



BRUCHKÖBEL  
DA WILL ICH  
LEBEN!

# **GESCHÄFTSBERICHT 2022**

## 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 bildeten seitdem den Rahmen des Handelns. Ab der zweiten Jahreshälfte 2022 richtet sich die Stadtmarketing Bruchköbel GmbH neu aus. Dieser Prozess wird im Jahr 2023 fortgeführt.

## Neu-Positionierung der Stadtmarketing GmbH:

Nach einem Wechsel in der Geschäftsführung der Stadtmarketing GmbH im Mai 2022 und dem Umzug ins neue Stadthaus stehen strukturelle und zum Teil inhaltliche Überarbeitungen der Tätigkeitsfelder der Stadtmarketing Bruchköbel GmbH an. Hierzu wird es einen internen Optimierungsprozess geben, der ab dem dritten Quartal in der Übergangszeit unter einer neuen Geschäftsführung eingeleitet wurde: Erster Stadtrat Oliver Blum für den kaufmännischen Part und Caroline Geier-Roth für das operative Geschäft.

## DAS TEAM DER STADTMARKETING GMBH

- **Oliver Blum:**  
Geschäftsführung
- **Caroline Geier-Roth:**  
Geschäftsführung, Digitale Entwicklung, Fördermittelmanagement
- **Christian Fischer:**  
Projektmanagement, Handelsunterstützung, Marktplatz, Marketing und Design
- **Jasmin Laibacher:**  
Eventmanagement
- **Sybille Klose:**  
Buchhaltung, Rechnungswesen, Gewerbeschilder
- **Alicia Rampoldt:**  
Kommunikation, Stadthaus-Vermarktung, Projektmanagement
- **Esther Wolff:**  
Projekt Sommer auf dem Freien Platz und Stadtladen, Eventmanagement, Assistenz der Geschäftsführung
- **Adrian Buick** – Werkstudent (bis 31.08.22): diverse Projekte
- **Manuela Odenwäller** (freie Mitarbeit):  
Projekt Stadtladen und Stadtmobiliar
- **Moritz Kühn** (freie Mitarbeit)  
Bildatenbank u.a.
- Seit Dezember: **Ingeborg Richter** –  
Unterstützung im Verkaufsteam des Stadtladens

# INHALTSVERZEICHNIS

Geschäftsbericht 2022

Seite

<b>1.</b>	<b>Digitaler Stadtauftritt</b>	6
	Content Management der Website <a href="http://www.bruchkobel.de">www.bruchkobel.de</a>	
	Redaktion und Online-Dienstleistung für die Fachabteilungen	
	Corona-News	
	Facebook, Instagram und Twitter	
	Stadt-App	
	Neue Digitale Bilddatenbank für Bruchköbel	
	Hybride Parlamentskultur	
	Digital Competence Boosting	
	Digitales Branchenbuch	
<b>2.</b>	<b>Wirtschaftsförderung und Handelsunterstützung</b>	14
	Marktplatz Bruchköbel	
	Hol- und Lieferservice	
	Weihnachtsgewinnspiel 2022 – „Dein Einkauf gewinnt“	
	Weihnachtsgewinnspiel 2021 – Auslosung und Nachbereitung	
	BruchköbelCard	
	Anbindung der BruchköbelCard an das Kassensystem der Tiefgarage	
<b>3.</b>	<b>City- und Tourismusmarketing</b>	20
	Bruchköbel blüht	
	Stadtdinner	
	Sommer auf dem Freien Platz	
	Sommerkino im Krebsbachpark	
	Comeback Bruchköbeler Weihnachtsmarkt	
	Leerstandsmanagement und Stadtladen	
	Weiteres Leerstandsmanagement	
	Reinelt-Andacht	
	Impfaktion im Artrium	
	Stadtradeln 2022	
	Spielplatz-Schatzsuche	
<b>4.</b>	<b>Baustellenmarketing</b>	34
	Feierliche Stadthäuseröffnung am 10. Juli 2022	
	Kompetenzteam Bruchköbel	
	Bilddokumentation	
	Innenstadtvermarktung	

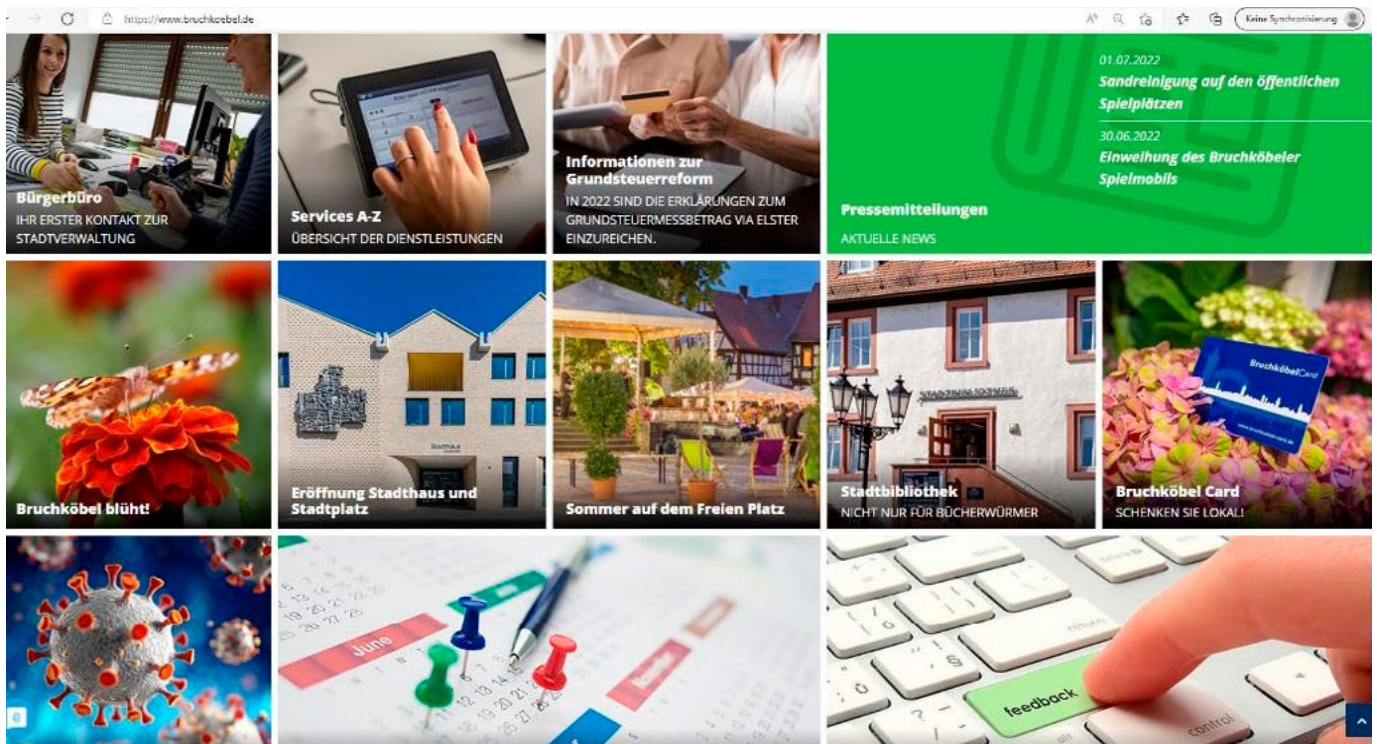
	Seite
<b>5. Vermarktung Stadthaus</b> Marketing und Kommunikation Zusatzservices über das SMB	39
<b>6. Innenstadtentwicklung &amp; Belebung</b> Neue Fördermittel Stadtentwicklung im Überblick Zukunft Innenstadt I und II Smart Region – Digitales Hessen Förderprogramm Wachstum und Nachhaltige Erneuerung	41
<b>7. Design und Mediengestaltung</b> Flyer, Plakate, Social Media, Banner, Schilder Webgrafiken, Informationsblätter, Anzeigen, Präsentationen Sonstige, Sponsorenpräsentationen, Filmproduktion, Dachmarke „Bruchköbel bewegen“	44
<b>8. Kommunikation</b> Pressemitteilungen Veranstaltungstermine Stadtinfo Stadt-Newsletter Newsletter für den Senioren-Beirat Newsletter und Aktionsthemen Marktplatz	47
<b>9. Sponsorenakquise</b>	50
<b>10. Marketing für den Zweckverband Fliegerhorst</b>	51

# 1. DIGITALER STADTAUFTRITT

## CONTENT MANAGEMENT DER WEBSITE WWW.BRUCHKOEHEL.DE

Nachdem 2021 ein kompletter Relaunch der Website [www.bruchkoebel.de](https://www.bruchkoebel.de) durchgeführt wurde, werden seitdem kontinuierlich neue Inhalte eingestellt wie:

- News und Termine
  - Top News und Nutzerlenkung auf aktuelle Themen in Form von Bildkacheln auf der Startseite
  - Bildergalerien zum Beispiel zum Fortschritt der Innenstadtbaustelle
  - Überarbeitete Download-Formulare
  - Aktualisierungen auf Unterseiten
- Komplette neue Seiten wie zum Beispiel eine Vermarktungsseite mit Anfrageformular für die neuen Stadthausräume oder eine Aktionsseite für den „Sommer auf dem Freien Platz“ mit Formular zur Ideeneinreichung für eigene Aktionen und Nutzungsanmeldung
  - Digitalisierte städtische Dienstleistungen wie Online-Terminvergaben oder komplett digitale Workflows, womit Schritt für Schritt die Vorgaben des seit 2022 geltenden Onlinezugangsgesetzes erfüllt werden. Unter dem Stichwort „Digital Citizen Services“ konnte die SMB über das Förderprogramm „Smart Regions“ Mittel zu diesem Zweck anwerben.



**Ziel der Maßnahme:**

Hintergrund und Ziel des durchgängigen Content Managements durch das SMB sind eine ständig verfügbare Rundum-Information für Bürgerinnen und Bürger, die gleichzeitig die Fachabteilungen vorstellt und durch digitale Workflows in ihrer Arbeit entlastet.

Aufgrund umfassenden eigenen Know-hows können inhouse zahlreiche Programmierschnittstellen effizient eigenständig gelöst werden. Dies dient einem ressourcenschonenden Umgang mit den vorhandenen Budgets.

Anders als in Print-Medien können hier zu jeder Zeit Updates vorgenommen und somit top-aktuelle Inhalte eingestellt werden.

**Kennzahlen der Bruchköbel-Website im Zeitraum 01.01. bis 31.12.2022\*****Zugriffe:**

160.762 von Google Analytics protokollierte Seitenaufrufe

Interessant zu sehen sind hohe Kennzahlen an Seitenaufrufen in zeitlicher Korrelationen zu erfolgreichen Social Media Posts, wie beispielsweise einer Ankündigung der Filmauswahl für das Open-Air-Kino 2022 im Juli. Am Folgetag registrierte Google Analytics 723 Nutzer, dieser Wert liegt normalerweise zwischen 40 und 60 Nutzer am Tag.

**Seiten pro Sitzung:**

Im Jahr 2022 besuchten Nutzerinnen und Nutzer der Website im Durchschnitt 6,3 Seiten pro Sitzung.

**Sitzungsdauer:**

Die durchschnittliche Sitzungsdauer in diesem Zeitraum beträgt 1 min 30 s. Im Vorjahreszeitraum lag sie noch bei 1 min 16 pro Sitzung. Dies ist als sehr guter Durchschnitt einzuschätzen. Neben der reinen Zugriffszahl kann man hieran erkennen, dass Inhalte interessieren und NutzerInnen auf der Seite bleiben, um diese im Detail zu lesen.

\*Anmerkung: Grundsätzlich ist hierbei wichtig zu wissen, dass aufgrund erhöhter EU-weiter Vorschriften im Sinne des Datenschutzes mit der Implementierung der neuen Homepage ein sogenanntes „Usercentrics Cookie Consent Hint“ Programm beim Aufrufen der Seite vorgeschaltet werden musste. Aus Datenschutzgründen soll dies Nutzern ermöglichen, ohne Erfassung der Daten z.B. in Google Analytics, die Seiten der Homepage zu besuchen. Dadurch werden seither weniger Zugriffe über das Statistiktool Google Analytics registriert, da doch eine Anzahl an Nutzern von diesen Datenschutzmaßnahmen Gebrauch macht.

## **REDAKTION UND ONLINE-DIENSTLEISTUNG FÜR DIE FACHABTEILUNGEN**

Die SMB arbeitet als zentrale Online-Redaktion für alle Fachabteilungen. Sie hilft und berät darin, Inhalte zu generieren z.B. Texte zu schreiben, zu strukturieren und zu aktualisieren. Auch umfangreiche Bildrecherche und Bildbearbeitung gehören in den Aufgabenbereich. Insbesondere für Postings auf den Social-Media-Kanälen wie Facebook und Instagram werden passende Bild- und Videomaterialien erstellt.

### **Zu den Tätigkeiten in diesem Bereich zählen:**

- Einpflegen von Content für die Fachbereiche mit Änderung von AnsprechpartnerInnen, Upload von Dateien, Umwandeln von Dateien in verwendbare Formate, z.B. Aufbereitung Stellenanzeigen der Personalabteilung für die Social Media Kanäle
- Support für die Fachbereiche beim Einpflegen, zum Beispiel Redaktion und Überarbeitung der Unterseiten der Gemeinwesenarbeit und des Fundbüros
- Bei Bedarf Durchführung von umfangreichen Schulungen für das Content-Management-System der neuen Homepage
- Vorhalten von umfangreichen Schulungsunterlagen, FAQs und Hilfestellungen mit Screenshots und Erläuterungen
- Erstellen von Bildmaterial – Share Pics u.a. für die Homepage und für Social Media
- Direkte HTML-Programmierung von Zusatzfunktionalitäten über das CMS hinaus
- Erstellung von Online-Formularen für Terminanfragen, Terminbuchungen und weitere Themen

### **Ziele der Maßnahme:**

Unterstützung der digitalen Kommunikation der Fachabteilungen über viele Kanäle hinweg für eine weitreichende Bürgerinformation.

## **CORONA-NEWS**

Seit Beginn der Corona-Krise hat das SMB die tagesaktuelle Information der Bevölkerung übernommen. Die aktuellen Meldungen und Verordnungen von Bund, Land, Kreis und Stadt werden unter einer eigenen Rubrik auf der städtischen Homepage veröffentlicht. Wichtige Informationen werden zusätzlich auf den Sozialen Medien des SMB verbreitet.

- Erstellung, Erweiterung und Bestückung der Rubrik Corona-News
- Einpflegen von Content (Text, Bild, Video u.a.)

### **Ziele der Maßnahme:**

Information von Bevölkerung und Handel während der Corona-Krise.

## **FACEBOOK, INSTAGRAM UND TWITTER**

Die SMB kommuniziert für die Stadt auch über Facebook, Instagram und Twitter mit den BürgerInnen. Hohe Reichweiten erzielen vor allen Dingen Bilder von Aktionen und Stadtfesten, die Dokumentation und zeitnahe Information zur Innenstadtentwicklung und Straßenbaumaßnahmen sowie Stellenanzeigen der Stadt Bruchköbel.





Über Facebook und Instagram werden regelmäßig auch die anderen digitalen Angebote der Stadt Bruchköbel beworben.

### Zu diesem Aufgabenbereich zählen u.a.:

- Bekanntmachung aktueller Themen: von Veranstaltungen über Verwaltungsthemen bis hin zu Infos der hessischen Landesregierung
- Verwaltung der Accounts

- Postings werden vorbereitet (zum Teil vorgeplant), Bildmaterial dazu erstellt oder recherchiert
- Beantwortung von Kommentaren und Bürgeranfragen über private Nachrichten
- Die Stimmung in Bruchköbel über soziale Medien beobachten (Gruppen wie Forum Bruchköbel, Seiten von Bruchköbeler Vereinen und Unternehmen) und neue Themen und AnsprechpartnerInnen für SMB Aktionen entdecken

## KENNZAHLEN

### Facebook:

Follower derzeit 2.672  
(Ein Anstieg von 223 Followern seit Dez. 2021)

Postings: 270 (01.01. – 31.12.)

Reichweite – Anzahl der Einzelpersonen, die Content von der Seite angesehen haben: 100.226 (ein plus von 56,7 % ggü. dem Vorjahreszeitraum)

### Instagram:

Follower derzeit 1.800  
(Ein Anstieg von 268 Followern seit Dez. 2021)

Postings+Stories: 204 (01.01. – 31.12.)

Reichweite - Anzahl der Einzelpersonen, die Content von der Seite angesehen haben: 8.326 (ein Plus von 20,5 % ggü. dem Vorjahreszeitraum)

**Ziele der Maßnahme:**

- Bestmögliche Information der Bürgerinnen und Bürger über ein beliebtes, niedrighschwelliges Medium
- Unterstützung des Handels, der Vereine und Veranstalter
- Interesse für Bruchköbeler Themen wecken
- Einfacher Kommunikations- und Interaktionsweg stärkt die Bindung zur Stadt Bruchköbel
- Transparenz wichtiger Themen aus Politik, Verwaltung u.a. gegenüber Followern

**STADT-APP**

Die Bruchköbeler Stadt-App wurde 2015 für IOS und Android-Geräte gestartet und wurde im Nachgang des Website-Relaunchs 2021 überarbeitet. Sie enthält Verknüpfungen auf die mobile Version der Stadtwebsite, den Müllkalender, den Sperrmüllkalender, sowie auf die Termine und auch auf den Digitalen Marktplatz Bruchköbel.

Für 2023 ist eine umfassende Überarbeitung der APP in der Zielsetzung. Zukünftig sollen via APP prioritär Features verfügbar sein, welche die besonderen Funktionen von Smartphones wie GPS, Kamera-Scan-Funktion u.a. verwenden.

Informationen und Dienste, welche genauso gut über den responsive Aufruf der Website erfolgen können, müssen aus der APP herausgenommen werden.

**Ziele der Maßnahme:**

- Erreichbarkeit vieler Services an einer Stelle

- Angebot beliebter Zusatz-Services wie Erinnerungsfunktionen als Push-Nachrichten oder Kalendereinträge der Müllabholungs-termine

**NEUE DIGITALE BILDDATENBANK FÜR BRUCHKÖBEL**

Ob vom Innenstadtumbau, Festen, Aktionen, historischen Bildern und vielem mehr: Die Stadtmarketing Bruchköbel GmbH verfügt über einen immensen Pool an attraktivem Bildmaterial. Hinzu kommen Grafiken, Logo-Dateien, Poster und vieles mehr. Mit Mitteln aus dem Förderprogramm „Smart Region“ des Hessischen Ministeriums für digitale Strategie und Entwicklung hat die Stadtmarketing Bruchköbel GmbH dafür nun über das Programm „Image-Plant“ eine Bilddatenbank zwecks Archivierung und einfachem Zugriff errichtet. Ähnlich wie bei großen kommerziellen Bilddatenbanken gibt es neben einer Volltextsuche eine erweiterte Suchfunktionalität mit vielen Suchkombinationen entsprechend der boole'schen Logik.

Ein öffentlich zugänglicher Bereich der digitalen Bilddatenbank wurde unter [www.mediathek-bruchkoebel.de](http://www.mediathek-bruchkoebel.de) angelegt. Für PressevertreterInnen und Redaktionen kann ein eigener Zugriffscode generiert werden. Außerdem können projektweise Bildordner freigeschaltet werden.

**Tätigkeiten des SMB in diesem Bereich:**

- Recherche zu und Auswahl eines geeigneten Datenbankanbieters
- Errichten und Bestücken der Bilddatenbank
- Berichterstattung über Fortschritt an den Fördermittelgeber

**ImagePlant** Redakteur 2 Erweiterte Suche Suche

Dashboard Kategorien Medien Kollektionen Schlagwörter Konfiguration Zwischenablage (0) Medienupload

### Dashboard

#### Aktuelle Medien

#### Medieninformationen

Bilder

Alle Bilder (3163)

Filter	Anzahl
Ohne Titel	0
Ohne Beschreibung	0
Ohne Nutzungsrecht	0

#### Medien

Medien	Anzahl	Größe
Bilder	3163	28.23 GB
Gesamt	3163	28.23 GB

Zukünftige Mediensperren  
Keine Mediensperren innerhalb der nächsten 4 Wochen

- Bildmaterial strukturiert ablegen und mit vielen Suchmerkmalen versehen
- Kategorisierungen, Schlagwörter-Vergabe und Medienbeschreibungen
- Einpflegen Bildnachweise und Nutzungsrechte

#### Fortlaufend:

- Aktualisierungen des öffentlichen Bereichs
- Prüfung und Bearbeitung von Anfragen zum Freischalten von Kollektionen
- Einstellen von neuem Bildmaterial

#### Ziele der Maßnahme:

- Archivierung
- Einfacher Zugriff auf umfangreiches Bildmaterial
- Zusatzservice für Redaktionen
- Bildsuche für interessierte BürgerInnen
- Zeitplan für digitale Bilddatenbank

Start: Januar 2022

#### Stand 31.12.2022:

**Es wurden bereits rund 3.000 Bilder strukturiert, kategorisiert in der Bilddatenbank abgelegt. Fortlaufendes Einpflegen neu entstehender Inhalte.**

## HYBRIDE PARLAMENTS KULTUR

Mit Fördermitteln aus dem Programm „Smart Region“ des Hessischen Ministeriums für digitale Strategie und Entwicklung wurden in Zusammenarbeit mit der IT-Abteilung neue digitale Whiteboards angeschafft. Bei der Vermietung der Stadthaus-Räume bietet die hochwertige Technikausstattung einen großen Mehrwert.

### Tätigkeiten des SMB:

- Fördermittelmanagement inhaltlich und monetär
- Berichterstattung an Fördermittelgeber
- Öffentlichkeitsarbeit

## AUSBLICK FÜR HYBRIDE PARLAMENTS KULTUR

Im Folgejahr sind weitere Mittel in Höhe von 20.000 € aus dem Förderprogramm für weitere Technikausstattung verfügbar.

## DIGITAL COMPETENCE BOOSTING

Um wettbewerbsfähig zu bleiben, müssen HändlerInnen, Gewerbetreibende und DienstleisterInnen heutzutage mit der rasanten, digitalen Entwicklung Schritt halten. Die Zielrichtung muss sein: digital und doch so nah vor Ort einzukaufen. Hierbei unterstützt das SMB mit individuellen Coachings und künftig mit regelmäßigen Digitalsprechstunden, Schulungen und Digitalstammtischen für Handel und Gewerbe. Dieses Angebot wird mit Mitteln aus dem Förderprogramm „Smart Region“ des Hessischen Ministeriums für digitale Strategie und Entwicklung finanziert.

### Tätigkeiten des SMB in diesem Bereich:

- Errichten eines Online-Abfrageformulars zum Schulungsbedarf und Wünschen
- Errichten einer Online-Buchungsmöglichkeit für individuelle Coaching-Termine



- Pressearbeit und Anschreiben von Bruchköbeler HändlerInnen mit Einladung zu Digital-schulungen
- Kooperation mit dem MGV zur Bekanntmachung des Angebots
- Durchführen von privaten Coachings mit Bruchköbeler UnternehmerInnen,
- Aufbau einer umfassenden FAQ und Support-Unterseite der Homepage mit Links und Videos u.a.
- Fördermittelmanagement und Berichterstattung an den Fördermittelgeber

#### **Ziele der Maßnahme:**

- Befähigung der Bruchköbeler UnternehmerInnen, sich online bestmöglich zu präsentieren
- Digitaleinkäufe lokal an Bruchköbel binden

### **DIGITALES BRANCHENBUCH**

Bruchköbels Unternehmen haben viel zu bieten. Um den BürgerInnen die gesamte Bandbreite an lokalen Services, Dienstleistungen und Produktangeboten näherzubringen, soll ein digitales Branchenbuch errichtet werden. Hierin wird eine Verknüpfung mit einer Shopfunktion eingestellt, sodass eine mittelfristige Ablösung des digitalen Marktplatz Bruchköbels angestrebt wird. Hierdurch werden Prozesse vereinfacht, Dopplungen vermieden und den UserInnen eine zentrale Anlaufstelle geboten. Gleichzeitig wird eine Schnittstelle zum Kassensystem des Stadtladens Bruchköbel Pickware geprüft, um auch hier Workflows zu optimieren und vorhandene Systeme ideal zu nutzen. Das digitale Branchenbuch wird im Rahmen

des Förderprogramms „Smart Regions“ umgesetzt.

#### **Tätigkeiten des SMB in diesem Bereich:**

- Angebote einholen und sondieren, Vertragsabschluss vorbereiten
- Technische Prüfung
- Vertragsabschlüsse
- Fördermittelmanagement und Berichterstattung an den Fördergeber

#### **Ziele der Maßnahme:**

- BürgerInnen finden an einem zentralen Ort alle Informationen zu angebotenen Services, Dienstleistungen und Produkten in Bruchköbel
- Stärkung der Bekanntheit einzelner Unternehmen durch Nutzung der Synergieeffekte einer gemeinsamen Plattform
- Stärken und Vielfältigkeit des Wirtschaftsstandorts Bruchköbel präsentieren



## 2. WIRTSCHAFTSFÖRDERUNG UND HANDELSUNTERSTÜTZUNG

### MARKTPLATZ BRUCHKÖBEL

Unter einem gemeinsamen, regionalen Dach nach dem Motto: „Online kaufen, aber lokal Umsätze und Arbeitsplätze im Handel sichern“ stellt das Stadtmarketing Bruchköbel eine gemeinsame Plattform für Bruchköbeler HändlerInnen zur Verfügung. Der digitale Marktplatz Bruchköbel mit angeschlossener Shop-Funktion versetzt Gewerbetreibende dazu in die Lage, ohne großen Aufwand ihre Produkte online anzubieten und direkt zu veräußern. Möglich machen das digitale Bestellvorgänge unter Einbindung von PayPal und anderen Bezahlssystemen. Zusätzlich können sich Vereine auf der Seite präsentieren und im Eventbereich spiegelt sich der Veranstaltungskalender der Website [www.bruchkoebel.de](http://www.bruchkoebel.de)

Um den Grundgedanken der gegenseitigen Synergieeffekte zu stärken, kann auch die BruchköbelCard als übergreifende Gutscheine- und Geschenkkarte über den Marktplatz bestellt werden.

#### Folgende einzelnen Services bzw. Aktivitäten wurden angeboten bzw. durchgeführt:

- Aktionen: Regelmäßiges Einpflegen von Aktionen (neue Produkte, Angebote, etc.)
- Kategorien: Erstellen von Kategorien passend zu verschiedenen saisonalen Events (z.B. Valentinstag, Muttertag, Ostern, Frühlingsboten, Weihnachten, etc.) + Akquise dazu passender Angebote und Aktionen für den Marktplatz-Newsletter
- Technische Abwicklung: In Zusammenarbeit mit Sinkacom (fortlaufend technische Verbesserung nach Möglichkeit)

- Akquise neuer teilnehmender Unternehmen
- Pflegen der Kategorie: Bruchköbel-Produkte mit fortlaufender Akquise

#### Ziele der Maßnahme:

- Synergieeffekte durch gemeinsamen Onlineshop Bruchköbel
- Stationäre HändlerInnen erhalten die Möglichkeit, ohne großen Aufwand Online-Handel zu betreiben
- Vorteil für KundInnen: Ein Warenkorb für viele Einkäufe
- Lokale Umsätze online ausbauen und sichern
- Gute Präsentation des Warenkorbs Bruchköbel
- Lokale Wirtschaftsförderung

#### KENNZAHLEN:

Nutzer gesamt: 18.855  
 Seitenaufrufe: 160.762  
 Seiten / Sitzung = 6,27  
 Durchschnittliche Sitzungsdauer: 1 Min. 30 Sek.  
 Absprungrate: 3,13 %  
 (Zeitraum 1.1. – 31.12.2022)

### HOL- UND LIEFERSERVICE

Mit der Lockerung der Corona-Regeln in Bezug auf Gastronomiebetriebe wurden zu Beginn des Jahres umfangreiche Änderungen auf dem digitalen Marktplatz Bruchköbel vorgenommen. Dazu zählt zum Beispiel die Aktualisierung der Gastronomieangebote und ihrer Speisekarten sowie eine generelle Akquise-Aktion für Bruchköbeler Gastronomen im Frühjahr 2022.

### Ziele der Maßnahme:

- Unterstützung der örtlichen gastronomischen Betriebe im digitalen Angebot
- Information der BürgerInnen und Gäste zum vielseitigen lokalen Angebot

### WEIHNACHTSGEWINNSPIEL 2022 – DEIN EINKAUF GEWINNT

2022 fand zur Weihnachtszeit in Bruchköbel erneut das Weihnachtsgewinnspiel „Dein Einkauf gewinnt“ statt. Je 25 € Einkaufswert erhielten KundInnen in Bruchköbeler Geschäften, Restaurants und Unternehmen ein Los. Insgesamt wurden rund 37.000 ausgegeben – das sind 9.000 Lose mehr als im Vorjahr. Das SMB unterstützte somit während des Aktionszeitraums, ganz nach dem Motto „lokal einkaufen und gewinnen“, ein Umsatzvolumen des lokalen Handels von rund 925.000 €. Auch die Anzahl der Preise konnte im Vergleich zum Vorjahr von 50 auf 190 deutlich gesteigert werden. In Gesprächen mit teilnehmenden Geschäften zeigte sich, dass das Gewinnspiel inzwischen fest etabliert und bekannt ist. Viele KundInnen fragten bei ihren Einkäufen direkt nach den Losen. Einige KundenInnen in den Geschäften meldeten sogar zurück, dass sie extra für das Gewinnspiel lokal in Bruchköbel einkauften, statt online zu bestellen oder im Nachbarort zu kaufen.

### Ausblick:

Die Ziehung für das Gewinnspiel 2022 findet am 16. Januar 2023 statt. Danach folgen die Veröffentlichung der Gewinnernummern und die Ausgabe der Gewinne.



### Kennzahlen:

- Teilnehmende Unternehmen: 89
- Gewinne: 190 Preise – Gesamtwert 11.600 €
- Eingebundene Sponsoren: 57
- Ausgegebene Lose: 37.000
- Kaufkraftunterstützung: rund 925.000 €

### Tätigkeiten des SMB:

- Akquise von Sponsoren für das Gewinnspiel und Sponsoren für die attraktiven Gewinne
- Information an lokales Gewerbe und Akquise der Teilnahmestellen
- Grafik und Herstellung Lose, Flyer, Plakate, Gewinnboxen

- Briefing und Koordinierung der Teilnahmestellen
- Lieferung und später Abholung des Materials an alle Teilnahmestellen
- Aufbau und Redaktion der Gewinnspiel-Website
- Kommunikation und Ankündigung des Gewinnspiels über Pressemitteilung, Stadtinfo, Social Media
- Unterstützung des Handels in der Vorweihnachtszeit – insbesondere nach den Coronaauflagen der letzten Jahre und den Schwierigkeiten durch die hohe Teuerungsrate 2022
- Standort- und Kundenbindung
- Standortwerbung
- Kaufkraftbindung

## Ziele der Maßnahme:

- Kaufkraft nach Bruchköbel holen – jedes Los steht für einen Einkaufswert von 25 €, der lokal ausgegeben wurde
- Die Nachbereitungen des Vorjahresgewinnspiels fanden im Januar und Februar 2022 statt, dazu zählten:

## WEIHNACHTSGEWINNSPIEL 2021 – AUSLOSUNG UND NACHBEREITUNGEN





- Einsammeln der Losboxen bei den teilnehmenden Geschäften
- Die Auslosung mit Bürgermeisterin Sylvia Braun
- Veröffentlichung der Gewinner-Nummern online mit programmierter einfacher Suchfunktion und in Form von Print-Anzeigen
- Ausgabe der rund 50 Gewinne
- Aufruf zur Gewinnmeldung über Pressemitteilungen und Social Media Posts

## BRUCHKÖBELCARD

Lokal einkaufen liegt im Trend. Denn immer mehr VerbraucherInnen möchten ihre heimischen Geschäfte und Betriebe unterstützen. Deshalb liegt es nahe, eine einheitliche Lösung zur Bezahlung regionaler Angebote anzubieten. Das Stadtmarketing Bruchköbel bietet daher die BruchköbelCard als lokale Gutscheinen- und Geschenkkarte an.

### Bekanntheit steigern

Für das Jahr 2022 lautete die Zielsetzung insgesamt mehr BruchköbelCards in Umlauf zu bringen und die Bekanntheit zu steigern. Denn mit jeder ausgegebenen, verkauften oder aufgeladenen Karte wird Kaufkraft lokal an den Standort Bruchköbel gebunden.

Dazu wurde im Frühjahr 2022 eine telefonische und persönliche Vor-Ort-Akquise durchgeführt, bei der fünf neue Akzeptanzstellen gewonnen werden konnten.

Außerdem setzte das SMB die BruchköbelCard als Präsent bzw. Gewinn für verschiedene Ak-



tionen wie das STADTRADELN, die Spielplatz-Schatzsuche und das Weihnachtsgewinnspiel ein.

Seit der Anbindung der BruchköbelCard an die Kassensysteme der Tiefgarage im Juli 2022 geben zudem zahlreiche HändlerInnen in der Innenstadt voraufgeladene BruchköbelCards als Parkrückerstattung an ihre Kunden aus.

Außerdem wurde die BruchköbelCard prominent als Geschenkkarte im neuen Stadtladen beworben und hier zur Vorweihnachtszeit von zahlreichen KundInnen bezogen.

## Kennzahlen

Akzeptanzstellen gesamt: 29

Es wurden insgesamt in 2022 1.048 unterschiedliche Karten genutzt.

Es gab 1.049 Aufladungen und 418 Abbuchungen.

Diese 1.467 Transaktionen wurden bei 23 unterschiedlichen Akzeptanzstellen vorgenommen.

## ANBINDUNG DER BRUCHKÖBELCARD AN DAS KASSENSYSTEM DER NEUEN TIEFGARAGE

Im Rahmen des Förderprogramms „Smart Region“ des Hessischen Ministeriums für digitale Strategie und Entwicklung ist eine Anbindung der „BruchköbelCard“ an das Kassensystem der neuen Tiefgarage unter dem Stadthaus und REWE-Markt erfolgt. Die Gutschein- und Geschenkkarte „Bruchköbel Card“ funktioniert seit Ende Juli 2022 als Zahlungsmittel in der Tiefgarage. Die SMB hat dazu den Prozess geplant, strukturiert, die beiden Protagonisten wie die Firma Scheidt&Bachmann als Subdienstleister des Tiefgaragenbetreibers Apcoa und die Firma Qdega (Programmierung Bruchköbel Card) zusammengeführt, die Zusammenarbeit und Umsetzung koordiniert und Testläufe durchgeführt.



### Ziele der Maßnahme sind:

- Schaffung eines Kundenbindungsinstrumentes für anliegende Händlerinnen und Händler durch eine einfache Rückvergütungsmöglichkeit für das Parken in der Tiefgarage
- Stärkung der Synergieeffekte der BruchköbelCard für Bruchköbeler HändlerInnen durch eine Erhöhung der Anzahl ausgegebener Karten.

### **Sponsoring durch den MGV:**

über 300 vorkonfigurierte BruchköbelCards für HändlerInnen.

### **Ausblick:**

Die Stadtmarketing Bruchköbel GmbH konnte den Marketing- und Gewerbeverein von dem Projekt und seiner positiven Wirkung für den lokalen Handel überzeugen. Um die HändlerInnen im Stadtzentrum in der Anfangszeit zu unterstützen, stellte der Verein über 300 BruchköbelCards mit einem voraufgeladenen Parkbetrag zur Verfügung. Die SMB hat die Karten vorkonfiguriert und an die innenstadtnahen HändlerInnen des MGV ausgegeben.

### **Kommunikation der Maßnahme**

Die SMB übernahm die Kommunikation an die HändlerInnen sowie die Endkunden. Dazu zählen Poster neben den Kassenautomaten der Tiefgarage, Pressetexte, Social Media Posts und Erwähnung im Newsletter sowie Infomails an und persönliche Gespräche mit den HändlerInnen. Außerdem fanden Absprachen mit dem REWE-Leiter zur Platzierung der Werbemittel statt.

### **Kennzahlen**

Durch die Verknüpfung der BruchköbelCard mit der TG-Nutzung konnten zahlreiche Karten zum Zweck der Parkrückvergütung ausgegeben werden. Damit trägt die neue Funktion deutlich zum Multiplikationseffekt bei.

### **AUSBLICK**

BruchköbelCard als Teil der Vermarktungspakete für das Stadthaus

MieterInnen von Stadthaus-Räumen können auf Wunsch über die Buchung eines Zusatzservices über das SMB u.a. die Möglichkeit erhalten, an ihre VeranstaltungsteilnehmerInnen vorkonfigurierte BruchköbelCards zur Parkrückvergütung oder beispielsweise für eine Mittagspause im Ort auszugeben.



## 3. CITY- UND TOURISMUSMARKETING

### BRUCHKÖBEL BLÜHT

Der Wettbewerb „Bruchköbel blüht!“ für begrünte Vorgärten und/oder Balkone setzte ein Zeichen für mehr biologische Vielfalt und Farbenpracht im Stadtgebiet. Die Durchführung einer Infokampagne und eines Fotowettbewerbs wurde im vergangenen Jahr einstimmig von der Stadtverordnetenversammlung empfohlen und die SMB mit der Umsetzung beauftragt.

Als Auftakt der Aktion gab es an zwei Freitagen im Mai einen Infostand während des Wochenmarkts, zu dem der Bauhof Pflanzbeispiele mitgebracht hatte. MitarbeiterInnen des Bauhofs und des Umweltamts informierten über insek-

tenfreundliche und heimische Blühpflanzen und verteilten Blumensamen. Außerdem wurde ein bepflanztes Musterbeet am Kriegerdenkmal angelegt mit einem Hinweisschild auf die Aktion „Bruchköbel blüht!“

Der Wettbewerb für blühende Vorgärten und Balkone lief von Juni bis September 2022. Zur Teilnahme genügte die digitale Einsendung eines Fotos über ein Anmeldeformular unter [www.bruchkobel.de](http://www.bruchkobel.de) oder analog über das Bürgerbüro. Ende September traf eine Jury eine Auswahl unter den besten, schönsten und originellsten „Blühenden Vorgärten und Balkonen“. Die Gewinne wurden mit Bruchköbel-Cards honoriert.



### Die SMB konnte drei Sponsoren für das Projekt gewinnen:

- Gärtnerei – Baumschule G. Friedhelm Müller
- Gärtnerei Itt
- Pflanzen- und Blumengalerie Blum

### Aufgaben des SMB

- Gesamtorganisation und -koordination, u.a. Abstimmung mit den Fachabteilungen zur Umsetzung und Aufstellen einer Jury für den Fotowettbewerb
- Kommunikation über Pressemitteilungen, Social Media und Innenstadtnewsletter
- Redaktion und Grafik für Flyer und Banner
- Sponsorenakquise
- Auswahl und Bestellen Samentütchen
- Erstellen Microsite zur Aktion unter [www.bruchkoebel.de](http://www.bruchkoebel.de) inklusive Pflanzhinweise, Bildergalerie und Programmieren eines Anmeldeformulars für den Wettbewerb
- Fortlaufend: Sammeln und Sortieren der eingesendeten Fotos, Reagieren auf Anfragen
- Bereitstellen der Einsendungen für die Jury, Gewinnbenachrichtigung sowie Aufladen und Verteilen der verlostten BruchköbelCards

### Ziele der Maßnahme

- Ein Zeichen setzen für biologische Vielfalt im Stadtgebiet Bruchköbel
- BürgerInnen ermutigen und durch Infokampagne on- und offline dazu ermächtigen, ihren eigenen Beitrag zur Verbesserung der ökologischen Vielfalt und Stadtluft zu leisten
- Bekanntheit der BruchköbelCards weiter erhöhen durch Einsatz als Gewinne

### STADTDINNER

Die SMB organisierte im Auftrag der Stadt am 2. Juni ein Stadtdinner. Entspannte Musik, guter Wein und kulinarische Köstlichkeiten lockten an einem lauen Sommerabend rund 400 BesucherInnen ins historische Herz der Stadt. Das Duo „Flo & Joe“ sorgte für die musikalische Unterhaltung. Die Holle Food Group, das Café Barrierefrei und der Weinladen Bruchköbel verwöhnten mit ausgewählten Köstlichkeiten und kühlen Getränken.

Die SMB hatte den Platz im Vorfeld liebevoll dekoriert, bei Einsetzen der Dämmerung sorgten Kerzen auf den gedeckten Tischen und Lichterketten für ein stimmungsvolles Ambiente.

Das SMB konnte für die Veranstaltung drei Sponsoren gewinnen:

Frankfurter Volksbank, Ingenieurbüro Klöffel und Maintaler Express Logistik.

Die Gesamtsumme der Sponsorengelder liegt bei: 750 €

### Aufgaben des SMB:

- Gesamtorganisation der Veranstaltung
- Akquise AusstellerInnen
- Akquise Bands
- Kartenverkauf digital und analog plus Führen einer VIP-Gästeliste, ausverkaufte Veranstaltung
- Allgemeine Abstimmung, Verträge
- Akquise Sponsoren
- Werbekampagne: Social Media, Pressemitteilungen, Anzeigen





- Allgemeine Orga und Abwicklung (Infrastruktur, Security, Platzordnung, Verpflegung Gäste)
- Abwicklung Technik
- Dekoration und Auf- sowie Abbau am Eventtag

### Ziele der Maßnahme:

- Nutzung und Belebung eines zentralen Innenstadt-Orts für das beliebte Event
- BruchköbelerInnen feiern sich und ihre Stadt
- Stärkung der Bindung zum Wohnort
- BesucherInnen in die Innenstadt ziehen

### SOMMER AUF DEM FREIEN PLATZ

Im Rahmen des Förderprogramms „Zukunft Innenstadt“ des hessischen Ministeriums für Wirtschaft, Energie, Verkehr und Wohnen wurde der Freie Platz von Juni bis September 2022 mit bequemen Sitzmöbeln ausgestattet. Die

Verweilqualität in der Innenstadt wurde erhöht, um den Freien Platz auch an anderen Tagen als dem Wochenmarkt am Freitag nachhaltig zu beleben.

Zum angebotenen Mobiliar zählen fest installierte Palettenbänke sowie Liegestühle, Krabbeldecken, Klappstühle und bunte Sitzkissen zum kostenlosen Ausleihen aus der „SOMMERBOX“, die im kommenden Jahr erneut eingesetzt werden können. Per Anmeldung über einen QR-Code erhielten BesucherInnen und NutzerInnen des Angebots den Zahlencode zur Öffnung der Schlüsselbox. Pflanzinseln, die vom Bauhof errichtet wurden, begrünt die kleine Sommeroase in der Innenstadt.

Ein Rahmenprogramm in Kooperation mit dem Jugendreferat und der Stadtbibliothek machte den Start. Angeboten wurden dienstags nachmittags eine „Family Lounge“ mit Spielmöglichkeiten aus dem Mobil „Emil Brummkübel“ und donnerstags nachmittags „Lesen und Brettspiele im Freien“ mit Medien der Stadtbibliothek Bruchköbel.

Ab Juli nutzten Vereine, HändlerInnen und BürgerInnen den Platz für eigene Aktionen wie zum Beispiel einen Weinabend der SG Bruchköbel, eine Performance Art mit der Künstlerin Andrea Kraus, ein Kindersachenflohmarkt vom Elternbeirat der Kita Hasenburg und vieles weitere. Insgesamt fanden 28 abwechslungsreiche Veranstaltungen in diesem Rahmen statt.

Für das Projekt und die Einrichtung auf dem Freien Platz konnte die Stadtmarketing Bruchköbel GmbH fünf Sponsoren akquirieren:

- Maintaler Express Logistik
- IBK Ingenieurbüro Klöffel
- Odenwaller Garten- und Landschaftsbau
- Optiker Dankert
- Sparkasse Hanau

Die Gesamtsumme der Sponsorengelder liegt bei: 2.000 €

Zusätzlich sponserte Engel&Völkers aus Hanau einen Family Lounge Nachmittag mit 150 € - und stellte seinerseits einen kleinen Infostand mit Glücksrad während der Veranstaltung auf.

#### **Aufgaben des SMB:**

- Konzeption und Gesamtorganisation für den „Sommer auf dem Freien Platz“
- Absprachen mit Bauhof und Ordnungsamt
- Beauftragung zum Bau der Sommerbox und der fest installierten Möbel auf dem Freien Platz
- Auswahl Mobiliar, Anschaffung und Bereitstellen in der Sommerbox
- Erstellen Nutzungsbedingungen und Haftungsbeschränkungen sowie Nutzungsanleitung für die Sommerbox (digital und als Aushang an der Box)
- Akquise Sponsoren
- Kooperation mit Stadtbibliothek und Jugendreferat Bruchköbel für das Rahmenprogramm im Juni und Juli





- Aufbau, Betreuung und Abbau der Family Lounge Dienstagnachmittags
- Hilfe bei Auf- und Abbau donnerstags für „Lesen und Brettspiele im Freien“ mit der Stadtbibliothek
- Erstellen Microsite zur Aktion unter [www.bruchkoebel.de](http://www.bruchkoebel.de) mit Anmeldeformular für die Nutzung der Sommerbox
- Pressearbeit und Kommunikation über Social Media
- Bekanntmachen des Angebots für eigene Aktionen von Vereinen, BürgerInnen und Handel
- Absprachen und Hilfestellungen für Veranstalter (z.B. Infos zu Strom, Toiletten, nötigen Anträgen etc.)
- Handling eingehender Anfragen zur Nutzung des Freien Platzes mit Möbelangeboten für eigene Aktionen von Vereinen, Gemeinschaften und BürgerInnen sowie Sammlung und Bewerbung der Angebote im Monatsprogramm
- Zum Teil Vor-Ort-Betreuung und Hilfestellung bei Aufbau der Veranstaltungen
- Grafik und Redaktion für verschiedene Werbemittel: Bühnenbanner, Flyer, Poster, Monatsprogramm
- Fördermittelmanagement und Berichterstattung an den Fördermittelgeber

## Ziele der Maßnahme:

- Nachhaltige Belegung des Freien Platzes als Aufenthaltsort in der Altstadt
- Mit dem neuen Mobiliar einen geeigneten Rahmen zentral in der Innenstadt bieten für eigene Aktionen interessierter Vereine und BürgerInnen
- Attraktivität der Innenstadt steigern für eine höhere Besucherfrequenz

## SOMMERKINO IM KREBSBACHPARK

Das Bruchköbeler Open-Air-Kino ging 2022 in die vierte Runde. Vom 5. bis 6. August zeigte die SMB im Rahmen des „SommerWanderKinosHessen“ an zwei Abenden mit den Filmen „Elvis“ und „Jurassic World“ mitreißendes Sommerkino.

## Aufgaben des SMB:

- Allgemeine Abstimmung, Vertragsabschlüsse und Orga Filmbüro (Sponsor Kinosommer Hessen)
- Koordination mit Kinopartner Gelnhausen
- Werbekampagne: Social Media, Pressemitteilungen, Anzeigen
- Akquise Sponsoren
- Einstellen Ticketverkauf über Eventim
- Allgemeine Orga und Abwicklung zum Teil in Kooperation mit dem Kulturverein Wundertüte: Filmauswahl, Vorverkauf, Anwohnerinfos, Infrastruktur, Hygienemaßnahmen, Security, Platzordnung, Verpflegung Gäste + Personal
- Erstellung Vorfilm (Werbung)
- Abwicklung Technik







- Auf- und Abbau in Zusammenarbeit mit dem Bauhof und den Hausmeistern der Stadt Bruchköbel
- Vor-Ort: Eventmanagement an allen Kinotagen

Insgesamt konnte das SMB 27 Sponsorings und Werbepartnerschaften für das Open-Air-Kino 2022 gewinnen mit einem Gesamtvolumen von 3.940 €:

Ackerlei Biolandbetrieb, Kosmetikstudio Aphrodite, DSH Security, Eiscafé Venezia, Elektrobau Kraft, Engel & Völkers, Film- und Kinobüro Hessen e.V, Frank's Carwash, Frankfurter Volksbank, Hanauer Anzeiger, Hessisches Ministerium für Wissenschaft und Kunst, Hessenfilm und Medien, Hotel & Restaurant „Zum Schwa-

nen“, Ingenieurbüro Klöffel , V8 Sports, Karosseriebau Strohl, Kelterei Walther, Kulturring Bruchköbel e.V., Marketing- und Gewerbeverein Bruchköbel e.V., Optik Dankert, Optimum Volker Meyer Augenoptik, Rada Werbedesign, Rathaus Buchhandlung Bruchköbel, Sparkasse Hanau, Steuerbüro Daniela Ruppel, Weinladen Bruchköbel, Wundertüte e.V.

#### **Ziele der Maßnahme:**

- Den Krebsbachpark weiter erlebbar machen
- Kultur im Herzen der Innenstadt anbieten

#### **Kennzahlen:**

- Fast 500 Besucher



## COMEBACK BRUCHKÖBELER WEIHNACHTSMARKT

Nach zweijähriger pandemiebedingter Auszeit fand in diesem Jahr wieder der traditionelle Bruchköbeler Weihnachtsmarkt entlang der Hauptstraße und auf dem Freien Platz statt. Am ersten Adventswochenende, vom 25. bis 27. November 2022, gab es wieder eine Marktmeile entlang der Hauptstraße und auf dem Freien Platz, eine Kunsthandwerkerausstellung im Artium sowie ein buntes Bühnenprogramm mit Auftritten lokaler Musikvereine und -kapellen. Im Hof des ehemaligen Obsthause Beller bot die Holle Food Group Kulinarisches und weihnachtliche Deko-Artikel an.

Mit dem Comeback des Weihnachtsmarkts konnten einige altbekannte und neue Aussteller wieder für eine Teilnahme begeistert werden, auch wenn die Gesamtanzahl an Ausstellern leicht geringer als 2019 ausfiel. Durch eine längere Vorlaufzeit und Planungsphase in 2023 soll durch Vorgespräche mit Bruchköbeler Vereinen und weiteren Gewerken der Markt wieder Zuwachs erhalten.

Highlights im Kinderprogramm waren das traditionelle Christkindwecken am Freitagabend sowie die Bescherung durch den Nikolaus am Sonntagnachmittag – mit freundlicher Unterstützung des MGV.



Für den Bruchköbeler Weihnachtsmarkt 2023 konnte das SMB 7 Sponsoren für ein Gesamtvolumen von 2.700 € gewinnen:

- Europcell GmbH
- Heizöl W. Meyer GmbH
- Holle the Food Group
- Kulturring Bruchköbel e.V.
- Marketing- und Gewerbeverein Bruchköbel e.V.
- Rada Werbedesign GmbH
- Wüstenrot Bausparkasse AG Bruchköbel

### **Ziele der Maßnahme:**

- Einen Ort der Begegnung für alle Bürger anbieten
- Stärkung der Identifikation der BürgerInnen mit ihrer Stadt
- Traditionspflege
- Die Innenstadt beleben
- Bruchköbeler Vereinen und Unternehmen die Chance bieten, Einnahmen zu generieren
- Die Möglichkeit für Vereine, sich durch eine Teilnahme am Bühnenprogramm zu präsentieren
- Unterstützung des Einzelhandels
- Werbung für Bruchköbel in der ganzen Region

## **LEERSTANDSMANAGEMENT UND STADTLADEN**

In Vorbereitung und Zusammenarbeit mit einer Vielzahl unterschiedlicher Akteure aus Bruchköbel durch die Stadtmarketing Bruchköbel GmbH eröffnete am 3. November 2022 der neue „Stadtladen Bruchköbel“ im Inneren Ring 1 Bruchköbel (ehemaliges Mo-

degeschäft Eleganza). Lokale HändlerInnen, KünstlerInnen und nebegewerbliche Produzenten bieten in den Räumen eine exklusive Auswahl ihrer Produkte an. Das Angebot lässt sich kurz und knapp zusammenfassen: Einzigartiges direkt aus Bruchköbel und der Region – ob als hochwertiges Geschenk oder für den eigenen Genuss, ergänzt durch eine Auswahl an „Bruchköbel“-Merchandise-Produkten. Die Auswahl der Produkte wird über einen Kommissionsverkauf dargestellt.

Die Rathausbuchhandlung ist als Ankershop mit in die Räumlichkeiten eingezogen. Es gibt eine geteilte Ladenfläche und im Gegenzug unterstützt das Team der Rathausbuchhandlung personell beim Verkauf der Stadtladen-Artikel.

Im Dezember 2022 stellten bereits über 20 Produzenten ihre Waren im Stadtladen aus. Der Verkaufsschlager im Stadtladen waren bis Jahresende Filz-Untersetzer von Kewelliebe mit hessischen Mundartsprüchen und unterschiedlichen Designs für jeden Stadtteil sowie die in Bruchköbel handgemachten Seifen von Soaprise.

Der Stadtladen dient auch künftig als zentraler Infopoint für BesucherInnen der Stadt. Die Räume bieten darüber hinaus Platz als Treffpunkt, Platz für beispielsweise Themenabende oder Verkostungen und einfach Platz zum Zusammenkommen.

Das Projekt wurde umgesetzt im Rahmen der Belebungsmaßnahmen für Innenstädte des Förderprogramms „Zukunft Innenstadt“ des hessischen Wirtschaftsministeriums. Es geht darum, zentral liegende Innenräume, die großes Potential für die Stadtbelebungen haben, neu und nachhaltig zu belegen und beleben.

### Aufgaben des SMB:

- Konzeption und Anmeldung im Förderprogramm „Zukunft Innenstadt“
- Vorgespräche, Sondierungen und Anmietung der Ladenfläche
- Konzepterstellung Vermietung von Verkaufsflächen
- Verhandlungen und Vertragsabschluss mit der Rathausbuchhandlung für einen geteilten Laden
- Beauftragung und Überwachung baulicher Maßnahmen an Fußboden, Wänden, Küche; z.T. Durchführung durch freie Mitarbeiterin
- Akquise für Sortiment Stadtladen
- Inventurlisten anlegen und führen
- Lieferungen eingehender Waren bestellen, entgegennehmen und prüfen
- Anlegen eines Etikettiersystems und Auspreisung der Waren
- Bestücken der Regalflächen und Deko des Ladens
- Auswahl, Einkauf und Einrichten eines Kassensystems für den Stadtladen
- Klärung und Durchführung separater Buchhaltung für den Stadtladen
- Seit November: Verkauf im Stadtladen
- Erstellen Werbematerialien
- Kommunikation über Presstexte, Newsletter und Social Media
- Eventmanagement für feierliche Eröffnung am 3. November
- Seit November: Verkauf im Stadtladen, Buchhaltung dazu und weiterlaufende Betreuung des Projekts
- Fördermittelmanagement und Berichterstattung an den Fördermittelgeber





### Ziele der Maßnahme:

- Einem zentralen Leerstand mit gutem Konzept entgegenwirken
- Anlaufpunkt für BesucherInnen der Stadt schaffen
- Wertschätzung für Produkte aus Bruchköbel erhöhen
- Fläche für verschiedene Eventformate wie Themenabend schaffen
- Den Einkaufsstandort Bruchköbel durch attraktives Angebot von Bruchköbeler Produkten stärken und aufwerten

### Ausblick:

- Konzeptionierung & Umsetzung Infopoint
- Langfristiges Ziel für den Stadtladen Bruchköbel ist die Übergabe an einen unternehmerischen Betreiber, bevor die Förderung durch das Programm „Zukunft Innenstadt 2“ Ende 2023 ausläuft.

## WEITERES LEERSTANDSMANAGEMENT

Neben der Konzeption und Errichtung des Stadtladens baut die Stadtmarketing Bruchköbel GmbH sukzessive ein weitreichendes Leerstandsmanagement auf. Dazu zählen Erfassen von Leerständen und Erfassen von Interessenten an Gewerbeflächen sowie die Vermittlung beider. Ziel der Maßnahme ist ein Erhalt der Standortattraktivität Bruchköbels für EinzelhändlerInnen im Sinne der Wirtschaftsförderung sowie für BesucherInnen der Innenstadt im Sinne eines breiten, ansprechenden Angebots.

## REINELT-ANDACHT

Am 9. Februar 2022 war der 40. Jahrestag der verheerenden Explosion einer Lagerhalle der damals in Bruchköbel ortsansässigen Firma Reinelt. Die Stadtmarketing Bruchköbel GmbH übernahm die Organisation einer Andacht zum Jahrestag der Katastrophe in Bruchköbel, der am 9.2.2022 um 14 Uhr in der Jakobuskirche stattfand.

Aufgrund der zu dieser Zeit geltenden Corona-Beschränkungen gab es keine öffentlich-zugängliche Veranstaltung, sondern eine Live-Übertragung über den YouTube-Kanal „Jakobuskirche Bruchköbel“.

### Aufgaben des SMB:

- Organisation und Gesamtkoordination zwischen Stadtverwaltung, Kirche und Herrn Nitschke als Zeitzeugen
- Recherche der Adressen und Einladung von Zeitzeugen und Angehörigen
- Organisation, Programmabstimmungen und Ablaufplan für die Gedenkfeier
- Kommunikation über Pressemitteilungen und Social Media
- Pressetermin mit dem Hanauer Anzeiger

### Ziele der Maßnahme

- Raum geben zum Nachdenken, Erinnern und zur Anteilnahme an ein schreckliches Ereignis in Bruchköbels jüngerer Geschichte, das bei vielen tiefe Spuren hinterlassen hat

## IMPFAKTION IM ARTRIUM

Am 10.2.2022 fand im Kunstraum Artrium in Bruchköbels Innenstadt zum zweiten Mal eine Sonderimpfaktion durch das Team der Arztpraxis Thomas Blaschek vom MVZ Maintal statt. Der Ablauf verlief dank Vorab-Anmeldung und festen Terminen reibungslos. Die Organisation erfolgte durch das SMB und das Team von Thomas Blaschek vom Medizinischen Versorgungszentrum Maintal. Die Bilanz des Tages: Rund 70 Covid-Impfungen mit Biontech/Comirnaty wurden erfolgreich durchgeführt.

Vorab wurde der Kunstraum Artrium durch die SMB entsprechend umgestaltet. Pavillons dienten als Impfkabinen und am Eingang wurde ein Empfangstresen aufgestellt. HelferInnen aus der Stadtverwaltung und das Deutsche Rote Kreuz als Sanitätsdienst unterstützten an diesem Tag.

### Aufgaben des SMB:

- Erstellen Leitfäden für Personal zur Unterstützung des medizinischen Impfteams
- Kommunikation und Organisation mit DRK, Security und Ärzteteam Blaschek Maintal
- Vor- und Nachberichte in Form von Pressemitteilungen sowie Aufrufe über Social Media
- Auf- und Abbau mit Pavillions für Impfkabinen, Wartebereich und Schildern

### Ziele der Maßnahme:

- In der außergewöhnlichen Pandemiezeit ein niedrigschwelliges Impfangebot in der Bruchköbeler Innenstadt bieten



## STADTRADELN 2022

Nach zwei erfolgreichen STADTRADELN-Jahren, beteiligte sich Bruchköbel auch in diesem Jahr wieder an der vom europäischen Städtenetzwerk „Klima-Bündnis“ jährlich organisierten Kampagne „STADTRADELN“.

Die Organisation wurde in 2022 von der Ehrenamtsagentur des Main-Kinzig-Kreises durchgeführt und findet in Kooperation mit zahlreichen Kreiskommunen wie u.a. der Stadt Bruchköbel statt.

## Aufgaben des SMB:

- Erstellung / Koordination der Aufgabenbereiche
- Social Media Betreuung
- Technisches Consulting und Einbettung auf die Homepage
- Orga Auftaktveranstaltung
- KM-Erfassung der analogen Meldungen
- Orga Siegerehrungen/Preisübergaben (nur für Bruchköbel)
- Erstellung Sieger-Urkunden
- Orga Preise für Sieger
- Erstellung Pressetexte





### Ziele der Maßnahme:

- BürgerInnen dazu bewegen, verstärkt auf das umweltfreundliche Verkehrsmittel Fahrrad zu setzen
- Den Vorjahres-Titel als fahrradaktivste Kommune des MKK verteidigen, was 2022 erneut gelungen ist

### SPIELPLATZ-SCHATZSUCHE

Nachdem die SandTec GmbH 2022 im Auftrag der Stadt Bruchköbel alle Sandflächen auf den Spielplätzen in Bruchköbel gereinigt hatte, kam die Firma mit einer Sponsoring-Idee auf das SMB zu. Gewünscht war eine Suchaktion für BruchköbelCards auf den Spielplätzen, um auf das vielfältige Angebot hinzuweisen.

Das SMB übernahm die Konzeption und Umsetzung: Für die Spielplatz-Schatzsuche am 23. und 24. September wurden auf insgesamt sechs Spielplätzen rund 200 Papierrollen versteckt. Darin waren Gewinnlose für BruchköbelCards und Ausmalbilder für eine weitere Verlosung verborgen. Für die Aktion stellte die SandTec GmbH 25 BruchköbelCards mit je 25,- € Guthaben zur Verfügung.

Nach Ankündigung der Suchorte für den jeweiligen Tag über die Facebook- und Instagram-Kanäle @bruchkoebel strömten zahlreiche SchatzsucherInnen auf die Spielplätze in der Waldseestraße und in der Vogelsbergstraße in der Kernstadt, „im Breul“ in Oberissigheim, in der Karl-Eidmann-Straße in Niederissigheim, in der Antoniterstraße in Butterstadt und „im kleinen Feld“ in Roßdorf.



Neben 20 Losen für Direktgewinne wurden unter insgesamt 70 eingereichten, bunt bemalten Bildern fünf weitere BruchköbelCards verlost. Die Gewinnübergabe erfolgte im Anschluss neben der Bühne auf dem Freien Platz, wo an diesem Tag auch ein Kindersachenflohmarkt vom Elternbeirat der Kita Hasenburg stattfand. Diese Überschneidung wurde bewusst gewählt, damit die beiden Aktionen mit ähnlicher Zielgruppe sich gegenseitig unterstützen.





### **Aufgaben des SMB:**

- Konzeption und Organisation u.a. Teilnahmebedingungen
- Werbung über Presseankündigung, Poster u.a. in den Kitas, Social Media und Newsletter
- Durchführung der Aktion u.a. mit Spielplatzauswahl, Herstellen Losrollen, Verstecken und Aufräumen
- Gewinnübergabe und weitere Verlosung im Anschluss

### **Ziele der Maßnahme**

- Auf das große Angebot attraktiver Spielflächen in Bruchköbel aufmerksam machen
- Gleichzeitiger Hinweis auf die Suche nach Spielplatzpaten
- BruchköbelCards durch Verlosung weiter bekannt machen

## 4. BAUSTELLENMARKETING

### FEIERLICHE STADTHAUSERÖFFNUNG AM 10. JULI 2022

Für die offizielle Eröffnung des Stadthauses organisierte die SMB in enger Abstimmung mit der Stadtverwaltung für den 10. Juli 2022:

#### Eine Matinée als feierliche Eröffnung des Stadthauses von 11 bis 14 Uhr u.a.:

- Auswahl und Einladung Gäste
- Gestaltung, Druck und Versand der Einladungen
- Organisation musikalisches Rahmenprogramm, Catering und Deko
- Sitzpläne und Organisation für den Empfang der Gäste

#### Einen Tag der offenen Tür im Stadthaus Bruchköbel von 14 bis 18 Uhr u.a.:

- Redaktion und Grafik für Flyer, Poster, Banner und Roll-Ups zur Veranschaulichung der Abteilungen
- Abstimmungen mit den Abteilungen
- Vorankündigungen in der Presse und Social Media
- Vorbereitung der SMB-eigenen Präsentation für den Tag

#### Ein Familienfest auf dem Stadtplatz von 14 bis 20 Uhr u.a.:

- Gesamtorganisation und -koordination für Bühnenprogramm, Deko, Bestuhlung, Catering, Strom und Standpläne
- Vorbereitungen für Auf- und Abbau
- Vorankündigungen in der Presse und Social Media



#### Ziel der Maßnahme:

Der Abschluss der großen Baustelle in Bruchköbel Innenstadt ist erfolgt und die Stadtverwaltung hat ihren Sitz wieder in der Hauptstraße 32. Eine gemeinsame feierliche Eröffnung mit den beteiligten ProjektleiterInnen und PolitikerInnen und im Anschluss eine öffentliche Begehung und Feier für die BürgerInnen sollte diesem besonderen Ereignis Rechnung tragen.

#### Tätigkeiten des SMB zusammengefasst:

- Eventmanagement und Betreuung in enger Absprache mit der Stadtverwaltung
- Grafik und Kommunikation rund um die Events







## KOMPETENZTEAM BRUCHKÖBEL

Im Rahmen des Förderprogramms „Zukunft Innenstadt“ übernimmt die SMB die Organisation und Durchführung aktiver Beteiligungsformen an der Innenstadtentwicklung in Zusammenarbeit mit der Stadt + Handel City- und Standortmanagement BID GmbH.

Vor dem Hintergrund des Innenstadtumbaus soll die Bürgerbeteiligung eine nachhaltige Belegung und für die Stadtentwicklung förderliche Nutzung der neu entstandenen baulichen Strukturen hervorbringen. Kompetenzen von privaten Akteuren und der Verwaltung werden gebündelt und lassen neue Ideen entstehen sowie diese auf ihren Nutzen und ihre Machbarkeit hin prüfen.

Vorbereitend wurden am 25.02.2022 zunächst digitale zehnmündige „Speed-Datings“ mit potentiellen KandidatInnen für ein Kompetenzteam Innenstadt abgehalten. Ein Kick-Off-Meeting als Präsenzveranstaltung im Juni 2022 erklärte den interessierten Akteuren das mögliche Vorgehen.

In einer weiteren Runde des Kompetenzteams am 12.7.22 wurden interessante Teil-Themenbereiche eruiert und erste Ideen und Themen gesammelt. Am 10.08.22 wurden Verwaltungsinterne Workshops zur Sichtung der Ideen und weiteren Sammlung durchgeführt.

Als nächstes wurden am 20. und 21.09.22 Arbeitsgruppen zu einzelnen Themenbereichen





gebildet. Die gebildeten Arbeitsgruppen haben im Anschluss ihre Themen selbstständig weiter ausgearbeitet.

Erste Ergebnisse wurden am 20.10. beim Kompetenzteamtreffen und beim Arbeitsgruppentreffen am 22.11. vorgestellt.

Im neuen Jahr 2023 werden gemeinsam mit den Arbeitsgruppen Projektbeschreibungen erstellt.

Das Kompetenzteam Innenstadt ist eine Art Dachinstitution im Rahmen der Bürgerbeteiligung, die Ideen generieren und sichten soll sowie Handlungsempfehlungen an die Politik aussprechen wird.

### **Geplante Vorgehensweise und Struktur des Kompetenzteams**

- Das Kompetenzteam besteht aus ca. 20 Akteuren und kann flexibel erweitert oder ausgetauscht werden, damit die Gruppe arbeits- und entscheidungsfähig bleibt.
- Dem Kompetenzteam steht die Bürgermeisterin zusammen mit einem dreiköpfigen Sprecherteam als Kompetenzteam-Leitung vor. Operativ wird das Team durch die Stadtmarketing GmbH begleitet und unterstützt.
- In kleineren Arbeitsgruppen werden spezifische Teilbereiche bearbeitet.
- Das Kompetenzteam bewertet und priorisiert die Ergebnisse der Arbeitsgruppen und spricht Handlungsempfehlungen gegenüber der Politik aus.

- Die Politik diskutiert die übermittelten Handlungsempfehlungen und entscheidet über die Umsetzung von Projekten.

#### **Aufgaben des SMB:**

- Konzeptionierung des Prozesses
- Gewinnung der Aktueure
- Konzeptionierung der Workshops
- Organisation, Vor- und Nachbereitungen, Erstellung der Präsentationen und Protokolle der Kompetenzteam-/ Arbeitsgruppentreffen und Workshops
- Einladungen und Korrespondenz
- Begleitung und Leitung der Treffen und Workshops
- Betreuung der Arbeitsgruppen

#### **AUSBLICK**

Im nächsten Schritt werden die Projektbeschreibungen ausgearbeitet und in Form einer Prozessdokumentation als Handlungsempfehlung und Entscheidungsvorlage aufbereitet.

#### **Ziele der Maßnahme:**

- Einbindung unterschiedlicher Akteure aus Bürgerschaft, Gewerbe und Politik für eine Zusammenführung verschiedener Interessenslagen
- Die Etablierung eines nachhaltigen Entscheidungsgremiums mit politischer Legitimation
- Bildung von Arbeitsteams für konkrete Prozessunterstützung und/oder Umsetzung z.B. zu den Themen Verkehr und Mobilität / Events, Kultur und Ehrenamt / Handel, Gewerbe, Wirtschaft / Frauen, Familien, Jugend, Soziales, Gemeinwesenarbeit, Senioren

#### **BILDDOKUMENTATION**

Im Rahmen des Baustellenmarketings beauftragt und veröffentlichte die SMB Fotos der großen Innenstadt-Baustelle auf der Baustellenmarketing-Unterseite der städtischen Webseite und den sozialen Medien (Facebook und Instagram). Regelmäßig werden Bild und Videoaufnahmen angefertigt. Die Bilderstreifen werden auf Facebook von NutzerInnen häufig und regelmäßig angeklickt und auch kommentiert.

#### **Kennzahlen:**

Bis Jahresmitte wurden 5 Bilderstreifen veröffentlicht.

#### **Ziele der Maßnahme:**

- Information der BürgerInnen
- Dokumentation der Baustelle in Bruchköbels Zentrum

#### **INNENSTADTVERMARKTUNG**

Fortlaufende Dokumentation und Weitergabe der Interessenten der neuen Wohn- und Geschäftsräume an die Bauverwaltung.



## 5. VERMARKTUNG STADTHAUS

Im Auftrag der Stadt kümmert sich die SMB um die Vermarktung der zu mietenden Räume des neuen Stadthauses. Im ersten Schritt wurde dazu eine Microsite unter [www.bruchkoebel.de](http://www.bruchkoebel.de) für potenzielle KundInnen und NutzerInnen erstellt und im Jahresverlauf fortlaufend angepasst sowie ein Anmeldeformular für interessierte Mieter angefügt. Dies ermöglicht einen reibungslosen digitalen Workflow in ein eigens dafür eingerichtetes Funktionspostfach, an welches ein Raumplanungskalender angedockt ist.

### Bereits durchgeführt:

- Festlegen des Handlings und Workflows für die Buchung zusätzlicher Service-Leistungen über das SMB mit Liegenschafts- und Finanzverwaltung
- Aufbau Dienstleisternetzwerk für Full-Service-Optionen: telefonische Akquise und Vereinbarung von Vor-Ort-Terminen zur Raumbesichtigung sowie Sammeln von Pauschalangeboten in einer Präsentation
- Erstellen Microsite mit Anfrageformular für Räume
- Erstellen eines Funktionspostfaches und angedocktem Raumplanungskalender

### MARKETING UND KOMMUNIKATION

- Bewerbung der Räume in der STADTINFO und im Stadtnewsletter
- Erstellen einer Microsite und vorbereitend einer eigenen Stadthaus-Website, die im Jahresverlauf 2023 mit weiteren Details bestückt werden soll
- Erarbeiten einer Grafiklinie für die Stadthausvermarktung
- Grafik und Druck Stadthaus-Flyer

- Grafik und Druck Give-Aways für Veranstaltungen: Kugelschreiber, Traubenzucker und Blöcke

### Ausblick Jahresanfang 2023

- Erstellen Portfolio der verfügbaren Räume und Technik, online und gedruckt – in Planung ist dazu eine kleine Broschüre/mehrseitiger Flyer sowie Detailbeschreibungen für die neue Stadthaus-Website
- Beworbene Social Media Posts
- Stadthaus-Werbung z.B. als Beilage in der IHK Zeitschrift





- Briefaussand mit Stadthaus-Flyer an Firmen, Verbände und ausgewählte Eventagenturen im Umkreis
- Gegenseitige Vernetzung mit Dienstleistern – Angebot attraktiver Räume

## ZUSATZSERVICES ÜBER DAS SMB

Für den Erfolg der wirtschaftlichen Vermarktung wurde die SMB beauftragt, an interessierte KundInnen sogenannte Zusatzpakete zur Grundmiete und Nutzung zu vermarkten. Diese werden als gesammeltes Angebot der SMB an die Mietverträge angehängt. Damit lassen sich über die SMB zusätzliche Services wie Catering, Deko, Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, Bildokumentation und vieles mehr buchen. Die Angebote werden nach individuellem Kundenwunsch und in Rücksprache mit den Dienstleistern erstellt. Eine erste Übersicht wird künftig eine Aufstellung von Beispielangeboten bieten, die den Kunden auf die Bandbreite an Möglichkeiten aufmerksam macht.

## Kennzahlen

Trotz verzögerten Starts der Vermietungen, wurden im Jahr 2022 bereits Caterings und Zusatzleistungen im Gesamtvolumen von rund 12.500 € / Brutto vermittelt.

## Ziele der Maßnahme

Durch eine Vermarktung von zusätzlichen Service-Paketen durch das SMB sollen die Stadthausräume einer wirtschaftlichen Nutzung zugeführt werden.

Über eine startende Kommunikationskampagne sollen potentielle Mieter über das neue Angebot an Räumen und Zusatzleistungen informiert werden.



## 6. INNENSTADTENTWICKLUNG & BELEBUNG



### NEUE FÖRDERMITTEL STADTENTWICKLUNG IM ÜBERBLICK

Neben dem in Bruchköbel bereits gestarteten Städtebauförderprogramm „Wachstum und nachhaltige Erneuerung“ haben Bund und Land pandemiebedingt Fördermittel zur kurz- und langfristigen Belebung der Innenstädte aufgelegt. Zudem wurden Mittel für die Digitalisierung vieler Prozesse innerhalb der Stadtverwaltung und der Stadtgesellschaft ausgeschrieben. Über die Erarbeitung von Konzepten und die Bewerbung durch die Stadtmarketing Bruchköbel GmbH konnten im Jahr 2021 Fördermittel für die Stadtentwicklung in Höhe von rund 1,15 Mio. Euro akquiriert werden. Die Umsetzung einiger eingereicherter Projekte ist bereits erfolgt, andere sind in der Vorbereitung.

Durch den konsequenten, verantwortungsvollen und stadtplanerisch durchdachten Neubau von zentralen Bereichen der Innenstadt hat Bruchköbel bereits frühzeitig Bedingungen geschaffen, die baulich vorwegnehmen, was für die Zukunft der Innenstädte unter den aktuellen Bedingungen von Onlinehandel und Pandemie

für das Überleben der Innenstädte landesweit empfohlen wird: viele Funktionen in der Innenstadt bündeln, wie z.B. Wohnen, Kultur, Gastronomie, Dienstleistungs- und Handelsangebote und eine hohe Aufenthaltsqualität bieten.

Es ist eine Aufgabe der SMB, die Belebung der Innenstadt nachhaltig in Gang zu setzen. Die aufgelegten Förderprogramme wurden durch die Ministerien unter anderem in Kooperation mit den Bundes- und Landesverbänden City- und Stadtmarketing sowie den Handelsverbänden erarbeitet. Sie setzen bei der Umsetzung auf die Querschnittskompetenz der Stadtmarketing-Gesellschaft.

### ZUKUNFT INNENSTADT I UND II

## ZUKUNFT INNENSTADT

Das Landesprogramm „Zukunft Innenstadt“ hat das Ziel, Städte nach der Pandemie zu beleben. Die Förderstädte sind ausdrücklich aufgerufen zu experimentieren, wie sie ihre Städte beleben können. Kreative Ideen für Innen- und Außenflächen, die zusammen mit Bürgerinnen und Bürgern entwickelt werden, wurden abgefragt.

Im Jahr 2022 setzte das SMB mithilfe der Fördergelder neue Projekte um:

- „Sommer auf dem Freien Platz“ (WEITERE INFOS siehe S. 22 bis 24 ) zur Belebung des zentralen Platzes in der Innenstadt. Aus

einer selbst gebauten Möbelbox konnten Passanten bequeme Sitzmöbel ausleihen, um den Platz zu erobern. Das Mobiliar wurde aus den Fördermitteln angeschafft.

- Anschaffung einer mobilen Bühne für u.a. Stadtfeste – erster Einsatz war bei der Stadthaus-Eröffnung am 10. Juli
- Um den in die Jahre gekommenen, aber zentralen Gebäudekomplex Innerer Ring 1 a-d zu beleben, wurden durch die Förderung dort Flächen angemietet. Im November eröffnete hier der neue Stadtladen (Weitere Infos siehe Seite 27 bis 29).
- Um neue Netzwerke und Akteure zur Belebung der Innenstadt zu mobilisieren, wurde ein Bürgerbeteiligungsprozess ins Leben gerufen. Aus diesem bildete sich das Kompetenzteam Innenstadt, welches sich als nachhaltiges Gremium für zukünftige Projekte und zukunftsorientierte Zusammenarbeit engagiert. (Weitere Infos siehe Seite Seite 36 bis 38).

## **FÖRDERMITTELMANAGEMENT DURCH DAS SMB**

- Fördermittelabruf und Berichterstattung gegenüber dem Fördermittelgeber

## **FÖRDERMITTELAKQUISE**

- Zur künftigen Betreuung und weiteren Ausstattung des Stadtladens wurde eine Bewerbung für das Programm „ZUKUNFT INNENSTADT 2“ in Höhe von 120.000 Euro als Zuschussbetrag eingereicht und zugesagt.

## **SMART REGION - DIGITALES HESSEN**



Das Programm „Smart Regions“ des Hessischen Digitalministeriums ergänzt gezielt die digitalen Aufgaben der Stadtentwicklung und Innenstadtbelebung. Durch diese Förderung kann die Querschnittsaufgabe Digitalisierung ganzheitlich umgesetzt werden.

Dies beginnt bei digitalen Workflows im Bereich Bürgerservices, setzt sich fort auf den Bereich hybride Parlamentskultur, digitale Förderung von Handel & Gewerbe und nimmt auch die Gesamtgesellschaft mit Vereinen und Ehrenamt in den Blick.

Digitales Equipment für Streamingdienste oder virtuelle Tagungen und das Programmieren einer digitalen Bezahlfunktion für die BruchköbelCard sind Bestandteil der Förderung. Hand in Hand mit der städtischen IT können Anwendungen für BürgerInnen, Gewerbe und Vereine verbessert und ausgebaut werden. Bereits installierte Instrumente, die Handel und Unternehmen unterstützen und die umfassend digitale Informationen und Online-Interaktionen bieten, lassen sich neu programmieren und/oder erweitern. Der Veränderungsprozess kann so nach und nach digital und real stattfinden.

## **Zu den Maßnahmen im ersten Halbjahr 2022 zählen:**

- Eine digitale Bilddatenbank (Details siehe Seite 10 und 11)
- Eine Anbindung der BruchköbelCard an die Kassenautomaten der Tiefgarage (Details siehe Seite 18)

- Digital Competence Boosting – Digital- schulungen für Bruchköbeler UnternehmerInnen (Details siehe Seite 12 und 13)
- Ein digitales Branchenbuch (Details siehe Seite 13)
- Digital Citizen Services – digitale Verwaltungsservices auf Website einbetten (Details siehe Seite 6)

#### **Darüber hinaus übernimmt die SMB das Fördermittelmanagement:**

- Regelmäßige Berichte an den Fördermittelgeber
- Einforderung der Mittel und Abrechnungsmodalitäten
- Erstellen und Verwalten der Zeitpläne für die Umsetzung

### **FÖRDERPROGRAMM WACHSTUM UND NACHHALTIGE ERNEUERUNG**



Die Städtebauförderung „Wachstum und nachhaltige Erneuerung“ des Landes Hessen macht es in den kommenden acht Jahren möglich, neue Wege, Plätze und Grün in der Innenstadt zu schaffen. Bereits umgesetzt oder gestartet wurden zum Beispiel der Bau des Stadtplatzes und der Außenanlagen zum Krebsbach hin, sowie Teile der Umgestaltung und Erneuerung des Inneren Rings hin zu mehr Aufenthaltsqualität. In der zweiten Jahreshälfte soll die Umgestal-

tung des Platzes am Trompeterstein erfolgen. Alle Maßnahmen wurden im sogenannten ISEK (integriertes Stadtentwicklungskonzept) festgeschrieben. Dieses wurde in Kooperation mit Bürgerinnen und Bürgern erstellt. Die Maßnahmen werden nun Schritt für Schritt umgesetzt.

Die Städtebauförderung „Wachstum und nachhaltige Erneuerung“ des Hessischen Ministeriums für Wirtschaft, Verkehr, Energie und Wohnen wird das Umfeld des neuen Stadtzentrums zusätzlich nachhaltig verbessern. Dazu gehören die Umgestaltung und Nutzbarmachung des Parks, mehrerer Innenstadtfreiräume, des Marktplatzes, vieler Wege entlang des Krebsbachs sowie die Verbesserung der Mobilität und Wegebeziehungen.

#### **Die fortlaufende Aufgabe des SMB ist das Fördermittelmanagement**

Über eine Allianz aus Akteuren der Stadtgesellschaft mit der Verwaltung werden die Maßnahmen gemeinsam gesteuert:

- Laufende Projektbetreuung, Teamsitzungen, Meetings Hessen Agentur
- Bildung Projektgruppe, Online-Konferenz, Festlegung von Schwerpunkten
- diverse Moderationen
- Umsetzung der Auflagen des Ministeriums in Arbeitsaufgaben
- Abstimmung mit Hessen Agentur
- Erstellung Terminleiste
- Koordination von Beschlussvorlagen für die politischen Gremien
- Begleitende Öffentlichkeitsarbeit
- Abstimmung mit WI Bank und der Hessen Agentur

## 7. DESIGN UND MEDIENGESTALTUNG

Das SMB erstellt für unterschiedliche Aktionen, Veranstaltungen und Projekte Werbematerialien in Form von Flyern, Plakaten, Bannern, Roll-ups oder auch Schildern und Grafiken für Webseiten, Social Media etc.

Im folgenden ist eine Auflistung der inhouse erstellten Medien aufgeführt:

### FLYER

- Weihnachtsgewinnspiel
- Bruchköbel Blüht
- Stadtdinner
- Sommer auf dem Freien Platz
- Open Air Kino
- Weihnachtsmarkt
- Stadtradeln
- Stadthäuseröffnung
- Kindertagespflege
- Stadthaus

### PLAKATE

- Weihnachtsgewinnspiel
- Tiefgarage BruchköbelCard
- Bruchköbel Blüht
- Stadtdinner
- Sommer auf dem Freien Platz
- Open Air Kino
- Weihnachtsmarkt
- Stadtladen
- Stadtradeln
- Spielplatz Schatzsuche
- Stadthäuseröffnung
- Kindertagespflege

### SOCIAL MEDIA

- Social Media Kacheln für Bürgersprechstunde, allgemeine Posts, etc...
- Bruchköbel Blüht
- Stadtdinner
- Sommer auf dem Freien Platz
- Open Air Kino
- Weihnachtsmarkt
- Stadtladen
- Stadtradeln
- Spielplatz Schatzsuche
- Stadthäuseröffnung
- Kindertagespflege
- Marktplatz Bruchköbel

### BANNER (STRASSE / BÜHNE / BAUZAUN)

- Bruchköbel Blüht
- Sommer auf dem Freien Platz
- Open Air Kino
- Weihnachtsmarkt
- Stadtradeln
- Stadthäuseröffnung
- Kindertagespflege
- Stadthaus

### SCHILDER

- Bruchköbel Blüht
- Stadtdinner
- Sommer auf dem Freien Platz
- Open Air Kino
- Weihnachtsmarkt
- Stadtladen
- Stadthäuseröffnung





## WEBGRAFIKEN

- Weihnachtsgewinnspiel
- Bruchköbel Blüht
- Stadtdinner
- Sommer auf dem Freien Platz
- Open Air Kino
- Weihnachtsmarkt
- Stadtradeln
- Kindertagespflege
- Marktplatz Bruchköbel

## INFORMATIONSBLÄTTER

- Weihnachtsgewinnspiel
- Sommer auf dem Freien Platz
- Open Air Kino
- Weihnachtsmarkt
- Stadtladen

## ANZEIGEN

- Weihnachtsgewinnspiel
- Open Air Kino
- Weihnachtsmarkt

## PRÄSENTATIONEN

- Stadthausöffnung
- Sommer auf dem Freien Platz
- Stadtladen
- Kompetenzteam Bruchköbel
- Stadthausvermarktung
- Förderprogramme
- Innenstadtbüro
- Marketing- und Gewerbeverein
- Schulungsunterlagen Marktplatz, Social Media

## SONSTIGE

- Lose Weihnachtsgewinnspiel
- Branding Losboxen
- Ausweise Open Air Kino
- Ausweise Weihnachtsmarkt
- Etiketten Stadtladen
- Beachflag Stadtladen
- Visitenkarten Stadtladen
- Save the Date Stadthäuseröffnung
- Einladungen Stadthäuseröffnung
- Kugelschreiber Stadthäuseröffnung
- Ausweise Stadthäuseröffnung
- Roll-ups Stadthäuseröffnung
- Halbjahresbericht Stadtmarketing
- Geschäftsbericht Stadtmarketing
- Newsletterdesigns
- Anpassungen ISEK
- Branding Stadtladen
- Stadtplan
- Infografiken Förderprogramme
- Kugelschreiber Stadthaus
- Notizblöcke Stadthaus
- Traubenzucker Stadthaus
- Bildband Bruchköbel

## SPONSORENPRÄSENTATIONEN

- Spommer auf dem Freien Platz
- Open Air Kino
- Weihnachtsmarkt
- Stadtdinner
- Weihnachtsgewinnspiel

## FILMPRODUKTION

- Vorfilm Open Air Kino



## DACHMARKE „BRUCHKÖBEL BEWEGEN“

In Zusammenarbeit mit der Agentur „Urban Media“ wurde die übergreifende Dachmarke „Bruchköbel bewegen“ entwickelt. Das Wort „bewegen“ ist dabei in all seinen Facetten zu verstehen – von bewegenden Momenten über sportliche Bewegung bis hin zur Stimmung „Endlich bewegt sich etwas in Bruchköbel“. Die Dreiecke tauchen als Designelement in allen Grafiken auf und bieten einen hohen Wiedererkennungswert. Gleichzeitig sind sie ein Designverweis auf das markante Dach des neuen Stadthauses, das sich an der umliegenden Architektur orientiert.

### Ziele der Maßnahme:

Einheitliches Markenbild, das universell eingesetzt werden kann.

## 8. KOMMUNIKATION

### PRESSEMITTEILUNGEN

In Abstimmung mit dem Büro der Bürgermeisterin erstellt das SMB Pressemitteilungen zum Beispiel zu eigenen Aktionen, Veranstaltungen und Berichten über erfolgte Umsetzungen von Förderprogramm-Maßnahmen. Oftmals wird dies ergänzt durch das Erstellen von passendem Fotomaterial.

#### Ziele der Maßnahme:

- BürgerInnen informieren
- Auf Aktionen aufmerksam machen
- Teil der Berichterstattung für Fördermittelgeber

### VERANSTALTUNGSTERMINE

Lokale Veranstaltungstermine werden von der SMB gesammelt und über verschiedene Kanäle den BürgerInnen zugänglich gemacht.

#### Ziele der Maßnahme:

- BürgerInnen informieren
- Vereine und Veranstalter unterstützen

### STADTINFO

Die SMB übernimmt in regelmäßigen Abständen die Redaktion der Stadtinfo für die Stadt





Bruchköbel, die an alle Haushalte in Bruchköbel geliefert wird. Die Ausgaben werden in enger Abstimmung mit dem Büro der Bürgermeisterin gestaltet. Im Jahr 2022 sind zwei Ausgaben der Stadtinfo erschienen:

- Sonderausgabe zur Stadthäuseröffnung
- Zweite Ausgabe mit aktuellen Themen aus der Verwaltung im November

#### Aufgaben:

- Themenvorschläge und Recherche
- Verfassen der Texte / und Aufbereitung bereits vorhandener Berichte
- Erstellen von Fotos / Koordinierung von externen Foto-Dienstleistern
- Führen von Interviews
- Abstimmung Layout, Druckerei, Austrägern

#### Auflage:

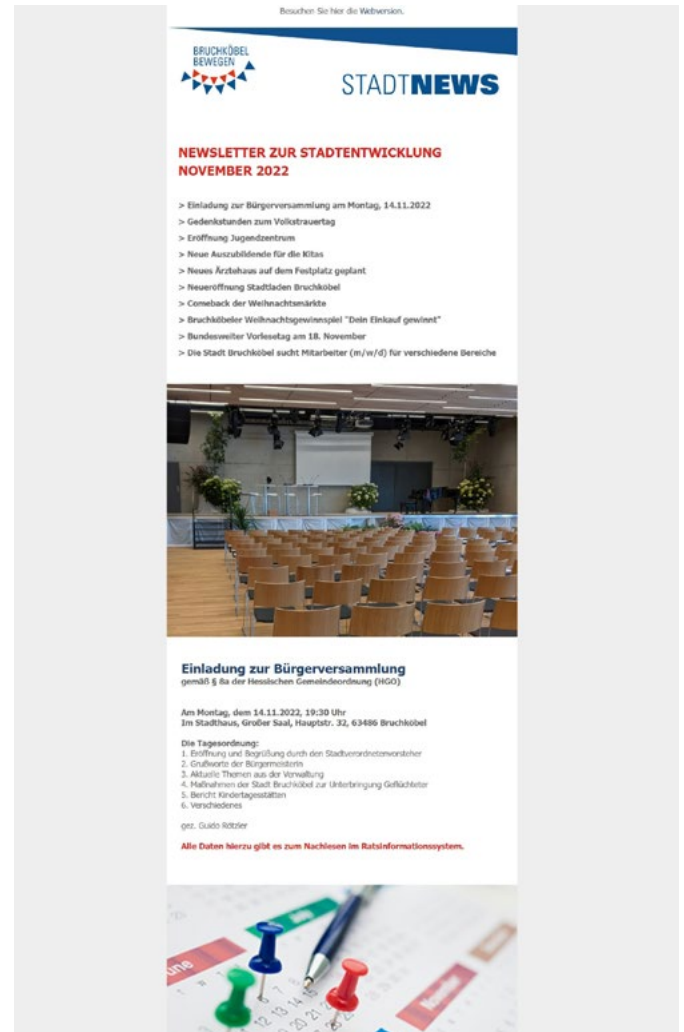
- 12.000 je Ausgabe

#### Ziele der Maßnahme:

- Gesamte Bürgerschaft informieren
- Regelmäßige Information über Tätigkeiten der Stadtverwaltung

### STADT-NEWSLETTER

Der Stadtnewsletter informiert regelmäßig über wichtige Ereignisse und Fortschritte rund um das Großbauprojekt im Zentrum Bruchköbels. Zusätzlich dient der Newsletter dazu, Aktionen zu bewerben und über Angebote der Fachbereiche zu informieren.



#### Aufgaben des SMB in diesem Bereich:

- Themenrecherche
- Erstellen/Anpassen Text- und Bildmaterial
- Absprache mit dem Büro der Bürgermeisterin
- Versand über den Dienstleister „SendIn-Blue“
- Handling und Pflege Empfängerliste



### Ziele der Maßnahme:

- Information der BürgerInnen zu News aus Bruchköbel

Anzahl der Abonnenten: 600

Anzahl Newsletter 2022: 11

### NEWSLETTER FÜR DEN SENIOREN-BEIRAT

Die SMB übernimmt die digitale Gestaltung, Abwicklung und Versendung des Newsletters „Bruchköbeler Oldie Bote (BOB)“ für den Seniorenbeirat der Stadt Bruchköbel.

- Abstimmung mit Seniorenreferat und -beirat
- Einpflegen der Inhalte
- Korrekturen und Tests
- Versand und Statistiken dazu

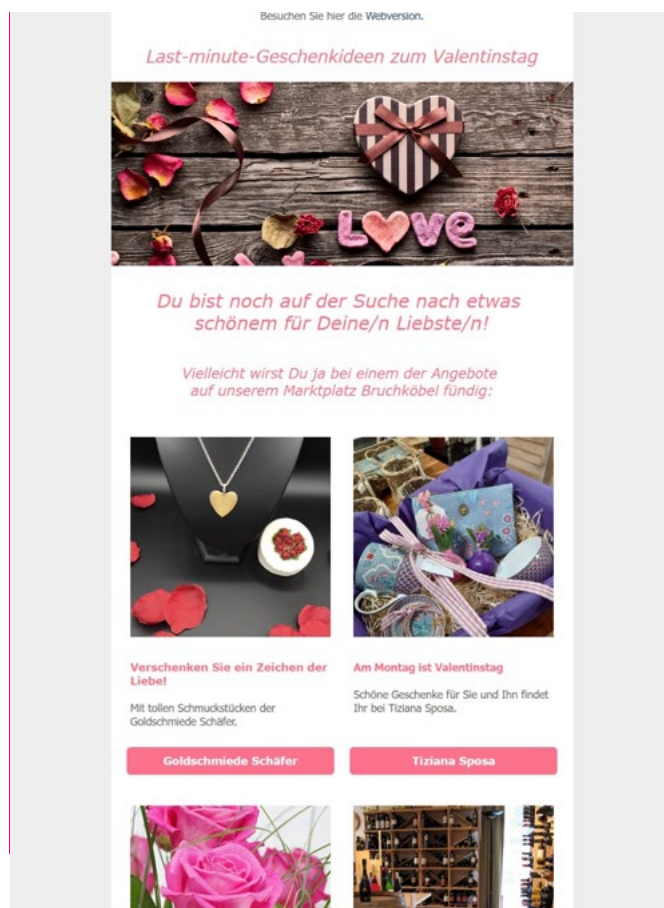
### Ziele der Maßnahme:

Die Seniorinnen und Senioren der Stadt Bruchköbel auf digitalem Weg über die Aktivitäten des Seniorenbeirates und die Angebote in der Stadt informieren.

Anzahl Newsletter 2022: 12

### NEWSLETTER UND AKTIONSTHEMEN MARKTPLATZ

Auf dem digitalen Marktplatz Bruchköbel wurden jahreszeitlich angepasst zwei Aktionsthemen präsentiert und beworben. Dazu gehörten:



- Valentinsangebote
- Osterangebote

Die in den Aktionsthemen gebündelten Artikel und Angebote werden auf der Startseite des Marktplatzes prominent hervorgehoben. Zur Bekanntmachung der Themen wird außerdem regelmäßig ein Newsletter an die AbonnentInnen verschickt.

### Aufgaben des SMB in diesem Bereich:

- Redaktion und Versand des Newsletters
- Handling und Pflege Empfängerlistern

## 9. SPONSORENAKQUISE

Zur Teilfinanzierung einiger Projekte wurde im Jahr 2022 mehr Sponsoring akquiriert als in den Jahren zuvor. So trug eine Gesamtsumme von rund 30.800 € zur Durchführung nebenstehender Projekte bei.

### Aufgaben des SMB:

- Aufbereitung von Sponsorenpräsentationen
- Aquiseschreiben
- persönliche Aquis per Telefon oder Direktkontakt
- Vorbereitung von Sponsorenvereinbarungen
- Bereitstellen von Werbeflächen
- Logoeinbindung auf Werbeträgern

### Ziele der Maßnahme:

- Aufstockung knapper Projektbudgets
- Kosteneinsparung



### Kennzahlen

Bruchköbel Card:  
500 € Parkrückvergütung Tiefgarage  
Anzahl Sponsoren: 1

Bruchköbel blüht:  
Sachsponsor im Wert von ca. 300 €  
Anzahl Sponsoren: 3

Stadtdinner:  
Sponsoring 750 €  
Anzahl Sponsoren: 3

Sommer auf dem Freien Platz:  
Sponsoring 2.150 €  
Sachsponsor im Wert von ca. 500 €  
Anzahl Sponsoren: 6

Open Air Kino:  
Sponsoring 3.940 €  
Anzahl Sponsoren und Werbepartner: 27

Weihnachtsmarkt:  
Sponsoring 2.000 €  
Sachsponsor im Wert von ca. 700 €  
Anzahl Sponsoren: 7

Weihnachtsgewinnspiel:  
Geldsponsoring: 1.320 €  
Sponsorenwert von Sachpreisen: 8.039,10 €  
Anzahl Sponsoren: 57

Stadthausöffnung  
Sponsoring 10.000 €  
Anzahl Sponsoren: 1

Spielplatzsuche  
Sponsoring 625 €  
Anzahl Sponsoren: 1

**Sponsoring gesamt: 30.824,10 €**  
(21.285 € + Sachsponsor im Wert von ca. 9.539,10 €)

# 10. MARKETING FÜR DEN ZWECKVERBAND FLIEGERHORST

- Pflege der Homepage des Gewerbeparks: Abstimmung und Einstellen von redaktionellen Texten und Bildergalerien.
- Die SMB verwaltet seit 2018 die einheitliche Übersichtstafel auf dem Fliegerhorst umgesetzt, die ihre Kapazitätsgrenze erreicht hat.
- Eine Abfrage zu weiterem Schilderbedarf für die neue zweite Zufahrt wurde durchgeführt und an den Zweckverband Fliegerhorst zur Prüfung weitergegeben.





