



BRUCHKÖBEL  
DA WILL ICH  
LEBEN!

# **GESCHÄFTSBERICHT 2021**

## STADTMARKETING BRUCHKÖBEL GMBH

STADT BRUCHKÖBEL



# VORWORT

## MARKENKERN UND LEITBILD DER STADT

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

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

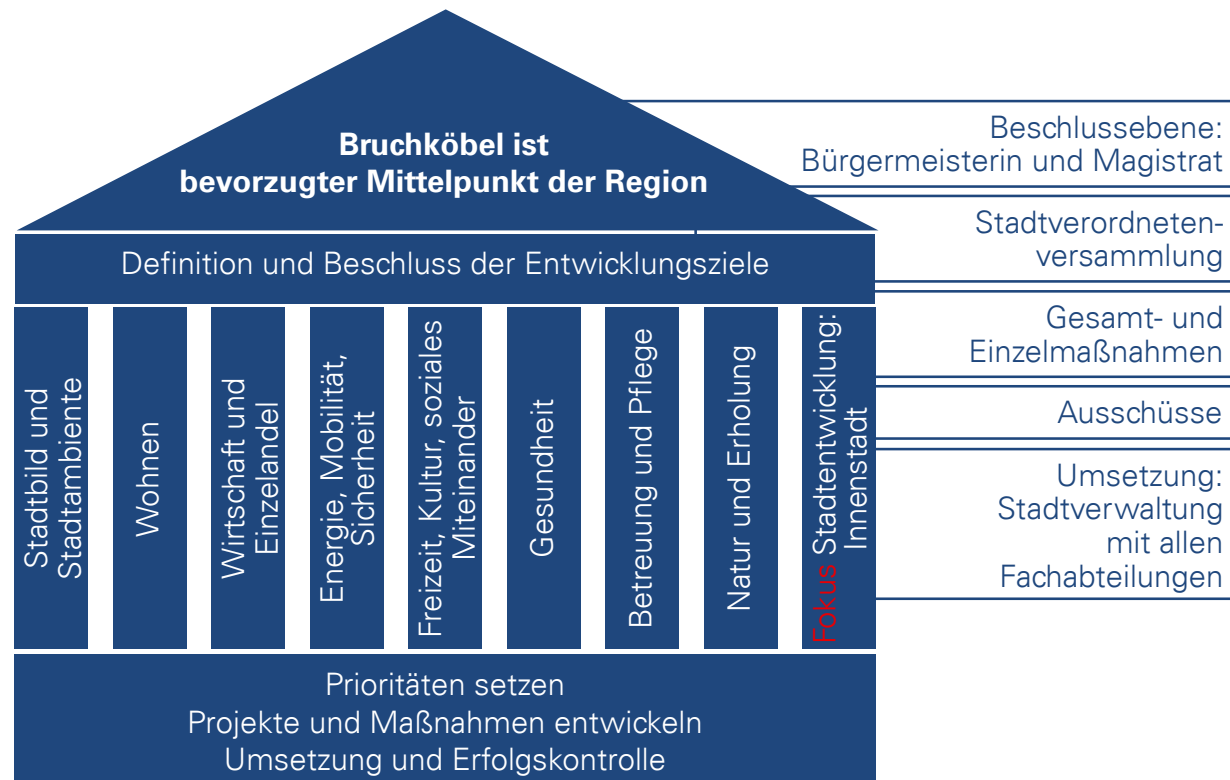
### Positionierung der Stadt Bruchköbel:

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

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

Zur Sicherung der Zukunftsfähigkeit des Standorts Bruchköbel wurden 2012 das Leitbild der Stadt und damit die Ziele der Stadtentwicklung im Leitbild „Bruchköbel 2025“ überarbeitet und von den Stadtverordneten einstimmig verabschiedet.

Der Fokus lag hierbei auf der Entwicklung der Innenstadt. Aktuell wird im Zuge der Städtebauförderung für die Innenstadt eine SWOT-Analyse durchgeführt.

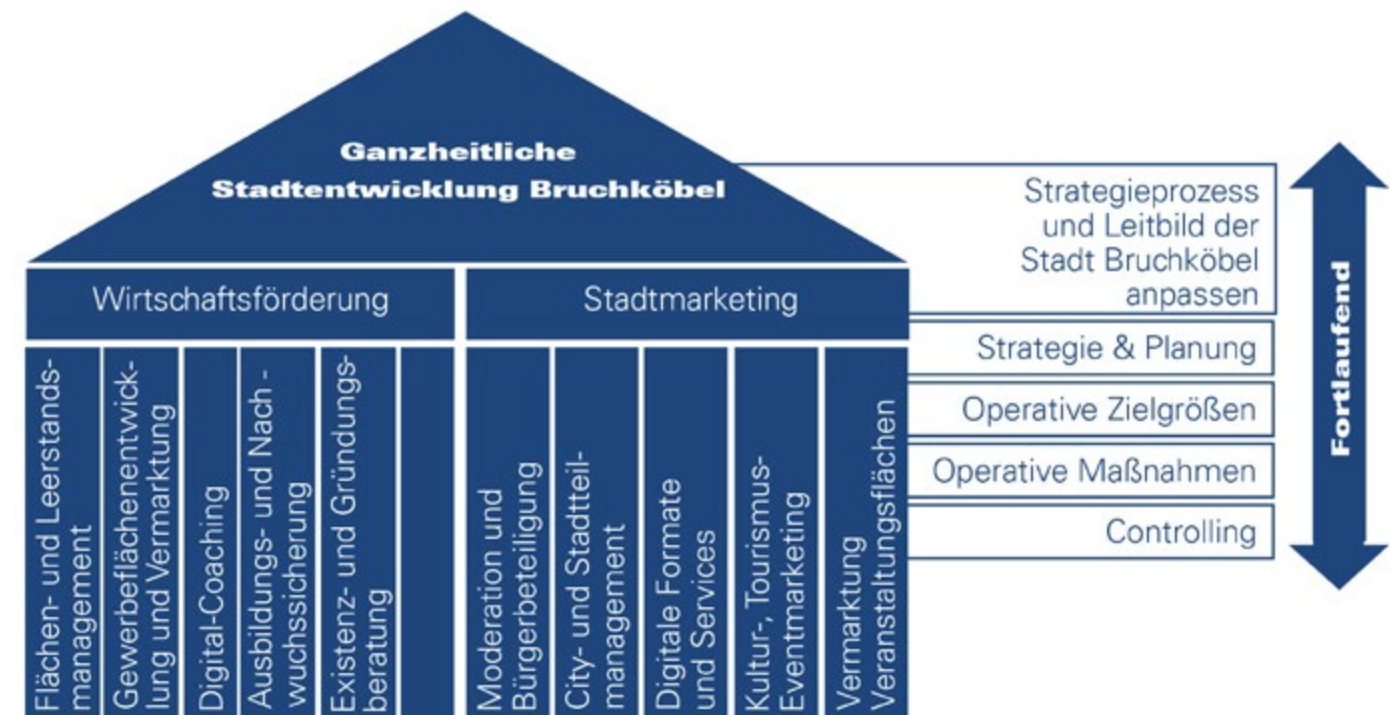


## DIE STADTMARKETING BRUCHKÖBEL GMBH

Zur Umsetzung und Koordination der Leitbildziele wurde Ende 2009 die Stadtmarketing Bruchköbel GmbH (SMB) als 100-prozentige Tochter der Stadt Bruchköbel gegründet.

Ihre Aufgabe ist die Stärkung und Entwicklung des örtlichen Wirtschaftspotenzials, die Sicherung und Entwicklung von Arbeitsplätzen sowie die nachhaltige Belebung und Steigerung der Attraktivität des Standorts. Begleitet wird dies von einem ganzheitlichen Stadtmarketing-Ansatz. Dieser verfolgt das Ziel, die Stadtentwicklung auf Basis der Zusammenarbeit mit allen wichtigen Akteuren – von Unternehmen, Vereinen und Verbänden sowie touristischen Einrichtungen bis hin zu Bildungs- und Kulturträgern – voranzutreiben. Die Gesellschaft fördert damit in der Gesamtheit ihrer Aktivitäten die Bekannt-

heit der Stadt als bevorzugtem Lebensmittelpunkt in der Region. Zu den Aufgaben zählen unter anderem die Entwicklung und Durchführung der städtischen Marketingaktivitäten, die Wirtschaftsförderung und Gewerbeflächen-Vermarktung sowie die Entwicklung und Betreuung des digitalen Stadtauftritts. Dazu gehört auch die Innenstadtvermarktung als derzeitige Schwerpunktaufgabe. Das Stadtmarketing koordiniert in diesem Rahmen die verschiedenen Aktionen.



# INHALTSVERZEICHNIS

Geschäftsbericht 2021

	Seite
<b>1. Neue Fördermittel Stadtentwicklung im Überblick</b>	6
Zukunft Innenstadt	
Zukunftsfähige Innenstädte und Zentren	
Smart Region - Digitales Hessen	
<b>2. Förderprogramm Wachstum und nachhaltige Erneuerung</b>	9
Fördermittelmanagement	
Erarbeitung des integrierten Stadtentwicklungskonzepts (ISEK) mit der Stadtplanung	
SWOT Analyse – Projektgebiet	
SWOT Analyse – Gesamtstadt	
Bau des Stadtplatzes mit Aussenanlagen	
Anschaffung von Fahrradständern	
Aktuelles Projektvolumen	
<b>3. Vermarktung Stadthaus</b>	11
<b>4. Digitaler Stadtauftritt</b>	12
Redaktion und Online-Dienstleistung für die Fachabteilungen	
Relaunch Website der Stadt	
Rubrik Corona-News	
Facebook, Instagram und Twitter	
Stadt-App	
Bewerbung um Förderprogramm im Bereich Digitalisierung	
Digitale Bürgerversammlung	
<b>5. Wirtschaftsförderung und Handelsunterstützung</b>	18
Weihnachtsverlosung „Dein Einkauf gewinnt“	
BruchköbelCard	
Marktplatz Bruchköbel	
Shop-Funktion	
Hol- und Lieferservice	
Ausbildungstag „TwoForTalents“	
Schaufensteraktion „Bruchköbel wird bunt“	
Click & Meet	
Handelsdialog Online	
Werbung	

	Seite
<b>6. City- und Tourismusmarketing</b>	24
Weihnachtliches Stadtdinner	
Stadtdinner light	
Sommerkino im Krebsbachpark	
STADTRADELN	
Tag der offenen Gärten	
<b>7. Unterstützung Coronaimpfungen</b>	30
Impfbus-Aktion	
Sonderimpfaktion	
<b>8. Innenstadtentwicklung und Baustellenmarketing</b>	32
Bilddokumentation	
Innenstadtvermarktung	
Stadtspaziergänge	
Infoabend Gewerbe	
Vergabe Betreiber Tiefgarage	
Eröffnung REWE-Markt und Tiefgarage	
Konzept Betrieb Stadthaus	
<b>9. Publikationen</b>	35
Stadtinfo	
Flyer Seniorenarbeit	
Veranstaltungstermine	
<b>10. Newsletter</b>	36
<b>11. Marketing für den Zweckverband Fliegerhorst</b>	37

# 1. NEUE FÖRDERMITTEL STADTENTWICKLUNG IM ÜBERBLICK

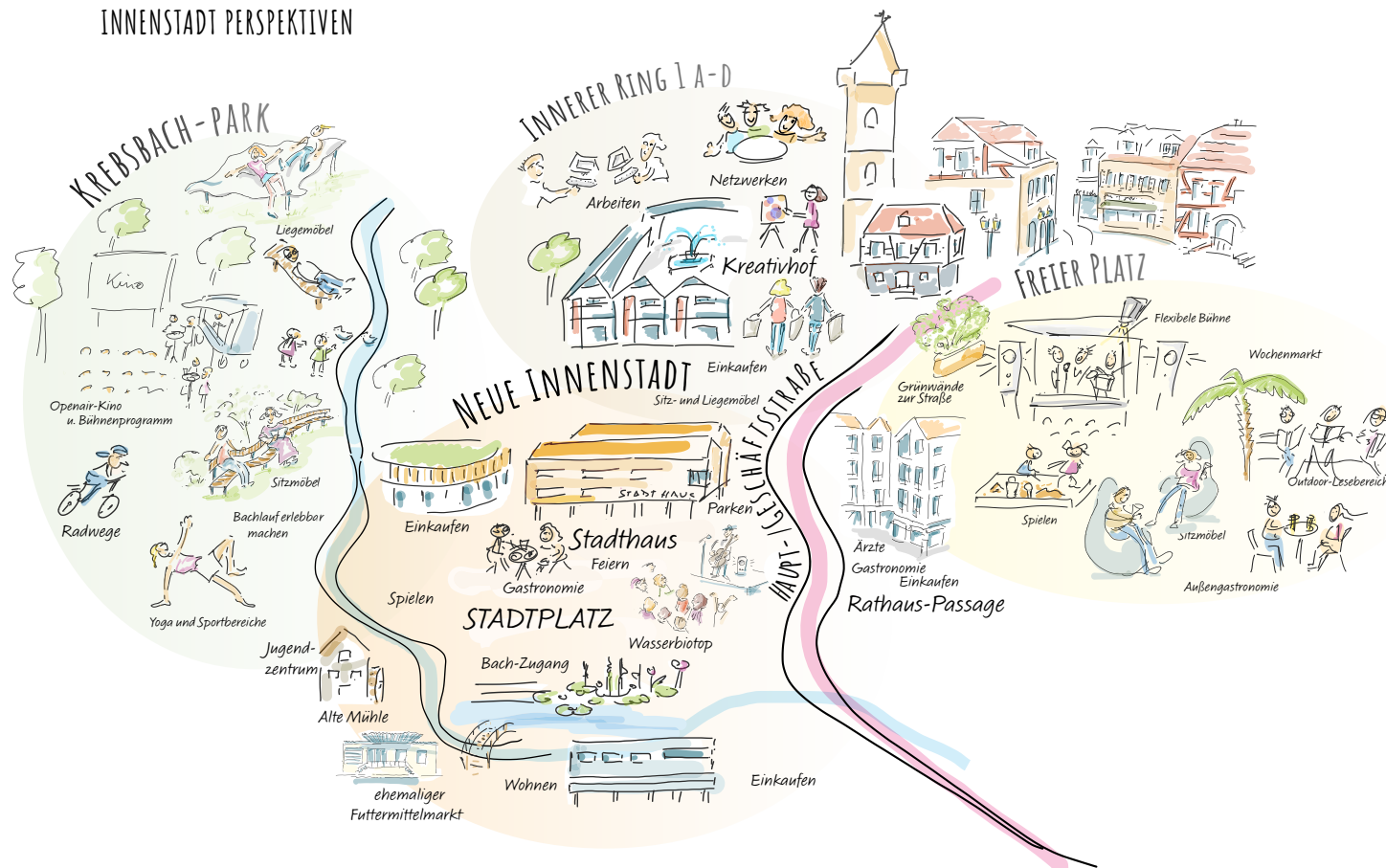
Die Stadtmarketing Bruchköbel GmbH (SMB) hat im Jahr 2021 Fördermittel für die Stadtentwicklung in Höhe von rund 1,15 Mio. Euro akquiriert. Die bereits bestehende Städtebauförderung „Wachstum und nachhaltige Erneuerung“ des Landes Hessen macht es in den kommenden zehn Jahren möglich, neue Wege, Plätze und Grün in der Innenstadt zu schaffen. Zudem wurden mit dem Landesprogramm „Zukunft

Innenstadt“ und dem Bundesförderprogramm „Zukunftsfähige Innenstädte“ weitere Programme aufgelegt, um die durch den Online-Handel geschwächten und coronabedingt zum Erliegen kommenden Innenstädte zu beleben und zu erneuern.

Durch den konsequenten, verantwortungsvollen und stadtplanerisch durchdachten Neubau von

## BRUCHKÖBEL

### INNENSTADT PERSPEKTIVEN



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 zu 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-Gesellschaften.

### ZUKUNFT INNENSTADT

Das Landesprogramm „Zukunft Innenstadt“ und das Bundesprogramm „Zukunftsfähige Innenstädte“ haben das Ziel, Städte nachhaltig zu beleben. Leerstandsmanagement, Beseitigung von Sanierungsstaus, neue Eventformate sowie die Suche nach und die Kooperation mit Stadtakteuren werden gefördert.

So kann Bruchköbel mit Hilfe des Landesprogramms „Zukunft Innenstadt“ im kommenden Jahr die Stadt kurzfristig durch verschiedene Maßnahmen beleben. Das Programm läuft 2023 aus, und bis dahin hilft die Fördersumme unter anderem dabei, die neuen und bestehen-

den Flächen für Events zu nutzen und zeitweise für weitere Stadtaktionen zu gewinnen. Zudem sollen erste leerstehende Gebäude belegt und betroffene Flächen neu genutzt und gestaltet werden. Insgesamt wird damit auch der innerstädtische Handel unterstützt. Eine mobile Bühne und Stadtmöbel können angeschafft werden. Alle Aktivitäten werden in Workshops erarbeitet.

### ZUKUNFTSFÄHIGE INNENSTÄDTE UND ZENTREN

Das Bundesprogramm „Zukunftsfähige Innenstädte“ läuft bis Mitte 2025 und ermöglicht es unter anderem ergänzend zum Innenstadtumbau, gezielt einzelne Sanierungen im Zentrum anzugehen und dadurch eine nachhaltige Entwicklung zentraler Gebäude in Gang zu setzen. Sie können einer bisher nicht berücksichtigter Nutzung zugeführt oder für neue Angebote genutzt werden. Diese Förderung trägt im Jahr 2022 auch einen Teil unseres Mobilitätskonzepts.

Der Innenstadtumbau, das bereits laufende Städtebauförderprogramm „Wachstum und nachhaltige Erneuerung“, mit dem in den kommenden zehn Jahren vor allem Grünflächen, Wege und Plätze erneuert und verschönert werden, und die beiden neuen Programme ergänzen einander für Bruchköbel hervorragend.

### SMART REGION - DIGITALES HESSEN

Das Programm „Smart Regions“ des Hessischen Digitalministeriums ergänzt gezielt die



digitalen Aufgaben der Stadtentwicklung und Innenstadtbelebung.

Durch diese Förderung können zum Beispiel bereits installierte Instrumente, die nützliche Informationen weitergeben - beispielsweise unsere Stadt-App oder solche, die Unternehmen unterstützen - auf den neuesten Stand gebracht und erweitert werden. Digitales Equipment für Streamingdienste oder virtuelle Tagungen und das Programmieren einer digitalen Bezahlfunktion für die BruchköbelCard ist 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. Die Stadt Bruchköbel wurde ausdrücklich für ihre sehr gute und breite Bewerbung im Programm Smart Regions von der bewertenden Jury gelobt.

Alle drei neuen Programme starten im Jahr 2022.

	<p><b>Wachstum und nachhaltige Erneuerung</b> Städtebauförderprogramm des Landes Hessen</p> <p>Förderzeitraum: 2020 bis 2029 Fördersumme: 4.960.000 € Zuwendungsfähige Ausgaben: 7.650.000 €</p>	<p><b>Zukunft Innenstadt -</b> Städtebauförderprogramm des Landes Hessen</p> <p>Förderzeitraum: 28.10.2021 bis 31.12.2023 Fördersumme: 250.000 € 87,5 % der zuwendungsfähigen Ausgaben: 285.714 €</p>	
	<p><b>Zukunftsfähige Innenstädte und Zentren -</b> Städtebauförderprogramm des Bundes</p> <p>Förderzeitraum: 01.01.2022 bis 31.08.2025 Fördersumme: 622.500 € Zuwendungsfähige Ausgaben: 840.000 €</p>	<p><b>Smart Region - Digitales Hessen</b> Förderprogramm des Landes Hessen</p> <p>Förderzeitraum: 28.10.2021 bis 31.12.2023 Fördersumme: 279.000 € 90 % der zuwendungsfähigen Ausgaben: 310.000 €</p>	

## 2. FÖRDERPROGRAMM WACHSTUM UND NACHHALTIGE ERNEUERUNG

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 Krebsbach sowie die Verbesserung der Mobilität und Wegebeziehungen.

- Umsetzung der Auflagen des Ministeriums in Arbeitsaufgaben
- Abstimmung mit Hessen Agentur
- Erstellung Terminleiste
- Koordination von Beschlussvorlagen und politischen Gremien
- Begleitende Öffentlichkeitsarbeit

### ERGEBNISSE:

### 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

### ERARBEITUNG DES INTEGRIERTEN STADTENTWICKLUNGSKONZEPTS (ISEK) MIT DER STADTPLANUNG

- Erarbeitung der Inhalte für das ISEK
- Erstellung von Inhalten (Karten, Bilder, Texte, Tabellen)
- Abstimmung mit WI Bank und der Hessen Agentur





### SWOT ANALYSE – PROJEKTGEBIET

- Einladung der Projektgruppe und weiterer Vertreter der Stadtgesellschaft
- Online-Konferenz; Arbeit in vier Arbeitsgruppen
- Vorbereitung und Moderation der Gruppenarbeit
- Zusammenfassung und Präsentation der Ergebnisse



### SWOT-ANALYSE – GESAMTSTADT

Als Anforderung an das Ministerium hat die SMB im zweiten Halbjahr auch eine Stärken/Schwächen-Analyse für die Gesamtstadt durchgeführt. Diese wird dem Integrierten Stadtentwicklungskonzept für die Innenstadt angefügt und soll den Zusammenhang der gesamtstädtischen Ziele im Verhältnis zu denen der Innenstadt darstellen.

### BAU DES STADTPLATZES MIT AUSSENANLAGEN

- Aufweitung des Krebsbach
- Fundamente für zwei Brücken über den Krebsbach hergestellt
- Vorbereitung und Aufbringung der Untergründe
- Pflasterbelag hergestellt
- Verankerungen für Schirme der Gastronomie
- Sitzstufen

### ANSCHAFFUNG VON FAHRRADSTÄNDERN

- Vor der Stadtbibliothek
- Im Altstadtcenter
- Vor der Metzgerei Müller
- Am Trompeterstein
- Vor der Bäckerei Bär
- Vor der Post
- Vor dem Stadthotel
- Bei der Bushaltestelle Blochbachstraße in Roßdorf
- Vor dem neuen REWE Markt

### PROJEKTVOLUMEN DER BEGONNENEN MASSNAHMEN 2019 BIS 2021

Förderfähige Ausgaben: 3.028.800€  
Davon sind Fördermittel (67 %): 1.999.000 €  
Eigenanteil Stadt: 1.029.800 €

## 3. VERMARKTUNG STADTHAUS



Im Auftrag der Stadt wird sich die SMB um die Vermarktung des neuen Stadthauses kümmern. So wird sie eine Seite für potenzielle Kunden und Nutzer ins Netz stellen und ein Formular für interessierte Mieter anfügen.

In Kooperation mit einem Team unter Leitung der Bürgermeisterin hat die SMB auch an der Gebührenordnung für das neue Stadthaus mitgewirkt.

Für den Erfolg der wirtschaftlichen Vermarktung wurde die SMB beauftragt, an interessierte Kunden so genannte Zusatzpakete zur Grund-

miete und Nutzung zu vermarkten. Damit lassen sich künftig über die SMB folgende Angebote hinzubuchen:

- Einladungs- und Buchungsservices
- virtuelle Eventräume und Liveübertragungen
- Einsatz hybrider Technik
- Catering und Dekoration
- Bild- und Videodokumentation
- Werbung und Öffentlichkeitsarbeit
- zusätzliche Hardware und Technik
- mobile Bühnenflächen
- zusätzliche externe Licht- und Veranstaltungstechnik.



## 4. DIGITALER STADTAUFTRITT

### REDAKTION UND ONLINE-DIENSTLEISTUNG FÜR DIE FACHABTEILUNGEN

Die SMB arbeitet als zentrale Online-Redaktion für alle Fachabteilungen. Sie hilft und berät dabei, Inhalte zu generieren, zum Beispiel 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.

- Einpflegen von Content für die Fachbereiche, Upload von Dateien, Umwandeln von Dateien in verwendbare Formate, zum Beispiel:
  - Personalabteilung (Stellenanzeigen auf Website, auf Facebook und Instagram, Bildrecherche, Bildbearbeitung)
  - Wahlamt/Sitzungsdienst (Amtliche Bekanntmachungen u. a.)
  - Wahlamt – umfangreiche Begleitung und Einstellen von Daten, Zahlen, Bildern im Rahmen der Wahlen
  - Wirtschaftliche Betriebe – Unterstützung bei Ticketingsystem
  - Soziale Dienste – Stellenanzeige auf Website, Facebook und Instagram (Bildrecherche, Bildbearbeitung)
- Support für die Fachbereiche beim Einpflegen
- Durchführung von umfangreichen Schulungen für das Content-Management-System der neuen Website
- Erstellung von umfangreichen Schulungsunterlagen, FAQs und Hilfestellungen mit Screenshots und Erläuterungen
- Erstellen von Bildmaterial – Share Pics u. a.

für die Website, für SocialMedia (Facebook und Instagram)

- Direkte HTML-Programmierung von Zusatzfunktionalitäten über das CMS hinaus
- Erstellung von mittlerweile zehn fachspezifischen Online-HTML-Formularen (Mängelmelder, Terminbuchungen, Beschwerdeformular für Kitas u. a.)

### RELAUNCH DER WEBSITE DER STADT

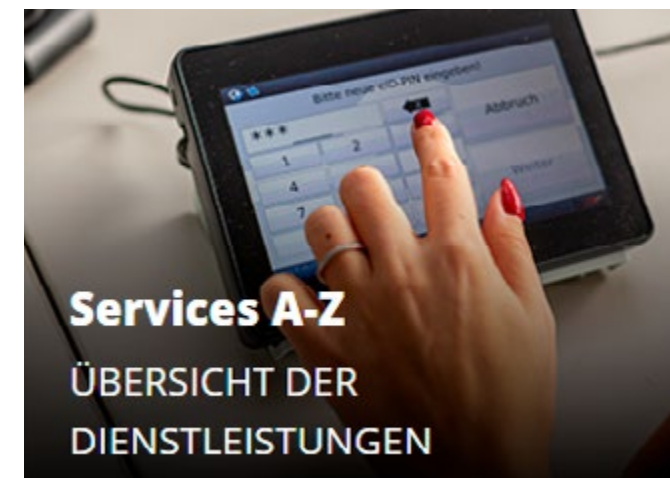


Nach mehrmonatiger intensiver Planung, Vorbereitung, Konzeption und Aufbereitung der Inhalte konnte das Website-Team am 23. Februar den Startschuss für die neue Website geben. Im Rahmen eines Silent-Livegangs erfolgte der Umstieg von der alten auf die neue Website reibungslos.

Zusammen mit den Fachbereichen und der beauftragten Agentur wurde dafür der Internet-Auftritt komplett überarbeitet. Die neue Website

präsentiert sich seither in einem aufgeräumten und klaren Design mit einer ausgefeilten Suchfunktion sowohl quer über alle Einträge als auch ganz spezifisch mit diversen Filteroptionen im Bereich der Termine und Pressemitteilungen.

Eines der Ziele war es, die Seite [www.bruchkobel.de](http://www.bruchkobel.de) übersichtlicher aufzubauen, den Nutzerinnen und Nutzern eine leichtere Orientierung zu ermöglichen und den Weg zu ebnen, viele Dienstleistungen der Stadt komplett zu digitalisieren. Sowohl aus den Fachbereichen als auch aus der Bürgerschaft gibt es durchweg positives Feedback.



Für viele Dienstleistungen entfällt bereits ab jetzt der Gang ins Bürgerbüro. So können zahlreiche städtische Services online erfolgen. Dies beinhaltet derzeit, dass Anträge online ausgefüllt und übersendet und die Gebühren mit verschiedenen Zahlssystemen gleich online beglichen werden können.

Dieses Angebot wird seit der Freischaltung weiter ausgebaut.

Dafür sind zusätzliche finanzielle Mittel erforderlich, für die im August 2021 ein entsprechender Antrag im Rahmen des Förderprogrammes „Smart Regions“ beim Hessischen Ministerium für digitale Entwicklung und Zukunft gestellt wurde. Im November ging der Bewilligungsbescheid für den Förderantrag in voller Höhe ein. 90 % davon sind reine Zuschüsse des Landes und 10 % trägt die Stadt.

Die Suche der neuen Website arbeitet mit Synonymergänzungen und google-ähnlichen Mechanismen. So kann jedes Thema direkt auf der Startseite mit einem Stichwort gesucht werden und der Nutzer gelangt so gleich zur passenden Seite mit den gewünschten Informationen. Außerdem befinden sich auf der Hauptseite aktuelle Schnelleinstiegspunkte, z. B. zu Corona-Informationen, zum Innenstadumbau oder auch zur Abfallwirtschaft. Darüber hinaus gibt es ein bedarfsorientiertes Navigationssystem mit mehreren Ebenen und Unterpunkten.

Ein weiteres Hauptaugenmerk bei der Konzeption der neuen Website liegt auf dem Thema Barrierefreiheit. Sehbehinderte können die Schriftgröße jetzt an ihre Bedürfnisse anpassen oder sich die Texte per „Read Speaker“ vorlesen lassen. Die Verwendung unterschiedlichster Endgeräte und Browser im Sinne eines „Responsive Designs“ wurde berücksichtigt.

Mit dem Relaunch ist die Arbeit noch nicht beendet. An zahlreichen Stellen werden deshalb kontinuierlich immer wieder Informationen ergänzt, redigiert oder aktualisiert. Neue Medien wie Videos und externe Inhalte und Funktionalitäten werden laufend eingebettet.

Im Bereich der kommunalen Services werden zunehmend Arbeitsabläufe digitalisiert. Ab 2022 stehen dafür aufgrund der Förderung durch das hessische Digitalministerium insgesamt 85.000 Euro zur Verfügung, um sukzessive weitere städtische Dienstleistungen als komplett digitale Workflows zu implementieren und auf der Website einzubinden. Damit können Schritt für Schritt die Vorgaben des ab 2022 greifenden Onlinezugangsgesetzes vollumfänglich erfüllt werden.

Dank der Fördermittel des Landes werden ab 2022 ca. 20 zusätzliche rein digitale Workflows für kommunale Services implementiert und auf der Website eingebunden.

#### Ziel der Maßnahme:

- Schrittweiser Ausbau der rein digitalen kommunalen Services im Sinne des Onlinezugangsgesetzes

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

#### RUBRIK CORONA-NEWS

Die Online-Redaktion des SMB stellt laufend die neuesten Corona-News auf einer eigens dafür eingerichteten Unterseite ein. Darüber hinaus recherchiert sie relevante Informationen zu den Kontexten Test- und Impfmöglichkeiten, Vorgaben und Hilfestellungen für den Handel u.a. und stellt sie in der Rubrik Corona-News ein.

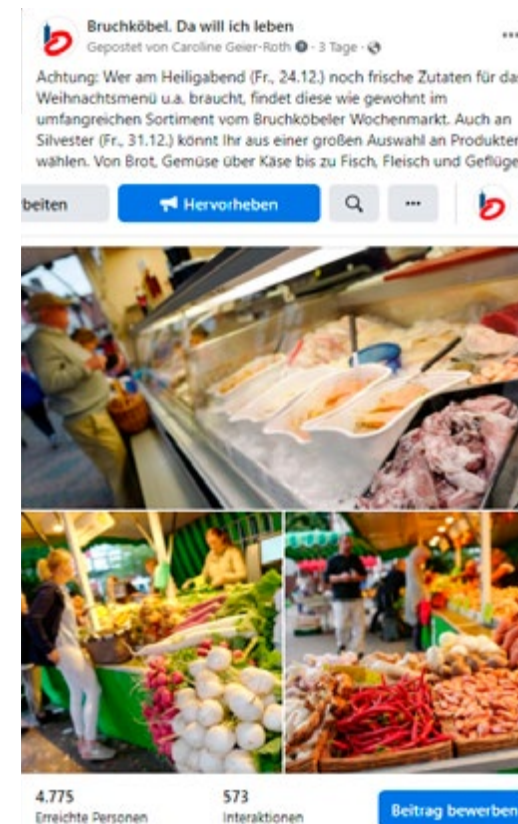


#### FACEBOOK, INSTAGRAM UND TWITTER

Die SMB kommuniziert für die Stadt auch über Facebook, Instagram und Twitter mit den BürgerInnen. Hohe Reichweite erzielen vor allen Dingen Bilder von Stadtfesten, Videos und die Dokumentation und zeitnahe Information zur Innenstadtentwicklung.

Über Facebook werden regelmäßig auch die anderen digitalen Angebote der Stadt Bruchköbel beworben:

- Verwaltung der Bruchköbel-Accounts
- Bekanntmachung aktueller Themen: von Corona über Verwaltungsthemen bis hin zu Veranstaltungen
- Postings werden vorbereitet (zum Teil vorgeplant), Bildmaterial dazu erstellt oder recherchiert



Facebook: Follower derzeit 2.384  
Postings: 221 (01.01. – 31.12.2021)

Instagram: Follower derzeit 1.703  
Postings: 112 (01.01. – 31.12.2021)

Twitter: Follower derzeit 222  
Postings: 466 (10.2016 – 31.12.2021)

#### Ziele der Maßnahme:

- Information der BürgerInnen
- Unterstützung des Handels, der Vereine und Veranstalter

#### STADT-APP

Die Bruchköbeler Stadt-App wurde 2015 für IOS und Android-Geräte gestartet.

Im Nachgang zum Relaunch der Website [www.bruchkoebel.de](http://www.bruchkoebel.de) musste die App an die neuen technischen Funktionalitäten angepasst werden. Die aktualisierte Version steht seit Mitte Juni 2021 zur Verfügung.

Sie enthält Verknüpfungen auf die mobile Version der neuen Stadtwebsite, den Müll- und den Sperrmüllkalender sowie auf die Termine und auch auf den Digitalen Marktplatz Bruchköbel.

Der Müllkalender der Stadt wird von der SMB aktuell jährlich neu für die App überarbeitet, da der Anbieter kein schnittstellentaugliches Format zur Verfügung stellen kann.

In einer nächsten Ausbaustufe wird es eine digitale Schnittstelle zur BruchköbelCard geben.

#### Ziele der Maßnahme:

- Angebot von Services, für die Funktionalitäten wie die Nutzung der Kamera, GPS-Koordination u. a. notwendig sind
- Erreichbarkeit vieler Services an einer Stelle



## BEWERBUNG UM FÖRDERPROGRAMM IM BEREICH DIGITALISIERUNG



Die Alltagswelt verändert sich in einem rasanten Tempo. Die Corona-Pandemie hat deutlich die Schwächen und den Nachholbedarf in Richtung Digitalisierung aufgezeigt. Zum einen fehlen in der klassischen Verwaltung an vielen Stellen noch immer durchgängig digitale Workflows.

Zum anderen haben Handel, Gewerbe und Dienstleistungsbetriebe, gerade in kleinen und mittleren Kommunen, die Entwicklungen in der Digitalisierung (Web, Social Media, App, Videoformate u. a.) bisher nicht überall in ausreichender Qualität und Quantität nachvollzogen.

Auch die Formen der Teilhabe in Richtung Politik, Ehrenamt und gesellschaftlichem Engagement waren weitgehend ausschließlich analoger Natur. Auch hier ist mit der Einführung

von digitalen oder hybriden Beteiligungs- und Interaktionsplattformen ein großer Sprung in Richtung Unabhängigkeit von äußeren Hemmnissen zu tätigen.

Nicht zuletzt müssen Menschen aller sozialen Schichten und Altersgruppen befähigt werden, mit der Änderung der Alltagswelt in der jeweiligen Lebensphase auch digital Schritt zu halten, um nicht sukzessive abgehängt zu werden.

Die SMB hat dementsprechend einen Förderantrag mit einem ganzheitlichen Ansatz in Richtung einer „Digital Urban Community mit Smart Targets 2023“ beim hessischen Digitalministerium eingereicht.

Dieser wurde als „sehr guter und breit aufgestellter“ Antrag in Höhe von 310.000 Euro bewilligt.

### Zielgruppen

Die SMB hat drei primäre Zielgruppen für die Forcierung der Digitalisierung identifiziert:

- BürgerInnen
- HändlerInnen und Gewerbevereine
- Vereine und Ehrenamt

### Maßnahmen und Umsetzungsstrategien:

- Ausarbeitung der Bewerbungsunterlagen samt Abstimmungsprozedere für Förderprogramm „Smart Region“
- Diverse Gesprächs- und Abstimmungsrunden mit Ministerium, Handelsverband, IT-Abteilung der Stadt und Magistrat/Bürgermeisterin

- Erstellung einer detaillierten Projektskizze und -beschreibung
- Erstellung einer differenzierten Kalkulation für die Haushaltsabteilung
- Fördergelder wurden bewilligt
- Bewilligungsbescheid in Höhe von 310.000 Euro liegt vor
- Förderbetrag als echter Zuschuss in Höhe von 279.000 Euro
- erstes Teilprogramm Bilddatenbank schon gestartet
- Umsetzungsbeginn ab Mitte Dezember 2021

Beim ersten Termin wurden Themen wie die Abfallwirtschaft und allgemeine Verwaltungsfragen beleuchtet. Beim zweiten Termin stand vor allem das Thema Querspange und Anschluss an die B43 a auf der Agenda.

Das Stadtmarketing unterstützte bei der Integration in die beiden Social-Media-Kanäle und bei der Interaktion mit den BürgerInnen. Über die Kommentarfunktion haben diese auf dem YouTube- und Facebook-Kanal ihre Fragen, Anregungen, Kritik eingebracht.

## DIGITALE BÜRGERVERSAMMLUNG



Die Möglichkeit, politische Sitzungen online zu verfolgen, bietet die Stadt Bruchköbel seit diesem Jahr an. Bereits zwei Mal fand eine hybride Bürgerversammlung statt. In Kooperation mit der SMB wurde die Bürgerversammlung über den YouTube- und auch Facebook-Kanal via Live-Stream übertragen.

## 5. WIRTSCHAFTSFÖRDERUNG UND HANDELSUNTERSTÜTZUNG

### WEIHNACHTSVERLOSUNG „DEIN EINKAUF GEWINNT“

Um den örtlichen Handel in der Corona-Zeit zu unterstützen, hat die Stadt Bruchköbel die SMB beauftragt, zusammen mit dem Marketing- und Gewerbeverein Bruchköbel e. V. ein Hilfspaket aufzulegen. In Form eines Weihnachtsgewinnspiels unter dem Motto „Dein Einkauf gewinnt“ startete die erfolgreiche Aktion 2021 nun zum zweiten Mal. 101 Geschäfte und Unternehmen beteiligen sich.

Von Freitag, 26. November, bis Donnerstag, 31. Dezember, gibt es bei jedem Einkauf in den Läden die Chance, attraktive Preise zu gewinnen. Im vergangenen Jahr wurden 35.000 Lose ausgegeben. Als Hauptpreis winkt ein Wunschfahrrad im Wert von 2.500 Euro.

Lose gibt es pro 25 Euro Einkaufswert in den teilnehmenden Unternehmen. Die Ziehung findet am 14. Januar 2022 statt.

### Ziele der Maßnahme:

- Hilfspaket während der pandemiebedingten Auflagen
- Unterstützung des Handels in der Vorweihnachtszeit
- Standort- und Kundenbindung
- Standortwerbung
- Kaufkraftbindung

**Beteiligte Unternehmen:** 101

**Gewinne:** Wert 8.000 €

**Eingebundene Sponsoren:** 18

**Ausgegebene Lose:** 35.000

### BRUCHKÖBELCARD

Lokal einkaufen liegt im Trend. Immer mehr VerbraucherInnen unterstützen die lokalen Geschäfte und Betriebe. Deshalb wurde eine einheitliche Lösung zur Bezahlung städtischer Angebote eingerichtet. Sie ist einfach und digital. Die Stadtmarketing Bruchköbel GmbH realisier-

te das Projekt zusammen mit dem Marketing- und Gewerbeverein Bruchköbel e. V. im Auftrag der Stadt. Der Start des Systems erfolgte am 15.7.2021.

In allen teilnehmenden Betrieben kann jeder Kunde die BruchköbelCard erwerben und mit einem beliebigen Betrag bis 100 Euro aufladen. Die Cards sind nicht personalisiert. Die Einlösung der Guthaben ist nach Belieben in allen teilnehmenden Betrieben möglich.



Die Teilnahme am System ist für Betriebe kostenfrei. Nur tatsächlich eingelöste Umsätze lösen eine geringe prozentuale Provision zur Deckung der Systemkosten aus.

Auf der Website [www.bruchkoebel-card.de](http://www.bruchkoebel-card.de) kann jeder Karteninhaber sein Guthaben überprüfen, die teilnehmenden Betriebe diese aktuell aufrufen und weitere Informationen erhalten.

Im ersten Jahr haben sich 31 Betriebe dem System angeschlossen, das bis zum Jahresende 2021 einen Umsatz von rund 14.000 € erzielte. Es wurden dafür 340 Karten mit Geldbeträgen aufgeladen.

ArbeitgeberInnen können ihren MitarbeiterInnen automatisiert im Rahmen von Geldzuwendungen oder Barlohnnumwandlungen monatliche feste Beträge auf die BruchköbelCard buchen lassen.

Das System wird über Straßenraumbanner im Stadtgebiet, über Social Media und über die Website der Stadt Bruchköbel beworben. Zudem sind in den Geschäften Flyer und die Karten selbst erhältlich. Anzeigen in den Printmedien runden die Werbestrategie ab.

An Weihnachten wurde der Gutschein als Geschenk beworben und als Gewinn im Gewinnspiel „Dein Einkauf gewinnt“ eingesetzt.



Für die Zukunft sind Erweiterungsmodule geplant wie die Bezahlung von Parkgebühren, die Bedienbarkeit über die Bruchköbel-App, der digitale Online-Gutscheinkauf und der Erhalt und die Einlösung von Bonus- oder Cashback-Punkten.

### Ziele der Maßnahme:

- Kaufkraftbindung an den Standort
- Stärkung der Stadtidentität
- Vermarktung des Stadtangebots
- Gegengewicht zu Online-Käufen



**MARKTPLATZ BRUCHKÖBEL**

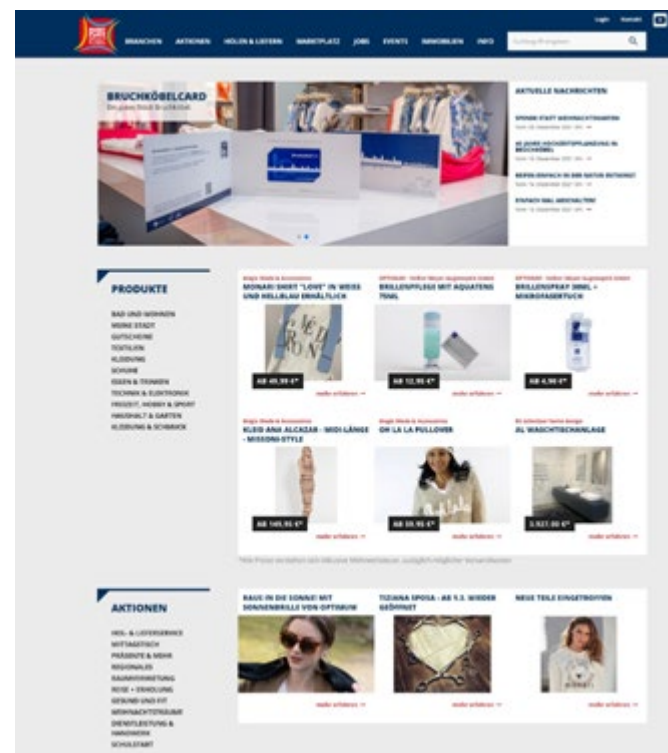
Gerade während der Corona-Pandemie hat sich in den verschiedenen Lockdown-Phasen gezeigt, wie wichtig und wegweisend ein Angebot wie der Marktplatz Bruchköbel für die Gewerbetreibenden vor Ort ist. Die Plattform wird stetig weiterentwickelt: Für die auf dem Marktplatz vertretenen Unternehmen wurde eine Shop-Funktion eingerichtet.

Vor allem seit Beginn der Corona-Krise ist die Zahl der Gewerbetreibenden, die die Plattform mit ihren Angeboten nutzen, noch einmal gestiegen.

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

- **Coronahilfen:** Gutscheinaktion, kostenloser Eintrag auf dem Marktplatz möglich
- **Holen und Liefern:** Akquise und Erfassung aller Bruchköbeler Gastronomiebetriebe (16 TeilnehmerInnen)
- **Aktionen:** Regelmäßiges Einpflegen von Aktionen (neue Produkte, Angebote etc.)
- **Kategorien:** Erstellen von Kategorien passend zu verschiedenen saisonalen Events (z. B. Valentinstag, Muttertag, Ostern, Frühlingsboten etc.) + Akquise dazu passender Angebote und Aktionen + Newsletter
- **Mittagstisch:** Fünf teilnehmende Gastronomiebetriebe, regelmäßiges Einpflegen von Mittagstischangeboten
- **Teilnahme an Erfa-Tagungen** (Handelsverband)
- **Technische Abwicklung** durch die Sinacom AG (fortlaufend technische Verbesserung nach Möglichkeit)

- **Akquise** neuer teilnehmender Unternehmen.
- Erstellung neuer Produktkategorien. Bspw. mit Bruchköbel-Produkten.
- Derzeit 94 teilnehmende Unternehmen mit Eintrag



**SHOP-FUNKTION AUF DEM MARKTPLATZ BRUCHKÖBEL**

Das Angebot des Marktplatzes Bruchköbel, Aktionen und Produkte vorzustellen, wurde jetzt durch digitale Bestellvorgänge unter Einbindung von PayPal und anderen Bezahlsystemen erweitert. Zur Unterstützung der lokalen Unternehmen, die während des Lockdowns geschlossen sein mussten, wurden schnell und unbürokratisch Online-Shops eingerichtet.

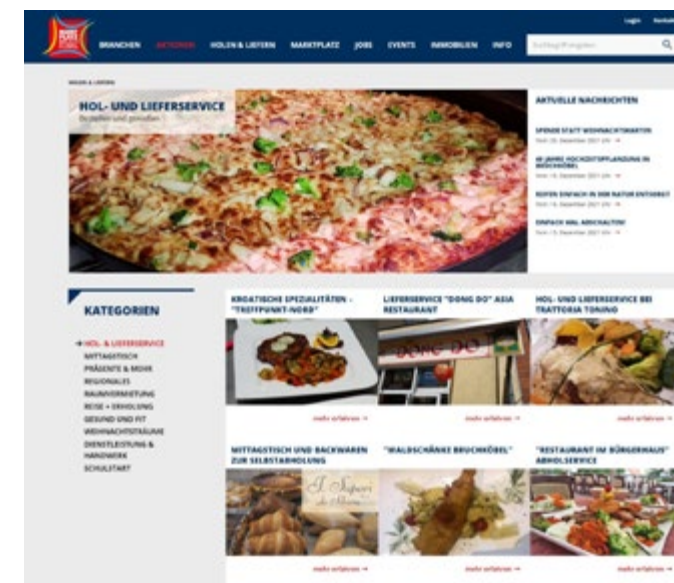
So nutzen HändlerInnen in Ergänzung zum stationären Handel nun auch, mit Unterstützung des SMB-Teams, die Möglichkeiten des Online-Handels.

**Ziele der Maßnahme:**

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

**HOL- UND LIEFERSERVICE**

Auch zahlreiche Restaurants in Bruchköbel mussten während der Corona-Krise auf Lieferdienst und Verkauf ab Haus umstellen. Um das Angebot für die KundInnen zu bündeln und für alle Interessierten leicht auffindbar zu machen, wurde die Rubrik „Holen & Liefern“ eingerichtet.



Die Betriebe erhielten vorübergehend einen kostenlosen Zugang auf den Marktplatz Bruchköbel. Mittlerweile präsentieren sich hier 18 Restaurants und Lieferdienste, von der Pizzeria bis zum vietnamesischen Restaurant.

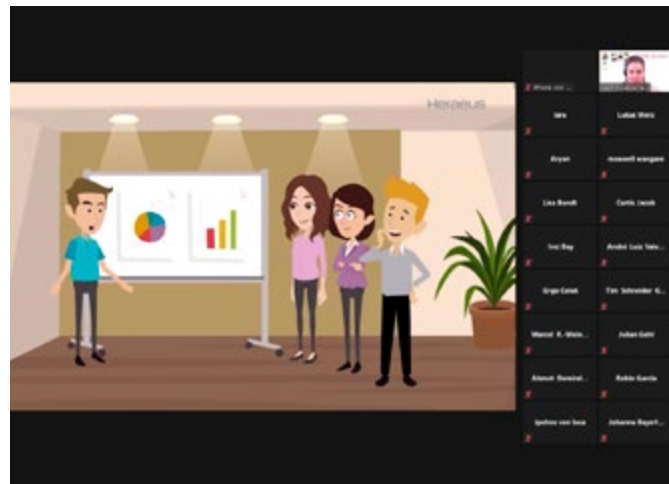
**Ziele der Maßnahme:**

- Unterstützung der örtlichen gastronomischen Betriebe im digitalen Angebot
- Ermöglichung von Umsätzen während des Lockdowns
- Information der BürgerInnen und Gäste zum Angebot

**AUFRUFE MARKTPLATZ BRUCHKÖBEL**

215.138 Aufrufe (Zeitraum 1.1. – 31.12.2021)

## AUSBILDUNGSTAG „TwoForTalents“



### Videokonferenz statt Firmenbesuch und Online-Interview statt Gesprächsrunde vor Ort:

Der fünfte Ausbildungstag „TwoForTalents – Zwei Städte für Deine Zukunft“ der Städte Erlensee und Bruchköbel hat eindeutig den Nerv der SchülerInnen getroffen. Coronabedingt fand der Tag, an dem Unternehmen sich den SchülerInnen vorstellen, ausschließlich virtuell und auf Dienstag und Donnerstag (15. und 17. Juni) verteilt statt. Rund 250 SchülerInnen der Jahrgangsstufen 8, 9 und 10 der Heinrich-Böll-Schule (Bruchköbel) und der Georg-Büchner-Schule (Erlensee) haben teilgenommen. Für sie haben die teilnehmenden Unternehmen Online-Konferenzräume geöffnet und dort kreativ und engagiert rund 40 verschiedene Ausbildungsberufe und Duale Studiengänge vorgestellt. Geboten wurden Fragerunden mit Azubis, Video-Präsentationen, aber auch Tipps zum richtigen Bewerbungsschreiben.

- Kooperation mit der Wirtschaftsförderung Erlensee
- Orga und Briefing Schulen: Teilnehmende Schulen, Terminabstimmung, Einwahlen, Technik-Tool
- Akquise Sponsoren und teilnehmende Unternehmen
- Vertragliche Abwicklung teilnehmende Unternehmen und Sponsoren
- Beratung und Begleitung der Aktionstage
- Orga und Moderation Pressetermin
- Nachbericht
- Social Media Postings
- Koordination Zentrum für Kinder-, Jugend- und Familienhilfe
- Vier Sponsoren, acht teilnehmende Unternehmen und ein weiteres Unternehmen nur als Videobeitrag teilgenommen, ca. 300 teilnehmende SchülerInnen pro Aktionstag, ca. 10 teilnehmende Lehrkräfte pro Aktionstag, insgesamt über 40 Angebote an Ausbildungsberufen und dualen Studiengängen
- technische Beratung und Begleitung
- Erstellen des technisch-organisatorischen Rahmens
- Einrichten des Zoom-Accounts
- Begleitung der beiden Tage als technischer Admin und technischer Moderator

### Am Aktionstag teilnehmende Unternehmen:

DACHSER SE Logistikzentrum Rhein-Main, DS Smith Packaging Deutschland, Stiftung & Co. KG – Werk Erlensee, AWO Hessen-Süd Sozialzentrum Bruchköbel, OPTIMUM Volker Meyer Augenoptik, Sparkasse Hanau, Kursana Care GmbH, Domizil Bruchköbel, VR-Bank Main-Kinzig-Büdingen eG, Heraeus Holding GmbH

### Sponsoren des Aktionstages:

DS Smith, Sparkasse Hanau, Heraeus und Samvardhana Motherson Group

### SCHAUFENSTERAKTION „BRUCHKÖBEL WIRD BUNT“



Gemeinsam mit der Kunstwerkstatt hat die SMB mit dem örtlichen Einzelhandel und Gewerbetreibenden die Aktion „Bruchköbel wird bunt“ gestartet. In über 20 Geschäften und Büros zierten farbenfrohe Osterhasen die Schaufenster und Auslagen und stimmten auf die bevorstehenden Ostertage ein.

- Idee, Kooperation Kunstwerkstatt (Vorlage und Vertrieb), Öffentlichkeitsarbeit, Akquise, Organisation
- Begleitung Social Media: Fotos der teilnehmenden Unternehmen
- Verteilung der Deko-Hasen an 24 teilnehmende Unternehmen

### CLICK & MEET

Am 4.3.2021 vereinbarten die Bundeskanzlerin und die RegierungschefInnen der Länder eine stufenweise Corona-Öffnungsstrategie. Im Zuge

dessen konnten die Bruchköbeler EinzelhändlerInnen den Besuch im Geschäft per „Click & Meet“ anbieten. Die SMB hat diese Angebote in der Stadt gesammelt und gebündelt mit den jeweils in den Geschäften geltenden Regeln auf der Website der Stadt veröffentlicht.

- Erstellung der Website Click & Meet
- Recherchen, Aufbereitung von Inhalten, Einstellen von Inhalten
- Abfrage teilnehmender Unternehmen
- Social Media Postings

### HANDESLDIALOG ONLINE

Das SMB hat gemeinsam mit Bürgermeisterin Sylvia Braun die EinzelhändlerInnen im März zu einem Online-Dialog eingeladen. Die rund 20 Anwesenden berichteten von ihrer Lage in der Corona-Pandemie und tauschten sich aus. Die SMB stellte Unterstützungsmaßnahmen vor, vor allem die geplante BruchköbelCard. Die UnternehmerInnen bedankten sich für die Möglichkeit, sich austauschen zu können, und für die gute Unterstützung der Stadt und des Stadtmarketings hier am Standort.

- Einladung der UnternehmerInnen
- Moderation
- Schlussfolgerung aus den Beiträgen des Handels zur Pandemielage und der allg. Situation
- Presse und Öffentlichkeitsarbeit

### WERBUNG

- Kooperation mit Hanauer Wochenpost etc.
- Bannerwerbung
- Werbeanzeigen in verschiedenen Medien (Social Media, Marktplatz, Zeitung etc.)



## 6. CITY- UND TOURISMUSMARKETING



### WEIHNACHTLICHES STADTDINNER

Von Donnerstag, 25.11., bis Sonntag, 28.11., zog weihnachtliche Stimmung durch die Gassen der Bruchköbeler Altstadt. Das von der SMB organisierte weihnachtliche Stadtdinner überzeugte die BesucherInnen mit stilvoller Dekoration, einem abwechslungsreichen Musikprogramm sowie weihnachtlichen Speisen, Getränken und Kleinigkeiten zum Stöbern in den Hütten.

Rund um den Freien Platz, in den angrenzenden Höfen und auf dem Parkplatz Hepplergasse konnte ein weihnachtliches Treffen unter Bekannten stattfinden. Das vorausschauende Konzept, in diesem Jahr ein flexibles Veranstaltungsformat anstelle des traditionellen großen Weihnachtsmarkts anzubieten, ging auf. Sogar auf eine kurzfristige Verschärfung der Hygiene- und Sicherheitsanordnungen durch das Land Hessen konnte reagiert werden. Eine 2-G-Plus-

Regel am Einlass, eine feste Personenanzahl durch Vorverkauf sowie ein weitläufiges Gelände taten ihr Übriges und ermöglichten größtmögliche Sicherheit für die Veranstaltung in der momentanen Pandemielage.

Über den Online-Kartenverkauf auf Eventim und die Abendkasse wurden insgesamt 1.320 Karten verkauft.

#### Sponsoren, die das Event möglich gemacht haben:

Aquanesa Solution GmbH, DSH Security, Europacell GmbH, Hanauer Anzeiger, Heizöl Meyer, Thomas Hirth u. Partner – Versicherungsmakler und Finanzberatungsgesellschaft, Holle - The Food Group, IBK – Ingenieurbüro Klöffel, Kraft Elektrobau, Kulturring Bruchköbel e. V., Kulturverein Wundertüte, Löwen Apotheke, OPTIMUM Volker Meyer Augenoptik, Wüstenrot Bausparkasse.

#### Aufgaben:

- Gesamtorganisation der Veranstaltung
- Akquise AusstellerInnen
- Akquise Bands
- Kartenverkauf digital und analog
- Erstellung und Umsetzung Hygienekonzept nach sich verschärfenden Regeln
- Allgemeine Abstimmung, Verträge
- Akquise Sponsoren
- Werbekampagne: Social Media, Pressemitteilungen, Anzeigen
- Allgemeine Orga und Abwicklung (Infrastruktur, Hygienemaßnahmen, Security, Platzordnung, Verpflegung Gäste)
- Abwicklung Technik
- Abwicklung Datenerfassung (z. B. Luca-App)
- Dekoration – Auf- und Abbau

#### STADTDINNER LIGHT

Die SMB organisierte trotz der Pandemie im Auftrag der Stadt ein Stadtdinner light. Entspannte Musik, guter Wein und kulinarische Köstlichkeiten im historischen Herzen der Stadt lockten trotz schlechten Wetters und Eintritt über 250 Gäste auf den Freien Platz.



#### Ziele der Maßnahme:

In der „Nach-Corona-Zeit“ eine Bereicherung des reduzierten Kulturangebotes bieten.

Marvin Scondo & Band begleiteten die Gäste mit entspannter Blues- und Funk-Musik durch den Abend und untermalten die gemütliche Atmosphäre auf dem Freien Platz. Dazu wurden die BesucherInnen mit leckeren Köstlichkeiten vom Café Barrierefrei und ausgewählten kühlen Getränken vom Weinladen Bruchköbel verwöhnt. Auch gelegentliche Regenschauer hielten nicht davon ab, einen entspannten Abend mit Freunden zu verbringen. Das Team der SMB hatte den Platz im Vorfeld liebevoll dekoriert, bei Einsetzen der Dämmerung sorgten Kerzen auf den gedeckten Tischen und Lichterketten für ein stimmungsvolles Ambiente. Der gesamte Erlös aus dem Kartenverkauf wurde an die Künstler weitergegeben.



Zum Stadtdinner hatten mehrere Geschäfte in der Innenstadt ihre Türen länger geöffnet, boten verschiedene Aktionen an und lockten mit besonderen Angeboten. So konnten die BesucherInnen durch die Läden bummeln und danach einen gemütlichen Abend auf dem Freien Platz verbringen.



#### Aufgaben:

- Gesamtorganisation der Veranstaltung
- Akquise AusstellerInnen
- Akquise Bands
- Kartenverkauf digital und analog
- Erstellung und Umsetzung Hygienekonzept
- Allgemeine Abstimmung, Verträge
- Akquise Sponsoren
- Werbekampagne: Social Media, Pressemitteilungen, Anzeigen
- Allgemeine Orga und Abwicklung (Infrastruktur, Hygienemaßnahmen, Security, Platzordnung, Verpflegung Gäste)
- Abwicklung Technik
- Abwicklung Datenerfassung (z. B. Luca-App)

#### Ziel der Maßnahme:

In der aktuellen Corona-Zeit eine Bereicherung des reduzierten Kulturangebotes bieten.

#### SOMMERKINO IM KREBSBACHPARK

Die SMB organisierte im Auftrag der Stadt im Sommer 2021 die dritte Auflage des Open-Air-Kinos im Krebsbachpark. Erneut fand die Veranstaltung im Rahmen des „SommerWanderKinos Hessen“ in Kooperation mit dem Kulturverein Wundertüte e. V. und dem Kino Gelnhausen statt.

Auf dem Programm standen das Filmdrama „Captain Fantastic – Einmal Wildnis und zurück“, „Catweazle“ mit Otto Walkes und Katja Riemann und der Kultfilm „Blues Brothers - Im Auftrag des Herrn unterwegs“ unterwegs.

Die rund 400 Zuschauer machten es sich mit Decken und Stühlen vor der großen Leinwand im Park gemütlich. Der Kulturverein Wundertüte versorgte die Filmfans mit kühlen Getränken und das Café Barrierefrei bot leckere Snacks an. Dazu hatten sich zahlreiche Besucher ihr eigenes Picknick mitgebracht.

#### Kooperationspartner des Open-Air-Kinos:

Hessisches Ministerium für Wissenschaft und Kunst, HessenFilm und Medien, Kulturring Bruchköbel, Bruchköbeler Kulturverein „Wundertüte“ e. V., Marketing- und Gewerbeverein Bruchköbel e. V., Frankfurter Volksbank, Sparkasse Hanau, OPTIMUM -Volker Meyer Augen-



optik GmbH, Thomas Hirt und Partner GmbH, Ingenieurbüro Klöffel GmbH, Ixmal Bruchköbel, Elektrobau Kraft, DSH Sicherheitsdienst, Kelterei Walther, Optiker Dankert e. K. Nachfolger, Semiha Bähr Bridal Couture, Der Wäscheschrank, Daniela Ruppel Steuerberatung, Karosseriebau Strohl GmbH, Ackerlei Rebekka und Thomas Zell OHG, WEINLADEN Bruchköbel, Hotel & Restaurant Zum Schwanen, Blatt & Blüte, Franks CarWash Express, Rathaus-Buchhandlung, Der kleine Hofladen, Rada Werbedesign GmbH und Kosmetikstudio Aphrodite.

- Organisation und allgemeine Abstimmung, Verträge und Orga Filmbüro (Sponsor Kinosommer Hessen)
- Koordination mit Kinopartner Gelnhausen
- Werbekampagne: Social Media, Pressemitteilungen, Anzeigen

- Akquise Sponsoren
- Allgemeine Orga und Abwicklung in Kooperation mit dem Kulturverein Wundertüte: Filmauswahl, Vorverkauf, Anwohnerinfos, Infrastruktur, Hygienemaßnahmen, Security, Platzordnung, Verpflegung Gäste
- Erstellung Vorfilm (lokale Werbung)
- Abwicklung Technik
- Hygienekonzept
- Abwicklung Datenerfassung (z. B. Luca-App)
- Teilnehmer: insgesamt 400 Personen (nach aktuellen Coronarichtlinien)

#### Ziele der Maßnahme:

- In der aktuellen „Nach-Corona-Zeit“ eine Bereicherung des Kulturangebotes bieten.
- Den Krebsbachpark erlebbar machen.





## STADTRADELN

Nach der erfolgreichen STADTRADEL-Premiere 2020 beteiligte sich Bruchköbel auch dieses Jahr wieder an der vom europäischen Städtenetzwerk „Klima-Bündnis“ jährlich organisierten Kampagne „STADTRADELN“. Die Schirmherrschaft hat, wie im vergangenen Jahr, der Bruchköbeler Ausnahme-Athlet Dirk Leonhardt übernommen, der 2020 mit einem Weltrekord im Ultra-Triathlon in das Guinness-Buch der Rekorde gekommen ist. Organisiert wurde die Aktion von der SMB in Kooperation mit der Verwaltung.

- Erstellung / Koordination der Aufgabenbereiche
- Social-Media-Betreuung
- Technisches Consulting und Einbettung auf die Website

- Orga Auftaktveranstaltung in Hanau (nur für Bruchköbel)
- KM-Erfassung der analogen Meldungen
- Orga Stadtwette (nur für Bruchköbel)
- Orga Siegerehrung/Preisübergabe Stadtwette (in Kooperation mit der Stadt Hanau)
- Orga Siegerehrungen/Preisübergaben (nur für Bruchköbel)
- Erstellung Sieger-Urkunden
- Orga Preise für Sieger
- Pressearbeit

### Ziele der Maßnahme:

- Die Menschen dazu bewegen, verstärkt auf das umweltfreundliche Verkehrsmittel Fahrrad zu setzen.
- Den Sieg bei der Stadtwette zwischen Bruchköbel, Hanau und Nidderau verteidigen.

## „TAG DER OFFENEN GÄRTEN“



GartenliebhaberInnen konnten am Sonntag, den 19. September 2021, gleich mehrere Bruchköbeler Gärten besuchen. Von 9 bis 18 Uhr gab es viel zu entdecken. Über 100 BesucherInnen fanden den Weg in die Gärten, konnten entspannt durch die Gärten schlendern, das saftige Grün genießen und vielfältige Inspirationen mit nach Hause nehmen.

Bei dem von der SMB im Auftrag der Stadt organisierten Aktionstag luden ein Hof- und ein Hausgarten ein, die unterschiedlichen Gartenelemente und das durchdachte Pflanzkonzept zu erkunden. Im Roßdorfer Klostergarten, der

in diesem Jahr sein 20-jähriges Bestehen feierte, erfuhren die BesucherInnen einiges über den Klostergarten selbst und diverse Tinkturen und Salben, hergestellt aus Kräutern des Gartens. Tanja Bruske-Guth, Autorin einer historischen Fantasy-Romanreihe, die im Main-Kinzig-Kreis spielt, bot zwei spannende Lesungen in dieser vortrefflichen Kulisse an. In ihrem Buch „Schlüssel der Zeit – Band 5 – Antoniusfeuer“ ist das historische Antoniterkloster aus Bruchköbel-Roßdorf Ort des Geschehens.

Mittels einer interaktiven Online-Karte waren die teilnehmenden Gärten auch digital gut zu finden. Für analog orientierte Gartenfans lagen ausgedruckte Pläne im Bürgerbüro der Stadt Bruchköbel zum Abholen bereit.



Ein großer Dank gilt dem Sponsor der Veranstaltung, der Blum und Scherer Gartendesign GbR sowie allen teilnehmenden GartenbesitzerInnen, die diesen Tag möglich machten.

Für 2022 ist eine Erweiterung des Konzeptes in Richtung eines Gartenwettbewerbs geplant.



## 7. UNTERSTÜTZUNG CORONAIMPFUNGEN



### IMPFBUS-AKTION

Am Dienstag, 28. September 2021, konnten sich Impfwillige in Bruchköbel ohne Voranmeldung eine Corona-Schutzimpfung geben lassen. Der Impfbus des Main-Kinzig-Kreises machte Halt auf dem Festplatz. Die Aktion lief reibungslos von 14 bis 20 Uhr und das Impfangebot wurde rege genutzt: Insgesamt haben knapp 130 Impfungen vorgenommen.

Ein großer Dank gilt dem Main-Kinzig-Kreis und dem Impfzentrum Hanau für die Möglichkeit, an der Impfbus-Aktion „Dein Pflaster“ teilzunehmen. Zu den vielen Helfern, die die Umsetzung möglich gemacht haben, zählen die Sicherheitskräfte von DSH Security, das Team des DRK Bruchköbel, die Ordnungspolizei, der Bauhof und das Stadtmarketing Bruchköbel.

### Aufgaben:

- Gesamtorganisation der Veranstaltung (in Kooperation mit dem Impfzentrum Hanau und dem MKK)
- Allgemeine Abstimmung (mit dem Impfzentrum Hanau und dem MKK)
- Werbekampagne: Social Media, Pressemitteilungen
- Allgemeine Orga und Abwicklung (Infrastruktur, Hygienemaßnahmen, Security, Platzordnung)
- Unterstützung Datenerfassung vor Ort

### Ziel der Maßnahme:

Impfangebot in Bruchköbel schaffen

### SONDERIMPFKATION IN BRUCHKÖBEL

Am Donnerstag, 16.12.2021, fand von 12:00 bis 18:00 Uhr im Artrium in Bruchköbel, Innerer Ring 1 b, eine Sonderimpfkation für Bruchköbeler BürgerInnen statt. Diese konnten schnell und wohnortnah eine Impfung erhalten. Mittels verbindlicher Anmeldung und hervorragender Organisation war es möglich innerhalb kürzester Zeit über 160 Personen mit dem mRNA-Impfstoff Moderna zu impfen.

Möglich wurde dies durch die Arztpraxis Thomas Blaschek vom Medizinischen Versorgungszentrum Maintal.

Ohne Wartezeiten gelangten die BürgerInnen zur gewünschten Impfung, einige erhielten bereits eine Boosterimpfung.

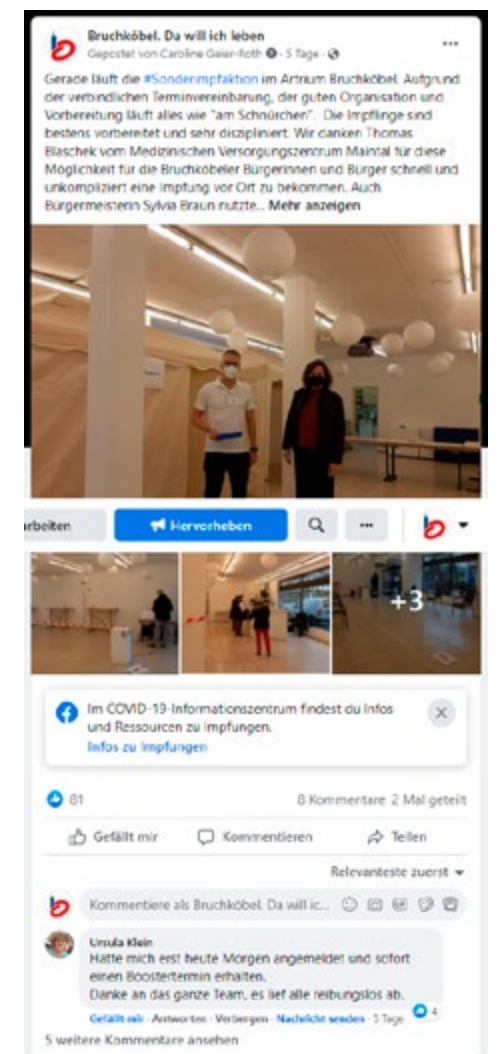


Auch Bürgermeisterin Sylvia Braun nutzte die Gelegenheit zur Boosterimpfung und dankte dem Arzt samt Team für die Durchführung sowie dem Team vom Stadtmarketing für die Organisation der Aktion.

Ein herzlicher Dank geht auch an die Kolleginnen von der Stadtverwaltung, die beim Emp-

fang unterstützten, DSH Security sowie die Sanitäter vom DRK-Ortsverein Bruchköbel, die für alle Fälle mit einem Rettungswagen vor Ort waren.

Die Aktion fand auch in den Sozialen Medien viel Zuspruch und Lob, so dass für Februar 2022 eine Wiederholung der Aktion ins Auge gefasst wird.





## 8. INNENSTADTENTWICKLUNG UND BAUSTELLENMARKETING



### BILDDOKUMENTATION

Im Rahmen des Baustellenmarketings beauftragt und veröffentlicht die SMB Fotos der großen Innenstadt-Baustelle auf der Baustellenmarketing-Unterseite der städtischen Website und den Sozialen Medien (Facebook und Instagram). Regelmäßig werden Bild- und Videoaufnahmen mithilfe einer Drohne angefertigt. Die Bilderstrecken werden auf Facebook von NutzerInnen häufig und regelmäßig angeklickt und auch kommentiert.



### Anzahl der Drohnen-Flüge:

Seit Jahresbeginn wurden 30 Bilderstrecken veröffentlicht.

### Ziele der Maßnahme:

- Information der BürgerInnen
- Dokumentation der Baustelle in Bruchköbels Zentrum

### INNENSTADTVERMARKTUNG

Fortlaufende Dokumentierung und Weitergabe der Kontaktdaten von Interessenten der neuen Wohn- und Geschäftsräume an die Bauverwaltung.

### STADTSPAZIERGÄNGE

Im Auftrag der Stadt organisierte die SMB im Jahr 2021 mehrere geführte Stadtspaziergänge durch das Fördergebiet und die neue Innenstadt. Die Rundgänge waren gut besucht und gaben einen spannenden Einblick in die neuen Bauwerke und geplanten weiteren Maßnahmen.

#### Spaziergang 1 am 16.9.2021, 18.00 und 19.30 Uhr



- 4 Gruppen – 90 TeilnehmerInnen
- Fördergebiet – Stadtplatz – Stadthaus

#### Spaziergang 2 am 24.10.2021, 14.30 Uhr

- 4 Gruppen – 123 TeilnehmerInnen
- Fördergebiet – Stadtplatz – Stadthaus – Tiefgarage

StadtführerInnen: Sylvia Braun, Karl-Franz Kullmann, Christoph Göldner, Jörg Diemer, Björn Schutt, Andrea Weber



### INFOABEND GEWERBE

Zum Stand des Innentumbaus und der weiter geplanten Maßnahmen, insbesondere des Ausbaus des Inneren Rings, fand am 21.10.2021 um 19.00 Uhr im Bürgerhaus eine Infoveranstaltung der SMB für interessierte UnternehmerInnen statt.

15 Gäste folgten der Einladung. Einhellig wurde dafür plädiert, den Inneren Ring im kommenden Jahr in einem Rutsch weiterzubauen und keine Pause einzulegen.





### VERGABE BETREIBER TIEFGARAGE

- Unterstützung bei der Vorbereitung der Ausschreibung – insbesondere bzgl. Schnittstelle BruchköbelCard-Parkraumvergütung

### ERÖFFNUNG REWE-MARKT UND TIEFGARAGE

Die Eröffnung des Rewe-Marktes und der Tiefgarage am 25. November hat die SMB im Rahmen des Baustellenmarketings begleitet.



### KONZEPT BETRIEB STADTHAUS

- Vorbereitung Raumgrößen, Raummiete, Raummerkmale, Schnittstellen
- Erstellung einer Kosten/Erlös-Analyse der Vermietungsräume und Vorstellung in der AG Stadthaus
- Konzeption und Programmierung einer umfangreichen Beispiel/Test-Website für die Vermarktung
- Visualisierung und Vorstellung der Testplattform

### ORANGE THE WORLD



Im Rahmen der UN-Kampagne „Orange the World“ haben wir in Kooperation mit dem Frauenbüro zum internationalen Tag gegen Frauen Gewalt ein farbiges Zeichen gesetzt und das neue Stadthaus orange angestrahlt.

## 9. PUBLIKATIONEN

### STADTINFO

Die SMB bringt in regelmäßigen Abständen die Stadtinfo für die Stadt Bruchköbel heraus. Die Ausgaben werden in enger Abstimmung mit dem Büro der Bürgermeisterin gestaltet.



#### Aufgaben:

- Themenvorschläge und Recherche
- Verfassen der Texte
- Erstellen von Fotos
- Führen von Interviews
- Koordinierung von externen Fotografen
- Abstimmung mit Layoutern, Druckerei, Austrägern

#### Auflage:

12.000 je Ausgabe

#### Ziele der Maßnahme:

- BürgerInnen informieren
- Unter anderem den Handel in der aktuellen Situation unterstützen

- Regelmäßige Information über Tätigkeiten der Stadtverwaltung

### FLYER SENIORENBEIRAT

Die SMB hat für den Seniorenbeirat der Stadt Bruchköbel einen Informationsflyer geplant, organisiert, gestaltet und herausgebracht



- Lektorat der Texte
- Koordination der Bebilderung
- Gestaltung des Layouts
- Beauftragung der Druckerei

### VERANSTALTUNGSTERMINE

Die SMB trägt die Veranstaltungstermine zusammen und macht sie den BürgerInnen über verschiedene Kanäle zugänglich.

#### Ziele der Maßnahme:

- BürgerInnen informieren
- Vereine und Veranstalter unterstützen



## 10. NEWSLETTER

### NEWSLETTER „BRUCHKÖBEL BAUT“

Der Newsletter „Bruchköbel baut“ informiert regelmäßig über wichtige Ereignisse und Fortschritte rund um das Großprojekt im Zentrum Bruchköbels. Zusätzlich dient der Newsletter dazu, Aktionen zu bewerben und über Angebote der Fachbereiche zu informieren.

#### Ziele der Maßnahme:

- Information der BürgerInnen
- Unterstützung des Handels

#### Anzahl der Abonnenten:

- knapp 500 (Stand 22.12.21)

### NEWSLETTER FÜR DEN SENIORENBEIRAT

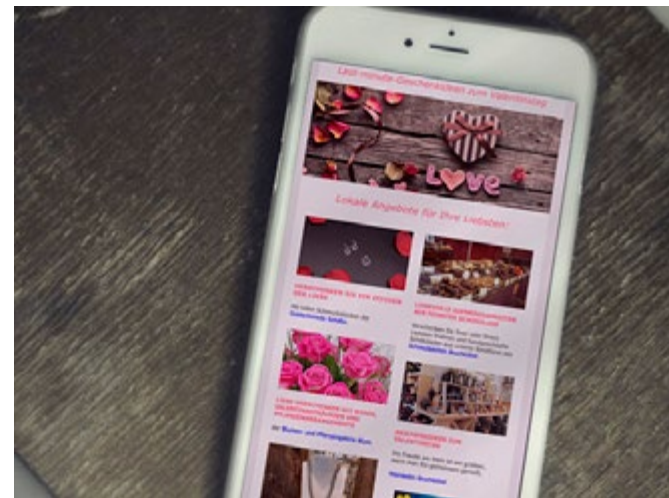
Basierend auf dem regelmäßig vom Seniorenreferat in Kooperation mit dem Seniorenbeirat erstellten „Bruchköbeler Oldieboten“, hat die SMB einen elektronischen Newsletter für den Seniorenbeirat konzipiert, erstellt und programmiert.

Dafür wurden ein neues Template und passende Stylesheets erstellt sowie die Datenbankstruktur und Gruppeneinstellungen eingefügt.

Ein eigenes Double-Opt-In-Anmeldeformular für den Seniorennewsletter wurde programmiert und auf der Website des Seniorenbeirates eingebettet. Zudem wurde der Newsletter auf den städtischen Social-Media-Kanälen durch die SMB vermarktet.

Mittlerweile wurde der dritte Newsletter versendet, die Abonnentenzahl steigt stetig an.

### NEWSLETTER UND AKTIONSTHEMEN MARKTPLATZ



Auf dem digitalen Marktplatz Bruchköbel werden jahreszeitlich angepasst regelmäßig Aktionsthemen präsentiert und beworben. Dazu gehörten unter anderem:

- Click & Meet
- Geschenkkarten in der Stadt
- Ostergeschenke
- Kulinarische Angebote
- Mittagstisch
- Winter adé – Frühlingsanfang
- Angebote zum Valentinstag

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.

## 11. MARKETING FÜR DEN ZWECKVERBAND FLIEGERHORST

- Pflege der Website des Gewerbeparks
- Die SMB hat 2018 das einheitliche Verkehrsschildsystem auf dem Fliegerhorst umgesetzt.
- Die neue Übersichtstafel an der zentralen Einfahrt wurde errichtet.
- Neue Firmen wurden in die bestehenden Schildanlagen integriert, die nun ihre Kapazitätsgrenze erreicht haben. Für Anfang 2022 sind im Zuge der zweiten Zufahrt weitere Anlagen geplant.



