

Stadtmarketing in E i t o r f

Abschluss Arbeitsgruppensitzungen

Prof. Dr. Manfred Nutz
Universität Bonn

12. Juni 2014



- **Stadtmarketing –
das grundsätzliche Verständnis**
 - ✓ Die Stadt als Produkt oder als Produzent
 - ✓ Die Stadt als „Region“
 - ✓ Die Stadt als „Koalition“ vieler Akteure

- **Stadtmarketing –
keine Patentrezepte in Sicht**
 - ✓ Mittelstädte im Aufwind
 - ✓ Große Hoffnungen und Enttäuschungen
 - ✓ Eitorfs Mut zum „Prozess“
 - ✓ Mitmachen schafft Identifikation

▪ Das Charrette-Prinzip

- ✓ Mitfahrgelegenheit
- ✓ Freiwilligkeit
- ✓ Zielorientierung



▪ Arbeitsgruppensitzungen

-  Dörfer
-  Einzelhandel
-  Unternehmen
-  Migranten
-  Jugend
-  Senioren



■ **Der Modulplan**

Modul 1: Bestandsaufnahme, Ausgangssituation

Modul 2: „Roadmap“, sinnvolle Wege

Modul 3: Ziele der Arbeitsgruppensitzungen

Modul 4: Arbeitsgruppensitzungen

Modul 5: Maßnahmenkatalog

Modul 6: Leitbild für nachhaltiges Stadtmarketing

- **Stadtmarketing in Eitorf**
 - ✓ **S**tandortmarketing
 - ✓ **C**itymarketing
 - ✓ **K**ultur- und **T**ourismusmarketing
 - ✓ **E**ventmarketing
 - ✓ **V**erwaltungsmarketing

■ **Verwaltungsmarketing**

Vor einem erfolgreichen Außenmarketing steht ein notwendiges Innenmarketing!

- ✓ Gemeindeverwaltung
- ✓ Kommunikation
- ✓ Partizipation

Rathaus als
Visitenkarte
gestalten und
leben

Dörfer
sichtbarer
machen

Nachbarschaften
fördern

Verwaltungsmarketing

Eitorfer
Identifikations-
anker entwickeln

CI als Sprungbrett
der einheitlichen
Kommunikation

Homepage der
Kommune
verbessern

▪ **Stadtmarketing in Eitorf**

Standortmarketing

Citymarketing

Kultur- und **T**ourismusmarketing

Eventmarketing

✓ **V**erwaltungsmarketing

■ Eventmarketing

Ein erfolgreiches Stadtmarketing benötigt ein dynamisches „Spielbein“!

- ✓ Erlebnis schafft Bindung
- ✓ Verstetigung und Wiedererkennung
- ✓ Unterstützung von Initiativen

Eitorfer Kirmes
fortentwickeln

Eitorfer
Frühling
facettenreicher
gestalten

Gastronomische
Events

Eventmarketing

Bürgeraktionen
„Eitorfer
gestalten Eitorf“

„Gut drauf“
unterstützen

Märchenfest,
Contest Skater-
Bowl

▪ **Stadtmarketing in Eitorf**

Standortmarketing

Citymarketing

Kultur- und **T**ourismusmarketing

✓ **E**ventmarketing

✓ **V**erwaltungsmarketing

■ Kultur- und Tourismusmarketing

Ein erfolgreiches Stadtmarketing benötigt ein festes „Standbein“!

- ✓ Tourismusinfrastruktur
- ✓ Naherholungspotential
- ✓ Kulturangebot

Tourismus-
Bürgerbüro im
Bahnhof

Verbindung Sieg
& Westerwald
Steige

Gastronomie
zertifizieren &
koordinieren

Kultur- und Tourismusmarketing

„Kulturgemeinde
Eitorf“ als Marke

Vernetzung
durch
Stammtische

Kino am
„Theater am
Park“

▪ **Stadtmarketing in Eitorf**

Standortmarketing

Citymarketing

✓ **K**ultur- und **T**ourismusmarketing

✓ **E**ventmarketing

✓ **V**erwaltungsmarketing

■ Citymarketing

Eitorf hat ein zweites Standbein!

- ✓ „City“ als ein komplexes System
- ✓ Einkaufen, Flanieren, Parken
- ✓ Ausstellen, Feiern, Verweilen

Einkaufsführer
Eitorf auflegen

Alleinstellungs-
merkmal
Marktplatz
vermarkten

Kundenbindung &
Geschäftsverbund
durch Eitorf-Card

Citymarketing

Parkraum-
beschilderung
verbessern

WLAN-Hotspot
am Marktplatz

Thementage
Einzelhandel &
Handwerk

▪ **Stadtmarketing in Eitorf**

Standortmarketing

- ✓ **C**itymarketing
- ✓ **K**ultur- und **T**ourismusmarketing
- ✓ **E**ventmarketing
- ✓ **V**erwaltungsmarketing

▪ Standortmarketing

Eitorf hat ein drittes Standbein!

- ✓ Nicht urban, nicht ländlich
- ✓ Wirtschaftliche Leuchttürme trotz Vielfalt
- ✓ Günstig Wohnen im Grünen

Wirtschaftsprofil
erstellen

Gewerbegebiete
sichtbarere
machen

Gewerbeflächen-
management
entwickeln

Standortmarketing - Wirtschaft

Dialog mit
Unternehmen
führen

Anbindung
Eitorfs
optimieren

„iTorf“ als
Hingucker

Wohnstandort-
informationen
sammeln

Wohnstandort
Eitorf offensiv
präsentieren

Wohnbestands-
management
einführen

Standortmarketing - Wohnen

Jugendnetzwerk
als Stärke
unterstützen

Individuelle
Lösungen für
Seniorenwohnen
finden

Kommunales
Mobilitäts-
management
einführen

■ **Wie geht es weiter?**

- ✓ Den Maßnahmen Zielgruppen und Akteure zuordnen.
- ✓ Leitbild als Orientierung für die zukünftige Maßnahmen und Aktivitäten.



**Vielen Dank
für die Aufmerksamkeit!**

**Fragen und Anregungen sind
herzlich willkommen!**