

## Informationsvorlage

## Drucksache Nr. 71/2012

Beratungsfolge		
Gremium	öffentlich	Sitzungsdatum
Gemeinderat	Ja	21.05.2012

### Weiterentwicklung und Umsetzung im Stadtmarketingprozess "Neue Lust auf Innenstadt"

#### I. Information

Auf die Info-Vorlage Drucksache 105/2011 wird verwiesen.

Seit der Beratung am 14. Juli 2011 im Gemeinderat wurden nachfolgende Bereiche in den Projektgruppen und innerhalb der Verwaltung weiter bearbeitet.

#### 1. Erreichbarkeit

Federführung dieser Projektgruppe: BM Kuhlmann. Die Maßnahmen wurden und werden gemäß beiliegender Matrix (Anlage 1 zur Drucksache 105/2011 aktualisiert) abgearbeitet.

Biberach App: Eine Infovorlage zum bisherigen Sachstand "Biberach App" ist für den Hauptausschuss am 07.05. 2012 vorgesehen. Eine Projektgruppe unter Teilnahme der Werbegemeinschaft, der BiberCard und der Verwaltung (Stabstelle Stadtmarketing, Stadtplanungsamt, Kulturamt) hat sich unter Federführung des Internetbeauftragten gegründet.

#### 2. Tourismus (Zentrale Gästeinformation)

Vom federführenden Hauptamt wurde über mehrere Monate eine Organisationsuntersuchung durchgeführt, inwieweit das Rathausfoyer zu einer zentralen Gästeinformationsstelle umgestaltet werden kann, die zugleich die Tourist-Information und den Kartenservice umfassen soll.

Es wurden mögliche Varianten herausgearbeitet, die mit den betroffenen Dienststellen (Rathaus, Kulturdezernat, Tourismus & Stadtmarketing, Kulturamt, Museum, Gebäudemanagement) ver-

tieft behandelt worden sind. Eine Abstimmung mit der Verwaltungsspitze steht noch aus. Berührt sind Fragen der Unterbringung, der Organisation und des Personalbedarfs.

### **3. Markenbildung**

Wie in Drucksache 105/2011 bereits ausgeführt, konnte Oberbürgermeister Fettback aufgrund fehlender Personalkapazitäten die Leitung dieser Arbeitsgruppe nicht übernehmen. Da OB Fettback der Entwicklung einer Dachmarke für Biberach nach wie vor hohe Priorität beimisst, hat er die Federführung für den Aufbau und die Leitung dieser Projektgruppe im März 2012 an BM Kuhlmann und Kulturdezernent Dr. Riedlbauer delegiert. Die Projektgruppe trifft sich erstmals am 14. Mai zu einer konstituierenden Sitzung, um Inhalt und Zielvorgabe für den weiteren Prozess zu fokussieren. Von vier Beratungsunternehmen liegen Angebote zur Begleitung und Moderation eines Markenbildungsprozesses vor. Auf dieser Basis wird das Briefing verifiziert und eine Vorlage an den Gemeinderat formuliert werden. Der eigentliche Prozess könnte nach Freigabe durch den Gemeinderat im Jahr 2013 unter Betreuung durch die Projektgruppe anlaufen. Sofern der Gemeinderat den Markenbildungsprozess noch in diesem Jahr für erforderlich hält, müssten überplanmäßige Mittel für den laufenden Haushalt in Höhe von bis zu 25.000 für die 1. Rate des teuersten Anbieters zur Verfügung gestellt werden.

### **4. Vitale Innenstadt**

Federführung Josef Roell, IHK Ulm. Folgende Themen sind seit der Vorlage Drucksache 105/2011 behandelt worden:

#### Plätze:

Allgemein besteht der Wunsch nach mehr Sitzgelegenheiten (Seniorenrat) und mehr Spielmöglichkeiten in der Innenstadt. Anregungen bezüglich Gestaltung, Begrünung, Möblierung, Spielmöglichkeiten, Fahrradstellplätze werden seitens des Stadtplanungsamtes jeweils bei der Neugestaltung öffentlicher Räume behandelt.

- Schadenhof – Bürgerturmstraße – Radgasse: Das Stadtplanungsamt ist mit der Konzeptentwicklung befasst und wird dieses im Gemeinderat vorstellen.
- Kirchplatz – OB Fettback hat die Bauhütte um Bewirtung auf dem Kirchplatz in den Sommermonaten gebeten und eine positive Rückmeldung erhalten. Die Organisatorischen Möglichkeiten werden geprüft.
- Marktplatz –Begrünung ist nur mit Pflanzkübel möglich (Status Quo)
- Mehr Außengastronomie ist wünschenswert, was sich jedoch dem Einfluss der Verwaltung entzieht.

### Beleuchtung:

Das Stadtplanungsamt hat das Beleuchtungskonzept von 1998 für die Innenstadt vorgestellt. Das Beleuchtungskonzept wird kontinuierlich fortgeschrieben.

- Die Projektgruppe erstellte bei einem Rundgang ein Beleuchtungsprotokoll mit Empfehlungen (siehe Anlage 2). Insbesondere der Kirchplatz und der Stadtgarten wurden aus Sicherheitsgründen als zu dunkel empfunden. Das Stadtplanungsamt wird zunächst die Beleuchtungssituation in der Bürgerturmstraße prüfen. Grundsätzlich werden bestehende Leuchten sukzessive bei Ersatzbeschaffungen durch Spiegelleuchten ersetzt sodass die Beleuchtungssituation allein durch die neue Technik verbessert werden wird.

Bezüglich der Schaufensterbeleuchtung motivieren Werbegemeinschaft und BiberCard deren Mitglieder, aber auch Filialisten in der Innenstadt, zu längeren Beleuchtungszeiten der Schaufenster. Im Herbst soll vom Einzelhandel ein Schaufensterwettbewerb für längere Beleuchtung durchgeführt werden.

### Sicherheit:

Beschlussvorlagen wurden dem Gemeinderat am 21. 11. 2011 und 15.12.2011 vorgelegt (Drs. 173/2011 und 173/2011-1). Das Drei-Säulen-Modell "Sichere Stadt" mit mobiler Jugendarbeit/Streetworker, Präsenzdienst und kommunalem Ordnungsdienst wurde vom Gemeinderat genehmigt und befindet sich in der Umsetzung. Darüber hinaus wurden Vertreter des Lebensmitteleinzelhandels und Tankstellenbetreiber zu einem Runden Tisch unter Leitung von OB Fettback eingeladen. Ziel des Gesprächs war es, gemeinsam Ideen zu entwickeln, um den Alkoholkonsum in der Öffentlichkeit einzudämmen. Dabei wurde auch über einen freiwilligen Verzicht vom Verkauf von branntweinhaltigem Alkohol nach 20:00 Uhr diskutiert. In einem weiteren Schritt soll die Bereitschaft hierzu beim Lebensmitteleinzelhandel und den Tankstellen abgefragt werden.

### Märkte:

Jahrmärkte: Die Jahrmarktsatzung wurde einer juristischen Prüfung unterzogen. Jahrmärkte müssen durchgeführt werden; eine Verlegung (Ort, Zeit) ist ggf. möglich. Die Abgabe einer Werbeumlage der Marktbesucher ist nach der Gebührenordnung in Baden-Württemberg nicht möglich. Ein besserer Branchenmix und ggf. neue Anordnung der Stände sowie strukturiertere Restplatzvergabe wird gewünscht. Die Umfrage aus dem Jahr 2007 ergab, dass Begleit- und Unterhaltungsprogramme vermisst werden und das Sortiment nicht zeitgemäß sei. Empfehlung der Projektgruppe: Zur Einsparung einer Wochenmarktverlegung soll der Pfingstmarkt auf Donnerstag verschoben werden. Dies macht eine Satzungsänderung erforderlich. OB Fettback hatte das Liegenschaftsamt gebeten, dem Gemeinderat eine entsprechende Vorlage vorzulegen. Eine weitere Projektgruppe soll installiert werden, die sich um Marketingmaßnahmen rund um das Marktgeschehen kümmern soll.

Wochenmärkte: Der Biberacher Wochenmarkt ist der größte Frischemarkt in der Region und wird allgemein positiv bewertet. Vertreter der Werbegemeinschaft haben angeregt, dass der Wochenmarkt nach Vorbild Ravensburg und Ulm mehr "Lifestyle-Produkte" anbietet. Ein weiterer Wunsch ist die Entfernung der LKWs aus dem Markt. Auch hier ist geplant, dass sich eine verwaltungsinterne Projektgruppe mit der Entwicklung des Wochenmarktes befasst. Ideen und Anregungen werden von einem Seminar der IHK zum Thema "Märkte" erwartet, das am 14. Mai in der Biberacher Stadthalle stattfinden wird.

#### Belebung durch Veranstaltungen:

Es wird mit über hundert Veranstaltungen im öffentlichen Raum bereits eine breite Palette von Veranstaltungen in der Innenstadt durchgeführt  
Möglichkeit und Nutzen von kleineren musikalischen Darbietungen ("Music Corner") während der Öffnungszeiten des Einzelhandels werden derzeit von einer Arbeitsgruppe geprüft.

### **5. "Dauerhafte Sympathiewerbung im öffentlichen Raum"**

Die Projektgruppe wird von der Stabstelle Tourismus & Stadtmarketing geleitet. Den nachfolgenden Ergebnissen ging eine aufwendige Standortsuche bzw. die Suche nach technisch sinnvollen Lösungen voraus. Folgende Umsetzung ist in Arbeit:

#### Ortseingänge – 11 Stadteingangstafeln mit 13 Ansichtsflächen

Maximal zwei Imagemotive werden unter Beratung der Projektgruppe von der beauftragten Werbeagentur entwickelt und der Verwaltung präsentiert.

Die Wunschstandorte der Projektgruppe an den Ortseingängen wurden zunächst im Rahmen einer Verkehrsschau geprüft und waren aus verkehrsrechtlichen, baurechtlichen oder naturschutzrechtlichen Gründen nicht umsetzbar. Um das Problem neuer Standorte zu umgehen, wurden von der Verwaltung technische Lösungen geprüft und Angebote eingeholt über elektronische Werbung wie CityLights, CityBoards, LED-Techniken. Schwierige Stromzufuhr, mangelnde Tageslichttauglichkeit, wenig ausgereifte Technik sowie das Preis/Leistungsverhältnis ließen derzeit derartige Werbeanlagen nicht sinnvoll erscheinen.

Als Lösung der komplexen Standortfrage hat das Kulturdezernat angeboten, die derzeitigen Belegungszeiträume auf den vom Kulturamt bewirtschafteten Stadteingangstafeln so zu reduzieren, dass dazwischen jeweils Stadtimagewerbung platziert werden kann.

#### Werbung an hochfrequentierten Standorten (POI – Points of Interest) – 2 Werbetafeln

Jordanbad: Der von der St. Elisabeth-Stiftung letztendlich genehmigte Standort befindet sich auf der Gemarkung Ummendorf. Das Antragsverfahren an die Genehmigungsbehörde wird im Quartal II/2012 gestellt.

Fachmarktzentrum: Hier ist lt. Baudezernat ein anhängiges Gerichtsverfahren abzuwarten. Die Verwaltung unterstützt beide Standorte.

#### Standorte von Wahlplakaten – 4 Plakate

Hier besteht die Möglichkeit für die Plakatierung von kurzfristigen Aktionen –(Sondernutzung)

#### Werbung in den Tiefgaragen und Parkhäusern

Hier wurden von den Stadtwerken attraktive Werbeflächen angeboten. Die Projektgruppe wird Vorschläge zur Umsetzung machen.

Eine Imagewerbung mit Innenstadtansichten wird in der renovierten Tiefgarage Museum umgesetzt werden.

#### Touristische Hinweisschilder an der B 30

Es läuft derzeit beim Regierungspräsidium ein Antrag auf Erteilung des Einvernehmens, um auf der B 30 zwei größere touristische Hinweisschilder "Historische Altstadt Biberach" aufstellen zu können. Auch der Standort des Schilds auf der B 30 aus Richtung Ravensburg kommend soll vor das Jordaneil verlegt werden.

Insgesamt sind für die Maßnahmen "Ortseingänge" und "Werbung an den POIs" Mittel in Höhe von 34.000 € im laufenden Haushalt eingestellt.

### **6. Sonderthema Kooperation Werbegemeinschaft und BiberCard e. V.**

Die Federführung der Projektgruppe hat Stadtrat Friedrich Kolesch. Die Vorstände der Werbegemeinschaft und BiberCard e. V. haben während mehrerer Sitzungen vereinsinterne Kooperationsmöglichkeiten besprochen. Konkrete Ergebnisse werden von den beiden Vereinen zu gegebener Zeit direkt kommuniziert werden.

## **II. Zusammenfassung und weiteres Vorgehen**

### Position:

Der Stadtmarketing-Prozess in Biberach wurde vor zwölf Jahren begonnen. Zahlreiche erfolgreiche Maßnahmen wurden seither in Angriff genommen und umgesetzt wie z. B.

- Maßnahmen der Erreichbarkeit (Markt-Shuttle, Hin- und WegBus, Info-Stelen, Taschenstadtplan)
- Maßnahmen der Aufenthaltsqualität in der Innenstadt (Nette Toilette, Leihschirmaktion, barrierefreies Stadterlebnis)

- Maßnahmen der Kundenbindung mit der Biberacher Bonuskarte (mit 13.000 Karten und 80 beteiligten Betrieben vermutlich Spitzenreiter in Deutschland)
- Internetplattform für Gewerbeimmobilien
- Wegbereitung eines einheitlichen werblichen Auftritts der Stadt durch die Entwicklung eines Gestaltungshandbuchs (Design Manual) für ein durchgängiges Corporate Design
- Entwicklung der Imagebroschüre und diversen Informationsmaterials
- Belebung der Innenstadt durch viele kleiner Veranstaltungen und einige Großevents
- Idee, Entwicklung und Dotierung des großen Filmpreises der Stadt Biberach, des Goldenen Bibers nebst Rahmenprogramm zu den Filmfestspielen als "Leuchtturm"-Veranstaltung

Einige Maßnahmen, die schon vor zehn Jahren auf der Agenda des Stadtmarketing waren, konnten aus verschiedenen Gründen nicht umgesetzt werden. Jetzt, im Rahmen des Projektes "Neue Lust auf Innenstadt", sind genau diese Wünsche an eine Belebung der Innenstadt wieder aufkommen.

Seit die Stabstelle im Jahr 2004 den Aufgabenbereich "Tourismus" mit übernommen hat, stehen bis heute für Stadtmarketing 30 % einer Vollzeitstelle für die Erledigung der Maßnahmen zur Verfügung. Stadtmarketingprojekte können daher nur im Rahmen dieser personellen Möglichkeit umgesetzt werden.

Die Prioritätenliste der Verwaltung für die von den Projektgruppen angeregten Maßnahmen sieht folgende Reihenfolge vor:

Priorität 1 - "Marke" Biberach – Profil schärfen und selbstbewusst kommunizieren

Die Verwaltung misst dem Thema 3 – "Bildung einer Dachmarke Biberach" erste Priorität zu, um eine unverwechselbare Positionierung Biberachs herauszuarbeiten und über klassisches "Citymarketing" hinausgehend, qualifiziertes Standortmarketing zu betreiben. Die Marke Biberach soll das Image und die vorhandenen Qualitäten unserer Stadt positiv und selbstbewusst transportieren und kommunizieren.

Priorität 2 –Der Wunsch nach einer zentralen Gästeinformation

Gäste, Besucher und Bürger sollen eine zentrale Anlauf- und Informationsstelle mit ausreichenden Öffnungszeiten vorfinden. Eine Stadt der Größenordnung und wirtschaftlichen Bedeutung wie Biberach sollte ihren Gästen diesen Service bieten.

Priorität 3 – Vitale Innenstadt

Der Wunsch nach Begrünung, Möblierung, Belebung, Beleuchtung von Straßen und Plätzen wurde auch von der Bevölkerung in der Vergangenheit immer wieder genannt und war in den Projektgruppen wiederkehrendes Thema; es wird seitens des Stadtplanungsamtes grundsätzlich bei jeder Neugestaltung öffentlicher Räume berücksichtigt.

Das Ziel, die Innenstadt im Idealfall ähnlich wie ein "Shopping-Center" zu entwickeln und zu vermarkten wird von der Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland (bcsd) seit Jahren empfohlen. Dazu gehören u. a. die Faktoren Sicherheit, Öffnungszeiten, Beleuchtung, Branchenmix, Unterhaltung, Aufenthaltsqualität usw. . Das Ziel einer gemeinsamen Vermarktung und gemeinsamer Qualitätsansprüche wird als Erfolgsfaktor jeden Innenstadtmarketings genannt. Vorschlag der Verwaltung: Durch eine Zertifizierung der Einzelhandelsbetriebe ähnlich wie in Nagold wird der Einzelhandel auf freiwilliger Basis motiviert, einen einheitlichen Qualitätsstandard in der Innenstadt zu erreichen.

Umsetzung und Prüfung der Machbarkeit der umfangreichen, in den Projektgruppen empfohlenen Maßnahmen, wird in der nachfolgenden Übersichtstabelle aufgelistet (Anlage 3). Nutzen und Machbarkeit dieser Projekte sollen in ein von der Verwaltung zu entwickelndes Konzept fließen. Die Umsetzung ist abhängig von den personellen Möglichkeiten der Stabstelle Tourismus & Stadtmarketing und der beteiligten Ämter.

In dem Zusammenhang "Vitale Innenstadt" befasst sich die Verwaltung außerhalb der Projektgruppen der Aktion "Neue Lust auf Innenstadt" u. a. mit der mitunter bedenklichen Nachnutzung von leer stehenden Geschäftsläden durch Dienstleister mit wenig Frequenzaufkommen sowie der Entwicklung und dem Potential von Nebenlagen unter dem Aspekt Branchenmix, Besatz, Frequenz und Strahlkraft. Stadtmarketing hat hierzu in einem ersten Schritt eine Bestandserhebung erarbeitet, die gemeinsam mit der IHK, der Werbegemeinschaft und dem BiberCard e. V. bewertet und dem Gemeinderat zur Information vorgelegt wird.

Die Verwaltung wird dem Gemeinderat zu folgenden Themen Vorlagen vorlegen:

Thema	Vorlage	Termin	Vorlage durch
Sichere Stadt	Nr. 173/2011 beschlossen und in der Umsetzung begriffen	21.11.2011	Ordnungsamt
Biberach App	Infovorlage	HA 7.5.2012	Internetbeauftragter
Zentrale Gästeinformation	Beschlussvorlage	zurückgezogen	Hauptamt
Markenbildung Biberach	Beschlussvorlage		Dezernate III/IV
Gestaltung Schaden- hof/Bürgerturmstr.	Konzept wird im GR vorgestellt	Juli 2012	Stadtplanungsamt
Einzelhandelsbesatz Innenstadt	Infovorlage		Stabstelle Stadtmarketing

Voss

Anlagen

Anlage 1 - AK Erreichbarkeit Projektliste Zwischenergebnis

Anlage 2 - Schaufensterbeleuchtung Protokoll

Anlage 3 - Übersicht über Maßnahmen und Projektgruppe

Anlage 4 – Stellungnahme des Liegenschaftsamtes