



## **Tätigkeitsbericht 2015 des Rates für Stadtmarketing**

Personalsituation :

- Geschäftsführer Alain Brock – Vollzeit
- Mitarbeiterinnen Brigitte Haag und Marion Decker – je 8 Stunden pro Woche

### **Allgemeine Tätigkeiten im Auftrag der Stadt Eupen und des Verwaltungsrates Rates für Stadtmarketing :**

- Erledigung der täglich anfallenden Arbeiten (Tagesgeschäft) bei der Durchführung der regulären Öffnungszeiten des RSM-Büros
- Geschäftsführung des Rates für Stadtmarketing : Verwaltung, Budgetplanung, Buchhaltung, Terminplanung, Schriftverkehr, ...
- Wöchentliches Morgenbriefing mit den Mitarbeiterinnen
- Teilnahme an Versammlungen und Konferenzen
- Der RSM ist durch seinen Präsidenten und seinen Geschäftsführer im Mobilitätsausschuss der Stadt Eupen vertreten
- Der RSM ist durch seinen Geschäftsführer im Redaktionsteam von „Eupen erleben“ vertreten
- Der RSM ist durch seinen Geschäftsführer im Lenkungs- und Steuerungsausschuss für die Internetpräsenz vertreten
- Regelmäßiger Austausch zwischen Gemeindegremium (Schöffe Arthur Genten) und dem Rat für Stadtmarketing (Geschäftsführer Alain Brock). Dieser Austausch findet jeden Montag um 11.00 statt.
- Redaktion der wöchentlichen RSM-Neuigkeiten
- Zusammenarbeit mit dem Tourist-Info und Schaffen von Synergien
- Einholen von Sponsoring
- Planung und Schaltung von Werbeanzeigen in Fachzeitschriften regional und überregional um die Vermarktung Eupens voranzutreiben.
- Organisation und Führung der Arbeitskreise
- Vorbereitung der Verwaltungsratssitzungen und der Generalversammlung
- Erstellen der Protokolle
- Planung, Entwicklung, Umsetzung und Begleitung von Projekten
- Pflege der Kontakte nach außen, Geschäfts-, und Kulturwelt, Verwaltungen

## **A. Projekte des Rates für Stadtmarketing**

### **1. Projekt City-Info-Tafeln (LED-Tafeln)**

Programmierung der drei City-Info-Tafeln (2 auf der Herbesthaler Straße – vor Sanitherm und Garage Ohn- 1 in Kettenis – Aachenerstraße vor der Apotheke) mit den Veranstaltungshinweisen  
Buchhaltung und Rechnungsstellung  
Die Reservierungsdokumente und die Preisliste bezüglich der Bewerbung der verschiedenen Veranstaltungen sind im Internet abrufbar. Alle Infos : [eupen.be/Stadtmarketing/City-Info-Tafeln](http://eupen.be/Stadtmarketing/City-Info-Tafeln).

### **2. Projekt Eupen Treuekarte – Gutscheine der Eupen Treuekarte**

Das Projekt der Eupener Treuekarte erfreute sich auch in 2015 wachsender Beliebtheit und wird auch in 2016 weitergeführt. Treue Kunden werden für ihre Einkäufe belohnt und erhalten außerdem die Möglichkeit bei den 4 jährlichen Ziehungen tolle Preise zu gewinnen.

Das Projekt Eupen Treuekarte ist ein Hauptaugenmerk des RSM gerade vor dem Hintergrund der neugestalteten Innenstadt hat sie eine Vielzahl von Funktionen :

- Bindung der Kundschaft und der Kaufkraft
- Solidarität der teilnehmenden Geschäftsleute
- Signal an die Kundschaft „Bleiben Sie uns treu“
- Belohnung der Kundschaft durch 5€ Ermäßigung (vollgeklebte Karte) und Teilnahme an vier interessanten Verlosungen pro Jahr.

Dieses Projekt ist natürlich auch mit großem Aufwand für den RSM verbunden :

- Buchhaltung
- Werbung
- Erstellung von Plakaten
- Organisation der Verlosung (Preise bestimmen, Einsammeln der Karten, Listing erstellen,...)

Die Kosten für die teilnehmenden Geschäftsleute belaufen sich auf 1,33% vom Umsatz. Für eine Treuekarte ist dies ein sehr günstiger Prozentsatz. Daher ist es verwunderlich, dass nicht mehr Geschäftsleute an dieser Aktion teilnehmen.

Mitte 2011 hat der Rat für Stadtmarketing die Gutscheine der Eupen Treuekarte eingeführt. Die Gutscheine können ab einem Einkaufswert von 10€ im Tourist-Info erworben werden und können in allen teilnehmenden Geschäften eingelöst werden. Es besteht zudem die Möglichkeit gegen die Zahlung eines Aufpreises von 2,50€ eine hochwertige Geschenkbox mit mehreren Gutscheinen zu erwerben. Eine ideale Geschenkidee. Die Treuekartengutscheinbox. Verschenken Sie Freude zu jedem Anlass : Geburtstag, Kommunion, Weihnachten, ...



Beginn 2013 hat das Gemeindegremium beschlossen, die Bargeldgeschenke seitens der Stadt Eupen bei Jubiläen, Geburtstagen, Geburten, ... abzuschaffen und stattdessen Gutscheine der Treuekarte zu verschenken. Mit dieser Entscheidung wird der Eupener Einzelhandel, da die ausgezahlten Prämien in Eupen bleiben.

Am 31.12.2015 zählt die Eupen Treuekartekarte 53 aktive teilnehmende Geschäfte

In 2014 haben wieder 4 Verlosungen der Eupen Treuekarte stattgefunden :

- Weihnachtsziehung : 15. Januar 2015  
Eingereichte Treuekarten : 695  
Preise im Wert von 2.850€ wurden verlost
- Frühlingsziehung : 07. Mai 2015  
Eingereichte Treuekarten : 925  
Preise im Wert von 1.370€ wurden verlost
- Sommerziehung : 28. August 2015  
Eingereichte Treuekarten : 725  
Preise im Wert von 2.000€ wurden verlost
- Herbstziehung : 19. November 2015  
Eingereichte Treuekarten : 632  
Preise im Wert von 1.450€ wurden verlost

Bei der Frühlings- und der Herbstziehung handelt es sich um Nebenziehungen. Alle Treuekarten, die nicht gezogen werden, bleiben bis zur nächsten Hauptziehung in der Lostrommel.

Bei der Weihnachts- und der Sommerziehung handelt es sich um Hauptziehungen, d.h. es werden mehr Preise verlost und alle sich in der Lostrommel befindlichen Treuekarten werden nach der jeweiligen Ziehung vernichtet.

Insgesamt wurden seitens der Eupener Geschäftsleute 2.977 vollgeklebte Treuekarten, was einem Umsatzwert von 1.488.500€ entspricht, eingereicht. Seitens des Rates für Stadtmarketing wurden Preise im Wert von 7.670€ unter den Kunden der Eupener Geschäftswelt verlost.

### **3. Eupen lives Football**

Im Zuge des Aufstieges der AS Eupen 2010 in die höchste belgische Spielklasse, der I. Division hat der Rat für Stadtmarketing in Zusammenarbeit mit seinen Partnern (AS Eupen, Verkehrsverein, Eupener Karting Center, Hotel Bosten, Restaurant Visé, Restaurant Delcoeur, IKOB) Angebote für auswärtige Fußballfans entwickelt.

Auch in der 2. Division bleibt das Angebot bestehen und wurde noch auf die Bereiche Kunst (Verlinkung mit der IKOB) und Kultur (Verlinkung mit Chudoscnik Sunergia) erweitert. Für 2016 ist eine komplette Überarbeitung der Seiten vorgesehen.

#### **4. Veröffentlichungen RSM – Verkehrsverein**

Um weitere Synergien zu schaffen und Kräfte zu bündeln wurden auch die Ausgaben Eupen Agenda 2015 und Eupen Info 2015 in Zusammenarbeit zwischen dem RSM und dem Verkehrsverein realisiert.

Im Agenda 2015 wurde ein Überblick der im letzten Jahr stattgefundenen Veranstaltungen gegeben. Diese Broschüre wurde auch in alle Eupener Haushalte verteilt.

Im Eupen Info werden alle relevanten Informationen bezüglich Eupen vermittelt : Übernachtungsmöglichkeiten, Restaurants, Konditoreien, Freizeitbeschäftigungen,...

Diese beiden hochwertigen Broschüren wurden seitens des RSM lokal, regional, national und auch grenzüberschreitend verteilt, h.h. Tourist Informationsbüros, Campingplätze, Ausflugziele,... (35 Auslegepunkte)

#### **5. Werbung auf den städtischen Internetseiten**

Durch einen Beschluss des GK vom 04. Oktober 2010 hat der RSM die Vermarktung der städtischen Internetseiten (außer Startseite) übernommen.

Seit Dezember 2010 wird in Zusammenarbeit mit dem Grenz-Echo den lokalen und regionalen Unternehmen die Möglichkeit einer Poolbannerwerbung angeboten. Unternehmer, Geschäftsleute und Vereinigungen können eine jährliche Bannerwerbung in der Größe 170 x 65 Pixel (entspricht einer ungefähren Größe von 60 x 23 mm) zum Preise von 120€ schalten. Dieses Banner erscheint dann abwechselnd auf sämtlichen Seiten und Unterseiten der Bereiche Kultur, Tourismus und Freizeit sowie Wirtschaft. In Kombination mit einer Werbung auf den Internetzeiten des Grenz-Echos beläuft sich die Summe auf 400€. Das Grenz-Echo fertigt die Banner fertigen an. Um diese Banner dann ins Netz zu stellen bedarf es der Freischaltung durch den Geschäftsführer des RSM.

#### **6. Facebookpräsenz**

Seit November 2011 ist der RSM auch auf Facebook vertreten. Wichtige Neuigkeiten und Informationen rund um den Rat für Stadtmarketing und seine Veranstaltungen werden regelmäßig gepostet.

Die Präsenz auf Facebook wurde eingerichtet, um vor allen Dingen junge und junggebliebene Menschen zu informieren. Ende Dezember 2015 hatten wir 580 likes.

#### **7. Facebookpräsenz „Einkaufen in Eupen – Einzelhändler posten ihre Angebote“**

Im Mai 2013 hat der Rat für Stadtmarketing eine weitere Facebookpräsenz geschaltet „Einkaufen in Eupen – Eupener Einzelhändler posten ihre Produkte und Angebote“. Die an der Eupen Treuekarte teilnehmenden Geschäfte haben dort die Möglichkeit ihre Angebote im Netz zu präsentieren und so zusätzliche potenzielle Kunden auf ihre Angebote aufmerksam zu machen. Mehr und mehr Geschäftsleute nutzen die Möglichkeit dieser kostenlosen Werbung. Auch diese Seite erfreut sich wachsender Beliebtheit, zur Zeit 482 likes.

## **8. City-App**

In Zusammenarbeit mit dem Eupener Unternehmen Demetec hat der RSM eine City-App entwickelt, die den Wünschen und Anforderungen der Touristen und Besucher entsprechen. Bei der City-App handelt es sich um eine benutzerfreundliche Anwendung für Mobiltelefone (Handy's) und Smartphones. Nutzer eines Smartphones haben die Möglichkeit Informationen aus den Bereichen Aktuelles, Sehenswürdigkeiten, Spielplätze, Restaurants, Unterkünfte, Taxis,...benutzerfreundlich zu erhalten.

Ab einem jährlichen Preis von 125€ können die Eupener Geschäftsleute ihr Geschäft im Internet bewerben. (125€ pro Jahr für die Verlinkung mit der eigenen Internetseite, 200€ um zusätzliche eigene Fotos und Texte einzufügen, für 250€ pro Jahr kann man zusätzlich ein Video hinterlegen).

Der Horecabereich ist sehr gut abgedeckt. Trotz zahlreicher Kontaktaufnahmen tun sich die anderen Einzelhändler schwer, den Nutzen des Internets zu erkennen.

Die City App wird ebenfalls mit Eupen meets verlinkt werden.

## **9. Eupener Produkte**

Die Eupen Produkte werden unter dem Label „Gutes aus Eupen“ seit Beginn 2013 durch den Rat für Stadtmarketing vermarktet. Auch in 2015 wurde das Angebot erneut erweitert werden und umfasst nun folgende Produkte : Eupener Platz, Eupener Bier-Wurst, Honig, Wein, Kräuteröl, Bier (Damian, Cabane, My day), Eupener Klostertröpfchen, Likör My Day, Café Le Gourmet (Fair Trade Kaffee in Eupen geröstet) Chutney und Taschenbücher (Eupen das steinerne Gedächtnis, Unterwegs in der Hauptstadt).

Eigene Produkte sind für die Vermarktung einer Stadt von größter Wichtigkeit stellen diese doch ein Alleinstellungsmerkmal da.

Plakate wurden entworfen und weisen nun auf die Produkte hin. Regelmäßige Zeitungsanzeigen, Presseberichte und Gewinnspiele helfen bei der Vermarktung.

Im Tourist-Info Büro sind Präsentkörbe in allen Preisklassen gefüllt mit diesen Produkten zu kaufen.

## **10. Tourismesse Antwerpen**

Vom 22. bis 26. Januar hat der RSM in Zusammenarbeit mit dem Verkehrsverein erneut an der großen Tourismusmesse in Antwerpen (Vlaanderen Vakantieland) teilgenommen Die Kosten hat der RSM übernommen. Das Personal wird durch den RSM und das Tourist Info gestellt. Unter der Regie der Tourismusagentur Ostbelgien hat Eupen gemeinsam mit St. Vith und Malmedy einen eigenen Stand bestückt und Werbung für Eupen und unsere Gegend gemacht. Denn wie Analysen und Statistiken belegen kommen ein Großteil der Touristen die Eupen besuchen aus dem niederländischsprachigen Teil Belgiens.

Eine erneute Teilnahme ist auch 2016 geplant.

### **11. Eupener Einzelhandelscharta**

Die Stadt Eupen (Claudia Niessen), die Verwaltung (Kay Raddatz und Ralph Bosten), die Wirtschaftsförderungsgesellschaft (Nathalie Klinkenberg) und der Rat für Stadtmarketing (Alain Brock) erarbeiten seit März 2015 eine Eupener Einzelhandelscharta. Bisher haben 5 Treffen stattgefunden.

Diese Einzelhandelscharta in Form einer Broschüre soll sämtlichen potenziellen neuen Einzelhändlern vielfältige Informationen rund um eine möglich Geschäftseröffnung in Eupen geben : Allgemeine Informationen, wirtschaftliche Infos, Denkmalschutzinformationen, Regelung Fassadenwerbung, Analyse Geschäftswelt, welches Geschäft darf sich wo niederlassen...

Diese Einzelhandelscharta soll im ersten Halbjahr 2016 der Öffentlichkeit vorgestellt werden.

### **12. Analyse Geschäftstraßen in Eupen**

Im Rahmen der Eupener Einzelhandelscharta hat der Rat für Stadtmarketing in der Person der Praktikantin Elena Horten und des Geschäftsführers Alain Brock eine Analyse des Eupener Einzelhandels in den im Vorfeld seitens der Stadt Eupen als Geschäftsstraßen definierten Bereichen durchgeführt : Untere Bergstraße, Kirch-, Kloster- und Paveestraße, Aachener Straße bis zur Eisenbahnbrücke, Klötzerbahn, Schilsweg und Haastraße. Der Branchenmix wurde untersucht bzw. analysiert. Der Anteil Wohnungen im Erdgeschoss und auch der Leerstand wurden errechnet.

Anfang 2016 sollen die Ergebnisse der Analyse der Öffentlichkeit vorgestellt werden.

### **13. Analyse der Geschäftsstraßen – Umfrage Einzelhändler**

Parallel zur Analyse der Geschäftsstraßen hat der Rat für Stadtmarketing eine Umfrage unter den ortsansässigen Einzelhändlern durchgeführt. So sollte der Durchschnittsmietwert pro m<sup>2</sup> erhoben werden sowie die Anzahl beschäftigter Mitarbeiter, Durchschnittsladengröße, Geschäftsentwicklung, Herkunft Kunden, ...

Die wichtigsten Antworten sollen ebenfalls in die Einzelhandelscharta einfließen.

Leider haben sich nur 25 Einzelhändler an der Umfrage beteiligt. Nichtsdestotrotz enthält diese Umfrage einige wichtige und interessante Informationen. Sobald wir die Ergebnisse ausgewertet haben, werden wir diese der Öffentlichkeit vorgestellt

### **14. Konzept 2020**

Basierend auf seinem bereits in 2012 erarbeiteten Strategiekonzept hat der Rat für Stadtmarketing sein Konzept 2020 erarbeitet.

Strategiekonzept 2012

Um den Bekanntheitsgrad der Stadt Eupen in sämtlichen Bereichen zu erhöhen, ist die Zusammenarbeit sämtlicher Partner zwingend erforderlich und es bedarf gemeinsamer Anstrengungen um die definierten Zielsetzungen zu erreichen. Ein attraktiver Einzelhandelsstandort zeichnet sich fast immer durch ein attraktives Stadtzentrum aus.



Ganz nach dem Motto : Einkaufen, Erleben, Verweilen, Genießen. Einkaufen wird immer mehr zu einem Erlebnis und dies muss auch in Eupen der Fall sein.

Es gilt eine langfristige Bindung von Einheimischen, Besuchern, Touristen und Gästen zu schaffen und die Verweildauer im Zentrum und damit auch die Kaufbereitschaft zu erhöhen.

Ein koordiniertes Zusammenspiel verschiedener Partner schafft die Voraussetzungen für einen attraktiven Einkaufsstandort.

Gestalter eines attraktiven Einkaufsstandortes :

1. Politik & Verwaltung
2. Einzelhandel
3. Bewohner/Einheimische
4. Rat für Stadtmarketing
5. Kultur, Tourismus und Sport

Konzept 2020 :

Ziel ist die Schaffung einer positiven Wahrnehmung Eupen im regionalen und euregionalen Umfeld. Um dies zu erreichen muss Eupen an seiner Unverwechselbarkeit arbeiten und seine unverwechselbaren Trümpfe ausspielen.

Voraussetzungen, Zielsetzungen und Schwerpunkte werden in diesem Konzeptpapier, welches durch die verschiedenen Mitgliedsverbände des Rates für Stadtmarketing erarbeitet wurde, definiert.

## **15. Wir für Eupen**

Im Zuge der Realisierung einer positiven Wahrnehmung unserer Stadt im regionalen und euregionalen Umfeld (Konzept 2020) wurde im Jahre 2014 die Initiative : „Wir für Eupen – Botschafter“ lanciert.

Wir alle wünschen uns eine blühende und lebendige Innenstadt mit interessanten Geschäften; eine Stadt, die für eine kulturelle Vielfalt steht und für ihre sportlichen Aktivitäten bekannt ist; eine Stadt, die naturnah gelegen und architektonisch wertvoll ist; eine Stadt, in der soziales Engagement gelebt wird; eine Stadt, die einfach lebenswert und besucherfreundlich ist, die zum Verweilen und Genießen einlädt, und für jeden Geschmack etwas zu bieten hat.

Wie erreichen wir dieses Ziel?

Seitens des RSM wurde ein Strategiekonzept entwickelt. Dieses gilt es zu überarbeiten, zu überprüfen und in ein Marketingkonzept umzuwandeln, welches umgesetzt werden muss und eine regelmäßige Sichtbarkeit Eupens auf lokaler, regionaler und überregionaler Ebene garantiert und die zahlreichen Vorzüge Eupens das ganze Jahr über bewirbt.

Die Dauer dieses Projektes ist auf 5 Jahre festgelegt. Gegen die Zahlung von 150€ Jahresbeitrag können sich Eupener Einzelhändler und Unternehmen diesem Projekt anschließen, auch noch im Laufe der 5 Jahre. Privatpersonen können sich ebenfalls gegen die

Tätigkeitsbericht 2015 des Rates für Stadtmarketing



Zahlung einer jährlichen Teilnahmegebühr von 50€ beteiligen. Derzeit unterstützen 63 Einzelhändler und Privatpersonen unsere Initiative.

Zudem wird den Teilnehmern eine größtmögliche Sichtbarkeit eingeräumt : gemeinsames Foto, gemeinsame Anzeige, großer Aufkleber,...

In 2015 wurden folgende Anzeigen bzw. Veranstaltungen unterstützt :

### **Wir für Eupen - Botschafter / Ausgaben 2015**

#### **Januar**

Broschüre Eupen Agenda 2015  
Broschüre Eupen Info  
Präsenz Tourismusmesse Antwerpen  
Anzeige Grenzecho  
Aufkleber Teilnehmer "Wir für Eupen"

#### **Februar**

Anzeigenschaltung in Zeitvertreib Kreis Düren

#### **März**

Anzeigenschaltung im Branchenindex

#### **April**

Modenschau "Eupen präsentiert seine Vielfalt"

#### **Mai**

Eupen Musik Marathon  
Kulinarisches Festival

#### **Juni**

Anzeige Life Magazin Monschau  
Vermarktung "Gutes aus Eupen"  
Ostbelgien kauft lokal

#### **Juli**

Installation Wifi-Hotspot im Temsepark  
Anzeigenschaltung im Kunst Echo des Ikob

#### **August**

Anzeigenschaltung Festschrift Tirolerfest  
Anzeigenschaltung Festschrift "Haaste Töne"

#### **September**

Tanzende Stadt - Irene k.



## **Oktober**

Bauernhof zum Anfassen  
Kreativtag

## **November**

Seitenstraße

### **16. Die schönsten Seiten Eupens**

Um die Schüler für das Projekt „Wir für Eupen – Botschafter“ zu begeistern, hat der Rat für Stadtmarketing die verschiedenen Primarschulen Eupens-Kettenis zur Teilnahme am Wettbewerb „Die schönsten Seiten Eupens“ eingeladen.

Um die schönen Seiten Eupens aufzuzeigen und dem ewigen Miesmachen und Nörgeln Einhalt zu gebieten, haben wir sämtliche Schulklassen bzw. alle Schüler der verschiedenen Kindergärten und Grundschulen, einladen an unserem Wettbewerb „Dein schönes Eupen“ teilzunehmen. Es konnte gemalt, gebastelt, fotografiert,... werden, ob alleine oder als Klasse. Die schönen Seiten bzw. Orte Eupens sollen aufgezeigt werden. Der Phantasie wurden keine Grenzen gesetzt.

Schlussendlich haben sich die Pater Damian Grundschule und die Städtische Grundschule am Wettbewerb beteiligt. Insgesamt wurden 11 Exponate eingereicht.

Um den eingereichten Exponaten noch mehr Sichtbarkeit einzuräumen, wurde entschieden, diese während der Ausstellung „Gestern war Heute“ im Alten Schlachthof im „buntenRaum“ auszustellen. Die Besucher der Ausstellung wurden eingeladen die verschiedenen Exponate zu bewerten, um einen Publikumspreis zu vergeben.

Insgesamt wurden 217 Stimmzettel eingereicht.

Als Sieger ist das Projekt „Friedensbrunnen“ von Schülern des 6. Schuljahres der PDS, vor dem Projekt „Klötzerbahn“ ebenfalls 6. Schuljahr PDS und der Fotomontage „Spamännchen“ des 3. & 4. Schuljahres der Städtischen Grundschule Oberstadt aus dem Wettbewerb hervorgegangen.

### **17. Tourismusmarketing Großregion – Verlosung City-Trips**

2015 stand in der Großregion (Saarland – Lothringen – Luxemburg – Rheinland/Pfalz – Wallonie – DG) ein Budget von 150.000€ zur Vermarktung des Themas „City Trips“ zur Verfügung. Im Rahmen dessen wurde eine große On-Linekampagne für Mai-Juni 2015 geplant. Im Fokus standen 6 Städte der Großregion (eine aus jeder Region) inklusive konkreten Buchungsangebot und Gewinnspiel. Jede ausgewählte Stadt hatte demzufolge ein Werbebudget von 25.000€. Ziel der Werbekampagne war die gegenseitige Bewerbung der teilnehmenden Städte. Die Einwohner der großregion sollten sich für die anderen Städte interessieren.

Da der Geschäftsführer regelmäßig an den Treffen der Großregion in Trier teilgenommen hat, wurde auch Eupen neben Lüttich, Metz, Saarbrücken, Luxemburg und Trier für die Kampagne ausgesucht.

### **18. Umfrage : Zur Wahrnehmung Eupens**

In den Monaten Juli und August hat der Rat für Stadtmarketing eine Umfrage in Eupen und Umgebung zur Wahrnehmung Eupens durchgeführt. Diese Umfrage wurde durch die beiden Praktikantinnen Elena Horten und Maryline Gauder durchgeführt. Befragt wurden die Personen auf den Märkten in Eupen, Welkenraedt, Bütgenbach, St.Vith, Malmedy, Spa, Eschweiler und Monschau-Imchenbroich.

Insgesamt wurden 311 Personen bezüglich der Wahrnehmung Eupens befragt :

- Was ist für sie Eupen?
- Was verbinden sie mit Eupen?
- Was gefällt ihnen an Eupen?
- Was fehlt in Eupen?
- Kennen sie die Produktreihe „Gutes aus Eupen“?
- Wie häufig kaufen sie in Eupen ein?
- Welche Gründe sprechen für einen Einkauf in Eupen?
- Welche dagegen?
- Welche Verkehrsmittel benutzen sie zum Einkaufen?
- Wie kaufen sie in auswärtigen Städten ein?
- Was kaufen sie in Eupen ein?
- Was wünschen sie sich in Eupen noch als Geschäft?
- Besitzen Sie eine Eupen Treuekarte?
- Gefallen ihnen die Events in Eupen?
- Welches Event ist ihnen in Erinnerung geblieben?
- Welche Events wünschen sie sich noch?

Bereits vor 3 Jahren haben wir eine solche Umfrage durchgeführt, so dass man nun auch Rückschlüsse ziehen kann.

### **19. Arbeiten Herbesthaler Straße**

Um die Arbeiten an der Herbesthaler Straße im Vorfeld den ansässigen Geschäftsleuten, Unternehmen und Bürgern näher zu bringen und vor allen Dingen die geplanten Verkehrsführungen zu kommunizieren, wurde eine Arbeitsgruppe „Herbesthalerstraße“ gegründet, wohlwissend das die Stadt Eupen nicht die Verantwortung bei den Arbeiten trägt. Teilnehmer : Schöffen Scholl und Genten, Beate Deneffe und Guido Fischer (Vertreter Einzelhandel), Ewald Broichhausen (Mediakonzept), Daniel Pavonet (Firma Pavonet) und Henri Driessens (Brico und Vertreter Geschäftsleute Herbesthalerstraße).

Es wurde ein Werbekonzept unter dem Titel „Wegen Umbau geöffnet“ geplant und aufgebaut.

Es wurde ein Flyer entworfen, der sämtliche wichtige Information enthält : geplante Arbeiten, Verkehrsführungen während der verschiedenen Bauphasen, Erreichbarkeit der ansässigen Geschäfte,...

Der Flyer ist sowohl in Papierform als auch digital verfügbar und wurde allen interessierten Personen zur Verfügung gestellt.

Insgesamt haben 5 Treffen der Arbeitsgruppe stattgefunden.



### **20. Eupen putzt sich heraus**

Tätigkeitsbericht 2015 des Rates für Stadtmarketing

Gemeinsam mit der Stadt Eupen hat der RSM am Freitag dem 24. April und am Samstag 25. April den mittlerweile dritten Eupener Frühjahrsputz, unter dem Namen „Eupen putzt sich heraus“ organisiert. Dieser fand erneut parallel zur Aktion „Saubere Weser“ statt. So können Synergien in Sachen Bewerbung und Kommunikation geschaffen werden.

Am Freitag waren die Schulkinder unterwegs und am Samstag war die gesamte Bevölkerung aufgerufen sich zu beteiligen, entweder beim Eupener Frühjahrsputz oder der Aktion „Saubere Weser“

An der Aktion „Eupen putzt sich heraus“ haben teilgenommen : Pater-Damian-Grund und Förderschule, Athenäum Eupen-Grundschule, Grundschule Kettenis, Dorfgruppe Kettenis, Bergkapellviertel, Ahmadiyya-Gemeinde, Rat für Stadtmarketing, Anwohner, Familien und Bürger.

Die gesammelte Müllmenge betrug a 7,8m<sup>3</sup> aufgeteilt in

- 75 Müllsäcke Restmüll
- 29 Müllsäcke Getränkedosen
- 26 Müllsäcke Plastik
- 12 Müllsäcke Glas

## **21. Kulinarisches Festival**

In Zusammenarbeit mit Chudosnik Sunergia hat der Rat für Stadtmarketing im Rahmen des Eupen Musik Marathons sein erstes kulinarisches Festival organisiert. Sämtliche Restaurantbetreiber auf dem Eupener Stadtgebiet wurden kontaktiert. Schlussendlich haben folgende Eupener Geastronome teilgenommen : Duo/Delcoeur, La Luna, le Riad de Marrakesch, La Bottega, Rastkeller, Sunny, Paparazzi und Ratskeller. Dazu konnten noch verschiedene mobile Anbieter angeworben werden : Finders Räucherwerk, Flammentwelt, ... Insgesamt 23 Anbieter aus dem Gastronomiebereich boten ihre Köstlichkeiten an. Leider hatte der Rat für Stadtmarketing nicht die erhoffte Sichtbarkeit und Wahrnehmung bei der Durchführung dieses Projektes.

Für eine Erstveranstaltung auf jeden Fall ein voller Erfolg.

## **22. Eupen kauft lokal**

Um die Ostbelgische Bevölkerung für den Einkauf vor Ort im spezilisierten Einzelhandel zu sensibilisieren wurde eine Kampagne in den Monaten April und Mai in Ostbelgien durchgeführt.

Unter dem Slogan „Ostbelgien kauft lokal“ lancierten die beiden Medienunternehmen GrenzEcho-Verlag und Ostbelgischer Medienverlag (Wochenspiegel und KurierJournal) Mitte April gemeinsam mit BRF Mediaconcept eine Kampagne, die dem Einzelhandel in Ostbelgien den Rücken stärken soll.

Die Aktion richtete sich an die regionale Kundschaft, die in ihrem Kaufverhalten wieder verstärkt für den Einkauf „vor Ort“ sensibilisiert werden soll.

Mit im Boot sind die lokalen Fördergemeinschaften respektive Gewerbevereine, so namentlich in Eupen, St.Vith, Kelmis, Bütgenbach und Büllingen (weitere Partner nicht ausgeschlossen).

Da es in Eupen keine funktionierende Einzelhandelsvertretung mehr gib, hat der Rat für Stadtmarketing diesen Part übernommen und hat in der Person seines Geschäftsführers aktiv an den verschiedenen Planungsversammlungen teilgenommen.



### **23. Einweihung Innenstadt**

Der Rat für Stadtmarketing war maßgeblich in die Planung und Organisation des Programms zur Einweihung der Innenstadt eingebunden.

So wurde am Wochenende der Einweihung der Innenstadt eine Rubbellosaktion organisiert. Seitens der Stadt Eupen wurde dem Rat für Stadtmarketing ein Sonderbudget in Höhe von 5.000€ zur Verfügung gestellt. So konnten insgesamt 15 Einkaufsgutscheine in Höhe von 100€ und 140 Gutscheine in Höhe von 25€ verlost werden. Die Kosten für Layout und Erstellung der 10.000 (!) Rubbellose wurden vom Rat für Stadtmarketing übernommen. Teilnehmen konnte jeder Eupener Geschäftsmann, unter der Voraussetzung, einen Einkaufsgutschein in Höhe von 25€ für die Sonderziehung zu spenden. Insgesamt haben 60 Eupener Geschäfte an dieser Aktion, die ein voller Erfolg war, teilgenommen.

### **24. Wifi – Hot-Spot Temsepark**

Nachdem der Hotspot auf dem Eupener Marktplatz bereits seit 2011 (der erste in Ostbelgien!) in Betrieb ist, hatte der Rat für Stadtmarketing Beginn des Jahres den Entschluss gefasst auch die Unterstadt mit einem für die Besucher und Touristen interessanten freien Internetzugang zu versehen. So wurde in Zusammenarbeit mit dem Kirchenfabrikat St. Joseph die Entscheidung getroffen, eine solche Installation im Turm der St. Joseph-Kirche vorzusehen. Diese Installation wurde wieder von der Firma pro-Tech aus Raeren ausgeführt. Das globale Budget betrug 5.000€. Für die Hälfte des Budgets erhielten wir seitens der deutschsprachigen Gemeinschaft einen Zuschuss. Seit Anfang September läuft die Testphase. Im Frühjahr wird die Anlage offiziell eingeweiht werden.

### **25. Zusammenlegung Rat für Stadtmarketing und Tourist-Info**

Im Zuge der geplanten Zusammenlegung von Tourist-Info und Rat für Stadtmarketing wurde ein geschäftsführender Vorstand eingesetzt. Mitglieder des geschäftsführenden Vorstandes : Ewald Plumanns, Franz-Joseph Vandenhirtz, Walter Olbertz (alle Verkehrsverein Eupen ) Alfred Küchenberg RSM) und Schöffe Michael Scholl. Der gebildeten Arbeitsgruppe gehören noch RSM Geschäftsführer Alain Brock sowie die RSM/Tourist-Infomitarbeiterinnen Brigitte Haag und Marion Decker teil. Insgesamt haben bereits 5 Planungsversammlungen stattgefunden.

Zum 01. März hat der RSM die komplette Personalverantwortung des Tourist-Info übernommen. 2016 wird in finanztechnischer Hinsicht ein Übergangsjahr sein. Ab 2017 soll dann auch der RSM für die komplette Finanzverwaltung von RSM und Tourist-Info verantwortlich zeichnen.

Der Verkehrsverein als solcher bleibt natürlich bestehen und wird sich wieder ausschließlich auf seine Grundtätigkeiten konzentrieren können; d.h. der Verschönerung des Eupener Stadtbildes und die Organisation von Märkten (Lambertusmarkt und Weihnachtsmarkt)



### **26. Bauernhof zum Anfassen**

Auch die zweite Auflage des Bauernhof zum Anfassen (09 – 11. Oktober 2015) wurde zu einem vollen Erfolg. Das Organisationsteam : Rat für Stadtmarketing, Bauernbund, Grüner

Kreis, Ländliche Gilden, Garternbau Eupen und Umgebung, Freunde der Kaltblutpferde können absolut zufrieden sein. Die Stadt Eupen leistete wertvolle logistische Hilfe. Die Veranstaltung fand auf dem Gelände des Parkplatzes Bergstraße und des angrenzende Josephine-Koch Parks statt. Hervorzuheben ist auch die Unterstützung durch „Made in Ostbelgien“

Am Freitag, hat der Grüne Kreis mehr als 350 Schüler der 2. Schuljahre aus Eupen-Kettenis und Raeren die Landwirtschaft nähergebracht und auf deren Wichtigkeit in der Nahrungsmittelkette hingewiesen. Dies geschah durch eine Vielzahl von Ateliers.

Am Samstagmorgen wurde ein Kaltblutwettbewerb organisiert durch den Kaltblutfreund Norbert Bong und sein Team durchgeführt.

Am Samstagabend konnten wir 160 Personen zum Scheunenfest inklusive Erntedankbankett begrüßen. Zum anschließenden Tanzabend, konnten wir nochmals dieselbe Anzahl Personen willkommen heißen.

Am Sonntag hat dann der große Erntedankumzug durch die Eupener Innenstadt stattgefunden. Tausende Zuschauer säumten die Straßen als die Pferdegespanne, Kutschen, Kaltblüter, Oldtimertraktoren, alle liebevoll zum Thema Erntedank dekoriert vorbeizogen.

Auf dem Parkplatz Bergstraße fand derweil der große regionaler Markt sowie eine große Ausstellung zum Thema Landwirtschaft statt.

### **27. Einweihung alter Schlachthof – Ausstellung „Gestern war Heute“**

Anlässlich der Einweihung des Alten Schlachthofes wurde eine Ausstellung unter dem Namen „Gestern war Heute“, durchgeführt. Den Vorsitz des Kuratoriums führte übrigens der Präsident des RSM, Alfred Küchenberg .

Der Rat für Stadtmarketing war durch seinen Geschäftsführer Alain Brock im Kuratorium vertreten.

Zudem zeichnete der RSM für die Ausstattung und Betreuung des „bunten Raumes“ verantwortlich. Hier konnten Kinder unter der Betreuung verschiedener Eupener Jugendgruppen die Wimmelbilder ausmalen oder mit Bauklötzen bekannte Eupener Denkmäler nachbauen.

### **28. Aktion Intradel zur Müllvermeidung (Reduzierung von Plastiktüten**

Eine Aktion von Intradel, der Stadt Eupen und des Rates für Stadtmarketing zielt auf die Reduzierung von Verpackungsmüll ab. Die teilnehmenden Geschäfte erhalten kostenlose wiederverwertbare Einkaufstaschen bzw. Brottüten. Diese wurden an die Kunden Beginn Dezember verteilt. Insgesamt haben 18 Eupener Einzelhändler an der Aktion teilgenommen.



### **29. Eupen Fair Trade Town**

Eupen hat den Titel einer fair Trade Town erhalten. Der RSM ist durch seinen Geschäftsführer in der Steuerungsgruppe vertreten und nimmt an den regelmäßigen Versammlungen teil.

### **30. Treffen Vertreter Geschäftsleute**

Da in Eupen keine organisierte Vereinigung Eupener Geschäftsleute mehr besteht, treffen sich die Vertreter der verschiedenen Geschäftsstraßen zweimonatlich unter dem Vorsitz des RSM-Geschäftsführer Alain Brock zu informellen Treffen.

Schwerpunkte 2015

- Organisation, Planung und gemeinsame Bewerbung verkaufsoffener Sonntage
- Einzelhandelscharta
- Planung, Organisation und Durchführung der Aktion „Eupen präsentiert seine Vielfalt (Die Modenschau der besonderen Art)“.

Im Rahmen der Einweihung der neugestalteten Innenstadt fandt am Sonntag, eine Modenschau der besonderen Art unter dem Namen „Eupen präsentiert seine Vielfalt“ statt. Auf der Kreuzung Marktplatz, Kirchstraße und Klosterstraße wurde ein professioneller Laufsteg errichtet. 26 Eupener Einzelhändler aus allen Sparten (Mode, Bäckerei, Optiker, Galeristen,...) präsentierten ihre Produkte. Dicht gedrängt standen hunderte Zuschauer um den Laufsteg.

## **C. Arbeitskreise**

### **1. Arbeitskreis Wanderer**

Diesem Arbeitskreis gehören Vertreter folgender Vereinigungen und Gruppierungen an :

- Tourismusschöffe Stadt Eupen Michael Scholl
- Eifel Ardennen Verein : Hubert Keutgens
- Sektion Sonnentau Hans Ernst
- Stadtführer /Wanderführer Alfred Cormann
- Vertreter und Markierungsverantwortliche der GR : Horst Michels
- Private Wanderer Norbert Wetten, Roger Bollen
- Verkehrsverein Ewald Plumanns, Marion Decker
- Rat für Stadtmarketing Alfred Küchenberg, Walter Schneider, Alain Brock

Die Realisierung der Wanderung „Rund um Eupen“ ist quasi abgeschlossen. Der 15 bzw 17,5 km lange Rundweg wurde festgelegt und durch die Mitglieder der Arbeitsgruppe beschildert.

Der Wanderweg bietet auf der festgelegten Route einen tiefen Einblick in Eupens Sehenswürdigkeiten : Wald, Wiesen, Wasser (Talsperre), alte und neue Industrie und Architektur.

Zur Zeit wird der Flyer erarbeitet.

In der ersten Jahreshälfte 2016 wird die Wanderung „Rund um Eupen“ der Bevölkerung vorgestellt. .

## **2. Arbeitskreis Kultur**

Vertreten in diesem Arbeitskreis sind die Kulturträger, die über eine feste Struktur verfügen und Personal beschäftigen :

Chudoscnik Sunergia :	René Janssen
Kulturelles Komitee :	Albert Piel
Ostbelgien Festival :	Steven Gass – Hans Reul
Ikob	Thomas Küchenberg
Irene K. :	Alena Deckers
Sylvain Stiftung	Norbert Kreuzsch
Arbeitsgemeinschaft Karneval Eupen-Kettenis	Michael Kremer
RSM	Alfred Küchenberg, Brigitte Haag, Alain Brock

Ziel des Arbeitskreises ist die Bündelung der Akteure mit gemeinsamen kulturellen Interessen, um sich auszutauschen, um nach Synergien zu suchen, um Probleme zu besprechen und um gegebenenfalls gemeinsame Aktionen zu definieren.

Die Treffen dieses Arbeitskreises findet monatlich statt.

Der Arbeitskreis Kultur hat am 23. Oktober zum fünften Mal einen Kreativtag, erneut unter der Schirmherrschaft von Minister Oliver Paasch organisiert. Die Service Clubs Rotary Eupen – Malmedy und Kiwanis Eupen unterstützten erneut dieses Projekt. Der Rest des Budgets wurde durch den RSM getragen.

## **3. Arbeitskreis Tourismus**

Auf Anregung von Ministerin Isabelle Weykmans hat der RSM einen Arbeitskreis Tourismus ins Leben gerufen. Es sind in diesem Arbeitskreis vertreten :

Tourismusschöffe Stadt Eupen	Michael Scholl
Regierung DG	Leo Kreins
Gemeinschaftszentren DGG	Werner Baumgarten
Horeca Bereich	Hubert Bosten
Verkehrsverein	Ewald Plumanns, Marion Decker
RSM	Alfred Küchenberg, Alain Brock

Zielsetzung ist die Positionierung Eupens als Seminar- und Tagungsstätte und die damit verbundene Ausarbeitung touristischer Konzepte unter Berücksichtigung und Einbeziehung der be- und entstehenden Hotel- und Kongressinfrastruktur.

Eine gemeinsame Internetpräsenz unter dem Label „Eupens-Kelmis-Lonten-Raeren meets“ u unter Einbeziehung der nördlichen Gemeinden der DG (Raeren, Kelmis und Lontzen) wurde realisiert und ist seit Oktober on-line.

Die verschiedenen Horecabetriebe haben die Möglichkeit sich dort zu präsentieren. Ein weiterer wichtiger Bereich ist die Freizeitgestaltung. Den potentiellen Seminaarausrichtern werden die verschiedene Bausteine (Infrastruktur, Übernachtungen, Catering, Freizeitgestaltung,...) vorgestellt und jeder kann sich sein Paket zusammenstellen.

Die Erarbeitung der Angebote wird durch die beiden RSM Mitarbeiterinnen Marion Decker und Brigitte Haag gewährleistet.

In einer späteren Phase ist die Zusammenarbeit mit der Buchungsplattform der TAO vorgesehen.

#### **4. Arbeitskreis Wirtschaft**

Der Arbeitskreis Wirtschaft wurde Ende 2012 eingesetzt.

Zusammensetzung :

Schöffe Mittelstand :	Michael Scholl
Schöffe Einzelhandel :	Arthur Genten
Wirtschaftsförderungsgesellschaft	Nathalie Klinkenberg, Yannick Grosch
Wirtschafts & Sozialrat	Patrick Meyer
Anikos	Dany Havenith
Juniorenkammer	Thomas Baguette
Vertreter Unternehmen	Wilfried Lennertz

Derzeit liegt der Schwerpunkt des Arbeitskreises auf der Bekämpfung des Leerstandes. Zur Zeit werden verschiedene Möglichkeiten den Leerstand zu reduzieren untersucht.