

Professionalisierung Stadtmarketing Bad Vilbel

29.8.2023

Gliederung

- ▶ Bisherige Tätigkeiten des Stadtmarketing Vereins
- ▶ Das 5 Säulenmodell des Stadtmarketing
- ▶ Tourismusmarketing
- ▶ Eventmarketing
- ▶ Citymanagement
- ▶ Rechtsformenwahl
- ▶ Personalausstattung

Struktur des Stadtmarketing Vereins heute

- ▶ Gegründet 2001
- ▶ 70 Mitglieder, ein breites Spektrum aus der Bad Vilbeler Wirtschaft
- ▶ Ein Vorstand aus 12 Personen, alle ehrenamtlich tätig
 - ▶ darunter ein dreiköpfiger geschäftsführender Vorstand (Liebermeister Vorsitzender, Kunzmann und Werner Stellvertreter), ebenfalls ehrenamtlich tätig
- ▶ Eine halbe Stelle für Projektarbeit und Administration hauptamtlich

Bisherige Tätigkeiten des Stadtmarketing Vereins 1

Federführend tätig

- ▶ **Standortmarketing**
- ▶ Quellenkönigin
- ▶ Das V Zeichen und das Logo für Bad Vilbel
- ▶ **Tourismusmarketing**
- ▶ **Eventmarketing**
- ▶ Quellenfest zusammen mit dem Kulturamt und Hassia
- ▶ Graffiti Prävention und Events

mitwirkend tätig

- Ansiedlung kleinerer Firmen
- Bestandspflege: Sicherung bestehender Betriebsstätten, Ladenlokale
- Mitwirkung beim Tourismuskonzept
- Quellensommer
- Straßenfest

Bisherige Tätigkeiten des Stadtmarketing Vereins 2

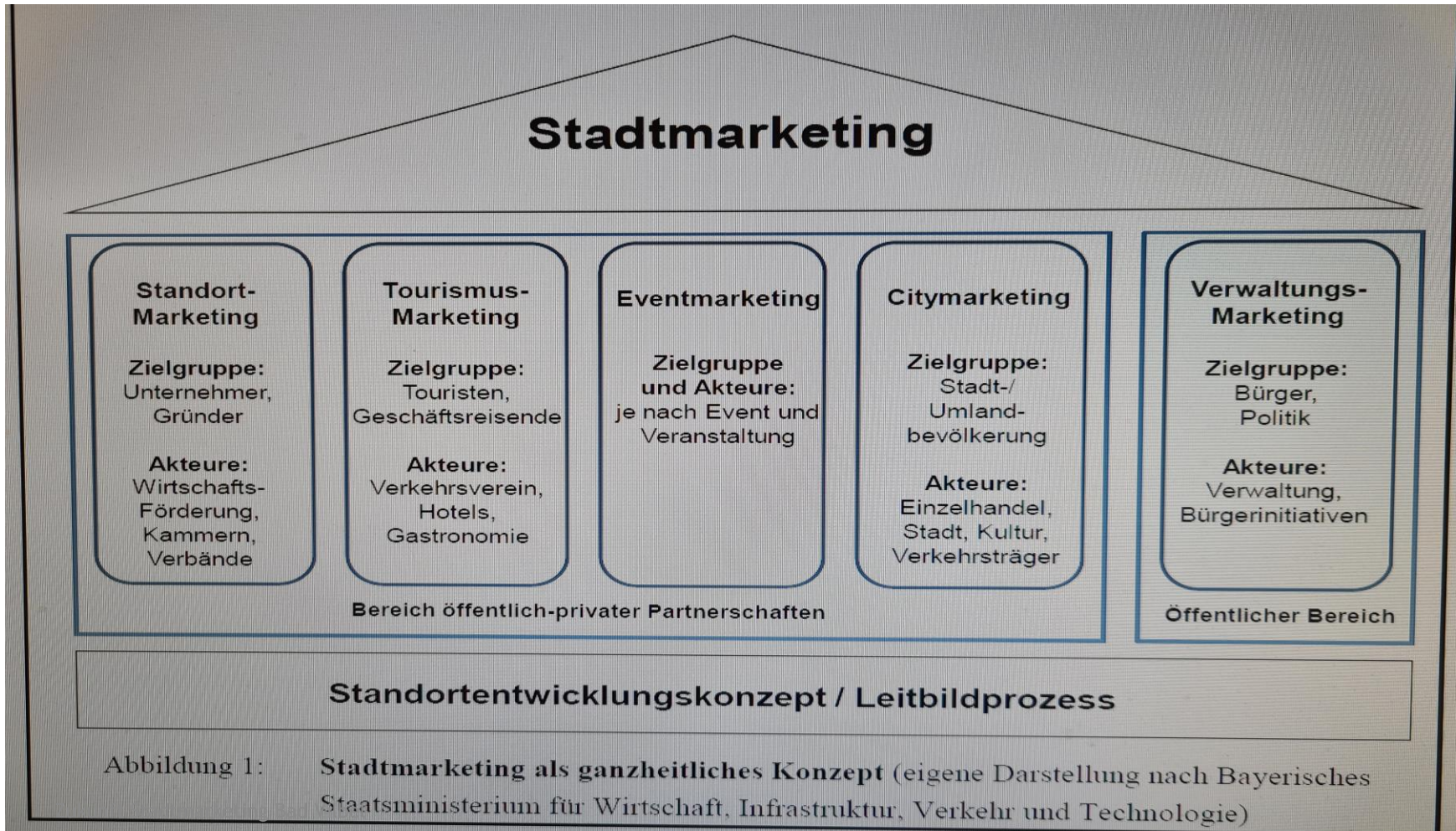
Federführend tätig

- ▶ **Citymarketing**
- ▶ Baustellenmarketing
- ▶ Ortseingangsschilder
- ▶ Werbebanneranlagen
- ▶
- ▶ Ortsbegehung mit Bürgern
- ▶
- ▶ **Verwaltungsmarketing**

mitwirkend tätig

- Verkaufsoffene Sonntage
- Federführung Gewerbering, die Stadt
- ISEK
- Leerstandsmanagement
- Innenstadtentwicklung
- Zusammenarbeit mit Gewerbering und Gaststättenvereinigung
-
- Bürgerempfang

Das 5 Säulenmodell Stadtmarketing Bad Vilbel:



Status Tourismusmarketing:

Tourismus- und Naherholungskonzept für Bad Vilbel aus dem Jahr 2019

- ▶ Bad Vilbel ist eine attraktive Stadt für Naherholung und Tagestourismus. Positiv die Lagegunst und die Highlights Burgfestspiele, Dottenfelder Hof (und die Musterhausausstellung).
- ▶ Positionierung als Quellen- und Festspielstadt mit Ausrichtung auf Familien sowie junge und junggebliebene Paare
- ▶ Die Handlungsfelder sind:
 - ▶ Kommunikation und Vermarktung
 - ▶ Infrastruktur und Vor-Ort-Erlebnis (ist schon in Umsetzung)
 - ▶ Premium Stadtwanderweg
 - ▶ Parklandschaft Kurpark
 - ▶ Lehr-, Erlebnis- und Kurpfad
 - ▶ Radweg entlang der Nidda,
 - ▶ Altstadt
 - ▶ Produkt- und Angebotsentwicklung
 - ▶ Organisation und Zusammenarbeit:
 - ▶ Einrichtung eines professionellen Tourismusmanagement
 - ▶ Aufbau touristisches Netzwerk
 - ▶ Identifikation und Tourismusbewusstsein

Status Tourismusmarketing: künftige Aufgabe des Stadtmarketing-Neu

- ▶ Tourismus-Kerngeschäfte des Stadtmarketing Neu werden sein:
 - ▶ Kommunikation und Vermarktung
 - ▶ Produkt- und Angebotsentwicklung
 - ▶ Organisation und Zusammenarbeit
- ▶ Beispiele für Aktivitäten:
 - ▶ Für die Zielgruppen 2 Tages-, 1 Tages- und Halbtagesangebotsbündel entwickeln und vermarkten
 - ▶ Neue Produkte (wie z.B. Premium Wanderweg) in bestehende Angebotsbündel einbauen und vermarkten
 - ▶ In Kooperation mit der Stadt neue touristische Investitionsprodukte entwickeln und realisieren, SM-Neu kümmert sich um das Konzept (bis zur Entscheidung der SVV), bauliche Umsetzung erfolgt durch die Stadt oder Private, Vermarktung durch das SM-Neu in Kooperation mit allen Akteuren
- ▶ Personalbedarf: 0,5 Vollzeitäquivalent

Status Eventmarketing

künftige Aufgabe des Stadtmarketing-Neu

- ▶ Eventmarketing bezieht sich auf alle Events, die in Bad Vilbel stattfinden, d.h. auch in den Stadtteilen.
- ▶ Tätigkeiten des Eventmarketings:
 - ▶ klarer Schwerpunkt ist die Vermarktung von Events in einheitlicher Corporate Identity, z.B. „Sommerzeitung“ oder „Winterzeitung“
 - ▶ Mitwirkung bei der Konzepterstellung von neuen Eventformaten (z.B. Quellensommer) sowie Weiterentwicklung traditioneller Eventformate (z.B. Quellenfest, Himmelfahrt im Wald, Vilbeler Markt, die Kerben in den Stadtteilen)
- ▶ Mitwirkung beim 1.250 Jahre Stadtjubiläum im Jahr 2024 und beim Hessestag im Jahr 2025

Citymanagement



Wir wollen die Innenstadt beleben

- ▶ Durch mehr Veranstaltungen
- ▶ zusätzliche Anreize schaffen, damit die Kunden in die Innenstadt kommen
- ▶ Ideal ist das jährliche Straßenfest:
 - ▶ alle Geschäfte und die Gastronomie sind offen
 - ▶ auf dem Niddaplatz gibt es Musik
 - ▶ kein Autoverkehr

den Spirit eines Straßenfestes auf einen normalen Tag übertragen

Mehr Musik und ganztägig Gastronomieangebote

- ▶ in der Gastronomie oder in Läden möglichst oft Livemusik oder andere Kulturformen anbieten.
 - ▶ auf der ganzen Frankfurter Str. an wechselnden Wochentagen
- ▶ Gastronomieangebote möglichst von morgens bis abends
 - ▶ Frühstücksevents in Läden oder in der Gastronomie, aber nicht erst um 10 Uhr oder später, sondern eher um 8.30 Uhr d.h. vor den Öffnungszeiten der Läden
- ▶ Die Ladenöffnungszeiten wollen wir generell vereinheitlichen. Alle Geschäfte sollten von 10 Uhr bis 19 Uhr geöffnet sein.
- ▶ Gastronomie sollte es jeden Tag geben. Viele Gastronomiebetriebe sind heute am Montag geschlossen.
- ▶ Wir sollten neben den verkaufsoffenen Sonntagen beim Straßenfest und beim Weinfest einen dritten festen Anlass finden.

Die Wirtschaftsstruktur optimieren

Stärken in der Innenstadt

- ▶ die Gesundheitswirtschaft: Arztpraxen, Apotheken, medizinische Hilfsmittel
- ▶ die Beratungsleistungen von Rechtsanwälten, Steuerberatern und Immobilienmaklern

Stärken des Einzelhandels und der Gastronomie

- ▶ die Studie „Fortschreibung des Einzelhandelskonzept Bad Vilbel“ aus 2021 bestätigt, dass das Angebot von Innenstadtsortimenten in Bad Vilbel´s Innenstadt gut ist
- ▶ einige mittelgroße und große Läden (vor allem am Niddaplatz und dessen Nähe)
- ▶ Fast jeder Bäcker hat zugleich ein Gastronomieangebot (Cafe).

Herausforderungen für den Einzelhandel und die Gastronomie

- ▶ die vielen kleinen Läden
- ▶ ein Überangebot an Friseur- und Barbershops
- ▶ zu viele Schnellrestaurants, insbesondere zwischen Niddaplatz und historischem Rathaus

Unser Ziel:

Die Anzahl der mittelgroßen Fachgeschäfte und der Sitzgastronomie erhöhen

Mikroquartiere sind für Mieter, Hauseigentümer, Läden, Gastronomie und Kunden da

Was verstehen wir unter Mikroquartier?

- ▶ ist der Wohnort von ca. 500 Bürgern.
- ▶ sind ca. 30 Wohn-/Hauseigentümer oder Hausverwalter.
- ▶ sind ca. 40 Läden.
- ▶ sind ca. 10 Arztpraxen
- ▶ sind ca. 10 Gastronomiebetriebe inkl. Bäcker.

Wir wollen 3 Mikroquartiere etablieren:

- ▶ das Altstadtmikroquartier, rd. um das historische Rathaus von der Niddabrücke bis zum Grünen Weg.
- ▶ Das Mittemikroquartier rd. um den Niddaplatz vom Grünen Weg bis zur Albanusstraße
- ▶ Das Eingangstor-Mikroquartier vom Schöllberg/Querstraße über den Biberkreisel bis zur Albanusstraße

Mögliche Maßnahmen in den Mikroquartieren in 2024/2025

Altstadtmikroquartier

- Vor der Frankfurter Volksbank die Anzahl der Veranstaltungen erhöhen
- Einen Pop up store schaffen
- Mit den Hauseigentümern über die künftige Mieterstruktur ins Gespräch kommen

Mittelmikroquartier

- Anzahl der Veranstaltungen deutlich erhöhen
- Einen Pop Up store schaffen
- Livemusik in der Gastronomie anbieten

Eingangstor-Mikroquartier

- Rechtzeitig mit den Immobilieninvestoren ins Gespräch kommen
- Einen Pop Up store schaffen
- Livemusik in der Gastronomie anbieten

Einbindung der Immobilieneigentümer

Ein systematisches Leerstandsmanagement aufbauen

- ▶ Aufbau einer Mietflächendatenbank mit Angaben über Flächen, bisherige Miete und der Dauer des Mietvertrages.
- ▶ Aufbau einer Ansiedlungsdatenbank: Laden-/Franchiseketten, die in anderen Orten vertreten sind, aber nicht in Bad Vilbel ansprechen.
- ▶ eine Existenzgründungsinitiative aufsetzen: junge Unternehmer*innen für Bad Vilbel gewinnen.

Einbindung der Immobilieneigentümer

Mieter vermitteln - Förderprogramm für kurzzeitige Mietformen

- ▶ Wir wollen die Hauseigentümer beraten, wie sie kurzfristig neue Mieter finden können, u.a. ein Netzwerk mit Immobilienmaklern aufbauen.
- ▶ Maßnahmen
 - ▶ Franchiseketten ansprechen,
 - ▶ andere gelistete Interessenten ansprechen,
 - ▶ Neue Mietformen ausprobieren z.B. Pop Up Stores
- ▶ Kleines Förderprogramm aufsetzen
 - ▶ Stadtmarketing mietet Räumlichkeiten und untervermietet sie an Existenzgründer vorübergehend zu Mietzins unter Markt.

Programmübersicht

Das 4. Quartal 2023 steht im Zeichen des Bekanntmachens des Konzepts und des Citymanagers

- ▶ Pressekonferenz
- ▶ eine Veranstaltung für die Stakeholder (Einzelhandel, Gastronomie, Hauseigentümer und Bürger)
- ▶ Erste Gespräche mit Hauseigentümern

Das Jahr 2024 dient der Verbreiterung der persönlichen Gespräche mit den Stakeholdern

- ▶ einen Neujahrsempfang für die Innenstadt etablieren, der jährlich stattfindet
- ▶ die drei Mikroquartiere in den Fokus nehmen
- ▶ einen ersten Bürgerworkshop anbieten
- ▶ beginnen, den Leerstand zu reduzieren

Im Jahr 2025 wollen wir einige unserer beschriebenen Innovationsprojekte realisieren

- ▶ Erste Pop-Up-Store Lösungen
- ▶ Mehr Musikveranstaltungen Outdoor und Indoor
- ▶ Den Mikroquartieren ein Gesicht geben
- ▶ Eine Messe für Leerstand und Ansiedlung veranstalten

Die nächsten Schritte in 2023

- ▶ Möglichst ein Pilotprogramm Pop Up Stores aufsetzen
- ▶ Zuschussvertrag mit der Stadt Bad Vilbel schließen
- ▶ Stellen für 2,5 Stellen besetzen
- ▶ Sobald Personal da ist: durchstarten

Rechtsform

Der Verein ist die beste Lösung.

Wir haben Vertrauen in heutige wie auch künftige Vorstände des Stadtmarketing

- ▶ Der Verein ist die kostengünstigste Rechtsform
- ▶ Der Verein kann Auftragsvergaben nach privatwirtschaftlichen Regeln vornehmen
- ▶ Die Stadtwerke können den Verein weiter unterstützen, im Falle einer GmbH ginge das so nicht

Viele Städte haben ihr Stadtmarketing als GmbH mit 100 % Gesellschafteranteil der Stadt, aber

- ▶ Hohe Kosten bei der Erstellung bei der Errichtung der GmbH, des jährlichen Jahresabschlusses, Prüfung durch WP im Rahmen der Konzernbilanz der Stadt
- ▶ Einbindung der bisherigen Mitglieder des Vereins schwierig, ggf. über Beirat oder Aufsichtsrat möglich (entstehen Kosten)
- ▶ Das öffentlich-rechtliche Vergaberecht für Aufträge ist streng zu beachten, kostet viel Zeit und Personalaufwand
- ▶ Nutzung von Landes- oder Bundeszuschüssen nur eingeschränkt nutzbar

Stellenplan Stadtmarketing-Neu

- ▶ Stellenplan Vollzeitäquivalente
 - ▶ Geschäftsführer mit disziplinarischer und fachlicher Führung des Stadtmarketing 1,0
 - ▶ Eine Person für Citymanagement 1,0
 - ▶ Eine Person für Tourismus 0,5
 - ▶ Eine Person für Projektarbeit und Administration 0,5
 - ▶ -----
 - ▶ zusammen 3,0

- ▶ Der ehrenamtliche Vorstand steht weiterhin zur Verfügung