

KREISSTADT METTMANN Der Bürgermeister Informationsvorlage Wirtschaftsförderung, Flächenmanagement und Stadtmarketing öffentlich ☒ Jakobs-W., Manuela von Billerbeck, Birgit nicht öffentlich ☐		Drucksachennummer 101/2017						
Gremium:	TOP-NR:	Datum:						
Wirtschaftsförderungs- und Grundstücksausschuss	7	08.03.2017						
Stadtmarketingkonzeption 2017 - 2019								
<u>Finanzielle Auswirkungen</u> Kosten ja Produkt 15.15.01 – Wirtschaftsförderung und Stadtmarketing Haushaltsjahr 2017 ff. Folgekosten Haushaltsmittel stehen zur Verfügung ☐ ja ☐ nein Deckungsvorschlag								
<u>Anmerkung des Stadtkämmerers:</u>								
<u>UMWELTBELANGE</u> werden besonders berührt im Bereich: <table> <tr> <td>☐ Abfall</td> <td>☐ Wasserhaushalt</td> <td>☐ Klima</td> </tr> <tr> <td>☐ Boden</td> <td>☐ Natur- und Artenschutz</td> <td>☐ Emissionen / Immissionen</td> </tr> </table>			☐ Abfall	☐ Wasserhaushalt	☐ Klima	☐ Boden	☐ Natur- und Artenschutz	☐ Emissionen / Immissionen
☐ Abfall	☐ Wasserhaushalt	☐ Klima						
☐ Boden	☐ Natur- und Artenschutz	☐ Emissionen / Immissionen						

Verwaltungserläuterung:

Stadtmarketing ist die zielgerichtete Gestaltung und Vermarktung einer Stadt. Es dient der nachhaltigen Sicherung und Steigerung der Lebensqualität ihrer Bürger und ihrer Attraktivität im Standortwettbewerb. Hierzu möchte die Stadt Mettmann alle Instrumente des Marketing Mix (Produkt-, Preis-, Kommunikations- und Distributionspolitik) nutzen.

Das Bild einer Stadt wird von dem Wirken aller am Stadtmarketing beteiligten Menschen (dazu gehören neben der Verwaltung die Politik, Vereine und Institutionen, die Unternehmen sowie die Bürgerinnen und Bürger) geprägt.

Als Ziele definierte Handlungsempfehlungen sollen genutzt werden, um die Stärken einer Stadt zu stärken und die Schwächen zu mildern. Gerade in Zeiten knapper Kassen ist eine Fokussierung ebenso wichtig wie die Bündelung von Synergien.

Die Stadt Mettmann baut ihr Stadtmarketing auf den fünf Säulen Standortmarketing, Citymanagement, Tourismusmarketing, Veranstaltungs- und Verwaltungsmarketing auf.

Ziele des Stadtmarketings sind im Standortmarketing die Bindung am Standort befindlicher Unternehmen/Investoren sowie die Gewinnung attraktiver Unternehmen/Investoren für den Standort Mettmann. Im Citymanagement soll die Aufenthaltsqualität verbessert werden und die Innenstadt eine Belebung erfahren. Ziel des Tourismusmarketings ist die Erhöhung des Bekanntheitsgrads der Neanderthal-Stadt Mettmann sowie eine Verbesserung des Leistungsangebots für Besucher und Gäste. Im Veranstaltungsmarketing sollen städtische Veranstaltungen mit denen von Vereinen und privatwirtschaftlichen Anbietern gebündelt und besser vermarktet werden. Mit dem Verwaltungsmarketing soll der Service für Bürgerinnen und Bürger verbessert und das Image der Verwaltung aufgewertet werden.

Die Verwaltung wird für die einzelnen Teilbereiche des Stadtmarketings operative Maßnahmen vorstellen, die mittelfristig zur Erreichung der genannten Ziele ergriffen werden sollen.