

1. ALLGEMEINE ZIELSETZUNG

Ein zentrales Erfolgskriterium für Stadtmarketing-Aktivitäten liegt in der Stärkung des Innenstadtbereiches durch eine signifikante Erhöhung der Besucherzahlen- und frequenzen. Entsprechende Maßnahmen in Form attraktiver Innenstadtereignisse zielen auf die Sicherung von Wettbewerbsfähigkeit innerhalb des interkommunalen Konkurrenzkampfes um Besucher und Kunden ab.

Diese Strategie setzt einen hohen Erlebniswert der Innenstädte voraus. Zwar sind der Einzel- und Filialhandel sowie Dienstleistungsangebote in der Kamener Innenstadt dominierende Wirtschaftszweige und prägende Merkmale, sie bieten jedoch vor dem Hintergrund einer erlebnisorientierten Freizeitgestaltung keine alleinige Grundlage für eine wettbewerbsfähige City. Ein Stadtfest sollte daher zwei Basisfunktionen erfüllen:

■ Externe Orientierung:

Maßnahme zur zielgruppenorientierten

Attraktivierung des Innenstadtstandortes durch eine „medialisierte Fernwirkung“ sowie zum Erhalt und zu Förderung der Funktionsbereiche Handel, Kultur und Freizeit.

■ Interne Orientierung:

Maßnahme zur Herstellung von

Kommunikation zwischen innerstädtisch agierenden Akteuren sowie zur Stärkung der Identifikation der Bürger mit ihrer Innenstadt.

Die Durchführung von Stadtfesten sollte auf die inszenierte Verbreitung eines positiven, mit lokalen Besonderheiten ausgestatteten Images abzielen (Leitbild).

Zur Herstellung von Attraktivität sollte man sich der Dekoration der Innenstadt bedienen, insbesondere innovativer und kundenorientierter Serviceleistungen in Form von eigens konzipierten Projekten.

So geschehen bei der Organisation des Brunnenfestes (Dekoration des Alten Marktplatzes). Die Resonanz auf die Veranstaltung war in den Zeitungen sehr gut („beliebtestes Fest der Kamener Bevölkerung“). Ferner wird regelmäßig die Bahnhofstraße in Kamen von der gleichnamigen Aktionsgemeinschaft der dortigen Händler und Geschäftsinhaber durch Eigeninitiative z.B. vor Ostern und Weihnachten attraktiviert. Für das Altstadtfest gab es auch bereits besondere Serviceleistungen: Bustransfere über den normalen Fahrplan hinaus und eine Fahrradwacht.

Projekte wie ein Stadtfest bedürfen einer klaren Benennung von Zielen und sind geeignet, stadtpolitische Handlungsfähigkeit und Dynamik zu demonstrieren sowie Akteure zur Kooperation zu mobilisieren.

Der projektbezogene Kennlernprozeß zwischen Trägern gemeinsamer Interessen kann Basis für eine dauerhafte Umsetzung neuer Ideen und Entwicklung von Innovationen im Stadtgebiet sein.

Ein wesentliches Ziel der konzeptionellen Arbeit liegt in der kritischen Überprüfung der bestehenden Veranstaltung sowie in der Erhöhung der Kooperationsbereitschaft und -intensität zwischen den möglichen Beteiligten.

Die Innenwirkung eines Stadtfestes in Kamen definiert sich auch als eine Maßnahme, die zu einer gesteigerten Identifikation der Bürger mit ihrer Stadt führen kann.

2. SITUATION IN KAMEN

Die Veranstalter sehen sich aufgrund gestiegener Erwartungen an Veranstaltungskonzepten und nach Ereignissen mit unterhaltsamen Charakter erhöhtem Leistungsdruck ausgesetzt.

Mit den gestiegenen Erwartungen geht die Vermutung einher, daß durch das Ausbleiben innovativer Ergänzungen und zeitgemäßer Konzeptanpassungen ein Attraktivitätsverlust bei langjährig nach gleichem Schema abgelaufenen Veranstaltungen („Traditionsveranstaltungen“) einstellt.

Einer zielgerichteten Imagepolitik ist es nicht förderlich, wenn zuviel auf Quantität und zuwenig auf Qualität der Veranstaltung gesetzt wird (Trödelmarkt- und Biertheckenimage). Qualitativ niederrangige Festivitäten tragen nicht mehr dazu bei, Identifikationsmöglichkeiten zu bieten, da sie auf Grund ihrer relativen Austauschbarkeit wenig geeignet sind, lokale Besonderheiten hervorzuheben bzw. diese öffentlichkeitswirksam zu verkaufen.

3. ZIELSETZUNG (ALT)STADTFEST KAMEN

Ein Veranstaltungskonzept für ein STADTFEST in Kamen muß sicher finanzierbar sein. Daher scheidet -vor dem Hintergrund der aktuellen Haushaltslage der Stadt Kamen- eine städtische Eigenfinanzierung aus. Eine Kooperation mit professionellen Veranstaltungsagenturen ist weiterhin erforderlich.

Es ist notwendig, das Image der Stadt Kamen mit Hilfe neuer Elemente neu zu positionieren. Dazu müßten kamenspezifische Assoziationen (regionale Besonderheiten, Technologie- und Gründerzentrum, Gewerbe und Einzelhandel, Dienstleistungsunternehmen, Wirtvereine, HVV und die Vielfältigkeit des Kultur- und Vereinslebens) sowohl von städtischen als auch

von privaten Initiativen herausgearbeitet und öffentlichkeitswirksam nach außen getragen werden.

Die Beteiligung unserer ausländischen Bevölkerungsgruppen sollte angestrebt werden genauso wie die Partnerschaftsbeziehungen von Kamen zu den Partnerstädten in geeigneter Weise Raum finden sollten.

In diesem Zusammenhang ist auf den Auftrag der PROJEKTGRUPPE STADTMARKETING hinzuweisen, die zur Zeit an einem Leitbild für Kamen arbeitet.

Mit Blick auf die mögliche Zielsetzung, Kamen als Einkaufsstadt auch für auswärtige Kunden interessant zu machen, sollte das ALTSTADTFEST auch eine zusätzliche Verkaufsöffnung (Sonntagsöffnung oder Verlängerung der Samstagzeiten) ermöglichen. Hierdurch können Besucher und Kunden aus dem Umland sowie die Stammkundschaft angesprochen werden. Damit es nicht zu einer Ausweitung der für Kamen beschlossenen zwei verkaufsoffenen Sonntage kommt, schlagen wir vor, in diesem Fall den verkaufsoffenen Sonntag der Frühjahrskirmes auf den Sonntag des ALTSTADTFESTES zu verlegen.

Neben den finanziellen Auswirkungen eines STADTFESTES ist auch die Absicht, Unterhaltung, Spaß und Genuß mit dem neuen Image unserer Stadt zu verbinden, zu verfolgen.

Die Einbindung von Kamener Vereinen, Verbänden und Initiativen etc. ist von Vorteil: Sie öffnen sich für ein breites Publikum, machen ihre Arbeit nicht nur bei den Kamener Bürgern sondern auch bei Externen bekannt.

Die Vorgabe eines Mottos oder einer Leitlinie sollte -wie in früheren Jahren- wieder aufgegriffen werden.

Die räumliche Ausdehnung der bisherigen Veranstaltung ist unzureichend und sollte ausgedehnt werden. Ebenso vermittelt das Warenangebot der letzten Feste den Eindruck eines Trödelmarktes. Mehr hochwertige Ware und hin zu Artikeln, die als Neuheiten oder Kuriositäten angesehen werden, sollte angestrebt werden.

Wir können uns bei der Konzeption zukünftiger ALTSTADTFESTE durchaus eine Zweiteilung vorstellen: Die Nachmittage sollten zielgruppenorientiert gestaltet sein, während die Abendveranstaltungen eher für die breite Besucherströme organisiert werden sollten. Damit könnte auch eine größere Programmvielfalt erreicht werden.

Es sollte Ziel sein, alle Gastronomen im Veranstaltungsraum am Fest zu beteiligen. Allerdings dürfen die Speisen- und Getränkeanbieter nicht mit dermaßen hohen Gebühren belegt werden, daß eine Beteiligung zu risikoreich und unattraktiv wird.

Nicht nur das Ordnungsamt der Stadt, sondern auch das Kulturamt muß wieder personelle Unterstützung (Koordinationsaufgaben) leisten.

Die Suche von Sponsoren für das Fest kann die Finanzierung der Veranstaltung erleichtern.

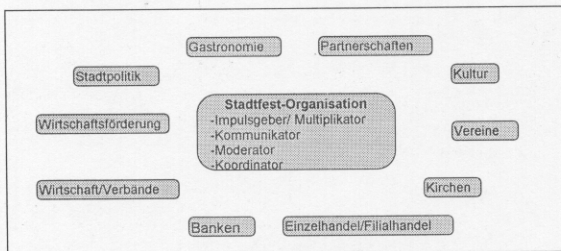
Wegen der Komplexität der Anforderungen an die Konzeption und deren Umsetzung ist ein möglichst langer Zeitraum für die Planung und Einbeziehung der verschiedenen Interessengruppen zu wählen.

Daher erscheint es sinnvoll, bereits während des Jahres 2000 einen entsprechenden Konzeptionsbeschluß für die zukünftigen ALTSTADTFESTE zu fassen, damit genügend Zeit besteht, die möglichen Zielsetzungen im Sinne eines gelungenen Stadtmarketings umzusetzen.

Es ist zu diskutieren, ob im Sinne eines „verbreiterten“ ALTSTADTFESTES die Veranstaltung zukünftig in STADTFEST KAMEN umbenannt wird.

4. Kooperative Konzeption

Ausgangsbasis von Qualitätszielen für ein Stadtfest in Kamen sind neben den Erfahrungen der vergangenen Jahre aus dem bestehenden Konzept Idealvorstellungen zum Zwecke der Verdeutlichung lokaler Anknüpfungspunkte durch die Einbindung von Bürgern, Vereinen, Initiativen, Betrieben sowie durch die Innen- und Außendarstellung des Einzel- und ggf. auch des Filialhandels, der verkehrlichen Erreichbarkeit, des Marketings und der Werbung.



In einem arbeitsteilig organisierten Kooperationsmodell stellt eine Veranstaltungsagentur -in Abstimmung mit den Vorstellungen des kommunalen Veranstalters- professionelles Know-How und Material zur Umsetzung des Stadtfestes zur Verfügung. Hierbei kann der Veranstalter eigene konzeptionelle und inhaltliche Überlegungen einfließen lassen.

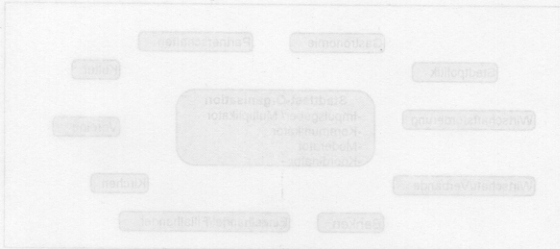
Bei der Kooperation mit einer professionellen Veranstaltungsagentur ist das Veranstaltungsniveau vertraglich absicherbar, wenn eine Konzept gemeinsam und konsensfähig erarbeitet wird. Dazu müssen die lokalen Beteiligten und die Veranstaltungs-agentur in die Erarbeitung des Konzeptes STADTFEST eingebunden werden.

Dieses Modell gewährt einen ständigen Überblick über die Planungsabläufe und gewährt eine intensive Kommunikation zwischen dem Veranstalter und den am Projekt partizipierenden Gruppen. Während die Veranstaltungs-agentur die externen Voraussetzungen mitbringt, obliegt dem kommunalen Veranstalter die Erschließung der lokalen Beteiligung und die Zusammenführung der Akteure.

Im Rahmen einer gemeinsam erarbeiteten Stadtfestkonzeption bietet sich die Verlängerung der Ladenöffnungszeiten an. Die Qualität und die Leistung des Einzelhandels ist der stärkste Pull-Faktor für heimische und auswärtige Besucher. Das verlängerten Ladenöffnungszeiten sind eine Maßnahme zur Verbesserung der Angebotsseite.

4. Kooperative Konzeption

Ausgangsbasis von Qualitätszielen für ein Stadtfest in Kamen sind neben den Erfahrungen der vergangenen Jahre aus dem bestehenden Konzept bestehende Vorleistungen zum Zwecke der Verabschiedung lokaler Antragsunterlagen durch die Einbindung von Bürgern, Vereinen, Initiativen, Betrieben sowie durch die Innen- und Außenarbeit des Einzel- und ggf. auch des Einzelhandels, der verkehrlichen Erreichbarkeit, des Marketings und der Werbung.



In einem arbeitsteilig organisierten Kooperationsmodell stellt eine Veranstaltungsagentur in Abstimmung mit den Vorleistungen des kommunalen Veranstalters professionelles Know-How und Material zur Umsetzung des Stadtfestes zur Verfügung. Hierbei kann der Veranstalter eigene konzeptionelle und inhaltliche Überlegungen einbringen lassen.

5. KONZEPTBAUSTEINE (ALT)STADTFEST KAMEN

Zwei-Säulen-Modell

Durch die Kooperation zwischen einer professionellen Veranstaltungsagentur und lokaler Beteiligung (Akteure) können zusätzliche Potentiale an Innovation („Kreativität“) und Wissen innerhalb Kamens freigesetzt werden.

Die Einbindung von Kamener Vereinen, Verbänden, Gruppen und Initiativen ist anzustreben: Sie öffnen sich für ein breites Publikum, machen ihre Arbeit nicht nur bei den Kamener Bürgern sondern auch bei Externen bekannt. Positiv ist die Gründung eines Wirtvereins in Kamen zu vermerken.

Zweiteilung der Veranstaltungstage (Zeitblockbildung)

Wir können uns bei der Konzeption zukünftiger STADTFESTE durchaus eine Zweiteilung vorstellen: Die Nachmittage sollten zielgruppenorientiert (zum Beispiel Familien, Kinder- und Jugendliche, Senioren) gestaltet sein, während die Abendveranstaltungen eher für einen breiten Besucherandrang organisiert werden sollten (Zeitblockbildung).

Verkaufsöffnungszeiten

Mit Blick auf die mögliche Zielsetzung, Kamen als Einkaufsstadt auch für auswärtige Kunden interessant zu machen und um den Erlebniswert des Altstadtfestes zu erhöhen, sollte das STADTFEST auch eine erweiterte Verkaufsöffnung (Verkaufsoffener Sonntag oder Verlängerung der Zeiten am Samstag) ermöglichen. Damit es nicht zu einer Ausweitung der für Kamen beschlossenen zwei verkaufsoffenen Sonntage kommt, schlagen wir vor, in diesem Fall den verkaufsoffenen Sonntag der Frühjahrskirmes auf den Sonntag des STADTFESTES zu verlegen.

Qualitätssteigerung und Verbreiterung des Erlebniswertes

Mit einer Verbreiterung der Angebote und der Nutzungsmöglichkeiten des STADTFESTES kann das Besucherpotential stabilisiert werden. Eine Qualitätssteigerung wird durch zeitlich differenzierte Angebote und durch hochwertigere Produkte erreicht. Durch die Einbeziehung und Beteiligung der Vereine und Gruppen wird die lokale Identifikation und das lokale Miteinander (Bürgerfest) gefördert. Ziel: **Stadtfest als Bürgerfest.**