

Projektbeschreibung Citymanagement

Mit der Errichtung eines Citymanagement sollen zukunftsweisende Strategien weiterentwickelt und wirksame Handlungskonzepte gestaltet werden:

- um konkrete Antworten zu geben auf die Herausforderungen gesellschaftlicher und technologischer Wandelprozess, abgestimmt auf die Bedürfnisse und Chancen unserer Stadt
- um Standortpotenziale weiter zu entfalten
- um innovative Konzepte und Impulse in einem bürgerschaftlich orientierten und akteursbezogenen Prozess miteinander zu kommunizieren und umzusetzen
- um Strategien für bestehende oder neu entstehende Leerstände mit nachhaltigen Lösungsperspektiven zu initiieren
- um die vorhandenen Fachkompetenzen mit jeweils großem Erfahrungsschatz, unter Einbeziehung der Netzwerklandschaft von Altentreptow und Umland, effektiv zu bündeln

Teilprojekt 1

Tourismusmanagement/Stadtmarketing (auch für das Umland Amt Treptower Tollensewinkel)

- Steigerung des Bekanntheitsgrades Altentreptow und Amt Treptower Tollensewinkel
- Entwicklung und Umsetzung geeigneter Maßnahmen zur Steigerung der Gästezahlen und ggf. Übernachtungen – Aufbau Tourismusregion/Ort
- Vermarktung des touristischen Auftritts
- Entwicklung zielorientierter Angebote im Bereich Städte-, kultur- und Geschäftsreisetourismus
- Entwicklung und Umsetzung von Werbemaßnahmen
- Ausweitung und Verbesserung der touristischen Infrastruktur
- Betrieb einer Touristeninformation als zentrale und serviceorientierte Anlaufstelle für Gäste und Bürgerinnen und Bürger
- Mitwirkung bei der Gesamtvermarktung der Region im Tourismusverband

Teilprojekt 2

Veranstaltungsmanagement/Stadtmarketing (auch für das Umland Amt Treptower Tollensewinkel)

- Konzeption und Durchführung von Veranstaltungen, Aktionen und Projekten zur Steigerung des Tagestourismus
- Pflege traditioneller Veranstaltungen

- Konzeptentwicklung im Eventbereich für den gesamten Amtsbereich
- Projektbezogenen Aufgaben, wie Stadt- und Gemeindejubiläen, Fremdveranstaltungen
- Veranstaltungen zur Steigerung der Attraktivitätssteigerung der Innenstadt
- Vernetzung von Handel, Gastronomie und Kultur zur Schaffung von Synergien
- Sponsorenbindung und Partnerschaften zur Finanzierung von Projekten und Maßnahmen
- Einbindung neuer Medien

Teilprojekt 3

Innenstadtmanagement

- Konzeptionelle und projektbezogene Beratung zu Einzelaktivitäten und längerfristigen Prozessen zur Weiterentwicklung der Innenstadt
- Initiieren und aktivieren und zukunftsweisenden Projekten
- Entwicklung und Vermittlung von Kommunikations- und Vernetzungsstrategien
- Individuelle und konkrete Unterstützungs- und Beratungsleitungen zu gestalterischen, immobilienwirtschaftlichen und nutzungsbezogenen Strategien für bestehend oder neu entstehende Leerstände
- Initiierung und Pflege eines Umsetzungsprozesses städtebaulicher Zielsetzungen
- Informationen und Hilfestellungen zu verschiedenen Fragen und aufgaben innerstädtischen Entwicklungen

Teilprojekt 4

Immobilienmanagement

Ziel des Immobilienmanagement ist es, den innerstädtischen Immobilienmarkt zu stabilisieren und positive Entwicklungen einzuleiten. Um dies zu erreichen ist ein strategisches vorgehen notwendig. Die Situation Vorort muss erfasst und analysiert werden. Im Fokus liegen einerseits Immobilien, die leer stehen und nicht mehr marktgängig sind und andererseits Immobilien, die Gefahr laufen in absehbarer Zeit, ihre Nutzung zu verlieren. Hierzu werden neben den üblichen Objektdaten, Umgebungswirkungen und Lagefaktoren auch die Eigentümer- und Nutzerkonstellationen erfasst.

Dazu werden spezifische Fragebögen erstellt. Die gesamten Daten dienen zur Erfassung der Handlungsbedarfe sowie als Basis für die Auswahl geeigneter objekt- und personenbezogener Handlungsstrategien und Vorgehensweisen. Dementsprechend wird dann auf die beteiligten Akteure zugegangen.

Die Bearbeitung des Themas Leerstände bedarf eines offenen, konstruktiven und konfrontativen Umgangs. Dazu gehört vor allem die Aufklärung über die Vielfältigen

Zusammenhänge bei den unterschiedlichen Akteursgruppen, ferner aber auch eines engen Zusammenspiels mit der Image- und Leitbildentwicklung für Altentreptow.

Handlungsinstrumente sind insbesondere:

- Eigentümeraktivierung, -beratung, -coaching
- Behördenmanagement
- Unterstützung bei Vermittlung/Vermarktung
- Nutzungs-, Bau- und Gestaltungsberatung

Zusammenfassung

Mit diesen 4 Teilprojekten werden verschiedene Instrumente und Methoden zusammengeführt, die alle das Ziel verfolgen – „lebendige Innenstadt“. Aus den verschiedenen Aktivitäten, soll ein wirksames Handlungskonzept erstellt werden.

Ziel ist es, innerhalb der zweijährigen Laufzeit der Förderung, durch die Beteiligung verschiedener Akteure, wie Kommune, Sanierungsträger BIG Städtebau, Rahmenplanerin der Stadt Altentreptow, Wohnungsgesellschaft, Eigentümer, Nutzer/Mieter, Vereine, Gastronomen, Handel ein zukunftsfähiges Handlungskonzept zu erstellen sowie einen funktionierenden städtischen Verbund und ein Netzwerk aufzubauen. Eingebunden werden soll auch der Amtsbereich, bestehend aus 20 amtsangehörigen Gemeinden, hinsichtlich der Entwicklung einer touristischen Region.

Zeitlicher Ablauf

	Teilprojekt 1	Teilprojekt 2	Teilprojekt 3	Teilprojekt 4
01/22 - 12/22	Entwicklung und Umsetzung geeigneter Maßnahmen	Konzeptentwicklung für Veranstaltungen	Weiterentwicklung Innenstadt mit Sanierungsträger und Rahmenplanerin	Eigentümer/Nutzer erfassen
	Bündelung Netzwerklandschaft	Vorbereitung 777-jähriges Stadtjubiläum	Neugestaltung Markt	Fragebogen entwickeln
	Entwicklung Umsetzung v. Werbemaßnahmen	Vernetzung der Akteure	Überarbeitung Verkehrskonzept	Handlungsmöglichkeiten herleiten
01/23- 12/23	Entwicklung erster zielorientierte Angebote	projektbezogenen Veranstaltungen organisieren und unterstützen	Kommunikation mit Eigentümern/Nutzern Ideen entwickeln, Nutzung für junge Unternehmen	Nutzungs-, Bau- und Gestaltungsberatung aufbauen, Ideen herleiten und entwickeln Handlungsbedarfe feststellen
	Umsetzung der ersten Maßnahmen	Sponsoring und Partnerschaften aktivieren	Unterstützung und Beratung	Akteure zusammenführen