

Citymanagement Frankfurt (Oder): Schritte zur weiteren Verstetigung und Aufbau eines Innenstadtmarketings





Trägerschaft / Arbeitsweise

- **Eingetragener Verein mit 2,5 Arbeitskräften (1,5 AK ausfinanziert, 1 AK gefördert):
Citymanager, Marktmeister (1/2 Stelle), Projektassistent (Besch.Fö. § 16a SGB II)**
- **ca. 30 Mitglieder: Immobilieneigentümer, ansässige Unternehmen und
Gewerbetreibende, Vereine, Medienvertreter, Privatpersonen, Tourismusverein als
Fördermitglieder**
- **Monatliche Sitzungen von Vorstand + Beirat zur Lenkung der Arbeit**
- **Stadt ist Fördermitglied: ohne jährlichen Zuschuss**
- **Zusammenarbeit mit den Centern Oderturm & Lenné Passagen und den nicht
centergebundenen Gewerbetreibenden zur Umsetzung von Innenstadtevents**
- **Mehrmals im Jahr Sitzung der „kleinen Händlerrunde“**



Ziele und Aufgaben

Vereinszweck:

- durch geeignete Maßnahmen auf eine Steigerung der Attraktivität von Frankfurt (Oder) hinwirken
- Unterstützung von Aktivitäten zur Erhaltung und Stärkung einer unverwechselbaren Identität und des Images von Frankfurt (Oder), insbes. der Innenstadt

Umsetzung durch (Auszug):

- Permanenter Aufbau und Pflege des Netzwerkes Innenstadt (u.a. durch permanente Gespräche mit den ansässigen Gewerbetreibenden/Unternehmen/Akteuren, Mitwirkung in Gremien (z.B. Tourismusbeirat, Bürgerforum))
- Projektentwicklung und -umsetzung (Projekte, Veranstaltungen, Märkte)
- Beratung, Kontaktvermittlung und (Projekt-)Unterstützung



Entwicklungsschritte

- 2000: Gründung des e.V. und Einrichtung der Stelle des Citymanagers
- 2001: Gemeinsamer Stadtmarketingprozess in ZA mit Stadt / Erarbeitung des Maßnahmenkatalogs für die Innenstadt und **Übernahme Organisation „Frankfurter Weihnachtsmarkt“**
- 2001 bis 2005: **Organisation von 5 Dienstleistungsforen für die Händler der Stadt gemeinsam mit HBB, IHK und Wirtschaftsförderung der Stadtverwaltung**
- 2002: Bezug des eigenen Büros in der Innenstadt und Einrichtung einer durch das Arbeitsamt geförderten Arbeitsstelle (SAM) – heute: Halbtagsstelle Marktmeister
- 2003: **750-Jahrfeier Frankfurt (Oder) (z.B. AG Sauberkeit, Tombola750) und Erarbeitung Marktstudie zum Thema „Ausrichtung der Händler im grenznahen Bereich auf die polnische Kundschaft,, im Auftrag der IHK**



Entwicklungsschritte

- **2004: Mitorganisation Europafest (EU-Beitritt Polens) und Altstadtfest**
- **Seit 2004: Start Betreuung „Frankfurts Grüner Markt“ und Mitorganisation HanseStadtFest „Bunter Hering“**
- **2004/2005: Projektumsetzung „Kooperative Standortvermarktung“ mit HBB, IHK, Wirtschaftsförderung der Stadtverwaltung und Vermietern – Gewerbeimmobilienbörse im Internet**
- **Seit 2005: Organisation von jährlich ca. 2 bis 4 Projekten/Events für die Innenstadthändler (2009: 3 Events mit verkaufsoffenem Sonntag)**
- **2007: Übernahme Betreuung „Frankfurts Wochenmärkte“ (3 Standorte, 6 Markttage)**



Entwicklungsschritte

- 2007: Strukturelles Defizit konnte komplett abgebaut werden – 1,5 Arbeitskräfte sind erstmals durch dauerhafte Projekte ausfinanziert
- 2008: **Übernahme Organisation „Frankfurter Entenrennen“** und Einrichtung einer durch das JobCenter zu 75 bzw. 65% (Beschäftigungsförderung nach § 16a SGB II) geförderten Arbeitsstelle zur personellen Unterstützung



Dauerhafte Projekte

- Frankfurter Weihnachtsmarkt (seit 2001)
- Frankfurts Grüner Markt (seit 2004) und Samstagsmarkt (seit 2008)
- 6 Markttage/Woche an 3 Standorten Frankfurts Wochenmärkte (seit 2007)
- HanseStadtFest „Bunter Hering“ (Mitorganisator seit 2004)
- Frankfurter Entenrennen (Organisator seit 2008)
- ca. 3 Shopping-Events der Frankfurter Innenstadthändler (2009: Frühlingsfest, Erdbeertag, Äppeltach, Adventssonntage) pro Jahr
- Vorweihnachtliche Illumination der MAGISTRALE (seit 2000)



Finanzierung

- Finanzierung Geschäftsstelle + Personal
durch: Mitgliedsbeiträge, Projektüberschüsse, Dienstleistungen für Dritte, Beschäftigungsförderung nach § 16a SGB II des JobCenters zur Teilfinanzierung (75 bzw. 65%) einer Arbeitskraft
- Finanzierung Projekte + Veranstaltungen
durch: Projekteinnahmen, Werbepartner, Sponsoren, temporär: Zuschuss Stadt
- Finanzierung Innenstadtmarketing
durch: Projekte, Veranstaltungen
- Finanzierung Händleraktionen (Innenstadtevents mit Sonderöffnungszeiten)
durch: ansässige Gewerbetreibende, mobile Händler, temporär: Zuschuss Stadt



Entwicklungsstand 2009

- + Innenstadtmarketing auf der Basis von Veranstaltungen/Märkten aufgebaut
 - ! nicht ausreichend für die Entwicklung und Stärkung des Standortes
 - ! Finanzielle Mittel für Standortmarketing bisher nicht vorhanden (Investitionen und Anschubfinanzierung)

- + Finanzbasis für das CM durch Veranstaltungen/Märkte gesichert (1,5 AK)
 - ! Arbeitskräfte durch dauerhafte Projekte komplett gebunden
 - ! Zusätzlicher Personalbedarf zur Verstetigung/Professionalisierung des CM
 - ! Aufbau Finanzbasis für zusätzliches Personal nur mittelfristig möglich (5 Jahre)



Ansätze für weitere Verstetigung

- Aufbau eines gemeinsamen veranstaltungsunabhängigen Innenstadtmarketings
- Intensive Zusammenarbeit und Unterstützung der Gewerbetreibenden
- Weiterer Aufbau und Pflege Netzwerk und Ausbau Lobbyarbeit für die Innenstadt

Dafür nötig:

- Ausbau der personellen Leistungsstärke (Qualität!)
- Gemeinsame Entwicklung und Umsetzung Marketingkonzept (inkl. Investitionen)
- Professionelle Ausstattung des Büros
- Daraus ergibt sich: Weiterer Aufbau der Finanzierung

= Fördermittel könnten Verstetigung ermöglichen