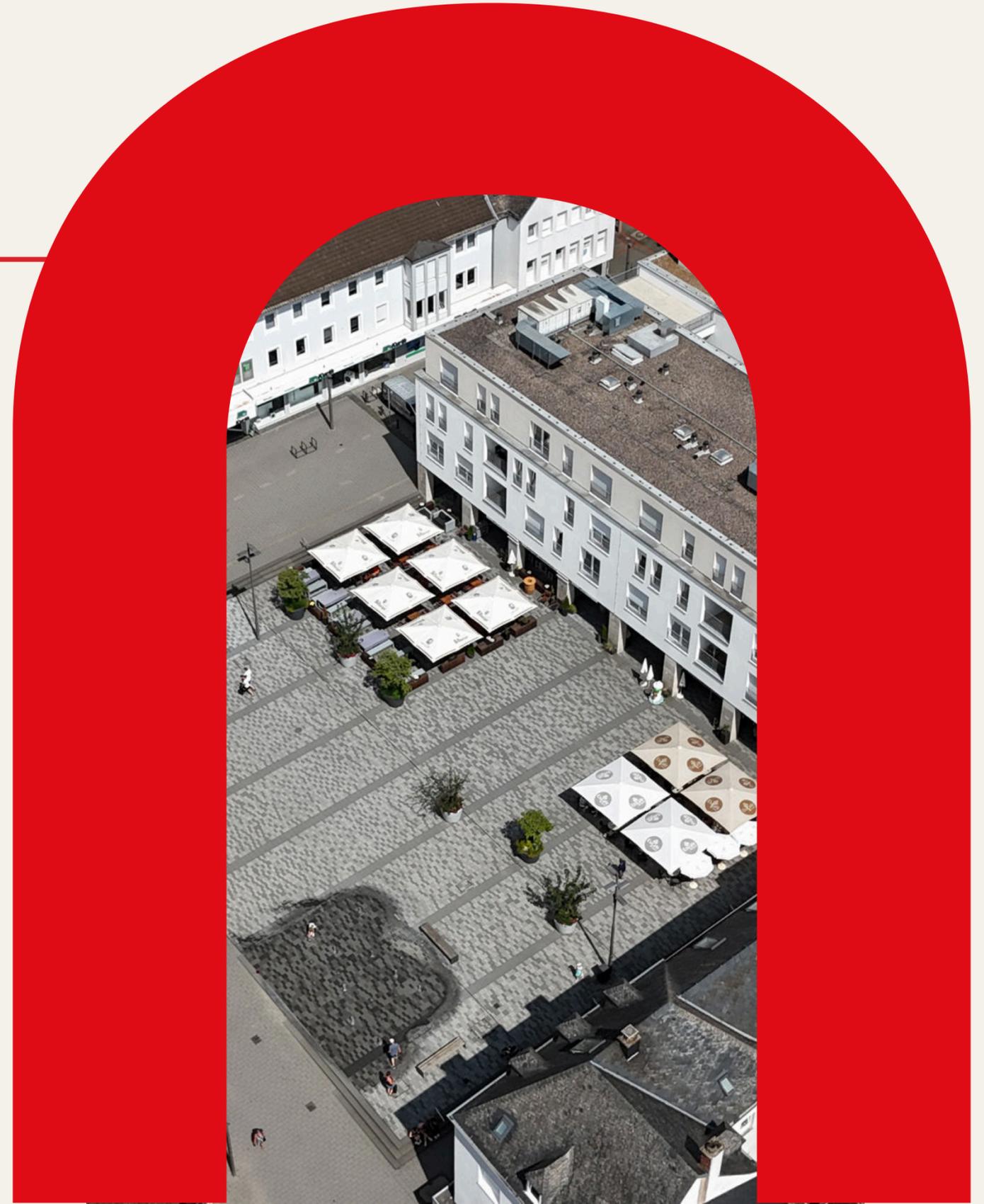


# Bitburg Innenstadtmarketing konzept

---



Strategische  
Stadtentwicklung  
Bitburg



<b>Vorwort</b>	<b>02</b>	<b>Strategische Ableitungen</b>	<b>23</b>
Prozessschritte	03	Ziele, Zielgruppen	24
Erwartungen	04	Handlungsfelder	26
Ziel	05	Maßnahmenmatrix	27
<b>Bestandsanalyse</b>	<b>06</b>	<b>Maßnahmensteckbriefe</b>	<b>28</b>
Bitburg auf einen Blick	07	<b>Innenstadtmarketing</b>	<b>60</b>
Zusammenspiel der Konzepte	08	Strategische Stadtentwicklung	61
Zentrale Ergebnisse als SWOT	09	Operatives Stadtmarketing	62
Herausforderungen und Potentiale	10	Operative vs. strategische Arbeit	63
<b>Profil der Innenstadt</b>	<b>12</b>	<b>Handlungsempfehlungen</b>	<b>64</b>
Stärken, Herzstücke, Events, Stolz und Identifikation	13	Kommunikation	66
Stärkenfelder	18	Koordinations- und Einbindungsstruktur	67
Markenkern	19	Tätigkeitsfelder	68
Corporate Design	21	<b>Nächste Schritte</b>	<b>69</b>

# Vorwort

---

Die Bitburger Innenstadt ist das Herz unserer Stadt - Ort des Handels, der Begegnung und der Identität. Damit sie auch in Zukunft lebendig und attraktiv bleibt, bedarf es klarer Strategien und gezielter Maßnahmen.

Mit dem Leitbild und dem Stadtmarketingkonzept wurden in den vergangenen Jahren bereits wichtige Grundlagen für die Stadtentwicklung geschaffen. Darauf aufbauend haben wir nun ein Innenstadtmarketingkonzept entwickelt, das sich gezielt auf die Belebung der Innenstadt und die Stärkung des Einzelhandels konzentriert.

Das Konzept definiert konkrete Maßnahmen, um Bitburg als Einkaufs-, Erlebnis- und Aufenthaltsort weiterzuentwickeln. Es verbindet die Stärken unserer Innenstadt mit kreativen Ideen und schafft so eine zukunftsorientierte Basis für mehr Frequenz, stärkere Identifikation und ein attraktives Stadtbild.

Wir danken allen Beteiligten für ihre Ideen, ihr Engagement und ihre wertvollen Impulse - denn eine lebendige Innenstadt entsteht nur gemeinsam.

Bitburg, im Februar 2025



# Prozessschritte

---



# Erwartungen an den Prozess

Ein auf Bitburg  
bezogener  
Lösungsansatz mit  
konkret abgeleiteten  
Maßnahmen, der die  
Potenziale aufzeigt

Klare Aufgaben und  
Zuordnungen  
(Aussagen zu  
Zeitressourcen und  
Finanzierung) -  
Gesprächskultur

Knackiger Prozess, bei  
dem die Akteur:innen  
am Ball bleiben,  
Einbeziehung

Es wird Zeit, dass die  
Bitburger Innenstadt  
vorankommt

Konkrete  
Umsetzbarkeit -  
Fokussierung auf  
einzelne Projekte -  
Themen zur  
Vermeidung von  
Partikularinteressen

Kein Konzept für die  
Schublade

Vom Reden zum  
Handeln -  
Stadtmarketing, bei  
dem alle an einem  
Strang ziehen

Stärken sichtbar  
machen

# Ziele Innenstadtmarketingkonzept

## Attraktivität steigern

Innenstadt beleben  
Aufenthaltsqualität steigern

## Wettbewerb stärken

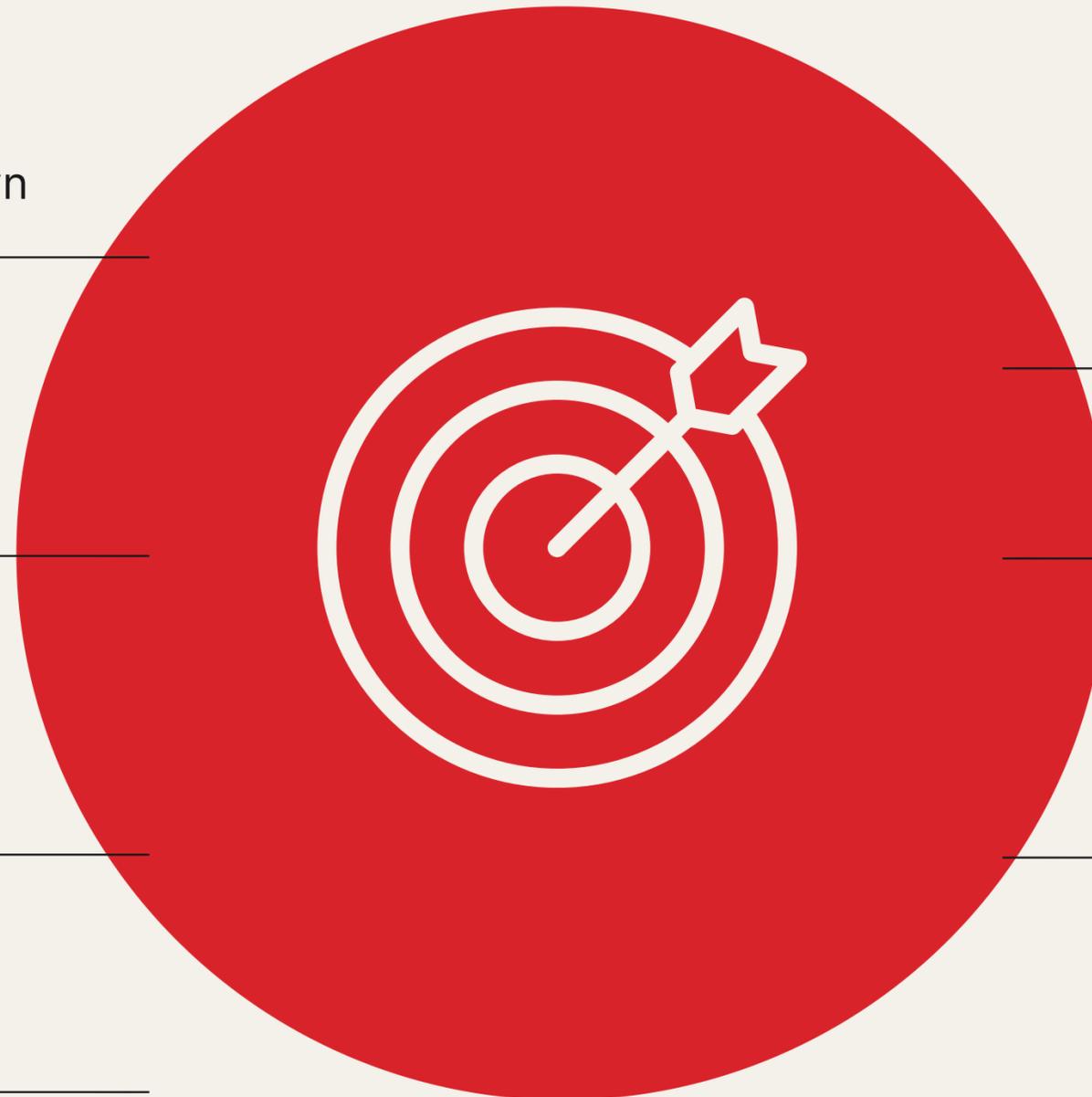
Vorteile/ USP  
Innenstadt hervorheben

## Wirtschaft fördern

Belebung der Innenstadt  
wirkt sich auf  
Gewerbetreibende aus

## Synergien schaffen

Zusammenarbeit der  
Akteur:innen



## Identifikation erhöhen

gezielte Maßnahmen im  
Profil

## Meinungen einbeziehen

Beteiligungsformate

## Zukunftsfähigkeit sichern

gezielte Maßnahmen im  
Profil

# Bestandsanalyse

---



# Bitburg auf einen Blick

---

Die Bitburger Innenstadt ist das lebendige Herz der Stadt - ein Ort zum Einkaufen, Verweilen und Erleben. Die sanierte Innenstadt mit aufgewerteten Plätzen, moderner Gestaltung und flexibler Begrünung bietet eine hohe Aufenthaltsqualität.

Veranstaltungen wie der Beda-Markt oder das Europäische Folklore-Festival sorgen für regelmäßige Besucherströme. Der inhabergeführte Einzelhandel mit seinem vielfältigen Angebot sowie Leuchtturmbetriebe wie das Modehaus Messerich, der Bulbaum Store und das Café Prinz prägen das Stadtbild.

Doch es gibt auch Herausforderungen: Leerstände, die Stärkung des Einzelhandels und eine fehlende Gesamtstrategie. Neue Konzepte für Stadtmarketing, Leerstandsmanagement und Kommunikation sollen die Innenstadt zukunftsfähig machen.

Mit einem großen Einzugsgebiet bis nach Luxemburg hat die Bitburger Innenstadt großes Potenzial - das es gemeinsam zu gestalten gilt!



# Zusammenspiel der Konzepte

**Das Leitbild Bitburg 2040 & Stadtmarketingkonzept, sowie das Innenstadtmarketingkonzept sind eng verknüpft**



Das Leitbild Bitburg 2040 & Stadtmarketingkonzept geben einen inhaltlichen Rahmen vor, der im Innenstadtmarketingkonzept priorisiert wird und die Weichen für das Umsetzen der Maßnahmen stellt. Die Stärken der Bitburger Innenstadt werden dabei um Treiber und die emotionale Verbundenheit der Bürger:innen und Akteur:innen ergänzt, um damit die Identifikation voranzutreiben.

# Zentrale Ergebnisse als SWOT

## Stärken

Die Innenstadt und die Altstadt von Bitburg sind lebendige Treffpunkte mit hoher Aufenthaltsqualität. Kultur- und Veranstaltungsangebote, Sehenswürdigkeiten und sichtbare Geschichte prägen das Stadtbild. Aufgewertete Plätze und mobiles Grün sorgen für Flexibilität und Atmosphäre.

Der inhabergeführte Einzelhandel bietet attraktive Angebote, kurze Wege, gute Erreichbarkeit und eine enge Kooperation der Akteure stärken die Innenstadt. Bitburg steht eher im Wettbewerb mit Trier als mit kleineren Nachbargemeinden. Leitbetriebe und ein großes Einzugsgebiet bis nach Luxemburg machen die Stadt als Einkaufs- und Erlebnisort überregional attraktiv.

## Schwächen

Die Innenstadt leidet unter Leerständen, insbesondere in den Erdgeschosszonen, zum Teil schon seit den 2000er Jahren. In den Randbereichen nimmt die Attraktivität durch Trading-Down-Effekte ab. Zudem fehlt eine klare Kommunikation der Angebote und Veranstaltungen sowie eine sichtbare Verantwortung für das Stadtmarketing.

Das Einzelhandelsangebot ist in einigen Sortimenten zu gering und Bitburg kann in Bezug auf Altstadt und Shopping nicht mit Trier konkurrieren. Auch das Jugendangebot in Einzelhandel, Gastronomie und Nachtleben ist ausbaufähig. Insgesamt fehlt ein klares Profil für die Innenstadt.

## Chancen

Zur Belebung der Innenstadt sind mehrere Maßnahmen geplant: die Einrichtung eines Stadtmarketings (2025), die Einführung eines BID zur stärkeren Einbindung der Immobilieneigentümer und ein Leerstandsmanagement zur Entwicklung innovativer Nutzungskonzepte.

Die BIT-Galerie soll als neues Eingangstor zur Innenstadt dienen, zusätzliche Veranstaltungen, ein erweitertes gastronomisches Angebot und ein verbessertes Einkaufserlebnis sollen die Attraktivität steigern. Ein Kommunikationskonzept soll die bestehenden Angebote für Einheimische und Tourist:innen sichtbar machen. Darüber hinaus wurde die Einrichtung von Wohnmobilstellplätzen im Jahr 2022 beschlossen, um das Übernachtungsangebot zu erweitern.

## Risiken

Der Generationswechsel im Einzelhandel und in der Gastronomie stellt viele Betriebe vor Veränderungen. Sollte sich der Schwerpunkt des Einzelhandels in die BIT-Galerie verlagern, könnte die Innenstadt an Frequenz verlieren.

Zudem fehlt eine Gesamtstrategie, die die Einzelprojekte miteinander verbindet. Ohne Lösungen für die Leerstände und eine Stärkung des Angebots droht ein weiterer Attraktivitätsverlust der Innenstadt.



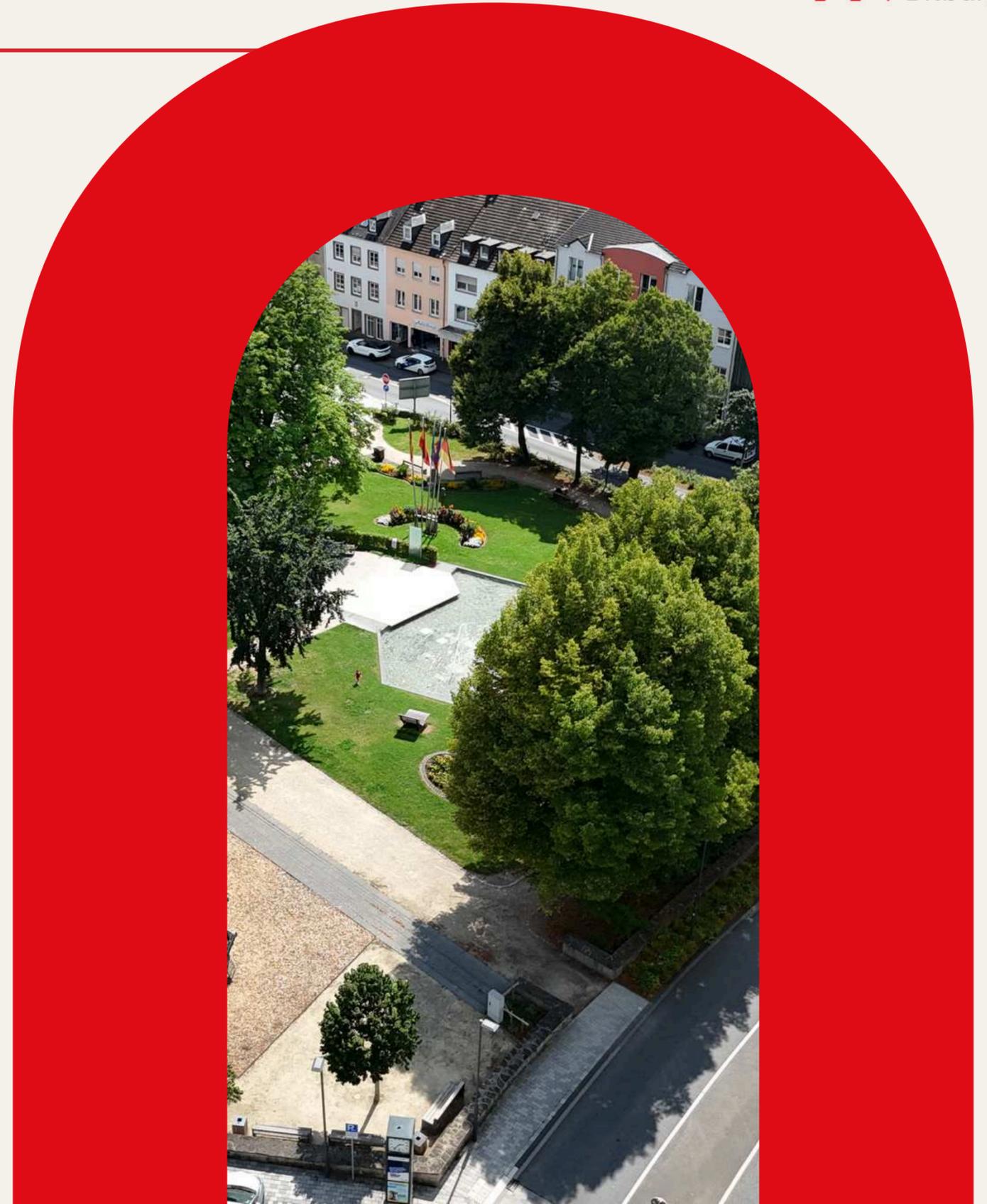
# Herausforderungen

---





# Das Profil der Innenstadt



# Stärken der Innenstadt



# Die Herzstücke der Innenstadt

---

**Platz "Am Spittel"**

**Petersplatz /  
GäBestrepperbrunnen**

**Bedaplatz**

# Attraktivesten Events

---

Europäisches  
Folklore-Festival

Weihnachtsmarkt

Beda Markt | Wirtschaftsmesse

**Events**



# Bitburg ist...

---

heimatbezogen

kleinstädtisch

(gast-)freundlich /  
hilfsbereit

alltäglich | vertraut

konservativ

römisch

# Stolz und Identifikation



# Stärkenfelder der Innenstadt

---

## Genieße Aufenthaltsqualität

Bitburg verbindet die Vorzüge einer sauberen und gut erreichbaren Kleinstadt mit einem charmanten gastronomischen und inhabergeführten Angebot. Die überschaubare Größe schafft eine gemütliche Atmosphäre, in der man sich willkommen fühlt. Hier kann man entspannen, verweilen und die authentische Lebensqualität einer kleinstädtischen Innenstadt genießen.

## Fühle Historie

Bitburgs Innenstadt erzählt Geschichten, die Jahrhunderte überdauern – von den Römern, die die Region prägten, bis hin zu den Gäßestreppern, die das historische Stadtbild lebendig halten. Die Bitburger Braugruppe steht für Tradition und lokale Identität, tief verwurzelt in der Heimat. Dieses Erbe macht Bitburg vertraut und authentisch – ein Ort, der im Alltag Halt gibt und sich immer wie Zuhause anfühlt.

## Erlebe Veranstaltungen

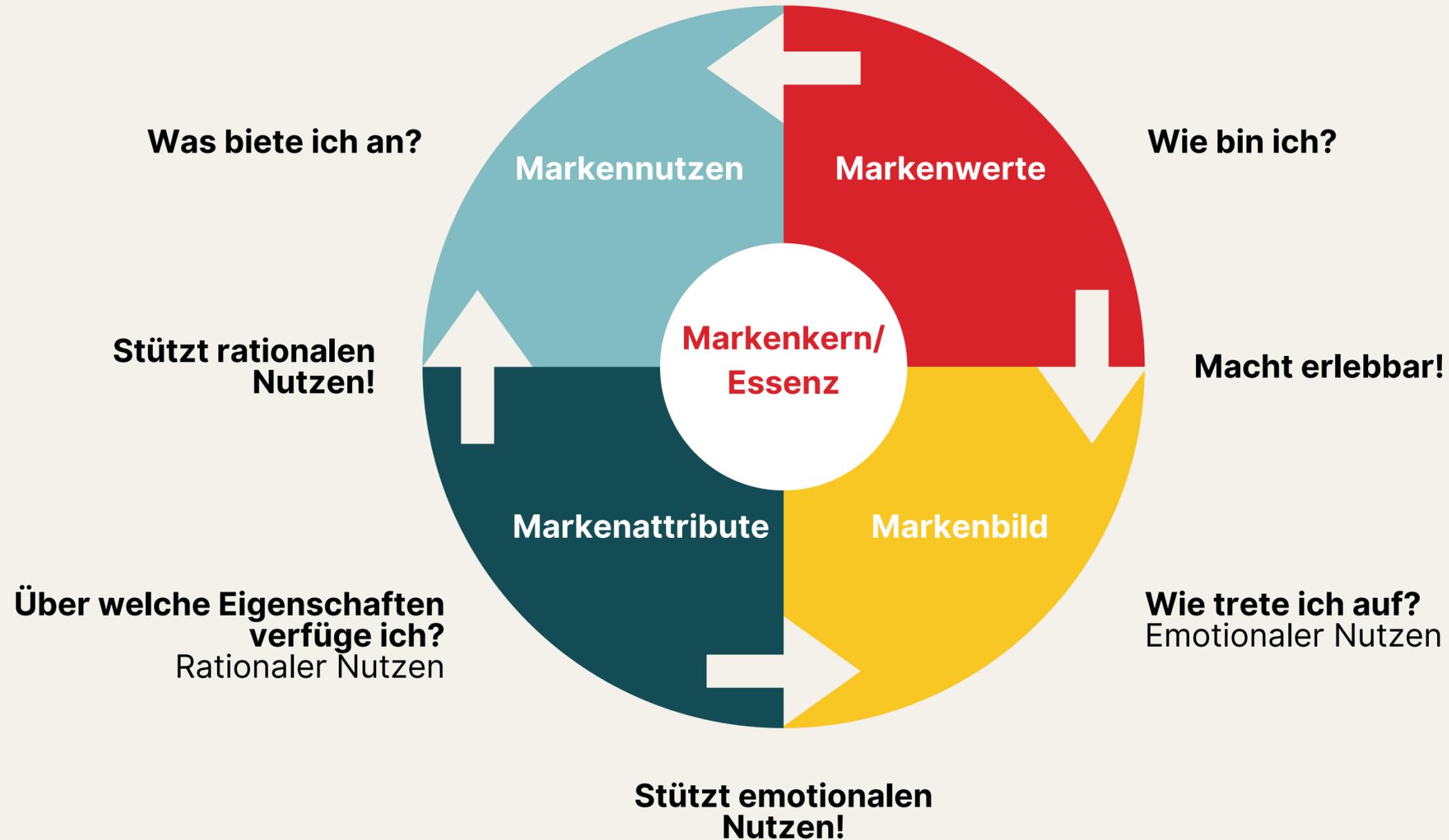
In Bitburg reichen sich ein umfassendes Veranstaltungsangebot und Gastfreundschaft die Hand. Ob auf dem lebendigen Spittel, der vielseitigen Stadthalle oder bei den beliebtesten Events wie dem Europäischen Folklore-Festival, dem Weihnachtsmarkt oder dem Bedamarkt – die Innenstadt bietet ein umfangreiches Angebot, das den Alltag bereichert und gleichzeitig vertraute Begegnungen schafft. Hier treffen sich Menschen, um gemeinsam zu feiern, Kultur zu genießen und die einzigartige Atmosphäre der Stadt zu erleben.

# Markenkern

Hard Facts

Macht erlebbar!

Soft Facts



# Markenkern Bitburg

## Hard Facts

## Macht erlebbar!

## Soft Facts

**Markennutzen**  
sanierte Innenstadt, vielfältiges  
Veranstaltungsangebot, historisches  
Erbe (Bier, Römer)

**Markenwerte**  
Heimatverbundenheit, Tradition,  
Begegnung, Genuss

**Stützt rationalen  
Nutzen!**

**Markenkern/  
Essenz**

**Macht erlebbar!**

**Markenattribute**  
sanierte Innenstadt, vielfältiges  
Veranstaltungsangebot, historisches  
Erbe (Bier, Römer)

**Markenbild**  
heimatbezogen, alltäglich, vertraut,  
kleinstädtisch, konservativ,  
gastfreundlich, römisch

**Stützt emotionalen  
Nutzen!**

# Corporate Design

Bildmarke:



Wort-Bild-Marke:



Hier  
steht  
Text

Anwendungsbeispiele:



Strategische  
Stadtentwicklung  
Bitburg



Regiebetrieb  
Stadtmarketing  
Bitburg

Alternative:

Anwendungsbeispiele mit möglichen Claims:

**BITBRG**

**BITBRG**

Stadt mit Geschichte

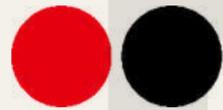
**BITBRG**

Genuss. Geschichte. Geselligkeit.

# Anwendungsbeispiele

Farbcode:

Primärfarben:



Sekundärfarben:



Tertiärfarben:



Social Media Posts:



Flyer:



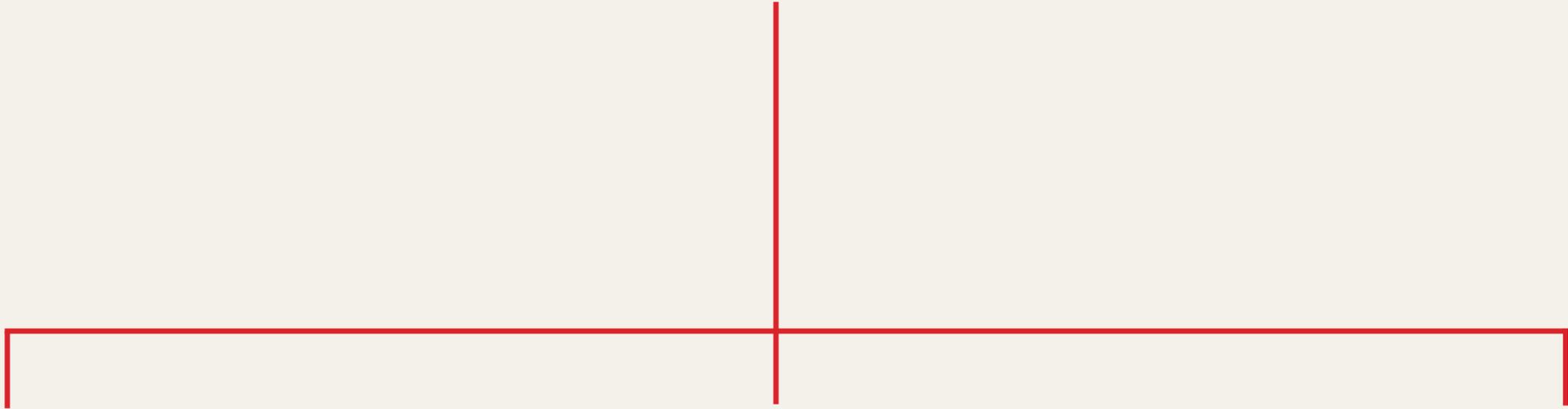
Plakate:



# Strategische Ableitungen



## Belebung der Innenstadt von Bitburg, Stärkung von Aufenthaltsqualität und Angebotswahrnehmung



Frequenzsteigerung

Impulse setzen und Personen binden

Klammer um Angebote

Kommunikation und Vermarktung

Aufwertung des Stadtraums

Infrastruktur und Stadtplanung

# Zielgruppen



## Bürger:innen aus Bitburg

Fokusgruppen:

- Kinder/ Jugendliche
- Familien
- Senior:innen



## Tourist:innen

Fokusgruppen:

- Luxemburger:innen
- Camping-Tourist:innen



## Unternehmer:innen

Pendler:innen

# Handlungsfelder

---

**Stärken in der Innenstadt  
sichtbar machen**

**Stadtraumgestaltung**

**Service- und Präsenz-  
Offensive**

**Kommunikation**

# Maßnahmenmatrix

Handlungsfeld	Kriterien		
	Umsetzbarkeit	Fokus Innenstadt	Zahlt es auf die Stärken ein?
	Quick Win, Einfache Maßnahme, Strategisches Projekt, Langfristige Idee		
Stärken in der Innenstadt sichtbar machen			
Stadtraumgestaltung			
Kommunikation			
Service- und Präsenzoffensive			
Organisation			
Jugendbeteiligung			
Weitere Projekte			

# Maßnahmensteckbriefe



# Stärken in der Innenstadt sichtbar machen

---

## Mögliche Maßnahmen

### Handlungsfeld 1 - Stärken in der Innenstadt sichtbar machen

Römer-Illumination an der Römermauer und in der Stadt mit Musik

Mobile "Plauschecken" im Bierfass

Römische Weihnachtsbude

Archäologischer Parcours (Historie und Stadtraumgestaltung)

Römerfest

Römischer Raum mit Wein und Brot

"Tag der Vereine"

10€ Tischgericht mit regionaler Ausrichtung

Römer Sauna Nacht

Hopfengarten, Hopfen sichtbar machen (Römermauer / Vorplatz Bitburger Stadthalle)

# Stärken in der Innenstadt sichtbar machen

---

**1**

**Römer Illumination**

**2**

**Römische  
Weihnachtsbude**

**3**

**Mobile "Plauschecken"**

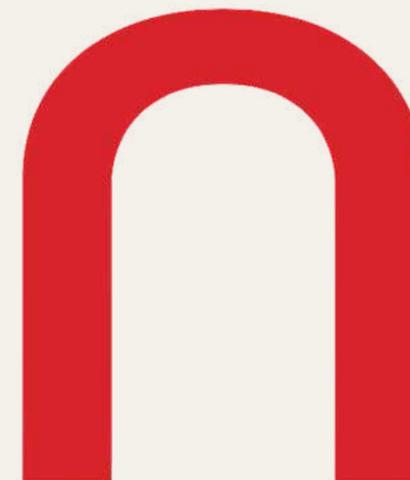
# Römer Illumination

---

## Maßnahmenbeschreibung

In der Innenstadt wird die römische Geschichte Bitburgs durch Lichtinstallationen erlebbar gemacht. Die Installationen sollen beispielsweise auf die Römermauer projiziert werden. Die Projektionen können von Musik in der Innenstadt begleitet werden, in Form von live auftretenden Musiker:innen oder Musik, die über Lautsprecher durch die Straßen klingt. Es wäre möglich, die Inszenierung der Innenstadt im Rahmen eines Römerfestes stattfinden zu lassen oder mit einer thematisch ähnlichen Aktion in Bitburg zu verbinden. Denkbar ist auch eine dauerhafte Lichtinstallation an einer Wand in der Innenstadt.

**Verantwortlich:** Operatives Stadtmarketing



### Zielsetzung

Stärken in der Innenstadt sichtbar machen

# Römische Weihnachtsbude

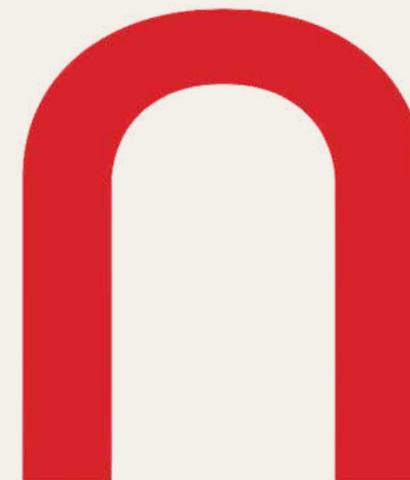
---

## Maßnahmenbeschreibung

Während der Winterzeit soll im Rahmen des Bitburger Weihnachtsmarktes ein klassischer Marktstand die römische Geschichte der Stadt repräsentieren. Der Stand kann beispielsweise die römische Esskultur und/oder Gegenstände des damaligen Alltags widerspiegeln.

Mögliche kulinarische Angebote wären Wein, Brot, Oliven, Nüsse oder auch Trockenfrüchte. Gleichzeitig wäre ein aktiver Bezug zur Geschichte Bitburgs eine Möglichkeit, die sich anbietet.

**Verantwortlich:** Gewerbeverein, Operatives Stadtmarketing



## Zielsetzung

Stärken in der Innenstadt sichtbar machen, Weiterentwicklung Veranstaltungen

# Mobile “Plauschecken”

---

## Maßnahmenbeschreibung

In der Innenstadt von Bitburg werden mobile “Plauschecken” in Form von großen Bierfässern aufgestellt. Diese Bierfässer können per App geöffnet und Stühle sowie Tische entnommen werden. Diese können dann vor Ort aufgestellt und genutzt werden. Die Form des Bierfasses ist nicht nur ein Hingucker, sondern spielt auf die Stärken Bitburgs an und macht diese erlebbar.

Die Aufenthaltsmöglichkeit kann an einem der zentralen Plätze Bitburgs, wie z.B. dem Spittel oder dem Petersplatz, aufgestellt werden.

**Verantwortlich:** Tiefbau Stadtverwaltung, Strategische Stadtentwicklung



### Zielsetzung

Stärken in der Innenstadt sichtbar machen

## Mögliche Maßnahmen

### Handlungsfeld 2 - Stadtraumgestaltung

Schöne Wege für Radfahrer\*innen und Fußgänger\*innen  
(Fußwegekonzepte)

Wettbewerbe "Schönstes Bild der Innenstadt" |  
"Schönste Begrünung vor xy"

Sport- und Spielbox

Kulinarischer Sonntag

Konzept Petersplatz mit Sonnenschirmen und Stühlen

Schachspiel mit Sonnensegel, z.B. auf dem Spittel

Saisonale Überspannung der Straßen (z.B. Eventbezogen)

Flohmärkte ggf. mit Spezialisierung

Flexibles Café im Seitenfoyer der Stadthalle

Begrünung Stufen Petersplatz und Häuser (Begrünung am  
Petersplatz)

Rollstuhlbänke / Sitzgelegenheiten für Personen mit Rollatoren  
/ erhöhte Sitzbänke

Gemeinschaftliche / neue Mobilitätskonzepte stärken (Rufbus /  
Carsharing / E-Roller)

Förderung von privaten Begrünungen der Gebäude /  
Pflegepartnerschaften / von öffentlichen Grünflächen /  
Aberntungskonzept

Fahrrad-Verleih für Anwohner\*innen und Tourist\*innen

E-Bike-Parkhaus und sichtbare Radabstellplätze

Nachhaltigkeit / Solaranlage auf dem Dach der Stadthalle

Begrünungskonzept mit Regelungen für Privatpersonen

1

“Schönstes Bild  
der Innenstadt”

2

Begrünung am  
Petersplatz

3

Sport- und  
Spielbox

4

Kulinarischer  
Sonntag

# “Schönstes Bild der Innenstadt”

---

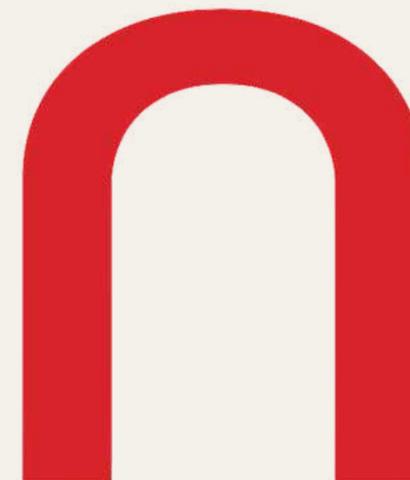
## Maßnahmenbeschreibung

Ein Fotowettbewerb steigert das Interesse und die gemeinsame Interaktion in der Stadt. Ein Wettbewerb hat ein hohes Partizipationspotenzial und stärkt gleichzeitig den Blick für die Schönheit Bitburgs. Das Angebot ist zudem niedrighschwellig, so dass jeder die Möglichkeit hat, mitzumachen. Ein Anreiz könnte auch sein, dass die Bilder auf der Bitburg Website eingebunden werden.

Ein Preis könnte von der Stadt überreicht werden oder in Kooperation mit Akteur:innen Bitburg stattfinden.

Gleichzeitig erhält die Stadt schöne Bilder der Innenstadt, die sie für ihre Kommunikation nutzen kann.

**Verantwortlich: Operatives Stadtmarketing**



## Zielsetzung

Stärken in der Innenstadt sichtbar machen

# Begrünung am Petersplatz

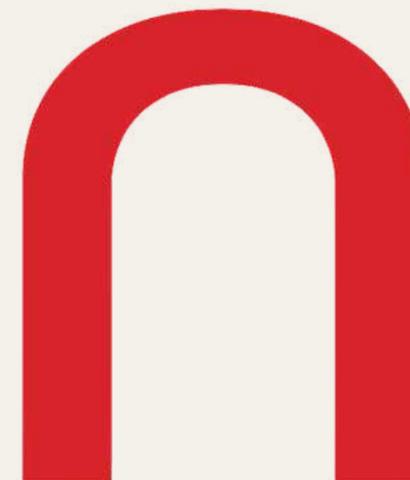
---

## Maßnahmenbeschreibung

Um die Aufenthaltsqualität in Bitburg sowohl optisch als auch qualitativ weiter zu steigern, könnten Konzepte zur Begrünung der Stufen zum Petersplatz entwickelt werden.

Entscheidend ist dabei die Einbindung der angrenzenden Eigentümer und Mieter. Eine Mitmachaktion führt einerseits zu einer Begrünung, macht aber auch den Menschen vor Ort Spaß.

**Verantwortlich:** Tiefbau, Strategische Stadtentwicklung



### Zielsetzung

Steigerung der Aufenthaltsqualität

# Sport- und Spielbox

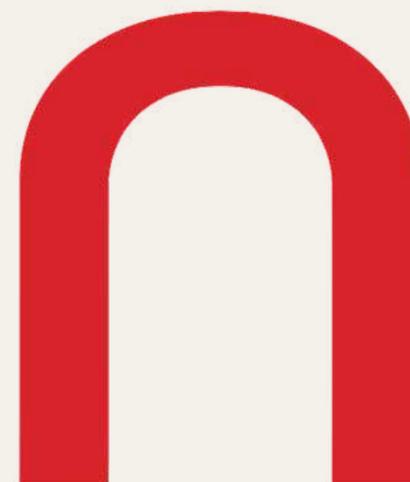
---

## Maßnahmenbeschreibung

Die geplante Sport- und Spielbox bietet ein kostenloses Ausleihangebot für Jung und Alt und bereichert die Bitburger Innenstadt. Sie ermöglicht sportliche Aktivitäten in Parks und auf öffentlichen Plätzen und trägt so zur Belebung und Attraktivierung des Stadtbildes bei.

Zur Auswahl stehen Boulekugeln, Frisbees, Yogamatten, Kettlebells, Federballsets, Springseile und weitere Geschicklichkeitsspiele. Die Box kann per App gesteuert und per Smartphone geöffnet werden. Außerdem werden Fördermöglichkeiten geprüft.  
Einfach ausleihen, aktiv werden und die Innenstadt neu erleben!

**Verantwortlich:** Tiefbau, Strategische Stadtentwicklung



### Zielsetzung

Steigerung der Aufenthaltsqualität

# Kulinarischer Sonntag

---

## Maßnahmenbeschreibung

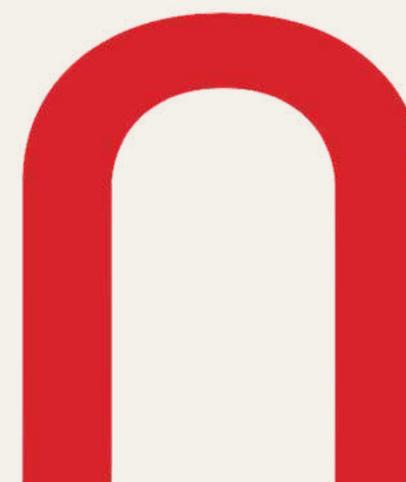
Die Akteur:innen der Innenstadt stellen jeweils Tische mit Tischdecken vor ihre Läden auf die Straße. Die Besucher:innen der Innenstadt können sich dann an diese Tische setzen und selbst mitgebrachte Speisen und Getränke konsumieren.

Ergänzt werden kann die Veranstaltung durch Stände von Gastronom:innen und Aktionen von Gewerbetreibenden. Abgerundet werden kann die Veranstaltung durch eine Bühne, auf der z.B. Theaterstücke aufgeführt werden oder Musiker auftreten.



Fotorechte: Bürgerinitiative Billerbeck

**Verantwortlich: Operatives Stadtmarketing**



**Zielsetzung**

Steigerung der Aufenthaltsqualität

## Mögliche Maßnahmen

### Handlungsfeld 3 - Kommunikation

Bündelung der bestehenden Web-Sites

Wiedererkennbares CI (Wort-Bildmarke Innenstadt)

Interne Kommunikation der Stakeholder stärken

App-Lösung

Senioren:Innen Café - Regelmäßige Treffen für Senior\*innen im Café oder Gemeinschaftseinrichtungen

LED und Touchscreen Display (digitale Stele)

Kommunikation der Projekterfolge / Umsetzung des Projektes "Innenstadtmarketingkonzept"

Kommunikation über die Grenzen der Stadt hinaus

Analoge Informationen

Printmedien / Mailings / Instagram / Facebook

Stadtinfluencer als Multiplikator

Gutes WLAN in der Innenstadt

Digitaler 3D Stadt-Zwilling

Instagram-Strategie (1 Account vs. verschiedene Accounts)

1

Stadtinfluencer

2

LED und  
Touchscreen  
Display

3

App-Lösung

4

Senior:Innen Café

# Stadtinfluencer

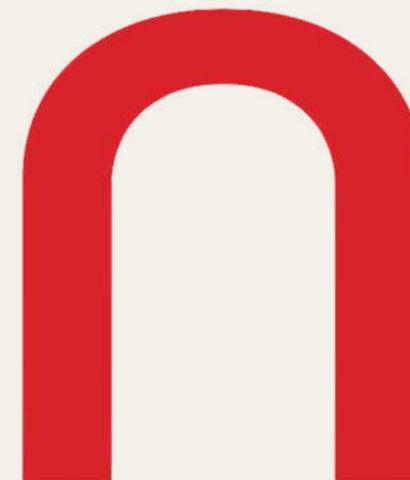
---

## Maßnahmenbeschreibung

Im Rahmen der Außenwahrnehmung einer Stadt ist die Präsentation über die Medien mittlerweile unverzichtbar. Damit ist nicht die klassische Darstellung über eine Website gemeint, sondern vielmehr die Darstellung über Social Media.

Bitburg könnte sich im Kontext des Handlungsfeldes Kommunikation mit Stadtinfluencer:innen eine größere Reichweite schaffen und die Förderung der Wahrnehmung von außen weiter stärken.

**Verantwortlich:** Operatives Stadtmarketing



### Zielsetzung

Stärken sichtbar machen

# LED und Touchscreen Display

---

## Maßnahmenbeschreibung

In der Bitburger Innenstadt wird ein modernes LED und Touchscreen Display installiert. Diese interaktiven Infopoints sollen Bürger:innen und Besucher:innen eine einfache und intuitive Möglichkeit bieten, sich über das vielfältige Angebot der Stadt zu informieren.

Ein interaktiver Stadtplan ermöglicht eine schnelle Orientierung und bietet gezielte Informationen zu Geschäften, Gastronomie, Sehenswürdigkeiten und Veranstaltungen.

Diese digitale Innovation wird das Stadtbild modernisieren und den Aufenthalt in der Innenstadt noch komfortabler und informativer gestalten.

**Verantwortlich:** TI/ Tiefbau Stadtverwaltung/  
Strategische Stadtentwicklung/ Prozessmanagement/  
Digitalisierung



### Zielsetzung

Stärken in der Innenstadt sichtbar machen

# App-Lösung

---

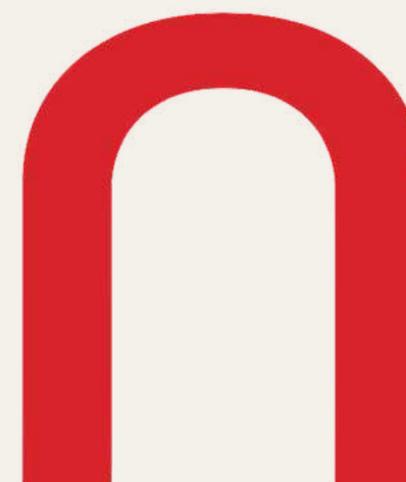
## Maßnahmenbeschreibung

Es sollte eine innovative App-Lösung für Bitburg mit beispielsweise Veranstaltungskalender sowie kulturellen, städtischen, touristischen und freizeitrelevanten Informationen erarbeitet werden.

Hier ist eine Verknüpfung zur Website und weiteren Social Media Plattformen anzustreben.

Eine App für die Stadt ist ein wichtiger Faktor zur Steigerung der Attraktivität Bitburgs und kann dazu beitragen, dass sowohl Einwohner:innen als auch Besucher:innen Bitburg als moderne und zukunftsfähige Stadt wahrnehmen. Es fördert die digitale Vernetzung und erleichtert den Zugang zu Informationen und Dienstleistungen. Insgesamt trägt sie dazu bei, das Image der Stadt zu verbessern und ihre Wettbewerbsfähigkeit zu erhöhen.

**Verantwortlich:** Digitalisierung / Prozessmanagement, operatives Stadtmarketing



### Zielsetzung

Stärken in der Innenstadt sichtbar machen

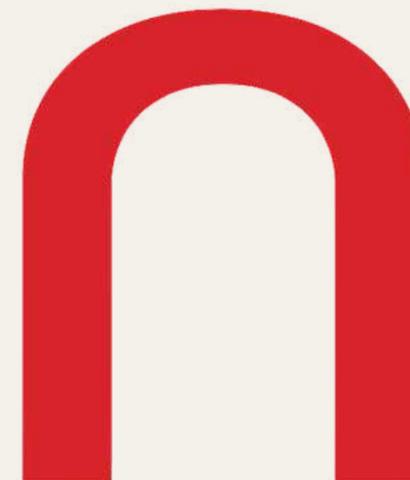
# Senior:Innen Café

---

## Maßnahmenbeschreibung

Regelmäßige Treffen für Senior:innen in einem Café oder einer Gemeinschaftseinrichtung bieten Gelegenheit zum geselligen Austausch und zur Stärkung der Gemeinschaft. Die Teilnehmer:innen können in gemütlicher Atmosphäre neue Kontakte knüpfen, sich austauschen und gemeinsam Zeit verbringen. Durch verschiedene Aktivitäten wie Vorträge, Spielenachmittage oder kreative Workshops wird das Angebot abwechslungsreich gestaltet. Ehrenamtliche Unterstützung und Kooperationen mit lokalen Einrichtungen tragen zur erfolgreichen Umsetzung bei. Ziel ist es, soziale Isolation zu vermeiden und ein regelmäßiges, niederschwelliges Begegnungsangebot für ältere Menschen zu schaffen.

**Verantwortlich:** Engagierte Stadt/ Rundertisch  
Senior:innen, Senior:innen Beauftragte



## Zielsetzung

Belebung Innenstadt

# Service- und Präsenz-Offensive

---

## Mögliche Maßnahmen

### Handlungsfeld 4 - Service- und Präsenz-Offensive

Adventskalender

Kinderbetreuung am Wochenende

Pop-Up Stores im Laden

besondere Angebote (z.B. zur Hochzeit)

Kampagne "Gesichter der Stadt"

Parkticketentwertung

Schulungsangebot (Social Media, Kundenbedürfnisse, Werbung effizient und zielführend)

Gemeinsame Treueprogramme und Gutscheinsysteme

Neue Shopping-Themen-Events

Late Night Shopping

# Service- und Präsenz-Offensive

---

1

Arbeitsmeeting  
Gewerbetreibende

3

Schulungsangebot

5

“Gesichter der Stadt”

2

Adventskalender

4

Gemeinsame  
Treueprogramme |  
Gutscheinsysteme

# Arbeitsmeeting Gewerbetreibende

## Maßnahmenbeschreibung

Ergänzend zur Arbeit des Gewerbevereins sollen regelmäßige Arbeitstreffen mit dem operativen Stadtmarketing stattfinden. Dabei sollen immer wieder Themen gesetzt und gemeinsam diskutiert werden. Im ersten Schritt sind dies die Themen: Mehrwert von Beratungsterminen, Erlebnis im Geschäft, gemeinsame Standards, Kooperationen von Gewerbetreibenden, Kennzeichnung "inhabergeführter Einzelhandel" und Trends in die Innenstadt holen. Dies sind Themen, die in der Befragung als relevant identifiziert wurden.

Darüber hinaus können Experten aus verschiedenen Bereichen des Handels eingeladen und Best-Practice-Beispiele vorgestellt werden.

**Verantwortlich:** Operatives Stadtmarketing,  
Gewerbeverein



### Zielsetzung

Stärkung Einzelhandel

# Adventskalender

---

## Maßnahmenbeschreibung

Um vor allem die Einwohner:innen Bitburgs zu aktivieren und mehr Sichtbarkeit für die Gewerbetreibenden vor Ort zu schaffen, wird in der Vorweihnachtszeit ein lebendiger Adventskalender initiiert. Hinter jedem Türchen verbirgt sich eine Aktion eines teilnehmenden Gewerbetreibenden.

Die Aktionen können ganz unterschiedlich gestaltet sein, von Rabattaktionen bis hin zum gemeinsamen Punschtrinken oder Weihnachtsliedersingen sind der Kreativität der Beteiligten keine Grenzen gesetzt. Die Aktion schafft vor allem ein Zusammengehörigkeitsgefühl und eine Verbundenheit der Gewerbetreibenden untereinander, die sich auch in der Wahrnehmung der Bewohner gegenüber der Bitburger Innenstadt bemerkbar machen soll.

**Verantwortlich:** Gewerbeverein



### Zielsetzung

Stärkung Einzelhandel

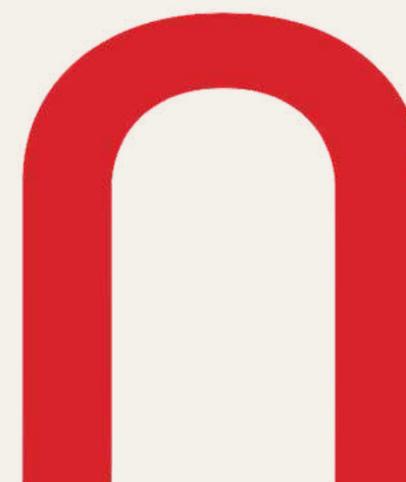
# Schulungsangebot

---

## Maßnahmenbeschreibung

Insbesondere Angebote in den Bereichen Social Media, Kundenbedürfnisse und Werbung haben einen großen Mehrwert, da sie die lokale Wirtschaft stärken und Bitburg moderner und zukunftsorientierter machen. Solche Schulungen würden den lokalen Unternehmen helfen, ihre digitalen Kompetenzen zu verbessern, ihre Zielgruppen klarer anzusprechen und sich besser zu präsentieren. All dies führt zu einer höheren Wettbewerbsfähigkeit der Bitburger Unternehmenslandschaft. Zudem trägt die Weiterbildung von Unternehmer:innen und Mitarbeiter:innen zur Schaffung eines positiven Images von Bitburg als Bildungs- und Wirtschaftsstandort bei, was wiederum Besucher:innen und Investor:innen anzieht.

**Verantwortlich: Gewerbeverein**



### Zielsetzung

Stärkung Einzelhandel

# Gemeinsame Treueprogramme Gutscheinsysteme

---

## Maßnahmenbeschreibung

Gemeinsame Treueprogramme und Gutscheinsysteme in Bitburg sind aus Sicht des Stadtmarketings sinnvoll, weil sie die lokale Wirtschaft stärken und die Bindung von Kund:innen an Geschäfte und Dienstleistungen fördern. Durch die Zusammenarbeit von Einzelhandel, Gastronomiebetrieben und anderen Dienstleister:innen können gemeinsame Anreize geschaffen werden, die Bitburg gegenüber seinen Besucher:innen und Einwohner:innen weiter attraktivieren. Treueprogramme können die Kundenfrequenz erhöhen und den Umsatz steigern. Außerdem wird das Gemeinschafts- und Zusammengehörigkeitsgefühl von Stadtbewohner:innen und Geschäftsinhaber:innen gestärkt, was das lokale Image insgesamt verbessert.

**Verantwortlich:** Operatives Stadtmarketing,  
Gewerbeverein



## Zielsetzung

Stärkung Einzelhandel

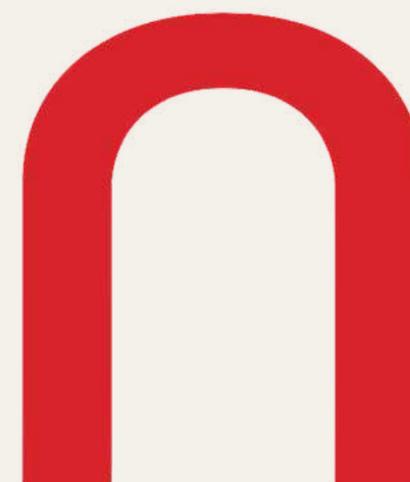
# “Gesichter der Stadt”

---

## Maßnahmenbeschreibung

Eine Kampagne mit dem Titel “Gesichter der Stadt” würde zum einen die Präsentation Bitburgs in den sozialen Medien fördern und zum anderen die Sichtbarkeit der Gewerbetreibenden in Bitburg erhöhen. Entscheidend ist dabei, dass die Gewerbetreibenden und ihre Geschichte gezeigt werden. Warum haben Sie ein Geschäft in Bitburg? Was gefällt Ihnen besonders? Was können Kund:innen bei Ihnen erwarten?

**Verantwortlich:** Gewerbeverein



### Zielsetzung

Stärkung Einzelhandel

# Jugendbeteiligung

---

## Mögliche Maßnahmen

### Handlungsfeld 6 - Jugendbeteiligung

Schülerrabattkarten

Jugendwerkstatt "Snack & Talk"

Trinkwasserspender in der Stadt

# Jugendbeteiligung

---

1

Snack & Talk

2

Schülerrabattkarten

# Snack & Talk (Jugendwerkstatt)

## Maßnahmenbeschreibung

Fortführung der Jugendbeteiligung und des erfolgreichen Formats „Snack & Talk“ im weiteren Prozessverlauf. Möglichkeit zur aktiven Mitgestaltung für Jugendliche und junge Erwachsene zwischen 14 und 22 Jahren zu aktuellen Themen.

**Verantwortlich:** Mobile Jugendarbeit HDJ / strategische Stadtentwicklung



### Zielsetzung

Aufenthaltsqualität steigern

# Schülerrabattkarten

---

## Maßnahmenbeschreibung

Die Einführung von Schülerrabattkarten fördert zum einen die lokale Wirtschaft in Bitburg und stärkt zum anderen das jugendfreundliche Image der Stadt.

Die Rabattkarten bieten Schüler:innen einen Anreiz, lokale Geschäfte und Dienstleistungen zu nutzen, was die Kund:innenbindung erhöht und den Umsatz Bitburgs steigern würde. Gleichzeitig zeigt die Stadt, dass sie die Bedürfnisse und Interessen der jungen Generation wahrnimmt und aktiv wird. Zudem wird die Lebensqualität gefördert. Die Schülerrabattkarte hat somit das Potenzial, das Gemeinschaftsgefühl in Bitburg zu stärken und gleichzeitig das wirtschaftliche Wachstum anzukurbeln.

**Verantwortlich:** Gewerbeverein



**Zielsetzung**

Stärkung Einzelhandel

# Weitere Maßnahmen

---

## Mögliche Maßnahmen

### Handlungsfeld 7 - Weitere Maßnahmen

Leerstandskataster und Konzept zur Leerstandsaktivierung

Klimaanpassungskonzept "Gutes Klima für Bitburg"

Kommunale Wärmeplanung

Maßnahmen zur Etablierung CI-Innenstadt

Eventkonzept

# Weitere Maßnahmen

---



# Eventkonzept

---

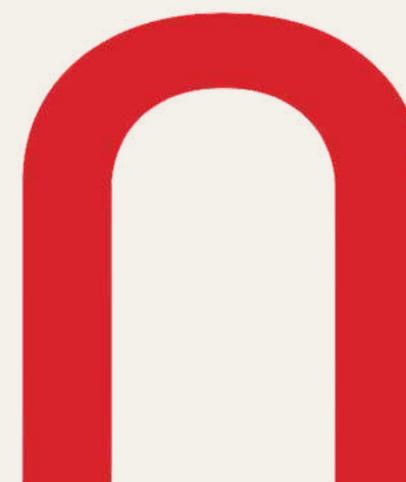
## Maßnahmenbeschreibung

Ein Eventkonzept würde vor allem eine Struktur in den Veranstaltungskalender Bitburgs bringen. Analysen über die einzelnen Plätze und die genaue Bespielung welcher Plätze geben Antwort darauf, in welchen Bereichen in Bitburg noch Potenzial besteht und welche inhaltlichen Bereiche bereits gut abgedeckt sind.

Ein Eventkonzept schafft einen Weg zu einer ausgewogenen und gleichmäßig verteilten Veranstaltungskultur, die generationsübergreifend funktioniert und sich an den Einwohner:innen und Besucher:innen Bitburgs orientiert.

Im Rahmen der Konzeption können Lücken im Veranstaltungskalender identifiziert werden. So kann beispielsweise festgestellt werden, dass Angebote für Jugendliche fehlen.

**Verantwortlich: Operatives Stadtmarketing**



### Zielsetzung

Stärken in der Innenstadt sichtbar machen

# Innenstadtmarketing Bitburg

---



# Strategische Stadtentwicklung

## vs. operative Arbeit



### Definition

Langfristig angelegte Planung und Steuerung, die darauf abzielt, die Innenstadt nachhaltig und zukunftsfähig zu gestalten. Zentrale Koordination Innenstadtentwicklung.



### Ziele

- Sicherstellung einer attraktiven, funktionalen und lebenswerten Innenstadt, sowie Imageaufwertung
- Förderung von urbaner Vielfalt und Lebensqualität
- Anpassung der Innenstadt an gesellschaftliche, wirtschaftliche und ökologische Veränderungen



## Aufgaben der strategischen Stadtentwicklung innerhalb des Teams 3.3 Stadtverwaltung

### Analyse, Konzeption, Strategie

- Durchführung von Bedarfsanalysen (z.B. Bevölkerungsstrukturen, Nutzungsanforderungen)
- Weiterentwicklung des Leitbildes / Fortschreibung des Masterplans/ ISEK
- Strukturentwicklung Innenstadt
- Grundlagen zur Verbesserung der Innenstadtfaktoren, Erarbeitung von Analysen

### Flächennutzung und Planung

- Planung von öffentl. Räumen, Verkehrskonzepten und Nutzungsverteilung (z.B. Wohnen, Handel, Kultur)
- Sicherstellung einer nachhaltigen Infrastruktur

### Politik und Beteiligung

- Enge Zusammenarbeit und Kontaktpflege mit politischen Gremien, Verwaltung, Wirtschaft und Bürger:innen
- Einbindung von Interessensgruppen und Stakeholder:innen
- Netzwerkpflge / interkommunale Zusammenarbeit

### Weitere Projekte

- Beantragung und Koordination von Fördermitteln
- Planung/Steuerung von Investitionen
- Innenstadtmarketing (Öffentlichkeitsarbeit: Standortaufwertung, Förderprogramme und Sonderprojekte)

### Nachhaltigkeit

- Integration von Klimaschutz- und Klimawandelanpassungsmaßnahmen, z.B. Begrünung, Mobilitätskonzepte, Kreislaufwirtschaft sowie Fußwegekonzepte, etc.

# Operatives Stadtmarketing

## vs. strategische Arbeit



### Definition

Kurz- bis mittelfristiges Maßnahmen, die die Innenstadt als Erlebnisraum, Einkaufsort oder kulturelles Zentrum positionieren und beleben.



### Ziele

- Erhöhung der Attraktivität und Besucher:innenfrequenz
- Stärkung des Einzelhandels und der lokalen Wirtschaft
- Schaffung eines positiven Images der Innenstadt



### Aufgaben des operativen Stadtmarketings (Regiebetrieb Stadtmarketing)

#### Veranstaltungsmanagement

- Organisation von Festen, Märkten, Events und Aktionen (z.B. Weihnachtsmarkt, verkaufsoffene Sonntage)

#### Werbung und Kommunikation

- Entwicklung von Kampagnen/ Social-Media-Aktivitäten/ Marketingmaterialien, die die Innenstadt bewerben
- Ansprache von Zielgruppen (Bürger:innen/Tourist:innen/ Investor:innen)

#### Koordination und Netzwerkpfege

- Zusammenarbeit mit Einzelhändlern, Gastronomen und Kulturschaffenden
- Bündelung von Ressourcen und Interessen für gemeinsame Marketingaktionen

#### Service für Besucher:innen

- Einrichtung von Anlaufstellen/ Plattformen für Informationen, Fragen und Anliegen

#### Krisenmanagement

- Erarbeitung kurz-fristiger Maßnahmen zur Belebung der Innenstadt bei sinkender Besucher:innenfrequenz

# Operative vs. strategische Arbeit

Kriterium	Strategische Stadtentwicklung	Operatives Stadtmarketing
Zeithorizont	Langfristig (Jahre bis Jahrzehnte)	Kurz- bis mittelfristig (Tage bis Monate)
Fokus	Planung und Struktur	Belebung und Erlebnis
Maßnahmen	Konzeptionelle, bauliche Maßnahmen Kommunikation und Innenstadtmarketing	Events, Aktionen, Kommunikation
Akteur:innen	Verwaltung, Politik, Planer:innen, Stakeholder:innen	Händler:innen, Veranstalter:innen, Werbeteams
Zielgruppe	Bürger:innen, Investor:innen, Verwaltung, Stakeholder:innen	Besucher:innen, Kund:innen, Tourist:innen
Beispiele	Umgestaltung eines Platzes	Durchführung eines Stadtfestivals

# Handlungsempfehlungen



# Handlungsempfehlungen

---

**Um die Stärken Bitburgs gezielt zu nutzen und die Stadt nachhaltig zu stärken, werden im Folgenden aufbauend auf den identifizierten Stärken und Entwicklungsfeldern konkrete Handlungsempfehlungen vorgestellt. Die Reihenfolge stellt keine Priorisierung dar.**

## **Innenstadt Bitburg**

Die Bitburger Innenstadt ist das Herzstück Bitburgs und hat ein sehr großes Einzugsgebiet. Sie ist ein zentraler Begegnungsort, in dem die Stärken sichtbar und erlebbar gemacht werden sollen. Eine Belebung durch neue Projekte soll die Frequenz erhöhen.

## **Umsetzung der erarbeiteten Maßnahmen**

Um die Transparenz und Motivation der Akteur:innen hochzuhalten, sollte eine Umsetzung von mindestens zwei Maßnahmen zeitnah gestartet werden. Eine Priorisierung der erarbeiteten, möglichen Maßnahmen für die strategische Stadtentwicklung sowie für das operative Stadtmarketing wird im weiteren Prozessverlauf erfolgen

## **Stärkung Einzelhandel**

Im Rahmen der Service- und Präsenz-Offensive wurden zahlreiche Maßnahmen zur Stärkung des Einzelhandels erarbeitet. Bei der Umsetzung sollte der Gewerbeverein angemessen (personell und finanziell) unterstützt werden.

## **Leerstandskonzept**

Die Ausschreibung der Erstellung des Leerstandskatasters und des Leerstandsaktivierungskonzeptes wird aktuell vorbereitet. Dabei sollte es nicht nur um eine Erfassung der Leerstände gehen, sondern anknüpfend an die Ergebnisse des "Innenstadtmarketingkonzeptes" eine Belebung der Leerstände unter Einbindung der Akteur:innen ermöglichen.

## **Inhaltliche Klammer**

Das Profil und das Alleinstellungsmerkmal wurden im Projekt erarbeitet. Dies dient nun als inhaltliche Klammer für die Folgeprojekte. Das bedeutet, dass neue Projekte auf den Stärken aufbauen sollten. Die Umsetzung der im Prozess erarbeiteten Maßnahmen hat Priorität.

## **Einbindung der Akteur:innen**

Bitburg hat den großen Vorteil, sehr aktive Akteur:innen zu haben, die sich für die Attraktivität Bitburgs einsetzen. Diese sollten in den weiteren Prozess eingebunden und über den Projektfortschritt informiert werden.

# Kommunikation

---

## Corporate Design nutzen

Das im Prozess erarbeitete CD sollte breit eingesetzt werden, da es die Wahrnehmung erhöht und ein klares Bild nach innen und außen vermittelt. Es bietet die Möglichkeit, sich als Absender zu bekennen und durch die gestalterischen Elemente relativ frei in der Gestaltung zu sein.

## Marketingkampagne

Zur besseren Etablierung des Corporate Design sollte eine Marketingkampagne durchgeführt werden. Dafür muss die Kernbotschaft ausgearbeitet werden.

## Gemeinsame Plattform

Die Erarbeitung einer gemeinsamen Plattform (Website/ App), auf der alle Informationen für Bürger:innen, Akteur:innen und Tourist:innen gebündelt zu finden sind.



# Koordinations- und Einbindungsstruktur anhand eines Vorschlages



# Tätigkeitsfelder



Quartiersmarketing



Tourismusmarketing



Markenführung



Eventmarketing



Regionalmarketing



Kommunikation



Verwaltungsmarketing



Wissensmarketing



Citymarketing



Kulturmarketing



Steuerung



Wirtschaftsförderung &  
Standortmarketing

**Die Tätigkeitsfelder im Blick haben.  
Bei Projekten oder Entscheidungen ist es von Vorteil die Akteur:innen der Tätigkeitsfelder einzubeziehen.**

# Nächste Schritte

---

**26.03. Bürgerforum**

**Erarbeitung eines Maßnahmenkonzeptes inkl.  
Priorisierung durch die Verwaltung und politische  
Beschlussfassung im weiteren Prozessverlauf**

**Kommunikation der Entscheidung an beteiligte Akteur:innen**

**Ausschreibung Leerstandskonzept und Klimaanpassungskonzept**

**Umsetzung von mind. 2 Maßnahmen, Jourfix zur Aufteilung der Maßnahmen**

# STADT MANU FAKTUR



**Stadtmanufaktur GmbH**

Laura Ebeling, Julia Staron  
Büschstraße 9, 20354 Hamburg  
[www.stadtmanufaktur.com](http://www.stadtmanufaktur.com)

Corporate Design erarbeitet von



im Auftrag von



Diese Maßnahme wird im  
Modellvorhaben "Innenstadt-Impulse"  
des Landes Rheinland-Pfalz gefördert.



RheinlandPfalz

MINISTERIUM DES INNERN  
UND FÜR SPORT