



Tätigkeitsbericht 2016 des Rates für Stadtmarketing

Personalsituation :

- Geschäftsführer Alain Brock – Vollzeit
- Mitarbeiterinnen Brigitte Haag und Marion Decker – je 8 Stunden pro Woche

Allgemeine Tätigkeiten im Auftrag der Stadt Eupen und des Verwaltungsrates Rates für Stadtmarketing :

- Erledigung der täglich anfallenden Arbeiten (Tagesgeschäft) bei der Durchführung der regulären Öffnungszeiten des RSM-Büros
- Geschäftsführung des Rates für Stadtmarketing : Verwaltung, Budgetplanung, Buchhaltung, Terminplanung, Schriftverkehr, ...
- Wöchentliche Teambesprechung mit den Mitarbeiterinnen
- Teilnahme an Versammlungen und Konferenzen
- Der RSM ist durch seinen Präsidenten und seinen Geschäftsführer im Mobilitätsausschuss der Stadt Eupen vertreten
- Der RSM ist durch seinen Geschäftsführer im Redaktionsteam von „Eupen erleben“ vertreten
- Der RSM ist durch seinen Geschäftsführer im Lenkungs- und Steuerungsausschuss für die Internetpräsenz vertreten
- Regelmäßiger Austausch zwischen Gemeindekollegium (Schöffe Arthur Genten) und dem Rat für Stadtmarketing (Geschäftsführer Alain Brock). Dieser Austausch findet wöchentlich jeweils Montag um 11.00 statt.
- Redaktion der wöchentlichen RSM-Neuigkeiten
- Zusammenarbeit mit dem Tourist-Info und Schaffen von Synergien
- Einholen von Sponsoring
- Planung und Schaltung von Werbeanzeigen in Fachzeitschriften regional und überregional um die Vermarktung Eupens voranzutreiben.
- Organisation und Führung der Arbeitskreise
- Vorbereitung der Verwaltungsratssitzungen und der Generalversammlung
- Erstellen der Protokolle
- Planung, Entwicklung, Umsetzung und Begleitung von Projekten
- Pflege der Kontakte nach außen, Geschäfts-, und Kulturwelt, Verwaltungen

A. Strategische Planungen des Rates für Stadtmarketing

1. Konzept 2020

Basierend auf seinem bereits in 2012 erarbeiteten Strategiekonzept hat der Rat für Stadtmarketing sein Konzept 2020 in 2015 erarbeitet.

Strategiekonzept 2012

Um den Bekanntheitsgrad der Stadt Eupen in sämtlichen Bereichen zu erhöhen, ist die Zusammenarbeit sämtlicher Partner zwingend erforderlich und es bedarf gemeinsamer Anstrengungen um die definierten Zielsetzungen zu erreichen. Ein attraktiver Einzelhandelsstandort zeichnet sich fast immer durch ein attraktives Stadtzentrum aus. Ganz nach dem Motto : Einkaufen, Erleben, Verweilen, Genießen. Einkaufen wird immer mehr zu einem Erlebnis und dies muss auch in Eupen der Fall sein.

Es gilt eine langfristige Bindung von Einheimischen, Besuchern, Touristen und Gästen zu schaffen und die Verweildauer im Zentrum und damit auch die Kaufbereitschaft zu erhöhen.

Ein koordiniertes Zusammenspiel verschiedener Partner schafft die Voraussetzungen für einen attraktiven Einkaufsstandort.

Gestalter eines attraktiven Einkaufsstandortes :

1. Politik & Verwaltung
2. Einzelhandel
3. Bewohner/Einheimische
4. Rat für Stadtmarketing
5. Kultur, Tourismus und Sport

Konzept 2020 :

Ziel ist die Schaffung einer positiven Wahrnehmung Eupen im regionalen und euregionalen Umfeld. Um dies zu erreichen muss Eupen an seiner Unverwechselbarkeit arbeiten und seine unverwechselbaren Trümpfe ausspielen.

Voraussetzungen, Zielsetzungen und Schwerpunkte werden in diesem Konzeptpapier, welches durch die verschiedenen Mitgliedsverbände des Rates für Stadtmarketing erarbeitet wurde, definiert.

In einer Strategietagung am 04. März hat der Rat für Stadtmarketing die Alleinstellungsmerkmale Eupens neu definiert.

Innenstädte (erst recht Eupen) müssen an ihre Unverwechselbarkeit arbeiten. Welche unverwechselbaren Trümpfe hat Eupen:

1. Eupen liegt am Schnittpunkt der romanischen und germanischen Kulturen. Nicht nur die Mehrsprachigkeit ist gegeben, sondern auch eine gesunde Mischung von Lebensqualität.
2. Eupen ist im Krieg verschont geblieben und verfügt über eine ansehnliche Bausubstanz aus dem 18. und 19. Jahrhundert. Ein wichtiges kulturelles Erbe.
3. Nicht nur Wälder umringen die Stadt. Eupen ist auch das Tor zum hohen Venn, eine außergewöhnliche Moorlandschaft.
4. Eupen ist die Hauptstadt der Deutschsprachigen Gemeinschaft Belgiens, eine der bestens geschützten Minderheiten in Europa.

Außerdem haben die verschiedenen Mitgliedsverbände ihre jeweiligen Schwerpunkte festgelegt, die in den kommenden Jahren bearbeitet werden sollen.

2. Bundesverband City und Stadtmarketing Deutschland

Seit 2011 ist der Rat für Stadtmarketing Mitglied im Bundverband für City und Startmarketing. Auch sind wir seit unserem Eintritt in den Bundverband, Mitglied im Landesverband Nord Rhein Westfalen.

Von Sonntag 25. September bis Dienstag 27. September hab ich an der Stadtmarketingbörse in Krefeld teilgenommen. Während drei Tagen gab es Workshops, Vorträge und Austausch zum Thema : „Wie werden die Bewohner zu Fans ihrer Stadt“. Ein brandaktuelles Thema. Mit unserer Aktion „Wir für Eupen-Botschafter“, die wir 2014 starten, waren wir bei den ersten Städten, die die Verbundenheit mit ihrer Stadt als Botschafter oder Fan zum Ausdruck bringen wollten.

Auch hat der Geschäftsführer an zwei Landestreffen in Essen teilgenommen (jeweils am 07.06 und 02.10). Dort wurde die Problematik der verkaufsoffenen Sonntage und Stadtmarketing zwischen Eventorganisation und strategischen Visionen. Sämtliche Stadtmarketings haben die gleichen Probleme wie wir in Eupen. Organisation von Events um Sichtbarkeit und Wahrnehmung zu schaffen und Ausarbeitung von langfristigen Visionen.

3. Leader Projekt – Lokale Aktionsgruppe „Zwischen Weser und Göhl“

Der Rat für Stadtmarketing hat einen effektiven Sitz in der Generalversammlung „Zwischen Weser und Göhl“ erhalten. Auch wurde der Geschäftsführer Alain Brock in den Vorstand gewählt und bekleidet dort das Amt des Kassierers.

Die Gemeinden Eupen, Raeren und Lontzen haben einen gemeinsamen Leader Antrag im Rahmen der im Juli 2015 erfolgten Gutheißung des Wallonischen Programms zur ländlichen Entwicklung 2014-2014 durch die EU-Kommission sowie die Regierung der Wallonischen Region eingereicht. Dieser Antrag wurde positiv beschieden und die Aufgaben der gegründeten V.O.G. umfasst folgende Aspekte :

- Genehmigung, Begleitung und Überwachung der im Rahmen des strategischen Entwicklungskonzeptes der Lokalen Aktionsgruppe (LAG) „Zwischen Weser und Göhl“ vorgesehenen Projekte;
- Weiterentwicklung des strategischen Entwicklungskonzeptes zu einem Gebietsentwicklungsplan;
- Austausch- und Konzertierungsgremium zur Entwicklung des LAG-Gebietes und der angrenzenden Gemeinden

Leader Projekt Bereich Wirtschaft :

Nachhaltige Förderung, Verbesserung und Vermarktung des Wirtschaftsraums : Standort, Unternehmen und Einzelhandel.

Der Rat für Stadtmarketing ist aktiv an der Umsetzung dieses Projektes durch seinen Präsidenten Alfred Küchenberg und seinen Geschäftsführer Alain Brock eingebunden.

4. Zusammenlegung Rat für Stadtmarketing und Tourist-Info

Im Zuge der geplanten und seitens der Stadt gewünschten Übernahme der geschäftlichen Aktivitäten des Verkehrsvereins durch den Rat für Stadtmarketing haben regelmäße Treffen des geschäftsführenden Vorstandes stattgefunden. Mitglieder des geschäftsführenden Vorstandes : Ewald Plumanns, Harald Comouth, Walter Olbertz (alle Verkehrsverein Eupen) Alfred Küchenberg RSM) und Schöffe Michael Scholl. Der gebildeten Arbeitsgruppe gehören noch RSM Geschäftsführer Alain Brock sowie die RSM/Tourist-Infomitarbeiterinnen Brigitte Haag und Marion Decker teil.

Seitens des geschäftsführenden Vorstandes wurde eine Konvention erarbeitet, welche die weitere Zusammenarbeit zwischen Verkehrsverein Rat für Stadtmarketing definiert und die Aufgabenbereiche absteckt. Diese Konvention wurde Ende November von beiden Verwaltungsräten genehmigt und Mitte Dezember unterschrieben.

Der RSM übernimmt die geschäftlichen Aktivitäten des VV zum 01.01.2017. Das beschäftigte Personal des VV wird unter Beibehaltung aller Rechte und Errungenschaften zum RSM transferiert.

Der Verkehrsverein als solcher bleibt natürlich bestehen und wird sich wieder ausschließlich auf seine Grundtätigkeiten konzentrieren können; d.h. der Verschönerung des Eupener Stadtbildes und die Organisation von Märkten (Lambertusmarkt und Weihnachtsmarkt.

5. Eupener Einzelhandelscharta

Die Stadt Eupen (Claudia Niessen), die Verwaltung (Kay Raddatz und Ralph Bosten), die Wirtschaftsförderungsgesellschaft (Nathalie Klinkenberg) und der Rat für Stadtmarketing (Alain Brock) erarbeiten seit März 2015 eine Eupener Einzelhandelscharta. Die Ausarbeitung wurde auch in 2016 fortgesetzt und steht kurz vor der Fertigstellung.

Diese Einzelhandelscharta in Form einer Broschüre soll sämtlichen potenziellen neuen Einzelhändlern vielfältige Informationen rund um eine möglich Geschäftseröffnung in Eupen geben : Allgemeine Informationen, wirtschaftliche Infos, Denkmalschutzinformationen, Regelung Fassadenwerbung, Analyse Geschäftswelt, welches Geschäft darf sich wo niederlassen...

Diese Einzelhandelscharta soll im ersten Halbjahr 2017 der Öffentlichkeit vorgestellt werden.

6. IFH-Untersuchung „Vitale Innenstädte“

Dank der Mitgliedschaft im Bundesverband für City und Stadtmarketing Deutschland hatt der RSM die Möglichkeit sich an der durch das Institut für Handelsforschung Köln organisierten Umfrage „Vitale Innenstädte“ zu beteiligen. Bei dieser deutschlandweit durchgeführten Umfrage wurde nicht das Kaufverhalten sondern auch die Verweildauer in der Innenstadt, die Attraktivität der Innenstadt, Sortimentsangebot, Parksituation,... analysiert.

Durchgeführt haben wir die Umfrage mit den Miniunternehmen des 5. & 6. Jahres der PDS am 21., 24.; und 28. September.

452 Besucher der Innenstadt wurden befragt. Diese Anzahl erlaubt laut dem Institut für Handelsforschung eine repräsentative Auswertung und Analyse.

Wir werden die bundesweiten Resultate und die Eupener Resultate erhalten. Auch wird Eupen mit Städten gleicher Größe verglichen werden.

Wir hoffen die Resultate der breiten Öffentlichkeit nach Karneval vorstellen zu können. Von den Resultaten erhoffen wir uns Maßnahmen und Anregungen, die wir im Leerstandsmanagement einsetzen können.

B. Projekte des Rates für Stadtmarketing

Die Projekte des Rates für Stadtmarketing sind im Einklang mit der im Geschäftsführungsvertrag mit der Stadt Eupen vereinbarten Aufträgen.

Der Rat für Stadtmarketing Eupen hat mit denselben Problemen wie andere Citymanagements. Es gilt den Spagat zu schaffen zwischen Eventorganisation und strategischer Denkfabrik. Die Organisation von Veranstaltungen ist für die Sichtbarkeit und die Wahrnehmung des RSM von größter Bedeutung.

1. Wir für Eupen - Botschafter

Im Zuge der Realisierung einer positiven Wahrnehmung unserer Stadt im regionalen und euregionalen Umfeld (Konzept 2020) wurde im Jahre 2014 die Initiative : „Wir für Eupen – Botschafter“ lanciert.

Wir alle wünschen uns eine blühende und lebendige Innenstadt mit interessanten Geschäften; eine Stadt, die für eine kulturelle Vielfalt steht und für ihre sportlichen Aktivitäten bekannt ist; eine Stadt, die naturnah gelegen und architektonisch wertvoll ist; eine Stadt, in der soziales Engagement gelebt wird; eine Stadt, die einfach lebenswert und besucherfreundlich ist, die zum Verweilen und Genießen einlädt, und für jeden Geschmack etwas zu bieten hat.

Wie erreichen wir dieses Ziel?

Seitens des RSM wurde ein Strategiekonzept entwickelt. Dieses gilt es zu überarbeiten, zu überprüfen und in ein Marketingkonzept umzuwandeln, welches umgesetzt werden muss und eine regelmäßige Sichtbarkeit Eupens auf lokaler, regionaler und überregionaler Ebene garantiert und die zahlreichen Vorzüge Eupens das ganze Jahr über bewirbt.



Die Dauer dieses Projektes ist auf 5 Jahre festgelegt. Gegen die Zahlung von 150€ Jahresbeitrag können sich Eupener Einzelhändler und Unternhemen diesem Projekt anschließen, auch noch im Laufe der 5 Jahre. Privatpersonen können sich ebenfalls gegen die Zahlung einer jährlichen Teilnahmegebühr von 50€ beteiligen. Derzeit unterstützen 63 Einzelhändler und Privatpersonen unsere Initiative.

Zudem wird den Teilnehmern eine größtmögliche Sichtbarkeit eingeräumt : gemeinsames Foto, gemeinsame Anzeige, großer Aufkleber,...

In 2016 wurden folgende Anzeigen bzw. Veranstaltungen unterstützt :

Wir für Eupen - Botschafter / Ausgaben 2016

Januar

Broschüre Eupen Info Auflage 15.000
Präsenz Tourismusmesse Antwerpen
Anzeige Tourismusbroschüre Info Tourisme

Februar

Anzeigenschaltung in Zeitvertreib Kreis Düren

März

Werbung in der Tourismuszeitung Steds tot U dienst - Zeitung verteilt im Dreiländereck
Anzeige in der Kompass Radkarte

April

Anzeige im Rhein Rhur Magazin

Mai

Eupen Musik Marathon
Kulinarisches Festival
Bewerbung Modenschau "Eupen präsentiert seine Vielfalt"

Juni

Anzeige Life Magazin Monschau
Public Viewing zur Fußball EM

Tätigkeitsbericht 2016 des Rates für Stadtmarketing



Juli

Anzeige im Belgien Magazin der Aachener Zeitung

August

Anzeigenschaltung Festschrift Tirolerfest

Anzeigenschaltung Festschrift "Haaste Töne"

September

Tanzende Stadt - Irene k.

Bewerbung Lambertusmarkt und Bierfest

Oktober

Bewerbung Erntedankfest

Kreativtag

Anzeige in der regionalen Broschüre "Votre Région"

November

Bewerbung Seitenstraße

Dezember

Unterstützung Weihnachtsmarkt

Bewerbung Biathlon auf Schalke Tour

2. Projekt Eupen Treuekarte – Gutscheine der Eupen Treuekarte

Das Projekt der Eupener Treuekarte erfreute sich auch in 2016 großer Beliebtheit und wird auch in 2017 weitergeführt. Treue Kunden werden für ihre Einkäufe belohnt und erhalten außerdem die Möglichkeit bei den 4 jährlichen Ziehungen tolle Preise zu gewinnen. Seit Beginn der Aktion haben bereits 26 (!) Ziehungen stattgefunden.

Das Projekt Eupen Treuekarte ist ein Hauptaugenmerk des RSM gerade vor dem Hintergrund der neugestalteten Innenstadt hat sie eine Vielzahl von Funktionen :

- Bindung der Kundschaft und der Kaufkraft
- Solidarität der teilnehmenden Geschäftsleute
- Signal an die Kundschaft „Bleiben Sie uns treu“
- Belohnung der Kundschaft durch 5€ Ermäßigung (vollgeklebte Karte) und Teilnahme an vier interessanten Verlosungen pro Jahr.

Dieses Projekt ist natürlich auch mit großem Aufwand für den RSM verbunden :

- Buchhaltung
- Werbung
- Erstellung von Plakaten

- Organisation der Verlosung (Preise bestimmen, Einsammeln der Karten, Listing erstellen,...)

Die Kosten für die teilnehmenden Geschäftsleute belaufen sich auf 1,33% vom Umsatz. Für eine Treuekarte ist dies ein sehr günstiger Prozentsatz. Daher ist es verwunderlich, dass nicht mehr Geschäftsleute an dieser Aktion teilnehmen.

Mitte 2011 hat der Rat für Stadtmarketing die Gutscheine der Eupen Treuekarte eingeführt. Die Gutscheine können ab einem Einkaufswert von 10€ im Tourist-Info erworben werden und können in allen teilnehmenden Geschäften eingelöst werden. Es besteht zudem die Möglichkeit gegen die Zahlung eines Aufpreises von 2,50€ eine hochwertige Geschenkbox mit mehreren Gutscheinen zu erwerben. Eine ideale Geschenkidee. Die Treuekartengutscheinbox. Verschenken Sie Freude zu jedem Anlass : Geburtstag, Kommunion, Weihnachten, ...

Beginn 2013 hat das Gemeindekollegium beschlossen, die Bargeldgeschenke seitens der Stadt Eupen bei Jubiläen, Geburtstagen, Geburten, ... abzuschaffen und stattdessen Gutscheine der Treuekarte zu verschenken. Mit dieser Entscheidung wird der Eupener Einzelhandel unterstützt, da die ausgezahlten Prämien in Eupen bleiben.

Am 31.12.2016 zählt die Eupen Treuekartekarte 55 aktive teilnehmende Geschäfte

In 2016 haben wieder 4 Verlosungen der Eupen Treuekarte stattgefunden :

- Weihnachtsziehung : 15. Januar 2016
Eingereichte Treuekarten : 527
Preise im Wert von 2.750€ wurden verlost
- Frühlingsziehung : 12. Mai 2016
Eingereichte Treuekarten : 844
Preise im Wert von 1.750€ wurden verlost
- Sommerziehung : 25. August 2016
Eingereichte Treuekarten : 855
Preise im Wert von 2.300€ wurden verlost
- Herbstziehung : 25. November 2016
Eingereichte Treuekarten : 725
Preise im Wert von 1.750€ wurden verlost

Bei der Frühlings- und der Herbstziehung handelt es sich um Nebenziehungen. Alle Treuekarten, die nicht gezogen werden, bleiben bis zur nächsten Hauptziehung in der Lostrommel.

Bei der Weihnachts- und der Sommerziehung handelt es sich um Hauptziehungen, d.h. es werden mehr Preise verlost und alle sich in der Lostrommel befindlichen Treuekarten werden nach der jeweiligen Ziehung vernichtet.

Insgesamt wurden seitens der Eupener Geschäftsleute 2.951 vollgeklebte Treuekarten, was einem Umsatzwert von 1.475.500 € entspricht, eingereicht. Seitens des Rates für Stadtmarketing wurden Preise im Wert von 8.550€ unter den Kunden der Eupener Geschäftswelt verlost.

3. Veröffentlichungen RSM – Verkehrsverein

In 2016 haben der Verkehrsverein und der Rat für Stadtmarketing wieder die Eupen Info Broschüre gemeinsam herausgegeben. Diese Broschüre wurde auch in alle Eupener Haushalte verteilt und vermittelt alle relevanten Informationen bezüglich unserer Heimatstadt Übernachtungsmöglichkeiten, Restaurants, Konditoreien, Freizeitbeschäftigungen,... Auch wurde diese Broschüre seitens des RSM lokal, regional, national und auch grenzüberschreitend verteilt, d.h. Tourist Informationsbüros, Campingplätze, Ausflugziele,... (35 Ausle gepunkte).

In 2016 wurde kein Agenda mehr inForm einer Broschüre herausgegeben und dies vor dem Hintergrund der Vollständigkeit. Es ist leider nicht möglich sämtliche Veranstaltungen im Voraus zu erfassen. Es kommen im Laufe des Jahres neue Veranstaltungen hinzu, andere werden im letzten Augenblick abgesagt.

Stattdessen wurden die jährlichen Großveranstaltungen, die viele Touristen und Besucher anziehen (z. Bsp. Karneval, Kirmes, Erntedankfest, Bauernhof zum Anfassen, EMM, Weihnachtsmarkt, Haaste Töne,...) in einem Highlight-Faltblatt zusammengefasst und im Tourist Info ausgelegt. Dieser Flyer wurde auch in die Eupen Info Broschüre integriert.

In Zusammenarbeit mit dem Grenzecho und dem Kreativbüro Cloth (verantwortlich für das Layout) haben wir dann alle zwei Monate einen aktualisierten Veranstaltungskalender unter Berücksichtigung unserer graphischen Linie im Grenzecho veröffentlicht. So konnten wir zeitnah auf Änderungen reagieren und auch neuen Veranstaltungen Sichtbarkeit einräumen. Diese Art von Vorgehensweise ist natürlich mit einem Mehraufwand an Arbeit verbunden.

4. Treffen Vertreter Geschäftsleute

Da in Eupen keine organisierte Vereinigung Eupener Geschäftsleute mehr besteht, treffen sich die Vertreter der verschiedenen Geschäftsstraßen zweimonatlich unter dem Vorsitz des RSM-Geschäftsführer Alain Brock zu informellen Treffen.

Schwerpunkte 2016

- Organisation, Planung und gemeinsame Bewerbung verkaufsoffener Sonntage
- Einzelhandelscharta
- Planung, Organisation und Durchführung der Aktion „Eupen präsentiert seine Vielfalt (Die Modenschau der besonderen Art)“.

Die diesjährige Ausgabe hat am Sonntag 01. Mai am Marktplatz stattgefunden. 24 Eupener Einzelhändler haben auf einem professionellen Laufsteg an der Kreuzung Marktplatz, Kirchstraße und Klosterstraße ihr Angebot präsentiert. Dicht gedrängt standen hunderte Zuschauer um den Laufsteg.

Auch in 2017 soll es eine Wiederauflage geben.

5. Biathlon auf Schalke Tour in Eupen und Vorstellung marc VDS Racing Team

Tätigkeitsbericht 2016 des Rates für Stadtmarketing



Der Rat für Stadtmarketing, und der Eupener Sportbund haben am ersten Dezemberwochenende (03. & 04. Dezember) die „Biathlon auf Schalke Tour 2016“ in Eupen ausgerichtet. Diese Veranstaltung gastierte zum ersten Mal in Eupen.

Jeder Besucher hatte die Möglichkeit für einen Tag zu einem Biathleten zu werden und diesen Sport in der eigens an der Klötzerbahn errichteten Biathlon-Arena auszuprobieren.

Eingebettet in diese Veranstaltung wurde der Marc VDS Motorsport Day. Das Marc van der Straeten racing Team um den Eupener Manager Michael Bartholemy hat sich mit seinen Rennfahrern und ihren Fahrzeugen am Samstag in der Zeit zwischen 15.00 und 17.00 an der Klötzerbahn ihren Fans und dem Publikum vorgestellt.

Die verschiedenen Fahrer und der Teammanager haben am Biathlon Prominentenrennen teilgenommen.

Seitens des Eupener Sportbundes und des RSM wurden ein Prominentenrennen und ein Staffelrennen organisiert.

Insgesamt gingen an den beiden Tagen 120 Wettkämpfer an den Start.

Sieger der Eupen-Etappe wurde Andreas Braun, der sich mit diesem Ergebnis für das große Finale der Biathlon Schalke Tour in der Veltinsarena am 27. Dezember qualifizieren konnte. Dort trat er gegen die anderen 35 Etappensieger an und ging auch dort als Sieger hervor. In den verschiedenen Medien der Etappenstädte wurde über das Finale berichtet. Ein zusätzlicher Werbeeffekt.

Diese Veranstaltung hat auf jeden Fall ein Alleinstellungsmerkmal und ist ausbaufähig. Die Biathlon auf Schalke Tour wird auch im kommenden Jahr wieder in Eupen gastieren, dann allerdings am Wochenende vom 21. & 22. Oktober. Die Veranstalter erhoffen sich dann wärmeres Wetter. Auch können dann die Schüler an diesem Wettbewerb teilnehmen. Der Teamwettbewerb soll ausgeweitet werden. Auch das Rahmenprogramm soll durch eine Après-Ski Party erweitert werden.

6. Eupener Produkte

Die Eupen Produkte werden unter dem Label „Gutes aus Eupen“ seit Beginn 2013 durch den Rat für Stadtmarketing vermarktet. Auch in 2015 wurde das Angebot erneut erweitert werden und umfasst nun folgende Produkte : Eupener Platz, Eupener Bier-Wurst, Honig, Wein, Kräuteröl, Bier (Damian, Cabane, My day), Eupener Klostertröpfchen, Likör My Day, Café Le Gourmet (Fair Trade Kaffee in Eupen geröstet) Chutney , Taschenbücher (Eupen das steinerne Gedächtnis, Unterwegs in der Hauptstadt) sowie der neue Bildband erschienen anlässlich der Einweihung vom Alten Schlachthof (Gestern war Heute)

Eigene Produkte sind für die Vermarktung einer Stadt von größter Wichtigkeit stellen diese doch ein Alleinstellungsmerkmal da.

Plakate wurden entworfen und weisen nun auf die Produkte hin. Regelmäßige Zeitungsanzeigen, Presseberichte und Gewinnspiele helfen bei der Vermarktung.

Im Tourist-Info Büro sind Präsentkörbe in allen Preisklassen gefüllt mit diesen Produkten zu kaufen.

7. Tourismesse Antwerpen

Vom 21. bis 25. Januar hat der RSM in Zusammenarbeit mit dem Verkehrsverein erneut an der großen Tourismusmesse in Antwerpen (Vlaanderen Vakantieland) teilgenommen. Die Kosten hat der RSM übernommen. Das Personal wird durch den RSM und das Tourist Info gestellt. Unter der Regie der Tourismusagentur Ostbelgien hat Eupen gemeinsam mit St.

Tätigkeitsbericht 2016 des Rates für Stadtmarketing

Vith einen eigenen Stand bestückt und Werbung für Eupen und unsere Gegend gemacht. Denn wie Analysen und Statistiken belegen kommen ein Großteil der Touristen die Eupen besuchen aus dem niederländischsprachigen Teil Belgiens. Eine erneute Teilnahme ist auch 2017 geplant.

8. Public Viewing FC Antwerp – AS Eupen

Am 30. April hat der RSM im Rahmen der Maiennacht des JGV Wusel und mit Unterstützung der Stadt Eupen, das entscheidende Spiel um den Aufstieg zwischen dem FC Antwerp und der AS Eupen auf Großbildschirm übertragen. Viele Besucher hatten zeitig den Weg zum Werthplatz gefunden um sich das Spiel anzusehen.

9. Kulinarisches Festival

In Zusammenarbeit mit Chudoscnik Sunergia hat der Rat für Stadtmarketing im Rahmen des Eupen Musik Marathons sein zweites Schlemmerfestival organisiert. Sämtliche Restaurantbetreiber auf dem Eupener Stadtgebiet wurden kontaktiert. Schlussendlich haben folgende Eupener Gastronome teilgenommen : Couleur Rouge, La Luna, le Riad de Marrakesch, La Bottega, Rastkeller, Sunny, Paparazzi und Ratskeller. Dazu wurden noch verschiedene mobile Anbieter angeworben : Finders Räucherwerk, Flammenwelt, ... Dazu noch die Damian-Brauerei

Insgesamt 25 Anbieter aus dem Gastronomiebereich boten ihre Köstlichkeiten an.

Im Vergleich zur Erstausgabe in 2015 wurde die Sichtbarkeit des Rates für Stadtmarketing deutlich verbessert.

Am 20. & 21. Mai 2017 wird es eine Wiederauflage erneut im Rahmen des EMM geben.

10. Public Viewing während der Fußball-EM in Frankreich

Anlässlich der Fußball-Europameisterschaft in Frankreich hat der Rat für Stadtmarketing gemeinsam mit dem Grenzecho und der Stadt Eupen erneut ein Public Viewing in der Eupener Innenstadt (Parkplatz Bergstraße und Platz Am Clown). Unterstützt wurden die Veranstalter durch die drei Wirte (Frank Neumann-Paparazzi, Vassili Tilkeridis-Ratskeller und Manfred Schumacher – Café Columbus)

Im Vergleich zum ersten Public Viewing in 2014 (Fußball-WM in Brasilien) wurden dieses Mal nur die Spiele mit belgischer Beteiligung übertragen.

Auch der Umzug vom Werthplatz zum Parkplatz Bergstraße hat sich als gute Entscheidung herausgestellt. So konnten der logistische Aufwand reduziert werden (weniger Straßensperrungen, weniger Barrieren, Buden konnten nach Ablauf der Kirmes stehen bleiben,...).

Dem gegenüber standen deutlich höhere Ausgaben im Bereich Sicherheit, hervorgerufen durch die Terrorwarnstufe 3, höheren Bildschirmkosten und höheren Lizenzgebühren gegenüber. gegenüber.

Das Budget für die gesamte Veranstaltung belief sich auf zirka 70.000€ und konnte gedeckt werden, so dass ein kleiner Gewinn auch noch nach sämtlichen Abrechnungen zu Buche stand.

Um das Budget abdecken zu können, wurden die Besucher angehalten Spieltagsbändchen(2,5€ pro Spiel ab 16 Jahre) zu erwerben.

Zirka 12.000 Zuschauer und Fans haben die Spiele der belgischen Nationalmannschaft besucht. Das bedeutend schlechtere Wetter als vor zwei Jahren bei der WM erklärt sicherlich den Zuschauerrückgang. Nichtsdestotrotz war die Stimmung grandios.

Das Publikum bunt gemischt; von jung bis alt, Eupener und Auswärtige. Sehr viele Zuschauer kamen von außerhalb Eupens.

Dieses Public-Viewing, dass einzige in Ostbelgien Open-Air war erneut eine tolle Werbung für Eupen und hat Alleinstellungsmerkmal.

11. Eupener Pigalle Bierfest im Rahmen des Lambertusmarktes

Im Rahmen des Lambertusmarktes fand am Wochenende vom 17. & 18. September das 1. Eupener Pigalle Bierfest statt.

Der Rat für Stadtmarketing trug sich schon länger mit dem Gedanken ein Bierfest zu organisieren. Als dann Rainer Lecoq und Lars Brüll, die Betreiber der Pigalle, mit dieser Idee beim Geschäftsführer des RSM vorstellig wurden, entschied man sich die Kräfte zu bündeln und Synergien zu schaffen.

Da auch der Verkehrsverein nach neuen Ideen suchte um den Lambertusmarkt aufzuwerten wurde schnell entschieden das 1. Eupener Pigalle Bierfest im Rahmen des Lambertusmarktes durchzuführen.

Das Bierfest war ein voller Erfolg und wird auch in 2017 im Rahmen des Lambertusmarktes stattfinden.

12. Erntedankfest mit großem Erntedankumzug

Gemeinsam mit seinen Partnern (Stadt Eupen, Gartenbauverein Eupen und Umgebung und den Freunden der Kaltblutpferde) und mit der Unterstützung der Stadt Eupen hat der RSM am Sonntag, dem 09. Oktober einen großen Erntedankumzug und ein großes Erntedankfest auf dem Parkplatz Bergstraße organisiert. Die Veranstaltung war erneut ein voller Erfolg. Tausende Zuschauer säumten die Straßen als die Pferdegespanne, Kutschen, Kaltblüter, Oldtimertraktoren, alle liebevoll zum Thema Erntedank dekoriert vorbeizogen. Hier zahlte sich auch die überregionale Bewerbung aus. Zahlreiche Zuschauer aus der Wallonie und der benachbarten Bundesrepublik hatten den Weg nach Eupen gefunden.

Im Anschluss an den Umzug wurden die Gespanne und Traktoren im Josephine Koch park ausgestellt, so dass die Zuschauer diese nochmals aus der Nähe begutachten konnten.

Auf dem Parkplatz Bergstraße fand derweil der große regionaler Markt sowie eine große Ausstellung zum Thema Landwirtschaft statt.

Am Vorband des Erntedankfestes hat im Eupen Plaza das Konzert des Orchesters Symphonic 16, unter der Leitung von Simen van Meensel stattgefunden. Der RSM hatte diese Veranstaltung mit in sein Programm zum Erntedankfest aufgenommen und mit beworben.

13. Projekt City-Info-Tafeln (LED-Tafeln)

Programmierung der drei City-Info-Tafeln (2 auf der Herbesthaler Straße – vor Sanitherme und Garage Ohn- 1 in Kettenis – Aachenerstraße vor der Apotheke) mit den Veranstaltungshinweisen

Buchhaltung und Rechnungsstellung

Die Reservierungsdokumente und die Preisliste bezüglich der Bewerbung der verschiedenen Veranstaltungen sind im Internet abrufbar. Alle Infos : eupen.be/Stadtmarketing/City-Info-Tafeln

Tätigkeitsbericht 2016 des Rates für Stadtmarketing



Tafeln. Die Bewerbung einer kulturellen Veranstaltung auf den 3 Tafeln kostet 25€ pro Woche, die Bewerbung einer kommerziellen Veranstaltung 75€ pro Woche. In 2016 beliefen sich die Einnahmen auf knapp 2.000€.

14. Eupen lives Football

Im Zuge des ersten Aufstieges der AS Eupen 2010 in die höchste belgische Spielklasse, der I. Division hat der Rat für Stadtmarketing in Zusammenarbeit mit seinen Partnern (AS Eupen, Verkehrsverein, Eupener Karting Center, Hotel Bosten, Restaurant Visé, Restaurant Fine Food, Restaurant Meeting Point, IKOB) Angebote für hiesige und auswärtige Fußballfans entwickelt. Auch in 2016 bestand die Möglichkeit dieses Angebot zu buchen. Für 2017 ist eine komplette Überarbeitung der Seiten vorgesehen.

15. Eupen putzt sich heraus

Gemeinsam mit der Stadt Eupen hat der RSM am Samstag, dem 23. April den mittlerweile vierten Eupener Frühjahrsputz, unter dem Namen „Eupen putzt sich heraus“ organisiert. Dieser fand erneut parallel zur Aktion „Saubere Weser“ statt. So konnten Synergien in Sachen Bewerbung und Kommunikation geschaffen werden.

Am Freitag, dem 22. April waren die Schulkinder unterwegs und am Samstag war die gesamte Bevölkerung aufgerufen sich zu beteiligen, entweder beim Eupener Frühjahrsputz oder der Aktion „Saubere Weser“

„Eupen putzt sich Heraus“ durfte 43 Teilnehmer begrüßen, bei der Aktion „Saubere Weser“ waren es dies 65.

Auch in 2017 werden diese beiden Aktionen (Saubere Weser und Eupen putzt sich heraus) erneut parallel am Samstag, dem 25.03 für die gesamte Bevölkerung durchgeführt.

Am 24.03 sind die Schulkinder der Eupen-Ketteniser Primarschulen aufgerufen sich an der Aktion zu beteiligen. Die Aktion „Saubere Weser“ findet am 22. April statt.

16. City-App

In Zusammenarbeit mit dem Eupener Unternehmen Demetec hat der RSM eine City-App entwickelt, die den Wünschen und Anforderungen der Touristen und Besucher entsprechen. Bei der City-App handelt es sich um eine benutzerfreundliche Anwendung für Mobiltelefone (Handy's) und Smartphones. Nutzer eines Smartphones haben die Möglichkeit Informationen aus den Bereichen Aktuelles, Sehenswürdigkeiten, Spielplätze, Restaurants, Unterkünfte, Taxis,...benutzerfreundlich zu erhalten.

Ab einem jährlichen Preis von 125€ können die Eupener Geschäftsleute ihr Geschäft im Internet bewerben. (125€ pro Jahr für die Verlinkung mit der eigenen Internetseite, 200€ um zusätzliche eigene Fotos und Texte einzufügen, für 250€ pro Jahr kann man zusätzlich ein Video hinterlegen).

Der Horecabereich ist sehr gut abgedeckt. Trotz zahlreicher Kontaktaufnahmen tun sich die anderen Einzelhändler schwer, den Nutzen des Internets zu erkennen.

Die City App wird ebenfalls, für die die es wünschen, mit Eupen meets verlinkt werden. Dann kostet das Paket 150€ pro Jahr.

17. Werbung auf den städtischen Internetseiten

Tätigkeitsbericht 2016 des Rates für Stadtmarketing

Durch einen Beschluss des GK vom 04. Oktober 2010 hat der RSM die Vermarktung der städtischen Internetseiten (außer Startseite) übernommen.

Seit Dezember 2010 wird in Zusammenarbeit mit dem Grenz-Echo den lokalen und regionalen Unternehmen die Möglichkeit einer Poolbannerwerbung angeboten. Unternehmer, Geschäftsleute und Vereinigungen können eine jährliche Bannerwerbung in der Größe 170 x 65 Pixel (entspricht einer ungefähren Größe von 60 x 23 mm) zum Preise von 120€ schalten. Dieses Banner erscheint dann abwechselnd auf sämtlichen Seiten und Unterseiten der Bereiche Kultur, Tourismus und Freizeit sowie Wirtschaft. In Kombination mit einer Werbung auf den Internetseiten des Grenz-Echos beläuft sich die Summe auf 400€. Das Grenz-Echo fertigt die Banner fertigen an. Um diese Banner dann ins Netz zu stellen bedarf es der Freischaltung durch den Geschäftsführer des RSM.

18. Facebookpräsenz

Seit November 2011 ist der RSM auch auf Facebook vertreten. Wichtige Neuigkeiten und Informationen rund um den Rat für Stadtmarketing und seine Veranstaltungen werden regelmäßig gepostet.

Die Präsenz auf Facebook wurde eingerichtet, um vor allen Dingen junge und junggebliebene Menschen zu informieren. Ende Dezember 2016 hatten wir 894 likes, daß sind 314 mehr als zum selben Zeitpunkt 2015.

19. Facebookpräsenz „Einkaufen in Eupen – Einzelhändler posten ihre Angebote“

Im Mai 2013 hat der Rat für Stadtmarketing eine weitere Facebookpräsenz geschaltet „Einkaufen in Eupen – Eupener Einzelhändler posten ihre Produkte und Angebote“. Die an der Eupen Treuekarte teilnehmenden Geschäfte haben dort die Möglichkeit ihre Angebote im Netz zu präsentieren und so zusätzliche potenzielle Kunden auf ihre Angebote aufmerksam zu machen. Mehr und mehr Geschäftsleute nutzen die Möglichkeit dieser kostenlosen Werbung . Auch diese Seite erfreut sich wachsender Beliebtheit, zur Zeit 581 likes, dies sind 99 mehr als zum selben Zeitpunkt 2015.

20. Eupen Fair Trade Town

Eupen hat den Titel einer fair Trade Town in 2015 erhalten. Der RSM ist durch seinen Geschäftsführer in der Steuerungsgruppe vertreten und nimmt an den regelmäßigen Versammlungen teil.

C. Arbeitskreise

1. Arbeitskreis Wanderer

Tätigkeitsbericht 2016 des Rates für Stadtmarketing

Diesem Arbeitskreis gehören Vertreter folgender Vereinigungen und Gruppierungen an :

- Tourismusschöffe Stadt Eupen Michael Scholl
- Eifel Ardennen Verein : Hubert Keutgens
- Sektion Sonnentau Hans Ernst
- Stadtführer /Wanderführer Alfred Cormann
- Vertreter und Markierungsverantwortliche der GR : Horst Michels
- Private Wanderer Norbert Wetten, Roger Bollen
- Verkehrsverein Ewald Plumanns, Marion Decker
- Rat für Stadtmarketing Alfred Küchenberg, Walter Schneider, Alain Brock

Die Realisierung der Wanderung „Rund um Eupen“ wurde feierlich am Samstag, dem 19. März eingeweiht. Start und Ziel war der Temsepark, wo sich die Vereinigung „Unterstadt ein starkes Viertel“ um die Beköstigung der Wanderer, die die 17,5 lange Wanderung in Angriff genommen hatten, kümmerte.

Dieser Wanderweg bietet auf der festgelegten Route einen tiefen Einblick in Eupens Sehenswürdigkeiten : Wald, Wiesen, Wasser (Talsperre), alte und neue Industrie und Architektur.

Auch ist der Arbeitskreis in das Projekt „Wanderknotenpunkte“ der Tourismusagentur Ostbelgien eingebunden. Ausgehend von der Wanderung „Rund um Eupen“ wird im Norden der DG ein gemeindeübergreifendes Wanderwegnetz (nach dem Vorbild der Radknotenpunkte) angestrebt. Die verschiedenen Möglichkeiten der Anbindung und Verbindung mit den umliegenden Gemeinden wurden analysiert und durch Dany heck (TAO) in die Karten eingetragen.

2. Arbeitskreis Kultur

Vertreten in diesem Arbeitskreis sind die Kulturträger, die über eine feste Struktur verfügen und Personal beschäftigen :

- | | |
|---|---|
| Chudosnik Sunergia : | René Janssen |
| Kulturelles Komitee : | Albert Piel |
| Ostbelgien Festival : | Steven Gass – Hans Reul |
| Ikob | Thomas Küchenberg |
| Irene K. : | Alena Deckers |
| Sylvain Stiftung | Norbert Kreusch |
| Arbeitsgemeinschaft Karneval Eupen-Kettenis | Stephanie Plaire |
| RSM | Alfred Küchenberg, Brigitte Haag, Alain Brock |

Ziel des Arbeitskreises ist die Bündelung der Akteure mit gemeinsamen kulturellen Interessen, um sich auszutauschen, um nach Synergien zu suchen, um Probleme zu besprechen und um gegebenenfalls gemeinsame Aktionen zu definieren.

Die Treffen dieses Arbeitskreises finden alle 2 bis 3 Monate statt.

Der Arbeitskreis Kultur hat am Freitag, dem 21. Oktober zum sechsten Mal einen Kreativtag, erneut unter der Schirmherrschaft von Minister Oliver Paasch organisiert. Die Service Clubs Rotary Eupen – Malmedy und Kiwanis Eupen unterstützten erneut dieses Projekt. Der Rest des Budgets wurde durch den RSM getragen.

3. Arbeitskreis Tourismus

Auf Anregung von Ministerin Isabelle Weykmans hat der RSM einen Arbeitskreis Tourismus ins Leben gerufen. Es sind in diesem Arbeitskreis vertreten :

Tourismusschöffe Stadt Eupen	Michael Scholl
Regierung DG	Leo Kreins
Gemeinschaftszentren DGG	Werner Baumgarten
Horeca Bereich	Hubert Bosten
Verkehrsverein	Ewald Plumanns, Marion Decker
RSM	Alfred Küchenberg, Alain Brock

Nach wie vor ist das Projekt „Eupen meets“ in Bearbeitung

Zielsetzung ist die Positionierung Eupens als Seminar- und Tagungsstätte und die damit verbundene Ausarbeitung touristischer Konzepte unter Berücksichtigung und Einbeziehung der Be- und entstehenden Hotel- und Kongressinfrastruktur.

Eine gemeinsame Internetpräsenz unter dem Label „Eupens-Kelmis-Lontzen-Raeren meets“ u unter Einbeziehung der nördlichen Gemeinden der DG (Raeren, Kelmis und Lontzen) wurde im Oktober 2015 realisiert und ist seitdem on-line.

Die verschiedenen Horecabetriebe haben die Möglichkeit sich dort zu präsentieren. Ein weiterer wichtiger Bereich ist die Freizeitgestaltung. Den potentiellen Seminarausrichtern werden die verschiedene Bausteine (Infrastruktur, Übernachtungen, Catering, Freizeitgestaltung,...) vorgestellt und jeder kann sich sein Paket zusammenstellen.

Die Erarbeitung der Angebote wird durch die beiden RSM Mitarbeiterinnen Marion Decker und Brigitte Haag gewährleistet.

Allerdings gestaltet sich die Zusammenarbeit mit den anderen Gemeinden schwierig (Informationen Veranstaltung, Anwerbung von Horecabetreibern um sich auf dieser Seite zu präsentieren).

Ein hochwertiger Flyer wurde entworfen um unsere Region als Seminar und Tagesstätte zu promoten.

Dieser Markt ist sehr umkämpft.

4. Arbeitskreis Wirtschaft

Der Arbeitskreis Wirtschaft wurde Ende 2012 eingesetzt.

Zusammensetzung :

Schöffe Mittelstand :	Michael Scholl
Schöffe Einzelhandel :	Arthur Genten
Wirtschaftsförderungsgesellschaft	Nathalie Klinkenberg, Yannick Grosch
Wirtschafts & Sozialrat	Patrick Meyer
Anikos	Dany Havenith
Juniorenkammer	Thomas Baguette
Vertreter Unternehmen	Wilfried Lennertz

Nach wie vor liegt der Schwerpunkt des Arbeitskreises auf der Bekämpfung des Leerstandes. Die Stiftung Streetwise aus Heerlen hat ihr Projekt der Arbeitsgruppe vorgestellt. Dort sind zwei Personen aktiv im Kampf gegen Leerstand. Sie fungieren als Mittelsmänner zwischen Eigentümern und potenziellen Mieter. Sie begleiten aber auch die Interessenten zu Bank-,

Notar-, und Buchhaltungsterminen. Zur Zeit wird die Möglichkeit analysiert auch solch ein Projekt in Eupen aufzubauen.