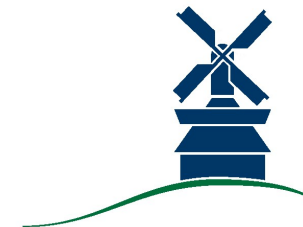




Kommunales Marketingkonzept für die Gemeinde Edeweicht



**5. Sitzung der Lenkungsgruppe
Öffentlichkeitsveranstaltung
25. August 2010**



Birgitt Wachs
Niederlassungsleiterin Köln

GMA

Beratung und Umsetzung

Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH
Ludwigsburg | Büros in Dresden, Hamburg, Köln, München, Salzburg
51147 Köln, Frankfurter Straße 249 b



Übersicht

- 1. Stand des Marketingprozesses**
- 2. Stärken-Schwächen, Image, Zielbild und Profilierungsfelder**
- 3. Maßnahmenkatalog**



Bürgertag Edewecht

- Samstag, 17.04.2010
- Teilnahme von etwa 130 Bürgern
- 4 Themen-Workshops:
 - Konsumangebot / Ortskerne
 - Wohnen / Arbeiten
 - Freizeit / Tourismus
 - Kommunikation

Edewecht wird fit für die Zukunft

Bürgertag Rund 130 Gäste diskutieren über Entwicklung in der Gemeinde



Bürgermeisterin Petra Lausch (vorne, rechts) und Birgitt Wachs von der Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung diskutierten mit den zahlreichen Gästen über die Zukunft Edewechts.

BILD: Erhard Drobinski

Mehr als 250 Vorschläge haben die Teilnehmer an diesem Tag in den unterschiedlichen Arbeitsgruppen erarbeitet. Anschließend wurde darüber im Plenum beraten.

VON ERHARD DROBINSKI

EDEWECHT - Es passiert etwas in der Gemeinde Edewecht. Dieses Fazit haben am vergangenen Sonnabend nicht nur die vielen Teilnehmer des ersten Bürgertages gezogen, sondern auch die Veranstalter und Organisatoren der Veranstaltung.

Über 130 Interessierte trafen sich in der Außenstelle des Gymnasiums Bad Zwischenahn/Edewecht, um Anregungen und Ideen aus der Fragebogenaktion Anfang des Jahres auszuwerten, zu vertiefen und weiter zu entwickeln.

Über 250 Vorschläge wurden an diesem Tag in vier Arbeitsgruppen mit unterschiedlichen Schwerpunkten erarbeitet. Themen waren Wohnen/Arbeiten, Konsumangebot/Ortskerne, Freizeit/Tourismus und Kommunikation. Unter der Leitung von Mitarbeitern der Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung (GMA) und Mitarbeitern der Gemeinde wurden Ideen und Anregungen formuliert, diese wurden anschließend im Plenum vorgestellt.



Wo stehen wir?





Übersicht

1.

Stand des Marketingprozesses

2.

**Stärken-Schwächen, Image, Zielbild und
Profilierungsfelder**

3.

Maßnahmenkatalog



Stärken-Schwächen-Analyse (Auszug)

	Stärken	Schwächen
	Themenfeld „Kommunikation“	
Vernetzung	<ul style="list-style-type: none"> + schnelle Bearbeitung von Anträgen bei Gemeinde + Nähe zwischen Handel und Gemeinde + Vereine im Ort tauschen sich gut aus z. B. Terminabsprache + Unternehmerverbindung + gute Zusammenarbeit der Handelsvereine + bürgernah - hervorragende Kommunikation mit der Gemeinde - direkte Ansprache + gute Kommunikation mit Landkreis, schnelle Entscheidung, kurze Wege in Verwaltung + Ehrenamt und Mitwirkungsbereitschaft / Hilfsbereitschaft 	<ul style="list-style-type: none"> - geringe Bereitschaft, Gemeinschaftsaktionen finanziell zu unterstützen - Vernetzung innerhalb des Aktivkreises - Netzwerk „Aktivkreis“ wird nicht breit genug genutzt - Edewecht ist nicht bekannt / wird im Umland nicht wahrgenommen (Veranstaltungen usw.) - EIN Fest, das verbindet, fehlt - fehlendes Wir-Gefühl - Ehrenamt wird nicht öffentlichkeitswirksam vermarktet - politische Vertreter sind nur auf Ortschaften fokussiert - Vernetzung der Ortschaften / Randbereiche und Ortschaften der Gemeinde arbeiten für sich; es fehlt die Klammer - Akzeptanz, dass Ortschaft Edewecht für alle anderen Ortschaften - - Infrastrukturangebote bereit stellt, ist nicht da (Wahrnehmung) - Edewecht wird nicht als Gemeinde wahrgenommen, Fokus auf die „Ortschaft“ Edewecht - Koordination der Vereine, Termine etc. - Vernetzung der Gesundheitsanbieter
Information	<ul style="list-style-type: none"> + Dorfzeitung in Scheps (Dörp un Lü) + Internetdarstellung Gemeinde + NWZ: Eigene „Edewecht-Seite“ mit leichtem Zugang für Vereine + Internetauftritt (mit Informationen) ist gut 	<ul style="list-style-type: none"> - Angebote oft unbekannt (z. B. ÖPNV - 1 Std. Takt) - Ansprache der „Neubürger“ - Darstellung in der Tagespresse - Edewecht findet zu wenig Beachtung in der NWZ und generell in der Presse - „Schuldenfreiheit“ wird nicht kommuniziert - Pressearbeit stellt Bürger nicht in den Vordergrund - Bürgerinformation nicht ausreichend
Vermarktung	<ul style="list-style-type: none"> + gute Außendarstellung als Wirtschaftsstandort + Gewerbeschau als Werbefenster nach außen + Sponsoring / Außendarstellung von (Sport-)Vereinen 	<ul style="list-style-type: none"> - schwache / geringe Kommunikation der Tourismusangebote - Stärke „Wohnen, Natur, Grün etc.“ werden von der Gemeinde nicht kommuniziert - Gewerbeschau hat sich nicht weiterentwickelt



Image Edeweicht

Edeweicht, die ländliche Gemeinde im Ammerland

- mitten in der Natur und in der Nachbarschaft zu Oldenburg,
- mit einer hohen Wohn-, Arbeits- und Lebensqualität und einer attraktiven Infrastruktur,
- mit einer gesunden Wirtschaftsstruktur,
- mit 15 Ortschaften, welche die Gemeinde bilden und
- mit einem reichhaltigen Angebot an Freizeitmöglichkeiten für Einwohner und Gäste.



Zielbild Edewecht (1)

Stärkung der Gemeinde Edewecht als **Gemeinschaft** unter Einbeziehung sämtlicher Vereine, Institutionen und Ortschaften, um die Gemeinde als Einheit mit einer gemeinsamen Identität zu verstehen.

Bei der Weiterentwicklung der Gemeinde arbeiten alle Bürgerinnen und Bürger zusammen und bilden somit die Gemeinschaft: „Edewecht – das sind wir alle“.

Dabei übernimmt der **Ortskern von Edewecht** die Funktion als **Dienstleistungs-** und **Versorgungszentrum** für die Gesamtgemeinde. **Potenziale** (z. B. Grubenhof, Leerstände) zur Optimierung der Versorgungsfunktion sowie der Gestaltung des Ortskerns sind zu nutzen.

Friedrichsfehn erfüllt Grundversorgungsfunktionen (u. a. Einzelhandel, medizinische Infrastruktur) für die östlichen Ortschaften.



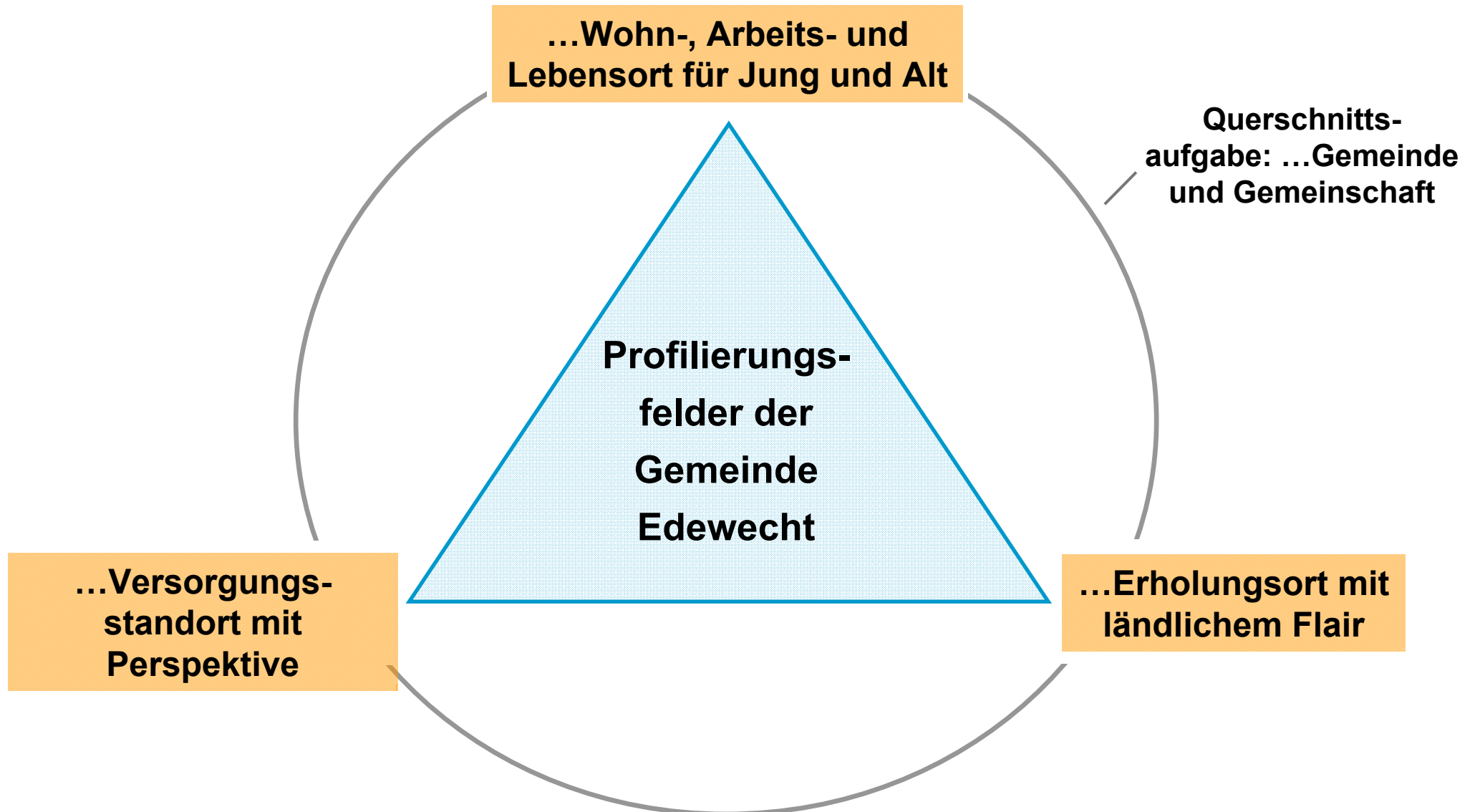
Zielbild Edeweicht (2)

Alle anderen Ortschaften stellen als Wohn-, Arbeits- und Lebensstandorte das **Rückgrat für die gesamtgemeindliche Struktur und Entwicklung** dar und sind als Fundament zu sichern.

Die Gesamtgemeinde ist als **Erholungsort mit ländlichem Flair**, d. h. naturnah und sanft, zu entwickeln – die Identität und die Gegebenheiten der einzelnen Ortschaften sind dabei zu berücksichtigen.



Profilierungsfelder: Edeweicht als ...





Übersicht

1.

Stand des Marketingprozesses

2.

Stärken-Schwächen, Image, Zielbild und
Profilierungsfelder

3.

Maßnahmenkatalog



Maßnahmenkatalog (Auszug)

Querschnittsaufgabe: Edewecht als Gemeinde und Gemeinschaft

Thema: Vernetzung / Kooperation

Nr.	Maßnahmen	Prio-rität	Initii-erung	Umsetzung	Hand-lungs-art	finanzieller Aufwand	Umset-zungs-dauer	Anmerkung
1	1 x jährlich „Bürgertag“ (verbessert Kommunikation) / Kennenlernaktion	h	G	G, Ver, Bür	kont.	g	l	Pilot- projekt
	Stärkung der Gemeinschaft zwischen Edewecht und Friedrichsfehn							
	Ortsteile besuchen sich gegenseitig um sich kennenzulernen: "der Westen trifft den Osten"							
	Spiel ohne Grenzen (Ortsteile miteinander verknüpfen)							
2	gemeinsame Infoplattform für Edewechter Vereine	h	Ver	Ver	kont.	g	m	Pilot- projekt
	Bürgerschau „Wir sind Edewecht“, Vereine machen sich bekannt, alle Vereine zusammen							
	gemeinsame Zeitschrift für alle Institutionen (Vereine, Verwaltung, usw.)							
	Koordination Vereine							
	Unterstützung der Vereine, bei der Kommunikation / Vernetzung der Ehren- amtlichen stattfindet							
	Vereinstag / Vereinstreffen							
3	Wirtschaftstag, Unternehmer zusammenbringen	h	G	G, U	kont.	g	k	
	Wirtschafts / Unternehmerstammtisch							
4	Aktivgruppe einrichten: Freizeit, Touristik, Veranstaltungen (Events. etc)	h	G	G, Ver	einm.	g	m	



Pilotprojekte / Sofortmaßnahmen

Profilierungsfeld: Edeweicht als Wohn-, Arbeits- und Lebensort für Jung und Alt

Priorisierung durch Lenkungsgruppe

Jugendliche	(Offene) Treffpunkte für Jugendliche schaffen	17
ÖPNV	Busanbindung verbessern / auf alle Ortschaften ausweiten	6
	Taktung im ÖPNV optimieren, Wartezeiten verkürzen	
Verkehr / Parken	parkende LKWs aus dem Ortskern verbannen	12
DSL	DSL-Anbindung (in den Außenbereichen) verbessern	3

Sonstige?

Anregungen aus der Lenkungsgruppe:

- Schulbusoptimierung (Verwaltungsaufgabe)
- Filmvorführungen (SoMa)
- „Öffnen“ der Betriebe für die Bürgerinnen und Bürger (SoMa)



Pilotprojekte / Sofortmaßnahmen

Profilierungsfeld: Edeweicht als Erholungsort mit ländlichem Flair

Priorisierung durch Lenkungsgruppe

Radfahren / Fahrradwege	weitere Radrouten / Radwege ausarbeiten und anlegen	14
	Überarbeitung des bestehenden Radwegenetzes	
	naturnahe Gestaltung des Radwegenetzes, Bepflanzung der Wegränder, Sitzmöglichkeiten schaffen	
Vermarktung	gezielte Vermarktung der Rad- und Wanderwege, „Radfahrgemeinde“ entwickeln	4
	Hinweisschilder auf Sehenswürdigkeiten	
Freizeit	Reitwanderwege planen und umsetzen, Erstellung einer Reitwanderkarte, „Bike and Ride“-Touren	
Sonstige? Anregungen aus der Lenkungsgruppe: •		



Pilotprojekte / Sofortmaßnahmen

Profilierungsfeld: Edeweicht als Versorgungsstandort mit Perspektive

Priorisierung durch Lenkungsgruppe

Einzelhandel	Schaufensterwettbewerb; Toilettennutzung im Einzelhandel / in Institutionen ermöglichen („nette Toilette“); einheitl. Öffnungszeiten	5
Ortsbild, Begrünung, Sauberkeit	Ortsbild optisch attraktiver gestalten (Hausfassaden, Ortsschilder, Beleuchtung usw.)	14
	Grünflächengestaltung innerhalb des Ortes verschönern	
	Marktplatz attraktiver gestalten / als Ortsmittelpunkt ausbauen	
Leerstand	aktive Vermarktung freier Flächen / Leerstände	2
Sonstige? Anregungen aus der Lenkungsgruppe: •		



Pilotprojekte / Sofortmaßnahmen

Querschnittsaufgabe: Edewecht als Gemeinde und Gemeinschaft (1)

Priorisierung
durch
Lenkungsgruppe

Vernetzung / Kooperation	Vernetzung der Ortschaften / Kennenlernaktion in Form eines „Bürgertags“	3
	Koordination und Kooperation der Vereine verbessern	
Veranstaltungen	eine gemeinsame, durch verschiedenen Ortsteile organisierte, Veranstaltung	17
	Koordination der Veranstaltungen / der Veranstalter optimieren	
	gemeinsamer Veranstaltungskalender für die Gemeinde	
	Bündelung / Konzentration der Veranstaltungen	
Sonstige? Anregungen aus der Lenkungsgruppe: •		



Pilotprojekte / Sofortmaßnahmen

Querschnittsaufgabe: Edewecht als Gemeinde und Gemeinschaft (2)

Priorisierung
durch
Lenkungsgruppe

Marketing nach
Innen

gemeinsamer Internetauftritt für alle Institutionen

2

Marketing nach
Außen

Stärken / Alleinstellungsmerkmale der Gemeinde ausarbeiten und
nach Außen kommunizieren

16

„Edewecht-Taler“ bzw. „Edewecht-Mark“ als
Rabattsystem entwickeln

**Sonstige?
Anregungen aus der Lenkungsgruppe:**

•



Konkretisierung der ausgewählten Projekte

Beispiel: (Offene) Treffpunkte für Jugendliche schaffen
 Profilierungsfeld „Edeweicht als Wohn-, Arbeits- und Lebensort für Jung und Alt“

		Anmerkungen zur Umsetzung
Was?	▪Was wollen Jugendliche?	
Wie?	▪Pinnwand-Aktion am Herbstmarkt und zur Gewerbeschau, im Schwimmbad etc.: „Wünsch Dir was!“ ▪Befragung über Schüler-VZ, Schulen?? ▪Pressebegleitung	
Wer...		
- initiiert?	▪Verwaltung	
- setzt um?	▪Verwaltung, Jugendpfleger, Jugendgemeinderat, Schülersprecher	
- bezahlt?	▪-	
Wann?	▪sofort	
Wie lange?	▪Bis Ende 2010	



Konkretisierung der ausgewählten Projekte

Beispiel: Radfahren / Fahrradwege

Profilierungsfeld „Edeweicht
als Erholungsort mit
ländlichem Flair“

		Anmerkungen zur Umsetzung
Was?	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Bestehendes Radwegenetz pflegen und ergänzen 	
Wie?	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Beschilderung ▪ Seitenraumpflege ▪ Schutzhüttenpflege ▪ Gastronomisches Angebot (z. B. Radfahrer-Café, ggf. nur temporär) ▪ Toilette (Raiffeisenmarkt) ▪ „Nette Toilette“ auch am Radweg ▪ Schaukästen inkl. Karten, Sitzgelegenheiten ▪ Radfahrkarte auf Gemeindehomepage 	
Wer...		
- initiiert?	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ADFC 	
- setzt um?	<ul style="list-style-type: none"> ▪ AK Radwandern, ADFC 	
- bezahlt?	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Sponsoring 	
Wann?	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Herbst 2010 	
Wie lange?	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Bis zum Frühjahr 2011 	



Konkretisierung der ausgewählten Projekte

Beispiel: Ortsbild, Begrünung, Sauberkeit

Profilierungsfeld „Edeweicht
als Versorgungsstandort
mit Perspektive“

		Anmerkungen zur Umsetzung
Was?	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Beetpflege durch Patenschaften ▪ Zweite Dorfreinigungsaktion im Herbst ▪ Mehr Blumen und Grün (Pflanzaktion) ▪ Marktplatz (Pilotprojekt) 	
Wie?	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Öffentliche Begehung, um Handlungsbedarf festzustellen ▪ Anreize schaffen (z.B. Grillfest, Wettbewerb zw. den Ortsteilen) ▪ Konzept für Begrünung ▪ 1. Schritt: Fachplaner für Marktplatzkonzept 	
Wer...		
- initiiert?	▪ Vereine	
- setzt um?	▪ alle	
- bezahlt?	▪ Sponsoring (Baumschulen), alle	
Wann?	▪ Ab sofort	
Wie lange?	▪ Dauerhaft	



Konkretisierung der ausgewählten Projekte

Beispiel: Veranstaltungen
Profilierungsfeld „Edeweicht
als Gemeinde und
Gemeinschaft“

		Anmerkungen zur Umsetzung
Was?	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Koordination der Veranstaltungen ▪ „wanderndes“ Fest durch die Ortschaften (Pilotprojekt): bestehendes Fest oder ein neues Fest (Gemeindefest, an dem sich die einzelnen Ortschaften präsentieren) 	
Wie?	<ul style="list-style-type: none"> ▪ frühzeitige Abstimmung ▪ Ortsvereinsvorsitzende laden alle veranstaltenden Vereine ein ▪ Festkomitee mit Vertretern der Ortschaften ▪ Jede Ortschaft sucht sich ihr Fest aus, was gestärkt wird (pro Jahr ein Fest) 	
Wer...		
- initiiert?	▪ Vereine, Aktivkreis, Verwaltung	
- setzt um?	▪ alle	
- bezahlt?	▪ Aus sich selbst heraus	
Wann?	▪ Ab sofort	
Wie lange?	▪ Dauerhaft	



Konkretisierung der ausgewählten Projekte

Beispiel: Marketing nach Außen
 Profilierungsfeld „Edeweicht
 als Gemeinde und
 Gemeinschaft“

		Anmerkungen zur Umsetzung
Was?	<ul style="list-style-type: none"> ▪Kundenbindung erhöhen ▪Wir-Gefühl stärken 	
Wie?	<ul style="list-style-type: none"> ▪Edeweicht-Karte: Rabattsystem entwickeln ▪Logo und Slogan „Edeweicht – hier leb’ ich gern“ allen zur Verfügung stellen 	
Wer...		
- initiiert?	<ul style="list-style-type: none"> ▪Aktivkreis ▪Verwaltung 	
- setzt um?	<ul style="list-style-type: none"> ▪Handel, Gastronomie, Handwerk etc. ▪Alle 	
- bezahlt?	<ul style="list-style-type: none"> ▪Beteiligte 	
Wann?	<ul style="list-style-type: none"> ▪Ab sofort 	
Wie lange?	<ul style="list-style-type: none"> ▪Dauerhaft 	

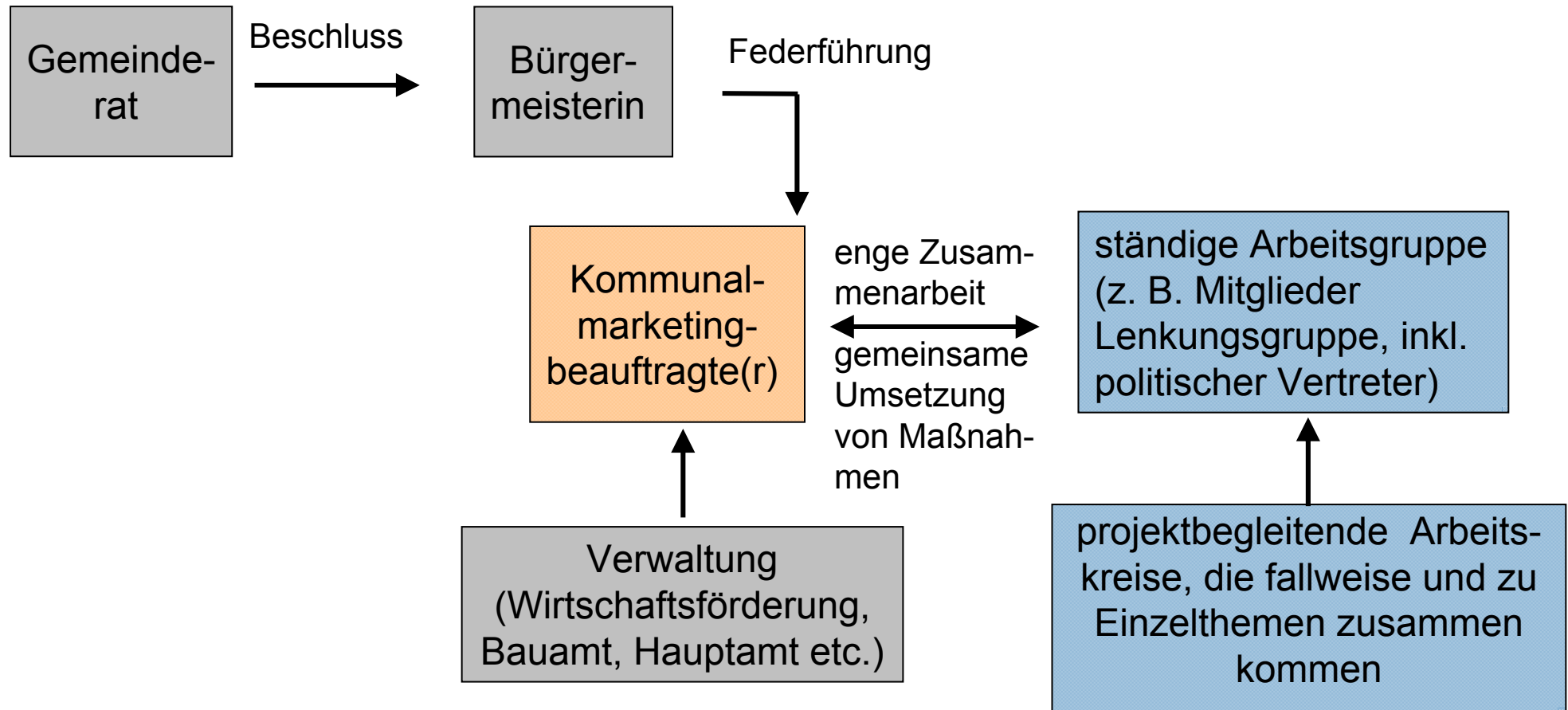


Empfehlungen zur Fortführung des Prozesses

- Einrichtung einer **ständigen Arbeitsgruppe**
- **Aktive und konstruktive Unterstützung** des Prozesses von Seiten der **Politik**
- **Positive und aufgeschlossene Begleitung** des Kommunalmarketings durch alle Akteure in der Gemeinde (Bürger, Politik, Verwaltung, Arbeitsgruppe, Vereine etc.)
- Rasche Umsetzung von **Sofortmaßnahmen** mit Öffentlichkeitswirkung
- Vorbereitung und Durchführung eines **ausgewählten Pilotprojektes** mit Signalwirkung
- „**langer Atem**“ bei der Durchsetzung der Entwicklungsziele
- **kontinuierliche Überprüfung / Weiterentwicklung / Anpassung des Konzeptes**



Organisation zur Umsetzung des Marketings



- keine eigene / neue Organisation des Kommunalmarketings Edewecht
- enge kooperative Zusammenarbeit von Gemeinde und Gewerbevereinen, Unternehmern etc.



Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit

Birgitt Wachs

GMA

Beratung und Umsetzung

Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH
Ludwigsburg | Büros in Erfurt, Hamburg, Köln, München, Salzburg

Geschäftsführer: Dr. Manfred Bauer, Dr. Stefan Holl

51147 Köln, Frankfurter Straße 249b

Tel. 0 22 03 / 96 43 - 0, Fax 0 22 03 / 96 43 - 19

eMail: office.koeln@gma.biz, <http://www.gma.biz>