

Citymanagement Heilsbronn

Tätigkeitsbericht für das Jahr 2018



Nürnberg, März 2019



Bundesministerium
des Innern, für Bau
und Heimat



**STÄDTEBAU-
FÖRDERUNG**
von Bund, Ländern und
Gemeinden



Bayerisches
Staatsministerium
für Wohnen, Bau und
Verkehr



AUFTRAGGEBER

Stadt Heilsbronn
Kammereckerplatz 1
91560 Heilsbronn

AUFTRAGNEHMER

	Gunter Schramm, M.A. Claus Sperr, Dipl.-Geogr. Stadtplaner & Geografen
<ul style="list-style-type: none">■ STADTENTWICKLUNG■ STADTMARKETING■ VERKEHR	Äußere Sulzbacher Straße 29 90491 Nürnberg
	Tel.: 0911 / 65 08 28-0 Fax: 0911 / 65 08 28-10
	kontakt@planwerk.de www.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/oder der Stadt Heilsbronn.

Inhaltsverzeichnis

1	Grundlagen	5
2	Organisationsstruktur	6
3	Ziele des Entwicklungsprozesses	7
4	Projektdarstellung 2018	8
4.1	Organisatorisches und Repräsentation	8
4.1.1	Treffen der Lenkungsgruppe	8
4.1.2	Netzwerkarbeit und Bürgersprechstunde	10
4.1.3	Presse- und Öffentlichkeitsarbeit	11
4.2	Projekte	12
4.2.1	Baustellenmarketing Hauptstraße	12
4.2.2	Onlineauftritt Gewerbetreibende	14
4.2.3	Testimonialkampagne	15
4.2.4	Baustellenmarketing Marktplatz	17
4.2.5	Gastronomie	19
4.2.6	Leerstandsmanagement	20
5	Ausblick	21

Verzeichnis der Abbildungen

Abbildung 1: Arbeitsablauf Citymanagement, Mitglieder der Lenkungsgruppe (Stand Ende 2018) ..	6
Abbildung 2: Anzeige im Heilsbronner Monatsblatt (Ausgabe 04/2018).....	11
Abbildung 3: Artikel in den Habewind News (Ausgabe 322-2018).....	11
Abbildung 4: Artikel in der FLZ (Ausgabe vom 23.04.2018).....	13
Abbildung 5: Banner über den Toren – Oberes Teilstück.....	13
Abbildung 6: Banner über den Toren - eines der Unteren Teilstücke.....	13
Abbildung 7: Testimonialkampagne / Thema 2 "Gelebte Solidarität (Januar 2019)	16
Abbildung 8: Testimonialkampagne / Thema 3 "Jugend" (Februar 2019)	16
Abbildung 9: Bauzaunbanner Einfallsstraßen	18
Abbildung 10: Bauzaunbanner Abteigasse	18

1 Grundlagen

Die Stadt Heilsbronn wird auch 2018 im Bund-Länder-Städtebauförderprogramm „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, das auch in das ISEK eingearbeitet worden ist. Dieses EEK wurde 2018 aktualisiert.

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, meist 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 zu festen Öffnungszeiten für die örtlichen Akteure erreichbar ist.

2 Organisationsstruktur

Das Citymanagement wird förder technisch über die Verwaltung der Stadt Heilsbronn abgewickelt.

Als regelmäßiges Austauschgremium fungiert die Lenkungsgruppe. Die Treffen 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 Stadtratssitzungen der Stadt Heilsbronn teil, um dort spezifische Projekte vorzustellen und für Akzeptanz sowie Zustimmung bei den städtischen Entscheidern zu werben.

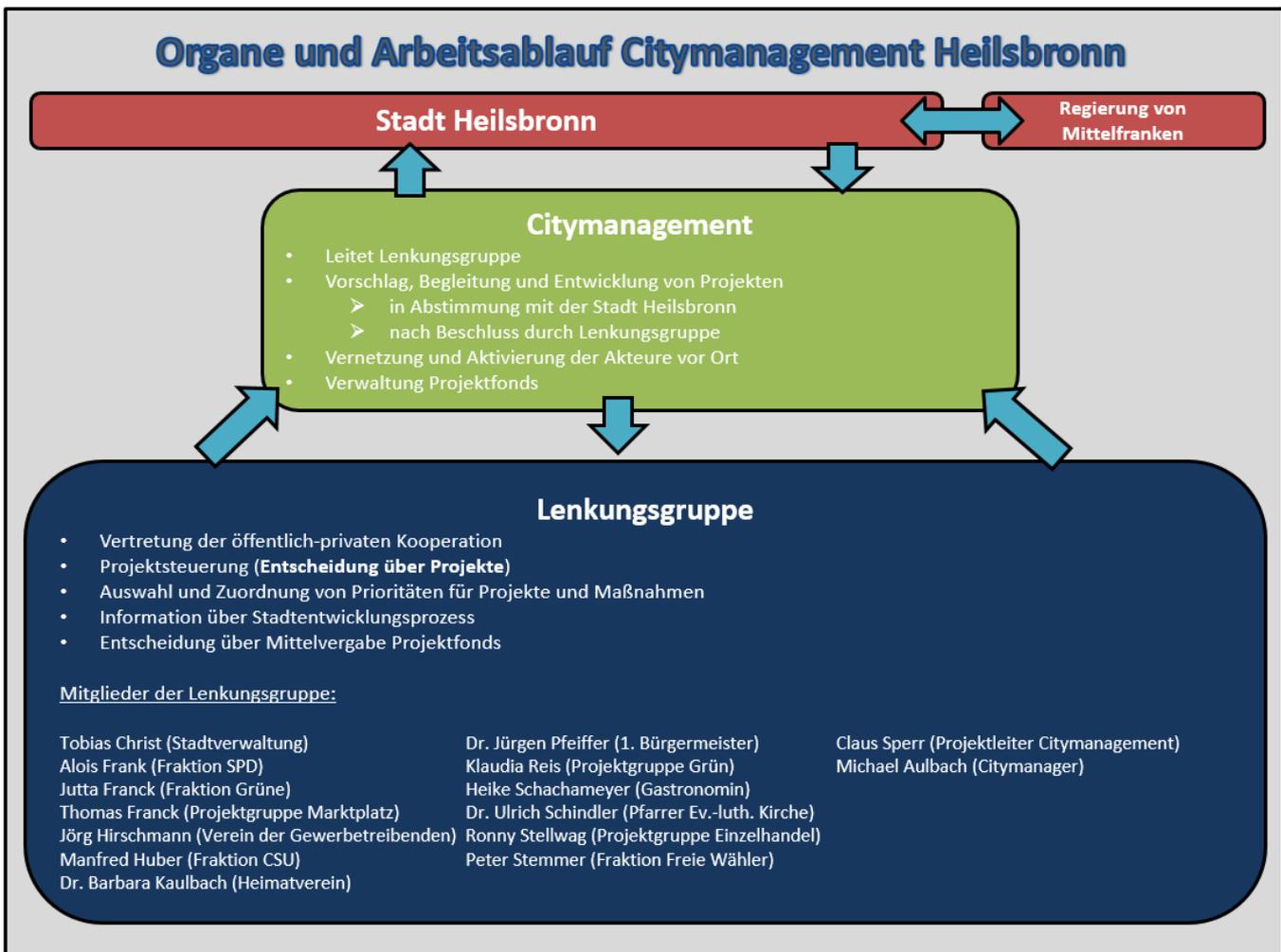


Abbildung 1: Arbeitsablauf Citymanagement, Mitglieder der Lenkungsgruppe (Stand Ende 2018).

3 Ziele des Entwicklungsprozesses

Grundlage des Entwicklungsprozesses sind die Erkenntnisse und Projektideen, die im Rahmen des integrierten 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 attraktiver 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 sind gerade vor dem Hintergrund der Konkurrenzsituationen zu den Nachbarkommunen sowie bzgl. des Online-Handels unabdingbar für den Standort Heilsbronn.

Demzufolge verfolgen die vom Citymanagement initiierten und/oder durchgeführten 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 2018

Die Aufgaben des Citymanagements in Heilsbronn sind vielfältig. Auf Basis des integrierten 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 2018 vor allem das Baustellenmarketing Hauptstraße, der gemeinsame Onlineauftritt der Heilsbronner Gewerbetreibenden, die Vorbereitung und der Start einer Imagekampagne und das Baustellenmarketing Marktplatz.

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:

Tobias Christ (Fachbereichsleiter Bürgerservice, Planen & Bauen)
Jutta Franck (Fraktion BÜ90/Die Grünen)
Alois Frank (Fraktion SPD)
Manfred Huber (Fraktion CSU)
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)
Dr. Barbara Kaulbach (Heimatverein)
Klaudia Ries (Projektgruppe Grün)
Heike Schachameyer (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 Laufe des Jahres kam es zu zwei Veränderungen in der Lenkungsgruppe. Im Frühjahr 2018 verstarb das Lenkungsgruppenmitglied Herbert Kempf. Stattdessen nimmt den Platz für den Heimatverein Frau Dr. Barbara Kaulbach ein. Seit September 2018 hat Herr Tobias Christ für Herrn Walter Hufnagel die Fachbereichsleitung Bürgerservice, Planen und Bauen und dessen Sitz in der Lenkungsgruppe übernommen.

Im Jahr 2018 fanden drei Treffen der Lenkungsgruppe statt:

7. Treffen am 06.03.2018:

- Bericht über laufende Projekte (Baustellenmarketing Hauptstraße, Imagekampagne, Onlineauftritt der Betriebe)
- Ausblick über geplante Projekte (Baustellenmarketing Marktplatz, Leerstandsmanagement)
- Präsentation der Ergebnisse des Betriebschecks

8. Treffen am 12.06.2018:

- Behandlung der Anträge des Heimatvereins
- Planungsstand über Imagekampagne sowie Baustellenmarketing Hauptstraße und Marktplatz

9. Treffen am 25.09.2018:

- Bericht über laufende Projekte (Gastronomie, Imagekampagne)
- Präsentation der weitergeführten/geplanten Projekte für 2019 (Baustellenmarketing Marktplatz, Leerstandsmanagement, Onlineauftritt der Betriebe, Wochenmarkt)
- Diskussion über mögliche weitere Projektideen für 2019

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.

4.1.2 Netzwerkarbeit und Bürgersprechstunde

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.

4.1.3 Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Beschreibung

Das Citymanagement versucht über verschiedene Medien wie die Fränkische Landeszeitung (FLZ), das Heilsbronner Monatsblatt, die regional erscheinenden Habewind News, die Rubrik des Citymanagements auf der Website der Stadt Heilsbronn sowie die Facebook-Seite des Bürgerservices der Stadt Heilsbronn die Öffentlichkeit zu informieren. Die Einbindung der Presse ist ein nicht zu vernachlässigender Aspekt der Außendarstellung des Citymanagements.

Gegenstand der veröffentlichten Artikel im Jahr 2018 waren vor allem Informationen über das Baustellen-Los und die monatlichen Gewinner-Losnummern. Ab Dezember 2018 wird jeden Monat im Heilsbronn Monatsblatt, den Habewind News sowie auf der Homepage, dem Facebookauftritt und dem Whatsapp Newsletter der Stadt das neue Thema der Imagekampagne präsentiert.

Auf der Unterseite Stadtentwicklung der Homepage der Stadt Heilsbronn wird dem Bürger das Citymanagement samt den Institutionen Lenkungsgruppe und Projektfonds erklärt. Des Weiteren wird dort auf das kommunale Förderprogramm hingewiesen und es werden die bereits veröffentlichten Themen der Imagekampagne präsentiert.

Wirkung & weitere Planung

Die Homepage der Stadt Heilsbronn und das Heilsbronner Monatsblatt sowie eine kontinuierliche Pressearbeit sind elementare Bestandteile in der Kommunikation des Citymanagements.

BAUSTELLENEVENT
 vorm Bürgertreff

Samstag 21. April 2018
 11 bis 15 Uhr

- Informationen zur Baustelle
- Geöffnete Geschäfte in der Innenstadt
- Baustellen-Brotzeit im Bürgertreff
- Fotoaktion für Kinder im Minibagger

Baustelle Innenstadt!

NA UND! Alles bleibt erreichbar!

Die Aktion „Baustellen-Los“ wird über den April 2018 hinaus bis zum Ende der Baustelle in der Hauptstraße verlängert.

GOLDSCHMIEDE RÄMMENSEE
 Wir feiern **20** JAHRE
 Heilsbronn-baut-um die Preise purzein!
20% auf alle Schmuckstücke vom 17.-21. April
 Hauptstraße 13, 91550 Heilsbronn
 Telefon 09172 937
 Öffnungszeiten: Di-Fr 10-12 Uhr, Sa 10-12 Uhr
 oder termi nach Vereinbarung

Tiefbauarbeiten in der Innenstadt / Hauptstraße
Baustellen-Los – Ziehung der Gewinner im März!
 Alle Kunden erhalten bei ihrem Einkauf in den nachfolgend genannten teilnehmenden Heilsbronner Einzelhandelsgeschäften ein Baustellen-Los.
 Mit diesem Los haben Sie die Chance, jeden Monat einen von sieben Einzahlungsbeträgen im Wert von 50 € zu gewinnen. Jeden ersten Donnerstag im Monat erfolgt die Ziehung der Gewinnerinnen, nicht ganzogenes Lose werkschließen in der Lose-Trommel. Lose des Monats bitte bis zum Schluss aufheben und jeden Monat mit der Ziehung vergleichen!
Gewinner der ersten Ziehung im Dezember 2017:
 Los Nummern: 025476, 103864, 502547, 400261, 501761, 110694, 101091
 Abholung der Gutscheine: Buchhandlung am Markt, Abteigasse 3
Gewinner der zweiten Ziehung im Januar 2018:
 Los Nummern: 52741, 105427, 506334, 407536, 501803, 405249, 600769
 Abholung der Gutscheine: SKR880 Parlys Schreib- und Spielwaren, Hauptstraße 4
Gewinner der dritten Ziehung im Februar 2018:
 Los Nummern: 025476, 103864, 502547, 400261, 501761, 110694, 101091
 Abholung der Gutscheine: Blumen Zschler, Lindengasse 6
Alte Info-Mittelstufen der Baustelle zum Baustellen-Los, die Gewinnerinnen je Monat, in welchem Geschäft Sie die Gewinnkartechen abholen können und eine Liste der teilnehmenden Geschäfte bekommen Sie auf der Homepage www.heilsbronn-baut-um.de
Stoff am Turm Baustellenevent
 Wir laden am 21. April von 9-15 Uhr für Sie ein!
 Christine Heß - Hauptstr. 23 - Heilsbronn - Tel. 2702
 Der erste andere Stoffladen
 April 2018 • Heilsbronner Monatsblatt 5

Abbildung 2: Anzeige im Heilsbronner Monatsblatt (Ausgabe 04/2018)

Ausgabe 322-2018 **UNSERE FRÄNKISCHE HEIMAT • HABEWIND NEWS** 39

Selbstbewusstes „Miteinander für unsere Stadt“

HEILSBRONN
 „Hier spielt die Musik“ heißt es dieser Tage im Dezember auf Plakaten und in Anzeigen. Stadtkapellenerleiter Claus Berner und Sängerin Sabine Berr strahlen stellvertretend für viele musikverbundene Menschen dem Betrachter entgegen. Analog wie digital präsentiert sich die Stadt Heilsbronn derzeit selbstbewusst in ihrer musikalischen Vielfalt – und das ist erst der Anfang. Zum Auftakt des dahintersteckenden Konzepts – Testimonialkampagne sagen die Fachleute dazu – hatte Bürgermeister Dr. Jürgen Pfeiffer alle Beteiligten in den Konventsaal geladen. In seiner Begrüßung betonte der Bürgermeister, dass die Lage für den Einzelhandel zwar nicht leicht sei, jedoch „so schwierig, wie es aussieht, ist es auch nicht.“ Die Bürgerinnen und Bürger hätten es schließlich in der Hand, wie lebendig es in ihrer Stadt zuzugie, indem sie einfach das, was sie brauchen, vor Ort kaufen würden. Vor diesem Hintergrund entstand Anfang des Jahres die Idee einer Kampagne, mit der man, wie City-Manager und Projektleiter Claus Sperr vom Büro Planwerk erläuterte, „die Dinge herausfinden wollte, bei denen Heilsbronn toll aufgestellt ist.“ Und das Ergebnis kann sich sehen lassen: Nach Stadtratsbeschluss und Zusage der Städtebauförderung (Stärkung der Innenstadt), Bildung einer Lenkungsgruppe und anschließend Projektgruppe erarbeiteten Bürgerinnen und Bürger zusammen mit der Stadtverwaltung und Marketingfachleuten 10 Themen, die ihnen für ihre Stadt am herausragendsten erschienen. Als verbindendes Motto entschied man sich für das „Miteinander für unsere Stadt“. Für jedes Thema wurden dann, so Sperr Kollegin Carmen Sommer, zwei sogenannte „Testimonials“ ausgewählt, also Personen, die stellvertretend für die Gemeinschaft auf einem Plakat erscheinen und der ganzen Sache ein Gesicht und eine Aussage geben. Fotos und Plakatgestaltung überließ man natürlich zwei Profis. Und so wird es nach dem Thema „Musikalische Vielfalt“ vom Dezember weitergehen: Gelebte Solidarität (Januar), Jugend (Februar), Münster und Jakobsweg (März), Einzelhandel (April), Freizeit (Mai), Kunst (Juni), Urbanes Landleben (Juli), Vielfältiges Vereinsleben (August) und Kultur (September). Als Dankeschön für alle Beteiligten gab es Lebkuchen – „die wurden in Heilsbronn erfunden“ – aus der Hand des Stadtoberhaupts und passend zum ersten Testimonial Musik von einer kleinen Abordnung der Stadtkapelle, die sogar den Heilsbronner Komponisten Hans Schmidt (1902-1982) mit einem Stück erklingen ließ.

Text + Foto: Susanne Hassen

Abbildung 3: Artikel in den Habewind News (Ausgabe 322-2018)

4.2 Projekte

4.2.1 Baustellenmarketing Hauptstraße

Beschreibung

Im Herbst 2017 begann die Erneuerung des Frisch- und Abwasserkanals in der Hauptstraße. Das Citymanagement ist 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.

Im Jahr 2017 wurde vom Citymanagement die Gestaltung eines Baustellenmaskottchens angeregt. 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. Hierzu wurden bereits 2017 Bauzaunbanner gestaltet. Diese wurden auch 2018 weiterhin gut sichtbar an den Einfallstraßen aufgestellt (siehe Abbildung 10 auf Seite 18).

Gemeinsam mit der Projektgruppe Einzelhandel und dem Citymanagement wurde 2017 die Idee eines Baustellen-Loses geboren. Alle Kunden, die 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 Baustellen-gutscheinen 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 Grafikdesigner vergeben.

Während der Bauphase wurde am Samstag, den 21. April 2018 ein Baustellen-Event mit einer angegliederten Baustellenbesichtigung veranstaltet, um Interessierten die verschiedenen Arbeitsschritte der Baumaßnahme zu erläutern. Die Innenstadtgeschäfte hatten an diesem Samstag dafür länger geöffnet, im Bürgertreff wurde eine Baustellen-Brotzeit angeboten und für Kinder gab es eine Fotoaktion mit Fotos im Minibagger. Das Citymanagement hat gemeinsam mit der Projektgruppe Einzelhandel die Organisation der Veranstaltung übernommen.

Um den Kunden bei einer Vollsperrung der Hauptstraße möglichst früh mitteilen zu können, durch welches Altstadttor aus man wie weit in die Innenstadt fahren kann, wurden am unteren und oberen Tor Banner mit dieser Information angebracht. Das Layout und der Inhalt dieser Banner wurden gemeinsam durch die Projektgruppe Einzelhandel und

das Citymanagement festgelegt. Das Citymanagement gab den Druck in Auftrag und veranlasste die Anbringung der Banner.

Ziele

- Abmilderung voraussichtlicher Umsatzrückgänge während der Baustellenphase in der Hauptstraße
- Frequentierung der Innenstadt während der Bauphase erhalten

Ergebnisse & weitere Planung

Die Besucherzahl des im April durchgeführten Baustellen-Events war leider sehr gering, obwohl dafür in allen Kanälen geworben wurde. Die Aktion Baustellen-Los wurde von den Kunden hingegen sehr gut angenommen. Die teilnehmenden Gewerbetreibenden standen voll hinter der Aktion. Der Zeitraum der Losausgabe wurde noch zweimal verlängert, da sich das Ende der Baumaßnahme im Verlauf der Bauarbeiten verzögerte. Schlussendlich wurden ca. 70.000 Baustellen-Lose in 10 Monaten verteilt. Der Aktionszeitraum ging von Mitte Oktober 2017 bis Ende August 2018.

Bei der Sanierung des Marktplatzes wird es ein weiteres Baustellenmarketing mit anderen Aktionen geben (siehe Kapitel 4.2.4).

Hinter den Kulissen der Baustelle in der Hauptstraße

Heilsbronner konnten sich Informationen aus erster Hand holen – Kinder durften auf einem Bagger sitzen – Letzter Abschnitt ab Mitte Mai

VON ECKARD DÜRR

HEILSBRONN - Seit dem vergangenen Herbst sind fast täglich viele Heilsbronner mit der Baustelle in der Hauptstraße konfrontiert – weil der Verkehr mit einer Ampel geregelt wird und Bauzäune den Fußgängern gewohnte Wege versperren. Doch sich aus erster Hand informieren, was eigentlich geschieht, wollten am Samstag nur wenige Bürger.

Dabei war der „Baustellenevent“ mehr als reine Information. Kinder konnten sich an den Steuerhebeln eines Baggers fotografieren lassen, alle Interessenten sich vor dem Bürgertreff mit Würstchen und Brezen sowie Kaffee und Kuchen verköstigen. Und dann war noch Gelegenheit, Bürgermeister, Stadtratmitgliedern und Rathauspersonal bei einem Schwätzchen die Sorgen vorzutragen.

Baustelle maximal zwei Wochen im Verzug

Fachbereichsleiter Walter Hufnagel und Stefan Wimmer vom Bauamt erläuterten, warum die Hauptstraße aufgedrungen wird. Bevor die Straße eine neue Gestalt erhält, müssen Kanal und Wasserleitung ausgetauscht werden. „Unter laufendem Verkehr eine Herausforderung“, anerkennt Hufnagel die Leistung des Bauunternehmens. Bis zu vier Meter tief liegt der Kanal, jeder Ausbau muss weggefahren werden, viele Leitungen in der Erde mahnen den Baggerfahrer zu erhöhter Vorsicht. Maximal zwei Wochen im Verzug sei die Baustelle aktuell, berichtet er. Ab



Stadtwerkleiter Christian Dobras (links) erläuterte an einem Muster, mit welchem Material die Wasserleitung in der Hauptstraße erneuert wird.



Für die Kinder ein Erlebnis: einmal auf einem echten Bagger sitzen. Stefan Wimmer vom städtischen Bauamt hatte ein Auge auf die Kleinen. Fotos: Dürr

Mitte Mai kommt der letzte Abschnitt von der Sparkasse bis zum Katharinenturm. Etwa sechs Wochen müsse deswegen am Oberton Tor eine Vollsperrung erfolgen.

Der Leiter der Stadtwerke, Christian Dobras, hat die Wasser- und Stromleitungen im Blick. Anhand eines Modells erklärte er Querschnitte, Material und Technik der Hausanschlüsse. Seine Mitarbeiter müssten sehr flexibel arbeiten, weil alle Anwesen immer versorgt sein müssten. „Und wir müssen Sorge tragen, dass das Wasser keimfrei bleibt.“

Eine interessante Herausforderung sei, die vielen historischen Wasserleitungen, Röhrenfahrten genannt, zu finden und intakt zu halten. Früher wurde die Innenstadt über die Röhrenfahrten mit Quellwasser versorgt, heute speisen sie mehrere Brunnen. In den Bestandsplänen seien nicht alle Röhren verzeichnet und vor allem nicht deren Tiefe im Boden, berichtete er. Dies die alten Leitungen in Betrieb erhalten müssen, sei allen Wasserrechten geschuldet.

Die Zusammenarbeit zwischen

Baufirma, Stadt und Gewerbetreibenden in der Innenstadt löbte Rudolf Eger, Vorsitzender des Gewerbevereins. „Die Kunden kommen in die Geschäfte, das ist uns wichtig“, sagte er. Einzelne Klagen seien verständlich. Wegen der Komplettsperrung ab Mitte Mai „schlucken einige Ladenbesitzer“, weiß er. Kunden lockt der Gewerbeverein mit dem Baustellenevent, das alle Kunden in den Innenstadtgeschäften derzeit erhalten. Bis Jahresende würden etwa 100.000 ausgegeben, meinte er. „Vertäulich wird die Aktion bis ins

nächste Jahr verlängert.“ Denn schließlich stehe dann die Gestaltung des Marktplatzes an.

Zeitlich vor dem Baustellenevent lag am Samstag die Aktion „Rama zum“, das jährliche Müllsammeln auf öffentlichen Plätzen. Gut drei Dutzend Teilnehmer, vor allem Familien mit Kindern, waren nach Angaben von Bürgermeister Dr. Jürgen Pfeiffer „mit großer Begeisterung“ dabei. Die Aktion habe eine pädagogische Wirkung, meinte er. Demoralisiert sei weniger Müll gefahren worden als in den Vorjahren.

Abbildung 4: Artikel in der FLZ (Ausgabe vom 23.04.2018)



Abbildung 5: Banner über den Toren – Oberes Teilstück



Abbildung 6: Banner über den Toren - eines der Unteren Teilstücke

4.2.2 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-Ansatz) 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 gemeinsamen 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 die 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 koordiniert die Gestaltung der Homepage: Abstimmung mit der Arbeitsgruppe, dem Gewerbeverein und der Stadt Heilsbronn, Anfertigung der Ausschreibung, Einholen von Angeboten, Ansprache der Mitwirkenden, Öffentlichkeitsarbeit, Unterstützung bei der Beantragung der Fördermittel 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

Aus der Projektgruppe Einzelhandel wurde eine eigene Arbeitsgruppe „Onlineauftritt der Betriebe“ gegründet, welche sich um dieses Projekt kümmert. In der Jahreshauptversammlung des Gewerbevereins wurde die Idee nochmals vorgestellt und der Großteil der anwesenden Gewerbetreibenden bekannte sich zu dem Projekt. Die Umsetzung (Ausschreibung, Angebote, Erstellung der Homepage) und der Start des Onlineauftritts sind für 2019 geplant.

4.2.3 Testimonialkampagne

Beschreibung

Es gibt viele herausragenden Besonderheiten in Heilsbronn, mit denen die Stadt gut punkten kann. Diese Stärken rücken derzeit aber aufgrund von Problemen in der Innenstadt - verschiedene Baumaßnahmen, leerstehende Ladengeschäfte, Rückgang des Einzelhandels und damit einhergehende Funktionsverluste - in den Hintergrund. Mit einer nach innen, vor allem an die Heilsbronner Bewohner gerichteten Imagekampagne soll diesen die Besonderheiten ihre Heimatstadt ins Gedächtnis gerufen werden. Mit einer Imageverbesserung, insbesondere der Innenstadt, soll das Vertrauen in die Stadt und damit auch die Investitionsbereitschaft erhöht werden.

Die Imagekampagne ist als Testimonialkampagne konzipiert, was bedeutet, dass bekannte Personen aus der Stadt der Kampagne ein/ihr Gesicht geben und sich zu einem Themenfeld positiv äußern.

Das Citymanagement koordiniert die einzelnen Schritte der Imagekampagne in Zusammenarbeit mit einer Projektgruppe und der Stadt Heilsbronn: Unterstützung bei der Beantragung der Fördermittel, Gründung einer Projektgruppe, Themenauswahl, Auswahl der Testimonials, Entscheidung über Umsetzungsform der Kampagne, Anfertigung der Ausschreibung für Fotograf und Grafiker, Einholung von Angeboten, Öffentlichkeitsarbeit.

Ziele

- Stärkung des Eigenimages der Stadt
- Hervorheben der Potenziale der Stadt
- Erhöhung der Investitionsbereitschaft in die Innenstadt
- Stolz der Bürger auf eigene Stadt erhöhen

Ergebnisse & weitere Planung

Im Frühjahr 2018 wurde die Projektgruppe „Image“ gegründet. Gemeinsam wurden 10 Themen/Besonderheiten erarbeitet (Musikalische Vielfalt, gelebte Solidarität, Jugend, Jakobsweg, Einzelhandel, Freibad, Kunst, Vereine, urbanes Landleben, Kultur) und jeweils 2 Personen für jedes Thema ermittelt. Die einzelnen Besonderheiten werden Monat für Monat veröffentlicht werden. Ende November 2018 erfolgte eine Auftaktveranstaltung, in der sich die Stadt bei allen 20 Testimonials bedankte und das erste Thema „Musikalische Vielfalt“ offiziell vorgestellt wurde.

Die Testimonialkampagne wird jeden Monat im Heilsbronner Monatsblatt, den Habewind News sowie auf der Homepage, dem Facebook-Auftritt und dem Whatsapp Newsletter der Stadt veröffentlicht. Weiter ist die Kampagne auf 2 großen Bannern und mehreren Plakaten in verschiedenen Größen im Stadtgebiet zu sehen. Außerdem werden

die Themenbilder auf Postkarten an verschiedenen Stellen in der Stadt ausliegen.

Thema 1 (Dezember 2018) „Musikalische Vielfalt“ siehe Titelbild

Ausblick für 2019:



Abbildung 8: Testimonialkampagne / Thema 2 "Gelebte Solidarität (Januar 2019)



Abbildung 7: Testimonialkampagne / Thema 3 "Jugend" (Februar 2019)

4.2.4 Baustellenmarketing Marktplatz

Beschreibung

Die nächste große Baumaßnahme in der Heilsbronner Innenstadt ist die Sanierung des Marktplatzes. Damit einhergehend werden die Abteigasse und der Straßenzug am Marktplatz neu gepflastert. Die Bauarbeiten in der Abteigasse begannen im Herbst 2018. Die Sanierung des Marktplatzes und des Straßenraums am Marktplatz sind für das Jahr 2019 geplant. Bei der Sanierung des Straßenraums wird es vorübergehend zu einer Vollsperrung des unteren Tores kommen. Wie bei den Tiefbauarbeiten in der Hauptstraße wurde auch bei dieser Baumaßnahme das Citymanagement mit dem Baustellenmarketing beauftragt. Das Baustellenmarketing soll auch hier wieder die erwartbaren Umsatzeinbußen der betroffenen Gewerbetreibenden so gering wie möglich halten.

Die Bauzaunbanner, die bereits während des Baustellenmarketings Hauptstraße an allen Einfallstraßen aufgestellt waren, sind extra so gestaltet worden, dass diese auch bei weiteren Baumaßnahmen in der Innenstadt von Heilsbronn verwendet werden können. Die Bauzaunbanner sollen dem Kunden vermitteln, dass in der Innenstadt auch trotz Behinderungen durch die Baustelle alles erreichbar bleibt. Ebenso können die über den Altstadttoren angebrachten Banner (siehe Abbildung 5 und Abbildung 6 auf Seite 13), die bei einer Vollsperrung darauf hinweisen wie weit man von welchem Tor aus in die Innenstadt fahren kann, bei diesem Baustellenmarketing wiederverwendet werden.

Von den Arbeiten am ersten Bauabschnitt, der bereits im Jahr 2018 begann, sind vor allem die Gewerbetreibenden in der Abteigasse betroffen. Mit einem direkt am Bauzaun an der Baustelle am Marktplatz angebrachten Banner sollen die Kunden darauf hingewiesen werden, dass diese drei Einzelhändler bzw. Gastronomen weiterhin erreichbar sind und geöffnet haben. Das Citymanagement koordinierte die Gestaltung der Banner und veranlasste gemeinsam mit der Stadt Heilsbronn die Anbringung der Banner.

Ziele

- Abmilderung voraussichtlicher Umsatzrückgänge während der Baustellenphase am Marktplatz
- Erhaltung der Frequentierung der Innenstadt während der Bauphase

Ergebnisse & weitere Planung

Die Banner für die Abteigasse sind sichtbar am Marktplatz aufgestellt. Die Gewerbetreibenden in der Abteigasse bewerten die Maßnahme als positiv.

Für die nächsten beiden Bauabschnitte im Jahr 2019 sind weitere Aktionen und Maßnahmen geplant. Die Baustelle selbst soll mit einer Gestaltungsaktion in Zusammenarbeit mit den örtlichen Kindergärten verschönert werden. Es ist geplant, Banner an den Bauzäunen der Marktplatzbaustelle aufzuhängen, auf denen von den Kindergartenkindern gemalte Bilder abgedruckt sind.

Das Citymanagement und die Stadt Heilsbronn lassen einen gemeinsamen Parkplatzflyer erstellen, der auf zusätzliche Parkmöglichkeiten während der Baumaßnahme am Marktplatz hinweist und über das provisorische Parkplatzkonzept informiert. Auf der Rückseite des Parkplatzflyers gibt es die Möglichkeit Feedback zum provisorischen Parkplatzkonzept zu geben. Dieser Flyer soll ab Beginn des zweiten Bauabschnitts im Frühjahr 2019 verteilt werden.

Während der Vollsperrung des Unteren Tores (dritter Bauabschnitt) soll es noch weitere Aktionen und Maßnahmen geben. Diese werden im Frühjahr 2019 gemeinsam mit der Projektgruppe Einzelhandel erarbeitet.



Abbildung 10: Bauzaunbanner Einfallsstraßen



Abbildung 9: Bauzaunbanner Abteigasse

4.2.5 Gastronomie

Beschreibung

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

Aus der Lenkungsgruppe kam die Idee, eine genossenschaftlich geführte Gastwirtschaft in der Innenstadt zu gründen. Das Citymanagement hat von der Stadt Heilsbronn den Auftrag bekommen, diese Möglichkeit zu prüfen und zu klären, welche weiteren Schritte dafür notwendig sind.

Im Herbst 2018 beteiligte sich das Citymanagement am Runden Tisch „Gastronomie“, welcher durch die Stadtverwaltung ins Leben gerufen wurde.

Ziele

- Verbesserung der gastronomischen Situation
- Erkennen der Stärken und Verbesserungspotenziale der Gastronomiebetriebe
- Attraktivitätssteigerung der Innenstadt

Ergebnisse & weitere Planung

Neben der Internetrecherche zu Genossenschaftsgaststätten führte das Citymanagement Experteninterviews mit mehreren Personen, die im Vorstand von genossenschaftlich geführten Gaststätten und Brauereien tätig sind. Weiter ergaben sich Gespräche mit einer Vertreterin des Genossenschaftsverbands Bayerns und einem ortsansässigen Fachmann für Genossenschaften. Fazit der Recherche ist, dass für die Gründung einer Genossenschaftsgaststätte in der Innenstadt von Heilsbronn evtl. mit einer angeschlossenen Brauerei, Heilsbronner Bürger braucht, die mit Herzblut an die Sache herangehen.

Das Citymanagement unterstützt den Stadtrat, der diese Idee gemeinsam mit Heilsbronner Bürgern umsetzen möchte. Im nächsten Jahr sollen alle Bürger über die Idee „Genossenschaftsgasthaus“ im Monatsblatt informiert werden. Daran anschließend soll in einer Onlinebefragung die Teilnahmebereitschaft der Heilsbronner an der hierzu benötigten Genossenschaft abgefragt werden.

Weiter soll die Zusammenarbeit zwischen Gastronomen und der Stadt Heilsbronn vertieft werden. Hierzu sind weitere Treffen mit Gastwirten, dem Amt für Kultur und Tourismus der Stadt Heilsbronn sowie dem Citymanagement im Jahr 2019 geplant.

4.2.6 Leerstandsmanagement

Beschreibung

In der Innenstadt von Heilsbronn gibt es einige gewerbliche Leerstände, die revitalisiert werden sollten. Das Citymanagement erfasst hierzu alle leerstehenden Gewerbeflächen im Sanierungsgebiet und führt persönliche Gespräche mit den jeweiligen Eigentümern. Hierbei sollen der Leerstandsgrund, die Dauer des Leerstands, der Zustand der Gewerbeflächen, der Sanierungsbedarf und die Vermietungs- und Verkaufsbereitschaft der Eigentümer abgefragt werden. Wenn es vom Eigentümer erwünscht ist, wird das Citymanagement kurze Exposés zur Veröffentlichung auf der Homepage der Stadt erstellen, um potenziellen Neunutzern wichtige Informationen geben zu können.

Das Citymanagement kümmert sich hierbei jedoch nur um gewerbliche Leerstände im Sanierungsgebiet. Wohnungsleerstände werden vom Citymanagement nicht betreut.

Ziele

- Überblick zur Leerstandssituation in der Innenstadt
- Kontaktaufnahme zu Leerstandseigentümern
- Unterstützung bei der Leerstands-beseitigung

Ergebnisse & weitere Planung

Im Jahr 2018 wurden mit einigen Eigentümern von leerstehenden Gewerbeeinheiten Gespräche geführt. Dies geschah aber nur in dem Falle, wenn sich die Eigentümer selbst aktiv an das Citymanagement oder die Stadt Heilsbronn gewandt haben. Das Citymanagement vermittelte in diesen Fällen Informationen über die verschiedenen Fördermöglichkeiten. Eine dieser Immobilien wurde mittlerweile verkauft und wird nun saniert. Das im Erdgeschoss befindliche Ladengeschäft wird jedoch nicht mehr gewerblich genutzt werden, sondern zu einer Wohnung umgebaut.

Für alle Immobilieneigentümer im Sanierungsgebiet wurden Informationen über das kommunale Förderprogramm der Stadt Heilsbronn und die erhöhten steuerlichen Abschreibungsmöglichkeiten von Sanierungskosten auf der Homepage der Stadt unter der Rubrik des Citymanagements veröffentlicht.

Das Citymanagement wird im nächsten Jahr aktiv auf die Eigentümer von gewerblichen Leerständen zugehen, deren Immobilien in eine Leerstandsdatenbank aufnehmen sowie diese bei der Revitalisierung unterstützen. Ab Anfang 2019 wird es einen externen Sanierungsberater für das Sanierungsgebiet „Altstadt Heilsbronn“ geben, der allen Immobilieneigentümern im Sanierungsgebiet Altstadt eine kostenfreie Erstberatung für Sanierungsmaßnahmen ermöglicht. Dies ist besonders für Leerstände interessant, da Sanierungsmaßnahmen deren Revitalisierungschancen erhöhen könnten.

5 Ausblick

In den kommenden Jahren wird die Hauptaufgabe des Citymanagements die Organisation des Baustellenmarketings zur Begleitung der Baumaßnahmen am Marktplatz und bei der Oberflächengestaltung der Hauptstraße sein. Das Citymanagement kann hierbei auf die bereits gesammelten Erfahrungen des Baustellenmarketings in der Hauptstraße aufbauen und weiter auf die gute Zusammenarbeit mit den Gewerbetreibenden, dem Gewerbeverein und der Stadtverwaltung zurückgreifen. Diese öffentlich-private Kooperation hat in den vergangenen Jahren sehr gut funktioniert.

Eine weitere Aufgabe des Citymanagements ist die grundsätzliche Entwicklung der Innenstadt von Heilsbronn. Hierzu sind mehrere Projekte geplant. Auf dem Marktplatz soll nach der erfolgten Sanierung ein Wochenmarkt stattfinden, um die Innenstadtbewohner mit frischen Lebensmitteln versorgen und um die Frequentierung der Innenstadt zu erhöhen. 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 das Leerstandsmanagement weitergeführt und ausgebaut werden. Mit einer weiteren Imagekampagne, die auf die Verbesserung des Außenimages abzielt, kann gerade die Altstadt mit ihren vielen historischen Gebäuden Heilsbronn als Tourismusdestination stärken.

Weitere öffentlich-private Projektideen aus der Bevölkerung zur Belebung 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.

Im dritten Projektjahr wurde mit den oben genannten Maßnahmen und Projekten viel erreicht. Die Zusammenarbeit mit den einzelnen Gewerbetreibenden aus der Innenstadt, dem Verein der Heilsbronner Gewerbetreibenden, der Projektgruppe Einzelhandel und der Stadtverwaltung verlief reibungslos und gewinnbringend.

Nürnberg, im März 2019