Lüdinghausen Marketing

Ausschusssitzung Wirtschaftsförderung, Stadtmarketing und Tourismus

1. Februar 2022

Lüdinghausen Marketing steht im Dienste eines (er-) lebenswerten Lüdinghausens, um langfristig zur Lebensqualität und einer erfolgreichen Wirtschaft beizutragen.

Handlungsfelder

- Wirtschaft
- Tourismus
- Lüdinghausen-Laden
- Veranstaltungen
- Innenstadt und Handel
- Stadtwerbung

Veranstaltungen 2022

Datum	Veranstaltung
02. – 03.04.	Ostermarkt der Hobbykünstler
02.04.	Beginn Bauernmarktsaison (jeden 1. Samstag im Monat, April - Oktober)
08.04.	Beginn Abendmarktsaison (jeden 2. und 4. Freitag im Monat, April - Oktober)
22. – 24.04.	Marché Gourmand – Französischer Genussmarkt
23.04.	Lüdinghauser Frühling (Fahrrad- und Mobilitätstag) NEU
24.04.	Lüdinghauser Frühling (Verkaufsoffener Sonntag)
08.05.	Wandertag NEU
14.05.	Stadtflohmarkt NEU
20. – 22.05	*Streetfood-Music-Festival (JUST Festival Event Media GmbH)*
22.05.	Kulturtag SteverLandRoute NEU
26.05.	*Grasbahnrennen (AMSC Lüdinghausen)*
26. – 29.05.	*Stil & Art (Stil & Art Eventmanagement)*
09. – 12.06.	*Lüdinghausen Karibisch (Beach Projekt Veranstaltungs GmbH)*
11. – 12.06.	Tag der Gärten und Parks
12.06.	Radtour der Gemeinschaften

Veranstaltungen 2022

17. – 19.06.	*BurgJazz-Festival (750 Jahre Burgen)*
19.06.	*Schlösser- und Burgentag (Kreis Coesfeld, Münsterland e.V.)*
19.06.	*Bauernmarkt Seppenrade (Landfrauen Seppenrade)*
25. - 26.06.	*Jubiläum 50 Jahre Rosendorf (Heimatverein Seppenrade)*
10.07.	Lüdinghauser Landpartie NEU
16. – 17.07.	Sommermarkt Seppenrade *(Heimatverein Seppenrade)*
	Feierabendkonzerte NEU
30.07.	Büchermarkt NEU
05.08.	Sternenpicknick
19. – 21.08.	*Rosenfest Seppenrade (Heimatverein Seppenrade)*
16. – 18.09.	Stadtfest Lüdinghausen (NEU: Kinderflohmarkt am Samstag)
06.11.	Kartoffelfest (mit verkaufsoffenem Sonntag)
26. – 27.11.	Weihnachtsmarkt der Hobbykünstler
26. – 27.11.	*Weihnachtsmarkt Seppenrade (Heimatverein Seppenrade)*
02. – 04.12.	Adventsmarkt Lüdinghausen

Citymanagement: Verfügungsfonds

Verfügungsfonds:
Erweiterung der Weihnachtsbeleuchtung an Dattelner Straße, Hauptstraße, Münsterstraße und Ostwall
2022: Weitere Erweiterung in Seppenrade und Hermannstraße

Verfügungsfonds:
Gestaltung der Innenhöfe
2022: Mülltonneneinhausungen in Vorbereitung

Verfügungsfonds:
2022: Begleitung umgesetzter Projekte – Fassadenbeleuchtung (Vereinheitlichung Zeiten etc.)

Citymanagement: Laufende Projekte

Enger Austausch mit Immobilienbesitzern und Mietinteressenten, aktive Ansprache potenzieller Mietinteressenten

2022 ff.: Kommunikative Begleitung der (Groß-)Baumaßnahmen

Projekte und Maßnahmen zur Förderung der Einkaufs- und Erlebnisqualität: z.B. Neuauflage Kunstvoll Shoppen

Sofortprogramm Innenstadt

„Sofortprogramm zur Stärkung unserer Innenstädte und Zentren in NRW“

- Beteiligung am ersten Projektaufruf im Oktober 2020
- Bewilligung von insgesamt 184.613 € für Lüdinghausen und Seppenrade (Schwerpunkt Anmietung)

→5 umgesetzte Anmietungen im Jahr 2021

- Beteiligung am dritten Projektaufruf im Oktober 2021 mit neuen Förderbausteinen (z.B. „Schaffung von Innenstadtqualitäten“ wie Stadtgrün, Stadtmobiliar etc.)
- Bewilligung von insgesamt 63.000 € für Lüdinghausen und Seppenrade

- Dritter Projektaufruf: Umschichtung von Mitteln zwischen den Förderbausteinen möglich

Sofortprogramm Innenstadt / Citymanagement

Gestaltung und Bespielung Innenhöfe mit Förderprogramm:

- Aktuell: Abstimmung mit Anliegern Brunnenhof, zeitnahe Umsetzung von Einhausungen, voraussichtlich Kunstprojekt geplant

Zukunftsfähige Innenstädte und Zentren

Bundesprogramm „Zukunftsfähige Innenstädte und Zenten“

Bundesministerium
für Wohnen, Stadtentwicklung
und Bauwesen

Bundesinstitut für
Bau-, Stadt- und Raumforschung

- Projektaufruf Sommer 2021
- Interessensbekundung September 2021
- Veröffentlichung der ausgewählten Kommunen zur Aufnahme in das Zuwendungsverfahren Ende November 2021
- Antragsstellung bis Ende Februar 2022: Interessensbekundung muss ausgearbeitet und präzisiert werden.
- Bereitstellung der Antragsunterlagen und Informationsunterlagen im Januar 2022

Zukunftsfähige Innenstädte und Zentren

Fördermaßnahme: „Zukunftsfähige Innenstädte und Zentren“

„WIR in LH – Gemeinsam entwickeln Lüdinghauser und Seppenrader ihre Zentren zu Orten der Begegnung und des Austausches. Durch eine klare Positionierung, daraus abgeleitete Maßnahmen sowie die konkrete Aufwertung des öffentlichen Raums schaffen sie zukunftssichere Identifikations-, Wohn- und Wirtschaftsräume.“

1. Baustein	2. Baustein	3. Baustein	4. Baustein
Markenprozess unter Einbindung von Stakeholdern	Handlungsstrategie (Künftige Nutzungen, digitale Services und Angebote, digitale Kommunikation, Kommunikation Marke)	Verfügungsfonds	Kleine Baumaßnahmen zur Schaffung von Begegnungsräumen und erhöhter Aufenthaltsqualität

Projektblatt

Fördermaßnahme: „Zukunftsfähige Innenstädte und Zentren“

Projektlaufzeit: 01.01.2022 – 31.08.2025

Geplante Gesamtausgaben: 280.000 €, Förderquote 75%

2022	2023	2024	2025
Projektkosten	Projektkosten	Projektkosten	Projektkosten
Marke: 50.000 € Fonds: 30.000 €	Handlung: 50.000 € Fonds: 30.000 € Bauen: 20.000 €	Fonds: 30.000 € Bauen: 20.000 €	Fonds: 30.000 € Bauen: 20.000 €
Kommunaler Eigenanteil: 20.000 €	Kommunaler Eigenanteil: 25.000 €	Kommunaler Eigenanteil: 12.500 €	Kommunaler Eigenanteil: 12.500 €

Markenprozess / Handlungsstrategie

Ziel: Starke Stadtmarke Lüdinghausen/Seppenrade

Wahrnehmung der Stadt systematisch optimieren und damit ihre Anziehungskraft erhöhen.

Marke = Positive Vorstellungen, die weithin mit einem „Produkt“ verbunden werden.

„Eine Stadt ist eine Marke, ob sie will oder nicht. […] Die Entscheidung ist daher nicht für oder gegen eine Marke, sondern nur, ob man sie strategisch nutzt oder sie brach liegen lässt.“

Markenprozess / Handlungsstrategie

Ziel: Identifikation und Profilierung der Markentreiber
„Welche konkreten Gegebenheiten machen die Stadt attraktiv…“

Die Stadt muss die richtigen Gegebenheiten „ins Schaufenster stellen“.

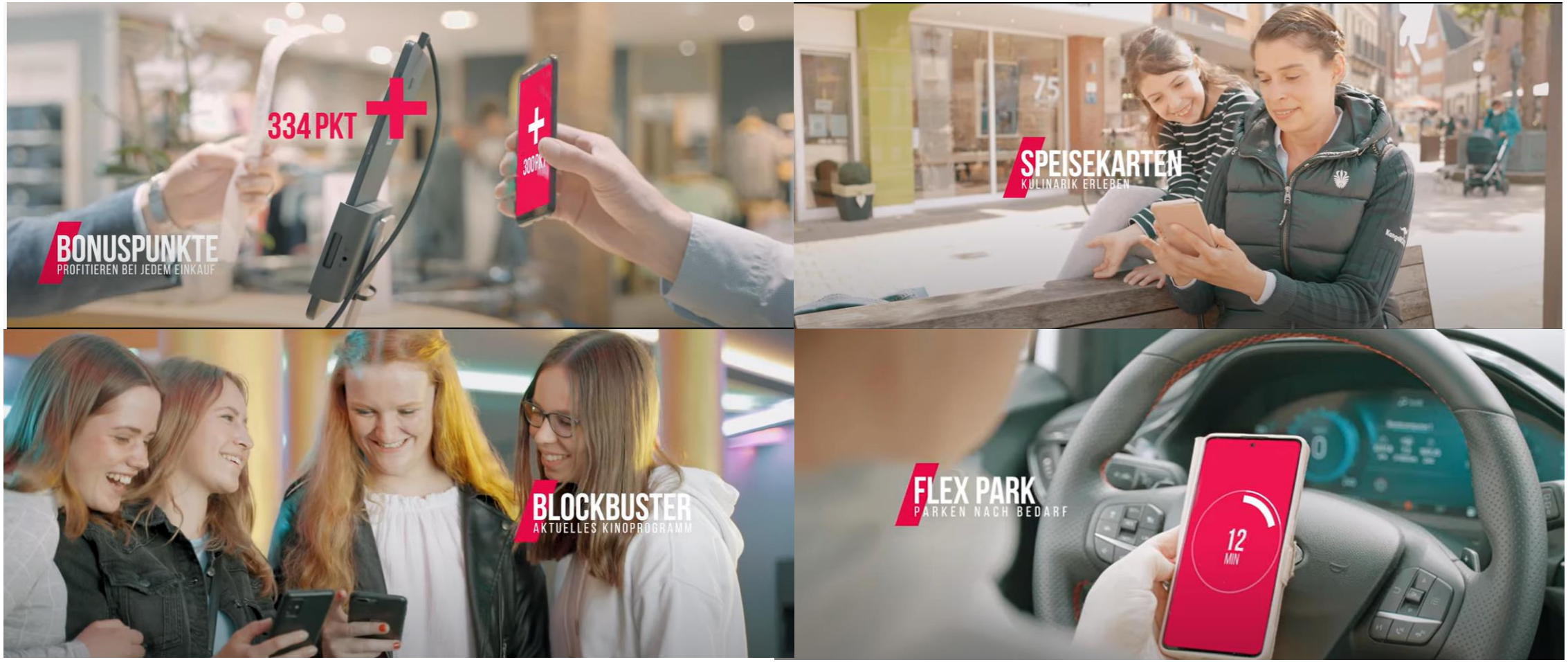
Markenprozess:

- Identifikation der Markentreiber unter Einbindung von Stakeholdern und Bürgerschaft
- (Workshops, Online-Umfrage)
- Grundlage für Handlungsstrategie

Handlungsstrategie

- Implementierung der Marke: Systematische Umsetzung an den Kontaktpunkten (Website, Events, Social Media…); Markenauftritt, Corporate Design
- Handlungserfordernisse für Markenerfolg in Innenstadt: Digitale Kommunikation, Akquise Nutzungen etc.
- Partizipatives Stadtmarketing: Bürger entwickeln kreative Maßnahmen (aber immer Rahmen der definierten Themenfelder)

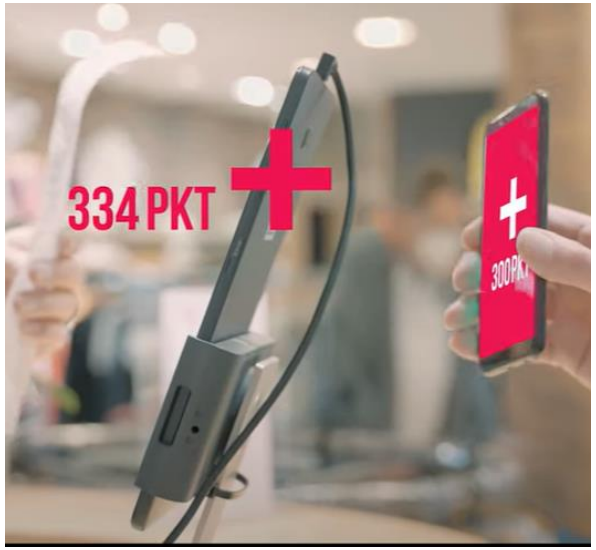
LH Bonus / Gutschein / App



Imagefilm Lüdinghausen und LH-Bonus+ im Kino und Social Media:

[Service-Stadt: Lüdinghausen erleben mit der Service-App "LH-Bonus+" - YouTube]

LH Bonus+ / Gutschein / App



LH-Bonus+, Flex-Park:

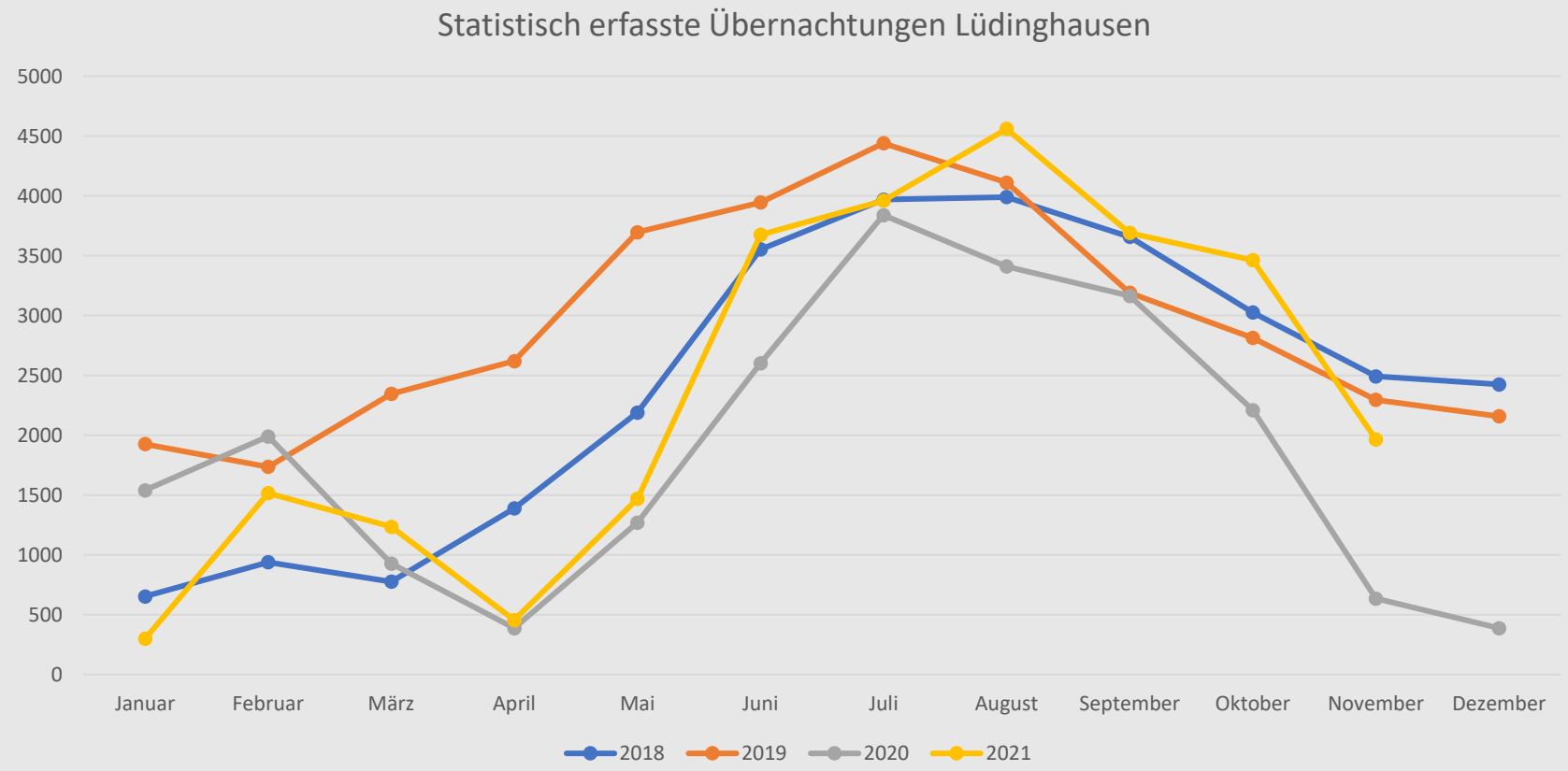
Gut geschriebenes Punkteguthaben: 49.236,- €
4.877 Kunden, 350 Nutzer Flexpark

Lüdinghausen-Gutschein:

Jahresumsatz 2021 – 115.000 € (Eingelöst: ca. 90 %)

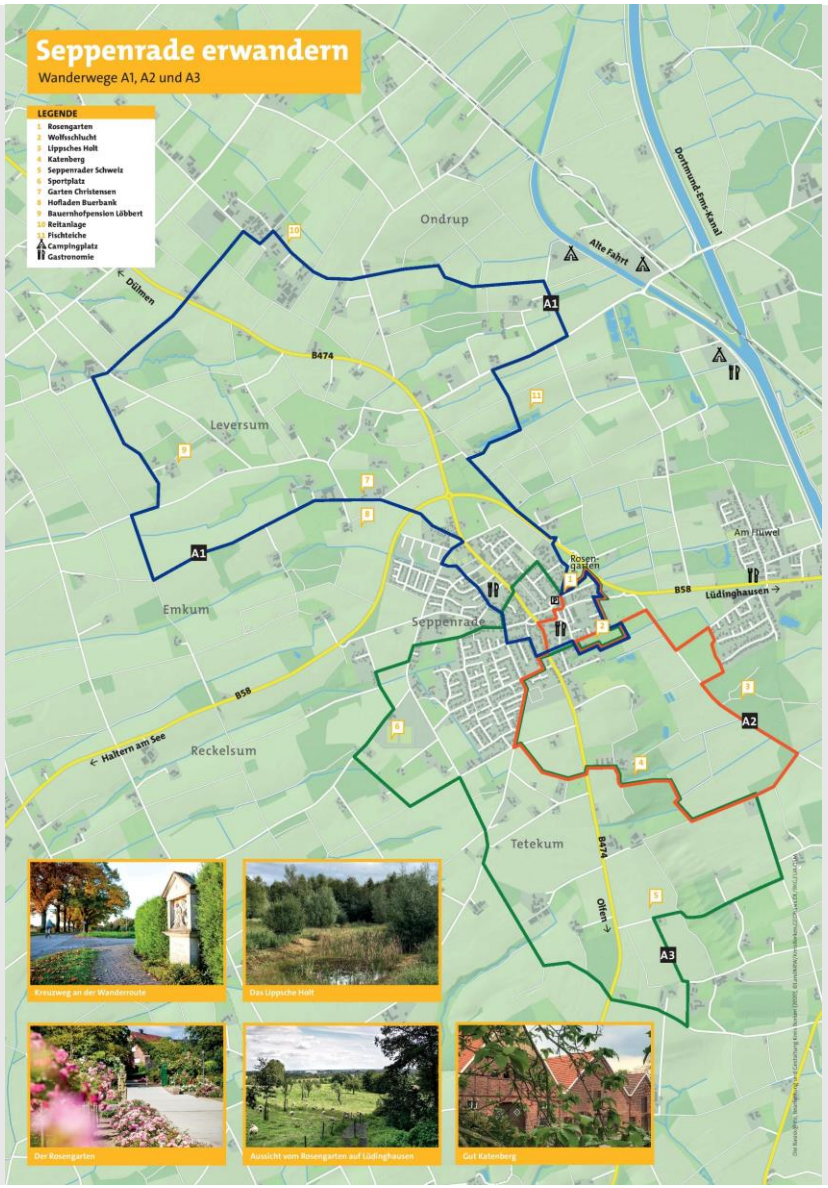
Arbeitgeber-Portal (steuerfreie Sachzuwendung) im Aufbau

Tourismus, Übernachtungszahlen



Jahr	Übernachtungen
2016	18.056
2017	21.180
2018	29.001
2019	35.090
2020	21.669
2021	25.626 (bis Nov.)

Wandern



Neuauszeichnung und Überarbeitung der Wanderwege:

A1 „Leversum“

A2 „Lippsches Holt“

A3 „Seppenrader Schweiz“

Neuauszeichnung und Einrichtung des Wanderwegs in Vorbereitung:

L1 „Auf schmalen Pfaden von Burg zu Burg“

(Abstimmung Verkehrssicherungspflicht)

Tourismus, Wandern

„Wandertag“ am Sonntag, 8. Mai 2022 auf dem Weg A1 „Leversum“:

- Aktionen entlang des Rundkurses
- Förderung über Heimat-Scheck beantragt

Aktueller Stand:

- Benehmensverfahren durch Stadt Lüdinghausen (Genehmigung Kennzeichnung, Abstimmung Eigentümer)
- Kennzeichnung durch ehrenamtliche Wegekennzeichner
- Neues Faltblatt, Wanderportale

Tourismus, Kinderwanderweg / Naturerlebnisweg

Vorschlag 1, kurz

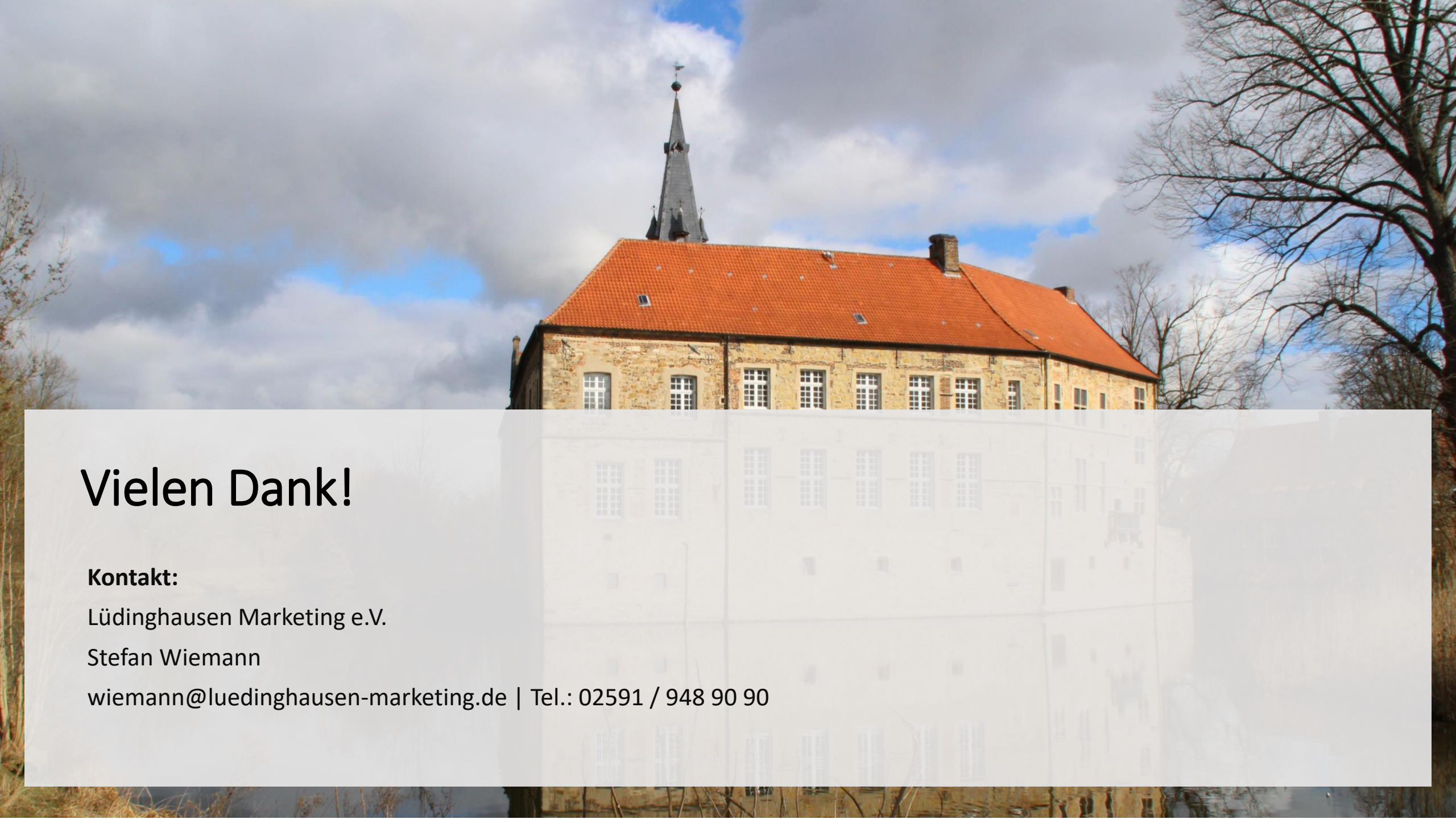
Vorschlag 2, lang

Projektgruppe:
- St. Antonius-Gymnasium (Lehrer, Schüler)
- Biologisches Zentrum
- Burg Vischering, Kreis Coesfeld
- Bürgerstiftung Lüdinghausen
- Naturpark Hohe Mark
- Lüdinghausen Marketing

Zwei Treffen (Dezember 2021 und Januar 2022)

Aktueller Stand:
- Zwei Rundwanderwege (lang und kurz) angedacht; Verbindung Spielplätze, Biologisches Zentrum
- Vorschläge für Erlebnisstationen durch Schüler
- Kontakt mit Vergleichsprojekten (Haus Heidhorn, Gemeinde Reken)
- Unterstützungsabsicht durch Bürgerstiftung, Gelsenwasser-Stiftung, Förderverein St. Antonius-Gymnasium, ggf. Naturpark Hohe Mark

- Noch keine seriöse Kostenschätzung bei derzeitigem Projektstand möglich (mindestens 30.000 € bei Umsetzung von kleiner Variante)



Vielen Dank!

Kontakt:

Lüdinghausen Marketing e.V.

Stefan Wiemann

wiemann@luedinghausen-marketing.de | Tel.: 02591 / 948 90 90