus Bad Reichenhall, für einen *ersten Workshop* und eine Vortragsveranstaltung verpflichtet. Daraus sollen neue Impulse für das Stadtmarketing in Biberach abgeleitet werden. Die Idee wird von der Stadt unterstützt.

Auf Initiative von Oberbürgermeister Fettback hin, wird mit dem Vorstand der Werbegemeinschaft Biberach und der Stabsstelle Tourismus & Stadtmarketing ein Treffen zur Reflektion und ggf. Umsetzung von geeigneten Maßnahmen terminiert. Bei diesem Treffen wird eine Matrix als Arbeitsgrundlage entwickelt.

Workshop II – Einladung durch OB Fettback am 18. 5. 2010 im TG-Vereinsheim - Erzählcafé

Am 18. 5. lädt Oberbürgermeister Fettback zu einem zweiten Workshop in Form eines von ihm selbst moderierten Erzählcafés ein. Ziel ist eine Nachbetrachtung der Aktion und die Fortentwicklung der aufgegriffenen Punkte bis hin zu konkreten Ergebnissen.

Es werden vier Handlungsfelder aufgegriffen, welche in konkrete Maßnahmen münden sollen:

...

1. Erreichbarkeit
 - a. Beschilderung
 - b. Information/Werbung
 - c. Hinweis auf aktuelle Veranstaltungen
 - d. Imagewerbung Gesamtstadt
 - e. Parken
 - f. Ampeln
 - g. Straßensperren Baumaßnahmen
2. Tourismus / Besucher / Gastronomie
 - a. Deutliches Bekenntnis der Stadt zu Besuchern und Gästen, Schülern, Studenten, Berufseinspendlern, Firmenkunden
 - b. Zentrale Gästeinformation
 - c. Weiterhin aktuelles Informationsmaterial
 - d. Internet
3. Stadtmarketing
 - a. Entwicklung eines gemeinsamen Marketingkonzeptes aller Innenstadtakteure
 - b. Einkaufsstandort Innenstadt bewerben
 - c. Beleuchtung und Dekoration verbessern
 - d. Branchenschutz Innenstadt
 - e. Nahversorgung erhalten
 - f. Tagesbesucher zu Kunden machen
4. Vitale Innenstadt
 - a. Veranstaltungen
 - b. Serviceangebot
 - c. Aufenthaltsqualität und Optik
 - d. Optimierung der Attraktivität der Plätze

Zur Vorbereitung des Workshop III trifft sich

am 13. 9. 2010 eine verwaltungsinterne Gruppe

am 15. 9. 2010 eine verwaltungsinterne Gruppe mit der Werbegemeinschaft Biberach e. V.

Workshop III am 29. 9. 2010 , 10.00 Uhr, im Ratssaal – Einladung und Moderation OB Fettback

Laut OB Fettback können von der Stadt keine dauerhaften Budgets zur Verfügung gestellt werden, weil nicht klar ist, wo und in welcher Höhe Folgekosten entstehen werden.

5.000 € sollen in einen "Stadtmarketing-Topf" für erste Maßnahmen aus den Projektgruppen zur Verfügung gestellt werden. Es soll geprüft werden, welche Maßnahmen mit den laufenden Mitteln der Ämter finanziert werden können.

Es werden folgende Arbeits- und Projektgruppen installiert:

Thema 1 - Erreichbarkeit (Gute Erreichbarkeit der Innenstadt herstellen, erhalten und vermarkten)

Thema 2 - Tourismus (Zentrale Gästeinformation)

Thema 3 – " Marke" Biberach (Profil schärfen und selbstbewusst kommunizieren)

Thema 4 – Vitale Innenstadt (Vitalität und Wohlfühlen unter Berücksichtigung von Sicherheit in der Innenstadt)

Thema 5 – Dauerhafte Sympathie-Werbung im öffentlichen Raum

Thema 6 – Sonderthema: Fusion Werbegemeinschaft/BiberCard e. V. mit Rückmeldung an OB
Fettback

II Die Zwischenergebnisse dieser sechs Themenbereiche:

Thema 1 Erreichbarkeit

Federführung: Baudezernat, Baubürgermeister Christian Kuhlmann

Teilnehmer: Stadtwerke Biberach (Thorsten Wölfle), Werbegemeinschaft Biberach (Friedrich Kolesch, Flavia Gutermann), Ordnungsamt (Brigitte Länge), Tourismus & Stadtmarketing (Inge Voss)

Ziele: Verbesserung der Erreichbarkeit und Hinweise auf die Innenstadt

Ergebnisse/Zwischenergebnisse/Zeitplan: - **(siehe Anlage 1)**

Die *1. Stunde kostenloses Parken* in den städtischen Parkhäusern und Tiefgaragen ist ein Alleinstellungsmerkmal und soll entsprechend beworben werden. An den sogenannten POIs (Points of Interest – dort wo viele Besucher landen) wie z. B. Jordanbad, Fachmarktzentrum, Wohnmobilstellplatz, soll Imagewerbung für die Angebote der Innenstadt gemacht werden. Diese Maßnahmen werden unter Thema 5 - "Dauerhafte Sympathie-Werbung im Öffentlichen Raum" bearbeitet. Für die Zeit der Renovierungsmaßnahmen der Tiefgarage Museum werden Ersatzmaßnahmen entwickelt und kommuniziert (u. a. per Flyer). Beschilderungen werden zunehmend durch Navigationssysteme und Apps ergänzt. Parkhäuser und POIs sollen dort vermehrt platziert werden. Unsere Serviceangebote für die Aufenthaltsqualität in der Innenstadt (1. Stunde kostenloses Parken, barrierefrei, Leihschirmervice, Nette Toilette) sollen neben den städtischen Printmedien in allen Anzeigenkollektiven des Einzelhandels mit beworben werden.

Thema 2 – Zentrale Gästeinformation

Verwaltungsinterne Arbeitsgruppe "Gästeinformation im Rathausfoyer"

Federführung: Hauptamt – Organisation und EDV

Teilnehmer: Hauptamt, Kulturamt – Kartenservice, Tourismus und Stadtmarketing, Museum

Ziel: Unterbringung des Tourismusbüros und/oder Kartenservice im Rathausfoyer

Ergebnisse/Zwischenergebnisse: Betrachtung des IST-Standes der Dienststellen vor Ort, Feststellen der räumlichen und technischen Anforderungen, Abstimmung mit bereits Bestehendem

Zeitplan: Fertigstellen eines Konzepts vor Schützen, Umsetzung in 2012

Das Hauptamt prüft, ob sich im Rathausfoyer eine zentrale Gästeinformation und/oder der Kartenservice installieren lässt. Als Gästeinformation gibt es den sogenannten i-Punkt im Museum für die Ausgabe von Printmedien im touristischen Bereich sowie für Kurzauskünfte an Gäste. Bu-

chungen von Stadtführungen, Anfragen zu Übernachtungsmöglichkeiten, schriftliche und telefonische Auskünfte erteilt das Büro für Tourismus & Stadtmarketing in der Theaterstraße.

Thema 3 – Stadtmarketing – "Marke" Biberach – Profil schärfen und selbstbewusst kommunizieren

Federführung: Oberbürgermeister Fettback

Termin: Beginn 2011

Ziel: Biberach hat ein Imageproblem in der Außenwahrnehmung (siehe PROGNOSE-Studie); die Stadt steht als Standort im Wettbewerb um Fach- und Führungskräfte mit anderen Regionen. Biberach wird von außen eher als Provinz wahrgenommen. Unternehmen und Einrichtungen haben bereits heute Probleme, qualifizierte Fach- und Führungskräfte, wie Wissenschaftler, Lehrer, Ärzte, Fachkräfte, Techniker und auch Studenten für unsere Stadt zu begeistern. Ein positives Stadtimage unter einer starken Dachmarke soll die Zuzugsbereitschaft erhöhen. **(siehe Anlage 3)**

Die Arbeitsgruppe ist bislang noch nicht installiert. Aufgrund fehlender Personalkapazitäten im Amt des Oberbürgermeisters konnte Oberbürgermeister Fettback diese Projektgruppe nicht wie geplant leiten und moderieren. Die Entwicklung einer Dachmarke und eines neuen "Biberach-Images" wird nach wie vor mit hoher Priorität eingestuft. Derzeit werden die Modalitäten besprochen, wie ein entsprechender Prozess dennoch ergebnisorientiert ablaufen kann.

Thema 4 – Vitale Innenstadt – Vitalität und Wohlfühlen unter Berücksichtigung von Sicherheit in der Innenstadt"

Federführung: IHK Ulm, Josef Röhl

Teilnehmer: Oberbürgermeister Fettback, Vorstand Werbegemeinschaft und BiberCard e. V., Leitung Stadtplanung, Ordnungsamt, Stadtmarketing und Jugend Aktiv, Polizei

Zwischenergebnisse: **(siehe Anlage 2** – Zusammenfassung von Herrn Röhl, IHK Ulm)

Folgende Bereiche werden bearbeitet:

- Plätze (Belebung, Qualität, Gestaltung, Außengastronomie, Möblierung)
- Beleuchtung (Straßenbeleuchtung, Objektbeleuchtung, Schaufensterbeleuchtung)
- Veranstaltungen (Erhöhung der Frequenz in der Innenstadt)
- Sicherheit (Rettungsinsel Einzelhandel, Alkohol- und Kriminalprävention, Beleuchtung)
- Märkte (Wochenmarkt, Jahrmärkte)

Thema 5 – Stadtmarketing "Dauerhafte Sympathie-Werbung im öffentlichen Raum"

Federführung: Stabsstelle Tourismus & Stadtmarketing

Teilnehmer: Werbegemeinschaft Biberach (Henrike Kristkeitz), Stadtwerke Biberach (Carlo Urbano, Hr. Schilling), Schwäbischer Verlag (Dr. Tobias Krohn), Ordnungsamt (Brigitte Länge), Tourismus und Stadtmarketing (Janine Krawehl, Inge Voss)

Ziel: Biberacher und Besucher sollen animiert werden, die Angebote der "eigenen" Stadt zu nutzen: Imagewerbung für die Innenstadt und deren Aktionen an den Einfahrtstraßen und den POIs. In einer zweiten Stufe sollen weitere Medien für die Bewerbung erschlossen werden (Radio, TV, Internet usw.)

Ergebnis/Zwischenergebnis:

Werbeinhalte – erste Entwürfe liegen vor: Es soll mit vier Leitthemen passend zum Biberacher CI gearbeitet werden (Kultur, Freizeit, Einkaufen, Gastronomie).

Derzeit ist man mit der Standortbestimmung befasst: Von der Projektgruppe sind Platzierungen an den Einfahrtsstraßen sowie am Fachmarktzentrum, Jordanbad, Wohnmobilstellplatz und in den Parkhäusern und Tiefgaragen gewünscht. Eine vom Ordnungsamt unter Beteiligung von Polizei, Tiefbauamt, Stadtplanungsamt, Baubetriebsamt anberaumte Verkehrsschau am 11. Mai empfiehlt folgende weitere Vorgehensweise:

- Klärung mit dem Bauverwaltungsamt und dem Stadtplanungsamt im Rahmen einer Bauantragskonferenz an welchen Standorten eine Werbung im Innenbereich aufgrund vorliegender Bebauungspläne grundsätzlich möglich ist
- Erarbeitung eines Grobentwurfs für die Imagewerbung gemeinsam mit der Projektgruppe
- Neue Standorte an klassifizierten Straßen sind mit dem Regierungspräsidium und Landratsamt abzustimmen.
- Einleitung des Genehmigungsverfahrens

Die Möglichkeit der Werbung in den städtische Tiefgaragen und Parkhäusern sowie im Jordanbad wird derzeit geprüft. Grundsätzlich sollte abgeklärt werden, ob die derzeitigen Werbestandorte (Stadteingangstafeln) in das neue Werbekonzept mit einbezogen werden können. Hierfür ist ein Gesamtkonzept anzustreben.

Thema 6 - Sonderthema: Fusion Werbegemeinschaft / BiberCard e. V.

Federführung: Friedrich Kolesch

Teilnehmer: Vorstandschaft Werbegemeinschaft und BiberCard e. V.

Die Vorstände der Werbegemeinschaft und BiberCard e. V. haben sich zwei Mal zu konstruktiven Gesprächen getroffen. Weitere Treffen sind geplant. Sobald konkrete Ergebnisse vorliegen, werden diese kommuniziert werden.

III Weiteres Procedere

Nach Abschluss der Arbeitsgruppensitzungen wird dem Gemeinderat eine Gesamtübersicht möglicher Maßnahmen vorgelegt, die vom Gemeinderat priorisiert und dotiert werden müssten, sofern sie nicht aus den laufenden Haushaltsmitteln finanziert werden können.

gez. Voss

Anlagen