

Vorlage Federführende Dienststelle: Stadtentwicklung und Verkehrsanlagen Beteiligte Dienststelle/n:	Vorlage-Nr: FB 61/0422/WP16 Status: öffentlich AZ: Datum: 05.04.2011 Verfasser: Dez. III / FB 61/50						
Stadtteilmarketing Brand: Initiierung / Projektvorbereitung hier: 2. Förderstufe Integriertes Handlungskonzept Aachen-Brand							
Beratungsfolge: TOP: __ <table border="0" style="width: 100%;"> <tr> <td style="width: 20%;">Datum</td> <td style="width: 30%;">Gremium</td> <td style="width: 50%;">Kompetenz</td> </tr> <tr> <td>13.04.2011</td> <td>B-1</td> <td>Entscheidung</td> </tr> </table>		Datum	Gremium	Kompetenz	13.04.2011	B-1	Entscheidung
Datum	Gremium	Kompetenz					
13.04.2011	B-1	Entscheidung					

Beschlussvorschlag:

Die **Bezirksvertretung Brand** nimmt die Erläuterungen der Verwaltung zustimmend zur Kenntnis.

Auf der Grundlage der in der Sitzung vorgestellten Ausführungen zum Stadtteilmarketing in Brand beauftragt die Bezirksvertretung die Verwaltung mit der Initiierung eines Stadtteilmarketings in Brand mit Unterstützung einer externen Projektbegleitung.

Finanzielle Auswirkungen:

Für die Beauftragung einer externen Projektbegleitung bei der Initiierung eines Stadtteilmarketings für Brand werden für den Projektauftritt 7.600 € brutto benötigt.

Dieser Betrag wird aus dem Sachkonto Modell- und Planungskosten PSP-Element 4-090101-905-7 Kostenart 52910000 zur Verfügung gestellt.

Für die Umsetzung des Handlungskonzeptes und des Maßnahmenkatalogs sollte im kommenden Haushaltsjahr ein entsprechendes PSP-Element in Höhe von 25.000 € vorgesehen werden.

Die Maßnahme ist Bestandteil des Förderantrages nach dem Programm der "Aktiven Stadt und Ortsteilzentren".

Erläuterungen:

Voraussetzung – die Rahmenplanung:

Anfang des Jahres 2009 wurde die Rahmenplanung Brand `Wir entwickeln Brand weiter vom Planungsausschuss einstimmig beschlossen.

Der Rahmenplan schuf in enger Zusammenarbeit mit den Bürgern eine Entwicklungsperspektive für den Stadtbezirk Brand.

Die Rahmenplanung umfasst ein ambitioniertes Bündel an Maßnahmen, für deren Realisierung Politik, Verwaltung und auch die Bürgerschaft sich zukünftig gemeinsam einsetzen müssen. Die Handlungsfelder der Rahmenplanung sollen hier kurz aufgeführt werden, um die Maßnahme des Stadtteilmarketings für die weitere Entwicklung des Stadtbezirks zu verdeutlichen und einordnen zu können.

Die Handlungsfelder im Überblick:

1. Mitte etablieren und Nahversorgungszentrum ausbauen
2. Wohnen im grünen Stadtbezirk
3. Gewerbe strukturieren
4. Freiräume qualifizieren
5. Verkehre lenken

zum 1. Handlungsfeld: **Mitte etablieren und Nahversorgungszentrum ausbauen:**

Zitat aus der Rahmenplanung, Kapitel 3, Rahmenplan, Handlungsfelder, Maßnahmen - S.44:
`Der Marktplatz, die Trierer Straße und der Einzelhandelsstandort Trierer Straße - Brander Feld definieren die räumliche und vor allem die funktionale Mitte Brands. Die Entwicklung des Kernbereichs bedarf dabei einer besonderen Aufmerksamkeit, da hier die anstehenden Entwicklungen von großer Bedeutung für ganz Brand sein werden.

Die Umbaumaßnahme `Umgestaltung Marktplatz Brand und Umgebung wird im strategischen Handlungskatalog der Rahmenplanung als Impulsprojekt für den Bezirk beschrieben. Durch das im August 2009 entschiedene Ergebnis des freiraumplanerischen Realisierungswettbewerbs und die in 2010 erarbeitete Entwurfsplanung ist die Voraussetzung für die bauliche Neuordnung der Stadtbezirksmittle geschaffen worden.

Der Umbau der Trierer Straße wird einschließlich des "Brander Berges" in diesem Frühjahr fertiggestellt.

Das Stadtteilmarketing knüpft an diese Voraussetzungen an und ist ein Teil der strategischen Stadtentwicklung.

Strategische Stadtentwicklung - das Stadtteilmarketing:

Bei der strategischen Stadtentwicklung geht es darum, mit allen beteiligten Akteuren aus Brand, mit der Stadtbezirkspolitik, den Vereinen, der Kirche, der IG Brander Handel und anderen engagierten Akteuren, im partnerschaftlichen Zusammenwirken den Stadtbezirk aus sich heraus weiter zu entwickeln.

Die Initiierung eines Stadtteilmarketings stellt eine Möglichkeit dar, die standortbezogenen Stärken des Stadtbezirks heraus zu arbeiten und mit gemeinschaftlichen Maßnahmen und Aktionen, für das Image von Brand zu werben.

In einem ersten Beauftragungsschritt sollen zunächst Gespräche mit den verschiedenen Akteuren und Projektbeteiligten in Brand geführt und, durch einen externen Moderator begleitet, gemeinsame Ziele und Möglichkeiten für ein Stadtteilmarketing erarbeitet und gefiltert werden.

Aus den so gewonnenen Erkenntnissen soll im nächsten Jahr ein Maßnahmenkatalog entwickelt werden, der als Grundlage für den Förderantrag und die spätere Umsetzung der Maßnahmen dient.

Zur Förderung im **Programm der `Aktiven Stadt- und Ortsteilzentren** gibt es für die in 2009 für Brand beantragte 1. Förderstufe, den Umbau des Marktplatzes in Brand, noch keine verbindliche Zusage. Das Projekt ist jedoch im Programmvorschlag der Bezirksregierung für das Programmjahr 2011 in die Kategorie A1 – Förderreserve eingestuft, was eine Förderung des ersten Teilbetrages bereits Ende 2011 aus Rückflüssen möglich erscheinen lässt. Ein Antrag auf den vorzeitigen Maßnahmenbeginn für den Teilbereich der Marktstraße / Straße am Marktplatz wurde bereits in diesem Jahr gestellt, um die Straßenschäden möglichst direkt im Anschluss an die laufenden Kanalarbeiten der STAWAG, die im Herbst 2011 abgeschlossen sein werden, beheben zu können.

Die **Förderbestimmungen** des Ministeriums für Wirtschaft, Energie, Bauen, Wohnen und Verkehr des Landes NRW (MWEBWV NRW) für die Entwicklung und Stärkung der Innenstädte und Ortsteilzentren sieht die Unterstützung der Ausgaben für ein Stadtteilmarketing und die Beauftragung externer Fachkräfte in kommunaler Regie vor. Hierzu können auch eine Beratung und fachliche Begleitung im Vorfeld der Gründung einer Immobilien und Standort Gemeinschaft (ISG) gehören, um diese auf tragfähige Beine zu stellen.

Die Vorbereitung und Initiierung eines weiteren Bausteins des Integrierten Handlungskatalogs, der des Stadtteilmarketings, soll in diesem Jahr so vorbereitet werden, daß im kommenden Jahr die 2. Förderstufe beantragt werden kann.

Externe Projektbegleitung - der Moderator:

Für die gemeinschaftliche Entwicklung eines Marketing- und Kommunikationskonzeptes für Brand soll ein externer, unabhängiger Vermittler beauftragt werden, der zusammen mit den Akteuren die Voraussetzungen für ein funktionierendes, auf Langzeit angelegtes Stadtteilmarketing schafft. Für den ersten Schritt, die Konzeption und den Projekt Auftakt ist ein Finanzbedarf von rund 7.600 € anzusetzen

Für weitere Schritte im kommenden Jahr wie die Entwicklung des Maßnahmenkatalogs, die interne und externe Kommunikation, die Umsetzung und Maßnahmenbegleitung sind rund 25.000 € einzuplanen.

Das Stadtteilmarketing - mögliche Ziele und Maßnahmen:

Die Art der Ziele und Maßnahmen zur Verbesserung der Selbstdarstellung des Bezirks und Sicherung des Standortes können zu diesem Zeitpunkt noch nicht festgelegt werden. Diese werden das Ergebnis der vielzähligen Gespräche mit den ortsansässigen Akteuren sein (Maßnahmenkatalog).

Bereits in der Rahmenplanung (s.S. 77) und im Strategischen Handlungskatalog der Rahmenplanung (s.S. 90) werden Ideen benannt für ein Stadtteilmarketing, weitere, die hier genannt sind, sind mögliche Ansätze:

die Entwicklung der `Marke Brand (Wiedererkennungswert), ggf. beschränkt auf den Einzelhandelsbereich der Trierer Straße

die Erstellung von touristischen Karten für Brand mit den Inhalten:

- Freizeit- und Wanderangebote

- Kultur
- Sport
- Einkaufen + Gastronomie

die Erstellung einer Homepage für Brand im Internet, Verlinkung zur Stadt Aachen-Seite

das Überprüfen der Möglichkeit der Bildung einer ISG (Immobilien- und Standortgemeinschaft) mit Einzelhandel + Eigentümern. Bei einer ISG (gesetzlich oder freiwillig) handelt es sich um einen Zusammenschluss beteiligter Akteure (Eigentümer, Einzelhandel), die gemeinsam das Ziel verfolgen, ein definiertes Quartier durch geeignete Maßnahmen strukturell und nachhaltig zu verbessern.

Anlagen:

Auszüge aus der Rahmenplanung Brand S. 77 + S. 90

