

Beschlussvorlage

Geschäftszeichen:
II/WA

Verantwortliche/r:
Referat für Wirtschaft und Finanzen
Abteilung Wirtschaftsförderung

Vorlagennummer:
II/089/2015

Baumaßnahmen im Umfeld der Martinsbühler Straße - Marketingmaßnahmen zur Unterstützung des Einzelhandels während der Baumaßnahmen

Beratungsfolge	Termin	Ö/N	Vorlagenart	Abstimmung
Haupt-, Finanz- und Personalaus- schuss	22.07.2015	Ö	Beschluss	

Beteiligte Dienststellen

I. Antrag

1. Der Bericht der Verwaltung wird zur Kenntnis genommen.
2. Punkt 6 des Antrags Nr. 106/2015 der CSU-Stadtratsfraktion vom 30.06.2015 ist damit bearbeitet.

II. Begründung

Bei der Berichterstattung im HFPA vom 18.03.2015 führte die Verwaltung u. a. aus, dass das City-Management mit Unterstützung der Stadt ein Maßnahmenkonzept für den Einzelhandel in der Altstadt erstellt und hierüber zu gegebener Zeit im Ausschuss berichtet wird.

Zur Begleitung und Steuerung der Erstellung und Umsetzung des Marketingkonzepts wurde eine Lenkungsgruppe mit Vertretern der Stadt, des City-Managements, des Handelsverbandes und des IHK-Gremiums Erlangen installiert. Mit der Federführung für die Kampagne wurde von der Lenkungsgruppe das City-Management beauftragt.

Vier Agenturen wurden aufgefordert, Vorschläge für eine Kampagne zum Thema „Baustellenmarketing in der Erlanger Altstadt“ zu erarbeiten. Nach einer Präsentation der Vorschläge entschied die Lenkungsgruppe/Jury, die Erlanger Agentur Birke und Partner GmbH mit der Weiterentwicklung und Umsetzung der Kampagne zu beauftragen.

Mit der Kampagne „HIERLANG“ soll die Altstadt stärker ins Bewusstsein sowohl der Erlanger als auch der Umlandbevölkerung rücken. Insbesondere soll dabei verdeutlicht werden, dass die Altstadt trotz der Baustelle weiterhin erreichbar ist, wenn auch mit einem Umweg.

Am 13.06.2015 berichtete die Presse erstmals über die Kampagne.

Auch bei der gemeinsamen Veranstaltung von Altstadtforum und Stadt am 24.06.2015 wurde die Kampagne vorgestellt.

Seit dem Start sind erste Maßnahmen angelaufen:

Redaktionelle Texte sowie Anzeigen erschienen bisher sowohl in den Erlanger Nachrichten und dem Fränkischen Tag als auch in Magazinen/Zeitschriften, die kostenlos in den Landkreisen Erlangen-Höchstadt und Forchheim verteilt werden und einen großen Einzugsbereich des Erlanger Einzelhandels abdecken.

Auf Tafeln des City-Managements an den Haupteinfahrtsstraßen werben Großplakate für die Erlanger Altstadt. Auf dem Erlanger Schlossstrand (09.07. bis 12.08.) wird mit Aufdrucken auf Liegestühlen, mit Plakaten und Tischaufstellern ebenfalls die Erlanger Altstadt beworben.

Auch über Facebook wird die „HIERLANG“-Kampagne beworben und über Multiplikatoren

verbreitet.

Eine eigene Website „HIERLANG“ ist in Aufstellung. Sie wird wichtige Hinweise enthalten, wie sie bereits jetzt auf http://www.erlangen.de/desktopdefault.aspx/tabid-1274/4003_read-31137/ zu finden sind. Zudem soll über die Homepage mit klassischen Instrumenten des Storytelling die Altstadt als Ort für Wohnen, Handeln und Freizeitgestaltung herausgearbeitet werden.

Über „erlangen.de“ bietet die Stadt eine aktualisierte interaktive Karte mit Baustellen im gesamten Stadtgebiet an, über die nähere Informationen (z. B. Dauer der Baumaßnahmen) abgerufen werden können. Die Karte soll in den kommenden Wochen weiter vertieft werden.

Zentrales derzeitiges Projekt ist die gesonderte Wegbeschilderung, die derzeit unter dem Logo „HIERLANG“ von Westen über die Dechsendorfer Straße zur Altstadt vorbereitet wird.

Weitere Maßnahmen sind in Planung, hängen in Ihrer Wirkung aber entscheidend davon ab, dass sich Einzelhandel, Gastronomie und Dienstleistungsunternehmen an der Gestaltung der Initiative beteiligen. Das Citymanagement spricht die Akteure in der Altstadt dazu nacheinander an.

Im Zusammenwirken mit Einzelhandelsverband, Einzelhändlern und City-Management arbeitet die Stadt an der Einführung eines Systems zur Parkgebührenerstattung. Angedacht ist eine Vergütung von 1 € ab einem bestimmten Einkaufswert. Die Vergütung soll je zur Hälfte von der Stadt und den sich beteiligenden Einzelhändlern getragen werden. Die Einführung dieses Systems hängt jedoch wesentlich von einer ausreichenden Beteiligung von Einzelhändlern ab.

Weitere Werbeaktivitäten, z. B. Großplakate oder Radio-Spots hängen u. a. von ihrer Finanzierbarkeit ab.

Zielsetzung ist, das einzusetzende Werbe-/Media-Budget zum größten Teil außerhalb des Erlanger Stadtgebiets einzusetzen.

Anlagen:

Antrag der CSU-Stadtratsfraktion Nr. 106/2015 vom 30.06.2015

III. Abstimmung
siehe Anlage

IV. Beschlusskontrolle

V. Zur Aufnahme in die Sitzungsniederschrift

VI. Zum Vorgang