

Sitzung	Arbeitsgruppe Stadtmarketing - öffentlich - 20.03.2018
Beratungspunkt	Künftige Ausrichtung Stadtmarketing
Anlagen	
Kontierung	
vorangegangene Beratungen	

Erläuterungen:

Durch das erneute Etablieren des Arbeitskreises Stadtmarketing soll eine Plattform geschaffen werden, über die ein regelmäßiger Austausch über gemeinsame Anstrengungen zur Vermarktung Donaueschingens sowie die Zukunftsfähigkeit des innerstädtischen Bereichs gewährleistet ist. Zugleich soll künftig der Austausch mit weiteren relevanten Akteuren aus Gastronomie und Hotellerie sowie der Wirtschaftsförderung forciert werden. Die potenziell hieraus resultierenden Entwicklungen und Maßnahmen sind im Interesse aller Beteiligten und kommen Touristen und insbesondere auch den Bürgerinnen und Bürgern Donaueschingens in besonderem Maße zu Gute.

In einer vorbereitenden Besprechung unter Beteiligung des Amts Tourismus und Marketing, des Amts Kultur und des Gewerbevereins am 21. Februar 2018 wurden erste Überlegungen angestellt, wie die gemeinsamen Stadtmarketing-Aktivitäten künftig konzeptionell ausgerichtet werden könnten. Es handelt sich hierbei nicht um ein abgeschlossenes, vollumfängliches Konzept, sondern um einzelne Bausteine, die auf ihre Machbarkeit geprüft, optimiert und durch weitere Ideen ergänzt werden sollen, um zu einem schlüssigen Gesamtkonzept zu kommen. Folgende Ideen wurden vorab entwickelt:

1. Veranstaltungsformat „Kunstnacht“

Einzelhändler und Gastronomen bieten Künstlern aus der Region im Kundenbereich für einen begrenzten Zeitraum (bevorzugt Donnerstag bis Samstag) Ausstellungsflächen für Kunstwerke an. So wäre zum Beispiel eine Kooperation mit der Künstlergilde Donaueschingen oder auch der Einbezug eines Studentenprojekts vorstellbar. Ferner könnte am darauffolgenden Sonntag eine Abschlussveranstaltung mit den beteiligten Künstlern an einem zentralen Ort stattfinden. So werden gleichermaßen Kunden an die Kunst herangeführt wie auch Kunstinteressierte zum Besuch der beteiligten Ladengeschäfte motiviert werden. Ein detailliertes Konzept ist in Arbeit.

2. Einbindung Musiktage

Über die Schaufenster sollen die Musiktage in der Stadt auch für Passanten ohne Affinität zur Neuen Musik sichtbar und erlebbar gemacht werden. Hierfür legen die Einzelhändler einen Dekoplan vor. Die Koordinierung erfolgt über

das Kulturamt, das den interessierten Händlern Notenstände, Staffeleien und entsprechendes Equipment zur Verfügung stellt.

3. Gebündelte Vermarktung innerstädtischer Veranstaltungen

Veranstaltungen im Innenstadtbereich mit Relevanz für das Stadtmarketing sollten über Plakate und Flyer spezifisch beworben werden. Zwischen den beiden Verkaufsoffenen Sonntagen im Frühjahr und während der Musiktage sollte ein roter Faden erkennbar sein, der die verschiedenen Veranstaltungen (Kunstnacht, Kulinarische Einkaufsnacht) verbindet. Ziel ist gleichermaßen eine Frequenzsteigerung wie auch ein nachhaltiger positiver Imageeffekt.

4. Nachtflohmarkt

Lose Überlegungen bestanden hinsichtlich eines Nachtflohmarkts bei gleichzeitig verlängerten Öffnungszeiten des örtlichen Einzelhandels.

Jenseits des Schwerpunkts „Veranstaltungen“ sind auch grundlegende Überlegungen zur Steigerung der Aufenthaltsqualität, Antworten auf die Herausforderungen der Digitalisierung sowie koordinierte Aktionen von Stadt, Handel und Gastronomie für die zukünftige Agenda des Arbeitskreises Stadtmarketing von Relevanz.

1
7
8
BM

Beschlussvorschlag:

Der Arbeitskreis Stadtmarketing nimmt die dargelegten Vorschläge zur künftigen Ausrichtung zur Kenntnis.

Beratung: