

Übersicht



Der Bürgermeister
Hilden, den 13.11.2024
AZ.: I/80-cs

WP 20-25 SV 80/031

Mitteilungsvorlage

**Informationen aus den Bereichen
Citymanagement, Öffentlichkeitsarbeit
und Veranstaltungen (Aufgaben
Stadtmarketing)**

Für eigene Aufzeichnungen: Abstimmungsergebnis			
	JA	NEIN	ENTH.
CDU			
SPD			
Grüne			
FDP			
AfD			
BA			
Allianz			
Die Linke			

öffentlich

Beratungsfolge:

Wirtschafts- und Wohnungsbauförde-
rungsausschuss

28.11.2024

Kenntnisnahme

Erläuterungen und Begründungen:

Der Rat der Stadt Hilden hat am 21.06.2023 beschlossen, die Aufgaben der Stadtmarketing Hilden GmbH ab dem 01.04.2024 in die Verwaltung zu integrieren (WP 20-25 SV 01/118). Der Ausschuss wird mit dieser Vorlage und in der Sitzung am 28. November über die aktuellen Entwicklungen informiert. Die Informationen bauen auf der Sitzungsvorlage aus Juni auf, in der Entwicklungen und Aktivitäten insbesondere aus dem ersten Halbjahr und den Sommermonaten benannt worden waren (WP 20-25 SV 80/026).

Aufgabe des Stadtmarketings ist es, die Attraktivität und das Image der Stadt Hilden zu steigern, unter anderem durch ein erfolgreiches Flächenmanagement, Veranstaltungen und Aktionen sowie durch die Förderung des Tourismus. Außerdem wird Stadtmarketing als Werbung für die Einkaufs- und Erlebnisstadt verstanden.

Die Aufgabenschwerpunkte der früheren Stadtmarketing Hilden GmbH sind in drei Arbeitsbereiche der Verwaltung integriert worden.

City-Management (Amt für Wirtschaftsförderung)

- Leerstandsmanagement Innenstadt
- Akquise Wochenmarkt
- Akquise und Beratung Immobilienentwicklung (Investoren, Nutzer)
- Netzwerk Immobilieneigentümer, Handel, Expansionsleitungen
- Kooperation Gastronomie und Dienstleister
- Projektmanagement zu Standortsicherung, Profilierung Innenstadt als Unternehmensstandort für Handel, Gastronomie und Dienstleistung auch mit externen Partnern
- Konzeption und Organisation unternehmensbezogener Veranstaltungen und Projekte, Verkaufsoffene Sonntage
- Genehmigungsbegleitung
- Fördermittelakquise für Einzelhandel, Gastronomie
- Tourismus
- Öffentlichkeitsarbeit, Marketing „kommerziell“ bzw. auf Wirtschaft ausgerichtet

Veranstaltungsmanagement (Bürgermeisterbüro)

- Innenstadt / Stadtgesellschaft
- Anpassung bestehender Formate: Weihnachtsmarkt, Künstlermarkt, Dreck-Weg-Tag
- Organisation und Durchführung, Abstimmung in Verwaltung, mit Vereinen und Veranstaltenden
- Entwicklung / Konzeption eines neuen Veranstaltungsprogramms (Organisation, Durchführung, Evaluation, Nachsteuern)
- Neue Kooperationen vereinbaren und bestehende stärken
- Bezuschussung von Veranstaltungen
- Drittmittel-Akquise

Öffentlichkeitsarbeit / Medienmanagement (Bürgermeisterbüro)

- Marketing nach innen und außen (inkl. Online-Marketing, Pressearbeit, Social Media, Kampagnenplanung)
- Grafik: u. a. Broschüren, Stadtpläne, Kampagnen
- Fotografie und Bildgestaltung (auch Image-Bilder)
- Merchandising-Produkte der Stadt Hilden
- Koordination Werbemöglichkeiten
- Positionierung im interkommunalen Wettbewerb (Strategische Unterstützung bzw. Kooperation mit City-Management)

Aktuelle Situation und Handlungsfelder:

Wirtschaftsförderung, Citymanagement:

Die Übergangszeit im Sommer diene insbesondere dazu, sich im Handel und der Gastronomie bekanntzumachen, Immobilieneigentümer zu kontaktieren und Netzwerke auch auf Veranstaltungen zu knüpfen.

Derzeit sind insbesondere diese Themen relevant:

Stoffmarkt

Der erste Stoffmarkt auf dem Nove-Mesto-Platz am Freitag, 20. September erfuhr positive Resonanz. Der Veranstalter ist zufrieden und plant eine Fortsetzung im kommenden Jahr. Der Stadt Hilden sind mit dieser Veranstaltung keine Kosten entstanden. Das Citymanagement hat den Stoffmarkt für Hilden akquiriert, sämtliche Genehmigungsfragen mit Ordnungsamt und Feuerwehr abgestimmt und den Hildener Einzelhandel eingebunden sowie in Zusammenarbeit mit dem Kulturrat die Aktion Wimpelketten integriert.

Die Presse berichtete:

https://rp-online.de/nrw/staedte/hilden/wimpel-aktion-begleitet-ersten-stoffmarkt-am-nove-mesto-platz_aid-118799531

Ein oder zwei neue Termine für 2025 sind geplant.

„Black Friday“ und verkaufsoffene Sonntage

Am 23. Oktober hat das Citymanagement Personen aus dem Einzelhandel zu einem Abstimmungstermin eingeladen. 19 Einzelhandelsbetriebe haben sich dazu eingebracht. Ergänzende Abstimmungen hat es per E-Mail gegeben.

Für Freitag, 29. Oktober konnten auf den Vorschlag zweier großer Handelshäuser und auf Initiative des Citymanagements rund 20 Betriebe gewonnen werden, am mittlerweile in Deutschland etablierten „Black Friday“ die Geschäfte eine Stunde länger bis 20 Uhr zu öffnen. Die Stadt Hilden wird diese Sonderaktion des Einzelhandels, die mit dem ersten Tag des Weihnachtsmarkts zusammenliegt, bewerben.

Hinsichtlich der Verkaufsoffenen Sonntage haben sich eine Mehrzahl der Betriebe auch für 2025 für vier verkaufsoffene Sonntage ausgesprochen. Die Wirtschaftsförderung hat beim Ordnungsamt der Stadt Hilden einen entsprechenden Antrag gestellt.

Wochenmarkt

Die Wirtschaftsförderung hat Hildener Bürgerinnen und Bürger sowie Besucherinnen und Besucher der Innenstadt zu den Wochenmärkten befragt. In den letzten Wochen gab es über die Presse, über Soziale Medien sowie an Ständen auf den Wochenmärkten und auch in der Fußgängerzone Aufrufe und Ansprachen, an dieser Umfrage teilzunehmen. Um ein repräsentatives Bild zu erhalten, wurden auch 1.000 zufällig ausgewählte Menschen in Hilden angeschrieben.

Die Presse berichtete:

https://rp-online.de/nrw/staedte/hilden/hildener-werden-zu-wochenmaerkten-befragt_aid-119290131

888 Fragebögen wurden bis 15. November ausgefüllt und die Umfrage nun beendet. Die umfangreichen Ergebnisse werden in den nächsten Wochen ausgewertet und analysiert, um Anfang 2025 mit den Ergebnissen auf die Marktsprecher zuzugehen und daraus mögliche Maßnahmen ableiten zu können.

Um den Wochenmarkt „sichtbar“ zu machen, werden derzeit Profile der Marktbesucherinnen und -besucher erstellt und bis Anfang 2025 veröffentlicht. Unterstützt wird dies im ersten Quartal 2025 mit einer Kampagne der städtischen Öffentlichkeitsarbeit in den Sozialen Medien. Ziel ist es, die Wochenmärkte und deren Angebote zu präsentieren und stärker in das Bewusstsein der Bevölke-

rung zu rücken.

Winterlicht in der Innenstadt

Auf Grundlage einer detaillierten Bestandsaufnahme sind 29 Leuchten, mehr als geplant, für die Innenstadt hinsichtlich ihrer Leuchtmittel vollständig erneuert worden. Ergänzend gab es einige kleine Reparaturen. Das Winterlicht ist ab Mitte November installiert worden und wird in der Weihnachtszeit eine weihnachtliche Atmosphäre in der Innenstadt schaffen.

Lebendiger Adventskalender

Ein neues Konzept stellt in Hilden der lebendige Adventskalender dar:

Das Citymanagement hat in den vergangenen Monaten Einzelhandels- und Gastronomiebetriebe kontaktiert, diese zu öffentlich zugänglichen Aktionen inspiriert und bei Bedarf Genehmigungsfragen geklärt. Im Ergebnis wird es vom 1. - 24. Dezember täglich Aktionen des Handels und der Gastronomie geben, um die Innenstadt zu beleben. Die Stadt Hilden begleitet und unterstützt die Aktionen mit einer umfangreichen Marketing-Kampagne durch die Öffentlichkeitsarbeit im Vorfeld und an diesen 24 Tagen.

An sieben Tagen werden die Aktionen durch die Musikschule unterstützt. Die Feuerwehr beteiligt sich an einer Aktion zu Nikolaus am 6. Dezember.

Die einzelnen Aktionen werden in Kürze über eine Pressemitteilung und auf www.hilden.de/advent veröffentlicht. Citymanagement und die städtische Öffentlichkeitsarbeit werben damit in der gesamten Adventszeit für die Attraktivität der Hildener Innenstadt. Auch die Nahversorgungsstandorte in den Stadtteilen sowie der Hildener Wochenmarkt sind in die Aktionsreihe eingebunden.

Bürgermeisterbüro, Veranstaltungen und Öffentlichkeitsarbeit

Öffentlichkeitsarbeit

Neu geschaffene Stellenanteile in der Öffentlichkeitsarbeit konnten ab August besetzt werden. Sichtbar geworden sind Ergebnisse in Grafiken und Marketing-Aktivitäten z. B. für den Büdchen-Tag, den Weihnachtsmarkt und die kommende Marketing-Kampagne für den Lebendigen Adventskalender des Citymanagements. Mit Meldungen zu Geschäftseröffnungen und den anstehenden Kampagnen für den Lebendigen Adventskalender und im neuen Jahr für den Wochenmarkt können über die bestehenden städtischen Kanäle und deren Reichweite Synergien erzielt werden, um für die Einkaufs- und Erlebnisstadt Hilden zu werben.

Veranstaltungskalender

Der Veranstaltungskalender ist technisch fortentwickelt worden. Wesentliche Veranstaltungen in Hilden sind dort zu finden. Vereine und private Anbieterinnen und Anbieter von Veranstaltungen werden über den Veranstaltungskalender informiert und wiederholt dazu animiert, diesen kostenfrei einzusetzen. Der Veranstaltungskalender ist als Marketing-Grundlage für die Kommunikation in den Sozialen Medien eingebunden (WP 20-25 SV 80/027).

<https://www.hilden.de/veranstaltungen>

Veranstaltungsplanung

Entsprechend dem Beschluss des Rates wurde das Angebot der Homepage ergänzt um Relevante Informationen zu

- Veranstaltungsräumen und öffentlichen Veranstaltungsflächen,
- FAQ und Antragsmöglichkeiten zu Veranstaltungen wie Straßenfesten, Straßenmusik etc.
- Ansprechpartner.

<https://www.hilden.de/de/stadt-rathaus/buergerservice/wichtige-anlaufstellen/veranstaltungsplanung/>

Plakatständer

Die Plakatständer werden auch durch Dritte (Vereine und Firmen) als einfaches und zugleich wirksames Marketing-Instrument gut nachgefragt und sind durchgängig gebucht. Inwieweit technisch und finanziell Modernisierungen umsetzbar und auch praktisch betrachtet vorteilhaft sind, wird in den nächsten Wochen geprüft.

Nachstehende Veranstaltungen wurden und werden seit der letzten Präsentation im Wirtschafts- und Wohnungsbauförderungsausschuss in Kooperation mit anderen oder eigenverantwortlich organisiert und durchgeführt:

Sport im Park

In Kooperation mit der Stadt Hilden Beteiligungsgesellschaft (SHB) ist die Veranstaltungsserie „Sport im Park“ umgesetzt und in der Öffentlichkeitsarbeit intensiv begleitet worden. Eine Fortsetzung der positiv angenommenen Aktivitäten an verschiedenen Plätzen in Hilden ist für das kommende Jahr geplant.

Bürgerfestival

In 2023 fand erstmals das Bürgerfestival von und für Bürgerinnen und Bürger in Hilden statt. Um das in der Bevölkerung gut angenommene Angebot in diesem fortführen zu können, hat der Bereich Stadtwerbung das Projekt in diesem Jahr finanziert (Produkt 150102). Kulturamt und Bürgermeisterbüro sind gemeinsam als Veranstalter aufgetreten. Das Bürgermeisterbüro hat sich um organisatorische Prozesse wie Genehmigungsfragen gekümmert und für ein neu geschaffenes gastronomisches Angebot Hildener Vereine und Schulen engagiert. Das Kulturamt hat wie im Vorjahr als wesentlichen Bestandteil der Veranstaltung das gesamte Bühnenprogramm organisiert.

Dreck-Weg-Tag

Die Teilnahme an dem Dreck-Weg-Tag am 28. September war geringer als in Vorjahren. Eine der Ursachen dürfte sein, dass im September ein sehr breites Angebot an konkurrierenden Aktivitäten besteht. Im Sinne eines „Frühjahr-Putz“ für die Stadt Hilden wird der nächste Dreck-Weg-Tag im Frühjahr 2026 organisiert.

150 Jahre Bahnhof Hilden

Zum Jubiläum des Bahnhofes Hilden wurde in Zusammenarbeit mit dem Museum eine Malaktion für Kinder im Grundschulalter organisiert: eine Kunstpädagogin (Dorothee Wengenroth) und der Grafiker und Gründer der Düsseldorfer Geschichtswerkstatt Thomas Bernhardt malten gemeinsam mit den Teilnehmenden zum Thema Eisenbahn.

Des Weiteren gab es im Fassraum im Wilhelm-Fabry-Museum einem Vortrag „Die Geschichte der Eisenbahn in Hilden“ durch ein Mitglied im Eisenbahn- und Heimatmuseum Loksuppen Hochdahl.

Weihnachtsmarkt

Der Weihnachtsmarkt ist in seiner Kostenstruktur nachjustiert worden. Trotz etwas erhöhter Ausstellergebühren ist es in diesem Jahr gelungen, mehr Vereine für die Veranstaltung zu gewinnen als in den Vorjahren. Einzelne gewerbliche Aussteller, die den Weihnachtsmarkt nicht bereichern, werden in diesem Jahr bewusst nicht beteiligt. 35 Vereine, 6 Schulen und 35 gewerblich Teilnehmende werden am Weihnachtsmarkt teilnehmen.

Stadtmarketing Hilden e.V., Winterdorf

Im Juni ist der Ausschuss informiert worden, dass die Stadt Hilden Gespräche mit dem Stadtmarketing Hilden e.V. über die Neuausrichtung des Winterdorfes führt. Der Stadtmarketing Hilden e.V., Bürgermeisterbüro und Wirtschaftsförderung haben sich im Mai auf Neuerungen verständigt, deren Umsetzung im Rahmen der getroffenen Absprachen der Stadtmarketing Hilden e.V. aktiv angegangen ist.

Für ein besseres Erscheinungsbild hat der Verein in zwei neue Weihnachtsbuden investiert. Aus logistischen Gründen verbleibende Ausstellerwagen werden optisch verbessert und weihnachtlich dekoriert. Ein weihnachtlicher Lichtbogen als Foto-Point ist angeschafft worden, damit persönliche Weihnachtsmarktgrüße erstellt und das Winterdorf darüber zusätzlich vermarktet werden kann. Gegenüber den Vorjahren wird die Beschallung des Winterdorfes vereinheitlicht. Dutzende geschmückte Weihnachtsbäume werden das Winterdorf, den Alten Markt und den angrenzenden Bereich der Mittelstraße dekorieren. Die Öffnungszeiten aller Weihnachtsbuden werden bis mindestens 19:30 Uhr ausgeweitet und können im Bereich Speisen / Getränke bis 22 Uhr andauern. Der Asia-Imbiss wird durch einen Anbieter ersetzt, der Eintöpfe anbietet (Grünkohl etc.). Für Freitag- und Samstagabende hat der Verein ein Bühnenprogramm organisiert.

gez.
Dr. Claus Pommer
Bürgermeister