

Sitzungsunterlagen

öffentliche/nicht öffentliche Sitzung
des Ausschusses für
Stadtentwicklung, Stadtmarketing
und Tourismus

24.04.2024



DIE STADTBÜRGERMEISTERIN DER STADT HILLESHEIM

Stadtbürgermeisterin Gabriele Braun, Burgstraße 6, 54576 Hillesheim

Bearbeiter: Raphaela Pauly
Az.: 11140-15
Tel.:
Fax: (0 65 91) 13-9000
E-Mail: sitzungsmanagement@gerolstein.de

An alle Mitglieder des Ausschusses
für Stadtentwicklung, Stadtmarketing
und Tourismus
Hillesheim

Hillesheim, 17.04.2024

Sitzung des Ausschusses für Stadtentwicklung, Stadtmarketing und Tourismus

EINLADUNG

zu einer öffentlichen/nicht öffentlichen Sitzung des Ausschusses für Stadtentwicklung, Stadtmarketing und
Tourismus der Stadt Hillesheim am

**Mittwoch, 24.04.2024 um 18:00 Uhr
in Hillesheim, im Sitzungssaal Rathaus.**

Folgende Punkte habe ich für die Tagesordnung vorgesehen:

TAGESORDNUNG

Öffentliche Sitzung

1. Niederschrift der letzten Sitzung
2. Einwohnerfragen
3. Naturparcours
4. Innenstadtimpulse
5. Informationen der Stadtbürgermeisterin

Nichtöffentliche Sitzung

6. Niederschrift der letzten Sitzung
7. Informationen der Stadtbürgermeisterin
8. Anfragen, Verschiedenes

Ich würde mich freuen, Sie zur Sitzung begrüßen zu können.

Mit freundlichen Grüßen


Gabriele Braun
Stadtbürgermeisterin

SITZUNGSVORLAGE

Fachbereich:	Touristik GmbH Gerolsteiner Land	Datum:	09.04.2024
Aktenzeichen:		Vorlage Nr.:	L-0050/24/15-113

Beratungsfolge	Termin	Status	Behandlung
Ausschuss für Stadtentwicklung, Stadtmarketing und Tourismus	24.04.2024	öffentlich	Entscheidung

Naturparcours

Sachverhalt:

Ein weiteres Projekt, welches im Touristischen Masterplan der TOURISTIK GmbH Gerolsteiner Land erarbeitet worden ist, ist die Errichtung eines Naturparcours.

Im Zuge der ersten Schritte wurde eine Recherche zu ähnlichen Projekten durchgeführt und der 2019 eröffnete Naturparcours Arboretum in Nettersheim besichtigt und anschließend bei einem persönlichen Austausch Einblick in die Zeit von der Projektidee bis zur Umsetzung gegeben.

Die weiträumige Gesamtfläche und beeindruckende Anlage ist über viele Jahre nach eigenen Ideen entstanden und konnte nur mit Investition eigener hoher Geldsummen und hohen Arbeitszeiten der beiden Betreiber umgesetzt werden. Nach Prüfung steht fest, dass ein Projekt solcher Größe und von einer solch hohen Kostensumme nicht im Gerolsteiner Land umsetzbar wäre, sondern vielmehr sollte ein Parcours entstehen, bei diesem bereits vorhandene Elemente in Kombination mit neuen Elementen den Einheimischen und Gästen angeboten werden können. Es soll bei der Ausrichtung der Elemente auch ein Hauptaugenmerk auf die verschiedenen Altersgruppen und Zielgruppen gelegt werden - Hierzu gehören jüngere Kinder im Vorschulalter, Grundschulkindern sowie Erwachsene.

Ein geeignetes Beispiel hierfür ist der AktivGesundParcours in Wollmerath. Hier wurden 14 Stationen dazu geschaffen, sich sportlich zu betätigen und die eigene Beweglichkeit zu erhalten. Die Stationen fordern Kraft, Ausdauer und Koordination. Für jede Übung werden die Schritte auf der jeweiligen Infotafel genauer erläutert.

Für diesen Naturparcours wäre das „Bolsdorfer Tälchen“ mit dem Bahndamm in Hillesheim ein idealer Standort. Hier können die unterschiedlichen Elemente zu den bestehenden Aktiv-Angeboten ergänzt werden und eine Einheit bilden. Neben verschiedenen Übungen zum Ausdauertraining, Aufwärm- und Dehnübungen sollen Sportelemente mit unterschiedlichem Schwierigkeitsgrad integriert werden. Treppenlaufen, Balancierstämme, Klimmstangen oder Hindernisläufe werden dabei in ein Gesamtkonzept eingearbeitet und sollen für Jung und Alt ein Aktivangebot schaffen. Hierbei werden neben der Stärkung der körpereigenen Fitness auch die Körperkoordination und das Gleichgewicht geschult. Daneben sollen Geschicklichkeitselemente durch Lehrelemente ergänzt werden, um die Verbindungen in der Natur- und Tierwelt im Einklang des Lebensraumes kennenzulernen.

Unter diesen Voraussetzungen würden einige Elemente vom bestehenden Barfußpfad und Niederseilgarten aufgewertet und neu hergerichtet.

Am 16.04.2024 findet ein Vorort-Termin mit einer Agentur statt. Dabei wird erörtert, welche Elemente hinzugefügt werden können. Über das Ergebnis wird der GF in der Sitzung gerne berichten.

Dieses Projekt soll über ein Förderprogramm finanziert werden, wobei die Eigenmittel aus dem eingeführten Gästebeitrag fließen. Die Touristik GmbH würde sich für die Unterhaltung der neuen Elemente zeigen. Der GF Frank Reuter wird in der Ausschuss-Sitzung das Vorhaben in einer Präsentation vorstellen.

SITZUNGSVORLAGE

Fachbereich:	Strukturentwicklung und Wirtschaftsförderung	Datum:	17.04.2024
Aktenzeichen:		Vorlage Nr.	B-0109/24/15-115

Beratungsfolge	Termin	Status	Behandlung
Ausschuss für Stadtentwicklung, Stadtmarketing und Tourismus	24.04.2024	öffentlich	Entscheidung

Innenstadtimpulse

Sachverhalt:

Am 28. Februar 2024 fand ein erster Workshop im Rahmen des Programms "Innenstadt Impulse" statt. Insgesamt nahmen 30 Vertreter aus verschiedenen Interessensgruppen teil, darunter Politik, Gewerbe, Handel, Gastronomie, Hotellerie und Industrie. Diese vielfältige Teilnahme ermöglichte es, eine breite Palette von Perspektiven zu beleuchten und wertvolle Einblicke zu gewinnen.

Als zentrales Ergebnis dieses Workshops wurde erkannt, dass beim Standortmarketing und der Positionierung der Stadt Hillesheim als Marke ein langfristiger und durchdachter Ansatz von entscheidender Bedeutung ist. Es wurde betont, dass punktuelle Aktionen allein nicht ausreichen, sondern dass die Stadt vielmehr darauf abzielen sollte, einen umfassenden Plan zu entwickeln, um nachhaltige und wirkungsvolle Maßnahmen zu implementieren.

Im Rahmen der zukünftigen Arbeit wurden folgende Schwerpunkte identifiziert und vereinbart:

1. Entwicklung einer visionären Innenstadtstrategie und Schärfung des Markenprofils der Stadt Hillesheim.
2. Ausarbeitung einer umfassenden Digitalisierungsstrategie für die Innenstadt sowie die Optimierung der Kommunikation über Social-Media-Plattformen.
3. Organisation von speziellen Aktionstagen rund um das Thema Krimi, unter Einbeziehung sämtlicher innerstädtischer Akteure.
4. Implementierung eines effektiven Leerstandsmanagements.

Das übergeordnete Ziel der Stadt ist es, im Rahmen des Förderprojekts einen breiten Konsens in der Bevölkerung zu erzielen. Dadurch sollen sich alle Bürgerinnen und Bürger mit der Vision einer "Krimihauptstadt Deutschlands" identifizieren können und diese aktiv unterstützen sowie mit Leben erfüllen. Zu diesem Zweck plant die Stadt die Durchführung bewusstseinsbildender Informationsveranstaltungen und breit angelegter Workshops.

In der Zwischenzeit hat das Büro Moduldrei eine exemplarische Liste von Maßnahmen zur Umsetzung vorgelegt, die im Detail vorgestellt und diskutiert werden soll.

Beschlussvorschlag:

Der Ausschuss nimmt die Ergebnisse des Workshops sowie die vorgeschlagene Herangehensweise und Schwerpunktsetzung zustimmend zur Kenntnis. Die Stadtbürgermeisterin wird beauftragt, verschiedene Büros für die Umsetzung des Projekts "Innenstadt Impulse" anzufragen.

Anlage(n):

240307_Protokoll_Hillesheim

240311_Hillesheim_Hinweise

240404_Hillesheim_Shoppinglist

INNENSTADTWORKSHOP HILLESHEIM

28. FEBRUAR 2024

ZUSAMMENFASSUNG

**GRUPPE 1
UMGESTALTUNG
AUGUSTINERPLATZ**

DAS ÜBERGEORDNETE ZIEL DER MASSNAHME:

Im Zuge der Umgestaltung möchte die Stadt den Augustinerplatz/ZOB/Parkplätze Wallstraße großflächig überplanen. Der Bereich soll zukunftssicher, für alle Verkehrsteilnehmenden sicher gestaltet werden. Der Bereich soll auch den Hillesheimer Bach und die direkte Umgebung des Baches als naturnahen Raum mit hoher Aufenthaltsqualität (Begrünung, Sitzgelegenheit) unter Einbeziehung der Verbindungswege zum Einzelhandel beinhalten.

DIESE FRAGEN HABEN WIR BEARBEITET.

- Wie kann der Augustinerplatz konkret umgestaltet werden?
- Welche Nutzungen sind möglich?
- Welche Funktion soll der Platz bekommen?
- Wie kann die Aufenthaltsqualität gesteigert werden?

Verkehr? Bus/LKW
(Industriestraße)

Gastronomie außen

Maibaum

Bäume Pflanzen Natur

Parkplätze integrieren

Bordsteine runtersetzen

Treppen bis an den
Bach

Sitz- und
Spielgelegenheiten

GRUPPE 2
DIGITALISIERUNGSSTRATEGIE
FÜR DIE INNENSTADT

DAS ÜBERGEORDNETE ZIEL DER MASSNAHME:

Durch das Kommunizieren von Sehenswürdigkeiten/Freizeitangeboten/Veranstaltungen soll die Stadt Hillesheim als attraktiver Ort mit vielen Angeboten wahrgenommen werden. Dadurch sollen Besucher (Radfahrer und Eifelsteig-Wanderer) zu längerem Aufenthalt animiert werden.

DIESE FRAGEN HABEN WIR BEARBEITET.

- Welche Social-Media-Kanäle sollten bespielt werden?
- Welche Kampagnen, Serien und Stories finden Sie interessant?
- Wie kann das Thema „Krimihauptstadt“ integriert werden?
- Wer soll mit der Kommunikation erreicht werden?

Website Hillesheim
Rubriken: Gastro, Hotel,
Geschäfte, Sport, Kultur,
Nahverkehr, Immobilien

Immobilienbörse
- Leerstand
- Verlinkung komm.
Immobilienportal

Beiträge
Veranstaltungen
→ Kalender

Kanäle pflegen!

Podcast
Thema Wandern/Eifel

Bolsdorfer Tälchen
- Barfußpfad
- Wanderungen mit
Kindern
- Karla Kirsche

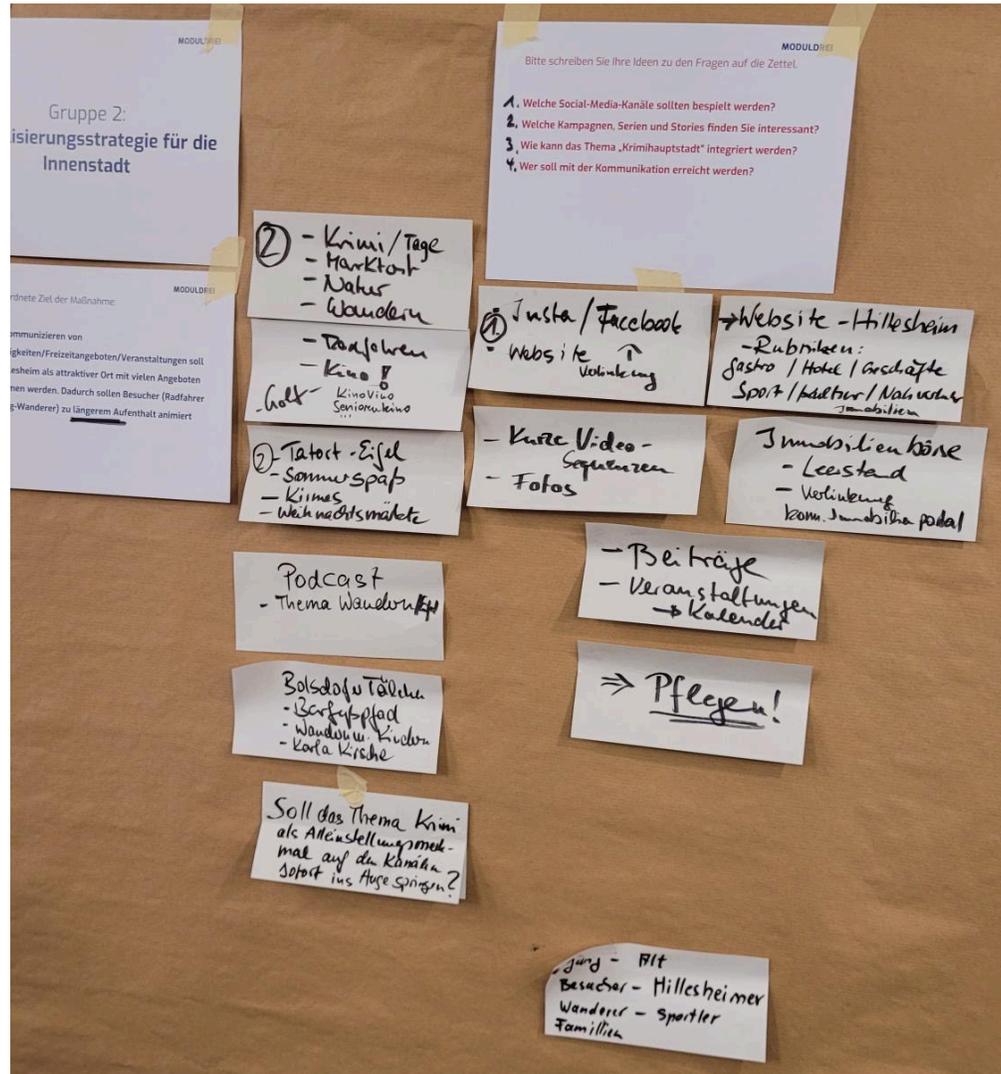
Krimi/Tage
Marktort
Natur
Wandern

Radfahren
Kino! / KinoVino
Golf
Seniorenkino

Tatort-Eifel
Sommer Spaß
Kirmes
Weihnachtsmärkte

Soll das Thema Krimi als
Alleinstellungsmerkmal
auf den Kanälen sofort
ins Auge springen?

Jung – Alt
Besucher – Hillesheimer
Wanderer – Sportler
Familien



GRUPPE 3
AKTIONSTAGE
KRIMIHAUPTSTADT

DAS ÜBERGEORDNETE ZIEL DER MASSNAHME:

MODULDREI

Ziel ist es, den Aktionstag regelmäßig zu wiederholen und ihn in die bestehenden Veranstaltungen (z.B. Tatort Eifel) einzureihen.

DIESE FRAGEN HABEN WIR BEARBEITET.

- Welche Aktionen können Sie sich konkret vorstellen?
- Wie können Handel und Gastronomie einbezogen werden?
- Wie schaffen Sie es, dass Besucher zu den Aktionstagen kommen?

Krimi Aktion im Kino

Krimi Dinner
Krimi-Wanderung
Krimi Flohmarkt
Krimibus

Krimi-Party mit
Verkleiden

Krimi Aktionstag(e) im
Stadtmauerpark
Musik/Kleinkunst

Veranstaltungskalender

Krimi Deko im
Einzelhandel an den
Krimitag

Zusammenarbeit mit
der Kulturinitiative

Das größte Krimi Dinner
→ Weltrekord (ein
langer Tisch)

Escape Room

„Krimifall“ Tourist-Info

„Krimi Wald“ mit
Lichtinstallationen

**GRUPPE 4
BARRIEREARME UND
KINDERFREUNDLICHE
INNENSTADT**

DAS ÜBERGEORDNETE ZIEL DER MASSNAHME:

MODULDREI

Steigerung der Aufenthaltsqualität und Aufenthaltszeit unabhängig vom Alter. Aufwertung der Innenstadt als Aufenthaltsort.

DIESE FRAGEN HABEN WIR BEARBEITET.

- Mit welchen konkreten Maßnahmen kann die Stadt für Barrierefreiheit sorgen?
- Wie können junge und alte Menschen angesprochen werden?
- Wie kann die Innenstadt kinderfreundlich gestaltet werden?
- Wie kann das Thema „Krimi“ mitgedacht werden?

Krimi Aktion im Kino

Indoorspielplatz

Barrierefreie Spielgeräte

Selfie-Punkt mit Thema
Krimi

Parkleitsystem
barrierefreie Parkplätze

Krimi-Geocaching/
Krimi-Schnitzeljagd

Großes Schachfeld oder
Mensch-ärger-dich-
nicht

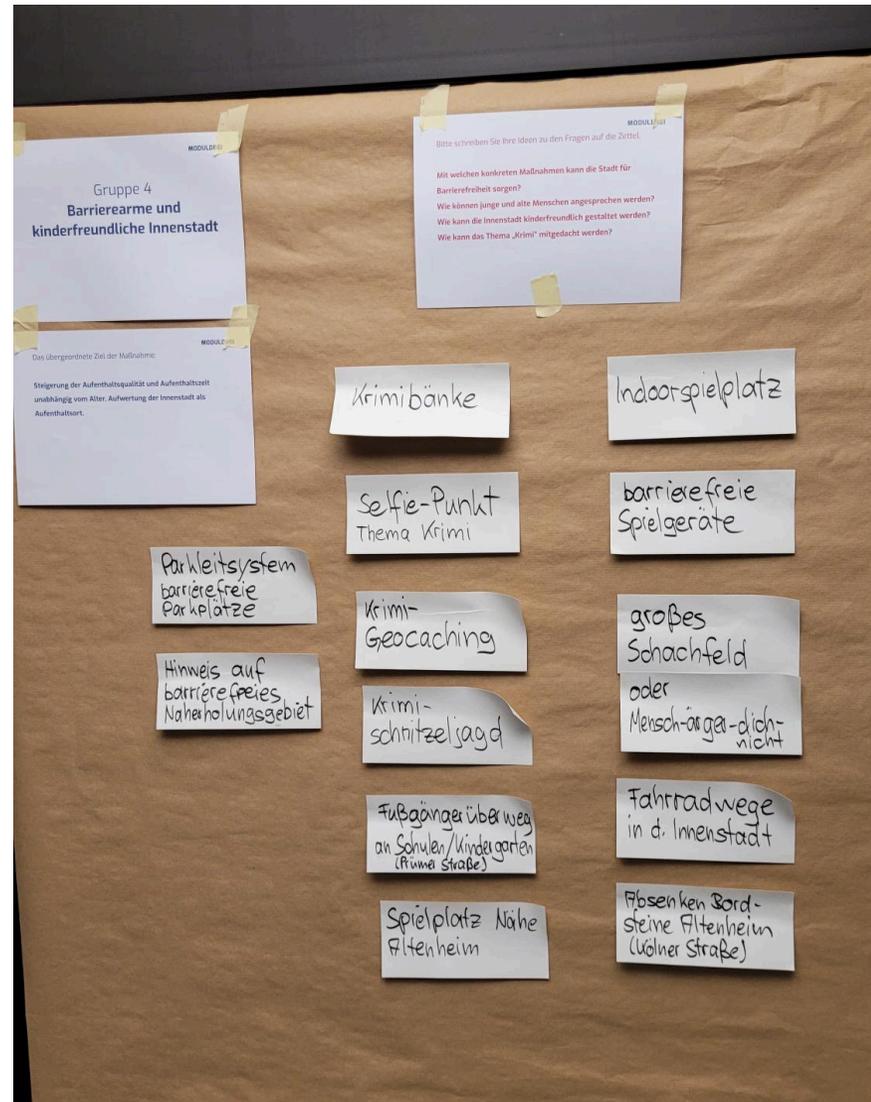
Hinweis auf
barrierefreies
Naherholungsgebiet

Fußgängerüberweg an
Schulen/Kindergarten

Fahrradwege in der
Innenstadt (Prümer
Straße)

Spielplatz Nähe
Altenheim

Absenken Bordsteine
Altenheim (Kölner
Straße)



GRUPPE 5
LEERSTANDSMANAGEMENT

DAS ÜBERGEORDNETE ZIEL DER MASSNAHME:

Ziel der Stadt Hillesheim ist es, jungen Unternehmen attraktive Rahmenbedingungen zu schaffen, ein Ladenlokal in zu eröffnen. Mit dem Programm Innenstadt Impulse soll aktives Leerstandsmanagement angestoßen und organisiert werden. Die punktuelle Anmietung von Ladenflächen zur Weitergabe an Startups wird als probates Mittel hierfür angesehen.

DIESE FRAGEN HABEN WIR BEARBEITET.

- Wie können leerstehende Ladenlokale, abgesehen vom Handel, bespielt werden?
- Wie können potenzieller Eigentümer/Nutzer motiviert werden?
- Welches Format braucht es, damit Eigentümer und Stadt zusammenkommen?

Ist-Zustand: 5-10
Leerstände
Eigentümer-Ansprache

Fehlende Branchen
ansprechen →
Kaltakquise

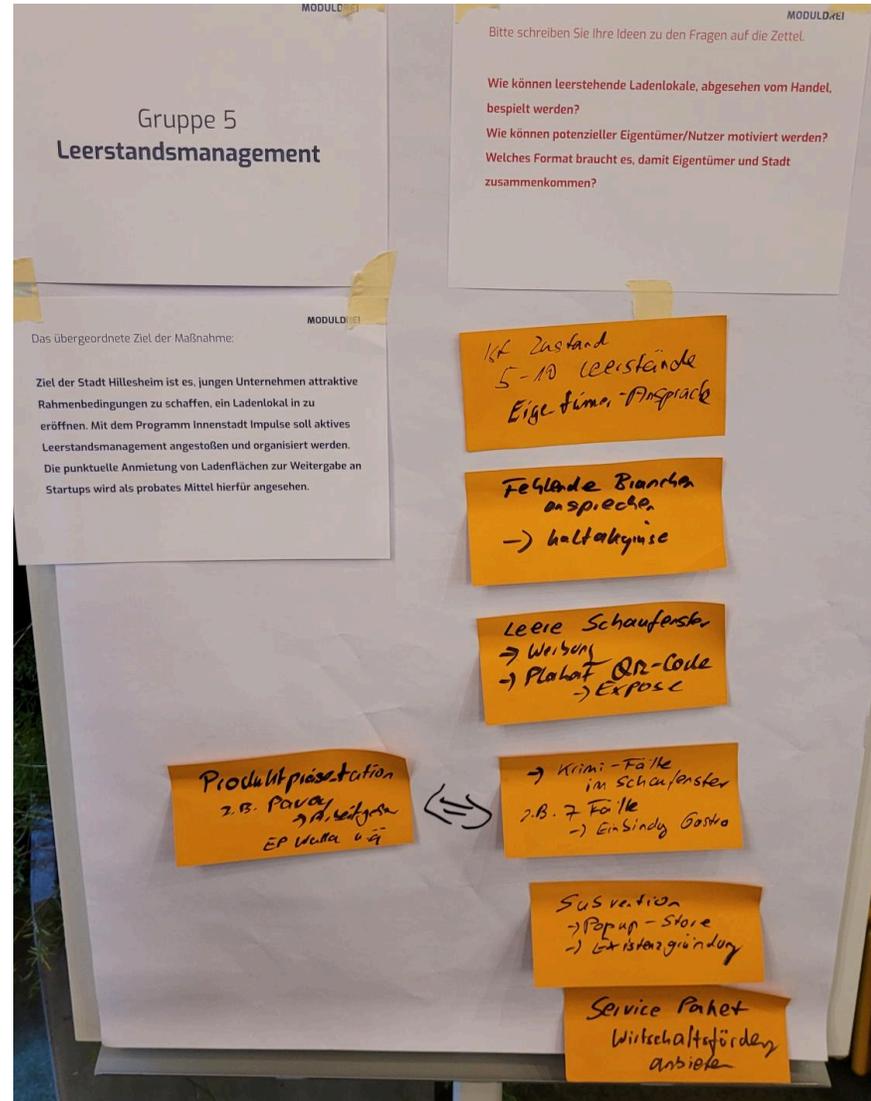
Leere Schaufenster
→ Werbung
→ Plakat QR-Code
→ Expose

Subvention
→ Popup-Store
→ Existenzgründung

Service Paket
Wirtschaftsförderung
anbieten

Produktpräsentation
z. B. Pavoy →
Arbeitgeber
EP Walla u.ä

→ Krimi-Fälle im
Schaufenster
z. B. 7 Fälle →
Einbindung Gastro



**GRUPPE 6
INNENSTADTVISION /
ZUKUNFTSKONZEPT INNENSTADT
/ MARKENKERN**

DAS ÜBERGEORDNETE ZIEL DER MASSNAHME:

Nun soll das Thema „Krimi“ für die Stadt Hillesheim (statt „Marktort“) als Alleinstellungsmerkmal (USP) sowie als neues Leitbild weiterentwickelt und gelebt werden. Im Leitbild soll das Thema „Krimihauptstadt“ erklärt und handlungsorientierte Vorschläge/Maßnahmen für Geschäftsbetreiber, Einwohner, Touristik, Verwaltung beschrieben werden. Außerdem sollen weitere Attraktionen entwickelt werden, die den Einzelhandel mit einbezieht und im Rahmen des geplanten Aktionstages vorgestellt werden kann. Die zu entwickelnde Attraktionen sollen für Besucher verstätigt werden.

DIESE FRAGEN HABEN WIR BEARBEITET.

- Mit welchen Projekten kann die Marke „Krimihauptstadt“ aufgeladen werden?
- Wie können Händler und andere Innenstadtakteure das Krimi-Thema nutzen?
- Welchen Prozess braucht es für die Markenbildung?



Schilder Ortseingang

Krimibänke

Krimi im Schaufenster

Wochenmarkt beleben

Durchgängiges Leben
des Krimithemas

Thematische
Verbindungen
(Stadtmauer / Krimihaus
/ Generationenpark)

Erlebnis-Einkauf

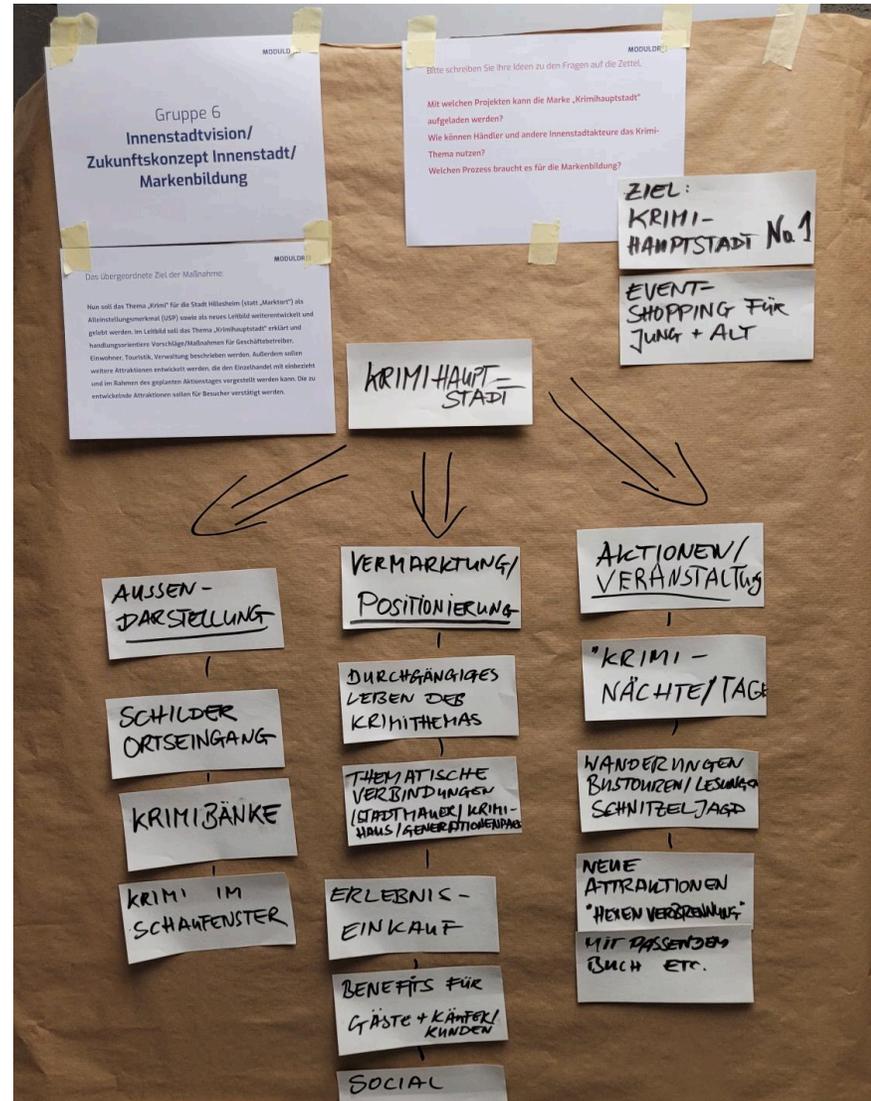
Benefits für Gäste +
Käufer/Kunden

Social Media

Krimi-Nächte/Tage

Wanderungen
Bustouren / Lesungen
Schnitzeljagd

Neue Attraktionen
„Hexenverbrennung“
mit passendem Buch
etc.



Hillesheim – Die Krimihauptstadt

Anregungen für den Prozess

Im Nachgang zu unserem Innenstadtworkshop möchten wir gern ein paar Dinge zusammenfassen, einordnen und Empfehlungen aussprechen – sozusagen eine kleine Roadmap, um in die Umsetzung zu kommen.

- Bei unserem Stadtrundgang vor dem Workshop und in den Gesprächen ist deutlich geworden, dass Hillesheim mit den „üblichen“ Problemen zu kämpfen hat. Veränderte Konsummuster verändern das Erscheinungsbild der Innenstadt. Leerstände sind dabei oft ein Ergebnis.
- Wir stellen aber auch fest, dass die Krimi-Thematik ein Potenzial für die Stadt ist bzw. für die Innenstadt sein kann. Krimihotel, Escape Room und Café sind darauf abgestimmt. Wir empfehlen, das Thema insgesamt vollständig und umfangreich auszurollen. Dabei ist es notwendig, dass alle Innenstadttakteur:innen mitziehen, ihre Ideen einbringen (dürfen) und über das Förderprogramm unterstützt werden.
- Wir sagen aber auch, dass punktuelle Aktionen ohne übergeordneten Plan am Ende nicht langfristig wirken werden. Es geht also darum, ein ganzheitliches Konzept zu entwickeln, das alle Facetten von Innenstadt mit dem Krimi-Thema zusammenbringt. Das reicht von der Veranstaltung am verkaufsoffenen Sonntag bis zu gestalterischen Elementen im Kernbereich.
- Und darüber hinaus muss das Thema über das Standortmarketing weiter ausgebaut werden. Im Sinne eines professionellen Storytellings ist hier viel möglich ... das heißt, Sie brauchen ein Narrativ, an dem sich die Aktionen und Maßnahmen richten. Gut sichtbar und auf unterschiedliche Zielgruppen angepasst.
- Im Workshop haben wir eine positive Stimmung empfunden – aber mit dem Hinweis, dass das Krimi-Thema kein Allheilmittel ist, klar.
- Wir empfehlen die Zusammensetzung einer Projektgruppe aus fünf, vielleicht sieben motivierten Stakeholdern. Dazu brauchen Sie eine übergeordnete Instanz, die die Aktivitäten koordiniert und Impulse setzt – aus unserer Sicht muss das die Wirtschaftsförderung sein.
- Damit die Innenstadt attraktiv bleibt, müssen Sie multiperspektivisch denken. Neben dem Thema Krimi sollten Sie die Basics nicht vergessen. Ein vernünftiges, proaktives Leerstandsmanagement und die Betreuung der Innenstadttakteure gehört jedenfalls dazu.

Innenstadtstrategie Hillesheim

Shoppinglist

Im Rahmen des KickOff-Workshops zum Förderprogramm „Innenstadt Impulse“ haben wir u.a. die Frage diskutiert, wie sich die Stadt im Kontext Innenstadtentwicklung als „Krimistadt“ positionieren kann. Eine zentrale Herausforderung ist die Entwicklung einer übergeordneten Strategie zur Etablierung dieser Marke, verzahnt mit der konkreten Innenstadtentwicklung. Um Sie dabei zu unterstützen, bieten wir Ihnen folgende Leistungen an:

Ihre Anforderung	Unsere Leistung	Aufwand
Kickoff	Wir planen einen zweistündigen, digitalen Kickoff mit zwei Personen inkl. Vor- und Nachbereitung. In diesem Auftaktgespräch klären wir die wichtigsten Meilensteine, Erwartungen und Rahmenbedingung des Projektes.	<i>0,5 Tagewerke</i>
Expert:inneninterviews	Insgesamt geht es ja um die Innenstadt insgesamt – wir müssen also auch über grundsätzliche Herausforderungen und Chancen sprechen – Leerstände, Attraktivitätssteigerung und Mobilität zum Beispiel. Und die Entwicklung der Marke „Krimihauptstadt“ benötigt ein breites Commitment. In direkten Interviews können wir das Thema bewerben, aber auch die Ideen ortsansässiger und überregionaler Stakeholder:innen mit in den Prozess integrieren. Wir übernehmen dafür die Leitfadenerstellung inkl. einer Änderungsschleife, Terminkoordination, Gesprächsführung und Transkription des Interviews. Wir fassen die Gesprächsauswertung in einer aussagekräftigen Lesepräsentation zusammen.	<i>Für die ersten drei Interviews zusammen 3 Tagewerke Jedes weitere Interview 0,5 Tagewerke</i>

MODULDREI

<p>Online-Umfrage</p>	<p>Wir wollen auch die Bürger:innen der Stadt Hillesheim berücksichtigen, denn sie sind es am Ende, die die Innenstadt lebendig machen. Mit einer digitalen Befragung schaffen wir Aufmerksamkeit und sammeln Ideen sowie Hinweise zur Innenstadtentwicklung, aber auch zur „Krimihauptstadt“ im Speziellen.</p> <p>Wir planen dazu eine Online-Befragung mit einem strukturierten Fragebogen, der einerseits die Wünsche und Meinungen der Hillesheimer:innen erfasst.</p> <p>Das leisten wir: Abstimmung und Programmierung der Umfrageinhalte, Durchführung und Auswertung. Formulierung eines Anschreibens und Reminders, inkl. Link und QR-Code zur Weiterleitung. Zusammenfassung der Ergebnisse in einer aussagekräftigen Lesepräsentation.</p>	<p>4 Tagewerke</p> <p>Hostingkosten für das Umfragetool "Lamapoll": 99,00 Euro pro Monat</p>
<p>Zusammenfassung der Forschungsergebnisse</p>	<p>Die Ergebnisse der Befragungen fassen wir in einer Lesepräsentation zusammen. Das verschafft Ihnen einen guten Rundumblick. Es werden neben den Stärken und Schwächen die Potenziale und passenden Handlungsempfehlungen für die Hillesheimer Innenstadt aufgezeigt.</p>	<p>1 Tagewerk</p>
<p>Workshopmoderation</p>	<p>In den Workshops – wir gehen von mehr als einem aus - wollen wir gemeinsam mit lokalen Expert:innen an der (Umsetzungs-) Strategie arbeiten. Ziel ist die Entwicklung konkreter Projekte und Maßnahmen für die Innenstadt – Zum Thema Krimi und insgesamt zur Innenstadtentwicklung.</p>	<p>3 Tagewerke pro Workshop</p>

	Ganztägiger Workshop: Organisation, Moderation und Erstellung eines Protokolls. Teilnahme mit zwei Personen vor Ort.	
Erstellung eines Leitfadens	<p>Anschließend an die Workshops fassen wir die Ziele, Maßnahmen und To Dos in einem Leitfaden zusammen – sozusagen die Roadmap für Ihren Innenstadtentwicklung. In dem Dokument fassen wir die Erkenntnisse der Forschung komprimiert zusammen und erstellen übersichtliche und zugleich priorisierte Projektsteckbriefe mit den entwickelten Maßnahmen. Dabei soll der Fokus auf die gesamte Innenstadt gelenkt werden, also nicht nur Krimi.</p> <p>Dieser Leitfaden soll verständlich sein und wird im Format einer Checkliste zur Umsetzung beitragen. Wir stellen Ihnen den Leitfaden im PDF-Format zur Verfügung inkl. zwei Änderungsschleifen.</p>	<i>3 Tagewerke</i>
Positionierungsworkshop für die Krimihauptstadt	<p>In einem ganztägigen Workshops erarbeiten wir mit zentralen Akteuren (ggf. auch Vertreter:innen der Zielgruppen) die Grundlagen für eine Positionierung und Vermarktung. Die Positionierungsworkshops drehen sich um den Status Ihrer Marke, Kommunikationsziele, Zielgruppen im Detail, den Markenkern und Ihre Botschaften. Wir erarbeiten aber auch erste Kreativideen zu Umsetzung.</p> <p>Die Agenda stimmen wir mit Ihnen ab, kümmern uns um die Moderation und Organisation vor Ort und liefern Ihnen ein aussagekräftiges (Foto-) Protokoll.</p>	<i>3 Tagewerke</i>

MODULDREI

<p>Erstellung eines Kommunikationskonzeptes für die Krimihauptstadt</p>	<p>Auf Basis der Workshop-Ergebnisse erarbeiten wir ein Kommunikationskonzept. Wir definieren eine Kommunikationsstrategie, zielgruppengerechte Kommunikationswege, geeignete und umsetzbare Kommunikationsmaßnahmen sowie einen Zeit- und Budgetplan, inkl. einer Änderungsschleife. Sie wissen hinterher ganz genau, wie Sie Ihre Positionierung der Krimihauptstadt in eine Bilderwelt übersetzen, wie die passende Website aussehen sollte oder wie Sie die Positionierung im Rahmen Ihrer Öffentlichkeitsarbeit spielen.</p>	<p><i>5 Tagewerke</i></p>
<p>Ergebnispräsentation vor Ort</p>	<p>Wenn Leitfaden und Kommunikationskonzept stehen, kommen wir zu Ihnen und präsentieren die Ergebnisse in einem halbtägigen Termin vor einem Gremium Ihrer Wahl. Dazu verdichten wir die Ergebnisse, um den Zeitrahmen nicht zu sprengen und Luft für Diskussionen und Nachfragen zu haben.</p>	<p><i>1 Tagewerk</i></p>
<p>Erstellung eines Pageflows für die Krimihauptstadt</p>	<p>Ein Pageflow ist eine Landing Page für multimediales Storytelling und kann eine schlanke Website durchaus in Teilen ersetzen. Die Erstellung eines Pageflows versteht sich inkl. Text und exkl. Fotos, Video Produktion und Lizenzgebühren für Pageflow.</p> <p>Damit Sie es sich besser vorstellen können, so sieht ein Pageflow aus zum Beispiel aus: https://innenstaedte.pageflow.io/auf-dem-weg-zum-bid</p>	<p><i>1,5 Tagewerke</i></p>

MODULDREI

Story multimedial über die Krimihauptstadt	Eine sogenannte „Story“ ist die Basis für einen Pageflow. Wir leisten: Recherche, Produktion sowie Abstimmung einer multimedialen Story inklusive Vorgespräche mit Protagonisten, Interview und ganztägigem Video-Dreh mit zwei Personen vor Ort, Erstellung der Story mit Text, Fotos und einem ca. 90- bis 120-sekündigen Video inkl. jeweils einer Änderungsschleife	4 Tagewerke
Social Media Betreuung	Ein Posting pro Woche für einen Monat auf zwei Kanälen, exkl. Community-Management und Abstimmung der Postings, eine Änderungsschleife	2 Tagewerke/Monat
Projektmanagement	Erfahrungsgemäß gibt es in einem solchen Prozess laufend Abstimmungsnotwendigkeiten in Form von schriftlicher Kommunikation und telefonischen Abstimmungsgesprächen sowie Video Calls. Sie können sich immer kurzfristig damit melden und erhalten Antworten i. d. R. am selben Werktag, spätestens am nächsten Morgen.	1 Tagewerke pro Monat

Tagessätze:

Strategieberater:in (8 Stunden, viertelstundengenau): 1.050,00 €

Für die spätere Umsetzung von verschiedenen Kommunikationsmaßnahmen liegt der Tagessatz bei 850,00 € (8 Stunden, viertelstundengenau).

Für Reisen veranschlagen wir pauschal 150,00 Euro pro Termin vor Ort. Notwendige Übernachtungen stimmen wir ab.

Alle Preise verstehen sich zzgl. MwSt.