



Stadtteilmarketing Hemelingen

0. Gliederung:

1. Hintergrund
2. Meilensteine
3. Struktur
4. Entwicklung Finanzen
5. Ziele
6. Projekte
7. Geförderte Projekte
8. Zukunft

1. Hintergrund

- 1997: Festlegung als Sanierungsgebiet
 - Auswahl zur Förderung im Rahmen des Ziel-2-Programms (Städtische Problemgebiete) der Europäischen Union über Senator für Bau
- 2002: Erstellung eines Handlungsgutachtens / Leitfadens für ein Stadtteilmarketing
- 2003 Einrichtung des Stadtteilmarketings
- Projektträger: GEWOBA AG

2. Meilensteine

Seit 2007

- Wir Hemelinger e.V. ist Träger des Stadtteilmarketings

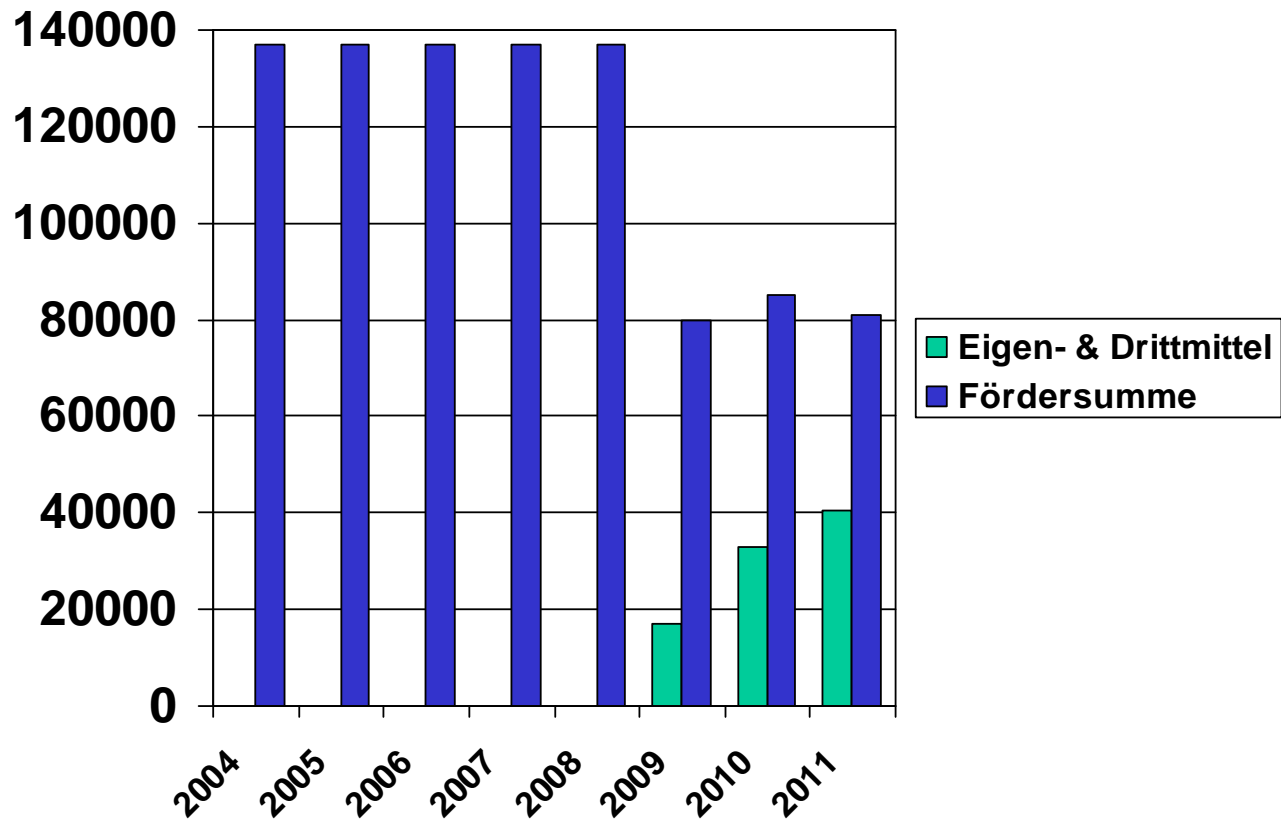
Seit 2009

- Finanzierung über EFRE über Senator für Wirtschaft
- Verringerung der Fördersumme
- Ausweitung des Wirkungsgebietes auf den gesamten Stadtteil

3. Struktur:



4. Entwicklung Finanzen:



5. Ziele:

- Aufwertung des Images
- Förderung des Zusammenhalts und des Wir-Gefühls
- Integration des lokalen (Groß-)Gewerbes / Förderung Einzelhandel
- Entwicklung lebendiger Zentren für Hemelingen

6. Schlüsselprojekte: Hemelinger Gewerbeschau

- Seit 2004 jährlich
 - Präsentation von Einzelhandel und Vereinen
 - Besucher: bis zu 5.000
- Ziele: Förderung Zusammenhalt, Image und EH
- Ergebnisse: Ständig steigende Ausstellerzahl, konstante Besucherzahlen, seit 2010 Aussteller aus allen 5 Ortsteilen
- Partner: Wir Hemelinger e.V., Vereine, Einzelhandel, Beirat
- Finanzierung: Standmiete, SMH, Sponsoring



6. Schlüsselprojekte: Hemelinger Jahresplaner

- Information über Veranstaltungen im Stadtteil
 - Vertrieb über Einzelhandel und Hemelinger Institutionen
 - Anzeigenwerbung
- Ziele: Förderung EH, Zusammenhalt, Image
- Ergebnisse: 5.000 Stück schnell vergriffen, begehrte Anzeigenplätze, Vorteil beim Einkauf vor Ort
- Partner: Werbegemeinschaften, Vereine
- Finanzierung: SMH, Anzeigenwerbung, Sponsoring



6. Schlüsselprojekte: Stadtteil-Stiftung

- Gründung in 2010 (mit 50.000 Euro)
 - Inzwischen Kapital über 100.000 Euro
-
- Ziel: soziale, kulturell Projekte in Hemelingen selbständig zur finanziellen Förderung durch Stadt, Land oder Kommunen umzusetzen
 - Außerdem: Förderung des Miteinanders und Integration des Großgewerbes
 - Ergebnisse: Förderpreis Soziale Stadt, Gründung in nur 2 Jahren, erste Projektförderungen, starkes Netzwerk für den Stadtteil
 - Partner: WiN, Beirat, ASB, Großgewerbe
 - Finanzierung: Förderpreis, WiN/Soziale Stadt, Zustiftungen + Spenden



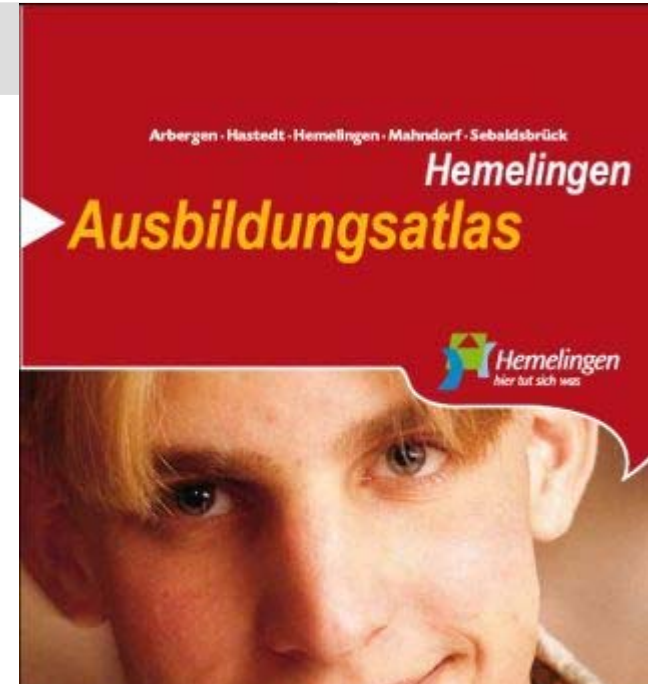
6. Schlüsselprojekte: Bürgerbrunch

- Knapp 100 Bierzeltgarnituren vermietet
 - Zahlreiche Besucher
- Ziel: Menschen im Stadtteil bei einer für Bremen einzigartigen Veranstaltung zusammenbringen, Förderung der Stadtteil-Stiftung.
- Ergebnisse: s.o. + ausführliche Presseberichte
- Partner: WiN, Beirat, ASB uvm.
- Finanzierung: Globalmittel, Sponsoring, SMH



6. Schlüsselprojekte: Thema Ausbildung

- Firmen und Bürger sollen voneinander profitieren
 - Orientierungshilfe für Jugendliche
 - 2010: Herausgabe „Ausbildungsatlas“
 - 2011: eigene Messe auf Gewerbeschau
 - 2012: Veranstaltung „praktisch“ (18.10.12)
- Ziele: Jugendliche bei Orientierung unterstützen, Integration Großgewerbe
- Ergebnisse: Thema wird stark nachgefragt
- Partner: Ausbildungsbetriebe, Kammern, WiN, Stadtteil-Stiftung, BWU, Job4u
- Finanzierung: Imagekampagne, SMH, WiN



6. Schlüsselprojekte: Tombola

- Werbemöglichkeit für Einzelhandel
 - Symbolisierung der Zusammengehörigkeit
 - Kundenbindung über Gewinnchance
 - Nachfolge von Gutscheineheft
- Ziele: Förderung EH
- Ergebnisse: 600 Teilnehmer bei 1. Durchlauf
- Partner: Werbegemeinschaften, weitere KMU
- Finanzierung: SMH, Gewerbetreibende, Sponsoring



HEMELINGEN *hat was!*
Kleben Sie mit!

Hemelingen schickt Sie in die Ferne



Hauptpreis:
**Ein TUI Deutschland
Reisegutschein über 1.500 Euro**
einzulösen beim Hapag-Lloyd Reisebüro in Sebaldsbrück
und weitere tolle Sachpreise!

SCHOLZ
DRUCK & VERLAG

**WIR
HEMELINGER E.K.**
Hemelingen ... hat was!

Hapag-Lloyd
Reisebüro
Hapag-Lloyd ... hat was!

Bis zum 29. August 2012 - Punkte kleben und gewinnen!

6. Schlüsselprojekte: Briefmarken

- Vertrieb über Einzelhandel
 - Nutzung für Geschäftspost
- Ziel: Förderung Image, Einzelhandel
- Ergebnisse: schnell vergriffen, große Nachfrage
- Partner: Werbegemeinschaften, Vereine
- Finanzierung: SMH, Vertriebspartner bzw. Käufer

*Hemelingen grüßt
den Rest der Welt.*

Mit Sonderbriefmarken aus Arbergen, Hastedt, Hemelingen,
Mahndorf und Sebaldsbrück.



Motiv 1: Das Herrenhaus in Sebaldsbrück



Motiv 2: Die Arberger Mühle



Motiv 3: Das Hemelinger Rathaus



Motiv 4: Das Mahndorfer Bürgerhaus



Motiv 5: Das Weserwehr



6. Weitere Projekte Stadtteilmarketing:

Bereich Öffentlichkeitsarbeit

- Stadtteil-Fahnenmasten (ab. 12. Juli Projekt „Kunst-Fahnen“)
- Stadtteil-Zeitung „Hemelingen Journal“ (vorher „neue Zeiten“)
- Sonderseite in Kooperation mit dem Weser-Kurier
- Internet-Auftritt mit Branchenbuch
- Stadtteil-Taschen
- Osteraktion (mit Hemelinger Happen)
- Sterne zählen mit „Wir Hemelinger e.V.“



7. Geförderte Projekte:

Seit 2009:

- Arbergen: Fest der Vereine, Jubiläum Rottkuhle und Schule Arbergen
- Hastedt: Aktivitäten der IG Hastedt (Ostern, Nikolaus, Hastedt blüht auf)
- Hemelingen: Hemelinger Markt
- Mahndorf: Bremer Badewannenregatta
- Sebaldsbrück: Sommerfest Schlossparkbad

Davor:

- Z.B. Sommerfest Bürgerhaus, Lichterfest, Kunst-Kalender, Laternenumzug, Interkulturelle Woche

8. Zukunft

Bis einschl. 12/2012:

- Förderung über EFRE

Bis September 2012

- Beschluss der Deputation für Wirtschaft und Häfen (2011): Maßnahmen sollen bzgl. ihrer wirtschaftsstrukturellen Wirkungen evaluiert werden. Evaluationsbericht soll bis September 2012 vorliegen.

26. September 2012

- Deputation für Wirtschaft, Arbeit und Häfen stimmt über weitere Finanzierung ab.

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!