

Amt für Wirtschaftsförderung und
Standortmanagement (15)

Beschlussvorlage

öffentlich

Datum
23.10.2017

Drucksache Nr. (ggf. Nachtragsvermerk)
2017/9638

Beratungsfolge	Sitzungstermin	Zuständigkeit
Wirtschaftsförderungs- und Grundstücksausschuss	08.11.2017	Kenntnisnahme

Betreff

Präsentation der Zwischenergebnisse der beauftragten "Positionierungsstrategie" für die Weiterentwicklung der Bottroper Innenstadt

Beschlussvorschlag

Der Wirtschaftsförderungs- und Grundstücksausschuss nimmt die Präsentation der Zwischenergebnisse der Positionierungsstrategie zur Weiterentwicklung der Bottroper Innenstadt zur Kenntnis

Finanzielle Auswirkungen

Finanzielle Auswirkungen:
Haushalt im Jahr:

Problembeschreibung / Begründung

Die Wirtschaftsförderung der Stadt Bottrop hat das Dortmunder Planungsbüro Stadt + Handel sowie die Marketingagentur Oktober Kommunikationsdesign aus Bochum beauftragt, die besonderen Qualitäten der Bottroper Innenstadt zu identifizieren, um diese gezielter vermarkten zu können. Die Innenstadt soll vor allem als attraktiver Einkaufs- und Erlebnisstandort positioniert und aktiv beworben werden. (Auf die Ausführungen der Vorlage vom 13.04.2016, Drucksache 2016/8751 wird verwiesen.)

Zu den Aufgaben der beiden Agenturen gehört es, die innerstädtischen Qualitäten herauszuarbeiten und Maßnahmen zu entwickeln, mit denen sie sichtbar gemacht und gestärkt werden können. Zudem wird durch die Marketingagentur Oktober Kommunikationsdesign ein Werbeslogan (Claim), der zur Vermarktung der Innenstadt genutzt werden soll, erarbeitet.

In einem ersten Schritt hat Stadt + Handel bereits eine Haushaltbefragung mit Menschen in und um Bottrop sowie eine Passantenbefragung in der Innenstadt geführt, um die aktuelle Ausgangssituation beurteilen zu können. In einem weiteren Schritt wurden die Innenstadtakeure, d.h. Einzelhändler, Gastronomen und Dienstleister aktiv in den Prozess einbezogen. Im Rahmen des Akteurs-Workshops wurden gemeinsam die Qualitäten der Innenstadt aber auch die Herausforderungen identifiziert. Aufbauend auf diesen Workshop wurde mit innerstädtischen Multiplikatoren ein Leitmotiv für die Innenstadt erarbeitet, aus dessen Ergebnis sich der Werbeslogan (Claim) für die Innenstadt ableitet. Das Zwischenergebnis der Passanten- und Haushaltsbefragung sowie der Claim werden in der Sitzung von Vertretern beider Agenturen vorgestellt.

Die Fertigstellung der Positionierungsstrategie ist für Ende 2017 angekündigt, so dass der Abschlussbericht den Ausschuss in der Sitzung am 2. Februar 2018 vorgestellt werden kann.

Tischler