

Welterbestadt Quedlinburg

Der Oberbürgermeister



Informationsvorlage

Vorlage Nr.: IV-WVLQ/002/18

öffentlich

Ausweisung des "Einkaufserlebnis historische Innenstadt" am touristischen Leitsystem

Erstellungsdatum: 31.08.2018

Beratungsfolge:

Datum der Sitzung

Gremium

18.09.2018 Wirtschafts-, Vergabe- und Liegenschaftsausschuss
der Welterbestadt Quedlinburg

Information

Beschluss:

Der Wirtschafts-, Vergabe- und Liegenschaftsausschuss wird hiermit über die geplante Umsetzung einer Beschilderung des „Einkaufserlebnis historische Innenstadt“ in der Welterbestadt Quedlinburg informiert.

Einreichende Fraktion:		
Erarbeitet durch:	Rode, Henning	gez. H. Rode
Erforderliche Mitzeichnungen:	1 Finanzen und Bildung 3 Bauen und Stadtentwicklung	gez. Frommert 4/09/18 gez. Th. Malnati 4-9-2018
Verantwortlicher Fachbereich:	Wirtschaftsförderung, Citymanagement, Tourismus	gez. H. Rode
Oberbürgermeister	Frank Ruch	gez. F. Ruch 4.9.18

Sachverhalt:

Was soll gemacht werden?

- Im Bereich des „Einkaufserlebnis historische Innenstadt“ (EHI) soll die gleichnamige Wort-Bild-Marke (WBM) genutzt werden, diesen Bereich zu kennzeichnen und Besucher in einem Rundgang auch in die historische Neustadt zu lenken.
- Dazu wird vorwiegend das Touristische Leitsystem (TLS) mit einer entsprechenden Beschilderung ergänzt (14 Standorte am TLS, eine Beschilderung an Straßenschildpfosten = 15 Standorte der Beschilderung).
- Auf Grundlage der der WBM EHI wurde in der Stadtverwaltung fachbereichsübergreifend sowie mit professioneller Unterstützung ein Schilderdesign entwickelt und entsprechend visualisiert (Anlage 1: Schild in Originaldarstellung / Anlage 2: exemplarische Visualisierung an einem Schilderbaum)
- Anlage 3 zeigt die mit dem EHI – Symbol zu ergänzenden Standorte.
- Der mit der Beschilderung zu markierende Einkaufserlebnisbereich in seiner Darstellung auf dem Stadtplan der QTM ist in Anlage 4 zu sehen.
- Es wurde eine Pfeilvariante in der Ausführung gewählt, um die Besucherlenkungswirkung zu verstärken.

Was ist Grundlage des Handelns?

- In 2017 wurde ein Prozess in Gang gesetzt, der darauf abzielt, die attraktive Innenstadt der Welterbestadt Quedlinburg auch stärker als Einkaufsstadt zu etablieren.
- Um diesen Prozess in Gang zu setzen, wurde eine Wort-Bild-Marke mit dem Namen „Einkaufserlebnis historische Innenstadt“ entwickelt.
- Der Begriff EHI wurde bei einer Befragung der Händlerschaft durch Studenten im Auftrag der Wirtschaftsförderung recherchiert und stammt somit aus der Mitte des innerstädtischen Gewerbes selbst, mit der entsprechenden Akzeptanz.
- Die WBM EHI wurde am 24. OKT 2017 bei einer öffentlichen Veranstaltung der Händlerschaft vorgestellt. Die anwesenden Vertreter der Händlerschaft sowie des innerstädtischen Gewerbes konnten über die finale Version abstimmen.
- Die ausgewählte Version der WBM EHI wurde im Folgenden markenrechtlich geschützt.

Was sind Ziel und Motiv einer Beschilderung mit dem Thema EHI:

- Eine Wort-Bild-Marke muss auf entsprechende Weise genutzt werden, sowohl zur Aufrechterhaltung der Markenrechte als auch um die beabsichtigte Werbewirkung zu entfalten.
- Dazu wurden verschiedene mögliche Maßnahmen entwickelt, vorgestellt und in Teilen bereits umgesetzt, wie z. B. die Ausweisung des EHI – Bereiches auf touristischen und sonstigen Stadtplänen sowie die Präsenz der WBM EHI auf Online- und Printmedien der Welterbestadt Quedlinburg.
- Wichtigstes Motiv der Umsetzung einer entsprechenden Beschilderung ist aber, dass deren Notwendigkeit von Seiten der Händlerschaft sowie des innerstädtischen Gewerbes gesehen und explizit erbeten wird (siehe Anlage 5: Stellungnahme der Kaufmannsgilde).
- Die Beschilderung soll erreichen, dass das Symbol der WBM EHI im öffentlichen Raum auf qualitativ ansprechende Weise verankert wird, dass mehr Besucher mittels der Lenkungsfunktion der Beschilderung den Weg in die attraktive historische Neustadt finden und dass letztlich die Welterbestadt Quedlinburg stärker als Einkaufsstadt und Einkaufserlebnis wahrgenommen und besucht wird.

Wie geht es weiter?

- Konkret: Nach Information des Wirtschaftsausschusses wird eine Umsetzung noch vor der Adventsstadt 2018 angestrebt. Dafür hält der Haushalt 2018 3.000 Euro vor.
- Generell:
 - Eine WBM muss angewendet werden, um die beabsichtigte Wirkung zu entfalten. Die Beschilderung des EHI – Bereiches ist dabei eine von mehreren Maßnahmen. Von der Gewichtung her ist die Umsetzung der Beschilderung als hoch zu bewerten.
 - Durch die Beschilderung des EHI – Bereiches sollen auch die Gewerbetreibenden selbst animiert werden, von der WBM Gebrauch zu machen. Es gibt dazu vorbereitete Konzessionsabkommen, die es den innerstädtischen Gewerbetreibenden gestatten, die WBM EHI in einem abgesteckten Rahmen kostenlos zu nutzen. Die Händlergemeinschaften Kaufmannsgilde und Werbegemeinschaft Steinbrücke haben diese Vereinbarung bereits abgeschlossen – auch stellvertretend für ihre Mitglieder.
 - Wichtigste Maßnahme für die Zukunft bleibt die Umsetzung eines elektronischen Einkaufsführers im Internet oder als App (Ziel: 2019).

Finanzielle Auswirkungen		Veranschlagung im laufenden Haushaltsjahr	
☒ Ja ☐ Nein		☒ Ja ☐ Nein	
Pflichtaufgaben ☐ freiwillige Aufgaben ☒		☐ Ergebnisplan BUst EUR	☒ Finanzplan BUst EUR
Gesamtkosten der Maßnahmen (Anschaffungs-/ Herstellungskosten) EUR 3.000	Jährliche Folgekosten/ Folgekosten ☐ keine EUR n. b.	Gesamtfinanzierung Eigenanteil EUR 3000	Gesamtfinanzierung Erträge/Einzahlungen (Zuschüsse, Beiträge etc.) EUR
Verpflichtungs-ermächtigungen ☐ Ja ☒ Nein Jahr EUR Jahr EUR Jahr EUR		Folgejahre Jahr EUR Jahr EUR Jahr EUR	

Anlagen:

- Anlage 1 - Schild EHI in Originaldarstellung
- Anlage 2 - Schild EHI - Visualisierung an Schilderbaum
- Anlage 3 - Standorte Beschilderung EHI am TLS
- Anlage 4 - Einkaufserlebnisbereich und Stadtplan
- Anlage 5 - Stellungnahme der Kaufmannsgilde