



SITZUNGSVORLAGE M 2004/EBF/0380

Fachbereich/Aktenzeichen

Datum

öffentlich

Forum Oelde

05.11.2004

Dr. Burkhard Löher

Beratungsfolge

Termin

Berichte aus den Bereichen

Beschlussvorschlag:

Der Werksausschuss nimmt Kenntnis.

Sachverhalt:

a) Veranstaltungen im Rahmen der Regionale / Kultur und Vier-Jahreszeiten-Park
Es erfolgt ein mündlicher Vortrag.

b) Kindermuseum KLIPP KLAPP

Zum Jahresende kann das Kindermuseum auf eine sehr positive Entwicklung bei der Anzahl gebuchter Veranstaltungen zurückblicken: Rund 800 Gruppen mit rund 11.000 Teilnehmern werden 2004 betreut worden sein, das entspricht einem Zuwachs von mehr als 20% zum Vorjahr. Besonders starke Zuwächse sind in den Bereichen Pädagogik, Kindergeburtstage und Kochvergnügen für Erwachsene zu verzeichnen.

Mit den Kochveranstaltungen für Erwachsene werden derzeit die ersten Buchungen für 2005 entgegengenommen. Die Nachfrage ist hier trotz der angehobenen Teilnehmergebühr von 15,- auf 18,- Euro pro Person sehr groß. In den vergangenen 4 Wochen seit Buchungsbeginn sind bereits knapp 60% der rund 200 Abendtermine ausgebucht.

c) Marketing

Das ganzheitliche Konzept zur Vermarktung kultureller, touristischer und pädagogischer Angebote seitens FORUM wurde in 2004 fortgeschrieben und weiter optimiert. Die Erstellung von Kommunikationsmitteln erfolgte im Bereich der Printprodukte unter Berücksichtigung des mittlerweile etablierten Corporate Designs. Marketingaktivitäten über den Hörfunk erfolgten einheitlich unter Verwendung des durch die Landesgartenschau bekannten Jingles

„Blütenzauber & Kinderträume“. Erstmals durchgeführte Werbspot-Kooperationen zwischen FORUM und den Gewerbevereinen aus Oelde und Stromberg konnten erfolgreich auf Basis der Instrumentalversion des Jingles „Blütenzauber & Kinderträume“ umgesetzt werden. Die Assoziation „LGS-Melodie“ = „Oelde“ wurde somit weiter intensiviert.

Im Bereich der Printmedien wurden folgende Produkte neu erstellt bzw. überarbeitet:

„Oelde – ein Festival“ (Kulturprogramm)

„Reise – Zu jeder Jahreszeit Saison“ (Touristik)

„Blütenzauber und Kinderträume“ (Lageplan / Veranstaltungen Vier-Jahreszeiten-Park)

„Spielen, Lernen, Lachen...“ (Kindermuseum KLIPP KLAPP)

Auf die Produktion aufwendig gestalteter Informationsflyer für Parkfestivals bzw. Veranstaltungsreihen in der Innenstadt wurde zugunsten kostengünstig in Eigenregie herzustellender Veranstaltungsprogramme verzichtet.

Die gezielte Bewerbung des Veranstaltungsjahres 2004 wurde über Anzeigen in „Die Glocke“ bzw. dem „Wersekurier“ sowie der Hörfunkwerbung über Radio WAF, Radio Gütersloh sowie Radio Bielefeld umgesetzt. In den Monaten April bis September kommunizierten fünf ganzseitige Anzeigen in „Die Glocke“ zielgerichtet das Programm einzelner Veranstaltungen (z.B. Faszination am Mühlensee) oder das Veranstaltungsangebot eines größeren Zeitraumes (Programm REGIONALE 2004 in Oelde). Parallel hierzu wurden veranstaltungsbezogene Hörfunkspots produziert, die über eine der Veranstaltung entsprechende Senderkombination verbreitet wurden.

Darüber hinaus wurde im Rahmen einer einmaligen Marketingmaßnahme in dem Kulturmagazin „Münsterland“ ein umfangreiches Stadt-, Wirtschafts- und Kulturporträt über Oelde platziert. Sowohl Erscheinungsbild als auch Absatzzahlen des Magazins (münsterlandweites Verbreitungsgebiet) haben zu einer positiven Positionierung Oeldes beigetragen.

d) Touristik

In der Touristiksaison 2004 hielt der überwiegend erfreuliche Trend aus dem Jahr 2003 an. Traditionell starke Einzelbausteine wie Führungen in der Stadt- und im Vier-Jahreszeiten-Park sowie Brauereibesichtigungen wurden in der Buchungshäufigkeit im Jahr 2004 sogar erstmals von Angeboten wie Armbrustschießen oder Planwagenfahrten überholt. Die Akzeptanz des touristischen Angebotes in Stromberg ist jedoch auch im Jahr 2004 unverändert schwach geblieben.

2003		2004		Veränderung:
Pauschalgruppen:	64	voraussichtl. Pauschalgruppen (Stand 01.11.04):	64	+/- 0%

Die Höhe des touristischen Buchungsumsatzes ist trotz einer gleichbleibenden Gruppenanzahl im Jahr 2004 um 13 % angestiegen. Seit 2002 ist ein Anstieg des Buchungsumsatzes von insgesamt 19 % zu verzeichnen. Diese Entwicklung verläuft positiv entgegen dem landesweiten Trend und ist das Ergebnis einer marktgerechten Angebotsstruktur und einer zielgruppenorientierten Bewerbung. Bereits vorliegende Buchungsumsätze für 2005 in Höhe von rund 15% des Gesamtumsatzes des Jahres 2004 bestätigten diesen Trend.

2003		2004		Veränderung:
Gesamtumsatz (netto):	25.217,93 €	voraussichtl. Gesamtumsatz (netto)(Stand 01.11.04):	28.574,18 €	+13,3 %

Vor dem Hintergrund der weiterhin seitens der Potts Brauerei betriebenen touristischen Eigenvermarktung und dem seit mehreren Jahren beobachtbaren Trend der selbstständigen Ausflugsorganisation und damit verbundenen Direktbuchung durch den Tourist, ist der Anstieg des Buchungsumsatzes über FORUM umso positiver zu werten. Als besonders erfreulich kann in diesem Zusammenhang die deutliche Zunahme der Buchungen von Übernachtungen in Kombination mit der Vermittlung von touristischen Pauschalen angesehen werden.

e) **Stadtmarketing**

Das Land NRW hat mit Zuwendungsbescheid Nr. 06/12/04 eine Projektförderung des Stadtmarketing-Prozesses in Oelde mit einer Landesförderung in Höhe von 26.000 € bewilligt; die gesamten zuwendungsfähigen Ausgaben belaufen sich auf 44.993 €. Der Durchführungszeitraum endet mit dem Ablauf des 30.06.2006.

In dem Förderantrag an das Land NRW sind als Kernpunkte des Stadtmarketing-Prozesses in Oelde folgende Punkte genannt:

- Profilierung der Innenstadt Oelde unter maßgeblicher Beteiligung der hier handelnden Akteure (Handel, Gastronomie, u.a.m.)
- synergetische Verknüpfung bestehender Angebote (z.B. die Entwicklung der Park- und Freibadkarte zu einer Oelder Bürgerkarte)
- Verknüpfung der Projektentwicklung und strategischer Stadtentwicklung (Entwicklung der „Marke Oelde“, Profilierung der Gesamtstadt im regionalen Umfeld)

Von besonderer Bedeutung ist, dass bei der vorgesehenen Integration von Stadtmarketing und Stadtentwicklung eine aktive Beteiligung der Bürgerschaft sichergestellt wird. Stadtmarketing wird als ein integrativer Denkansatz zur Profilierung der Stadt im Wettbewerbsumfeld verstanden. Vor diesem Hintergrund wird das geplante Vorhaben des Stadtmarketing-Prozesses in Oelde eine bedeutsame Koordinierungsfunktion in den Bereichen Stadtentwicklung, Stadtwerbung und Touristik, Wirtschaftsförderung und Standortmarketing sowie Citymarketing und Öffentlichkeitsarbeit erhalten.

In den beiden vergangenen Jahren sind unter Beteiligung des Vorsitzenden des Werksausschusses als auch des Vorsitzenden des Planungsausschusses des Rates der Stadt Oelde erste Erörterungsrunden unter der Moderationsleitung von Frau Elke Frauns, Büro Heinze&Frauns, durchgeführt worden. Auf dieser Basis soll der Stadtmarketing-Prozess mit finanzieller Unterstützung des Landes NRW fortgeführt werden.

Seitens der Verwaltung ist das Büro Heinze&Frauns beauftragt worden, eine abgestimmte Vorgehensweise des Oelder Stadtmarketing-Prozesses zur Entscheidung im Werksausschuss vorzubereiten.

f) Lokale Agenda

Aus den drei vorhandenen Arbeitskreisen haben sich unterschiedliche Projektgruppen im Laufe des Jahres an vielfältigen Aktionen beteiligt bzw. selbst Veranstaltungen durchgeführt. Beispielhaft und nicht abschließend sind folgende Aktionen zu erwähnen:

- Ostermarkt der Projektgruppe „Genuss – Bewusst“
- „CO2-Aktionen“ Prima Klima
- Baumpflanzaktionen - Prima Klima
- Musteracker bei Pott
- Familiengarten und weitere Aktionen im Bereich „Gärten“ des Vier-Jahreszeiten-Parks
- „Mach mit Aktion“
- „Oeldinale“ Förderung und Würdigung des ehrenamtlichen Engagements Jugendlicher (zusammen mit der Stadt Oelde)
- Präsentation der Gruppe „Genuss bewusst“ auf dem Bauernmarkt des Gewerbevereins im September 2004 auf dem Marktplatz u.v.m.
- Präsentation anlässlich HET am 03.10.2004 am Hermann-Johenning-Platz der Projektgruppe „Prima Klima“

Nachdem die Überlegungen zur Gründung eines Vereins für die organisatorisch bessere Umsetzung der Aktivitäten der Lokalen Agenda zunächst zurückgestellt worden sind, wird vorgeschlagen, nach der Konstituierung des Werksausschusses den Beirat „Lokale Agenda“ erneut zu besetzen und einen entsprechenden Vorschlag in Absprache mit den Sprechern der Arbeitskreise und dem Sprecher der Lokalen Agenda, Herrn Pfarrer Ludger Schlotmann, zu erarbeiten. Der Vorschlag kann zur geplanten Sitzung des Werksausschusses im Februar 2005 dem Werksausschuss zur Beschlussempfehlung vorgelegt werden.