



- STADTENTWICKLUNG
- STADTMARKETING
- VERKEHR

Citymanagement Heilsbronn

Tätigkeitsbericht für das Jahr 2017



Nürnberg, Mai 2018



- Gunter Schramm, M.A.
Claus Sperr, Dipl.-Geogr.
- Stadtplaner &
Geografen
- Äußere Sulzbacher Str. 29
90491 Nürnberg
- Tel.: 0911 / 65 08 28-0
Fax: 0911 / 65 08 28-10
- kontakt@planwerk.de
www.planwerk.de

AUFTRAGGEBER
Stadt Heilsbronn
Kammereckerplatz 1
91560 Heilsbronn

Auftragnehmer
Büro PLANWERK
Stadtentwicklung Stadtmarketing Verkehr
Äußere Sulzbacher Straße 29
90491 Nürnberg
0911 / 65 08 28 - 0
Mail: kontakt@planwerk.de

Förderung des Citymanagements durch
Bund, Freistaat Bayern und Stadt Heilsbronn im Rahmen des
Städtebauförderprogramms Städtebaulicher Denkmalschutz

Abbildungen, Darstellungen, Fotos
Soweit nicht anders vermerkt, liegt die Urheberschaft und
das Urheberrecht aller Abbildungen, Darstellungen, Fotos
und Pläne bei PLANWERK und der Stadt Heilsbronn.

Inhaltsverzeichnis

1	Grundlagen	5
2	Organisationsstruktur	6
3	Ziele des Entwicklungsprozesses	7
4	Projektdarstellung 2017	8
4.1	Organisatorisches und Repräsentation.....	8
4.1.1	Treffen der Lenkungsgruppe	8
4.1.2	Selbstevaluierung der Städtebaufördermaßnahmen	11
4.1.3	Bürgersprechstunden.....	12
4.1.4	Presse- und Öffentlichkeitsarbeit	13
4.2	Projekte	14
4.2.1	Parkverhalten in der Innenstadt.....	14
4.2.2	Betriebscheck	16
4.2.3	Baustellenmarketing Hauptstraße	18
4.2.4	Onlineauftritt Gewerbetreibende.....	20
4.2.5	Gastronomie.....	21
5	Ausblick.....	23

Verzeichnis der Abbildungen

Abbildung 1: Arbeitsablauf Citymanagement, Mitglieder der Lenkungsgruppe (Stand Ende 2017) ..	6
Abbildung 2: Foto der Lenkungsgruppe vom 22.11.2016.....	10
Abbildung 3: Homepage Stadt Heilsbronn	13
Abbildung 4: Zeitungsartikel Baustellen-Losaktion	13
Abbildung 5: Untersuchte Bereiche bei der Parkraumuntersuchung	14
Abbildung 6: Kurzdarstellung der Parkdauer nach Bereichen	15
Abbildung 7: Bewertung des eigenen Standorts	16
Abbildung 8: Baustellenmaskottchen	18
Abbildung 9: Baustellenbanner.....	18
Abbildung 10: Vorder- und Rückseite	18
Abbildung 11: Baustellengutschein	18

1 Grundlagen

Die Stadt Heilsbronn wird auch 2017 im Bund-Länder-Städtebauförderungsprogramm „Städtebaulicher Denkmalschutz“ gefördert.

In den Jahren 2010 bis 2015 wurde im Rahmen des Bund-Länder Programms „Städtebaulicher Denkmalschutz“ ein Integriertes Städtebauliches Entwicklungskonzept (ISEK) erarbeitet, welches die Ziele für die Stadtentwicklung in mittelfristiger Perspektive festlegt. Zudem wurde 2010 ein Einzelhandelsentwicklungskonzept (EEK) erstellt.

Im Mai 2016 wurde das Büro PLANWERK mit dem Citymanagement beauftragt. Seitdem wurden auf Basis des ISEKs und des EEKs Projekte und Maßnahmen schrittweise umgesetzt, teilweise in öffentlich-privater Kooperation.

Michael Aulbach ist seit 2016 als Citymanager in Heilsbronn tätig. Die Projektleitung liegt in den Händen von Claus Sperr, einem der beiden Büroinhaber von PLANWERK. Das Citymanagement versteht sich als Bindeglied zwischen der Stadtverwaltung und den Akteuren der Zivilgesellschaft vor Ort (öffentlich-private Kooperation).

Die Stundenleistungen bringt das Citymanagement vor Ort und vom PLANWERK-Bürostandort in Nürnberg ein. Das Büro des Citymanagements befindet sich im Bürgertreff Heilsbronn, in dem das Citymanagement an einem Tag in der Woche für die örtlichen Akteure erreichbar ist.

2 Organisationsstruktur

Das Citymanagement wird fördertechnisch über die Verwaltung der Stadt Heilsbronn abgewickelt.

Als regelmäßiges Austauschgremium fungiert die Lenkungsgruppe. Die Sitzungen werden vom Citymanagement vorbereitet und moderiert. In diesem Kreise werden Projekte diskutiert und über deren Umsetzung entschieden. Als Gremium der öffentlich-privaten Kooperation sind sowohl wichtige Akteure aus Verwaltung und Stadtrat als auch aus den Reihen der privaten Akteure in Heilsbronn vertreten.

Zur Aktivierung und Erhöhung der privaten Investitionsbereitschaft und natürlich zur Unterstützung von im Rahmen des Stadtentwicklungsprozesses initiierten Projekten hat die Stadt Heilsbronn einen Projektfonds eingerichtet. Die Verwaltung dieses Fonds obliegt dem Citymanagement.

Nach Bedarf nimmt das Citymanagement auch an den Stadtratsitzungen der Stadt Heilsbronn teil, um dort spezifische Projekte vorzustellen und für Akzeptanz sowie Zustimmung bei den städtischen Entscheidern zu werben.



Abbildung 1: Arbeitsablauf Citymanagement, Mitglieder der Lenkungsgruppe (Stand Ende 2017).

3 Ziele des Entwicklungsprozesses

Grundlage des Entwicklungsprozesses sind die Erkenntnisse und Projektideen, die im Rahmen des interkommunalen städtebaulichen Entwicklungskonzepts (ISEK) in den Jahren 2010 bis 2015 erarbeitet wurden.

Die Hauptaufgaben des Citymanagements liegen in verschiedenen Themengebieten. Alle im ISEK genannten Themenfelder zielen darauf ab, die Funktionen und Qualitäten der Heilsbronner Innenstadt zu erhalten bzw. zu erweitern. Eine hohe Lebens- und Standortqualität sowie ein positives Investitionsklima sind die Grundpfeiler der zukünftigen Entwicklung.

Ein Schwerpunkt liegt in der Förderung der Innenstadt als attraktiven Standort für Gewerbe, Handel und Dienstleistung. Ein lebendiges Miteinander der Heilsbronner Gewerbetreibenden und eine aktive Vernetzung stellen die Voraussetzung einer zukünftigen positiven Entwicklung dar. Zusammenhalt sowie gemeinschaftliches Denken und Handeln ist gerade vor dem Hintergrund der regionalen Konkurrenzsituation unabdingbar für den Standort Heilsbronn. Zusätzlich soll die Stadt Heilsbronn in Ihrer Außendarstellung gestärkt werden.

Demzufolge verfolgen die vom Citymanagement initiierten Projekte einen ganzheitlichen Entwicklungsansatz, der sich in verschiedenen Handlungsfeldern manifestiert.

Neben den definierten Aufgaben des Citymanagements laufen parallel weitere Projekte im Rahmen der Städtebauförderung ab, wie etwa die Beschilderung historischer Gebäude in der Altstadt, die Sanierung des Marktplatzes sowie die Neugestaltung der Hauptstraße. Von diesen Projekten erhofft man sich Impulswirkung auf den Entwicklungsprozess der Stadt.

4 Projektdarstellung 2017

Die Aufgaben des Citymanagements in Heilsbronn sind vielfältig. Auf Basis des integrierten interkommunalen Stadtentwicklungskonzeptes (ISEK) und gemeinsamer Diskussionen mit Bürgerinnen und Bürgern, Projektgruppen, der Kommune, der Lenkungsgruppe, der Regierung v. Mittelfranken und weiteren Kooperationspartnern wurden verschiedene Vorhaben initiiert bzw. durchgeführt, die es zu konkretisieren bzw. umzusetzen galt. Dies waren 2017 das Baustellenmarketing der Hauptstraße, die Durchführung eines Betriebschecks mit den Innenstadtbetrieben, die Erhebung des Parkverhaltens in der Innenstadt sowie die Unterstützung und Verbesserung der Gastronomie in der Altstadt von Heilsbronn.

Weiterhin galt es, neue Themenfelder zu bespielen und Projektideen und –ansätze zu entwickeln, welche den unterschiedlichen Herausforderungen begegnen. Insgesamt geht es um eine integrierte Vorgehensweise, welche diverse Themenfelder verbindet.

4.1 Organisatorisches und Repräsentation

Die im ersten Projektjahr aufgebauten Strukturen zur Unterstützung des Stadtentwicklungsprozesses in Heilsbronn wurden vom Citymanagement weiterbetreut.

4.1.1 Treffen der Lenkungsgruppe

Beschreibung

Die Lenkungsgruppe (LG) ist das Entscheidungsgremium für die Tätigkeiten des Citymanagements. In diesem Gremium der öffentlich-privaten Kooperation sind folgende Engagierte und Experten aus der Stadt Heilsbronn vertreten:

Öffentlich:

Jutta Franck (Fraktion BÜ90/Die Grünen)

Alois Frank (Fraktion SPD)

Manfred Huber (Fraktion CSU)

Walter Hufnagel (Fachbereichsleiter Bürgerservice, Planen & Bauen)

Dr. Jürgen Pfeiffer (Erster Bürgermeister der Stadt Heilsbronn)

Peter Stemmer (Fraktion Freie Wähler)

Privat:

Jörg Hirschmann (Verein der Heilsbronner Gewerbetreibenden e. V)

Thomas Franck (Projektgruppe Innenstadt)

Herbert Kempf (Heimatverein)

Kludia Ries (Projektgruppe Grün)

Heike Rottler (Gastwirtin)

Dr. Ulrich Schindler (Pfarrer Ev.-luth. Kirche)

Ronald Stellwag (Projektgruppe Einzelhandel)

Gemeinsam mit dem Team des Citymanagements werden aktuelle Projektstände besprochen und weitere Projekte und Ideen entwickelt, diskutiert und entschieden. Die Treffen der Lenkungsgruppe wird vom Citymanagement moderiert und protokolliert, das jedoch nicht stimmberechtigt ist.

Gerade durch die interdisziplinäre Ausrichtung der Mitglieder werden zahlreiche verschiedene Sichtweisen und Denkanstöße in die Diskussionen eingebracht.

Im Jahr 2017 fanden vier Treffen der Lenkungsgruppe statt:

3. Treffen am 31.01.2017:

- Priorisierung und Auswahl neuer Projekte 2017 (Baustellenmarketing Hauptstraße, Betriebscheck, Onlineauftritt der Betriebe)

4. Treffen am 27.04.2017:

- Bericht über laufende Projekte (Baustellenmarketing Hauptstraße, Betriebscheck, Gastronomie, Onlineauftritt der Betriebe, Parkverhalten in der Innenstadt)
- Zweiter Teil der Selbstevaluierung der Lenkungsgruppe (siehe Kapitel 4.1.2)

5. Treffen am 01.08.2017:

- Baustellenmarketing Hauptstraße
- Bericht über laufende Projekte (Betriebscheck, Gastronomie, Karpfenlust am Klosterweiher, Onlineauftritt der Betriebe)
- Ausblick über geplante Projekte (Image-Kampagne, Baustellenmarketing Marktplatz)

6. Treffen am 21.11.2017:

- Baustellenmarketing Hauptstraße
- Betriebscheck
- Ausblick 2018 (Baustellenmarketing Marktplatz, Image-Kampagne)

Ziele

- Schaffung von Transparenz/Information über Stadtentwicklungsprozess
- Gemeinsame Problemdefinition und Strategieentwicklung im Rahmen des Stadtentwicklungsprozesses
- Entscheidung über Projekte (Projektsteuerung)

Wirkung & weitere Planung

Die Lenkungsgruppe ist von zentraler Bedeutung für die Managementtätigkeit in Heilsbronn. Gerade bei der Entwicklung neuer Ideen und der Konkretisierung dieser ist die Expertise der Mitglieder unverzichtbar.



Abbildung 2: Foto der Lenkungsgruppe vom 22.11.2016.

4.1.2 Selbstevaluierung der Städtebaufördermaßnahmen

Beschreibung

Der Lenkungsgruppe wurde im April 2017 der zweite Teil der Maßnahmen der Städtebauförderung der Jahre 2013-2016 vorgestellt, diskutiert sowie einer Bewertung unterzogen. Die Heilsbronner Projekte im Rahmen der Städtebauförderung der letzten Jahre wurden zusammen mit den Mitgliedern der Lenkungsgruppe selbstreflektiert; Ziel dabei war, die Anstrengungen der Stadt und seiner Akteure zu hinterfragen, um gute und schlechte Wege/Ansatzpunkte transparent zu machen und dadurch möglichst Verbesserungen für die Zukunft herbeiführen zu können.

Die Einzelbewertung der bereits besprochenen Projekte wurde vom Citymanagement dokumentiert (s. Protokoll des 4. Treffens der LG).

Im zweiten Teil der Evaluierung wurden 22 Maßnahmen und Projekte besprochen. Insgesamt waren die Mitglieder der Lenkungsgruppe gut über die im Rahmen der Städtebauförderung durchgeführten Projekte und Maßnahmen informiert. Positiv bewertete die LG insbesondere das kommunale Fassadenförderungsprogramm, die Bildung des Projektfonds, den Aufbau und die Stärkung von Netzwerken durch das Citymanagement sowie die gute Zusammenarbeit zwischen Stadtverwaltung, Citymanagement, privaten Akteuren, Institutionen und Vereinen. Kritik wurde an der Bürgerbeteiligung bei der Planung des Marktplatzes geübt; die Vorschläge der Bürger würden vom Architekten kaum berücksichtigt. Bei der Oberflächengestaltung der Hauptstraße soll die Bürgerbeteiligung insgesamt positiver laufen. Das Citymanagement könnte hierbei als Vermittler zwischen den einzelnen Akteuren fungieren.

Ziele

- Evaluation der Städtebauförderung in den Jahren 2013-2016
- Schaffung von Transparenz
- Erarbeitung von Empfehlungen/Lösungsmöglichkeiten zur Maßnahmen- und Programmoptimierung

Wirkung & weitere Planung

Der Umfang und die Vielseitigkeit der Maßnahmen im Rahmen der Städtebauförderung wurden allen Mitgliedern der Lenkungsgruppe ersichtlich. Für die Zukunft empfiehlt das Citymanagement eine jährliche Selbstevaluierung (gem. Leitfaden des BMUNBR).

4.1.3 Bürgersprechstunden

Beschreibung

Als direkte Anlaufstelle für die Bürger vor Ort wurde das Büro des Citymanagements im Bürgertreff Heilsbronn (Hauptstraße 11) in zentraler Lage in Heilsbronn eingerichtet. Der Citymanager Michael Aulbach steht jeden Donnerstag von 16-18 Uhr für den Dialog mit den Bürgern zur Verfügung.

Aus Eigeninitiative nahmen zwar nur wenige Heilsbronner Bürgerinnen und Bürger das Angebot wahr, sich aktiv an das Citymanagement zu wenden. Im Rahmen der verschiedenen Projekte nutzten jedoch Gewerbetreibende und Engagierte häufig die Möglichkeit des persönlichen Gesprächs. Insbesondere was die alltägliche Arbeit angeht, die Kommunikation mit der Stadtverwaltung und die Arbeit mit Projektgruppen, ist die Vor-Ort-Präsenz unverzichtbar. Im Rahmen der Projektgruppenarbeit wurde das Büro intensiv als Treffpunkt genutzt, um die im Projektmanagement von der Planung bis zur Umsetzung auftretenden Fragestellungen zu besprechen.

Ziele

- Aktivierung und Beteiligung der Bevölkerung
- Ansprache und Austausch mit den Heilsbronner Akteuren

Wirkung & weitere Planung

Präsenz und Erreichbarkeit des Citymanagements für die Heilsbronner Bürger wurde gewährleistet. Auch für die weitere Arbeit ist die Vor-Ort-Präsenz elementarer Bestandteil der integrierten Stadtentwicklung.

4.1.4 Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Beschreibung

Das Citymanagement versucht über verschiedene Medien wie die Fränkische Landeszeitung (FLZ), das Heilsbronner Monatsblatt, die Rubrik des Citymanagements auf der Website der Stadt Heilsbronn sowie die Facebook-Seite des Bürgerservices der Stadt Heilsbronn mit der Öffentlichkeit zu kommunizieren. Das Verfassen von Pressemitteilungen und die Pflege der Homepage sind nicht zu vernachlässigende Aspekte der Außendarstellung des Citymanagements.

Gegenstand der veröffentlichten Artikel in 2017 waren vor allem das Baustellenmarketing in der Hauptstraße, die Arbeit in der Projektgruppe Einzelhandel sowie die einzelnen Projekte und organisatorische Begebenheiten (Parkverhalten in der Innenstadt, Verlängerung Citymanagement etc.).

Auf der Unterseite Stadtentwicklung auf der Homepage der Stadt Heilsbronn wird dem Bürger das Citymanagement samt den Institutionen Lenkungsgruppe und Projektfonds erklärt. Des Weiteren wird dort das kommunale Förderprogramm der Stadt Heilsbronn beschrieben und darauf hingewiesen, bei welchen Sanierungsmaßnahmen man diese Förderung erhalten kann.

Wirkung & weitere Planung

Die Homepage der Stadt Heilsbronn und das Heilsbronner Monatsblatt sowie eine kontinuierliche Pressearbeit sind elementare Bestandteile in der Kommunikation des Citymanagements. Eine stetige Überarbeitung der Inhalte ist unverzichtbar.

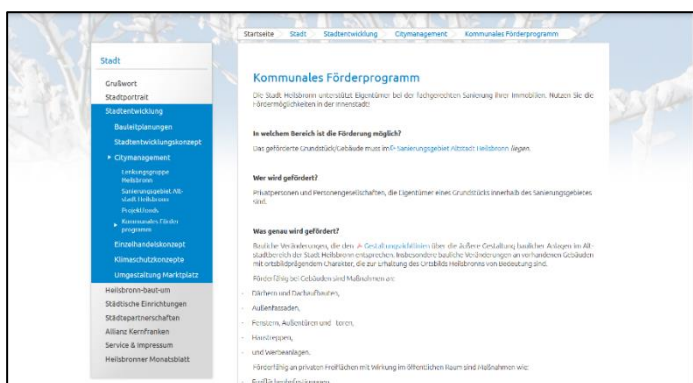


Abbildung 3: Homepage Stadt Heilsbronn



Abbildung 4: Zeitungsartikel Baustellen-Losaktion

4.2 Projekte

4.2.1 Parkverhalten in der Innenstadt

Beschreibung

Laut Anwohnern und Gewerbetreibenden werden die Parkplätze in der Innenstadt, die eigentlich auf eine Parkdauer von 90 Minuten begrenzt sind, häufig von Dauerparkern belegt. Von den Gewerbetreibenden werden Parkmöglichkeiten in unmittelbarer Nähe zu ihrer Geschäfte gewünscht, da die Kunden oftmals nicht bereit sind einen längeren Weg zu den Einkaufsmöglichkeiten in Kauf zu nehmen. Mit dem Projekt „Parkverhalten in der Innenstadt“ soll herausgefunden werden, inwieweit diese Behauptung der Realität entspricht, wie viele Dauerparker es wirklich in der Innenstadt gibt und wie lange diese dort durchschnittlich parken.



Abbildung 5: Untersuchte Bereiche bei der Parkraumuntersuchung

Hierzu hat das Citymanagement Heilsbronn das Parkverhalten auf den Innenstadtparkplätzen an einem durchschnittlichen Werktag im April 2017 erfasst. Von 9:00 Uhr bis 18:00 Uhr wurden halbstündig alle amtlichen Kennzeichen der geparkten KFZ tabellarisch aufgenommen. Diese Daten wurden anschließend vom Citymanagement ausgewertet, grafisch aufgearbeitet, analysiert und interpretiert. Die dadurch gewonnenen Erkenntnisse wurden in einem Bericht für die Stadt Heilsbronn eingearbeitet.

Ziele

- Analyse des Parkverhaltens in der Innenstadt
- Identifizierung der Dauerparker und deren Parkdauer
- Handlungsempfehlung an die Stadt Heilsbronn

Ergebnisse & weitere Planung

Die Annahme, dass viele Parker die vorgeschriebene Parkdauer von 90 Minuten mit Parkscheibe nicht einhalten, wurde bestätigt. Jeder fünfte Parker (20%) hält sich nicht an die zulässige Parkdauer, die Hälfte davon parken sogar länger als drei Stunden in der Innenstadt. Vor allem im Bereich des Münsters standen viele Dauerparker. Die Bereiche an der Hauptstraße und rund um das Rathaus (Kammereckerplatz und Lindenplatz) wiesen dahingegen sehr kurze Belegzeiten auf. Insgesamt findet man irgendwo in der Innenstadt immer einen freien Parkplatz. Zwischen 10:30 und 11:30 Uhr sowie zwischen 16:30 und 17:30 gab es die wenigsten freien Parkplätze. Ausweichparkplätze für Dauerparker in der Tiefgarage (gebührenpflichtig) und am Freibad (gebührenfrei) waren den ganzen Tag vorhanden.

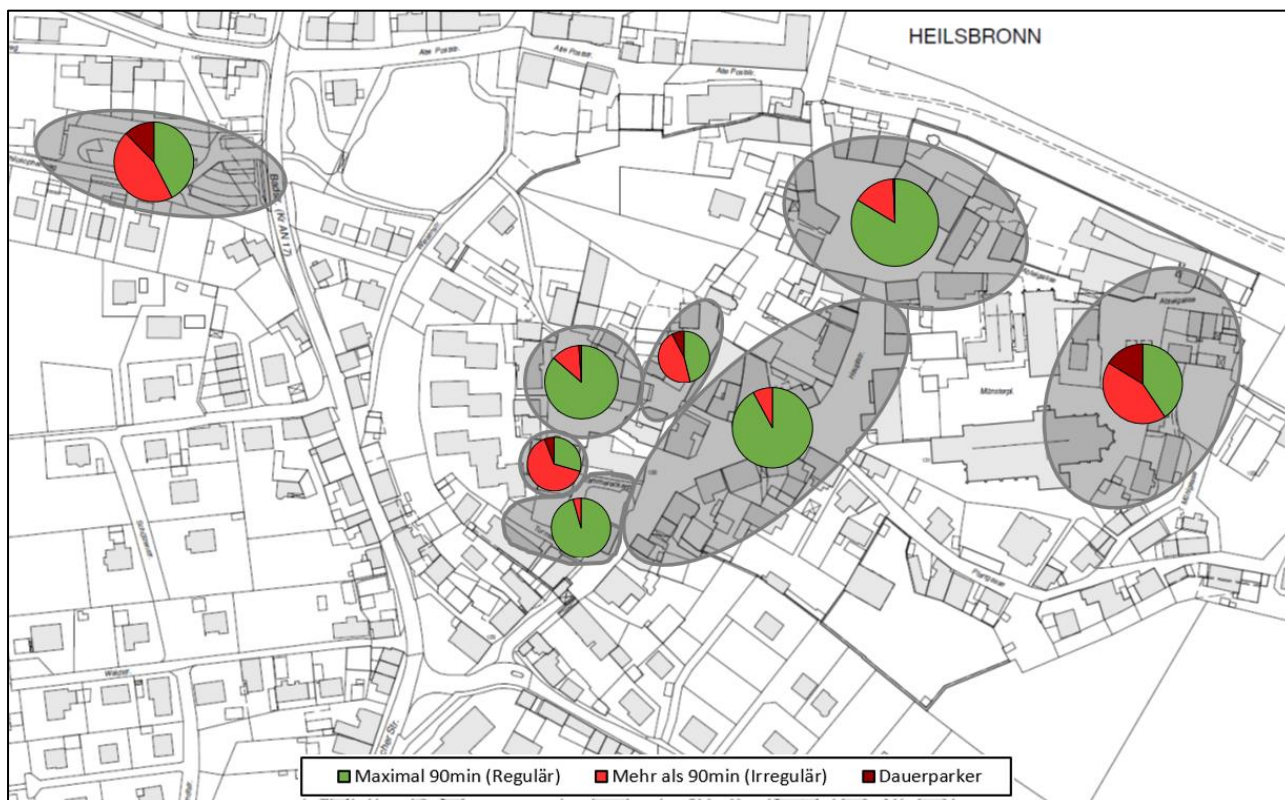


Abbildung 6: Kurzdarstellung der Parkdauer nach Bereichen

In der Ansbacher Straße wurden mittlerweile weitere Innenstadtnahe Parkplätze als Alternative geschaffen. Geplant ist außerdem, die Langzeit- und Dauerparker mit einem Handzettel freundlich auf ihr Fehlverhalten hinzuweisen und damit eine Veränderung ihres Parkverhaltens zu erreichen.

4.2.2 Betriebscheck

Beschreibung

Das Citymanagement Heilsbronn hat im Jahr 2017 einen Betriebscheck mit geeigneten Einzelhandels-, Ladendienstleistungs- und Gastronomiebetrieben aus der Innenstadt von Heilsbronn durchgeführt. Mit diesem Betriebscheck wurde die Ist-Situation der Gewerbetreibenden analysiert. Außerdem wurden Schwachstellen und Besonderheiten identifiziert. Hierzu wurde vom Citymanagement mit 25 Inhabern von Innenstadt-Betrieben ein Betriebscheck durchgeführt. Die Betriebschecks erfolgten in einem leitfadengeführten Interview. Das Citymanagement wertete die Interviews anschließend aus und führte die Erkenntnisse in einem Bericht zusammen. Die teilnehmenden Gewerbetreibenden bekamen neben diesem Bericht jeweils auch eine Einschätzung des Citymanagements zu ihrem Betrieb und persönliche Verbesserungsvorschläge.

Ziele

- Situation der Gewerbetreibenden der Innenstadt ermitteln
- Stärken/Schwächenanalyse der Betriebe
- Empfehlungen für Gewerbetreibende und Stadtverwaltung

Ergebnisse & weitere Planung

Eine wesentliche Erkenntnis aus dem Betriebscheck ist, dass nur gut die Hälfte der befragten Gewerbetreibenden mit dem eigenen Standort in der Innenstadt zufrieden ist – dies kann als Hinweis gewertet werden, dass der Einzelhandelsstandort Innenstadt gefährdet ist und besonderer Aufmerksamkeit bedarf. Einzelne „Perlen“ (einzigartige Geschäfte) sind aber vorhanden; diese müssten aber von der Bevölkerung mehr entdeckt werden.

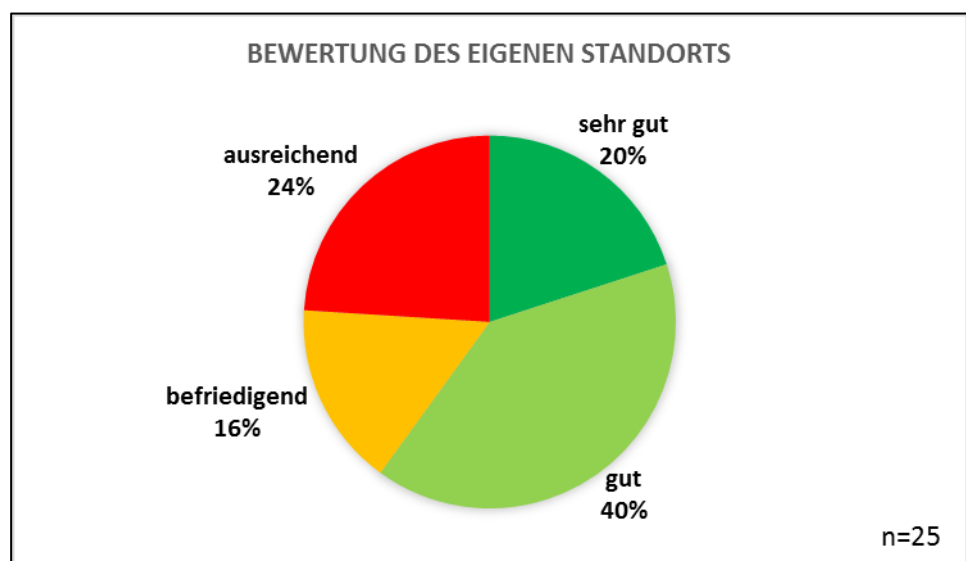


Abbildung 7: Bewertung des eigenen Standorts

Die Innenstadtgeschäfte selbst sehen als ihre große Stärke die vielen zusätzlichen Service-Dienstleistungen wie Wartungs- und Reparaturservices, Ersatz bei Reparaturen, Lieferservice, Kulanz bei Reklamationen oder die Beschaffung von nicht im Angebot befindlichen Waren.

Die Qualität der Schaufenstergestaltung in der Innenstadt ist sehr unterschiedlich. Einzelnen Geschäften legen großen Wert darauf und man ist gespannt, was es als nächstes im Schaufenster zu sehen gibt. Bei vielen ändert sich die Gestaltung aber selten. Das Citymanagement hat sich dafür eingesetzt, dass im Herbst 2018 eine Informationsveranstaltung des Regionalmanagements des Landkreises Ansbach zur Schaufenstergestaltung in Heilsbronn stattfinden wird.

Bis auf wenige Ausnahmen werben alle Betriebe der Innenstadt. Jeder Betrieb wirbt jedoch meist für sich alleine. Durch gemeinsame Auftritte der Heilsbronner Geschäftswelt mit thematisch gemeinsamer Werbung kann der Werbeeffect noch weiter verbessert werden.

Die Online-Präsenz einiger Betriebe ist in unseren Augen verbesserungswürdig. Hierzu plant das Citymanagement gemeinsam mit dem Gewerbeverein einen gemeinsamen Onlineauftritt aller Heilsbronner Betriebe.

Die Erkenntnisse aus dem Betriebschecks werden auch in die Aktualisierung des Einzelhandelskonzeptes 2018 mit einfließen.

4.2.3 Baustellenmarketing Hauptstraße

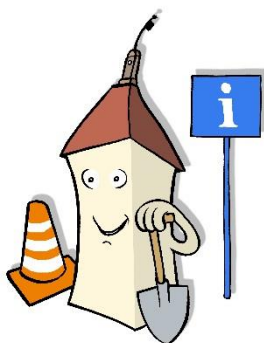


Abbildung 8: Baustellenmaskottchen

Beschreibung

Im Herbst 2017 begann die Erneuerung des Frisch- und Abwasserkanal in der Hauptstraße. Das Citymanagement ist hierzu von der Lenkungsgruppe beauftragt worden, die Betriebe in der Innenstadt während der Baumaßnahmen in der Hauptstraße mittels eines Baustellenmarketings zu unterstützen. Das Baustellenmarketing soll in der Zeit der Baustellenphase Anreize für Kunden schaffen die Innenstadtgeschäfte auch während der Baustellenzeit zu besuchen und die erwartbaren Umsatzeinbußen so gering wie möglich zu halten.

Zu Beginn wurde vom Citymanagement die Gestaltung eines Baustellenmaskottchens angeregt. Mit einem Baustellenmaskottchen baut die Stadt Heilsbronn eine Marke auf, die sie in Zukunft für alle städtischen Baustellen benutzen kann. Das Baustellenmaskottchen wurde vom Designer des bereits bestehenden Türmchen-Logos gestaltet, auf dessen Grundlage dieses auch aufgebaut wurde.

Des Weiteren setzte sich das Citymanagement für eine umfassende Kommunikationsstrategie ein. Die Bürger und Kunden der Innenstadt sollen über verschiedene Kommunikationskanäle (Zeitung, Monatsblatt, Aushänge, Plakate, Banner, Homepage, Facebook etc.) Informationen über die Baustelle in der Hauptstraße erhalten. Hierfür beauftragte das Citymanagement einen Grafiker, der Banner und Plakate gestaltete, die gut sichtbar an den Einfallstraßen aufgestellt wurde. Die Idee einer eigenständigen Baustellenhomepage wurde nach einer ausführlichen Prüfung aufgrund der hohen Entwicklungskosten wieder verworfen.

Gemeinsam mit der Projektgruppe Einzelhandel und dem Citymanagement wurde die Idee eines Baustellen-Loses geboren. Alle Kunden, die in der Innenstadt während der Baumaßnahme in der Hauptstraße einkaufen, sollten mit einem Baustellen-Los belohnt werden. Diese Aktion soll die Frequentierung der Innenstadt während der Baustelle erhalten. Mit dem Los können die Kunden einen von sieben Gutscheinen im Wert von 50 € gewinnen. Die Gutscheine setzten sich aus fünf Baustellengutscheinen á 10 € zusammen, denn so können die Gutscheine bei mehr als nur einem Geschäft eingelöst werden. Das Citymanagement hat die Gestaltung der Lose, Baustellengutscheine und dazugehörigen Werbeplakate koordiniert und an einen Grafikerdesigner vergeben.

Während der Bauphase ist eine Baustellenbesichtigung geplant, um Interessierten die verschiedenen Arbeitsschritte der Baumaßnahme zu erläutern.



Abbildung 9: Baustellenbanner



Abbildung 10: Vorder- und Rückseite Baustellen-Los



Abbildung 11: Baustellengutschein

Ziele

- Abmilderung voraussichtlicher Umsatzrückgänge während der Baustellenphase in der Hauptstraße
- Frequentierung der Innenstadt während der Bauphase erhalten
- Der Symphatieträger Baustellenmaskottchen soll Verständnis bei den Kunden für Einschränkungen bei der Baustelle wecken

Ergebnisse & weitere Planung

Bei den verschiedenen Maßnahmen im Rahmen des Baustellenmarketings in der Hauptstraße wurde immer das Baustellenmaskottchen verwendet. Auch bei allen anderen Baustellen außerhalb der Altstadt wird nun das Baustellenmaskottchen verwendet.

Die Aktion Baustellen-Los wird von den Kunden sehr gut angenommen. Die teilnehmenden Gewerbetreibenden stehen voll hinter der Aktion. Geplant ist, das Baustellen-Los bis zum Ende der Baustelle im April 2018 zu verteilen.

Im März/April 2018 soll die Baustellenbesichtigung während des zweiten Bauabschnitts stattfinden. Hierzu werden Mitarbeiter des Bauamts interessierten Bürgern die Baustelle erklären, die Geschäfte in der Innenstadt länger geöffnet haben und eine Fotoaktion für Kinder (mit Minibagger) stattfinden.

4.2.4 Onlineauftritt Gewerbetreibende

Beschreibung

Im Internet auffindbar zu sein ist ein wesentlicher Erfolgsfaktor für Betriebe in der heutigen Zeit. Untersuchungen zeigen die Wichtigkeit der Nutzung möglichst vieler Kommunikationskanäle (Multi-Channel-Ansatzes) beim Marketing von Betrieben. Im Rahmen des Betriebschecks haben wir bei einigen Betrieben in der Heilsbronner Innenstadt eine schlechte Auffindbarkeit im Internet festgestellt. Fußend auf dieser Erkenntnis wurde im Rahmen der Projektgruppe Einzelhandel die Idee eines neuen gemeinsam Internetauftritts aller Heilsbronner Gewerbetreibenden geboren. Aufgrund der Wichtigkeit moderner Kommunikationskanäle bietet sich hier die Chance, gerade vor dem Hintergrund der regionalen und lokalen Konkurrenzsituation einen Vorteil in Darstellung und Vermarktung für den Standort Heilsbronn und insbesondere der Innenstadt zu generieren.

Geplant ist eine gemeinsame Homepage mit allen Heilsbronner Betrieben. Diese soll eine zentrale Karte, auf der alle Teilnehmer eingezeichnet sind, ein Branchen- und Firmenverzeichnis, eine Suchfunktion (Firmen und Produkt bzw. Dienstleistungssuche) und eine attraktive Gestaltung der einzelnen Firmenprofile mit Lage, Öffnungszeiten, Branche und Sortimenten / Spezialisierungen inklusive der Möglichkeit auch aktuelle Angebote einstellen zu können, beinhalten.

Das Citymanagement wird im Rahmen der Akquise gemeinsam mit dem Heilsbronner Gewerbeverein eine Informationsveranstaltung für alle Gewerbetreibenden organisieren sowie die Gestaltung der Homepage koordinieren (Ausschreibung Webdesigner, Einholen von Angeboten etc.).

Ziele

- Darstellung des gesamten Heilsbronner Gewerbes auf einer eigenen Homepage
- Vernetzung der Heilsbronner Gewerbetreibenden
- Förderung des Zusammenhalts unter den Heilsbronner Gewerbetreibenden

Ergebnisse & weitere Planung

Das Citymanagement hat die Idee bereits bei der Jahreshauptversammlung des Heilsbronner Gewerbevereins vorgestellt. Aufgrund der Planungen der diesjährigen Gewerbeschau soll die Idee jedoch erst im Jahr 2018 weiterverfolgt werden.

4.2.5 Gastronomie

Beschreibung

An das Citymanagement wurde von Seiten der Lenkungsgruppe und aus vielen Gesprächen mit lokalen Akteuren herangetragen, dass sich in den letzten Jahren die Struktur der Gastronomie in der Innenstadt sehr gewandelt hat. Gaststätten haben geschlossen, den Besitzer gewechselt oder verringerte Öffnungszeiten. Das Citymanagement wurde beauftragt, dieser Entwicklung entgegenzuwirken.

Im Januar führte das Citymanagement bei allen Gastronomiebetrieben in der Innenstadt einen kleinen Betriebscheck durch. Hierfür wurde der Innen- und Außeneindruck der Gaststätten vom Citymanager benotet und eine Karte aller Gastronomiebetriebe in der Innenstadt nach deren Betriebsarten erstellt.

Des Weiteren wurden Expertengespräche mit dem DEHOGA Geschäftsführer für Mittelfranken und mit dem Leiter des Gastronomischen Berufsbildungszentrums der IHK Mittelfranken in Rothenburg geführt, um geeignete Verbesserungsmöglichkeiten für die Gastronomie in der Innenstadt von Heilsbronn zu ermitteln.

Das Citymanagement hat Kontakt mit den Besitzern der leerstehenden Gastronomieimmobilien aufgenommen, um zu erfahren, woran eine erneute gastronomische Nutzung scheitert.

Im Sommer 2017 wurde ein Treffen der Gastronomen aus der Innenstadt vom Citymanagement geplant und durchgeführt. Bei dem Treffen wurde das Image der Gastronomie mit den Gastronomen diskutiert und gemeinsam Ideen für gemeinsame Aktionen gesammelt.

Ziele

- Ist-Situation der Gastronomiebetriebe ermitteln
- Stärken und Verbesserungspotenziale der Betriebe erkennen
- Attraktivitätssteigerung der Innenstadt

Ergebnisse & weitere Planung

In der Innenstadt gibt es ein breit gefächertes Angebot an unterschiedlichen Gastronomiebetrieben (Bar, Bistro, Café, Gaststätte, Imbiss, Pizzeria, Spielothek), jedoch ist das Angebot an Speisegaststätten sehr gering.

Laut den Experten von der DEHOGA und der IHK ist die Situation hinsichtlich der Gastronomie in den meisten Kleinstädten vergleichbar mit der in Heilsbronn. Es werden Seminare zur Leistungsverbesserung oder Nachfolgersuche angeboten, aber kaum von den Gastonomen wahrgenommen.

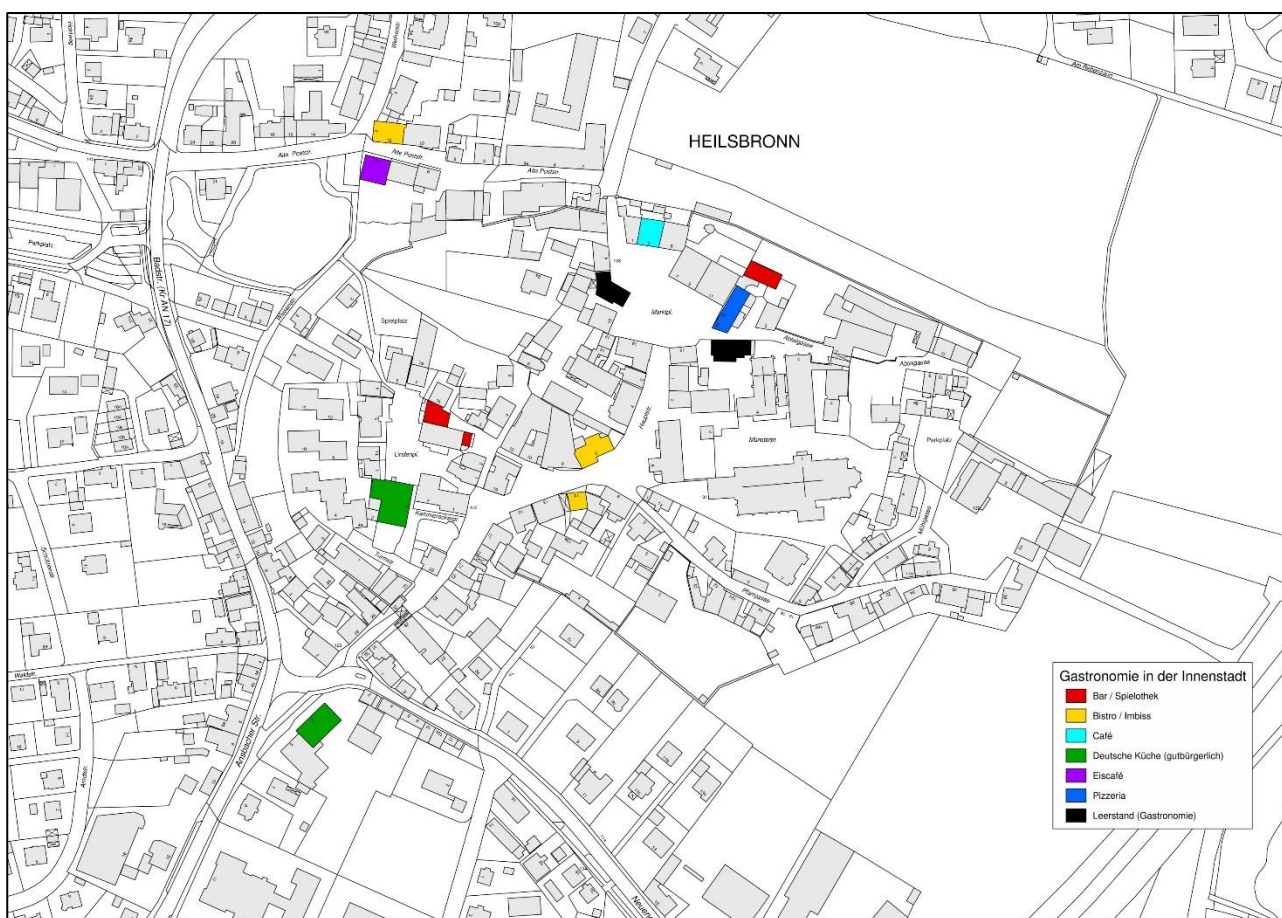
Die leerstehenden Gastronomieimmobilien sind schwer wieder gastronomisch zu nutzen, da die Kosten für Sanierungsarbeiten häufig hoch sind. Des Weiteren lassen sich momentan sehr schlecht neuen

Betreiber finden, da diese erstmal die Baumaßnahmen in der Innenstadt abwarten möchten.

Das Citymanagement schlug mehrere gemeinsame Aktionen vor:

- Aktionswochen (Karpfen, Klosterpfeifen, Liberti-Lebkuchen)
- Bonuskarten für umsatzschwache Tage
- Specials für besondere Gruppen (Familien, Senioren, Singles)

Gemeinsame Aktionen der Innenstadtgastronomen sind aber laut den Gastronomen erst nach den Baumaßnahmen in der Innenstadt gewünscht.



5 Ausblick

Im November 2017 hat sich der Stadtrat dafür ausgesprochen, das Citymanagement vom Büro PLANWERK um weitere zwei Jahre zu verlängern.

Die Hauptaufgabe des Citymanagements in den kommenden Jahren wird die Organisation des Baustellenmarketings zur Begleitung der Baumaßnahmen in der Hauptstraße und am Marktplatz sein. Hierbei ist die öffentlich-private Kooperation zwischen Gewerbetreibenden, Gewerbeverein und der Stadtverwaltung von Heilsbronn unerlässlich. Diese hat in den vergangenen beiden Jahren bereits gut funktioniert, wenngleich dieser Prozess immer wieder neu angeschoben werden muss.

Eine weitere Aufgabe des Citymanagements ist die grundsätzliche Entwicklung der Innenstadt von Heilsbronn. Hierzu sind mehrere Projekte geplant. Zur Stärkung des vorhandenen Einzelhandels in der Innenstadt ist die Umsetzung eines gemeinsamen Onlineauftritts aller Gewerbetreibenden aus Heilsbronn vorgesehen. Um bereits existierende wie auch zukünftige Leerstände wieder zu beleben soll ein Leerstandsmanagement durchgeführt werden. Hierzu wird das Citymanagement mit allen Eigentümern Kontakt aufnehmen und geeignete Möglichkeiten zur Weiterentwicklung der leerstehenden Immobilien erörtert. Mit einer Imagekampagne soll die Sicht der Bürger auf ihre Stadt gestärkt und Besonderheiten Heilsbronns herausgestellt werden.

Weitere öffentlich-private Projektideen aus der Bevölkerung zur Stärkung der Innenstadt sind wünschenswert und werden vom Citymanagement gerne weiterverfolgt. Das Citymanagement unterstützt gerne private Akteure, die sich in den Innenstadtentwicklungsprozess einbringen möchten, um die Entwicklung der Innenstadt von Heilsbronn im Ganzen voranzutreiben.

Insgesamt lässt sich für das zweite Projektjahr sagen, dass mit den oben genannten Maßnahmen und Projekte viel erreicht wurde. Die Zusammenarbeit mit den einzelnen Gewerbetreibenden aus der Innenstadt, dem Verein der Heilsbronn Gewerbetreibende, der Projektgruppe Einzelhandel und der Stadtverwaltung verlief reibungslos.

Nürnberg, im Mai 2018