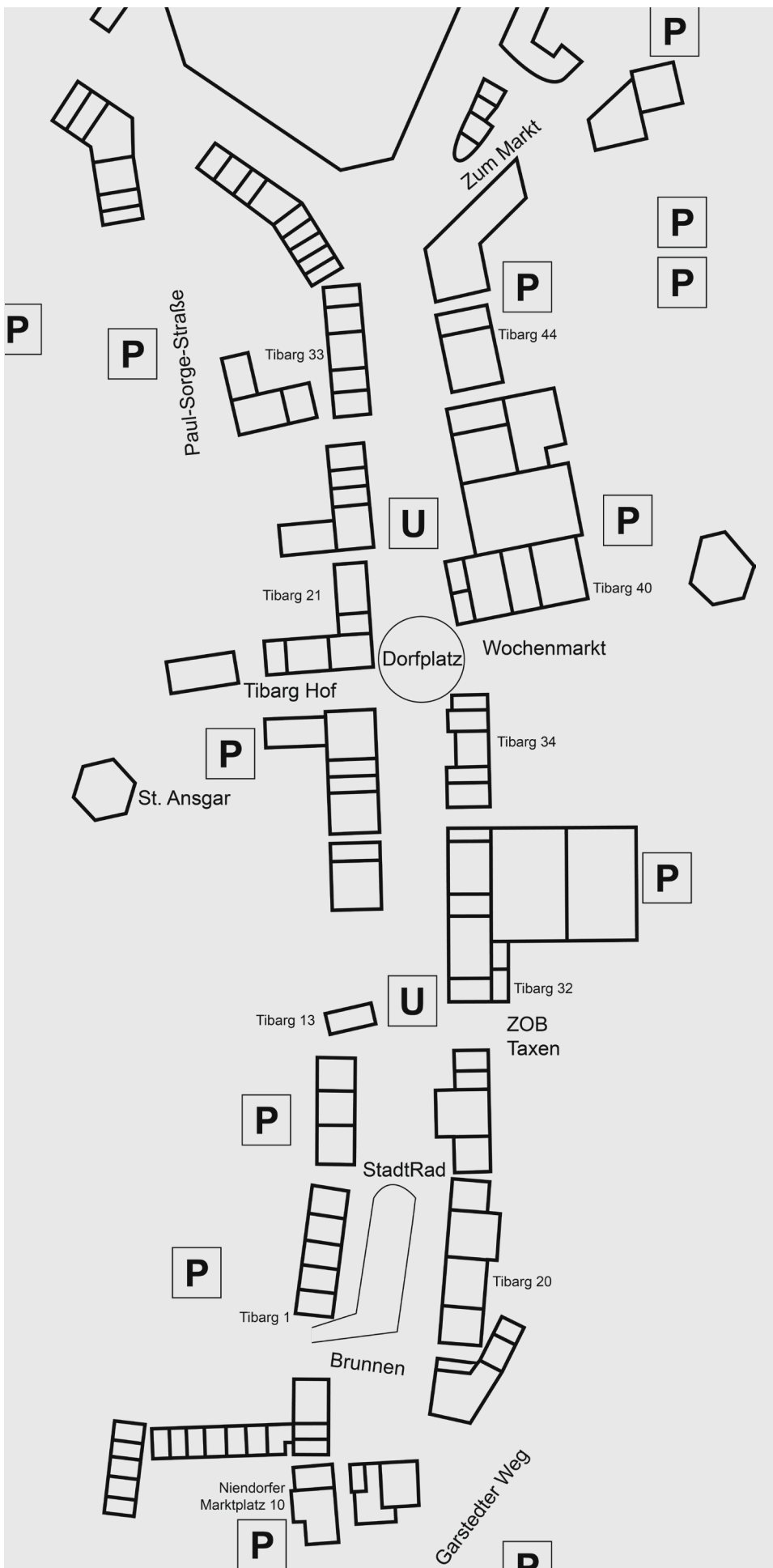
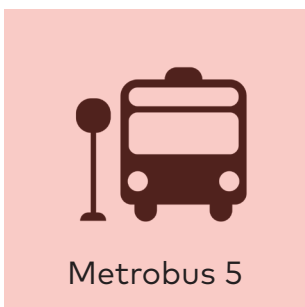
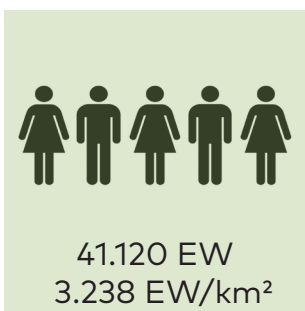


BID TIBARG II - Jahresbericht 2017/2018



3	UNSER TIBARG - UNSER WEG
4	UNSERE ZIELE FÜR DAS BID II (2016 - 2021)
4	TAG FÜR TAG IM EINSATZ TIBARGMEISTER WINTERRÄUMDIENST QUARTIERSMANAGEMENT
6	FÜR EINEN SCHÖNEN TIBARG WARTUNG & PFLEGE WEIHNACHTSBELEUCHTUNG
7	UNSER TIBARG FÜR ALLE VERANSTALTUNGEN
8	TIBARG ONLINE-MARKETING WEBSEITE FACEBOOK INSTAGRAM APP
10	TIBARG OFFLINE-MARKETING ANZEIGENKAMPAGNEN JAHRESKALENDER 2018 GESUNDHEITSKOMPASS
11	FINANZEN BID Tibarg II SOLL-IST VERGLEICH
12	AUSBLICK - WAS HABEN WIR VOR?



1. Stärkung des Einkaufsstandortes.

2. Ein Quartier für alle Zielgruppen schaffen.

3. Wirtschaftliche Erfolge sichern und ausbauen.

4. Attraktives Einzelhandelsangebot erhalten und stärken.

5. Attraktivität als Einkaufs- und Erlebnisstandort erhöhen.

6. Aufenthaltsqualität durch Belebung schaffen.

7. Digitalisierung nutzen und Online-Marketing ausbauen.

8. Stabilisierung des Mietniveaus und damit der Immobilienwerte.

9. Fortführung der positiven Zusammenarbeit mit Verwaltung und Politik.

ZIELSETZUNG FÜR DAS BID II (2016-2021)

Das Stadtteilzentrum Tibarg ist die lebendige Mitte Niendorfs. Ein Ort, an dem ein besonderes Shopperlebnis, Bummeln und soziale Begegnungen gleichermaßen möglich sind wie der tägliche Einkauf.

Ziel des BID Tibarg II ist es die mit dem BID Tibarg I geschaffenen Werte wie das hohe Maß an Aufenthaltsqualität in der Fußgängerzone sowie die deutlich verbesserte Vermarktung in der zweiten BID-Laufzeit fortzuführen.

Ein besonderer Fokus liegt dabei in der Auseinandersetzung mit der voranschreitenden Digitalisierung. Online-Offline Marketinginstrumente gewinnen zunehmend an Bedeutung und eröffnen dem Standort Tibarg neue Möglichkeiten der Kundebindung und der Kundengewinnung. Im vergangenen Jahr haben sich die Akteure des BID Tibarg II mit der Optimierung der bestehenden Website auseinandergesetzt und Kampagnen zur Erhöhung der Follower-Zahlen auf den Social Media-Kanälen initiiert und umgesetzt.

Auch im zweiten Jahr steht das Thema Digitalisierung ganz weit oben auf der Maßnahmenliste. Den Tibarg in der digitalen Welt sichtbar zu machen ist oberstes Ziel, um den Tibarg auch in der digitalen Zukunft konkurrenzfähig zu halten.

TAG FÜR TAG IM EINSATZ

TIBARGMEISTER

Ein zentraler Aspekt für die Attraktivität der Straße ist die Sauberkeit und Pflege des öffentlichen Raums. Auch im BID Tibarg II sorgt ergänzend zu den Leistungen der Stadtreinigung Hamburg unser „Tibargmeister“ Herr Bajram Abazi für Sauberkeit und Ordnung auf dem Tibarg. Der Tibargmeister ist werktäglich mehrere Stunden (100 Stunden/monatlich, flexibel einsetzbar) für den Tibarg im Einsatz.



WINTERRÄUMDIENST

Auch der vom BID Tibarg II zusätzlich organisierte Winterräumdienst ist aufgrund des rutschigen Klinkerpfisters in den Wintermonaten „fast“ Tag für Tag im Einsatz und sorgt für einen gefahrenfrei begehbaren Tibarg.

Nachdem zunächst für das erste BID Jahr im BID Tibarg II die Firma Stöwer mit der Durchführung des Winterdienstes beauftragt wurde, diesen jedoch nicht vertragsgemäß erbracht hatte, wurde die sehr gute und zuverlässige Zusammenarbeit mit der Firma Harfst Landschaftsbau während des BID Tibarg I für die restliche Laufzeit des BID Tibarg II wieder aufgenommen.



QUARTIERSMANAGEMENT

Das Quartiersmanagement fungiert als Ansprechpartner vor Ort und verantwortet die Kommunikation nach außen. Vor allem die Umsetzung der vielfältigen Marketingmaßnahmen in Kooperation mit den Händlern am Tibarg sowie die Organisation und Durchführungen der zahlreichen Events in Zusammenarbeit mit der Arbeitsgemeinschaft Tibarg e.V. liegen im Aufgabenbereich des Quartiersmanagements.

Weiterhin hat das Quartiersmanagement auch im zweiten BID Jahr wieder intensive Lobbyarbeit geleistet, um die Standortinteressen des Tibarg ggü. Verwaltung, Politik, Vereinen und anderen Stellen zu vertreten.



B-PLAN VERFAHREN NIENDORF

Besonders zu erwähnen ist in diesem Zusammenhang die Begleitung des laufenden B-Planverfahrens Niendorf 92 (Gebiet rund um den Wochenmarkt und die Schulfläche, Kundenzentrum v. ehem. Ortsamt). Aufgrund des Strukturwandels im Einzelhandel und der Veränderungen im Kundenverhalten ist für die künftige Entwicklung des Stadtteils neben einem ausgewogenen Branchenmix vor allem die Gestaltung des Tibarg als lebendiger Treffpunkt mit attraktiven Kultur- und Gastronomieangeboten und einem hohen Maß an Aufenthaltsqualität von existenzieller Bedeutung.



Vor diesem Hintergrund spricht sich der BID Tibarg (im Plangebiet) für eine Erhöhung des Wohnanteils, die Integration spezieller Wohnkonzepte wie bspw. einem Studentenwohnheim, sowie die Schaffung sozialer und kultureller Einrichtungen aus. Die Schaffung einer großen Anzahl neuer Fahrradabstellplätze bspw. in Form eines unterirdischen Fahrrad-Parkhauses sowie die Schaffung einer öffentlich zugänglichen Toilettenanlage ist zudem von großer Wichtigkeit.

Im Fokus des BID Tibarg II steht darüber hinaus der Wochenmarkt, der mehrmals pro Woche als Frequenzbringer wirkt und zugleich sozialer Treffpunkt und Identifikationspunkt ist. Durch seine Umgestaltung ergibt sich die Chance einer Optimierung, an der der BID Tibarg II intensiv mitwirkt.

E-LADESTATION

Im vergangenen Jahr wurde von Seiten der Stadt Hamburg direkt auf dem Tibarg eine E-Ladestation für Pkw eingerichtet und damit ein wichtiger Schritt für einen modern aufgestellten Einkaufsstandort getan.

FÜR EINEN SCHÖNEN TIBARG

WARTUNG, BETRIEB & PFLEGE

Um das Gesamtbild des Tibarg attraktiv zu halten, gehören neben regelmäßigen Reinigungs- und Pflegemaßnahmen die Durchführung von Instandhaltungsmaßnahmen, die Ersatzbeschaffung von abgängigen Möblierungselementen, die Wartung der Spielbereiche und der Brunnenanlagen sowie die Pflege der Bäume und die Bepflanzung der Beete. Der BID Tibarg II sorgt dafür, dass die Brunnen am Tibarg sprudeln, die Spielflächen und Spielgeräte in einem guten Zustand sind und der Tibarg im Frühjahr und Sommer erblüht.

WEIHNACHTSBELEUCHTUNG

Auch im vergangenen Jahr hat der BID Tibarg II dafür gesorgt, dass der Tibarg zur Weihnachtszeit festlich erstrahlt

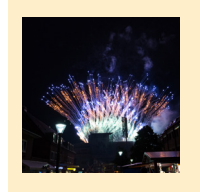
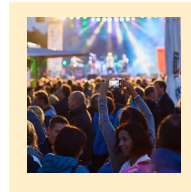




Autoschau
13. Mai



Tibargfest
16. - 18. Juni



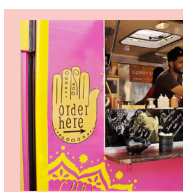
Bauernmarkt & Weinfest
29. September - 1. Oktober



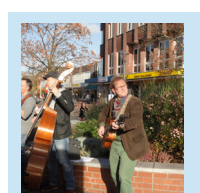
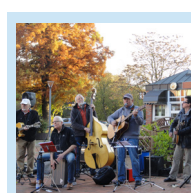
Nordischer Weihnachtsmarkt
30. November - 23. Dezember



Foodtruck-Market
20. Mai



verkaufsoffene Sonntage



TIBARG ONLINE-MARKETING

Der Einkaufsstandort Tibarg steht im Wettbewerb nicht nur mit anderen Standorten in der unmittelbaren Nachbarschaft, sondern auch mit dem Einzelhandel im Umland, der Hamburger City und vor allem auch mit dem immer stärker werdenden Online-Handel. Umso wichtiger ist es, den Tibarg erfolgreich zu positionieren und entsprechende Marketingaktivitäten zur Verbesserung des Images, Steigerung von Kunden- und Besucherzahlen zu unternehmen.

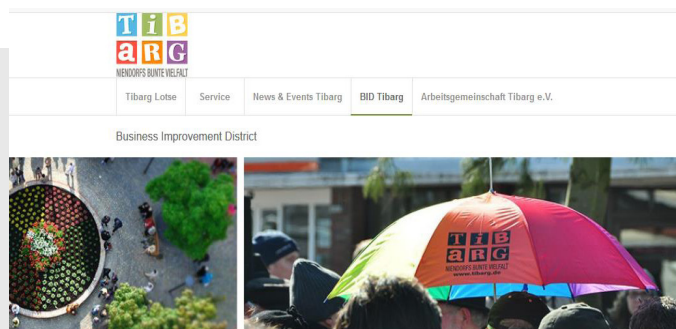
Dabei wird es immer wichtiger vor allem digital präsent zu sein. Zunehmend geht der Anstoß der Kommunikation vom Kunden aus. Der Kunde möchte sich informieren. Er sucht etwas. Und dies vor allem auf dem digitalen Weg. Dass der Tibarg mit seiner Vielfalt digital gefunden wird, ist wichtiges Ziel des BID Tibarg II.

WEBSEITE

Die im BID Tibarg I entwickelte Internetseite www.tibarg.de wurde mit zusätzlichen Standortinformationen weiter entwickelt. Neben einer umfassenden Auflistung und Verortung der rund 250 Gewerbetreibenden, Ärzten und Dienstleistern am Tibarg informiert die Internetseite über Anfahrts- und Parkmöglichkeiten, Öffnungszeiten sowie News und Events.

Neu auf der Website ist die Rubrik des Tibarg Wochenmarktes. Um den Wochenmarkt als Frequenzbringer und Identifikationspunkt für den Tibarg zu sichern, soll dieser stärker als bisher in die Marketingaktivitäten einbezogen werden. Hierfür wurden im vergangenen Jahr umfangreiche Fotoshootings auf dem Wochenmarkt durchgeführt, um die Wochenmarkthändler und ihre Angebote vorstellen und präsentieren zu können.

Die Präsentation der Wochenmarkthändler wurde zudem als wöchentliche Serie auf Facebook und Instagram gestartet.

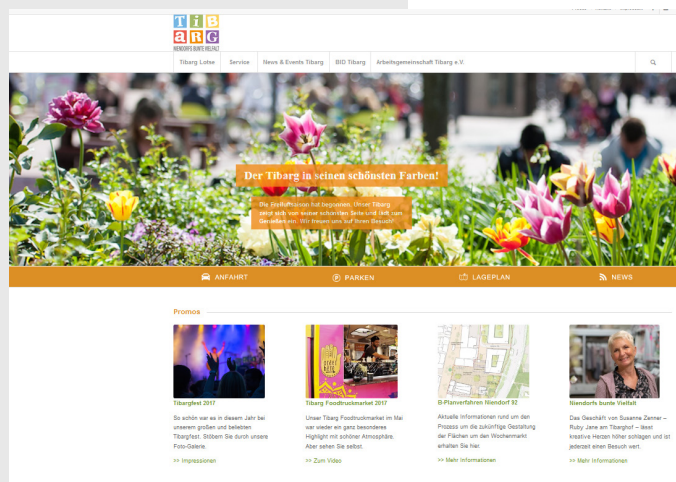


BID Tibarg II auf den Weg gebracht.

Der Tibarg ist das pulsierende Herz des Hamburger Stadtteils Niendorf. Um das Einkaufen und den Aufenthalt im Quartier erste und bisher einzige Business Improvement District (BID) im Hamburger Bezirk Eimsbüttel durch Initiative der Grundeigentümer.

Der BID Tibarg I hat sich in den Jahren von 2010-2015 mit einem Gesamtbudget von 1,75 Mio. Euro in den drei klassischen Marketing engagiert.

Besonders deutlich fallen die vom BID Tibarg I finanzierten und 2012 realisierten Bau- und Renovierungsmaßnahmen an der Niendorfer Markt- und der Straße Zum Markt ins Auge. Die neue LED-Straßenbeleuchtung, die Brunnenanlage, wechselnde Bepflanzung, die Spielflächen für Kinder und die vielen zusätzlichen und erneuerten Fahrradabstellplätze erheblich verbessert und werden von Kunden, Passanten und Anwohnern geschätzt und gern genutzt.





Aufbauend auf den im ersten Jahr gestarteten Maßnahmen zur Optimierung der Homepage, ist die Websitepflege für bessere „unbezahlte“ Ergebnisse bei Google (SEO) im zweiten BID-Jahr fortgeführt worden. Die Optimierungsmaßnahmen der letzten Monate zeigen Wirkung: die User finden die gesuchten Inhalte direkt und ohne Umwege. Die meisten User kommen dabei über die organische Suche, was ein Indikator für eine erfolgreiche Suchmaschinenoptimierung ist.

FACEBOOK

Die Nutzung der sozialen Medien wird für die Kommunikation mit Kunden und Besuchern immer wichtiger. Dies bestätigt auch das bereits im BID Tibarg I angelegte facebook-Profil welches sich steigender Follower-Zahlen und vor allem Reichweiten erfreut.

Auf der facebook-Seite werden Händler vom Tibarg vorgestellt, besondere Aktionen/Jubiläen kommuniziert und Events auf dem Tibarg beworben. Regelmäßige Posts, Gewinnspiele, Anzeigenkampagnen sowie Kooperationen mit anderen facebook-Profilen wie bspw. „We love HH“ oder „Heute in Hamburg“ steigern die Präsenz des Tibarg in den sozialen Medien und erreichen neue Nutzer, die den Tibarg bislang so nicht kannten.

INSTAGRAM

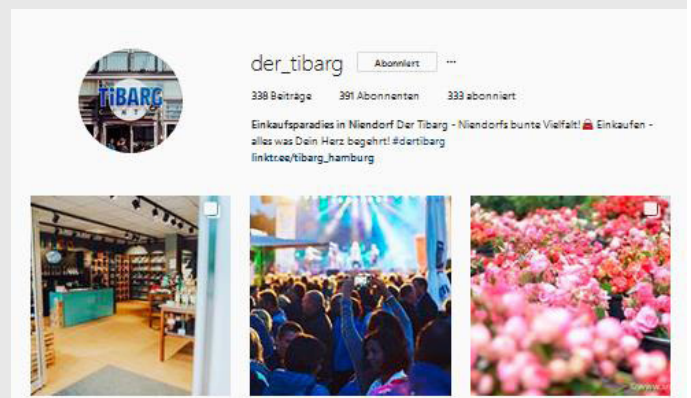
Im ersten Jahr des BID Tibarg II wurde Instagram als neuer Social Media-Kanal für den Tibarg eingerichtet. Ziel ist es, dem Tibarg ein modernes und zeitgemäßes Image zu verleihen und darüber hinaus einen weiteren Userkreis für den Tibarg zu begeistern. Instagram dient dabei zur Verbreitung schöner Bilder und Videos vom Tibarg, die das besondere Flair des Standorts widerspiegeln.

Im zweiten BID-Jahr gehörte die Steigerung der Followerzahlen auf den social media-Kanälen und die Erhöhung der Besucherzahlen der Website zu den Aufgabenschwerpunkten.

APP

Der BID Tibarg II hat sich umfassend mit dem Für und Wieder einer Standort App für den Tibarg auseinander gesetzt. Diskutiert wurde hierbei vor allem die Frage, welche Mehrwerte eine App im Vergleich zur bestehenden Responsive Website des Tibarg bieten kann, damit sich die Tibarg Besucher diese auch wirklich herunterladen. Mehrwerte könnten bspw. digitale Bonussysteme und besondere Rabattaktionen der Händler sein.

Das Bereitstellen dieser Inhalte bedeutet einen hohen zeitlichen Aufwand – und damit Kosten-. Die Initiatoren sind sich einig, dass Aufwand und Nutzen kaum im Verhältnis stehen und der Fokus statt auf einem weiteren neuen Medium besser auf bereits bestehenden Kanälen gerichtet werden soll. Die Website und die Social Media Kanäle sollen weiter gestärkt werden.



TIBARG OFFLINE-MARKETING

ANZEIGENKAMPAGNEN

Zu den Veranstaltungen Foodtruck-Market, Tibargfest, Bauernmarkt & Weinfest, Weihnachtsmarkt aber auch zum Tibarg allgemein sind umfangreiche Anzeigenkampagnen (Niendorfer Wochenblatt sowie umliegende Wochenblätter, Hamburger Abendblatt) sowie Plakatkampagnen (U-Bahn-Plakatierung in gesamt Hamburg) geschaltet worden.

JAHRESKALENDER 2018

Aufgrund der hervorragenden Resonanz der vergangenen Jahre hat der BID Tibarg II für das Jahr 2018 wieder einen Jahreskalender herausgebracht (Größe A4, beidseitig bedruckt), in dem sämtliche Veranstaltungen des Tibarg und des Tibarg Centers vermerkt sind und der den Nutzern darüber hinaus die Möglichkeit gibt eigene Termine einzutragen. Der Jahreskalender mit einer Auflage von 100.000 Exemplaren wurde zusammen mit dem Niendorfer Wochenblatt und umliegenden Wochenblättern direkt an die Haushalte im erweiterten Einzugsgebiet verteilt. Der Jahreskalender wurde erstmalig auch zum direkten Download in den eigenen digitalen Kalender als ICS-Datei erstellt.

GESUNDHEITSKOMPASS

Nach dem großen Erfolg der 1. Auflage des Gesundheitskompasses im BID Tibarg I, hat der BID Tibarg II im zweiten BID Jahr die 2. Auflage heraus gebracht. Die Gesundheitsbranche stellt für den Tibarg einen wichtigen Wirtschaftsfaktor dar. In einer hochwertigen Broschüre wurde die Bandbreite der medizinischen Versorgung auf 28 Seiten vorgestellt und in einer Auflage von 10.000 Exemplaren im Einzugsgebiet verteilt. Zudem wurden die Inhalte auch auf www.tibarg.de eingepflegt und eine Verlinkung zu den Ärzten integriert.



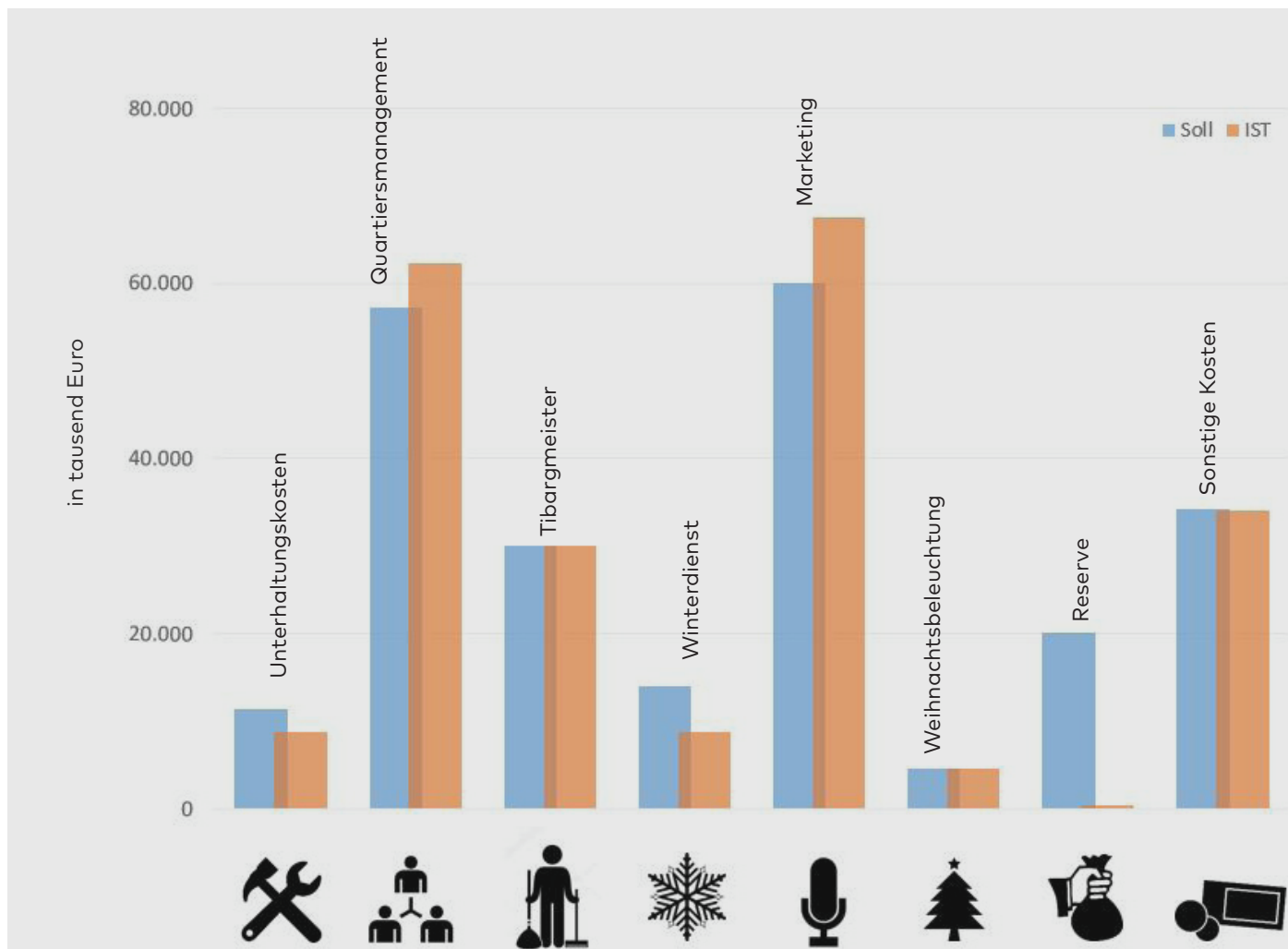


SOLL-IST-VERGLEICH

Am 16.2.2018 endete das 2. Jahr des BID Tibarg II. Die Abschlussprüfung durch die Handelskammer Hamburg und die Stadt Hamburg sowie den Vertretern des BID Lenkungsausschusses ist durchgeführt worden und ergab eine ordnungsgemäße Geschäftsführung. Üblicherweise kommt es über den Planungszeitraum des BID Budgets zu Abweichungen. Die in der Grafik abgebildeten Abweichungen zwischen tatsächlichen Kosten und Planbudget werden über die gesamte BID-Laufzeit innerhalb derselben Budgetposition ausgeglichen oder fließen der Reserve zu. Der geprüfte Soll-Ist-Vergleich nebst Erläuterungen der einzelnen Positionen ist abrufbar unter www.bid-tibarg.de.

Im Maßnahmenbereich Straßenmöblierung und Unterhaltung sind die Kosten niedriger ausgefallen als geplant. Außerplanmäßige Reparaturen im öffentlichen Straßenraum wurden nicht notwendig. Das Budget für Quartiersmanagement wurde leicht überschritten, gleicht jedoch Minderausgaben vom 1. BID Jahr aus. Das im Bereich Servicemaßnahmen für Tibargmeister und Winterdienst angesetzte Budget wurde unterschritten, da die 2. Abschlagszahlung für den Winterräumdienst in der Wintersaison 2017/2018 erst im April 2018 in Rechnung gestellt wird und damit in das 3. BID Jahr einfließt. Das Marketingbudget wurde überschritten. Da für diesen Maßnahmenbereich neben den BID Abgaben jedoch zusätzliche Einnahmen generiert werden, ist das Marketingbudget ausgeglichen. Insgesamt wurde das geplante Budget für das 2. BID Jahr nicht vollständig ausgeschöpft.

BID Tibarg II SOLL-IST-VERGLEICH



Das vollständige Maßnahmen und Finanzierungskonzept des BID Tibarg ist unter <https://www.tibarg.de/bid> zu finden.

BID JAHR 3

FÜR EINEN SCHÖNEN TIBARG

Schönheitsreparaturen, Reinigung des Stadtmobiliars, Saison-Bepflanzung und Baumpflege.

FREIES W-LAN

Gemeinsam mit der willy.tel GmbH soll das WLAN-Netz am Tibarg ausgebaut werden. Ziel ist eine bessere Ausleuchtung und eine höhere Datengeschwindigkeit über Glasfaserkabel.

PASSANTENFREQUENZMESSANLAGEN

Die Installation von sensorgestützten Frequenzmessanlagen im Verlauf des Tibarg soll eine Basis für die Eigentümer für die Vermietung ihrer Objekte bieten und die Zielerreichung des BID Tibarg II überprüfbar machen.

WEBSEITE

Weiter optimieren und damit Reichweite ausbauen.

SOZIALE MEDIEN

Intensivierung unserer Kommunikation in den sozialen Medien. Einsatz einer eigenen Tibarg-Bloggerin.





IMPRESSUM

HERAUSGEBER

Stadt+Handel
City- und Standortmanagement BID GmbH
Tibarg 21, 22459 Hamburg
040 / 58 95 17 59
info@stadt-handel-bid.de
www.stadt-handel-bid.de

REDAKTION

Nina Häder, Reder Wullenweber

KONZEPT/DESIGN

Vivienne Kalka
Fotos: www.snapshotz.de

