

**Amt für
Wirtschaftsförderung
und Arbeitsmarkt**

Nebenstelle
**Bahnhofstraße 31 / 4. Etage
66111 Saarbrücken**

Email

heike.ludwig@saarbruecken.de



Datum	Auskunft erteilt / Zeichen	Zimmer	Telefon (0681)	Telefax (0681)
24.05.2007	Heike Ludwig	418	905-4183	905-4174

Ergebnisprotokoll

erstellt durch Stefanie Risch 9.5.2007

25. Unternehmensforum am 8.5.2007:

Am 25. Unternehmerforum nahmen Personen teil, davon 4 Vertreter/innen der LHS. (Herr Bezirksbürgermeister Rodermann zeitweise)

Auf der Tagesordnung standen die Punkte

- 1.) Bericht über das City-Manager-Treffen in Luxemburg
- 2.) Sachstand und weitere geplante Aktionen der Marketingkampagne
- 3.) Bericht der AG „Profil“ und der AG „Öffentlichkeitsarbeit“
- 4.) Verschiedenes

Herr Schnitzler begrüßt die Anwesenden und eröffnet das 25. Unternehmerforum. Das Protokoll des 24. Unternehmerforums wird ebenso wie die Tagesordnung ohne Änderungen angenommen.

TOP 1

Frau Risch informiert über interessante Aktionen zur Stadtteil- und Gewerbeförderung, die im Rahmen des City-Manager-Treffens der Großregion in Luxemburg am 20.4.07 vorgestellt wurden.

Nachahmenswert und auf Dudweiler übertragbar erscheint insbesondere eine Aktion, mit der in Arlon bedeutende Fortschritte in der Öffnung der Geschäfte über Mittag erzielt wurden. Das Projekt setzt auf Verstärkung und Belohnung derjenigen, die für die Kunden über Mittag da sind, und es schließt neben der Kaufmannschaft auch Dienstleister aller Art und die Gastronomie ein.

Ein einheitliches, gut sichtbares Logo wurde an den Schaufenstern bzw. Eingangsbereichen der über Mittag präsenten Unternehmen angebracht, um stetig alle Passanten zu informieren.

Gleichzeitig entstand ein (digitales) Infopaket (Stadtplan, Übersicht über die Mitmacher, Anzeigen und PR-Arbeit), das die Aktion „Über Mittag für Sie geöffnet“ bekannt machte. Insbesondere an die Unternehmen, die in der Stadt angesiedelt sind, gingen gezielt die Informationen.

Die Ergebnisse waren sehr positiv. Es zeigte sich, dass es viel mehr Angebote über Mittag in der Innenstadt gab, als alle zuvor wahrgenommen hatten. Es begannen relativ schnell, mehr Geschäfte über Mittag zu öffnen, weil mehr Menschen im Zentrum waren und sich das Öffnen eher lohnte.

In einem zweiten Schritt gelang es auch die Zeiten, in denen die Unternehmen, die nicht öffnen wollten oder konnten, zu vereinheitlichen.

Die Aktion war auch deshalb positiv, weil niemand unter Druck gesetzt wurde, sondern man die Entscheidungen grundsätzlich akzeptierte, ob man öffnet oder nicht.

Im Gefolge der Zentrumsbelebung über Mittag gelang es zudem, neue Geschäfte in das Zentrum zu holen, die vorher daran nicht interessiert waren.

Weitere bedenkenswerte Anregungen kamen aus Trier, das sich als kinderfreundliche Stadt positioniert und besondere Aktionstage in der Innenstadt mit einem sehr breiten zusätzlichen Angebot an Spielen, kulturellen und unterhaltenden Aktionen für Kinder in den Geschäften koppelt. Auch die Straßen des Zentrums sind dann ein einziger großer Parcours für Kinder. Diese Aktionen haben sehr offensiv bis ins weite Umland hinein Familien als Kunden und Interessenten in die Stadt geholt. Trier hat damit eine Alleinstellung im gesamten wirtschaftlichen Umfeld erreicht.

Im Hinblick auf Luxemburg Stadt betonte der Generalkoordinator der Kulturhauptstadt 1995 die außerordentlichen Impulse, die von einem kulturellen Angebot auf die Geschäfts- und Stadt(teil)-entwicklung ausgehen. Er plädierte für eine viel umfassendere Einbindung kultureller Initiativen in die Förderszenarien.

Am Beispiel von Nancy wurden andere Instrumente zur Dynamisierung der Innenstadt vorgestellt. Dort wurden unter anderem von der Stadt zentrale Einkaufsgutscheine entwickelt, die bei der Stadt (oder autorisierten Verkaufsstellen) gekauft werden können und überall in den Geschäften eingelöst werden können. Die Geschäfte erhalten bei Abgabe der Gutscheine dann einfach von der Stadt ihr Geld. Das System ist einfach, gut handelbar, erfordert wenig Kostenaufwand und umgeht die üblichen Beschränkungen und den hohen Überzeugungsaufwand solcher Initiativen.

Die TeilnehmerInnen des Unternehmensforums begrüßten die Anregungen. Es wurde beschlossen, auch in Dudweiler mit einem Logo auf die Einkauf-, Essensmöglichkeiten in der Mittagszeit sowie auf die verfügbaren Dienstleistungsangebote hinzuweisen. Herr Emmerich legt Vorschläge für entsprechende Aufkleber vor. Frau Risch wird ein Vorgehen für die Umsetzung erarbeiten.

In einem zweiten Schritt sollten auch die zentralen Einkaufsgutscheine als Option weiter verfolgt werden.

Die Präsentationen des City-Manager-Treffens sind downloadbar auf der Seite der Chambre de Commerce de Luxembourg unter www.cc.lu.

TOP 2

Frau Ludwig informierte über den aktuellen Stand der Dudo-vorne-Kampagne und die geplanten Aktionen. Der Verkauf der Dudos lief überraschend gut an; an weitere 70 potenzielle Käufer und

Amt für Wirtschaftsförderung und Arbeitsmarkt

zusätzlich an mögliche Sponsoren gingen Anschreiben mit Kauf- und Sponsoringangeboten. Die Akquisition wird in den kommenden 14 Tagen verstärkt.

Bezirksbürgermeister Rodermann wird zum Universitätspräsidenten, der ebenfalls angeschrieben wurde, Kontakt aufnehmen.

Der Oberbürgermeisterin wird ein Dudo geschenkt, der u.U. von einem KiGA bemalt werden könnte in einer eigenen Aktion.

Informiert werden sollen auch die Gewerbetreibenden im Zentrum. Hier muss das Vorgehen - u.a. in Abhängigkeit von den noch verfügbaren Broschüren – noch detailliert geplant werden. Sinnvoll wären persönliche Gespräche, allerdings sind die personellen Ressourcen der Wirtschaftsförderung hier derzeit begrenzt. Eine schriftliche Information wird in jedem Fall den Unternehmen im Zentrum zugehen. Inhalte sind die Möglichkeit, gemeinsam einen Dudo zu erwerben, die Erlösmöglichkeiten bei der Versteigerung, um die finanziellen Belastungen zu reduzieren, und auch die Merchandising-Programme sowie die Möglichkeit im Rahmen der Dudo-Kampagne, eigene Produkte zu kreieren.

Herr Lichter von Scala e.V. verwies auf das in den nächsten Wochen wachsende Wissen und die sich immer mehr verdichtenden positiven Effekte der ganzen Aktion.

Die Anlieferung der Dudo-Rohlinge am 15. Mai ist Anlass für einen Pressetermin mit der Schirmherrin, Frau Oberbürgermeisterin Charlotte Britz, um 15.00 Uhr auf dem Marktplatz vor der Dudo-Galerie. Herr Bezirksbürgermeister Rodermann ist ebenfalls beim Pressetermin dabei. Eingeladen werden die Bezirksamtsmitglieder, die KäuferInnen und Sponsoren, die KünstlerInnen, die TeilnehmerInnen des Unternehmensforums und die Bevölkerung. Es sollen Kaufverträge während der Veranstaltung mit der Oberbürgermeisterin unterzeichnet werden, möglichst solche, bei denen mehrere Unternehmen gemeinsam einen Dudo erwerben, um auf diese, auch für die kleineren Unternehmen attraktive Möglichkeit hinzuweisen. Mit der Bezirksverwaltung sind die Modalitäten der Fahrtroute des LKW und ordnungsrechtliche Vorkehrungen abzustimmen.

Die Dudos werden nach der Veranstaltung in der Dudo-Galerie eingelagert.

Um einen potenten Werbe- und Medienpartner zu gewinnen, führt Frau Ludwig Gespräche mit Radio Salü. Radio Salü wird über vier Monate die gesamte Kampagne begleiten, insbesondere während des Saar-Spektakels und des Landesfestes zum 50jährigen Bestehen des Saarlandes während der großen Versteigerungsaktion

Weitere Medienpartner sind die Saarbrücker Zeitung sowie der Wochenspiegel, mit dem noch Gespräche geführt werden. Lokaler Medienpartner ist der Dudo-Verlag.

Die Glashaus-Aktionen zur öffentlichen Bemalung der Dudos werden kurzfristig begonnen. Auftakt ist - mit Zustimmung des Metro-Geschäftsführers Herr Latteier - die Bemalung des Metro-Dudo in den derzeit freien ehemaligen Geschäftsräumen der Volksbank in der Dudo-Galerie. Die Dudweiler Künstler planen, in der Dudo-Galerie eine Ausstellung. Herr Michler wird Herr Pietrek ansprechen.

Am 23./24. Mai zur Neu-Eröffnung der Metro wird der erste bemalte Dudo im Beisein von Presse und Medien präsentiert. Herr Latteier bietet an, direkt bei diesem Dudo im hochfrequentierten Eingangsbereich der Metro, seinen Kunden Informationen über die Dudokampagne auszulegen.

Vorgesehen ist eine Passantenmalaktion in der Fußgängerzone; Termin steht noch nicht fest. Vorgeschlagen wurde auch – bei allgemeiner Zustimmung – im Hinblick auf die zum Teil kritischen Äußerungen in Dudweiler zur Kampagne einen Grammettschler-Dudo in einem eigenen kleinen Event aufzustellen, weiß bemalt, auf dem jeder seine Kritik schlagwortartig anbringen kann. Das Unikat wäre Teil der Öffentlichkeitsarbeit, mit der die großen Chancen für Dudweiler auch dem Laufpublikum bzw. den Skeptikern im Zentrum nahegebracht werden.

Amt für Wirtschaftsförderung und Arbeitsmarkt

Bemalungsaktionen sind auch vorgesehen in Zusammenarbeit mit einem Kindergarten. Frau Schmücker schlug einen dafür interessanten Kindergarten vor.

Angesprochen wurden auch Namenswettbewerbe, um die schönsten Namen für die Dudos zu ermitteln.

Erstes zentrales Event ist das Dudofest vom 6. bis 8. Juli, das vom VVD ausgerichtet wird. Der Einzug der 50 bemalten Dudos findet am Samstag, den 7.7.07 um 16.30 statt. Die Metro stellt dafür 50 neue einheitliche Palettenwagen zur Verfügung, auf denen die Dudos durch die Straßen gefahren werden können.

Die Dudos werden auf dem Markt aufgestellt sowie entlang des Lichtbandes in der Theodor-Storm-Str. Sollte eine Bewachung während der Nacht zum Sonntag zu aufwändig sein, können die Dudos in die Dudo-Galerie gebracht werden.

Radio Salü soll das Event werblich begleiten. Es sollen auch ggf. bereits ein oder mehrere Reise-Dudos gewählt werden. Es soll die Möglichkeit geben, mit den Dudos zusammen fotografiert zu werden. Besondere Akzente könnten aufgrund des Datums, das für viele Hochzeiten gewählt wird, eine Hochzeitsaktion mit dem Dudo setzen.

Wichtige Zielgruppe während des Dudofestes sind vor allem auch die Kinder, die als universelle Multiplikatoren in die Familien hineinwirken. Es wird geprüft, im Anschluss an den Dudo-Einzug ein Kinderprogramm anzubieten.

Das SaarSpektakel vom 19. bis 22. Juli ist das zweite große Event, an dem die Dudos teilnehmen. Es soll eine Dudo-Drachenbootmannschaft geben, die Mannschaft ist allerdings noch nicht aufgestellt. Dies eilt, da bereits erste Mannschaftsbesprechungen stattfanden und auch trainiert werden muss.

Bezirksbürgermeister Rodermann regte auffallende, mittelalterlich anmutende Uniformen an, wobei es sinnvoll wäre, ein bestehendes Set zu erweitern, so dass eine große Zahl gleicher Kostüme für verschiedenste Anlässe zur Verfügung stände. Die EU-Verwaltungsstelle hat signalisiert, die Kostüme als besondere PR-Maßnahme im Rahmen der Kampagne gesondert zu finanzieren. Zum Nähen könnte eine Dudweiler Existenzgründerin herangezogen werden.

Das Landesfest vom 17. bis 19. August zum 50. Geburtstag des Saarlandes ist drittes großes Event-Umfeld. Die Staatskanzlei ist bereits kontaktiert und aufgrund der dortigen positiven Resonanz wurde angeboten, dass Ministerpräsident Peter Müller in die Aktion eingebunden werden kann. Vorgesehen ist – gemeinsam mit Radio Salü - die große Dudo-Versteigerung während des Landesfestes durchzuführen.

Teil der Dudo-Kampagne sind Merchandising-Artikel, die zugunsten des Wirtschaftsförderungs-Fonds für Dudweiler verkauft werden sollen. Von Saarriva wurde bereits eine Sondermarke entwickelt. Die Briefmarken könnten mit einem Aufpreis verkauft werden. Angebote eingeholt werden für kleine Dudos und Kleinartikel mit dem Dudo-Motiv, auch Tassen, Gläser, T-Shirts, Mützen und Ähnliches.

Die Unternehmen im Zentrum, auch die Vereine, dürfen und sollen mit dem Dudo eigene Vermarktungsideen entwickeln. Geschützt ist lediglich die Figur selbst, die Rechte liegen allein bei der Wirtschaftsförderung der LHS in Person von Frau Ludwig. Vermarktungsideen sind daher im Einzelfall abzustimmen. Entsprechende Informationen gehen an die Unternehmen im Rahmen der geplanten besonderen Ansprache der Gewerbetreibenden.

Zur Information an die Vereine stellt der VVD Adressen zur Verfügung. Die Vereine sind fast alle Mitglied im VVD.

Das Ende der Dudo-Kampagne ist für den 8. Dezember vorgesehen. Anlässlich des Dudweiler Weihnachtsmarktes wird der Abschied der Dudos inszeniert und dabei der Dudweiler Weihnachtsmarkt aufgewertet. Danach werden die Dudos ihren Besitzern übergeben für weitere individuelle Nutzungen.

TOP 3

Die AG Werbung beschäftigt sich mit den Möglichkeiten und der Organisation einer Gemeinschaftswerbeaktion in Kooperation mit dem Wochenspiegel und dem Dudo-Verlag. Es werden derzeit konkrete Angebote und Konditionen eingeholt. Nächstes Treffen ist der 15. Mai 19.00 Uhr im Schulungsraum des Lokalen Managements in der Dudogalerie.

Die AG Profil erstellt ein Standortprofil von Dudweiler, das die Sicht auf die positiven Standortfaktoren lenkt. Derzeit läuft ein offenes Brainstorming. Die AG Mitglieder bitten alle Empfänger des Protokolls um Mitarbeit. Im Anhang befindet sich ein Datenblatt mit verschiedenen Themen, zu denen positive Argumente für Dudweiler gesammelt werden. Die AG bittet darum, dies auszufüllen und für eine Auswertung zur Verfügung zu stellen.

Abgeben können Sie Ihre Stichwortlisten beim VVD oder einfach per Mail bei Risch@businessstexte.net – Die AG bedankt sich im voraus.

TOP 4

Terminierung des nächsten Unternehmensforums:

Das nächste Unternehmensforum findet am Dienstag, den 12. Juni 2007, um 19.00 Uhr im neu eröffneten Restaurant des Metro-Großmarkt in der Camphauser Straße statt. Herr Latteier lädt ein zu einer Führung durch die modernisierten Non-Food-Abteilungen der Metro und zu einem Imbiss.

Viele Grüße
i.A.

Heike Ludwig
Projektleitung