

Fürth „Baustellenmarketing“

Preisträger 2006 in der Kategorie Stadtgröße ab 100.000 EW

Ausgangssituation

Auf einer Länge von 670 Metern wurde die gesamte Fußgängerzone der Stadt Fürth im Jahr 2006 erneuert. Um die damit verbundenen Negativerscheinungen zu mildern, wurde vom Stadtmarketingverein Vision Fürth e.V. ein intensives Baustellenmarketing durchgeführt.

Stadt Fürth
www.fuerth.de

Region: Mittelfranken
Einwohner: 114.628

Projektbeschreibung

Mit der Kampagne „Betreten der Baustelle erwünscht“ wurde ein umfangreiches Begleitprogramm zum Umbau der Fußgängerzone initiiert. Folgende Maßnahmen waren Teil des Projektes:

- ▶ Einführung der Symbolfigur „Buddel“ auf Großtransparenzen, selbstklebenden Türschildern und als Stofftier
- ▶ Eröffnung der Baustelle mit einer Baustellenparty
- ▶ Einführung Stadtzeitungsrubrik „Neues vom Buddel“ mit Baustellencomic, zweiwöchentliche Fortsetzung mit Auflistung der Aktivitäten von Stadtmarketingverein und Einzelhändlern
- ▶ Verschenk-Aktionen Parkscheine und Karten des Nahverkehrsverbundes; kostenloses Parken am Samstag ab 12:00 Uhr
- ▶ Anzeigenkampagne in den regionalen Tageszeitungen
- ▶ Einführung eines Baustellenrabattes bei Anzeigenschaltung durch den Einzelhandel in der Stadtzeitung
- ▶ Installation einer Webcam zur Ansicht der Fortschritte beim Umbau
- ▶ Aufbau einer Aussichtsplattform in der Fußgängerzone
- ▶ Integration der Symbolfigur und Ausweitung der Aktivitäten auf die Fußgängerzone bei bestehenden Veranstaltungen: Stadtfest, New Orleans Festival, Fürth Lauf, Bayerischer Tag



- ▶ Aktion „Pflastermalereien“ in der gesamten Fußgängerzone
- ▶ Aktion „Erinnerung“: Positionierung von Erinnerungsstücken unter das neue Pflaster (Photos, Texte, etc.)
- ▶ Aktion „Stadt der Kinder“: Errichtung einer kompletten Spiel-Baustelle mit Büro, Bauzäunen, etc.
- ▶ Aktion „Sandberg“: Zur Michaeliskirchweih Möglichkeit zur „Kärwa-Taler-Suche“ (Der Kärwa-Taler ist ein Zahlungsmittel während der Michaliskirchweih, welche 90 Cent kostet, aber den Wert von einem Euro hat und bei den Fahrgeschäften sowie entsprechend gekennzeichneten Geschäften der Innenstadt eingelöst werden kann.)

Kosten - Finanzierung

Kosten der Imagewerbung (Gesamtkosten 100.000 Euro):

- ▶ Einführung der „Buddelfigur“ 20.000 Euro
- ▶ Stadtzeitungsrubrik 3.000 Euro
- ▶ Anzeigenkampagne 20.000 Euro
- ▶ Webcam 3.000 Euro
- ▶ Baustelleneröffnung 1.500 Euro
- ▶ Aktivitäten Mai – Oktober 45.000 Euro
- ▶ Ganzjährige Aktivitäten 7.500 Euro



Wichtigste Effekte

- ▶ Durch Werbung und regelmäßige Veranstaltungen Sicherstellung einer gleichbleibend hohen Freqüentierung während der Baumaßnahmen
- ▶ Schaffung eines funktionierendes Netzwerkes durch die Kooperation zahlreicher Akteure
- ▶ Steigerung der Bekanntheit als Einkaufsstadt durch breite Streuung der Werbemaßnahmen

Fortführung

Mit Beendigung der Bauarbeiten ist das Projekt abgeschlossen.

Besonders hervorzuheben:

- Regelmäßige positive mediale Berichterstattung
- Umfassendes Begleitprogramm
- Schaffung eines Netzwerkes, dass bei weiteren Stadtmarketingprojekten zum Einsatz kommt

Kontakt:

Stadtmarketingverein Vision Fürth e.V.
City-Manager Thomas Schier
Bahnhofplatz 2
90762 Fürth
Tel.: 0911 9794670
E-mail: info@vision-fuerth.de
www.vision-fuerth.de