

EINLEITUNG ZUM «KONZEPT CITY-MANAGEMENT BRIG-GLIS»

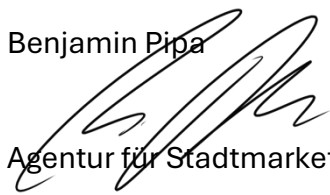


Die Belebung und nachhaltige Entwicklung von Brig-Glis ist ein zentrales Anliegen zahlreicher Akteure aus Stadtgemeinde, Wirtschaft, Tourismus, Kultur und Bevölkerung. Im Rahmen eines partizipativen Projektprozesses wurde deshalb gemeinsam mit der Stadtmarketing Agentur ein City-Management-Konzept erarbeitet, das Klarheit schafft, Potenziale sichtbar macht und konkrete Handlungsansätze aufzeigt.

Dem Konzept ging ein intensiver Austausch voraus: In einem gemeinsamen Seminar, über vertiefende Interviews mit Schlüsselpersonen aus Politik, Gewerbe, Verwaltung, Kultur und Tourismus sowie in zahlreichen bilateralen Gesprächen wurden Herausforderungen, Bedürfnisse und Chancen systematisch analysiert.

Die daraus gewonnenen Erkenntnisse bilden das Fundament dieses Konzepts. Es zeigt Wege auf – nicht im Alleingang, sondern gemeinsam. Schritt für Schritt – hin zu einer lebendigen, attraktiven und zukunftsfähigen Stadt Brig-Glis.

Benjamin Pipa



Agentur für Stadtmarketing

INHALTSANGABE

Einleitung zum «Konzept City-Management Brig-Glis»	1
Inhaltsangabe	2
1 Entstehungsprozess des Konzepts City-Management Brig-Glis.....	4
2 Herausforderungen der Stadtbelebung.....	5
3 Inhalt und Zielsetzung des Konzepts City-Management Brig-Glis	6
4 Zielbild Brig-Glis für eine zukunftsfähige lebendige Stadt	7
5 Massnahmenkatalog zur Erreichung des Zielbilds	9
5.1 Leerstand, Ansiedlung & Dialog.....	9
5.2 Koordination & Veranstaltungsmanagement.....	9
5.3 Aufenthaltsqualität & Aufenthaltsdauer	10
5.4 Partnermanagement	10
5.5 Lokale Identität sichtbar machen.....	10
5.6 Messen, Verstehen & Handeln	10
6 Schaffung einer Koordinationsstelle.....	11
6.1 Koordination statt Konkurrenz	12
6.2 Öffentliche Präsenz & Bürgernähe.....	12
6.3 Partizipation & Bürgerintegration	12
6.4 Städtevernetzung & Benchmarking	13
6.5 Haltung & Selbstverständnis	13
6.6 Schlussfolgerung.....	13
7 Strukturierte Steuerung durch ein Gremium.....	14
7.1 Regelmässiger Austausch	14
8 Empfohlene Rollenverteilung der zentralen Akteure.....	15
8.1 Stadtgemeinde Brig-Glis.....	15
8.2 Gewerbeverein Brig-Glis.....	15
8.3 Brig-Simplon Tourismus	16
8.4 Koordinationsstelle	16
9 Mandatierungsmodell und Leistungsvereinbarung.....	17
9.1 Ausschreibung Mandat.....	17

9.2	Leistungsvereinbarung.....	18
10	<i>Das City-Management erfolgreich aufbauen.....</i>	18
10.1	Verankerung & Legimitation.....	18
10.2	Klare Aufgaben & Finanzierung.....	19
10.3	Steuerung & Kontrolle	19
10.4	Herausforderungen.....	19
10.5	Erfolgsfaktoren für die Etablierung	19
11	<i>Hinweis zur Projektkostenintegration im Mandat</i>	20
12	<i>Veranstaltungen als Motor der Innenstadtbelebung.....</i>	20
13	<i>Aufgabenteilung Gewerbeverein und Koordinationsstelle</i>	21
14	<i>Von einer Koordinationsstelle zur Standortförderung.....</i>	23

1 ENTSTEHUNGSPROZESS DES KONZEPTS CITY-MANAGEMENT BRIG-GLIS

Das City-Management-Konzept Brig-Glis entstand im Rahmen eines breit angelegten und partizipativen Entwicklungsprozesses. Ziel war es, gemeinsam mit relevanten Akteurinnen und Akteuren aus Stadtgemeinde, Gewerbe, Tourismus und Kultur ein tragfähiges Konzept zu entwickeln, das als strategische Grundlage für die Belebung und Weiterentwicklung der Stadt dient.

Der Prozess startete mit einer umfassenden Analyse der Ausgangslage: Bestehende Aktivitäten, Strukturen und Herausforderungen wurden erfasst und Potenziale identifiziert. Die Erkenntnisse aus dieser Phase bildeten die inhaltliche Basis für das Projektseminar.

Im Rahmen eines Workshops wurden Problemstellungen und Handlungsfelder diskutiert, Ideen gesammelt und Prioritäten sichtbar gemacht. Ergänzt wurde dieser Austausch durch vertiefende Einzelinterviews mit Schlüsselpersonen aus unterschiedlichen Bereichen sowie zahlreiche bilaterale Gespräche. So konnten auch spezifische Perspektiven und Bedürfnisse in den Prozess einfließen, die über eine klassische Workshop-Situation hinausgehen.

Die Agentur für Stadtmarketing, welche über praxisorientierte Erfahrung in der Innenstadtbelebung verfügt, übernahm im Auftrag der Stadtgemeinde die methodische Prozessgestaltung, Moderation und Dokumentation. Auf Grundlage der gesammelten Erkenntnisse wurde ein Zielbild für die Innenstadtentwicklung formuliert, das als Orientierungsrahmen für die weiteren Überlegungen dient.

Darauf aufbauend wurden konkrete Handlungsansätze und Massnahmen entwickelt, strukturiert und priorisiert. Im Zentrum standen dabei Fragen wie:

- Welche Aktivitäten und Strukturen stärken die Stadt langfristig?
- Wo bestehen Lücken, Doppelspurigkeiten oder Überlastungen?
- Welche Rollen sollten Stadt, Gewerbe, Tourismus und weitere Akteure künftig übernehmen?
- Welche organisatorischen Voraussetzungen braucht es, um das Konzept wirksam umzusetzen?

In mehreren Rückkopplungsschleifen wurden Zwischenergebnisse mit dem Projektteam besprochen, geschärft und ergänzt. Das finale Konzept versteht sich daher nicht als reines Strategiepapier, sondern als praxistaugliche Arbeitsgrundlage, die gemeinsam erarbeitet wurde und auf breite Zustimmung bei den Beteiligten stösst.

2 HERAUSFORDERUNGEN DER STADTBELEBUNG

Brig-Glis steht vor vielschichtigen Herausforderungen, die sich zunehmend auf die Attraktivität, Nutzbarkeit und Zukunftsfähigkeit des Zentrums auswirken. Wie in vielen mittelgrossen Städten spiegelt sich auch hier der strukturelle Wandel im Detailhandel, die Dominanz des Online-Handels, veränderte Mobilitäts- und Freizeitgewohnheiten sowie ein sich wandelndes gesellschaftliches Leben direkt in der Innenstadt wider.

Brig-Glis profitiert heute von einem lebendigen Veranstaltungskalender – mit Formaten wie dem Adventszauber, dem Chrischhindlimärt oder saisonalen Aktionen im Frühling oder Herbst. Diese Anlässe schaffen hohe Besucherfrequenzen, stärken die lokale Identität und sorgen für positive emotionale Wahrnehmung.

Jedoch zeigt sich auch: Die Veranstaltungslage ist stark von individuellen Engagements abhängig, nicht aufeinander abgestimmt und kaum strategisch eingebettet. Es fehlt an einem übergeordneten Konzept, das Veranstaltungen zielgerichtet bündelt, weiterentwickelt oder gezielt ergänzt.

Zahlreiche Akteure engagieren sich mit grossem Einsatz für Brig-Glis. Dieses Engagement ist wertvoll, doch die Zusammenarbeit erfolgt heute oft nebeneinander statt miteinander. Zuständigkeiten sind teils unklar, Absprachen finden informell oder zu spät statt.

So fehlt es an einer verbindlichen Struktur für die Belebung der Stadt: Wer koordiniert Leerstandsfragen? Wer übernimmt welche Aufgabe bei Veranstaltungen? Wer vertritt die Stadt nach aussen in Stadtmarketing Themen? Diese fehlende Abstimmung führt zu Reibungsverlusten, ineffizienter Ressourcenverwendung und dem Risiko, dass Potenziale ungenutzt bleiben.

Insbesondere beim Gewerbeverein liegt heute viel Verantwortung auf wenigen Schultern. Veranstaltungen, Mitgliederbetreuung, Kommunikation, CityCash-Gutscheinsystem – all das wird heute mehrheitlich ehrenamtlich getragen.

Eine zentrale Herausforderung besteht deshalb darin, ehrenamtliche Strukturen zu entlasten und professionelle Unterstützung zu sichern.

3 INHALT UND ZIELSETZUNG DES KONZEPTS CITY-MANAGEMENT BRIG-GLIS

Das City-Management-Konzept ist ein praxisorientierter, strategischer Leitfaden für die nachhaltige Belebung und Attraktivierung der Stadt und bildet die Grundlage für ein koordiniertes, wirkungsvolles Zusammenspiel aller Akteure.

Das City-Management-Konzept formuliert ein gemeinsam getragenes Zielbild für eine lebendige, vielfältige und zukunftsfähige Stadt. Es zeigt auf, wie sich Brig-Glis als attraktiver Lebens-, Einkaufs- und Begegnungsraum für Bevölkerung, Gewerbe, Gäste und Kultur weiterentwickeln kann – strategisch, koordiniert und praxisnah.

Kern des Konzepts ist ein konkreter Massnahmenkatalog, der zentrale Handlungsfelder wie Leerstandsmanagement, Zwischennutzung und PopUp Konzepte, Veranstaltungswesen, Aufenthaltsqualität und Kommunikation umfasst. Ergänzend beschreibt das Konzept eine klare Aufgaben- und Rollenverteilung zwischen Stadtgemeinde, Gewerbeverein, Tourismus, Kultur und weiteren relevanten Akteuren – mit dem Ziel, eine abgestimmte und wirksame Zusammenarbeit zu ermöglichen.

Ein besonderer Fokus liegt auf der Empfehlung, neue Strukturen zur Koordination, Umsetzung und Abstimmung zu schaffen. Dazu gehört insbesondere die Schaffung einer Koordinationsstelle, die als operative Drehscheibe zwischen den verschiedenen Akteuren agiert. Ein übergeordnetes Gremium übernimmt die strategische Steuerung, legt Leitlinien fest und überwacht kontinuierlich die Zielerreichung.

So schafft das Konzept die Grundlage für eine integrierte und kooperative Standortentwicklung, die vorhandene Ressourcen gezielter bündelt, ehrenamtliche Strukturen entlastet, Synergien fördert und Wirtschaft, Kultur und Stadtentwicklung ganzheitlich zusammendenkt.

4 ZIELBILD BRIG-GLIS FÜR EINE ZUKUNFTSFÄHIGE LEBENDIGE STADT

Eine zukunftsfähige Innenstadt braucht mehr als einzelne Veranstaltungen oder punktuelle Aufwertungen – sie braucht eine gemeinsame Vision, die alle Beteiligten eint und Orientierung für das tägliche Handeln bietet. Dieses Zielbild ist der verbindende Rahmen für Politik, Verwaltung, Gewerbe, Tourismus, Kultur, Immobilienwirtschaft und Bevölkerung.

Brig-Glis soll sich zu einem lebendigen Zentrum für Bevölkerung, Gäste, Wirtschaft und Kultur entwickeln. Die Innenstadt wird als gemeinsamer Lebensraum verstanden, in dem man sich begegnet, einkauft, konsumiert, entspannt, verweilt, mitgestaltet – und stolz darauf ist, Teil davon zu sein.

Die Stadt soll in Zukunft nicht nur funktionieren, sondern inspirieren – als Raum, der Werte vermittelt, Zusammenarbeit ermöglicht und Perspektiven bietet. Die Entwicklung erfolgt schrittweise mit klaren Rollenverteilungen, abgestimmten Aktivitäten und mit einem strukturierten, koordinierenden Ansatz.

Das Zielbild von Brig-Glis zeichnet sich aus durch:

- **einen vielfältigen und bedarfsgerechten Nutzungsmix** aus Handel, Gastronomie, Dienstleistungen und Kultur
- **einen sorgsam kuratierten öffentlichen Raum** mit hoher Aufenthaltsqualität für alle Generationen
- **eine aktive Veranstaltungslandschaft**, die Identifikation schafft und Menschen zusammenbringt
- **sichtbare, kooperative Kommunikation** zwischen allen Akteuren
- **ein kluges Flächenmanagement**, das Leerstände minimiert und neue Impulse setzt
- **eine gemeinsame Verantwortung** für das Wohl und die Entwicklung der Stadt

Die Entwicklung basiert auf vier zentralen Prinzipien:

1. **Vielfalt und Vitalität im öffentlichen Raum:** Eine attraktive Mischung aus Einkauf, Gastronomie, Dienstleistung, Wohnen, Kultur und sozialen Treffpunkten.
2. **Partizipation und Kooperation:** Die Stadtentwicklung gelingt nur gemeinsam – mit Engagement und Verantwortung aus allen gesellschaftlichen Bereichen.
3. **Koordination statt Konkurrenz:** Statt isolierter Einzelmassnahmen braucht es abgestimmte, aufeinander aufbauende Aktivitäten, die gezielt auf das gemeinsame Zielbild einzahlen.
4. **Sichtbare Identität:** Brig-Glis soll sich mit seiner Geschichte, seinem Charakter und seinen Menschen präsentieren – authentisch, charmant und modern zugleich.

5 MASSNAHMENKATALOG ZUR ERREICHUNG DES ZIELBILDS

Die unten aufgeführten Massnahmen wurden vom Findungsgremium gemeinsam erarbeitet, ergänzt und priorisiert. Damit liegt ein klar strukturierter Massnahmenkatalog vor, der die operativen Schwerpunkte definiert und eine zielgerichtete Umsetzung des Zielbilds ermöglicht.

5.1 LEERSTAND, ANSIEDLUNG & DIALOG

- **Leerstandsmanagement**
Aktive Erfassung leerstehender Flächen, Aufbau eines Vermittlungsprozesses und Entwicklung gezielter Nutzungskonzepte.
- **Ladenmix-Strategie**
Analyse und gezielte Steuerung der Branchendiversität, Ansprache potenzieller Anbieter, Qualitätskontrolle.
- **Zwischennutzungen & Pop-Ups**
Temporäre Nutzung leerer Flächen für saisonale Themen, Start-ups und kreative Impulse.
- **Immobilienwirtschaftlicher Dialog**
Kontinuierlicher Austausch mit Eigentümer:innen und Verwaltungen zur gemeinsamen Entwicklung neuer Perspektiven.

5.2 KOORDINATION & VERANSTALTUNGSMANAGEMENT

- **Koordination von Veranstaltungen**
Jahresplanung, Terminabstimmung, Ressourcenverteilung, Kommunikationsunterstützung und behördliche Abklärungen.
- **Verteilung der Aktivitäten**
Ausweitung von Innenstadtmassnahmen auf weitere Stadtteile mit Entwicklungspotenzial.
- **Finanzierungsmodelle für Events**
Mehrjährige Finanzierungslösungen schaffen Planungssicherheit für wiederkehrende Veranstaltungsformate.

5.3 AUFENTHALTSQUALITÄT & AUFENTHALTSDAUER

- **Stärkung der Aufenthaltsqualität**
Schaffung konsumfreier Sitzgelegenheiten, Begrünung, Licht- und Gestaltungskonzepte, barrierefreier Zugang und Sauberkeit.

5.4 PARTNERMANAGEMENT

- **CityCash**
Gezielte Bewirtschaftung und Vermarktung des lokalen Gutscheinsystems zur Kaufkraftbindung und Stärkung des lokalen Handels.

5.5 LOKALE IDENTITÄT SICHTBAR MACHEN

- **Stärkung der lokalen Identität**
Sichtbarmachung lokaler Produkte, Geschichten, Persönlichkeiten und Handwerk im öffentlichen Raum – z. B. über Märkte, Aktionen oder visuelle Präsenz.

5.6 MESSEN, VERSTEHEN & HANDELN

- **Datenbasierte Steuerung**
Erhebung und Auswertung von Passantenfrequenzen, Zufriedenheitsumfragen und Angebotsanalysen zur faktenbasierten Entscheidungsfindung.

6 SCHAFFUNG EINER KOORDINATIONSSTELLE

Im Verlauf des Erarbeitungsprozesses wurde deutlich, dass es eine zentrale Koordinationsstruktur braucht, die Verantwortung übernimmt, die Umsetzung der Massnahmen vorantreibt und die Zusammenarbeit der beteiligten Akteure gezielt steuert. Aus dieser Erkenntnis heraus entstand die Empfehlung, eine Koordinationsstelle in Form eines City-Managements zu schaffen – geführt von einer City-Managerin oder einem City-Manager und strategisch begleitet durch ein übergeordnetes Gremium, das City-Management-Board.

Das City-Management als Impulsgeberin, Drehscheibe und Partnerin ist die zentrale operative Instanz zur Umsetzung des Konzepts City-Management Brig-Glis. Sie agiert nicht als zusätzliche Verwaltungseinheit oder Eventagentur, sondern als vernetzende, moderierende und koordinierende Stelle, welche die Kräfte in der Stadt bündelt, Lücken schliesst und die Belebung und Attraktivierung gezielt vorantreibt.

Im Verlauf des partizipativen Erarbeitungsprozesses hat sich unter den beteiligten Akteuren die Empfehlung herauskristallisiert, das City-Management nicht als interne Funktion bei der Stadtgemeinde oder dem Gewerbeverein anzusiedeln, sondern in Form eines externen Mandats zu vergeben.

Dieses Vorgehen wird als zielführend erachtet, da es eine klare Aufgabenfokussierung erlaubt, die Umsetzungsqualität stärkt und eine vernetzende sowie moderierende Rolle zwischen den beteiligten Anspruchsgruppen ermöglicht. Die externe Mandatierung sorgt zudem für eine angemessene Distanz zu bestehenden Verwaltungs- oder Vereinsstrukturen – ein Aspekt, der als förderlich für die übergreifende Akzeptanz und Wirksamkeit des City-Managements eingeschätzt wird.

Das City-Management agiert auf Basis eines verbindlichen Leistungsauftrags, der klare Ziele und Zuständigkeiten enthält.

Die Finanzierung umfasst:

- **Personalkosten** (60-100%)
- **Betriebs- und Infrastrukturkosten** (Büro, IT, Kommunikation)
- **Budget für Kleinprojekte, Kommunikation und Pilotformate**

Die Detaildefinition erfolgt auf Basis der priorisierten Massnahmen in enger Abstimmung mit dem City-Management-Board.

6.1 KOORDINATION STATT KONKURRENZ

Das City-Management versteht sich als:

- **Unterstützerin bestehender Initiativen**
- **Impulsgeberin für neue Formate**
- **Moderatorin zwischen den Akteuren**
- **Übersetzerin zwischen Bevölkerung, Verwaltung, Gewerbe und Tourismus**

Sie ersetzt keine bestehenden Strukturen, sondern schafft Synergien zwischen ihnen. Ihr Ziel ist es, Aktivitäten strategisch auszurichten, effizient abzustimmen und sichtbarer zu machen sowie zusätzliche neue Angebote im Rahmen von Pilotprojekten zu erproben. Zusätzlich soll sie ehrenamtlich arbeitende Strukturen aktiv unterstützen und spürbar entlasten, um deren Engagement langfristig zu sichern.

6.2 ÖFFENTLICHE PRÄSENZ & BÜRGERNÄHE

Das City-Management ist sichtbar, greifbar und zugänglich:

- Sie kann ein Stadtlabor in der Innenstadt beziehen – ein öffentlicher, offener Raum für Austausch, Beratung, Projektarbeit und kleine Aktionen.
- Sie führt regelmässige Bürgerdialoge und Gewerbebefragungen durch, um Bedürfnisse und Trends frühzeitig zu erkennen und partizipativ in Massnahmen zu überführen.
- Sie kommuniziert aktiv, über analoge und digitale Kanäle, was gerade läuft, was geplant ist und wer mitmachen kann.
- Sie ist eine verlässliche Anlaufstelle für Ideen, Sorgen und Vorschläge – für Bevölkerung, Immobilienbesitzer, Gewerbe und Kulturakteure.

6.3 PARTIZIPATION & BÜRGERINTEGRATION

- Kontinuierliche Bedürfnisanalysen über Befragungen und Gespräche
- Durchführung partizipativer Formate zur Ideengenerierung und Feedbackkultur
- Einbindung möglichst vieler Partner zur gemeinsamen Umsetzung von Massnahmen

6.4 STÄDTEVERNETZUNG & BENCHMARKING

- Regelmässiger Austausch mit anderen Städten und Koordinationsstrukturen (City-Management Schweiz)
- Übernahme bewährter Ansätze (Best Practices)
- Einladung externer Impulse zur Weiterentwicklung Stadt

6.5 HALTUNG & SELBSTVERSTÄNDNIS

Das City-Management ist:

- **neutral** in der Vermittlung
- **lösungsorientiert** im Handeln
- **kollaborativ** im Vorgehen
- **datenbasiert** in der Planung
- **kommunikativ** in der Wirkung

6.6 SCHLUSSFOLGERUNG

Das City-Management ist kein Büro, sondern ein lebendiges Bindeglied zwischen Strategie und Praxis. Sie hilft, Kräfte zu bündeln, Doppelspurigkeiten zu vermeiden und Entwicklung aktiv zu gestalten.

7 STRUKTURIERTE STEUERUNG DURCH EIN GREMIUM

Zur strategischen Begleitung und Steuerung der Koordinationsstelle (City-Management) wird ein Gremium geschaffen, das unter dem Namen „**City-Management-Board**“ fungiert.

Der Begriff vermittelt klar und verständlich, dass es sich um das zentrale Steuerungsgremium für das City-Management handelt. Im Gremium vertreten sind die Stadtgemeinde Brig-Glis, der Gewerbeverein, Brig-Simplon Tourismus sowie die Kulturfachstelle, allenfalls ergänzt durch beratende Fachpersonen. Gemeinsam tragen sie Verantwortung für die strategische Ausrichtung des City-Managements.

Aufgaben:

- Verabschiedung und laufende Weiterentwicklung des Leistungsauftrags der Koordinationsstelle (City-Management)
- Kontrolle der Zielerreichung (Monitoring, KPI)
- Finanzplanung und Budgetkontrolle
- Strategische Weichenstellung

Ziel: Gemeinsame Steuerung auf Augenhöhe – klar getrennt von operativer Umsetzung

7.1 REGELMÄSSIGER AUSTAUSCH

Regelmässig soll ein „Roundtable“ des City-Management-Board stattfinden. Dieser fördert den kontinuierlichen Austausch zwischen Stadt, Gewerbe, Tourismus, Kultur und weiteren relevanten Akteuren. Er dient als Frühwarnsystem, Abstimmungsplattform und Ideengeber – und hilft, Konflikte zu vermeiden und Synergien zu nutzen.

8 EMPFOHLENE ROLLENVERTEILUNG DER ZENTRALEN AKTEURE

Eine klare Rollenverteilung schafft Transparenz, vermeidet Doppelspurigkeiten und sorgt für einen gezielten Ressourceneinsatz. Sie stärkt die Zusammenarbeit und ermöglicht eine koordinierte und wirksame Umsetzung der Massnahmen.

8.1 STADTGEMEINDE BRIG-GLIS

Rolle: Strategischer Rahmengeber und Unterstützer

Ziel: Ermöglicherrolle mit politischer und finanzieller Rückendeckung für langfristige Strategien

Aufgaben:

- Definition des übergeordneten Zielbild Brig-Glis
- Bereitstellung der öffentlichen Infrastruktur und Ressourcen wie zum Beispiel Leistungen des Werkhofs
- Beitrag zur Finanzierung sowie Unterstützung beim Aufbau der Koordinationsstelle
- Schlanke Genehmigungsprozesse, Sicherheit und Ordnung (in Abstimmung mit Koordinationsstelle)
- Klare Richtlinien für Veranstaltungen im öffentlichen Raum

8.2 GEWERBEVEREIN BRIG-GLIS

Rolle: Sprachrohr und Impulsgeber der lokalen Wirtschaft

Ziel: Aktiver Mitgestalter mit lokalem Netzwerk, Reduktion der operativen Koordination

Aufgaben:

- Vertretung der Interessen der Gewerbetreibenden
- Ansprechpartner für Anliegen und Ideen aus dem Gewerbe
- Angebote für die unterschiedlichen Mitgliedergruppen schaffen
- Mitarbeit bei Konzepten zur Attraktivierung und Angebotsentwicklung
- Konzeption, Initialisierung und Organisation von Veranstaltungen und anderen Aktivitäten (im Schulterschluss mit der Koordinationsstelle)
- Fokussierung auf statutarische Aufgaben des Vereins
- Finanzierung Koordinationsstelle (anteilig)

8.3 BRIG-SIMPLON TOURISMUS

Rolle: Kommunikationsdrehscheibe für externe Zielgruppen (Gäste) & regionaler Vernetzer

Ziel: Verstärkte Integration der Tourismusperspektive in lokale Stadtaktivitäten

Aufgaben:

- Touristische Positionierung der Stadt im regionalen und schweizweiten Kontext
- Unterstützung bei der Kommunikation von Veranstaltungen mit touristischer Relevanz
- Koordination mit regionalen Partnern
- Mitwirkung an Image-, Standort- und Angebotsentwicklungen

8.4 KOORDINATIONSSTELLE

Rolle: Operative Drehscheibe, Moderation, Umsetzung, Bindeglied

Ziel: Professionelle und unabhängige Umsetzungsstruktur, die operativ wirksam ist und entlastet

Aufgaben:

- Bindeglied der verschiedenen Akteure insbesondere, Stadtgemeinde, Gewerbe und Tourismus
- Projektmanagement, Umsetzung und Kommunikation der definierten Massnahmen
- Koordination von Veranstaltungen und Standortaktivitäten
- Schnittstelle zu Immobilienwirtschaft, Gewerbe, Kultur, Verwaltung
- Vorbereitung und Dokumentation der Roundtable-Sitzungen
- Controlling & Reporting an das City-Management-Board

9 MANDATIERUNGSMODELL UND LEISTUNGSVEREINBARUNG

9.1 AUSSCHREIBUNG MANDAT

Im Rahmen der Umsetzung des City-Management-Konzepts Brig-Glis hat sich das Projektteam darauf verständigt, die operative Verantwortung für zentrale Umsetzungsaufgaben einer externen Fachperson zu übertragen. Aus diesem Grund wird ein Mandat für die Koordinationsstelle Innenstadtentwicklung unter dem Namen „City-Management“ ausgeschrieben.

Vorgesehen ist ein Mandatsbeginn im ersten Halbjahr 2026 mit einer Laufzeit von zwei Jahren. Der Beschäftigungsumfang liegt bei 60–100 %, der Arbeitsort ist flexibel. Die Stelle wird im Rahmen einer Leistungsvereinbarung mit klar definierter Aufgabenverteilung geführt. Voraussetzungen hinsichtlich MWST-Pflicht, Sozialabgaben und rechtlicher Rahmenbedingungen müssen durch den Mandatsträger erfüllt sein.

Das City-Management fungiert als zentrale operative Drehscheibe für die Innenstadtentwicklung: Sie vernetzt Akteur:innen, steuert Prozesse und begleitet die Umsetzung priorisierter Massnahmen. Insbesondere übernimmt sie Aufgaben in folgenden Bereichen:

- Koordination und Umsetzung von Massnahmen des City-Management-Konzepts
- Leerstandsmanagement, Zwischennutzungen und Ansiedlungsstrategien
- Veranstaltungskoordination und Schnittstelle zu Verwaltung, Werkhof und Sicherheitsdiensten
- Unterstützung und Entlastung ehrenamtlich getragener Strukturen, insbesondere des Gewerbevereins
- Kommunikation und Kooperationsförderung zwischen allen relevanten Partnern
- Monitoring, Dokumentation und Berichterstattung an das Steuerungsgremium

Gesucht wird eine umsetzungsstarke, vernetzt denkende und charismatische Persönlichkeit oder Agentur, die mit Kreativität und Eigenverantwortung agiert. Erwartet wird fundierte Projektleitungserfahrung, idealerweise auch im Bereich Veranstaltungsorganisation sowie ein gutes Flair zum «Verkaufen» von Projektideen.

Formale Ausbildungsvorgaben bestehen keine – entscheidend sind Praxiserfahrung, Netzwerkqualität und ein gutes Gespür für lokale Dynamiken

9.2 LEISTUNGSVEREINBARUNG

Die Koordinationsstelle basiert auf einer verbindlichen Leistungsvereinbarung zwischen Stadt, Gewerbeverein und Mandatsträger:in.

Die Leistungsvereinbarung regelt:

- Aufgabenbereiche des City-Managements wie z. B. Projektkoordination, Leerstandsmanagement, Veranstaltungsabstimmung, Kommunikation und Unterstützung der ehrenamtlichen Struktur des Gewerbevereins.
- Ziele und Wirkung, die mit der Umsetzung des Massnahmenkatalogs erreicht werden sollen.
- Zusammenarbeit und Steuerung durch das City-Management-Board, das die Zielerreichung überwacht.
- Anteile der Vergütung und Finanzierung von Stadtgemeinde und Gewerbeverein inkl. Budgetanteilen für operative Mittel und Kleinprojekte.
- Berichtswesen, inklusive regelmässiger Kurzberichte und jährlicher Evaluationsberichte zur Wirkungskontrolle.
- Rechtliche Rahmenbedingungen wie MWST-Pflicht, Sozialabgaben, Datenschutz und Vertraulichkeit.

Diese Vereinbarung stellt sicher, dass das City-Management zielgerichtet, transparent und verbindlich arbeitet.

10 DAS CITY-MANAGEMENT ERFOLGREICH AUFBAUEN

Die Einführung des City-Managements zur Belebung der Innenstadt ist mehr als eine organisatorische Entscheidung – sie erfordert strategische Verankerung, politischen Rückhalt und klare Strukturen. Zentrale Voraussetzungen sind:

10.1 VERANKERUNG & LEGIMITATION

Die Exekutive und Verwaltung müssen die Notwendigkeit der Stelle anerkennen und mittragen. Ein offizieller Leistungsauftrag, abgestimmt über das City-Management-Board, bildet die Basis. Wichtig ist, dass das City-Management nicht in Konkurrenz zu bestehenden Strukturen steht, sondern ergänzt und vernetzt.

10.2 KLARE AUFGABEN & FINANZIERUNG

Das City-Management braucht einen klaren Leistungsauftrag: Aufgaben, Zuständigkeiten und Grenzen müssen definiert sein. Ebenso essenziell ist ein langfristiges Finanzierungsmodell – inkl. Personal-, Infrastruktur- und Projektkosten.

10.3 STEUERUNG & KONTROLLE

Der City-Management-Board aus Vertreter:innen der Stadt, des Gewerbes und der Tourismus-Organisation, übernimmt die strategische Steuerung, legt messbare Ziele (KPI) fest und prüft regelmässig die Zielerreichung.

10.4 HERAUSFORDERUNGEN

- **Abgrenzung** zu bestehenden Rollen ist entscheidend, um Konflikte zu vermeiden.
- **Akzeptanz** bei allen Beteiligten muss aufgebaut werden durch sichtbare Mehrwerte.
- **Ressourcenmanagement** erfordert realistische Erwartungen und klare Zuständigkeiten.
- **Kommunikation** muss aktiv und offen sein – sowohl nach innen als auch nach aussen.

10.5 ERFOLGSFAKTOREN FÜR DIE ETABLIERUNG

- **Projekt starten:** mit klaren Schwerpunkten und anschliessender Evaluation werden erste Erfahrungen gesammelt.
- **Sichtbarkeit schaffen:** z. B. durch ein „Stadtlabor“ als öffentlicher Anlaufpunkt.
- **Quick Wins ermöglichen:** erste sichtbare Resultate stärken Glaubwürdigkeit.
- **Vernetzung mit anderen Städten** nutzen, um von Best Practices zu lernen.
- **Kooperationskultur fördern:** durch regelmässige Treffen und partizipative Prozesse.

Diese Rahmenbedingungen bilden die Grundlage dafür, dass sich das City-Management zu einem langfristig tragfähigen Modell entwickeln kann – als neutraler, professioneller Motor der Innenstadtentwicklung.

11 HINWEIS ZUR PROJEKTKOSTENINTEGRATION IM MANDAT

Bei der Vergabe des Mandats City-Management werden die konkreten Projektkosten für Veranstaltungen und weitere Aktivitäten bewusst nicht in den Startumfang integriert.

Ziel ist es, im ersten Halbjahr des Mandatszeitraums eine umfassende Analyse und Optimierung der bestehenden Veranstaltungskonzepte, Organisationsstrukturen und Finanzierungsmodelle durchzuführen. Gemeinsam mit dem Gewerbeverein und der Stadtgemeinde Brig-Glis soll auf dieser Basis ein ganzheitliches Umsetzungs- und Finanzierungskonzept entwickelt werden.

Das Konzept zielt darauf ab, die Veranstaltungen des Vier-Jahreszeiten-Kalenders strategisch abzusichern, organisatorisch zu entlasten und langfristig unabhängig von Einzelpersonen zu machen. Gleichzeitig schafft es die Grundlage, um darüber hinaus weitere Aktivitäten zur Belebung und Attraktivierung der Stadt umzusetzen.

12 VERANSTALTUNGEN ALS MOTOR DER INNENSTADTBELEBUNG

Veranstaltungen spielen eine zentrale Rolle für die Belebung und emotionale Aussenwirkung der Innenstadt von Brig-Glis. Sie stärken das Gemeinschaftsgefühl, fördern die lokale Identität und schaffen Begegnungsräume für Bevölkerung, Gäste, Gewerbe und Kultur. Gleichzeitig sind sie ein wirtschaftlicher Impulsgeber für Gastronomie, Detailhandel und Tourismus.

Viele der aktuellen Formate – wie etwa der Adventszauber, der Chrischchindlimärt, Frühling Brig-Glis oder der Briger Gartenplausch – geniessen grosse Akzeptanz und tragen zur positiven Wahrnehmung der Stadt bei. Allerdings zeigt sich: Der organisatorische Aufwand je nach Veranstaltungsformat ist hoch, die Durchführung erfordert grosse personelle und finanzielle Ressourcen. In Brig-Glis basiert dieses Engagement zu einem grossen Teil auf dem ehrenamtlichen Einsatz weniger Einzelpersonen.

Darüber hinaus sollte beachtet werden, dass grosse Veranstaltungen nicht automatisch eine nachhaltige Wirkung auf das lokale Gewerbe haben. Zwar bringen sie kurzfristig hohe Besucherfrequenzen und erzeugen mediale Aufmerksamkeit, doch profitieren nicht alle Betriebe gleichermassen – insbesondere jene ausserhalb der Gastronomie. Deshalb braucht es ergänzend auch kleinere, regelmässige Formate, die gezielt den stationären Handel aktivieren und die Innenstadt an sonst eher schwachen Tagen beleben.

Beispiele dafür sind:

- **Ausbau des Wochenmarkts** zu einem attraktiven Treffpunkt mit gezielter Angebotsvielfalt.
- **Shopping-Tage** mit Themenangeboten, Sonderaktionen und Aktivitäten rund um das Shopping-Erlebnis.
- **"First Friday" oder "Late Thursday"-Formate**, die gezielt auf den Detailhandel ausgerichtet sind und zusätzliche Frequenz schaffen.

13 AUFGABENTEILUNG GEWERBEVEREIN UND KOORDINATIONSSTELLE

Der Gewerbeverein Brig-Glis hat der Stadtmarketing Agentur einen Vorschlag zur Professionalisierung seiner Organisation und zur inhaltlichen Weiterentwicklung vorgelegt. Die Struktur ist in themenspezifische Ressorts gegliedert – darunter Eventverantwortung nach Jahreszeiten, Stadtverschönerung, City Cash, Kommunikation, Mitgliederbetreuung sowie Leerstandsmanagement und Branchenmix. Ziel ist es, die Aktivitäten gezielter zu steuern, operative Verantwortung breiter zu verteilen und den Verein zukunftsfähig aufzustellen.

Ein erfolgversprechender Weg besteht darin, dass der Gewerbeverein diese neue Struktur erfolgreich etabliert, gleichzeitig Aufgaben wie Stadtverschönerung, die Vermarktung des City Cash, das Leerstandsmanagement sowie die Strategieentwicklung für den Branchenmix, an das City-Management überträgt. Dadurch wird die operative Entlastung sichergestellt und der Gewerbeverein kann sich verstärkt auf seine Kernaufgaben als Interessenvertretung seiner Mitglieder konzentrieren.

Entscheidend wird sein, dass gemeinsam mit der Stadt Brig-Glis Leistungsvereinbarungen für zentrale Gefässe und Aufgabenbereiche definiert werden, inklusive finanzieller Mittel und personeller Ressourcen in Form des City-Managements.

Das City-Management kann hier zentrale Funktionen übernehmen:

- **Einbindung in bestehende Organisationskomitees:** Das City-Management kann beratend oder koordinierend Einsitz in bestehende OKs nehmen und Teilaufgaben übernehmen – etwa bei der Abstimmung mit städtischen Diensten wie Werkhof, Sicherheit, Kommunikation oder Infrastruktur.
- **Prüfung und Weiterentwicklung des Veranstaltungsportfolios:** Bestehende Formate sollen hinsichtlich Wirkung, Aufwand und Zielgruppen geprüft werden. Das City-Management unterstützt die Initianten und Akteure dabei, neue

Impulse einzubringen, Formate strategisch weiterzuentwickeln oder – falls notwendig – auch zu reduzieren oder neu zu gestalten.

- **Leistungsvereinbarungen als Instrument der Planungssicherheit:** Veranstaltungen, die zur Umsetzung des Zielbildes der Innenstadtentwicklung beitragen, können durch mehrjährige, projektbezogene Leistungsvereinbarungen von der Stadt unterstützt werden. Damit werden wichtige Formate nachhaltig gesichert und gleichzeitig ein gewisser Qualitätsrahmen definiert.
- **Priorisierung und Finanzierung gemeinsamer Veranstaltungsformate:** Das City-Management-Board definiert, welche Veranstaltungsformate prioritär sind und welche davon durch die Stadt finanziell unterstützt werden sollen. Art, Umfang und Gegenleistung der städtischen Beteiligung werden dabei verbindlich festgelegt. Der Gewerbeverein verpflichtet sich ergänzend zur Mittelbeschaffung durch Sponsoring. Möchte er darüberhinausgehende Formate realisieren oder den Umfang bestehender Formate ausbauen, trägt er die Verantwortung für die zusätzliche Finanzierung selbst.
- **Ressourcenplanung und Aufgabenverteilung:** Die Koordinationsstelle analysiert mit dem Gewerbeverein und der Stadt, welche Aufgaben künftig ausgelagert werden können – an den Werkhof (z. B. Infrastruktur), an externe Dienstleister (z. B. Technik, Auf-Abbauarbeiten) oder an die Koordinationsstelle selbst (z. B. Projektmanagement, Kommunikation, Bewilligungswesen).
- **Unabhängigkeit von einzelnen Personen:** Ein zentrales Ziel ist es, die Organisation von Veranstaltungen von einzelnen engagierten Vorstandsmitgliedern des Gewerbevereins zu entkoppeln. Durch klare Prozesse, verlässliche Zuständigkeiten und externe Unterstützung wird die Veranstaltungslandschaft widerstandsfähiger gegenüber personellen Wechseln im Gewerbeverein.
- **Nachhaltigkeit und Wirtschaftlichkeit:** Veranstaltungen sollen nicht nur attraktiv, sondern auch wirtschaftlich tragfähig sein – für Veranstalter wie auch für die Stadt.

14 VON EINER KOORDINATIONSSTELLE ZUR STANDORTFÖRDERUNG

Hat sich das City-Management erfolgreich etabliert, liegt darin ein bedeutender Entwicklungsschritt für Brig-Glis. Denn die gewählte Struktur ist so aufgebaut, dass sie aktuelle Herausforderungen bewältigt und flexibel weiterentwickelt werden kann.

Mittelfristig kann das City-Management zu einer plattformbasierten Standortförderung ausgebaut werden. Unter diesem Dach können weitere zentrale Funktionen gebündelt und professionell geführt werden – wie etwa:

- ein **integriertes Stadtmarketing** mit klarer Aussenwirkung und städtischer Positionierung,
- eine **Wirtschaftsförderung**, die gezielt neue Unternehmen anspricht und bestehende unterstützt,
- und ein dauerhaftes **City-Management**, das als operativer Arm die Innenstadtentwicklung weiterhin steuert.

So entsteht ein zukunftsfähiges Modell mit klaren Zuständigkeiten, kurzen Wegen und gemeinsamer Wirkung. Die relevanten Akteure finden sich unter einem organisatorischen Dach zusammen. Dies stärkt nicht nur die Zusammenarbeit, sondern auch die Wahrnehmung und Identität von Brig-Glis als aktiven, wirtschaftsstarken und lebenswerten Standort. Der erste Schritt liegt nun in der konsequenten Umsetzung des City-Management-Konzepts. Die nächsten Schritte werden sich daraus ergeben.