



BRUCHKÖBEL.  
DA WILL ICH  
LEBEN!

# **GESCHÄFTSBERICHT 2020**

## STADTMARKETING BRUCHKÖBEL GMBH

STADT BRUCHKÖBEL



# Vorwort

## MARKENKERN UND LEITBILD DER STADT

Im Jahr 2005 wurde das Stadtmarketing Bruchköbel als Stabstelle in der Stadtverwaltung angesiedelt und in einem kooperativen Prozess eine Dachmarke der Stadt Bruchköbel erarbeitet. Hierzu gehörte, neben einem umfassenden Leitbild für Bruchköbel, auch die Festlegung des angestrebten Images der Stadt sowie des entsprechenden Stadtlogos.

Die verabschiedete Positionierung der Stadt Bruchköbel und der Slogan bilden seitdem den Rahmen des städtischen Handelns.

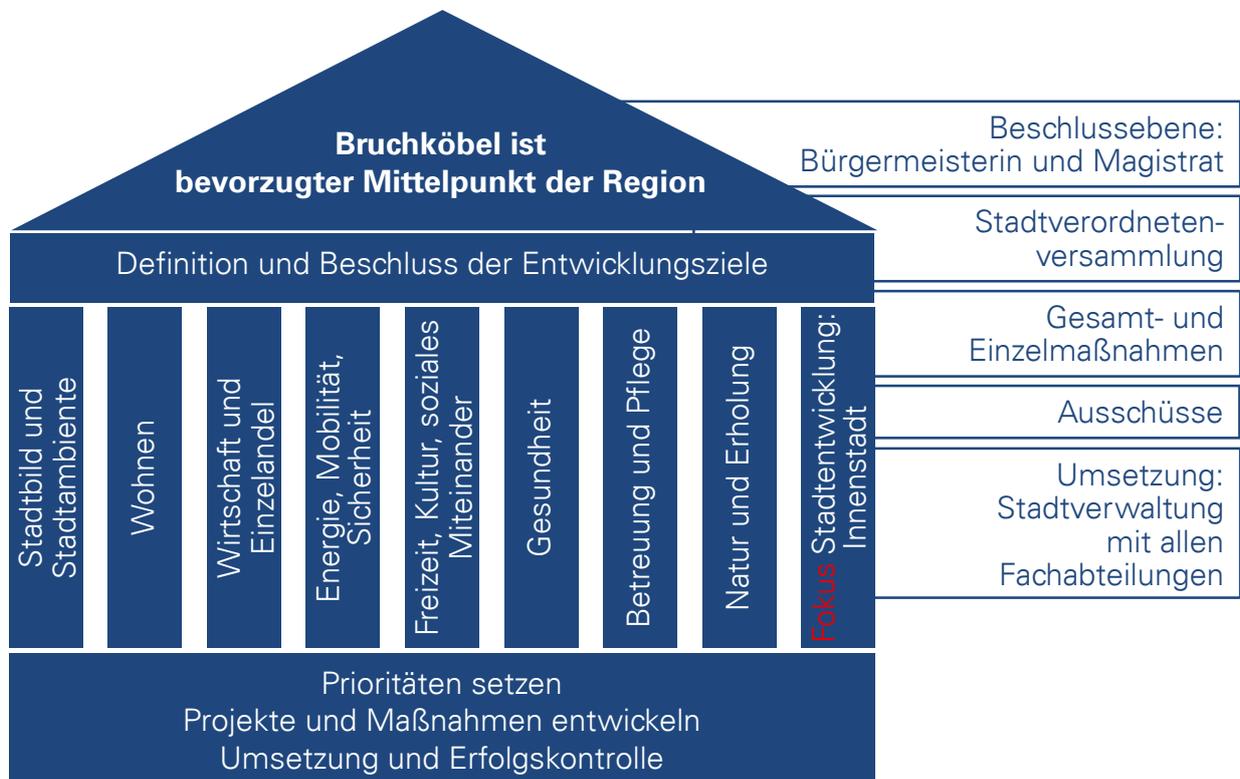
### Positionierung der Stadt Bruchköbel:

„Lebendig, stets offen für Neues und aktiv, die Chancen der Zukunft zu nutzen, entwickelt Bruchköbel Ideen und setzt sie tatkräftig um. Damit sichert sich die Stadt aktuelle und künftige Standortvorteile und wird als Lebens-Mittelpunkt bevorzugt.“

ge Standortvorteile und wird als Lebens-Mittelpunkt bevorzugt.“

Der entsprechende Slogan „Bruchköbel. Da will ich leben!“ etabliert die Marke der Stadt Bruchköbel im Umfeld der umliegenden Städte. Das Markenbild des Wehrturms mit dem markierenden Kreis als Logo der Stadt unterstreicht den Slogan und verankert ihn visuell nachhaltig auf allen Publikationen, auf Werbeträgern, Briefpapier und digitalen Veröffentlichungen der Stadt.

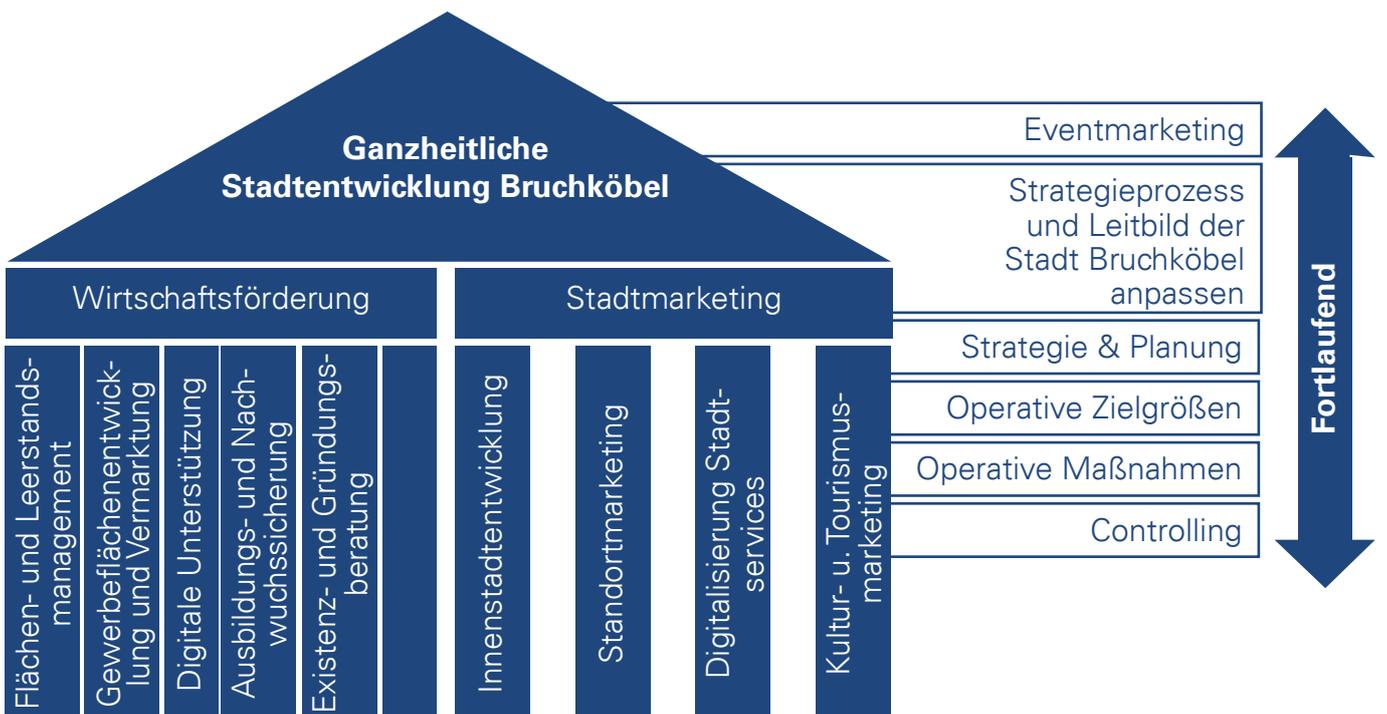
Zur Sicherung der Zukunftsfähigkeit des Standorts Bruchköbel wurde 2012 das Leitbild der Stadt und damit die Ziele der Stadtentwicklung im Leitbild „Bruchköbel 2025“ überarbeitet und von den Stadtverordneten einstimmig verabschiedet. Der Fokus lag hierbei auf der Entwicklung der Innenstadt.



## DIE STADTMARKETING BRUCHKÖBEL GMBH

Zur Umsetzung und Koordination der Leitbildziele wurde Ende 2009 die Stadtmarketing Bruchköbel GmbH (SMB) als 100-prozentige Tochter der Stadt Bruchköbel gegründet. Ihre Aufgabe ist die Stärkung und Entwicklung des örtlichen Wirtschaftspotenzials, die Sicherung und Entwicklung von Arbeitsplätzen sowie die nachhaltige Belebung und Steigerung der Attraktivität des Standorts. Begleitet wird dies von einem ganzheitlichen Stadtmarketing-Ansatz. Dieser verfolgt das Ziel, die Stadtentwicklung auf Basis der Zusammenarbeit mit allen wichtigen Akteuren – von Unternehmen,

Vereinen und Verbänden, touristischen Einrichtungen bis hin zu Bildungs- und Kulturträgern – voranzutreiben. Die Gesellschaft fördert damit in der Gesamtheit ihrer Aktivitäten die Bekanntheit der Stadt als bevorzugtem Lebensmittelpunkt in der Region. Zu den Aufgaben zählen unter anderem die Entwicklung und Durchführung der städtischen Marketingaktivitäten, die Wirtschaftsförderung und Gewerbeflächen-Vermarktung sowie die Entwicklung und Betreuung des digitalen Stadtauftritts. Dazu gehört auch die Innenstadt-Vermarktung als derzeitige Schwerpunktaufgabe. Das Stadtmarketing koordiniert in diesem Rahmen die verschiedenen Aktionen.





# Inhaltsverzeichnis

|   |       |
|---|-------|
| Geschäftsbericht 2020   | Seite |
| <b>1. City- und Tourismusmarketing</b>  | 06    |
| Stadtdinner@home - Kunst und kulinarisches auf der Couch  |       |
| Stadtdinner@home wird zu Stadtdinner@home on tour   |       |
| Sommerkino im Krebsbachpark   |       |
| Erfolgreiche Stadtradel-Premiere mit Unterstützung durch die SMB  |       |
| <b>2. Digitaler Stadtauftritt</b>   | 10    |
| Redaktion und online-Dienstleistung für die Fachabteilungen   |       |
| Relaunch der Website der Stadt  |       |
| Facebook und Instagram  |       |
| Stadt-App   |       |
| Entwicklung der Zugriffszahlen  |       |
| „Ich schenke Dir ein Licht“ - Weihnachten in Bruchköbel digital   |       |
| Dein Adventsmenü - Gutschein statt Weihnachtsfeier  |       |
| <b>3. Wirtschaftsförderung und Handelsunterstützung</b>   | 14    |
| Grosse Weihnachtsverlosung „DEIN EINKAUF GEWINNT“   |       |
| Marktplatz Bruchköbel   |       |
| Shop-Funktion   |       |
| Gutscheinaktion   |       |
| Hol- und Lieferservice  |       |
| Adventskalender   |       |
| Bruchköbel Card   |       |
| Ausbildungstag „TwoForTalents“  |       |
| Kampagne und Microsite <a href="http://www.bruchkoebel-steht-zusammen.de">www.bruchkoebel-steht-zusammen.de</a> |       |
| <b>4. Baustellenmarketing</b>   | 19    |
| Parken am Festplatz/Shuttle-Service   |       |
| Newsletter „BRUCHKÖBEL BAUT“  |       |
| Die Baustelle Bildern   |       |
| Banner  |       |
| <b>5. Innenstadtentwicklung – Fördermittelmanagement</b>  | 23    |
| Mitarbeit am Konzept zur Nutzung und Bewirtschaftung der neuen Tiefgarage                                       |       |
| Fördermittelmanagement STADT.PLATZ.GRÜN -   |       |
| Erstellung des integrierten Stadtentwicklungskonzepts (ISEK) mit der Stadtplanung                               |       |
| Mitarbeit am Konzept Betrieb Stadthaus  |       |
| Sammlung der regionalen Interessen zur Gewerbeansiedlung im neuen Zentrum                                       |       |
| <b>6. Publikationen</b>   | 25    |
| Stadtinfo   |       |
| Printwerbung und Medienkooperation  |       |
| <b>7. Marketing für den Zweckverband Fliegerhorst Langendiebach</b>   | 26    |
| Neue Schilder nach Sturmschäden und Redaktion Website   |       |

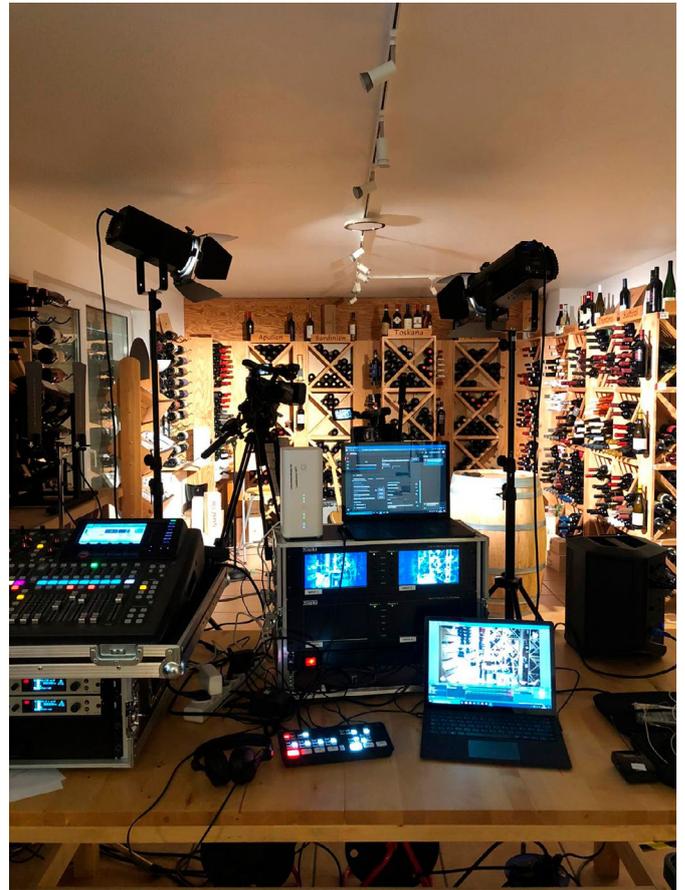
# 1. CITY- UND TOURISMUSMARKETING

## STADTDINNER@HOME - KUNST UND KULINARISCHES AUF DER COUCH



Am 4.6.2020 wurde über den YouTube-Kanal „Bruchköbel. Da will ich leben“ erstmals eine digitale Variante des beliebten „Stadtdinners“ gezeigt. Aufgrund der Corona-Pandemie konnte das Stadtdinner nicht auf dem Gelände des Freien Platzes stattfinden.

Den Zuschauer\*innen wurden Musik, Entertainment und eine digitale Weinprobe geboten. Die kulinarischen Leckereien kamen von lokalen Gastronomen. Etwa 700 Zuschauer\*innen



und Zuhörer\*innen waren zu verzeichnen. Durch die Kommentarfunktion konnten diese, trotz räumlicher Distanz, aktiv am Event teilnehmen.



### Ziel der Maßnahme:

- Unterstützung der Künstler\*innen
- Unterstützung der lokalen Gastronomie
- Belebung von Lokalkolorit im Netz beleben
- Das beliebte Stadtdinner in abgewandelter Form zu Hause genießen und ein Gemeinschaftsgefühl erhalten

### **Kooperationspartner und Unterstützer:**

Kulturverein Wundertüte e. V., Kulturring Bruchköbel e. V., Marketing- und Gewerbeverein Bruchköbel e. V., OPTIMUM Volker Meyer Augenoptik, Sparkasse Hanau, Hotel & Restaurant „Zum Schwanen“, Fachschule für Wing Tsun, Rada Werbedesign, Silke Blum und Claudia Scherer Gartendesign.

### **STADTDINNER ON TOUR**



Das Stadtdinner@home ging am Donnerstag, 6. August, in die zweite Runde und tourte in den Stadtteil Roßdorf. Im Innenhof des Hotels & Restaurants „Zum Schwanen“ traten die Bruchköbeler Funk-Band „Red Chair“ und die Rock-, Pop- und Blues-Formation „No Amnesia“ aus Erlensee vor 100 Gästen auf. Mehr Besucher waren aufgrund der geltenden Corona-Bestimmungen nicht zulässig. Parallel dazu wurde der Auftritt auf dem YouTube-Kanal „Bruchköbel. Da will ich leben“ übertragen. In den Pausen wurde den Gästen vor Ort und zu Hause an den Bildschirmen ein abwechslungsreiches und kurzweiliges Programm rund um den Stadtteil Roßdorf geboten.

Die lebendige Roßdorfer Vereinswelt wurde unter anderem durch Oliver Krestin von den

Schubkarren-Rennfreunden vertreten, der extra einen Renn-Schubkarren in den Innenhof des „Schwanen“ schob, und Stefan Mohn, 1. Vorsitzender der Freiwilligen Feuerwehr Roßdorf, berichtete vom 100-jährigen Jubiläum der Roßdorfer Brandschützer\*innen im vergangenen Jahr und der regen Nachwuchsarbeit. Waltraud Goy erzählte als Antoniter-Magd Antonia aus vergangenen Zeiten, und „Schwanen“-Inhaberin Charlotte Schmidt stellte ihr Haus vor. Einen besonderen Auftritt hatte Claudia Kaul vom Gestüt „Most Colorful“: Sie ritt auf dem Rücken des Araberhengstes El Shamir in den Innenhof und stellte das Western-Reiten vor.



Für alle, die den Abend vom Sofa aus verfolgten, boten die heimischen Gastronomen einen Hol- und Lieferservice. Durch den Abend führte Sebastian Bogensperger, der bereits das erste „Stadtdinner@home“ moderiert hatte. Der Eintritt kam vollständig den an diesem Abend auftretenden Künstlern\*innen zugute.

Die SMB plant weitere „Stadtdinner@home“-Events in Bruchköbels Stadtteilen.

### **Ziele der Maßnahme:**

- Unterstützung der Künstler\*innen und Vereine
- Traditionen im Netz lebendig halten
- Den Bürger\*innen die Möglichkeit geben, das beliebte Stadtdinner zu Hause zu genießen

### Zuschauer an den Bildschirmen:

- Am Abend des Stadtdinners verfolgten bis zu 100 wechselnde Zuschauer gleichzeitig die Übertragung.
- Das Video des Stadtdinners wurde im Anschluss auf dem YouTube-Kanal der SMB eingestellt und bis jetzt rund 1250 Mal angesehen.

### Kooperationspartner und Unterstützer:

Kulturverein Wundertüte e. V., Kulturring Bruchköbel e. V. Marketing- und Gewerbeverein Bruchköbel e. V., OPTIMUM Volker Meyer Augenoptik, Sparkasse Hanau, Hotel & Restaurant „Zum Schwanen“, Fachschule für Wing Tsun, Elektrobau Kraft, Rada Werbedesign, Silke Blum und Claudia Scherer Gartendesign

## SOMMERKINO IM KREBSBACHPARK

Das Bruchköbeler Open-Air-Kino ging 2020 in die zweite Runde: Am 21. und 22. August zeigte das Stadtmarketing Bruchköbel im Rahmen des „SommerWanderKinosHessen“ in Kooperation mit hr1 und dem Bruchköbeler Kurier an zwei Abenden humorvolles und musikalisches Sommerkino.

Den Anfang machte am Freitag, 21. August, der Film „25 km/h“ mit Bjarne Mädel und Lars Eidinger. Am Samstag, 22. August, wurde es rockig mit „Lindenberg! Mach Dein Ding“.

### Besucher an beiden Abenden:

450 Besucher\*innen

### Ziele der Maßnahme:

- In der Corona-Krise eine Alternative zu den geschlossenen Kinos bieten

- Standortwerbung, Innenstadtbelebung
- Krebsbachpark erlebbar machen
- Unterstützung der beteiligten Vereine



### Kooperationspartner:

Kulturverein Wundertüte e. V., Kulturring Bruchköbel e. V., terramag, ixmal mehr Fitness, DSH Security und HessenFilm und Medien. Sponsoren: Gardinen Hinkel, Der Wäscheschrank, Aphrodite kosmetik & wellness, Rathausbuchhandlung Bruchköbel, OPTIMUM Volker Meyer Augenoptik, Thomas Hirt & Partner, Karl Eidmann GmbH & Co. KG, Sparkasse Hanau, Hessisches Ministerium für Wissenschaft und Kunst, RADA Werbedesign, Eis Café Venezia und der Marketing- und Gewerbeverein Bruchköbel

## ERFOLGREICHE STADTRADEL-PREMIERE MIT UNTERSTÜTZUNG DURCH DIE SMB

2020 hat die Stadt Bruchköbel erstmals an der vom europäischen Städtenetzwerk „Klima-Bündnis“ organisierten Kampagne „STADTRADELN“ teilgenommen. 21 Tage lang haben 448 Teilnehmer für Bruchköbel in die Pedale getre-

ten, 124.989 Kilometer gesammelt und dabei 18 Tonnen CO<sub>2</sub> eingespart. Bruchköbel ist fast zeitgleich mit Hanau, Nidderau und Maintal gestartet und konnte bei seiner „STADTRADELN“-Premiere gleich die gemeinsame Stadtwette für sich entscheiden.

Bei dem Wettstreit zwischen den vier Kommunen ging es um die meisten gefahrenen Kilometer pro Teilnehmer. Bruchköbel liegt mit rund 278,99 gefahrenen Kilometern pro Teilnehmer vor Nidderau (260,64 Kilometer), Hanau (214,04 Kilometer) und Maintal (194,72 Kilometer). Insgesamt 23 Teams mit 448 Radlern haben sich für Bruchköbel beteiligt: Ganz vorne hat sich der Skiclub Bruchköbel mit 52 Radlern und beachtlichen 20.462 Kilometern platziert. Das Team „Stadtverwaltung Bruchköbel“ ist mit 93 Aktiven und 15.755 Kilometern auf dem zweiten Platz gelandet, knapp vor den Handballern der SG Bruchköbel mit 14.090 Kilometern und 47 Teilnehmern.

Die Schirmherrschaft für die Bruchköbeler Teilnahme hatte Ausnahme-Athlet Dirk Leonhardt übernommen, der kürzlich mit einem Weltrekord im Ultra-Triathlon in das Guinness-Buch der Rekorde gekommen ist.

Die SMB hat die Stadtverwaltung bei der Organisation und Werbung für die Aktion unterstützt. Sie übernahm Pressearbeit, Bildaufnahmen und Social-Media-Aktivitäten. Die SMB hat die Teamleiter frühzeitig direkt angeschrieben und instruiert. Ein Liveticker der gefahrenen Kilometer auf der Startseite der Stadt trug dazu bei, die Aktion zum Erfolg zu führen. Zudem unterstützte die SMB die Auftaktveranstaltung und die Siegerehrung.



### Ziele der Maßnahme:

- Das umweltfreundliche Verkehrsmittel Fahrrad bewerben
- Informationen über den Zustand des Radwegenetzes sammeln
- „Wir-Gefühl“ und Teamgeist stärken

### Ergebnis:

- 448 Teilnehmer
- 124.989 Kilometer gesammelt
- 18 Tonnen CO<sub>2</sub> eingespart
- Stadtwette gewonnen

## 2. DIGITALER STADTAUFTRITT

### REDAKTION UND ONLINE-DIENSTLEISTUNG FÜR DIE FACHABTEILUNGEN

Die SMB ist bereits jetzt Online-Redaktion für die Fachabteilungen. Sie hilft und berät Strukturen zu erneuern, Inhalte zu generieren z.B. Texte zu schreiben und zu aktualisieren sowie Bilder zu bearbeiten und einzustellen. Die SMB entwickelt Grafiken und leistet Support für Social Media Posts auf Facebook und Instagram. So wurden u.a. erfolgreich Postings für Stellenanzeigen entwickelt. Der Arbeitsumfang umfasst:

- Einpflegen von z.T. Content für die Fachbereiche, Upload Dateien, Umwandeln Dateien in verwendbare Formate
- Support für die Fachbereiche beim Einpflegen
- Erstellung von FAQs und Hilfestellungen mit Screenshots und Erläuterungen
- Erstellen von Bildmaterial – Share Pics u.a. für die Homepage, für Social-Media (FB und Instagram)
- Direkte HTML-Programmierung von Zusatzfunktionalitäten über das CMS hinaus

### RELAUNCH DER WEBSITE DER STADT

Mit Blick auf die Digitaloffensive des Landes Hessen für die Kommunen und auch im Sinne des Modellprojekts „Smart Cities – Stadtentwicklung und Digitalisierung“ auf Bundesebene machte sich die Kommune Bruchköbel auf den Weg in Richtung einer „Smart City.“ Für 2020 ist daher eine umfassende Überarbeitung und Neustrukturierung der Stadt-Website samt Satelliten-Websites geplant. Bereits 2019 starteten die vorbereitenden Maßnahmen. Von

den 15 Bewerbern wurden fünf IT/Web-Agenturen zu einer detaillierten Vorstellung eingeladen. Auf Basis eines Punktekataloges wurden die Bewerbungen differenziert ausgewertet. Im Februar wurde nach Rücksprache mit dem Aufsichtsrat der Auftrag vergeben. Im Rahmen eines Workshops Anfang Mai wurde auch die neue Bürgermeisterin Sylvia Braun in die Detailplanung mit aufgenommen. Die Arbeitsgruppe Relaunch wurde erweitert und tagt 14-tägig virtuell oder nach Bedarf auch in Präsenz.

Die erste Phase der Umsetzung mit Design und Layout ist bereits abgeschlossen. Nun folgen die Grundkonfiguration des Content-Management-Systems, das Templating, Backend-Einrichtungen und die Schnittstellen-Generierung. Danach wird der Fokus auf die Inhalte gelegt, und es erfolgt die so genannte Content-Migration. Relaunch wurde erweitert und tagt regelmäßig virtuell oder nach Bedarf auch in Präsenz. Auch die zweite Phase der Grundkonfiguration des Content-Management-Systems, das Templating, die Erstellung der Stylesheets, die Backend-Einrichtungen und die Schnittstellen-Generierung sind erfolgreich umgesetzt worden.

Zurzeit läuft die dritte Phase der so genannten Content-Migration. Konkret werden hierfür umfangreiche Mengen an Texten, Bildern, pdf-Dateien u. a. zu Ämtern, Services, Fachbereichen, Institutionen und Themenfeldern in das neue System eingetragen.

Im neuen System wird es eine Veränderung rund um die Termine geben. Über ein neues Backend-Tool wird ein ansprechendes Design mit Bildergalerien, Kategorisierung u. a. umgesetzt.

Nach derzeitigem Planungsstand wird die neue Website im ersten Quartal 2021 online gehen.

### Ziele der Maßnahme:

- Einführung neuester technischer Funktionalitäten
- Gestaltung in einem modernen Design
- Einfache Nutzung für Bürger\*innen und Verwaltung
- Optimierte Auffindbarkeit von Informationen durch komfortable Such- und Selektionsmechanismen
- Erfüllung der Richtlinien für Barrierefreiheit von kommunalen Websites
- Anpassung an die ab 2022 geltenden Anforderungen des Online-Zugangsgesetzes (OZG)

## FACEBOOK UND INSTAGRAM



Die SMB kommuniziert für die Stadt auch über Facebook und Instagram mit den Bürger\*innen. Hohe Reichweite erzielen vor allen Dingen Bilder von Stadtfesten, Videos und die Dokumentation und zeitnahe Information zur Innenstadtentwicklung. Über Facebook werden re-

gelmäßig auch die anderen digitalen Angebote der Stadt Bruchköbel beworben, zum Beispiel durch Hinweise auf Aktionen auf dem „Marktplatz Bruchköbel“ oder der Seite „weihnachten-in-bruchkoebel.de“.

**Facebook:** Follower derzeit 2095  
Postings: 329, davon 27 Videos

**Instagram:** Follower derzeit 1465  
Postings: 173, davon 10 Videos

## STADT-APP

Die Bruchköbeler Stadt-App steht seit 2015 für IOS und Android-Geräte bereit. Sie bietet einen direkten Kontakt zur Verwaltung, einen Müllkalender, einen Mängelmelder, Angebote für Kinder und Jugendliche und den aktuellen Terminkalender der Stadt. Neu seit Anfang 2019 ist die Funktion, Sperrmüll direkt über die App anmelden zu können. Rund 2.500 Kunden\*innen haben die App seit dem Start auf ihren Geräten installiert.

### Ziele der Maßnahme:

- Bündelung vieler Services an einer Stelle
- Möglichkeit, digitale Erweiterungen anzubieten die responsive nicht leistbar sind wie z.B. das Anzeigen von freien Parkflächen, das Bezahlen und die Sammlung und Vergütung von Boni

### Nachteil:

- läuft nur auf den aktuellsten Betriebssystemen ohne Fehler

### Zugriffszahlen im November 2020:

- 884 Nutzer
- 11.836 Ereignisse

## ENTWICKLUNG DER ZUGRIFFSZAHLN

Seit Beginn der Corona-Krise ist das Informationsbedürfnis der Bürger\*innen stark angestiegen, vor allem mit Blick auf digitale Angebote. Die gewachsenen Zugriffszahlen spiegeln dies wider. Als zentrale Anlaufstelle für alle Nachrichten und Verordnungen der Stadt Bruchköbel, des Main-Kinzig-Kreises und des Landes Hessen rund um die Pandemie wurde eine Unterseite auf der Website der Stadt geschaffen und laufend aktualisiert.

Gerade die Onlineverkaufsplattform Marktplatz Bruchköbel konnte die Seitenaufrufe im Vergleich zum Vorjahr um rund ein Drittel steigern.

### Zugriffszahlen im Vergleich zum Vorjahreszeitraum:

#### Bruchkoebel.de

|                             |         |
|-----------------------------|---------|
| 1.1. bis 8.12.2020:         | 594.917 |
| Vorjahr 1.1. bis 8.12.2019: | 492.279 |

#### Marktplatz.bruchkoebel.de

|                             |         |
|-----------------------------|---------|
| 1.1. bis 22.12.2020:        | 344.816 |
| Vorjahr 1.1. bis 8.12.2019: | 256.098 |

## „ICH SCHENKE DIR EIN LICHT – WEIHNACHTEN IN BRUCHKÖBEL DIGITAL“

Die Weihnachtsmärkte in der Kernstadt und den Stadtteilen sind der Pandemie zum Opfer gefallen. Deshalb hat das Stadtmarketing die Aktion „Ich schenke Dir ein Licht – Weihnachten in Bruchköbel digital“ ins Leben gerufen. Unter [www.weihnachten-in-bruchkoebel.de](http://www.weihnachten-in-bruchkoebel.de) hat die SMB eine eigene Seite gebaut und liebgewonnene Traditionen, dort feierliche Momente der Advents- und



Weihnachtszeit gesammelt und von und mit allen Bürgerinnen und Bürgern geteilt.

Jeder konnte mitmachen und die Seiten bereichern etwa mit Rezepten, Bildern, Deko-Ideen, Liedern oder einem Wunsch für die virtuelle „Wunsch- und Dankeschön-Wand“. Auf der virtuellen „Weihnachtsbühne“ wurden kulturelle Weihnachts-Highlights der Vorjahre, Weihnachtskonzerte und andere Aufführungen gezeigt. Hinzu kamen Klavierkonzerte, Märchen und Geschichten, die in der Adventswerkstatt des Stadtmarketings live neu aufgenommen worden waren. Der Nikolaus und das Christkind posteten aus ihrer Weihnachtsresidenz und freuten sich auf die Antworten der Kinder.

Die SMB hat hierfür neben Werbung und Redaktion allein rund 30 Videos aus dem eingereichten Material gesichtet und geschnitten.

### Folgende Aktionen wurden dort u. a. ausgespielt:

- Lichteraktion mit dem Jugendreferat
- Aktion Adventsfenster
- Weihnachtsbühne mit Märchen, Musik und Theater
- Adventsmenü
- Weihnachten in Bruchköbel

### Ziele der Maßnahme:

- Einen Platz schaffen, an dem Bruchköbeler Weihnachten trotz Pandemie stattfinden kann



### Zugriffszahlen Weihnachtsseite:

- Seitenaufrufe: 153.000
- Eindeutige Besucher: 4297
- 16,4% kommen über Facebook
- 4,12 % über Google
- 2,5 % über dein Einkauf gewinnt
- Der Rest kommt direkt

### aufgerufene Seiten:

- 10% Adventsmenüs
- 8% Adventsfenster
- 7 % Lichteraktion
- Der Rest verteilt sich auf Seiten ausgehend von Startseite

## DEIN ADVENTSMENÜ - GUTSCHEIN STATT WEIHNACHTSFEIER

Der gemeinsame Restaurantbesuch mit Kollegen, Freunden oder der Familie gehört für viele zu den festen Traditionen an den Adventstagen. Doch dieses Jahr ist alles anders, und der gesellige Abend im Restaurant muss voraussichtlich

ausfallen. Deshalb hat die SMB die Rubrik „Dein Adventsmenü“ auf [www.weihnachten-in-bruchkoebel.de](http://www.weihnachten-in-bruchkoebel.de) integriert. Hier finden die Bürger\*innen alles zu den angebotenen Menüs, Preisen sowie Liefer- und Abholmöglichkeiten der teilnehmenden gastronomischen Betriebe.

Die SMB bewirbt zudem einen Gutschein à 25 Euro, der als Geschenk für die Weihnachtsfeier ausgegeben werden kann.

### Beteiligte gastronomische Betriebe:

- 12

### Ziele der Maßnahme:

- Gastronomie zur Hauptsaison trotz Schließung unterstützen
- Angebote bündeln



## 3. WIRTSCHAFTSFÖRDERUNG UND HANDELSUNTERSTÜTZUNG

### GROSSE WEIHNACHTSVERLOSUNG „DEIN EINKAUF GEWINNT“

Um den örtlichen Handel in der Corona-Zeit zu unterstützen, hat die Stadt Bruchköbel die SMB beauftragt, zusammen mit dem Marketing- und Gewerbeverein Bruchköbel e. V. ein Hilfspaket für ein großes Weihnachtsgewinnspiel unter dem Motto „Dein Einkauf gewinnt“ aufzulegen. Es konnten 115 Geschäfte und Unternehmen für diese Aktion gewonnen werden.



**80 PREISE IM GESAMTWERT VON MEHR ALS 14.000 € ZU GEWINNEN!**

**1. Preis: E-Lastenfahrrad**  
im Wert von 4.300 €



**3. Preis: iPad**  
im Wert von 1.000 €



**2. Preis: E-Citybike**  
im Wert von 2.500 €



und vieles mehr...

**Sichere Dir jetzt mit jedem Einkaufswert von 25 Euro in 112 teilnehmenden Bruchköbeler Unternehmen Dein Gewinnlos!**  
Wo das geht erfährst Du auf: [www.dein-einkauf-gewinnt.de](http://www.dein-einkauf-gewinnt.de)



Veranstalter:  
Stadtmarketing Bruchköbel GmbH  
Inhaber: Ring 10, 63488 Bruchköbel



Von Freitag, 27. November, bis Donnerstag, 31. Dezember, gab es bei jedem Einkauf die Chance auf attraktive Gewinne. Als Hauptpreis winkte ein E-Lastenfahrrad von „Babboe“ im Wert von rund 4.300 Euro. Der zweite Preis war ein

hochwertiges E-Bike im Wert von 2.500 Euro, das sich der Gewinner bei der Firma Emer aussuchen kann. Der dritte Preis war ein nagelneues iPad im Wert von rund 1.000 Euro. Außerdem gab es viele weitere Preise wie eine Wellness- und eine Mountainbike-Reise in den Spessart, Jahresabos fürs Fitnessstudio, zwei Jahresabos für eine 14-tägig gelieferte Kiste mit Bioobst und -gemüse sowie Einkaufsgutscheine für den Frischen Wochenmarkt und Bruchköbel-Geschenk Körbe. Pro 25 Euro Einkaufswert gab es bei einem der teilnehmenden Unternehmen ein Los. Die Ziehung findet am 29. Januar 2021 statt.

#### Ziele der Maßnahme:

- Hilfspaket zur Unterstützung des Handels in der Vorweihnachtszeit
- Standort- und Kundenbindung
- Standortwerbung

**Beteiligte Unternehmen:** 114

**Eingebundene Sponsoren:** 22

#### Lose/Umsatz:

- über 30.000 im Umlauf (40.000 gedruckt)

#### Zugriffszahlen auf [www.dein-einkauf-gewinnt.de](http://www.dein-einkauf-gewinnt.de):

- Seitenaufrufe: 129.627
- Eindeutige Besucher: 2770

#### Besucher kommen

- 3,44 % über Facebook
- 15 % über Google
- alle anderen direkt über [www.dein-einkauf-gewinnt.de](http://www.dein-einkauf-gewinnt.de)

## MARKTPLATZ BRUCHKÖBEL

2020 hat sich gezeigt, wie wichtig und wegweisend ein Angebot wie der Marktplatz Bruchköbel für die Gewerbetreibenden vor Ort ist. Seit Jahresbeginn wurde die Plattform, auch unter dem Eindruck des Lockdowns, an mehreren Stellen entscheidend weiterentwickelt: Für die auf dem Marktplatz vertretenen Unternehmen wurde eine Shop-Funktion eingerichtet. Die heimische Gastronomie kann sich jetzt mit ihren Hol- und Lieferangeboten präsentieren. Außerdem wurde eine Gutscheinkampagne für die Händler\*innen gestartet.

Vor allem seit Beginn der Corona-Krise ist die Zahl der Gewerbetreibenden, die die Plattform mit ihren Angeboten nutzen, um 17 auf 92 gestiegen.

Zwei Städte im Kreis haben Beschlüsse gefasst, ähnliche Seiten zu installieren.



**Bereit für den digitalen Handel** 

Bruchköbel vernetzt On- und Offline-Aktionen und bietet Support für Betriebe und Kunden.  
**regional · gemeinsam · effektiv**

[WWW.MARKTPLATZ.BRUCHKÖBEL.DE](http://WWW.MARKTPLATZ.BRUCHKÖBEL.DE)

## SHOP-FUNKTION AUF DEM MARKTPLATZ BRUCHKÖBEL

Das Angebot des Marktplatzes Bruchköbel Aktionen und Produkte vorzustellen, wurde jetzt durch digitale Bestellvorgänge unter Ein-

bindung von PayPal und anderen Bezahl-systemen erweitert. Zur Unterstützung der lokalen Unternehmen, die während des Lockdowns geschlossen sein mussten, wurden schnell und unbürokratisch Online-Shops eingerichtet.



**ONLINE WEITER EINKAUFEN !**  
GUTSCHEINE, HOL- & LIEFERSERVICE AUS BRUCHKÖBEL

**MARKTPLATZ BRUCHKÖBEL**

Die Freischaltung des Online-Bestellprozederes versetzte die Händler\*innen auch in die Lage, vermehrt eigene Produkte zum direkten Online-Verkauf anzubieten. Die SMB ist nicht selbst der Verkäufer, sondern stellt die Plattform zur Verfügung. Mit Unterstützung des SMB-Teams nutzen Händler\*innen in Ergänzung zum stationären Handel nun auch die Möglichkeiten des Online-Handels. Unter einem gemeinsamen, regionalen Dach nach dem Motto: „Online kaufen, aber lokal Umsätze und Arbeitsplätze im Handel sichern“

### Ziele der Maßnahme:

- Gemeinsamer Onlineshop Bruchköbel
- Ein Warenkorb für viele Einkäufe
- Lokale Umsätze online ausbauen und sichern
- Gute Präsentation des Warenkorbs Bruchköbel
- Lokale Wirtschaftsförderung

## GUTSCHEINAKTIONEN

Um die örtlichen Geschäfte und Dienstleister in dieser schweren Zeit weiter zu unterstützen wurden zudem Gutscheine der Händler\*innen generiert und beworben, die direkt über die Warenkorb-Funktion im Marktplatz Bruchköbel bestellt werden können.



Die Gutscheine stehen über den jeweiligen Account der Händler\*innen in der Shop-Funktion zum Kauf zur Verfügung.

**Neukunden für diese Aktion:** 20

### Kooperationspartner:

Marketing- und Gewerbeverein Bruchköbel e. V.

### Ziele der Maßnahme:

- Unterstützung des Handels auf dem Weg zum Onlinehandel
- Generierung von Umsätzen während der Schließungen
- Standortbindung

## ADVENTSKALENDER

Bereits im sechsten Jahr richtet die SMB den digitalen Adventskalender auf dem Marktplatz Bruchköbel ein. 24 Unternehmen beteiligen sich und spenden attraktive Preise.

**Zugriffszahlen:** 17.267



**Mitmachen und einen von 24 x 3 Tagespreisen gewinnen!**

Öffne vom 1. bis 24. Dezember jeden Tag ein Türchen und gewinne mit etwas Glück einen von vielen Preisen dieser Unternehmen:



[www.marktplatz.bruchkoebel.de](http://www.marktplatz.bruchkoebel.de)

## HOL- UND LIEFERSERVICE

Auch zahlreiche Restaurants in Bruchköbel mussten seit November erneut auf einen Lieferdienst und Verkauf ab Haus umstellen. Um das Angebot für die Kundin\*en zu bündeln und für alle Interessierten leicht auffindbar zu machen, wurde die Rubrik „Holen & Liefern“ eingerichtet.

Die Betriebe erhielten vorübergehend einen kostenlosen Zugang auf den Marktplatz Bruchköbel. Mittlerweile präsentieren sich hier zwölf Restaurants und Lieferdienste, von der Pizzeria bis zum vietnamesischen Restaurant.

### **Ziele der Maßnahme:**

- Unterstützung der örtlichen gastronomischen Betriebe im digitalen Angebot
- Ermöglichung von Umsätzen während des Lockdowns
- Information der Bürger\*innen und Gäste zum Angebot

### **Klicks:**

- 5616 Aufrufe

## **BRUCHKÖBEL CARD**

Im Jahr 2021 wird die SMB dem Marketing- und Gewerbeverein eine Bruchköbel-Card als gemeinsame Einkaufskarte für Bruchköbel auflegen.

Diese Karte wird als Loyalty-Card der Kaufkraftbindung an den Standort dienen. Beträge können individuell aufgeladen und ausgegeben werden. Alle teilnehmenden Stellen akzeptieren sie als Zahlungsmittel. Zudem kann die Karte auch Boni speichern und diese als Zahlungsmittel zum Beispiel für Parkgebühren einsetzen. Für Unternehmen vor Ort ist die Karte als steuerfreie Zuwendung an Mitarbeiter\*innen in Höhe von 44 Euro monatlich einsetzbar.

Umfangreiche Vorarbeiten hierzu sind schon 2020 erfolgt, so die Prüfung etwaiger Partne-

runternehmen sowie die Ausarbeitung und Abstimmung eines Konzepts.

Der Start der Karte wird mit einem Flyer und umfangreicher Werbung verbunden.

Geplant ist die Ausgabe der Karten vorbehaltlich von Änderungen durch die Corona-Maßnahmen für Ostern 2021.

### **Ziele der Maßnahme:**

- Langfristige Kaufkraftbindung
- Standortwerbung
- Unterstützung von Unternehmen

## **AUSBILDUNGSTAG „TWOFOR Talents“**

Die Stadtmarketing Bruchköbel GmbH (SMB) hat, gemeinsam mit der Wirtschaftsförderung Erlensee, am 13.2.2020 den vierten regionalen Ausbildungstag „TwoForTalents – Zwei Städte für Deine Zukunft“ veranstaltet. Schüler\*innen der Jahrgangsstufen 9 und 12 der Heinrich-Böll-Schule, des Lichtenberg-Oberstufengymnasiums (beide Bruchköbel), der Georg-Büch-



ner-Schule (Erlensee) und erstmals auch der Albert-Einstein-Schule (Maintal) haben daran teilgenommen.

Unter den 17 teilnehmenden Unternehmen aus Bruchköbel, Erlensee und Hanau befanden sich unter anderem Ingenieurbüros, Banken, Organisationen Automobilzulieferer, Lebensmittelproduzenten sowie Pflege- und Gesundheitsdienstleister.



Zusätzlich gibt es seit 2017 im Netz die Ausbildungsplattform [www.twofortalents.de](http://www.twofortalents.de). Darauf bietet die SMB den Betrieben vor Ort die Möglichkeit, offene Stellen für Praktika, Ausbildungsplätze und Duale Studiengänge zu bewerben.

### Ziele der Maßnahme:

- Schüler\*innen die vielfältigen Ausbildungsmöglichkeiten vor Ort vorzustellen und Kontakte zu Firmen zu knüpfen
- Unternehmen die Möglichkeit zu eröffnen, Nachwuchskräfte vor Ort zu rekrutieren

### Unterstützer und Kooperationspartner:

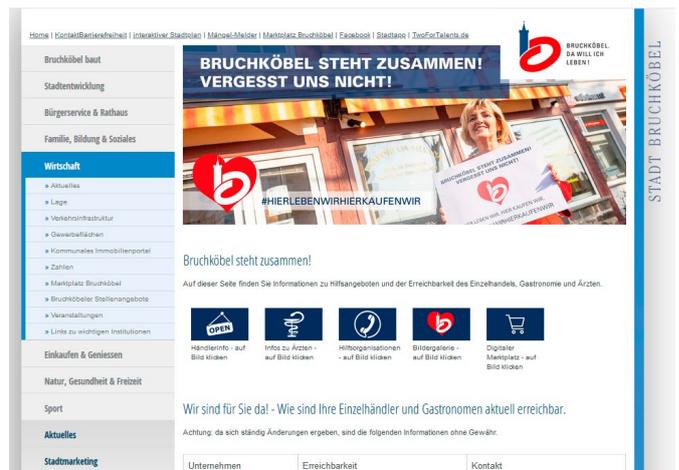
- DS Smith
- Heraeus
- IHK Hanau-Gelnhausen-Schlüchtern
- Marketing- und Gewerbeverein Bruchköbel
- Motherson Group

- Rack-Tours
- Sparkasse Hanau
- Staatliches Schulamt

### Teilnehmer:

- 17 Unternehmen
- 4 Schulen
- Rund 300 Schüler\*innen

## KAMPAGNE UND MICROSITE [WWW.BRUCHKOEBEL-STEHT-ZUSAMMEN.DE](http://WWW.BRUCHKOEBEL-STEHT-ZUSAMMEN.DE)



Mitte März erfolgte aufgrund der Corona-Pandemie ein erster kompletter Lockdown weiter Teile des öffentlichen Lebens. Beinahe stündlich kamen neue Anweisungen und Vorschriften des Bundes und der Länder.

Die SMB griff mit der Kampagne „Bruchköbel steht zusammen“ zum einen den erhöhten Informationsbedarf der Bürger\*innen auf. Zum anderen unterstützte sie im Sinne aktiver Wirtschaftsförderung mit mehreren Informations- und Kommunikationsstrategien den lokalen Handel und die Betriebe aus der Gesundheitsbranche.

Im Rahmen der Kampagne wurde sehr schnell die neue Microsite „Bruchköbel steht zusammen“ eingerichtet. Hier wurden die jeweiligen Angebote des lokalen Handels mit Kontaktmöglichkeiten und Informationen zu Online-Shops, ein Link zum Digitalen Marktplatz Bruchköbel sowie Hol- und Lieferservices aufgeführt. Darüber hinaus fanden sich Informationen zu niedergelassenen Ärzten und ihren Sprechstunden. Außerdem wurden Hilfsangebote für Bürger\*innen in Form von Lieferservices von Lebensmitteln oder Medikamenten durch die

Bürgerhilfe Bruchköbel, die Evangelische Kirchengemeinde Issigheim und verschiedene Jugendorganisationen aus dem Main-Kinzig-Kreis übersichtlich dargestellt.

### Klicks:

Seit dem Start wurde die Microsite [www.bruchkoebel-steht-zusammen.de](http://www.bruchkoebel-steht-zusammen.de) rund 3819 Mal aufgerufen.

### Ziele der Maßnahme:

- Unterstützung der Gewerbetreibenden in Bruchköbel
- Informationen für die Bürger\*innen
- Informative Präsentation von Hilfsangeboten



## BRUCHKÖBEL STEHT ZUSAMMEN!



### Helfen Sie Ihren Unternehmen in Bruchköbel!

In kürzester Zeit haben sich Ihre Bruchköbeler Unternehmen auf die aktuelle Lage eingestellt.

Ob telefonisch, per E-Mail, dem Online-Shop oder Social-Media, Ihre Bruchköbeler Unternehmen bleiben weiterhin für Sie da.

[www.bruchkoebel-steht-zusammen.de](http://www.bruchkoebel-steht-zusammen.de)  
[www.marktplatz.bruchkoebel.de](http://www.marktplatz.bruchkoebel.de)



## 4. BAUSTELLENMARKETING

### PARKEN AM FESTPLATZ/ SHUTTLE-SERVICE



Pünktlich zum Abriss des Parkdecks und damit zum Start der Großbaustelle rund um den Inneren Ring und die Hauptstraße wurde ein kostenloser Shuttle-Dienst vom Festplatz zu den Geschäften der Innenstadt angeboten. Ab dem 3.1.2020 verkehrte das Shuttle donnerstags und freitags von 8.00 bis 19.00 Uhr etwa alle zehn Minuten vom Festplatz über den Heeggraben, den Inneren Ring, das Bürgerhaus und zurück zum Festplatz. Die Testphase dauerte zwei Monate und wurde aufgrund des positiven Resümees, das eine Fahrgastbefragung ergab, und der hohen Nachfrage um einen weiteren Monat verlängert. In den Testmonaten nutzten etwa 1.500 Personen den Shuttle-Dienst.

### Ziele der Maßnahme:

- Den innerörtlichen Handel und die Dienstleister unterstützen
- Die Innenstadt beleben
- Den Ausweichparkplatz am Festplatz etablieren und beleben
- Eruieren, ob Pendler\*innen, Bürger\*innen, Berufstätige und Gäste diesen bequemen Weg in die Innenstadt nutzen
- Bürger- und Gästeservice bieten
- Baustelle attraktiv machen

### Kooperationspartner:

Bauverwaltung der Stadt Bruchköbel;  
Marketing- und Gewerbeverein e. V.;  
Handel, Dienstleistung; Gastronomie



## NEWSLETTER „BRUCHKÖBEL BAUT“

Der Newsletter „Bruchköbel baut“ informiert regelmäßig über wichtige Ereignisse und Fortschritte rund um das Großprojekt im Zentrum Bruchköbels. Zusätzlich dient der Newsletter dazu, Aktionen zu bewerben und über Angebote der Fachbereiche zu informieren. Mit Beginn der Corona-Pandemie wurde über den Newsletter auch die Aktion „Bruchköbel steht zusam-

men“ bekannt gemacht und wichtige Kontaktdaten der Stadtverwaltung verbreitet.

Seit 2020 wird der Newsletter mit einem speziellen Newsletter-Tool (Newsletter2Go) versendet. Dieses bietet vollautomatisierte Versand-, Anmelde- und Abmelderoutinen, ein differenziertes Auswertungs- und Statistikelement, Erstellung differenzierter Nutzerkreise und personalisierte Kundenansprache.

Ausgehend von der Website [www.bruchkoebel-baut.de](http://www.bruchkoebel-baut.de) kann man den Newsletter über eine Anmeldemaske abonnieren. Dabei werden mit dem so genannten Double-Opt-In-Prinzip die Anforderungen des Datenschutzes vollumfänglich erfüllt.

Besuchen Sie hier die Webversion.



**NEWSLETTER zur Innenstadtentwicklung - Nr. 08 / Mai 2020**

**Hochbauarbeiten beginnen im Mai**



Ansicht der Baugrube Richtung Süden.

**Firma LIM Bau hat den Zuschlag für die Arbeiten erhalten**

Die **Arbeiten** auf der großen Baustelle in Bruchköbels Stadtmitte laufen **auf Hochtouren**. Aktuell wird dort **auch am Samstag gearbeitet**. Denn **Ende Mai** soll mit dem **Hochbau** begonnen werden. Die Firma **LIM Bau aus dem Raum Groß-Gerau** hat für diesen Auftrag den Zuschlag erhalten. Von der Ecke Innerer Ring / Hauptstraße aus werden die Betonarbeiten zunächst in Richtung des Bürgerhauses und dann nach Norden in Richtung des REWE-Supermarktes vorgenommen. Parallel dazu wird die **Vergabe der weiteren Gewerke** vorangetrieben.

Gut **ein Drittel** der Erde in der Baugrube wurde bereits **ausgehoben** und mit LKW's abgefahren. Läuft alles nach Plan, ist die **Baugrube in vier bis sechs Wochen** komplett ausgehoben. Gleichzeitig arbeiten zwei Maschinen mit Hochdruck an der Einbringung der **Auftriebspfähle**. Diese **verhindern**, im Fall eines **Anstiegens der Wasserlinie**, den Auftrieb des Bauwerks. Die Pfähle werden in die Erde gebohrt und mit einer Zementsuspension verfüllt und fixiert.

Um den Schmutz des Abtransports zu beseitigen, fahren teilweise bis zu fünfmal täglich

### Ziele der Maßnahme:

- Information der Bürger\*innen
- Unterstützung des Handels

### Anzahl der Abonnenten:

- Rund 420

### Ausgesandte Newsletter:

- 10 seit Jahresbeginn

### Auswertung:

Insgesamt ist das Interesse am Newsletter hoch. Die regelmäßige Öffnungsrate liegt bei 60 %, die Click-Through-Rate bei 38 %. Damit ist der Newsletter auch ein erfreulicher Frequenzbringer für die im Newsletter aufgeführten Aktionen und externen digitalen Angebote.

## DIE BAUSTELLE IN BILDERN



Im Rahmen des Baustellenmarketings beauftragt und veröffentlicht die SMB Fotos der großen Innenstadt-Baustelle auf der Baustellenseite [www.bruchkobel-baut.de](http://www.bruchkobel-baut.de) und den sozialen Medien (Facebook und Instagram). Regelmäßig werden Bild und Videoaufnahmen angefertigt. Die Bilderstrecken werden auf Facebook von Nutzer\*innen häufig und regelmäßig angeklickt und auch kommentiert. Besondere Beachtung fand auf Facebook ein Panoramabild der Baustelle.

### Anzahl der Flüge:

- Seit Jahresbeginn wurden 19 Bilderstrecken und ein Video veröffentlicht.



### Ziele der Maßnahme:

- Information der Bürger\*innen
- Dokumentation der Baustelle in Bruchköbels Zentrum

## BANNERWERBUNG



Mit Werbebannern am Bauzaun können Unternehmen aus Bruchköbel auf sich aufmerksam machen. Da die Nachfrage größer ist als das Angebot, wird halbjährlich gewechselt und bei Überhang der Nachfrage gelost. Die direkt an der Baustelle befindlichen Unternehmen werden bei der Auswahl bevorzugt.

### Ziele der Aktion:

- Unterstützung der Unternehmen während der Bauzeit

### Buchungen:

- 63

### Aktuelle Buchungsplätze:

- 15

## 5. INNENSTADTENTWICKLUNG - FÖRDERMITTELMANAGEMENT

### KONZEPT ZUR NUTZUNG UND BEWIRTSCHAFTUNG DER NEUEN TIEFGARAGE

Als Teil der Projektgruppe „Innenstadtumbau“ unter der Leitung von Bruchköbels Bürgermeisterin Sylvia Braun und Mitarbeiter\*innen der Stadtverwaltung hat die SMB am Konzept zur künftigen Bewirtschaftung der Tiefgarage in Bruchköbels Stadtmitte mitgearbeitet. Zur ersten Eruiierung der notwendigen Parameter für eine erfolgreiche Bewirtschaftung hat die SMB die Hanau Parkraum GmbH beauftragt, eine grundlegende Aufgabenmatrix und eine erste Schätzung möglicher Einnahmen und Ausgaben zu erarbeiten.



Das Papier diente als erste Richtschnur für weitere Recherchen und die ausführliche Erarbeitung der jetzigen Beschlussvorlage. Der vorgelegte Entwurf ist bei den Fraktionen grundsätzlich auf positive Resonanz gestoßen. Zentraler Punkt des Konzepts ist es, die Tiefgarage in städtischer Hand zu belassen und für den Betrieb einen geeigneten Partner zu finden. Hintergrund: Die Stadt möchte die Parkgebühren und die weiteren Randbedingungen nach Bedarf selbst festlegen. Als Ergebnis steht daher die Empfehlung an die Politik, die Tiefgarage nicht an externe Firmen zu verpach-

ten, sondern die Parkplätze selbst und aus einer Hand zu bewirtschaften. Dabei möchte sich die Stadt von einem Dienstleister professionell unterstützen lassen. Die Vergabe einer solchen Dienstleistung muss nach Annahme des Konzeptes europaweit ausgeschrieben werden.

### FÖRDERMITTELMANAGEMENT STADT. PLATZ.GRÜN - ERSTELLUNG DES INTEGRIERTEN STADTENTWICKLUNGSKONZEPTS

Die SMB wurde beauftragt das Fördermittelmanagement zu übernehmen. Die Voraussetzung, Fördermittel aus dem bewilligten Städtebau-Förderprogramm abrufen zu dürfen, ist ein so genanntes integriertes Handlungskonzept für das Fördergebiet (ISEK).



Dieses haben Stadtplanung und SMB gemeinsam erarbeitet. Sie haben dazu bundesweit ausgeschrieben und das Stadtplanungsbüro Dr. Sven Fries beauftragt. Bis zum Spätherbst fanden integrative Gespräche mit 21 Schlüsselpersonen in fünf Gruppen mit über 50 Bürger\*innen an Terminen vor Ort, ein Gewerbe-

treibenden-Workshop mit 11 Teilnehmer\*innen und zwei Stadtspaziergänge mit insgesamt 30 Teilnehmer\*innen aus Bürgerschaft und Magistrat statt. Gemeinsam wurden daraus Ideen für Projekte ermittelt, die nach dem Innenstadtbau im Rahmen des Förderprogramms Wachstum und nachhaltige Erneuerung im Fördergebiet umgesetzt werden sollen:

- Die Grünflächen sollen aufgewertet und besser erlebbar werden.
- Orte und Wege sollen entdeckt werden.
- Der Krebsbachpark, der Freie Platz, der Platz in der Köhlergasse und der neue Stadtplatz sollen verbunden und zu Treffpunkten für die Bürger\*innen werden.



Die Ergebnisse wurden im ISEK zusammengeführt. Nach Genehmigung durch den Fördermittegeber werden auch der Magistrat und Stadtverordnetenversammlung der Stadt Bruchköbel über die inhaltlichen Schwerpunkte des ISEK abstimmen.

Die Umsetzung erfolgt dann in einem Zeitraum von zehn Jahren. Die im ISEK festgelegten Handlungsfelder sind richtungsweisend und können bei Bedarf angepasst werden.

Die begleitende Projektkommunikation und Steuerung des Prozesses übernimmt die SMB in enger Kooperation mit der Stadtplanung und der Finanzverwaltung.

Die die Bürger\*innen werden weiter in die Umgestaltungsprozesse eingebunden. Derzeit

wird eine Projektgruppe zur weiteren Begleitung der Aktion eingerichtet. Ab 2021 wird die SMB eine Beratung für die finanzielle Abwicklung des Fördermittelabrufs beauftragen und für das Projekt installieren.

### **Ziele der Maßnahmen:**

- Weiterentwicklung des Fördergebiets Stadtzentrum
- Erarbeitung eines integrierten Stadtentwicklungskonzepts

### **Anzahl der Gespräche mit Schlüsselpersonen:**

10 Termine mit ca. 110 beteiligten Bürger\*innen

## **BETRIEB STADTHAUS**

Unter der Leitung von Bürgermeisterin Braun und den Mitarbeiter\*innen der Stadtverwaltung arbeitet die SMB als Teil der „Arbeitsgruppe Betrieb Stadthaus“ am Konzept zum Betrieb des künftigen Stadthauses mit. Themen sind hier unter anderem die Vermarktung der Räume und des Stadtplatzes, die gastronomische Bewirtschaftung, die technische Ausstattung der Räume und die logistischen Abläufe.

## **INTERESSENT\*INNEN FÜR EINE GEWERBEANSIEDLUNG IM NEUEN ZENTRUM**

Die Bürgermeisterin übernimmt es persönlich, Ansprechpartnerin für Interessent\*innen zu sein. Die SMB sammelt alle Anfragen für den neuen Wohn- und Geschäftskomplex in einer Liste. Nach der Freigabe der Daten gibt sie die Bauverwaltung an den Investor weiter.

## 6. PUBLIKATIONEN

### STADTINFO

Unter dem Eindruck der beginnenden Corona-Krise hat die SMB innerhalb von vier Tagen eine Sonderausgabe der „Stadtinfo“ herausgebracht und an alle Haushalte verteilt. Schwerpunkte der vierseitigen Sonderpublikation waren die Information aller Bürger\*innen in der Corona-Pandemie und die Unterstützung des lokalen Handels. Neben einem Vorwort der Bürgermeisterin und einem Bericht zur Arbeit des Krisenstabes wurden die Telefonnummern des Bürgertelefons, die Kontaktdaten der Zentrale der Stadtverwaltung und wichtige Internet-Adressen der Info-Portale des Landes Hessen und des Main-Kinzig-Kreises aufgelistet. Außerdem wurde für die von der SMB geschaffene Plattform [www.bruchkoebel-steht-zusammen](http://www.bruchkoebel-steht-zusammen) und für die zu diesem Zeitpunkt über den Marktplatz Bruchköbel angelaufene Gutscheinaktion zugunsten des Handels geworben.

Für die weiteren Ausgaben im Jahr 2020 zu den Themen Innenstadtumbau und Weihnachten, wurde ein neues Layout der Stadtinfo verwendet.

Das neue Design wurde in enger Abstimmung mit Bürgermeisterin Braun gestaltet.

### Auflage:

- 12.000 je Ausgabe

### Ziele der Maßnahme:

- Bürger\*innen auch in der Corona-Krise informieren
- Handel in der aktuellen Situation unterstützen
- Regelmäßige Information über Tätigkeiten der Stadtverwaltung

### PRINTWERBUNG UND MEDIENKOOPERATIONEN

Die SMB entwickelt und schaltet Werbeanzeigen für die Stadt und die Stadtmarketingaktivitäten. Erstellt wurden Anzeigen für die Festschrift des IHK Magazins, die Festschrift zum 100-jährigen Bestehen der Freiwilligen Feuerwehr Niederisigheim oder für den Grashüpfer, den Bruchköbeler Kurier und Hanauer Boten. Medienkooperationen mit dem Hanauer Anzeiger und dem Bruchköbeler Kurier brachten eine erhebliche Reduktion der Werbekosten für Anzeigen.



# 7. MARKETING FÜR DEN ZWECKVERBAND FLIEGERHORST LANGENDIEBACH

## NEUE SCHILDER NACH STRUMSCHÄDEN UND REDAKTION WEBSITE

Die SMB hat 2018 das einheitliche Verkehrsleitsystem – ähnlich dem Bruchköbeler System der Gewerbeschilder – auf dem Fliegerhorst umgesetzt. Nach Sturmschäden im Februar 2020 wurde das Leitsystem im Juli 2020 aufgebaut.

Die Übersichtstafel an der zentralen Einfahrt wird nach Rücksprache mit dem Zweckverband von einem anderen Hersteller neu installiert, um künftig Sturmschäden zu vermeiden. Der Abschluss der Arbeiten soll noch 2020 erfolgen. Zudem betreibt und pflegt die SMB die Info-Website [www.gewerbepark-fliegerhorst.de](http://www.gewerbepark-fliegerhorst.de).

