



StadtMarketing Obernburg

Marketing-Leitbild &
Handlungsempfehlungen





Marketing-Leitbild ***Obernburg am Main***

Stand: Juli 2017

Obernburg hat Charakter. Wir bieten Qualität.



Leitbild

Ist:

Obernburg am Main ist die Kleinstadt am bayerischen Untermain mit **römischer und mittelalterlicher Geschichte**.

Die Zeugnisse der römischen Epoche sind in ihrer Quantität und Qualität von herausragender Bedeutung.

Die mittelalterliche Altstadt mit ihren Türmen und Toren prägt das Stadtbild. Wir sind stolz auf unsere Geschichte.

Soll:

Wir streben für die Zukunft an, sowohl die sichtbare mittelalterliche wie auch die römische Vergangenheit und Zeugnisse anderer Epochen einem breiten Publikum zu präsentieren und **vor allem besser erlebbar zu machen**.

Dazu sollen sowohl bauliche Maßnahmen durchgeführt wie auch neue Dienstleistungsangebote entwickelt werden.



Leitbild

Ist:

Obernburg am Main verfügt für die Größe der Stadt über ein **beeindruckendes** ehrenamtlich geprägtes **kulturelles Angebot** – von Vereinen, über die Musikschule, bis zur überregional bekannten Kleinkunsthöhle Kochsmühle.

Soll:

Dieses Angebot gilt es in Zukunft weiter auszubauen und einem breiten Publikum **noch bekannter und zugänglicher** zu machen.

Hierzu gehören die saisonale Erweiterung des Angebotes und die Schaffung neuer Spielstätten im Freien.



Leitbild

Ist:

Obernburg am Main verfügt über ein vielfältiges und gutes Angebot an **Gastronomie und Hotellerie.**

Soll:

Für die Zukunft sind Qualität und Quantität zu erhalten und gezielt, **unter Einbeziehung der Mainauen und in Verbindung mit touristischen Aktivitäten,** weiter zu **entwickeln.**

Die heimatgeschichtlichen Themen (Römer, Mittelalter, Apfel, Mirabellen) sollen (kulinarisch) stärker aufgegriffen werden.



Leitbild

Ist:

Obernburg am Main hat ein weitreichendes Angebot an **Einzelhandelsbetrieben und Dienstleistern** – kleine Fachgeschäfte im historischen Stadtkern, Hauptsitze von Banken und ein großes Möbelhaus am Stadteingang.

Soll:

Angesichts der Größe unserer Stadt sowie der allgemeinen Entwicklung, insbesondere des Einzelhandels und der Gesundheitsversorgung, ist für die Zukunft die **Erhaltung und Qualitätsentwicklung** dieses Angebots das prioritäre Ziel.

Bei der Weiterentwicklung des Einzelhandels- und Dienstleistungsangebotes inklusive Schaubetrieben (Kunsthandwerk, Musik, Kultur, Kunstatelier, etc.) steht **Qualität vor Quantität**.



Leitbild

Ist:

Mitten in der Region Bayerischer Untermain zwischen Spessart und Odenwald gelegen, bietet Obernburg am Main ein **echtes Zentrum mit lebendiger Altstadt**, das über die tägliche Versorgung und Arbeit hinaus zum Bummeln und Genießen einlädt.

Soll:

Diesen Schatz gilt es durch die aktive Verknüpfung von historisch-kulturellem Ambiente, ehrenamtlichem Engagement und ausgewogener Angebotsstruktur mit herausragender Servicequalität zu heben.

Durch die Verknüpfung der Aktivitäten in den verschiedenen Bereichen – Handel/Gewerbe, Hotels/Gaststätten, Kultur/Geschichte – und Veranstaltungen werden **Angebote für Bürger, Gäste und Touristen** geschaffen.

Veranstaltungen sind ein wesentliches Instrument, um die verschiedenen Themen und Zielgruppen zu adressieren.

Beim **Tourismus** spielen die Themen Wandern und Radfahren mit Genuss eine besondere Rolle.



Leitbild

Ist:

Obernburg am Main vereint die ehemalige Kreisstadt (mit überörtlichen Behörden und Schulen) und die frühere Gemeinde Eisenbach zu dem **Standort** am bayerischen Untermain, der **Wohnen, Arbeiten, Einkaufen, Freizeit und Erholung** mit Qualität vereint - für Familien, Paare und Singles jeden Alters.

Wir sind stolz auf den Mix aus kleinen, mittleren und großen Unternehmen.

Soll:

In Zukunft gilt es, die **Standortqualitäten** bewusster zu machen und aktiver zu vermarkten.



Leitbild

Soll:

Bei allen Maßnahmen sind das **Image** und die „**Stimmung**“ in Obernburg mit seinem Stadtteil Eisenbach entscheidende Erfolgsfaktoren.

Eine **enge Zusammenarbeit** zwischen den Akteuren – Gewerbe, Vereine, Bürger, Stadtverwaltung und Stadtrat – ist der entscheidende Schlüssel, um die Zukunft in Obernburg erfolgreich zu gestalten. Dabei wollen wir Gutes bewahren und neue Wege wagen.



Gut miteinander handeln.

Zielklarheit !?



© Dipl.-Ing. Brigitte Seibold Prozessbilder www.prozessbilder.de



Gut miteinander reden.



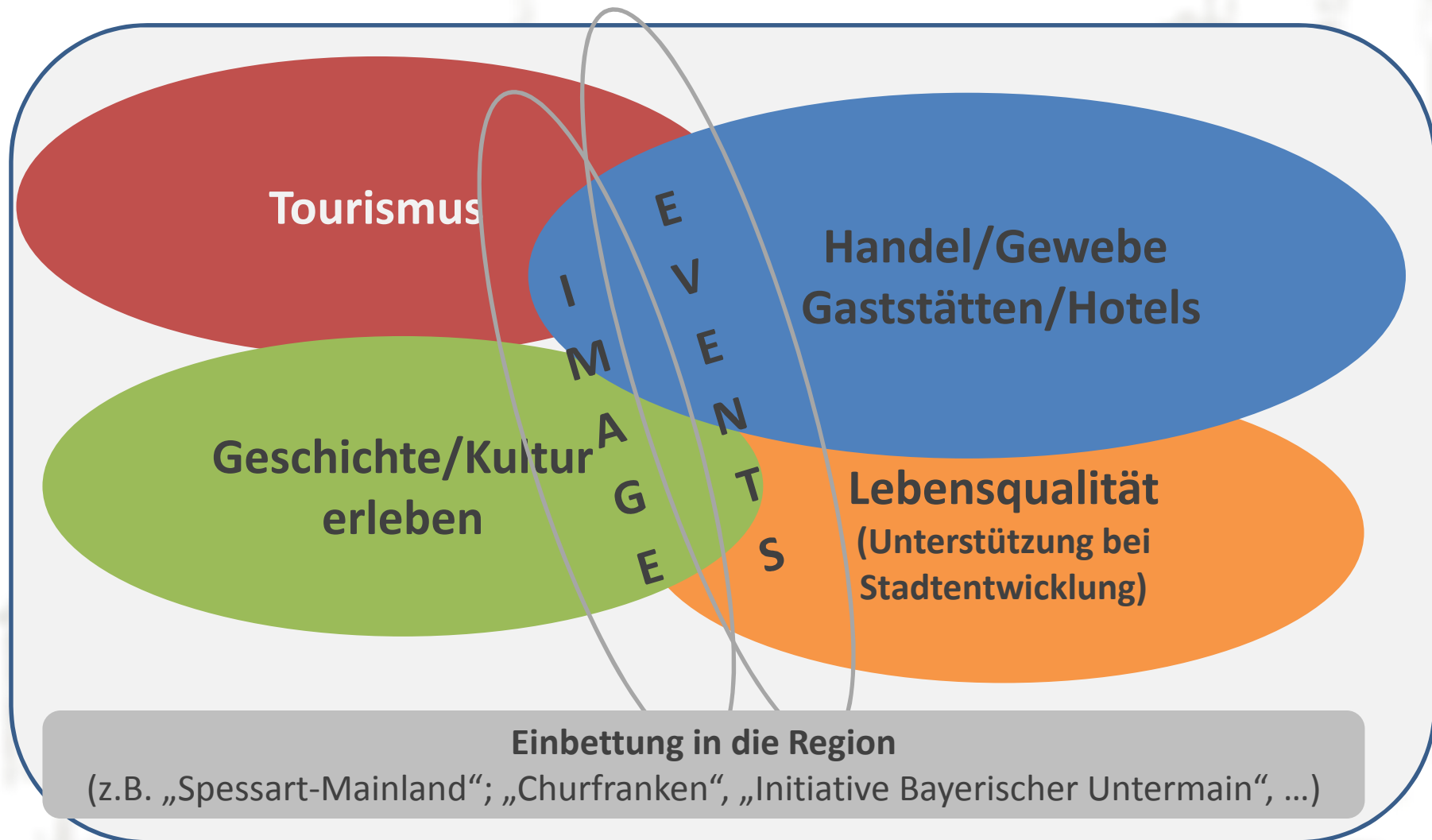


Handlungsempfehlungen

Stand: Juli 2017



Handlungsfelder





Maßnahmen



Woher kommen die Vorschläge?

- ✓ **Stadtentwicklungskonzept**
- ✓ **Projektgruppe Stadtmarketing**
- ✓ **Öffentliche Auftaktveranstaltung 2015**
- ✓ **Fachliche Einschätzung der AG Marketingkonzept**
- ✓ **Vorschläge der Vereinsgremien**



Image

Maßnahmen	Wichtigkeit	Zeitliche Dringlichkeit	Summe
Corporate Identity Corporate Design - z.B. Logo/Slogan - möglichst alle Akteure überzeugen, dies einzubeziehen/anzuwenden	9	9	18
Image-Maßnahmen - Fortsetzung und Ausweitung von Maßnahmen, z.B. main.tv Geschichten aus der Heimat, Dominik Klein-Trikot, Faschingswagen, ...	9	9	18
Identifikationsfigur - z.B. „Römi“ wie „Ötzi“ in Bozen oder eine Weinkönigin etc.	8	3	11
Neue Hinweisschilder - z.B. weinrot	7	4	11
Infoschilder an der B 469 - ähnlich braune Schilder an Autobahnen	7	3	10

Handel, Dienstleistung, Gaststätten/ Hotels



Maßnahmen	Wichtigkeit	Zeitliche Dringlichkeit	Summe
Innenentwicklungsmanagement gegen Laden-Leerstand - insbesondere in der Römerstraße durch Anwerbung neuer Handels- und Dienstleistungsbetriebe - mit besonderem Fokus auf Bekleidung, Freizeit	9	9	18
Verknüpfung von stationärem Handel und Online-Auftritt - Digitale Präsenz und Service-Leistungen - gemeinsame Information und Werbung	9	9	18
Kooperation Einzelhandel, Gastronomie, Kultur und weitere - z.B. Ak Kul-Tour e.V., Musikschule - Bsp. Römersommer, Weihnachtsaktion/Mainbogen	9	9	18
Einheitlich Rahmen-Öffnungszeiten - z.B. samstags 9 - 13 Uhr, - bei Gastronomie verlässlich, z.B. warme Küche bis 22 Uhr	8	8	16



Handel, Dienstleistung, Gaststätten/ Hotels

Maßnahmen	Wichtigkeit	Zeitliche Dringlichkeit	Summe
Parkordnung - Gebühren hinterfragen > Anreize schaffen			
Schulung, Beratung von Handel und Gastronomie - Service, Ladengestaltung, etc., z.B. von RID-Stiftung	8	6	14
Zustand/Pflege Römerstraße - Sauberkeit der Römerstraße - Veraltete Schilder (Läden, Hinweisschilder) entfernen - Blumenschmuck, Bänke, ...	6	7	13
Kooperation mit Mainbogen e.V.	7	6	13
Außergastronomie - Römerstraße, Mainstraße anregen/ermöglichen	8	4	12
Gastronomie Mainanlagen anregen/ermöglichen	6	6	12



Handel, Dienstleistung, Gaststätten/ Hotels

Maßnahmen	Wichtigkeit	Zeitliche Dringlichkeit	Summe
Kulinarische Ereignisse in diesen Straßen anregen/ermöglichen (weiße Tafel, Röm. Gastmahl)	6	5	11
Eisenbach - Unterstützung der bestehenden Gastronomie, Bäckerei und Metzgerei	8	3	11
Wochenmarkt - 1. sichern und besser vermarkten (z.B. Banner am Oberen Tor) - 2. erweitern, zusätzliche Fläche bereitstellen, z.B. mit regionalen Produkten, durch Sonderevents/Festcharakter, z.B. 1. Fr. im Monat	5	5	10
Einheitliche Gestaltung, vor allem Römerstraße - i.S. von Gestaltungsleitlinien, z.B. Kundenstopper, Pflanzkästen, etc. - Beratung bei der Umsetzung	5	3	8



Geschichte/ Kultur

Maßnahmen	Wichtigkeit	Zeitliche Dringlichkeit	Summe
Veranstaltungen in den Mainanlagen - Voraussetzungen/Infrastruktur schaffen wie Strom, Wasser, Platz, mobile Bühne - z.B. „Oberburger Kultursommer“ unter Einbeziehung von AK Kul-Tour e.V. und Gastronomie	9	7	16
Türme und Tore - zugänglich machen*, inszenieren, erlebbar machen - mittel-/langfristig Jahr für Jahr 1 Turm, starten mit Almosenturm als Wahrzeichen	9	6	15
Römermuseum – neues Besuchskonzept - Audio-Guide, etc.	9	4	13
Römermuseum – neues Museumskonzept - z.B. vergrößern, „Stadt als Museum“	9	3	12

* als **Sofortmaßnahme** Begehrbarkeit im bisherigen Umfang wiederherstellen



Gäste/ Tourismus

Maßnahmen	Wichtigkeit	Zeitliche Dringlichkeit	Summe
Erlebnisgästeführer - ausbilden und anbieten; - regelmäßige historische Führungen (Sommersaison)	9	9	18
Wander- und Radtouristen - Obernburger Stern - gezielt bewerben, Infrastruktur bieten, z.B. E-Bike-Ladestation, StoppOmat - attraktives spezielles Angebot der Hotels und Gaststätten für Radfahrer mit Zertifizierung Bett & Bike und Bike & Rast	9	8	17
Beteiligung am Online-Buchungssystem	9	8	17
Information zum gesamten Angebot im Internet	8	7	15
„Tourist-Info“ - Flexible Lösung, z.B. Point? „Tourist-Info-in-Shop“? an der Polizei?	8	7	15
Selbstgeführter Stadtrundgang	7	7	14
Kooperation mit Spessart-Mainland, Churfranken, Räuberland	7	6	13
Kulinarische Angebote mit Bezug zur Geschichte	9	4	13
Gestalterische Anbindung Bahnhof und Mainanlagen/Radweg	8	4	12



Lebensqualität

(Unterstützung bei
Stadtentwicklung)

Maßnahmen	Wichtigkeit	Zeitliche Dringlichkeit	Summe
Marketing für Bauinteressenten - z.B. Internetauftritt der Stadt, lokale Immobilienbörse	8	7	15
Nahversorgung in der Altstadt (Lebensmittel)	9	3	12
Service: Versorgung/Mobilität - von nicht selbständig Mobilen in Kooperation mit Handel und Dienstleistung	7	5	11



Top 10 - wichtig und dringlich

Corporate Identity | Corporate Design

Image-Maßnahmen

Innenentwicklungsmanagement gegen Laden-Leerstand

Verknüpfung von stationärem Handel und Online-Auftritt

Kooperation Einzelhandel, Gastronomie und weitere

Veranstaltungen in den Mainanlagen

Einheitliche Rahmen-Öffnungszeiten

Erlebnisgästeführer

Gezielt Wander- und Radtouristen bewerben und Infrastruktur bieten

Beteiligung am Online-Buchungssystem




**Stadt
Obernburg**



Matthias Kraus
 Stadtmarketing

Römerstraße 62-64
 63785 Obernburg
 ☎ 0 60 22 - 61 91 20

matthias.kraus@obernburg.de • www.obernburg.de