

Stadtmarketing in Eitorf

Bericht Modul 4

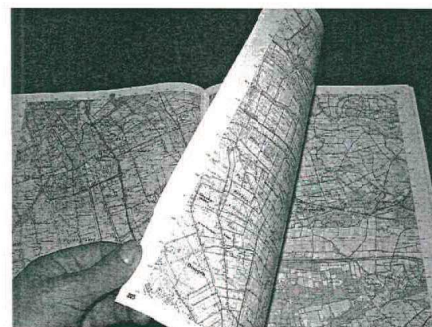
Prof. Dr. Manfred Nutz
Universität Bonn

- **Was tun in der Stadtentwicklung?**

Neue Wege gehen!

Welche Wege gibt es?

Welche Wege sind für Eitorf
geeignet?



- Eine Antwort vorweg:
Es gibt keine Patentrezepte mehr!

▪ Marketing nach innen, aber wie?

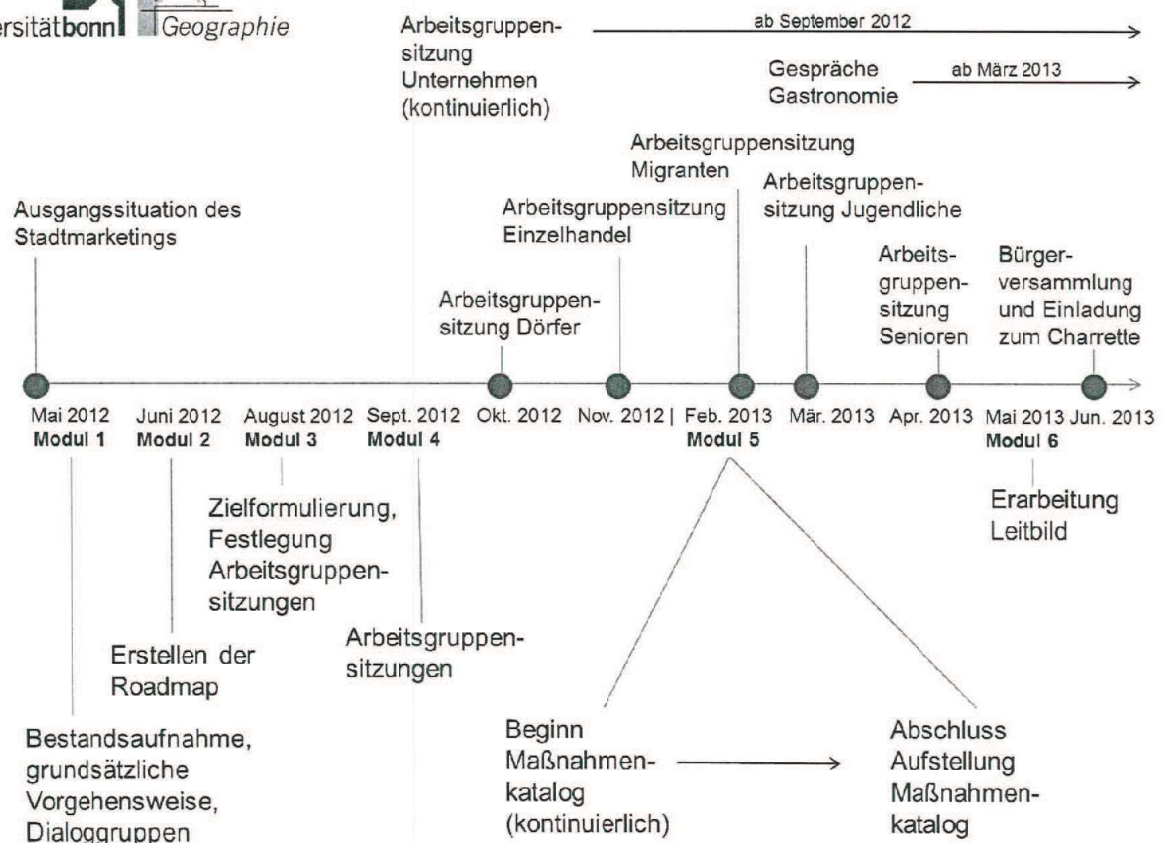
Dialoggruppen suchen:

Bewohner
Unternehmen

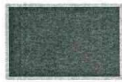
▪ Das Charrette-Prinzip

Mitfahrgelegenheit
Freiwilligkeit
Zielorientierung

3



4



Ausgangssituation

-  Dorfbewohner (30. Oktober 2012)
-  Einzelhändler (20. November 2012)
-  Migranten (7. Mai 2013)
-  Jugendliche (19. Juni 2013)



Ziel

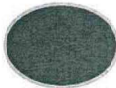


- Dorfbewohner**
-  - Wahrnehmung
 - Außendarstellung
 - Vernetzung untereinander
 - Ansprechpartner

Ergebnis

- Gemeinschaft, Landschaft, Vielfalt
- unbeachtet, mangelnde Infrastruktur
- Unterschiede in der Darstellung
- Vernetzung aufzeigen, Bereitschaft & Potential
- Kommunikationsplattform bilden, anstoßen



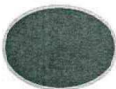
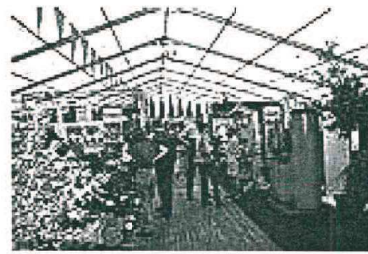


Einzelhandel

- Bestandsaufnahme: Rückblick
- Stärken benennen
- Rahmenbedingungen
- Maßnahmen

Ergebnis

- Defizite in Angebot und Zusammenarbeit
- Fachberatung, Service, Individualität
- Gunstfaktoren Verkehr, Parken, Mieten
- Passivität, keine Konsenzfähigkeit

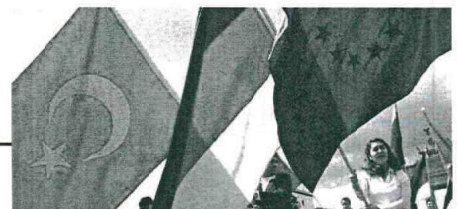


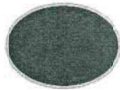
Migranten

- Rückblick: Bestandsaufnahme
- Besonderheiten
- Ansprüche formulieren
- Maßnahmen

Ergebnis

- intaktes Netzwerk, Innenorientierung
- Teil der Vielfalt, keine Sonderstellung
- Unterstützung, Offenheit, Potential
- Kommunikationsförderung, Bildung
- Aktivierung Integrationsrat





Jugend

- Rückblick: Bestandsaufnahme
- Ansprüche formulieren
- Maßnahmen

Ergebnis

- gute Netzwerk, Engagement, Alleinstell.merkmal
- Akzeptanz-, Kommunikationsprobleme
- Treffpunkte (Jugendcafe, Regionale 2010)
- Wifö Ausbildung und Beruf
- Unterstützung Jugendparlament



Wie geht es weiter?

- Arbeitsgruppe Senioren
- Gespräche Gastronomie
- Maßnahmenkatalog