

Kommunikationsbausteine Stadtmarketing Tirschenreuth e.V.

Stand: 16.09.2024 Janka Hannemann-Mathes

Geschichte des Stadtmarketing Tirschenreuth e.V.

Der Stadtmarketingverein Tirschenreuth wurde im Jahr 1998 unter der Leitung des damaligen Ersten Vorsitzenden Herrn Harald Voit gegründet und hat seitdem maßgeblich zur Entwicklung und Belebung der Kreisstadt beigetragen.

Mit dem Ziel, die Lebensqualität in Tirschenreuth zu steigern, entstand mit Projektleiter Herrn Robert Böhm, damaliges Mitglied des Stadtmarketing Tirschenreuth e.V. und weiteren engagierten Wirkenden des Vereins aus Wirtschaft und Vereinsleben, die Arbeitsgruppe „Stadtleitbild“. Erster Bürgermeister Herr Franz Stahl, der zu diesem Zeitpunkt der entscheidende Motor für dieses Projekt war, lag die nachhaltige Entwicklung und die positive Gestaltung der Stadt sehr am Herzen. So startete im Jahr 2004 eine ausgedehnte Umfrage unter allen Bevölkerungskreisen, Kirchen, Schulen, dem Wirtschaftsleben sowie Vereinen und Institutionen. In diesem Rahmen wurden acht Kategorien wie zum Beispiel Innenstadt & Wohnen in Tirschenreuth, Handel & Gastronomie, Gesundheit & Soziales, aber auch Kunst & Kultur hinterfragt und beurteilt. Im Endergebnis konnten die Mitglieder mit Projektleiter Herrn Robert Böhm einen 18-seitiger Bericht "Stadtleitbild Tirschenreuth 2010" den Akteuren der Stadt vorgelegt.

Die Intension zur Gründung des Stadtmarketingvereins lag darin, als Impulsgeber für die Stadt zu agieren, um mögliche Projekte und Handlungsfelder zu definieren und zu priorisieren. Zudem war es Ziel, auch eigener gesellschaftliche Interessen zu verfolgen, um die Lebensqualität der Bewohnerinnen und Bewohner in der Kreisstadt und den Ortsteilen zu steigern.

Der Verein etablierte bereits zu Beginn seiner Tätigkeit zahlreiche wiederkehrende Projekte und Veranstaltungen. Aus diesem Grund stellte der Erste Bürgermeister, Herr Franz Stahl, der seine Amtszeit im Jahr 2002 antrat und sich der immense Bedeutung des Stadtmarketings sehr wohl bewusst war, dem Verein eine Mitarbeiterin zur Seite, um die Ablauf- und Organisationsstrukturen zu unterstützen. Auch heute setzt er sich nicht nur für eine enge Zusammenarbeit ein, sondern ermöglicht zudem den Vorstandsmitgliedern ihre Marketingaktivitäten in geeigneten Räumen, die die Stadt zur Verfügung stellt, nachzugehen.

Initiator dieser Handlung, eine feste Mitarbeiterin zu gewinnen, war Herr Harald Voit, der zum damaligen Zeitpunkt Frau Susanne Stich zuerst als Praktikanten im Team begrüßen durfte. Frau Stich war als Mitarbeiterin der Stadt Tirschenreuth fast 25 Jahre für den Verein tätig.

Unter der Leitung des damaligen Ersten Vorsitzenden wurde die Tirschenreuther Stadtzeitung ins Leben gerufen, die bis heute ihre Berechtigung hat und die Bürgerinnen und Bürger über aktuelle Entwicklungen und Veranstaltungen in der Kreisstadt informiert. Das informative Blatt dient bis heute als Sprachrohr für

Vereine, Organisationen und Institutionen, aber auch als Lektüre, die wissenswertes über das städtische Leben veröffentlicht.

Herr Helmut Wolfrum und Johannes Möstl, die ebenso Gründungsväter sind und heute die Positionen des Zweiten und Dritten Vorsitzenden innehaben, sind dem Verein stets treu geblieben und bringen gemeinsam mit der neuen Vorsitzenden Janka Hannemann-Mathes (Vorsitz seit Mai 2024) weiterhin neue Ideen mit ein. In Zusammenarbeit mit der Marketing Managerin der Stadt Tirschenreuth Frau Stefanie Süß (Mitarbeiterin der Stadt seit Mai 2024) und den Mitgliedern des Vereins, verwirklichen sie zum Wohl der Bevölkerung zukunftsorientierte Projekte.

Aktuell erfährt der Stadtmarketingverein eine Neuausrichtung mit einer konzeptionellen Überarbeitung. Weiteres hierzu entnehmen Sie bitte dem Punkt: „Ziele des Stadtmarketing Tirschenreuth e.V. / Stand 2024“

Folgende Aktivitäten sind dem Verein zuzuordnen:

- . Die Tirschenreuther Stadtzeitung
- . Tirschenreuth blüht auf
- . Musik im Wirtshaus
- . Kunsthandwerklicher Ostermarkt
- . Osterbrunnen im Frühlingskleid
- . Betthupferlgeschichten unterm Weihnachtsbaum
- . Das Christkind kommt
- . Theateraufführungen, die bis zum Jahr 2008 mit den Akteuren des heutigen Modernen Theaters Tirschenreuth e.V. umgesetzt wurden
- . Kulturwochen
- . FairTrade - Weinabend
- . Spiel mit! - Weg von Computer & Co.
- . Wer bin ich - Ratequiz
- . Buch-Lesungen

Fakten & Daten des Stadtmarketing Tirschenreuth e.V.

- . 1998 - 2000 Gründungsjahr mit Ersten Vorsitzenden Harald Voit
 - . 2000 - 2018 Erster Vorsitzender Herr Karl Jäger
 - . 2018 - heute Ehrenmitglied im Verein Karl Jäger
 - . 2018 - 2024 Erster Vorsitzender Herr Dr. Maximilian Schön
 - . 2024 - heute Erste Vorsitzende Frau Janka Hannemann-Mathes
-
- . 1999 - 2024 Mitarbeiterin Verwaltung und Redaktion der Stadtzeitung Stadt Frau Susanne Stich
-
- . 2024 - heute Stadtmarketing Managerin der Stadt Tirschenreuth Frau Stefanie Süß
-
- . 1999 Erstaussgabe der Tirschenreuther Stadtzeitung
 - . 55 Mitglieder aktuell verzeichnet

Mitglieder im Vorstand:

Erste Vorsitzende	Janka Hannemann-Mathes
Zweiter Vorsitzende	Helmut Wolfrum
Dritter Vorsitzender	Johannes Mostl
Kassier	Stefan Meyer
Schriftführer	Konrad Schedl
Erster Bürgermeister & Beisitzer	Franz Stahl
Beisitzer	Karl Gehret
Beisitzer	Peter Gold
Beisitzer und Ehrenmitglied	Karl Jäger
Beisitzerin	Heidi Körner
Beisitzer	Rudolf Kreuzer
Beisitzer	Dr. Maximilian Schön
Beisitzerin	Doris Schön
Beisitzer	Jakob Schröder
Beisitzer	Harald Siegert
Beisitzer	Sebastian Rosnitschek
Beisitzer	Gunar Prauschke
Beisitzer	Konrad Zant
Kassenprüfer	Paulus Mehler
Kassenprüfer	Norbert Schuller

Charakter des Stadtmarketing Tirschenreuth e.V.

Der Stadtmarketingverein mit Sitz im malerischen Rosengarten, der einst zum Klostergarten der Fatimarkirche zählte, hat eine tiefe Verbundenheit mit Tirschenreuth und den Menschen. Bereits im Gründungsjahr 1998 war es Ziel des Vereins, die Stadt zu einem blühenden Ort für Handel und Kultur zu machen.

Der Verein, mit seinen über 55 Mitgliedern präsentiert sich bunt, der an den farbenfrohen Rosengarten erinnert. Jeder ist willkommen und darf sich mit seinen kreativen Ideen, die das wirtschaftliche, kulturelle oder das Vereinsleben beflügeln, einbringen. Die Vorstandschaft liebt es, Menschen zusammenzubringen – sei es durch Veranstaltungen oder Projekte – um Synergien zwischen den verschiedenen Mitgliedern des Vereins und den Bürgern Tirschenreuths und der Ortsteile zu schaffen.

Trotz Herausforderungen sehen die Verantwortlichen immer das Potenzial für Wachstum und Verbesserung in der Kreisstadt und den Ortsteilen, die Jung und Alt gleichermaßen zugute kommen. Für den Stadtmarketingverein ist das Jahr 2024 ein erneuter Wendepunkt mit Aufbruchsstimmung. Die Akteure haben es sich zum Ziel gemacht, die lokalen Geschäfte zu unterstützen und bewährte Handelsstrukturen aufleben zu lassen. Zudem werden Veranstaltungen durchgeführt, die sowohl kulturelle als auch wirtschaftliche Aspekte vereinen sollen. Durch regelmäßige Treffen und Austausch möchten die Sprecher das Gemeinschaftsgefühl unter den Mitgliedern fördern, Ideen sprießen lassen und diese als Einheit umsetzen.

„Blühen wir gemeinsam auf, wie die Blumen im Rosengarten – für ein lebendiges Tirschenreuth!“

Ziele des Stadtmarketing Tirschenreuth e.V. / Stand 2024

Der Stadtmarketingverein verfolgt Ziele und Maßnahmen, die unterstützend zu den Aktivitäten der Stadt Tirschenreuth stehen. Die Akteure und Mitglieder des Stadtmarketing e.V. sind Ideen- sowie Impulsgeber für mögliche zukünftige Projekte und Handlungsfelder, die das städtische Leben betreffen. Darüber hinaus verfolgt der Verein auch eigene gesellschaftliche Ziele, die der Gemeinschaft „Stadt“ zugutekommen.

Der Stadtmarketingverein verfolgt verschiedene Strategien:

1. Stärkung der Wirtschaft durch Kooperationen:

Der Verein strebt nach Partnerschaften mit anderen Vereinen und Organisationen, um einen gegenseitigen Austausch zu fördern und Projekte, die der lokalen Wirtschaft und dem Leben in Tirschenreuth zugutekommen, gemeinsam zu meistern. Durch diese Kooperationen sollen Synergien geschaffen werden, die allen Beteiligten einen Mehrwert bieten.

2. Förderung des hiesigen Handels:

Der Verein unterstützt Aktionen der Mitglieder, um das lokale Gewerbe zu fördern. Durch gezielte Marketingaktivitäten sollen Kunden auf die Vielfalt und Qualität der Angebote in Tirschenreuth und den Ortsteilen aufmerksam gemacht werden. Hierbei steht der Stadtmarketingverein nicht in Konkurrenz zur „Tirschenreuther Runde“ (TIR-Runde). Im Gegenteil, durch Kooperationen sollen Kompetenzen und Engagement geteilt werden.

3. Enge Zusammenarbeit mit den Akteuren der Stadt:

Der Verein pflegt enge Absprachen mit den Akteuren der Stadt Tirschenreuth und den verschiedenen Funktionären in Tirschenreuth, um Mängel und Wünsche aus der Bevölkerung weiter zu tragen. Auf dieser Basis werden Handlungsfelder definiert und die Attraktivität der Stadt kann weiter ausgebaut werden.

4. Veranstaltungen für alle Generationen:

Zudem ist es uns ein Anliegen, Veranstaltungen, die ein breites Publikum ansprechen und Vereine und den Handel involvieren, zu organisieren. Durch ein vielfältiges Programm sollen Menschen jeden Alters zusammenkommen und die Vielfalt unserer Stadt kennenlernen.

5. Ausbau der Gastronomie:

Ein weiteres Ziel ist es, die Gastronomieszene in Tirschenreuth weiterzuentwickeln und das Angebot auch für Junge Zielgruppen auszubauen sowie Aktionen auch auf Vereinsebene anzubieten.

6. Integration und Kommunikation - Erhalt unserer Geschichte

Als Stadtmarketingverein möchten wir die Integration durch Kommunikation fördern. Durch die Zusammenführung verschiedener Kulturen ist es wichtig, unsere Werte und die Historie unserer Stadt zu vermitteln. Zudem ergeben sich auch neue Perspektiven und Ansätze, die der Gemeinschaft dienen können. Durch eine offene, transparente Kommunikation können wir sicherstellen, dass wir als Kollektiv

unser Sein bewahren und uns entsprechend weiterentwickeln. Indem wir Integration und den Erhalt unserer Identität in Einklang bringen, können wir eine starke und zusammenhaltende Gemeinschaft aufbauen.

Stadtmarkenentwicklung: Die Stadt in der Führungsrolle, wir unterstützen!

Eine Stadtmarke umfasst das Image und die Wahrnehmung der Stadt durch Bewohner, Touristen und Investoren. Wichtige Elemente sind die visuelle Identität (Logos, Farben), kulturelle Angebote (Veranstaltungen, Festivals), wirtschaftliche Stärken (ansässige Unternehmen). Zudem prägen Geschichte und Traditionen das einzigartige Wesen der Stadt. Als Verein können wir in folgenden Punkten unterstützen und zur positiven Entwicklung beitragen.

Identität kreieren und mit dem Produkt „Stadt“ identifizieren!

1. Corporate Design (CD)

Ein Corporate Design ist aus mehreren Gründen wichtig für die Marke einer Stadt, aber in unserem Fall für unseren Verein.

Wiedererkennung: Durch ein einheitliches Design auf allen Medien wird ein „Vertraut sein“ gefördert und durch stetiges Erscheinen in den Köpfen implementiert (z.B. Werbespots aus dem Fernsehen - bekannte Slogan)

Glaubwürdigkeit: Durch die kontinuierliche Sichtbarkeit mit dem bekannten Design, wird die Glaubwürdigkeit gefördert, sodass auch gesellschaftliche Themen thematisiert werden können.

Wirkung: Ein CD mit starker Wirkung fällt auf in einer Welt, in der viele Städte um Aufmerksamkeit ringen. Zudem trägt es zu einem harmonischen Zusammenspiel der verschiedenen Kommunikationswege bei.

2. Angebot der Gästeführerinnen - „Historische Führungen“ der Stadt

Kulturgut: Historische Führungen tragen maßgeblich zur Bewahrung und Wertschätzung des Kulturguts einer Stadt bei. Sie ermöglichen es den Teilnehmern, die kulturellen Schätze, wie historische Gebäude (z.B. Klettnersturm), Denkmäler und Kunstwerke, kennenzulernen und deren Bedeutung zu verstehen. Durch das Vermitteln von Geschichten und Traditionen wird das Bewusstsein für die kulturelle Identität der Stadt gestärkt.

Stadtgeschichte: Die Geschichte einer Stadt ist oft reich und vielschichtig, geprägt von verschiedenen Epochen, Ereignissen (z.B. der große Stadtbrand im Jahr 1814) und Persönlichkeiten. Historische Führungen bieten eine Plattform, um diese Geschichten lebendig zu machen und den Menschen ein tieferes Verständnis für die Entwicklung ihrer Stadt zu vermitteln.

Erhalt der Herkunft: Der Erhalt der Herkunft ist entscheidend für die Identität einer Stadt. Historische Führungen helfen dabei, das Bewusstsein für lokale Traditionen und Bräuche zu schärfen und deren Bedeutung für die Gemeinschaft hervorzuheben. Indem sie Geschichten über die Ursprünge der Stadt erzählen und deren Entwicklung nachzeichnen, tragen sie dazu bei, dass diese Aspekte nicht in Vergessenheit geraten (z.B. Klettnersturm). Dies fördert ein Gefühl der Zugehörigkeit und des Stolzes unter den Bewohnern und ermutigt sie gleichzeitig, aktiv zum Schutz ihres kulturellen Erbes beizutragen.

3. Storytelling

In einer Welt, in der Kommunikation entscheidend ist, eröffnet kreatives Storytelling neue Wege, um Emotionen zu wecken und die Bürgerinnen und Bürger zu unterhalten. Durch verschiedene Formate wie die Tirschenreuther Stadtzeitung und Social Media können wir Themen wie Kultur und Politik ansprechend präsentieren. Kreatives Denken ist dabei essenziell: Ungewöhnliche Perspektiven und unerwartete Wendungen machen Geschichten fesselnd und ansprechend. Jede Erzählung wird gezielt auf die Zielgruppe abgestimmt, wodurch ein inspirierender Dialog entsteht.

4. Digitale Präsenz

Reputation: Online-Profile und Aktivitäten können einen bleibenden Eindruck hinterlassen. Durch gezielte Maßnahmen und der damit verbundenen Darstellung, können Entscheidungen leichter getroffen werden, die sehr oft auf emotionaler Ebene stattfinden. Eine positive digitale Präsenz kann daher entscheidend für einen Erfolg sein.

Wirtschaft: Digitale Aufmerksamkeit kann auch Unternehmen in der Stadt unterstützen, indem man lokale Geschäfte bewirbt und wirtschaftliche Initiativen gefördert werden (kann man sehr gut mit Storytelling verbinden). Dies kann zur Schaffung von Arbeitsplätzen und zur Stärkung der lokalen Wirtschaft beitragen und macht mögliche neue Investoren neugierig. *„Eine Stadtmarke ist keine Verschwendung an Ressourcen, sondern eine wirtschaftliche Notwendigkeit!“*

Krisenmanagement: In Zeiten von Krisen oder Herausforderungen (z.B. aktuelle Themen die die Stadt betreffen) ist eine effektive digitale Kommunikation entscheidend, um Informationen schnell zu verbreiten und das Vertrauen der Bürger aufrechtzuerhalten.

Veranstaltungsförderung: Digitale Kanäle sind ideal, um Veranstaltungen zu bewerben.

5. Bürgerbeteiligung

Bürgerumfragen fördern die aktive Teilnahme der Einwohner an der Stadtentwicklung. Sie geben den Bürgerinnen und Bürgern eine Stimme und ermöglichen es ihnen, ihre Meinungen, Bedürfnisse und Wünsche zu äußern.

Aktuell läuft eine Umfrage des Stadtmarketing zur Neuausrichtung. Zu finden auf der Website der Stadt Tirschenreuth unter dem Punkt Wirtschaft „Stadtmarketing“.

6. Kooperationen

Vielfalt kreieren: Kooperationen bringen unterschiedliche Akteure zusammen – von Bürgern über lokale Unternehmen bis hin zu kulturellen Institutionen und Behörden. Diese Vielfalt an Perspektiven bereichert den Entwicklungsprozess und sorgt dafür, dass verschiedene Bedürfnisse und Ideen berücksichtigt werden. Unter anderem bieten Kooperationen die Möglichkeit der Mitgliedergewinnung, sodass auch künftige Aktivitäten in Zusammenarbeit umgesetzt werden können.

Aufgaben verteilen: Durch Kooperationen bietet sich die Möglichkeit, die verschiedensten Kompetenzen zusammenzutragen, sodass produktbezogenes Wissen, je nach Projekt oder Maßnahme, finanzielle Mittel oder die unterschiedlichsten Perspektiven zusammengetragen werden können. Daraus entsteht eine Dynamik, die ein Vorhaben realisierbar macht.

7. Tirschenreuther StadtZeitung

Die StadtZeitung: Die Tirschenreuther Stadtzeitung, als Kommunikationsmedium trägt zur Identität und zum Gemeinschaftsgefühl einer Stadt bei. Das bekannte Informationsblatt, wird unter allen Alters- und Sozialgruppen gleichermaßen geschätzt, da die beliebte Lektüre, die vierteljährlich erscheint, jeden kostenlos zur Verfügung steht und Beiträge vom „Tirschenreuther Leben“ in sich trägt.

In einer Stadt wie Tirschenreuth, die mit seinen Ortsteilen rund 8800 Einwohner zählt, erhält die Stadtzeitung eine ganz besondere Bedeutung. Hier lesen wir nicht nur Nachrichten und Berichte – wir erleben sie. Die enge Gemeinschaft und das persönliche Kennen untereinander verleihen den Inhalten der Zeitung eine individuelle Note. Wenn wir in die Stadtzeitung eintauchen, begegnen uns nicht nur Informationen über lokale Ereignisse, sondern auch Geschichten von Nachbarn, Freunden und Bekannten. Wenn Bürgerinnen und Bürger die Möglichkeit haben, ihre eigenen Geschichten, Anliegen und Perspektiven einzubringen, entsteht ein starkes Band zwischen den Menschen und ihrer Stadt.

Ein Medium: Die Zusammenlegung der Stadtzeitung mit den Rathausnachrichten stellt einen bedeutenden Schritt in der Kommunikation dar. Diese Fusion schafft ein starkes Medium, das nicht nur die Bürgerinnen und Bürger umfassend informiert, sondern auch gebündelt Transparenz schafft. Die StadtZeitung fungiert als Sprachrohr für die Gemeinschaft und bietet Raum für Meinungen, Berichte und Geschichten von Einwohnern. In Kombination mit den Rathausnachrichten, die offizielle Informationen, Beschlüsse und Neuigkeiten aus der Verwaltung liefert, entsteht ein ganzheitliches Bild des städtischen Geschehens.