

Bürgeraktion Freudenstadt

Fraktion im Gemeinderat

Antrag 1: Baustellenmanagement

Wir beantragen, über das von der Bürgeraktion in Auftrag gegebene Baustellenmanagement im Gemeinderat zu diskutieren und zu überlegen, welche Maßnahmen davon umgesetzt werden können.

Begründung:

Die Baustellen im Bereich des Marktplatzes werden uns nicht nur in diesem Jahr, sondern auch dem nächsten Jahr begleiten. Vor allem der Einzelhandel, aber auch die Gastronomie haben darunter zu leiden. Diese Durststrecke sollten wir mit möglichst pfiffigen Ideen zu überwinden helfen.

Was für Ideen das sein könnten, sind in den angehängten Blättern aufgeführt.

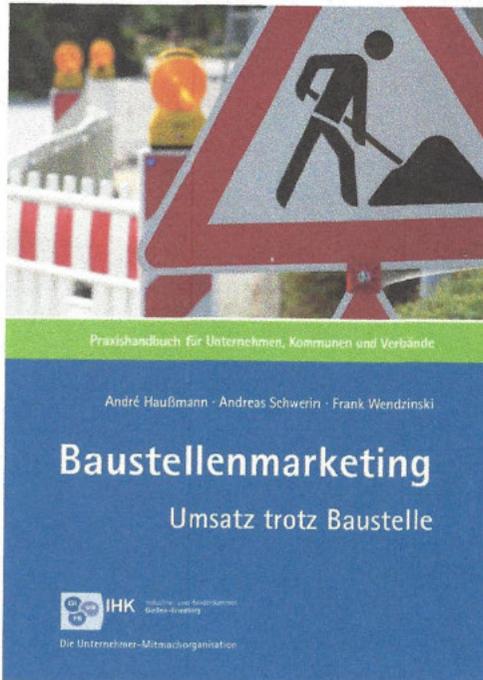


Baustellen sind manchmal ein nicht zu vermeidendes Ärgernis. Sie sind oft Wegbereiter für verkehrstechnische Verbesserungen und damit auch für mehr Lebensqualität.

ABER – bis diese Situation erreicht ist, ist es mitunter ein steiniger Weg, im Falle von Freudenstadt für Handel und Gewerbe in der Innenstadt.

Die Auswirkungen solcher „Handycaps“ sind in der Regel durch ein gutes Baustellenmarketing in vertretbarem Rahmen zu halten. Die **BÜRGERAKTION** hat daher beschlossen sich dazu gezielte **Baustellen-Gedanken** zu machen.

Baustellen-Gedanken



Ein erfolgreiches Baustellenmarketing basiert auf einem frühzeitig initiiertem Baustellenmanagement, das bereits in der Planungsphase des Bauvorhabens mögliche Nachteile für die Gewerbetreibenden präventiv mildert oder verhindert.

... soviel aus dem IHK-Handbuch zum Thema

Baustellen-Gedanken

Freudenstadt erneuert sich seit 2016.

Von der „**Bacher-Kreuzung**“ über die **Bahnhofstraße**, die **Stuttgarter Straße**, die **Loßburger Straße**, die **Murgtalstraße** bis dann bald auch zur **Martin-Luther-Straße**.

Das bedeutet seit Jahren ist die Zufahrt zur Innenstadt, dem Herzen von Freudenstadt, erschwert.

Baustellen-Gedanken

Die ständig neuen Umleitungsstrecken frustrieren so manchen Einpendler, ganz gleich ob einheimisch oder ortsfremd.

Nach und nach steigt die Resignation und gleichzeitig sinkt dadurch die Besucherzahl, bzw. -frequenz in der Innenstadt.

Das spüren Handel und Gewerbe messbar an stagnierenden oder gar rückläufigen Umsätzen.

Selbst wenn man die „gefühlten“ Umsatzrückgänge, da nicht verifizierbar, sind unberücksichtigt läßt, so ist doch ein gewisser Negativtrend festzustellen.

Nicht wenige der betroffenen Selbstständigen sprechen unisono von 25 – 30% Umsatzeinbußen gegenüber dem vergleichbaren Vorjahreszeitraum.

Baustellen-Gedanken

Noch ist es nicht zu spät um mit der Fortführung des beim „Boulevard“ begonnenen Baustellenmarketing positiv auf dieses Geschehen einzuwirken. Man darf nicht verkennen, auch wenn der größere Teil der Maßnahmen nahezu abgeschlossen ist, dass die noch ausstehenden Arbeiten zwar für deutlich weniger Behinderungen im Innenstadtbereich verursachen, jedoch die Einpendlerströme weiterhin stark behindern werden.

Auch die lange Dauer der Baumaßnahmen, in der Vergangenheit, jetzt und im kommenden Jahr, haben mit großer Sicherheit die Besucherströme vor allem aus dem Nahbereich verändert. Dieser erfolgten Abwanderungsdynamik ist mit einem fortgeführten Marketing entgegenzuwirken.

Es wäre auch sinnvoll erfolgreiche Aktivitäten nach Beendigung der Bautätigkeit als „After-Work-Marketing“ fortzusetzen.



Mögliche Marketing Maßnahmen

- „Beobachtungs-Ruhebänke“
- „Mobiles Grün“
- „Park- und Kauf-Tüten“
- „Puschel-Baustellen-Leitsystem“
- „Autoaufkleber“
- „Baustellenlehr- und Infopfad“
- „Willkommen-Kaffee“
- „Gewinnspiel“

- Live-Cam/Homepage/Facebook



Beobachtungs- und Ruhebank

Eine einfache Klappbank, die im Idealfall noch schräge, rote Streifen hat, damit sie als Baustellenbank gut erkennbar ist, könnte an verschiedenen exponierten Stellen zum Platz nehmen einladen um das Treiben auf der Baustelle zu beobachten.

Man kann immer wieder beobachten wie sehr sich Männer für alle Arten von Baustellen interessieren. Frauen die gerne in Ruhe einkaufen möchten könnten Ihren Begleiter daher auf einer solchen Bank „parken“ und ihm damit noch eine Freude bereiten.



Mobiles Grün

Mobiles Grün, ganz gleich in welcher Form man das umsetzt, bietet eine einfache Möglichkeit besonders unansehnliche oder besonders bedeutsame Stellen dekorativ in Szene zu setzen oder zu retuschieren.

Benutzt man dazu ausgediente Einkaufswagen, dann stellt man eine vielleicht etwas exzentrische Verbindung zwischen Baustellenbegrünung und gewünschten Einkaufsbummel her.

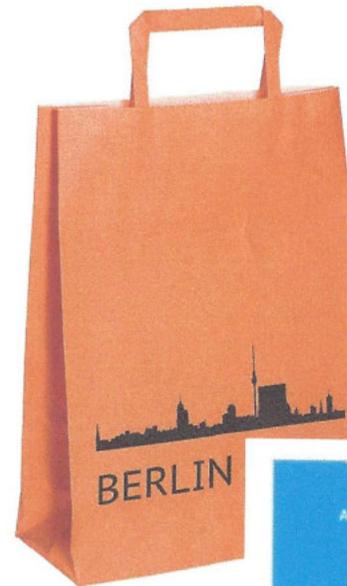
Außen am Korbwagen ließen sich noch Info- oder Werbetafeln anbringen.



Park- und Kauf-Tüten

Die Park- und Kauf-Tüte, wenn Sie mit einer entsprechenden Reichweite beworben wird, könnte eine nette Geste für Einheimische und Besucher sein, zum Einkauf animieren und mit der richtigen Botschaft bedruckt ein imageprägender Werbeträger für die Stadt sein.

Die beigefügte Papier-Parkuhr wird sicher noch nach der Baustelle in so manchen KFZ in Gebrauch sein.



Die Rückseite der Parkscheibe ist individuell bedruckbar. Im Scheibelfeld könnten „Merkmale“ von Freudenstadt erscheinen ...

Puschel-Baustellen-Leitsystem

Das Bau-Puschel-Leitsystem soll mit Hilfe des Freudenstadt-Maskottchen als Alleinstellungsmerkmal auf besondere und freundliche Art alle Verkehrsteilnehmer so entspannt wie möglich durch die Umleitungsstrecken führen.

Durch den hohen Wiedererkennungswert des Puschel werden aus bisher gewöhnlichen Hinweisschildern klar unterscheidbare, richtungweisende Verkehrsführungsschilder.



Umleitung

Autoaufkleber

Mit einem gut gestalteten Autoaufkleber, den man großzügig verteilt, wäre es denkbar eine hohe Aufmerksamkeit in einem weiten Umkreis zu erzeugen.

Auch über die Zeit der Baustelle hinaus ist es denkbar durch diese Aufkleber eine gewisse imagebildende Werbung für die Stadt zu erzielen.



Baustellenlehr-/-infopfad

Eine Baustelle ist nicht nur Dreck, Lärm und Gestank, sondern auch Technik, Ästhetik, Handwerk und Ingenieurskunst. Alle diese Aspekte einer Baustelle zu zeigen und zu vermitteln, das könnte der Auftrag eines solchen „Lehrpfades“ sein, auch in Form einer Führung.

Die Besucher und Anwohner können vor Ort mitgenommen, informiert und sehr weit das Gefühl vermittelt bekommen beteiligt zu sein.

Aktualität ist für eine solche Wirkungsweise natürlich Grundvoraussetzung.

Für Kinder kann es eine spannende Sache sein, in der Nähe der echten Baustelle eine Kinderbaustelle einzurichten, mit Spiel-Aufsitz-Baggern, Schaufeln, Helmen, Warnwesten und vielem mehr.



Willkommen-Kaffee

Ein Willkommen-Kaffee für alle die trotz der vielen Umleitungen in der Innenstadt von Freudenstadt zum Einkaufen kommen.

Diese Aktion muß vom Handel organisiert und durchgeführt werden.

In der Umsetzung kann man an ein Gutscheinsystem denken, einen Ausschank mit Hilfe von Vereinen, oder, oder, oder ...



Gewinnspiel

Ob und wie ein Gewinnspiel im Rahmen des Baustellenmarketing aussehen kann und wer dafür verantwortlich zeichnet, das bedarf einer besonderen Überlegung.

Es gibt dafür vielfältige Möglichkeiten, als Schnitzeljagd, Fotorätsel, Rebus, Tastkasten mit Baumaterial, Schatzsuche im Sandhügel, usw.

Auch was die Gewinne betrifft gibt es eine Unzahl von Umsetzungsmöglichkeiten.

Homepage, Livecam, Facebook

In vielen Städten hat sich die Einrichtung von eigenen Baustellenseiten bewährt. Auf diesen Seiten wird nicht nur über Planung und Entwicklung informiert, sondern auch über besondere Belastungen und geänderte, bzw. aktuelle Umleitungstrecken.

Solch eine Seite bietet auch die Möglichkeit einer gezielten Werbung des von den Maßnahmen betroffenen Handels und Gewerbe.

Auch auf besondere Aktionen und Veranstaltungen kann auf einer solchen Seite hingewiesen werden.

Parallel oder alternativ sind Auftritte in sozialen Netzwerken wie Facebook oder ähnliche denkbar. Dort erreicht man durch die vorgegebene Struktur viele Menschen ohne, daß diese gezielt nach einer Baustellenseite suchen müssen.

Mit einer oder gar mehreren Live-Cams könnten Besucher das Geschehen hautnah miterleben.

Resumeé

Fortschritt und Stadtentwicklung ist oft wie eine Medizin, sie muss bitter schmecken um zu wirken. Aber mit dem viel besungenen Teelöffel Zucker nimmt man bekanntlich ja jede Medizin.

Dieser Teelöffel Zucker könnte jetzt die Fortführung des Baustellenmarketing sein. Auch wenn die Baumaßnahmen im Innenstadtbereich in absehbarer Zeit beendet sein werden ist ein sinnvolles, effektives Baustellenmarketing auch zum jetzigen Zeitpunkt noch mehr als sinnvoll.

Zu erwähnen ist noch, dass die hier vorgeschlagenen Maßnahmen nicht auf ihre tatsächliche und nachweisbare Wirksamkeit untersucht sind, sondern nur auf Erfahrungen und Berichten von anderenorts durchgeführten Maßnahmen beruhen.