

Datum: 26.02.2007

Az.: ts-ko

Beschlussvorlage - öffentlich -

	Beratungsfolge	Datum
1.	Ausschuss für Stadtentwicklung, Strukturwandel und Wirtschaftsförderung	20.03.2007

Betreff:

Jahresbericht Stadtmarketing 2006

Bestandteile dieser Vorlage sind:

1. Das Deckblatt
2. Die Sachdarstellung und der Beschlussvorschlag

Der Bürgermeister	
Schäfer	

Amtsleiter	Sachbearbeiter	
Turk	Schiebold	

Sachdarstellung:

Jahresbericht Stadtmarketing 2006

Die Stadt Bergkamen hat im Kalenderjahr 2006 vielfältige Maßnahmen im Bereich des Stadtmarketings initiiert und durchgeführt.

Veranstaltungen

Im Jahr 2006 gab es insgesamt sechs Veranstaltungen im Stadtgebiet unter Federführung des Bereiches Wirtschaftsförderung und Stadtmarketing. Neben den bereits etablierten Großveranstaltungen, wie das **Hafenfest** (02-04.2006), der **Lichtermarkt** (27.10.2006) und **der Weihnachtsmarkt** am Nordberg (28.11.-02.12.2006), kamen weitere Veranstaltungen hinzu.

Es handelt sich um die folgenden Veranstaltungen:

- **Public Viewing-Veranstaltung** im Rahmen der Fußballweltmeisterschaft am 25.06.2006,
- **Stadtbiläum** anlässlich des 40-jährigen Bestehens am 19./20. August 2006. Im Rahmen des Stadtbiläums fand die zweite Bergkamener Oldtimer Rallye mit großem Erfolg statt.
- **Hafenkonzert** in der Marina Rünthe am 17.09.2006 in Kooperation mit dem WDR 4.

Die Vielzahl und Qualität der im Jahre 2006 durchgeführten Veranstaltungen haben zum positiven Image Bergkamens beigetragen. Es fühlten sich nicht nur Bergkamener Bürgerinnen und Bürger, sondern auch Besucher aus der Region angezogen. Dies trifft sowohl auf die beiden Großveranstaltungen Hafenfest und Lichtermarkt aber auch auf die Jubiläumsveranstaltung zu. Das Hafenkonzert konnte, passend zur allgemeinen demografischen Entwicklung, ein älteres Klientel ansprechen, sodass gerade im Eventbereich dem Bürger generationsübergreifend etwas geboten werden konnte.

Des Weiteren haben die Veranstaltungen für die Bergkamener Bürgerinnen und Bürger die wichtige Funktion, Stadtidentität zu schaffen. Die überaus guten Besucherzahlen verdeutlichen den Erfolg dieses, für Bergkamen wichtigen Marketingbausteins.

Als neuer Veranstaltungsbaustein wurde im Jahre 2006 ein **Jubiläumswald** geschaffen. Hier können Bergkamenerinnen und Bergkamener aus den verschiedensten Anlässen einen Baum pflanzen. Der Jubiläumswald wurde äußerst gut angenommen, sodass im Rahmen der beiden durchgeführten Pflanzaktionen (08.04./04.11.06) 60 Bäume angepflanzt werden konnten und bereits über eine Erweiterungsfläche nachgedacht wird. Dieser Baustein dient aus marketingtechnischer Sicht dazu, die Bergkamener Bürgerinnen und Bürger stärker für die eigene Stadt zu sensibilisieren und Stadtidentität zu schaffen.

Kooperation mit der Universität Münster

Die Kooperation mit der Universität Münster konnte im Jahr 2006 erfolgreich fortgeführt werden.

Neben einigen Fachgesprächen wurden insbesondere folgende Punkte im Bereich des Stadtmarketings diskutiert:

- a) Wissenschaftsnetzwerk**
- b) Entwicklung eines Tourismuskonzeptes**
- c) Wort-Bild-Marke**
- d) Gründung eines neuen Arbeitskreises Stadtmarketing**
- e) Wissenschaftsbox, Ausstellungsschiff und Nanotruck**

a) Wissenschaftsnetzwerk

Die Stadt Bergkamen hat im Jahre 2006 die Initiative ergriffen, um ein Wissenschaftsnetzwerk in Bergkamen zu initiieren. Hierbei handelt es sich um den Versuch, die Unternehmen zu überzeugen, dass Kooperation zwischen Unternehmen und Wissenschaft für beide Seiten von Vorteil ist und somit eine Win-Win-Situation entsteht.

Hierzu sind von der Uni Münster und der Stadt Bergkamen angeschriebene Firmen befragt worden, inwieweit noch Interesse besteht, in Kooperation mit den in der Region ansässigen Hochschulen betriebliche Fragestellungen aufzuarbeiten. Das Interesse seitens der Unternehmen muss jedoch eher gering eingestuft werden. Im Ergebnis ist festzuhalten, dass bei einigen Firmen bereits konkrete Kontakte zu der Hochschullandschaft bestehen, diese auch in Zukunft durchgeführt werden sollen. Ein übergeordnetes und großflächiges Interesse konnte jedoch trotz Einzelgesprächen und Initiierung bei verschiedenen Gelegenheiten (Arbeitskreis Stadtmarketing, Unternehmerstammtisch) nicht geweckt werden.

Trotzdem wird die Stadtverwaltung Bergkamen sich weiterhin mit dem Thema beschäftigen. Konkret wurde die Initiierung eines Wissenschaftsnetzwerkes beim Unternehmerstammtisch am 23.08.2006, welcher unter dem Oberthema „Kooperation zwischen Wirtschaft und Wissenschaft“ stand, vorgestellt. Dabei wurde seitens der Stadt Bergkamen der Versuch unternommen, nicht nur ein Wissenschaftsnetzwerk zu initiieren, sondern auf sinnvolle Kooperationsformen von Wirtschaft und Wissenschaft aufmerksam zu machen.

Von den Firmen, die bereits Kooperation haben, wurden praktische Erfahrungen weitergegeben, die andere Firmen anregen sollten, die Kooperation mit der Uni aufzunehmen. Über diesen konkreten Erfahrungsbericht hinaus, hat Herr Bauhus, Leiter der Transferstelle Münster, zum Thema: "Wie kann Bergkamen vom in der Region vorhandenen Hochschulpotential profitieren?", referiert.

Fazit: In der Breite ist dieses Thema doch offensichtlich noch nicht angekommen.

b) Entwicklung eines Tourismuskonzeptes

Das Thema „Entwicklung eines Tourismuskonzeptes“ wurde insbesondere in der zweiten Jahreshälfte weiter bearbeitet. Wichtigster Baustein war dabei das in Kooperation mit der Uni Münster durchgeführte „Ideenmining Tourismus“ am 26.10.2006. Hier konnten erste Ergebnisse für die Stadt Bergkamen gewonnen werden.

Der Kreativworkshop (Ideen-Mining) bestand aus einem interdisziplinären Team, das die von der Stadt formulierten Probleme bzw. Fragestellungen intensiv behandelt hat. Der Kreativworkshop wurde in Form einer Tagesveranstaltung durchgeführt. Des Weiteren lagen kurzfristig Ergebnisse/Handlungsvorgaben vor.

Dabei handelt es sich um zwei Personen aus der Verwaltung und zwei Personen aus dem Bereich Wirtschaft, und zwar mit Blickrichtung Tourismus. Die übrige Besetzung des Workshops wurde von der Universität Münster in Zusammenarbeit mit der Transferstelle der Universität Münster gestellt.

Bei einem weiteren Termin, der noch im Frühjahr 2007 stattfinden wird, soll das Tourismuskonzept komplettiert werden, einschl. des Gedankens einer Vermarktung.

Die Herauskristallisierung der touristischen Potentiale konnte 2006 bereits als Grundlage für den Wort-Bild-Marke-Prozess verwendet werden. Dies trifft zum einen auf das erste Treffen des externen Arbeitskreises Stadtmarketing zu und zum anderen bildeten die touristischen Potentiale der Stadt die Grundlage für den Diplomanden der Fachhochschule Münster, der sich seit Oktober mit der Erstellung eines Corporate Designs befasst.

c) Wort-Bild-Marke

Durch die entstandenen Kontakte zur Universität Münster, konnte das Thema Wort-Bild-Marke weiter entwickelt werden. Ein Diplomand der Fachhochschule Münster, Fachbereich Design, befasst sich zurzeit mit dieser Aufgabe. Es wird ein neues Corporate Design für die Stadt Bergkamen entwickelt. Erste Ergebnisse liegen bereits vor.

Im Ergebnis kristallisierte sich heraus, dass Wasser und Licht in besonderer Weise in die Entwicklung dieser Wort-Bild-Marke einbezogen werden sollen. Insbesondere der Bezug zur Natur und zum Wasser stellt eine wichtige Rahmenbedingung für den Diplomanden und den Wort-Bild-Marke-Prozess der Stadt Bergkamen dar.

Die Verwaltung wird die Ergebnisse in einer der nächsten Sitzungen des Ausschusses für Stadtentwicklung, Strukturwandel und Wirtschaftsförderung vorlegen.

d) Gründung eines neuen Arbeitskreises Stadtmarketing

Im Kalenderjahr 2006 wurde der externe Arbeitskreis Stadtmarketing gegründet. Zehn vorbereitende Gespräche hierzu wurden mit der Uni Münster im Wesentlichen von Herrn Prof. Dr. jur. Dr. h.c. Wittkämper und Frau Dr. Obszerninks von der Universität Münster geführt, um den formellen Rahmen des Arbeitskreises festzulegen.

Im Rahmen des Unternehmerstammtisches im Jahre 2005 wurde seitens der Stadt Bergkamen eine Unternehmerbefragung durchgeführt. Eines der Ergebnisse war der Wunsch, einen derartigen Arbeitskreis zu gründen, damit sich Firmen stärker in den Stadtentwicklungsprozess einbringen können und somit eine tiefere Verbindung zwischen Stadt und Unternehmen der Stadt erreicht werden kann.

Das erste Treffen des Arbeitskreises Stadtmarketing hat am 06.11.2006 unter dem Thema "Ein Leitbild für Bergkamen, Erstellung einer neuen Wort-Bild-Marke" stattgefunden. Der Termin orientierte sich dabei im Wesentlichen an den Wünschen der externen Teilnehmer (siehe auch Buchstabe b) Wort-Bild-Marke).

Der Arbeitskreis wird sich maximal zweimal pro Jahr treffen. Der Arbeitskreis ist auf max. 20 Teilnehmer beschränkt, da das primäre Anliegen dieses Arbeitskreises das konkrete Arbeiten zu bestimmten, flexibel wählbaren Themen ist und eine Koordination einer noch größeren Gruppe sich nur schwer bewältigen lässt.

Fazit:

Bereits beim ersten Treffen des Arbeitskreises konnten weitere wichtige inhaltliche Vorschläge für die Erarbeitung einer Wort-Bild-Marke für die Stadt Bergkamen gemacht werden.

e) Wissenschaftsbox, Ausstellungsschiff und Nanotruck

Im Zuge der Kooperationsbeziehung zur Universität Münster werden weitere Möglichkeiten gesucht, um einen niederschwelligeren Zugang zur Wissenschaft zu erlangen.

So wird u.a. versucht, das Ausstellungsschiff MS Wissenschaft mit dem Thema "Sport und Informatik" nach Bergkamen zu holen.

Weitere Möglichkeiten zum Zugang zur Wissenschaft stellen die Wissenschaftsbox und der Nanotruck dar. Die Wissenschaftsbox beherbergt verschiedene Forschungsprojekte der Uni Münster und soll der Bevölkerung das Thema „Wissen“ näher bringen. Der Nanotruck befasst sich mit dem Themenfeld Nanotechnologie und hier geht es insbesondere um die Einsatzbereiche dieser modernen Technologie.

Die Verwaltung ist bemüht, in den Jahren 2007/2008 diese Möglichkeiten zu realisieren.

Weitere Aktivitäten im Bereich Stadtmarketing

Durch intensive Pressearbeit wurde in 2006, wie in den Vorjahren auch, besonderes Augenmerk auf Stadtwerbung gelegt. Es wurden die in 2006 realisierten Veranstaltungen in den lokalen, aber auch in der regionalen und deutschlandweiten Presse beworben. Dies gilt insbesondere für das Hafenfest, für das in Fachzeitschriften deutschlandweit, aber darüber hinaus auch international Bergkamen bekannt gemacht wurde.

Eine weitere wichtige Publikation des vergangenen Jahres war die Neuauflage der Neubürgerbroschüre im Juni, die dazu dient, den nach Bergkamen gezogenen Neubürgerinnen und Neubürgern eine erste Orientierungshilfe zu geben.

Des Weiteren wurden im Tourismusbereich eine Reihe von Anstrengungen unternommen, den Standort Bergkamen auch über die Kreisgrenzen hinaus bekannt zu machen. Dies geschah insbesondere über Fachzeitschriften, Publikationen und über die Internetplattform.

Hierzu einige Beispiele:

- Stadtpräsentation innerhalb des Reisekatalogs der RVR/Ruhrtour: Der Regionalverband Ruhrgebiet (RVR) veranstaltet ruhrgebietstypische Gruppen-Bustouren. Die Stadt Bergkamen war in den früheren Reiseangeboten der Ruhrtour nicht vorhanden. Im Jahr 2006 statteten die verantwortlichen Tourenplaner der Ruhrtour auf Einladung von Bürgermeister Roland Schäfer einen Besuch ab und nahmen an einer ausführlichen Stadtrundfahrt teil. Als Ergebnis dieses Informationstages wurde Bergkamen im Reisekatalog 2007 mehrfach aufgenommen. Dieses hat eine überregionale Stadtwerbung zur Folge.
- Regelmäßige themenspezifische Meldungen an die "NRW Tour News", Newsletter des NRW Tourismus e.V.
- Stadtpräsentation auf Internetplattformen, wie z.B "be local", "Freizeit in NRW", u.a.
- Bericht über das Westfälische Sportbootzentrum Marina Rünthe im Rahmen einer Sonderveröffentlichung der Kundenzeitung der Gelsenwasser AG
- Stadtpräsentation (Veranstaltungskalender) auf der Internetplattform FlussStadtLand und im gedruckten Veranstaltungskalender
- Veranstaltungsmeldung für das Buch "Hits fürs Wochenende" für die Region Rhein-Ruhr
- Stadtpräsentation und Veranstaltungsübersicht in der Broschüre "Highlights im Kreis Unna"
- Präsentation der Wohnmobilplätze in Bergkamen in Europas größtem Reisemobil-Magazin "Promobil", im Campingführer "Reismobil Bordatlas" sowie anderen Wohnmobilpublikationen und Internetportalen (z.B. Wohnmobil-aktuell)
- Veranstaltungspräsentation in der vom VRR veröffentlichten Zeitung "Mobilzeit"
- Aktualisierung der Stadtpräsentation im "Business Portal Ruhrgebiet" des RVR
- Stadtpräsentation im "City Guide" der Ruhrgebietstouristik

- Stadtpräsentation auf der Internetseite der Stadt Dortmund im Rahmen der Fußball WM im Bereich Regionales/Arbeitskreis zur Fußballweltmeisterschaft
- Stadtpräsentation auf den WM-Internetseiten im Rahmen der "Gelsenwasser WM-Tour"
- Darstellungen der Veranstaltungen im Internet-Veranstaltungskalender des Kreises Unna "UN-weit"
- Stadtpräsentation im Jahrbuch des Kreises Unna
- Stadtpräsentation in der Neuauflage des "Handbuches der Historischen Stätten in Nordrhein-Westfalen" des Kröner Verlags. Die Stadt Bergkamen ist zum ersten Mal in dem Werk mit dem Römerlager vertreten.

Städtische Internetpräsenz

Ein weiterer wichtiger Informations- und Marketingfaktor stellt die Internetpräsenz der Stadt Bergkamen dar, die vom FDI als Daueraufgabe kontrolliert wird.

Dabei ist die Neugestaltung, Aktualisierung und Verbesserung der städtischen Internetpräsenz wichtigster Informations- und Merkmalsfaktor, der von dem Bereich Wirtschaftsförderung und Stadtmarketing laufend kontrolliert und bearbeitet wird.

Die Zahl der gestiegenen Zugriffe auf die Bergkamener Internetpräsenz (2004: 130 000 Zugriffe; 2006: 180 000 Zugriffe) zeigt, dass die Stadt Bergkamen im Bereich des gesamten Internets gut aufgestellt ist.

Das Fachdezernat Innere Verwaltung – Bereich Wirtschaftsförderung und Stadtmarketing – wird jährlich in Zukunft dem Ausschuss für Stadtentwicklung, Strukturwandel und Wirtschaftsförderung einen derartigen Jahresbericht über die Aktivitäten vorlegen und darüber hinaus natürlich zeitnah über künftige Entwicklungen, wie z.B. Tourismus oder Wort-Bild-Marke, berichten.

Beschlussvorschlag:

Der Ausschuss für Stadtentwicklung, Strukturwandel und Wirtschaftsförderung nimmt die Vorlage Drucksache Nr.: 9/0877 zur Kenntnis.