

Sitzungsvorlage Nr. 039/2020

Ausschuss für Wirtschaft, Infrastruktur und
Verwaltung
am 13.05.2020



zur Beschlussfassung

- Öffentliche Sitzung -

20.02.2020

073 - WIV-Ö - 039/2020

Zu Tagesordnungspunkt 7

Pop-up-Stores der Region Stuttgart, u. a. Antrag der CDU-Fraktion vom 23.10.2017

I. Beschlusslage zum Antrag

In der Regionalversammlung am 06.12.2017 (Sitzungsvorlage Nr. 069/2017) wurde dem Antrag der CDU-Fraktion vom 23.10.2017 zugestimmt. Die CDU-Fraktion hat mit dem Antrag „Neue Marketinginstrumente nutzen – ‚Pop-up-Stores der Region Stuttgart‘“ darum gebeten, neue Marketinginstrumente, insbesondere das Konzept „Pop-up Store“ für den Einsatz in deutschen und ggf. europäischen Städten und Metropolen zu prüfen. Hierfür wurde die Sitzungsvorlage 191/2018 zur Beratung erstellt und am 20.06.2018 zur Umsetzung beschlossen.

II. Sachvortrag

Der Pilot für das Konzept PopUp-Store Region Stuttgart wurde in Zürich durchgeführt. Ausschlaggebende Überlegungen für die Ortswahl waren die gemeinsame Sprache und der hohe Anteil an Tages- und Übernachtungsgästen, Geschäftspartnern, Messebesuchern etc. aus der Stadt in Stuttgart. Auf diese Nähe sollte aufgebaut werden.

Vom 22. bis 24.11.2018 hatte der PopUp-Store Region Stuttgart in zentraler Lage in Zürich (Im LAB100, Lagerstraße 100, 8004 Zürich) geöffnet. Die Räumlichkeiten wurden von einer lokalen Locationscoutin vermittelt. Das Programm setzte sich wie vom Antragsteller vorgeschlagen aus Beiträgen/Inhalten der Wirtschaftsförderung Region Stuttgart GmbH (WRS), des Popbüros Region Stuttgart, der Regio Stuttgart Marketing- und Tourismus GmbH, der Film- und Medien Festival gGmbH und der IBA 2027 StadtRegion Stuttgart GmbH zusammen.

Es gab inhaltlich sowohl Ausstellungs-, Event- als auch Vortragselemente. Der Store war in den ersten beiden Tagen von 14 bis 22 Uhr und am letzten Tag, einem Samstag, von 10 bis 16 Uhr geöffnet. Es bestanden Vermarktungsk Kooperationen mit der gleichzeitig auf der Messe Zürich stattfindenden Designmesse Blickfang aus Stuttgart und den Vorweihnachtsaktivitäten der umliegenden Geschäfte und Büros, an der die Räumlichkeiten liegen. Mit dem benachbarten Designbüro, das in der Zürcher Szene sehr gut vernetzt ist, gab es für den ersten Abend eine Veranstaltungsk Kooperation. Die Presse wurde vorab informiert und eingeladen, über die relevanten Social Media-Kanäle und Veranstaltungskalender wurde das Angebot publiziert.

In Summe hatte das Angebot keine 100 Besucher. Gespräche vor Ort ergaben dafür die folgenden Erklärungen:

- Die Region Stuttgart ist als Angebot zu vielfältig. Mit einem klar profilierten Produktangebot Besucher für ein Pop Up zu interessieren, funktioniert. Mit einem Pop Up ein vielschichtiges Angebot bekannt zu machen, ist schwierig und bedarf einer sehr langen Zeit.
- Das Programm war breit angelegt, um möglichst viele Interessenten zu erreichen. Dadurch wurde das Programm für mögliche Interessenten unscharf.
- Es ist deutlich schwieriger, Passanten für reine Informationsangebote als Besucher zu gewinnen als für etablierte Produkte.

Zusammengefasst bedeutet das für das weitere Vorgehen, dass potenzielle Interessenten über konkrete, einzelne Inhalte angesprochen werden sollten, um sie dann im zweiten Schritt für die Region, aus der diese Inhalte kommen, zu interessieren. Die darauf aufbauende Strategie ist es nun, mehr Menschen zu regional bedeutsamen Themen in die Region selbst zu holen und generell den Aufenthalt von Fachbesuchern dafür zu nutzen, Interesse für die gesamte Region zu wecken.

Das geplante Vorgehen ist zweigleisig: Im Rahmen der strategischen Partnerschaft, die die WRS mit dem Convention Bureau Stuttgart unterhält, wird nun der Schwerpunkt darauf gelegt, für den Standort inhaltlich relevante Kongresse und Tagungen zu identifizieren und in die Region zu holen. Im Rahmen von Veranstaltungen, die bereits in der Region stattfinden und die besonders die Stärken der Region hervorheben, sorgen Infoinseln unterhaltsam für Informationen zur Region Stuttgart über das Veranstaltungsthema hinaus. Diese Inseln greifen inhaltlich das Thema der jeweiligen Veranstaltung auf, stellen thematisch passende Initiativen, Unternehmen und Einrichtungen sowie Produkte vor. Darauf aufbauend wird die Region in Gänze (räumliche Definition, Lebensqualität gezeigt) gezeigt. Die „Inseln“ sind als Ort zum Verweilen inszeniert mit Mobiliar wie bspw. einladendem Mobiliar und Sonnensegeln im Freien.

Der erste Einsatz der Infoinseln war für die diesjährige FMX – Conference on Animation, Effects, Games and Immersive Media geplant, die nun aufgrund der Corona-Pandemie nicht stattfinden kann. Sofern im November wieder größere Veranstaltungen stattfinden können, wird es voraussichtlich einen Einsatz im Rahmen der diesjährigen Raumwelten geben.

III. Beschlussvorschlag

1. Der Ausschuss für Wirtschaft, Infrastruktur und Verwaltung stimmt dem vorgeschlagenen Vorgehen zu.
2. Der Antrag der CDU-Fraktion vom 23.10.2017 wird für erledigt erklärt