

Für eine zukunftsfähige Augsburger Innenstadt – Rückblick auf das Innenstadtforum 2019

Augsburg, 8. Mai 2019 – Gemeinsam mit der Wirtschaftsförderung der Stadt Augsburg hat Augsburg Marketing das Ziel, die Innenstadt zu beleben. Zielgruppenspezifische Veranstaltungen mit Wiedererkennungseffekt in der Region, Serviceleistungen oder auch neue Nutzungskonzepte für Immobilien und öffentliche Plätze nehmen dabei einen immer wichtigeren Stellenwert ein, um aus der Augsburger Innenstadt einen Erlebnisraum zu machen. Vor welchen Herausforderungen die Händler, Gastronomen und Dienstleister der Innenstadt stehen und wie die Wirtschaftsförderung der Stadt Augsburg und Augsburg Marketing diesen zusammen begegnen wollen, stand im Mittelpunkt des Innenstadtforums 2019 am 6. Mai.

Innenstädte gelten als der Ort, an dem sich Menschen einer Stadt treffen, ihre Freizeit verbringen und sich mit Gütern und Dienstleistungen versorgen. Sie sind traditionell das soziale und kommunikative Herz einer Stadt. So wie sich Traditionen durch den Einfluss von außen ändern, wandeln sich auch die Funktion und Aufgaben der Innenstädte. Bedingt durch den demografischen Wandel, technologische Weiterentwicklungen und die fortschreitende Digitalisierung stehen die Innenstädte heute vor der Herausforderung sich dem Verhalten und der Wünsche der Konsumenten anzupassen. Die Augsburger Innenstadt ist hier keine Ausnahme.

Um die Augsburger Innenstadt als öffentlichen Raum zu stärken und die Kunden- sowie Besucherfrequenz zu steigern, arbeiten die Wirtschaftsförderung der Stadt Augsburg und Augsburg Marketing zusammen Hand in Hand und luden alle Einzelhändler, Gastronomen und Dienstleister zum Innenstadtforum am 6. Mai in die Riegele Brauwelt ein. Neben den aktuellen und zukünftigen Herausforderungen und Entwicklungen der Augsburger Innenstadt ging es am Montagabend vor allem um die Zielsetzung und die zentralen Bausteine der Vermarktung der Augsburger City durch die beide städtischen Akteure. Unter dem Motto „Bewährtes erhalten und Neues wagen“ ist es das gemeinsame Ziel, die traditionellen Stärken des lokalen Handels und der Gastronomie mit neuen, zusätzlichen Anreizen und Impulsen zu verbinden, die den Augsburger und Besucher aus der Region immer wieder dazu einladen, die Innenstadt zu besuchen. Dafür hat Augsburg Marketing bereits verschiedene Maßnahmen aus dem städtischen Einzelhandelsentwicklungskonzept erfolgreich umgesetzt.

„In enger Zusammenarbeit mit der Stadt und Dank der Unterstützung unserer Fördervereinsmitglieder sowie Partner haben wir seit unserer Gründung bereits sehr viel geleistet.“, resümierte Ekkehard Schmölz, der Leiter von Augsburg Marketing, am Ende seines Vortrags, in dem er auch einen Ausblick auf kommende Projekte und Ideen gab: „Neben einer weiteren Digitalisierungsoffensive möchten wir zusätzliche Serviceleistungen für die Augsburger Innenstadtbesucher anbieten und mit unserer neuen Kulturmarketingstelle

Augsburg als Kulturstadt nach innen und außen noch besser positionieren.“ Geplant sind die Fortführung bestehender Projekte wie das „Zwischenzeit“ sowie neue Veranstaltungsformate wie „Sommer am Kö“ bzw. neue Serviceangebote wie „Shop & Drop“ in Zusammenarbeit mit dem Augsburger Unternehmen Boxbote.

Nicht nur inhaltlich, auch zahlentechnisch kann sich die bisherige Arbeit von Augsburg Marketing sehen lassen. Vom Augsburg-City Gutschein wurden 2018 14% mehr als im Vorjahr verkauft und mit Bücher Pustet eine neue Verkaufsstelle gewonnen. Der Augsburg-City Gutschein ist in über 100 Geschäften, Restaurants und Unternehmen einlösbar und unterstützt den lokalen Einzelhandel direkt. Ebenso erfolgreich: das Online-Innenstadtportal augsburg-city.de. Seit der kompletten Neukonzeptionierung des Auftritts und dem Relaunch im August 2018 haben sich mehr als 230.000 Nutzer über das vielfältige Angebot der City informiert (Stand 30. April 2019). Allein im ersten Quartal 2019 verzeichnete die Seite einen Nutzerzuwachs von 130% im Vergleich zu 2018.

Einer der wichtigsten Faktoren für den Erfolg der Stadtmarketing-Abteilung ist deren strukturelle Verankerung und die intensive Verzahnung mit der städtischen Wirtschaftsförderung. „In Augsburg scheiterte ein starkes Stadtmarketing bisher nicht an mangelnden Initiativen, sondern an der fehlenden Koordination und Gesamtkonzeption,“ sagt Wirtschaftsreferentin Eva Weber. „Augsburg Marketing wurde gegründet, um diese Aufgabe aktiv anzugehen. Das Team hat eine Balance zwischen der strategischen Arbeit und der Umsetzung in tatsächliche Projekte geschaffen – und bewiesen, dass unsere Entscheidung, eine ganzheitliche Stadtmarketing-Abteilung ins Leben zu rufen, richtig war. Augsburg Marketing hat jetzt schon viel erreicht und wird mit Sicherheit auch zukünftig weiter zur Attraktivitätssteigerung unserer Stadt beitragen.“

Pressekontakt:

Sophia Henze

Email: presse@augsburg-marketing.de

Telefon: 0821 45010 273

Über Augsburg Marketing

Augsburg Marketing wurde 2017 als neue Stadtmarketing-Abteilung gegründet und agiert selbstständig innerhalb der Regio Augsburg Wirtschaft GmbH als abgegrenzte Funktionseinheit mit entsprechenden Ziel- und Aufgabendefinitionen. Augsburg Marketing vereint die Themen Innenstadt- und Einzelhandelsentwicklung, Veranstaltungen und Kulturmarketing unter einem Dach und hat die Aufgabe, die Innenstadt als öffentlichen Raum weiter zu stärken und die Kunden- und Besucherfrequenzen zu steigern. Durch die Übernahme der Mitarbeiter der City Initiative Augsburg im Januar 2018 werden alle strategischen wie operativen Maßnahmen unter dem Dach von Augsburg Marketing gebündelt, veranstaltet und beworben. Weitere Informationen unter www.augsburg-city.de/augsburg-marketing