

BERUFS-
KOLLEG
AM
WASSERTURM

100 – Stunden – Projekt

Projektauftrag

Faktoren

Methodik

Projektziele

100 – Stunden – Projekt

Projektauftrag

- Abfrage von Einfluss und Bedeutung weicher Standortfaktoren

Faktoren

Methodik

Projektziele

100 – Stunden – Projekt

Projektauftrag

Faktoren

Methodik

Projektziele

- Leben und Einkaufen in Bocholt
- Kultur- und Freizeitangebot
- Öffentlichkeitsarbeit
- überregionale Darstellung der Stadt
- Veranstaltungen / Aktionen / Events
- Bildung

Projektauftrag

Faktoren

Methodik

Projektziele

- Stichprobe
- Fragebogen
- Datenbank / -auswertung
- Maßnahmenkatalog

Projektauftrag

Faktoren

Methodik

Projektziele

- Bedeutung weicher Standortfaktoren
- Standortbestimmung
- „Korrektur-“ Maßnahmen
- Attraktivitätssteigerung
- *Bekanntheitsgrad des Berufskollegs*

100 – Stunden – Projekt

Anschreiben

Fragebogen

Ergebnisse

Maßnahmen

Anschreiben

Fragebogen

Ergebnisse

Auswertung



Stadtmarketing Bocholt • St.-Georg-Platz 15 • 46399 Bocholt

Ihre Ansprechpartner für Rückfragen:

Fachschule für Wirtschaft in Bocholt
FSM2 – Projektgruppe „Stadtmarketing“

Herr Mario Stachowski
Telefon: 01 75 – 86 61 756

Herr Robert Kuczera
Telefon: 01 79 – 23 35 435

8. April 2002

Jetzt sind SIE gefragt...!

Sehr geehrte(r) «AnrBri» «Nachname»,

jedwedes Unternehmen, gleich welcher Branchenzugehörigkeit, muss sich fortlaufend mit der Fragestellung nach der Ausrichtung und zielgerichteter Verfolgung eigener Unternehmensstrategien auseinandersetzen, um nicht – vereinfacht ausgedrückt – vom „rechten Pfad“ abzukommen.

Dies gilt entsprechend auch für die Stadtmarketing Gesellschaft Bocholt mbH & Co. KG, die für sich als ein wesentliches Ziel u. a. die Verbesserung der weichen Standortfaktoren in unserer Stadt zur Erhöhung der Lebensqualität und Steigerung der Attraktivität formuliert hat und dieses nun seit Ihrer Gründung im Jahre 1996 auch kontinuierlich verfolgt.

Eine Überprüfung der Wirksamkeit erfolgter Anstrengungen zur evtl. Korrektur des bisher beschrittenen Weges, bzw. Bestätigung der aktuellen Arbeitsweise und deren Intensivierung, ist nur sinnvoll, wenn kritische und konstruktive Meinungen abgefragt und einbezogen werden können, weshalb Ihnen heute dieses Schreiben samt beigefügtem Fragebogen vorliegt.

In Zusammenarbeit mit der Fachschule für Wirtschaft in Bocholt am Berufskolleg am Wasserturm entstand diese Fragebogenaktion im Rahmen der für die Studenten im vierten Semester anstehenden Projektarbeiten, aus der sich eine Meinungsbildung ansässiger Unternehmen, sowie Empfehlungen für die weitere Arbeit der Stadtmarketing GmbH – letztendlich auch in Ihrem Sinne – ableiten lassen sollen.

Bitte unterstützen Sie die teilnehmenden Studenten, ebenso wie die Arbeit der Stadtmarketing GmbH, indem Sie den beigefügten Fragebogen als Ihren persönlichen Beitrag zur Steigerung der Attraktivität des Standortes Bocholt ausfüllen und bis zum 26.04.2002 postalisch, oder per Fax, an die Stadtmarketing GmbH zurücksenden.

Für Ihre Bemühungen und Ihr freundliches Entgegenkommen danken wir Ihnen und stehen für Rückfragen selbstverständlich gerne zur Verfügung.

Mit freundlichen Grüßen

Klaus Ehling
Bürgermeister

Lüdger Dieckhues
Geschäftsführer

Mario Stachowski
Projektleiter

Anlage

100 – Stunden – Projekt

Anschreiben

Fragebogen

Ergebnisse

Maßnahmen

Fragebogen der FSM-2 – Projektgruppe „Stadtmarketing“

1) Ist Ihnen die Stadtmarketing GmbH Bocholt bekannt?
 ja nein
 Wenn ja, woher
 Aktivitäten Zeitung Radio
 Plakate Flyer Sonstige

2) Kennen Sie unten aufgeführte, ausgewählte Aktivitäten der Stadtmarketing GmbH?
 City Lauf Open air Kino Weinfest
 Kulinarik Open air Konzert

3) Hat sich Ihr Unternehmen in der Vergangenheit an Aktivitäten der Stadtmarketing GmbH bereits in irgendeiner Form beteiligt?
 ja (bitte erläutern) nein
 Erläuterung: _____

Bewertung für Ihr Unternehmen:
 positiv negativ nicht bewertbar

4) Wie beurteilen Sie die Bedeutung folgender Faktoren für Ihr Unternehmen?

	sehr wichtig	wichtig	weniger wichtig	nicht wichtig
Leben und Einkaufen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kultur- und Freizeitangebot	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Öffentlichkeitsarbeit / überregionale Darstellung der Stadt	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Optimierung des Vereinslebens	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Förderung des Sports und sportlicher (Trend-) Aktivitäten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Wohn- und Lebensqualität	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Bildung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

5) Ist Ihr Unternehmen in der Lage, aus oben genannten Faktoren einen konkreten Nutzen zu ziehen?
 erheblichen Nutzen großen Nutzen geringen Nutzen
 keinen Nutzen
 Anmerkung: _____

6) Ist Ihr Unternehmen auf die oben genannten Faktoren angewiesen?
 ja ein wenig nein

7) Sehen Sie Handlungsbedarf bezüglich folgender Faktoren? falls ja – Stichpunkte _____

	ja	nein
Leben und Einkaufen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kultur- und Freizeitangebot	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Öffentlichkeitsarbeit / überregionale Darstellung der Stadt	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Optimierung des Vereinslebens	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Förderung des Sports / sportlicher (Trend-) Aktivitäten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Wohn- und Lebensqualität	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Bildung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

(ggf. Erläuterungen bei Punkt 16)

8) Welche Aktivitäten der Stadtmarketing GmbH sind am effektivsten und am sinnvollsten?
 Wenn Sie zusätzliche Vorschläge haben, bitte nennen Sie diese:

Bitte zurücksenden an: Stadtmarketing - % Projektgruppe FSM-2 - % - Georg-Platz 15 - 46399 Bocholt - oder per Fax an 0 28 71 / 22 73 20

8. April 2002

...bitte wenden!

Fragebogen der FSM-2 – Projektgruppe „Stadtmarketing“

9) Hat sich die Attraktivität des Standortes Bocholt durch die Aktivitäten der Stadtmarketing GmbH verbessert?
 ja nein keine Meinung
 Anmerkung: _____

10) Ist die Lebensqualität in Bocholt durch die Aktivitäten der Stadtmarketing GmbH verbessert worden?
 ja nein keine Meinung
 Anmerkung: _____

11) Haben die Aktivitäten der Stadtmarketing GmbH das Angebot an Fach- und Führungskräften für Ihr Unternehmen verbessert?
 ja nein nicht bewertbar
 Anmerkung: _____

12) Welcher Branche ordnen Sie Ihr Unternehmen zu?
 Industrie Handel Gastronomie
 Dienstleistung

13) Sollte die Stadtmarketing GmbH durch gezielte Maßnahmen stärker auf die Interessen Ihrer Branche eingehen?
 ja nein
 Wenn ja wie? (ggf. Erläuterungen bei Punkt 16)

14) Sind Sie daran interessiert, zukünftig an der Arbeit der Stadtmarketing GmbH beteiligt zu werden?
 ja nein

15) Würden Sie eine Zusammenarbeit in Betracht ziehen...
 a) bei eigenen Aktivitäten im Marketing ihres Unternehmens?
 ja nein
 Wenn ja, wie?: _____
 b) bei eigenen Aktivitäten zur Verbesserung des Standortes Bocholt?
 ja nein
 Wenn ja, wie?: _____

16) Für jede Anregung - ob Lob oder Kritik - sind wir Ihnen dankbar (zu den Aktivitäten, zur Arbeit der Stadtmarketing GmbH, ebenso wie zum Inhalt und zur Gestaltung des Fragebogens).

Bitte zurücksenden an: Stadtmarketing - % Projektgruppe FSM-2 - % - Georg-Platz 15 - 46399 Bocholt - oder per Fax an 0 28 71 / 22 73 20

Bitte benutzen Sie für weitere Anregungen ein separates Blatt.

8. April 2002

FSM-2/FGSMAA.DOC

100 – Stunden – Projekt

Anschreiben

Fragebogen

Ergebnisse

Maßnahmen

1) Ist Ihnen die Stadtmarketing GmbH Bocholt bekannt?

ja

nein

Wenn ja, woher

Aktivitäten

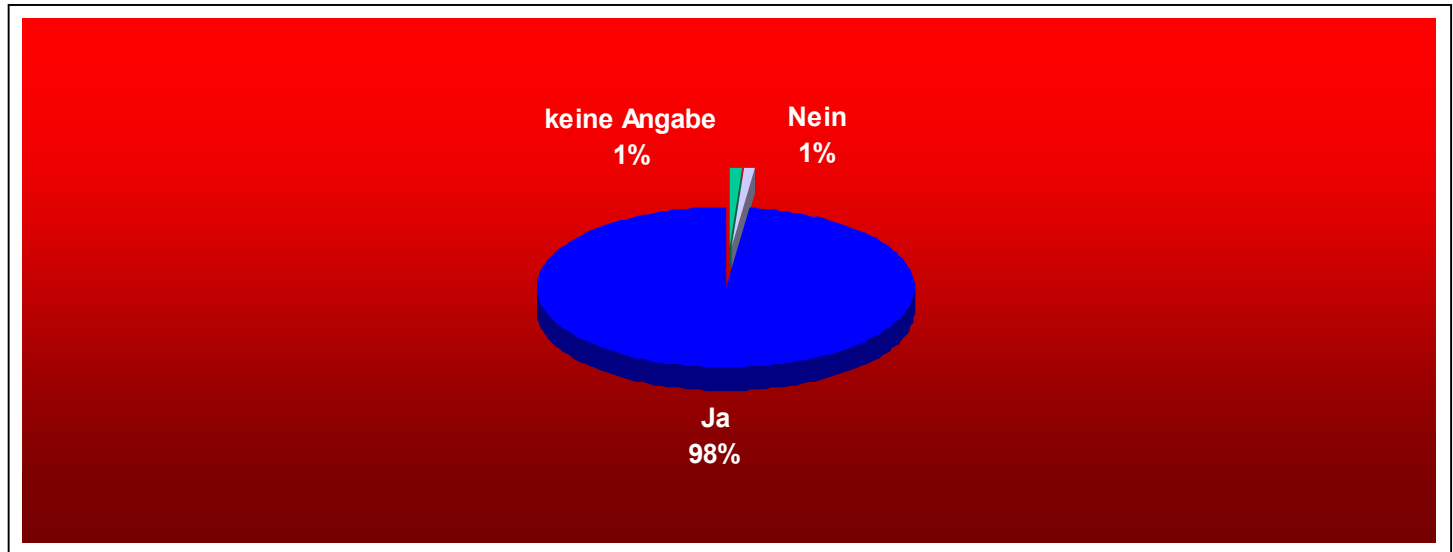
Zeitung

Radio

Plakate

Flyer

Sonstige



100 – Stunden – Projekt

Anschreiben

Fragebogen

Ergebnisse

Maßnahmen

2) Kennen Sie unten aufgeführte, ausgewählte Aktivitäten der Stadtmarketing GmbH?

City Lauf

Kulinarik

Open air Kino

Open air Konzert

Weinfest

100 – Stunden – Projekt

Anschreiben

Fragebogen

Ergebnisse

Maßnahmen

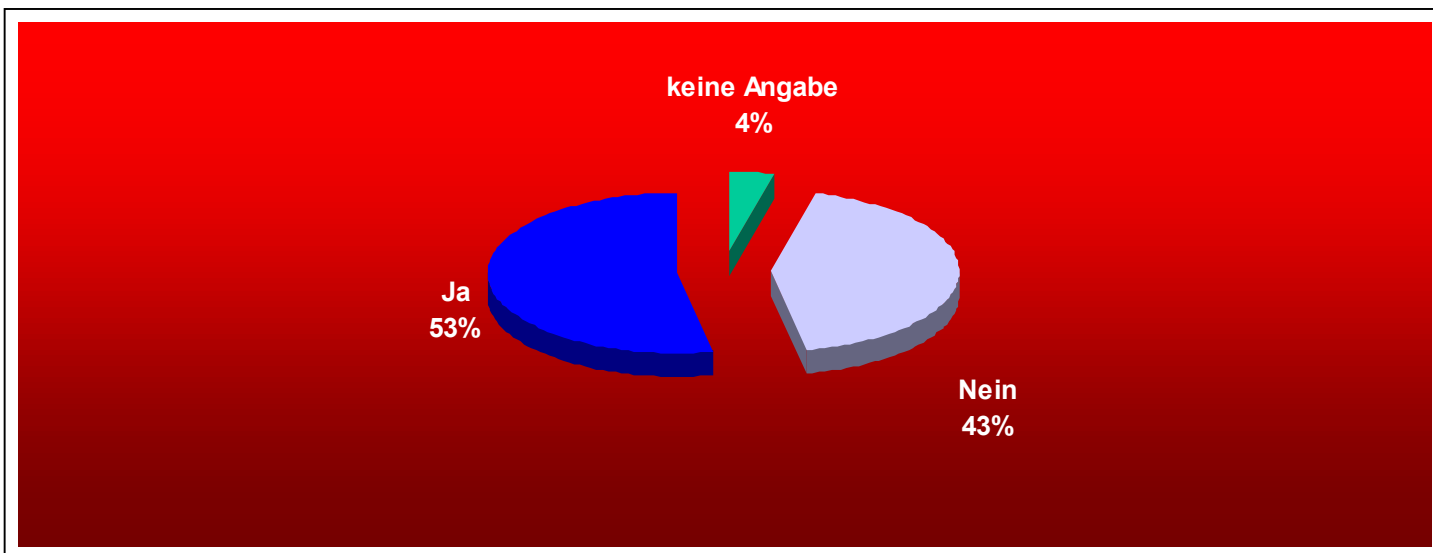
3) Hat sich Ihr Unternehmen in der Vergangenheit an Aktivitäten der Stadtmarketing GmbH bereits in irgendeiner Form beteiligt?

ja (bitte erläutern) nein

Erläuterung: _____

Bewertung für Ihr Unternehmen:

positiv negativ nicht bewertbar



Anschreiben

Fragebogen

Ergebnisse

Maßnahmen

4) Wie beurteilen Sie die Bedeutung folgender Faktoren für Ihr Unternehmen?

	sehr wichtig	wichtig	weniger wichtig	nicht wichtig
Leben und Einkaufen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kultur- und Freizeitangebot	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Öffentlichkeitsarbeit / überregionale Darstellung der Stadt	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Optimierung des Vereinslebens	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Förderung des Sports und sportlicher (Trend-) Aktivitäten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Wohn- und Lebensqualität	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Bildung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Anschreiben

Fragebogen

Ergebnisse

Maßnahmen

5) Ist Ihr Unternehmen in der Lage, aus oben genannten Faktoren einen konkreten Nutzen zu ziehen?

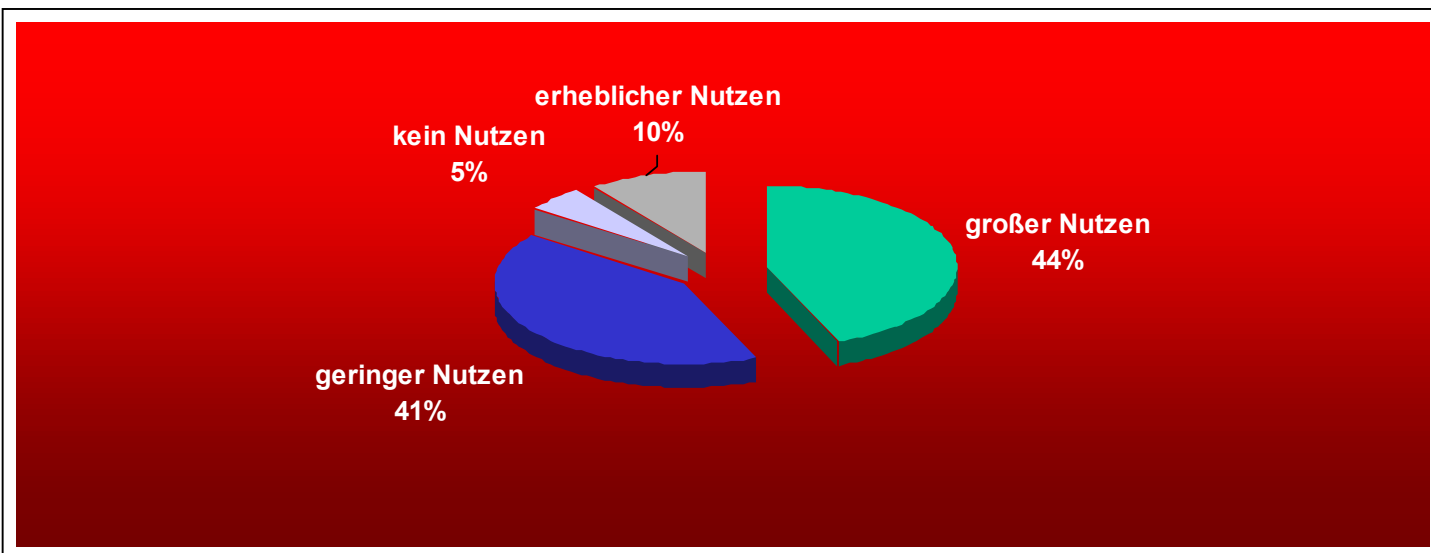
erheblichen Nutzen

großen Nutzen

geringen Nutzen

keinen Nutzen

Anmerkung: _____



Anschreiben

Fragebogen

Ergebnisse

Maßnahmen

6) Ist Ihr Unternehmen auf die oben genannten Faktoren angewiesen?

ja

ein wenig

nein

100 – Stunden – Projekt

Anschreiben

Fragebogen

Ergebnisse

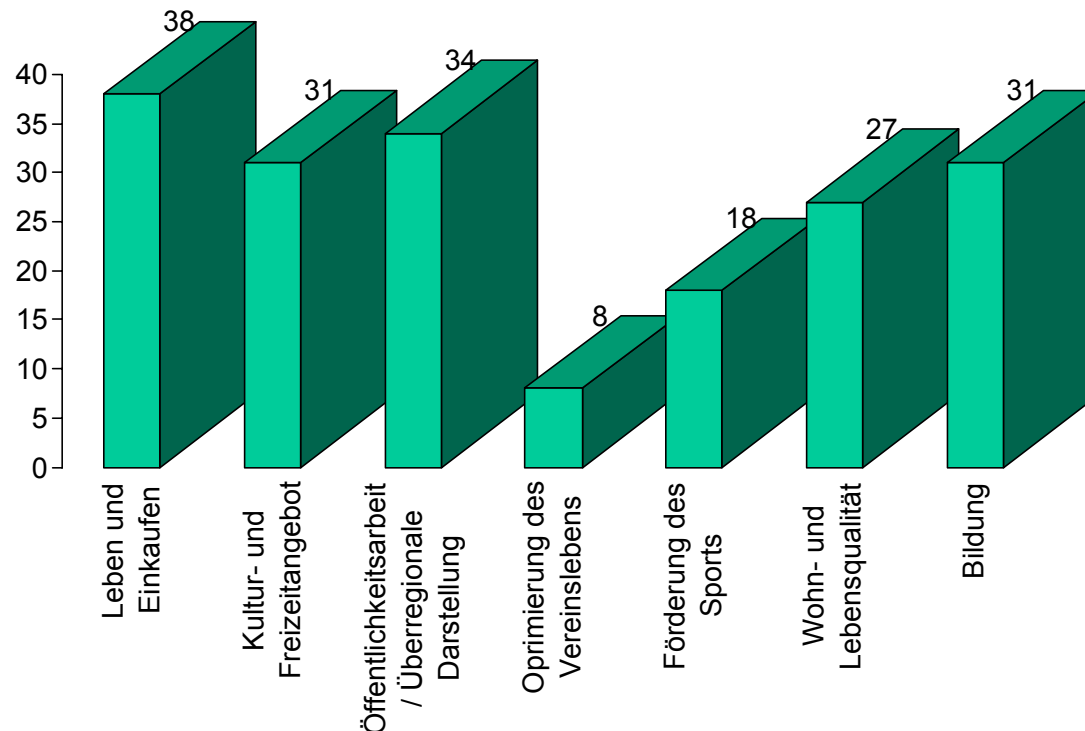
Maßnahmen

7) Sehen Sie Handlungsbedarf bezüglich folgender Faktoren?

falls ja – Stichpunkte

	ja	nein	
Leben und Einkaufen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	_____
Kultur- und Freizeitangebot	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	_____
Öffentlichkeitsarbeit / überregionale Darstellung der Stadt	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	_____
Optimierung des Vereinslebens	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	_____
Förderung des Sports / sportlicher (Trend-) Aktivitäten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	_____
Wohn- und Lebensqualität	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	_____
Bildung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	_____

(ggf. Erläuterungen bei Punkt 16)



100 – Stunden – Projekt

Anschreiben

Fragebogen

Ergebnisse

Maßnahmen

8) Welche Aktivitäten der Stadtmarketing GmbH sind am effektivsten und am sinnvollsten?
Wenn Sie zusätzliche Vorschläge haben, bitte nennen Sie diese:

100 – Stunden – Projekt

Anschreiben

Fragebogen

Ergebnisse

Maßnahmen

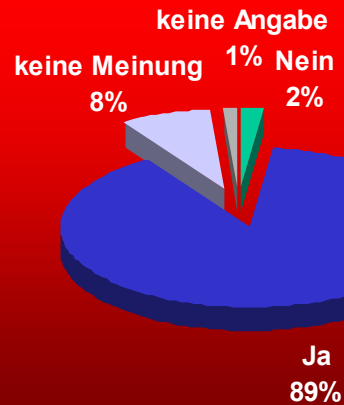
9) Hat sich die Attraktivität des Standortes Bocholt durch die Aktivitäten der Stadtmarketing GmbH verbessert?

ja

nein

keine Meinung

Anmerkung: _____



Anschreiben

Fragebogen

Ergebnisse

Maßnahmen

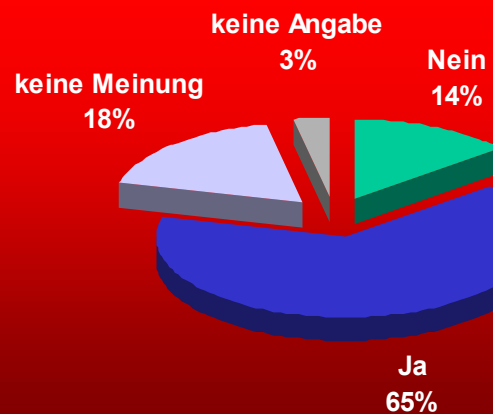
10) Ist die Lebensqualität in Bocholt durch die Aktivitäten der Stadtmarketing GmbH verbessert worden?

ja

nein

keine Meinung

Anmerkung: _____



Anschreiben

Fragebogen

Ergebnisse

Maßnahmen

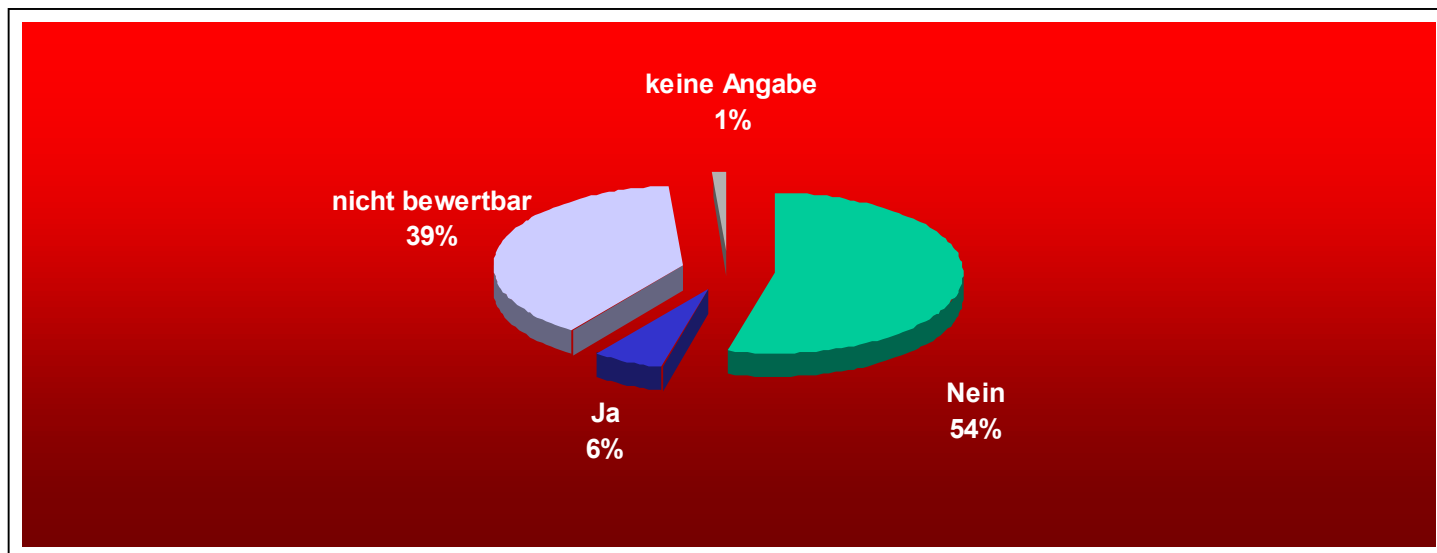
11) Haben die Aktivitäten der Stadtmarketing GmbH das Angebot an Fach- und Führungskräften für Ihr Unternehmen verbessert?

ja

nein

nicht bewertbar

Anmerkung: _____



100 – Stunden – Projekt

Anschreiben

Fragebogen

Ergebnisse

Maßnahmen

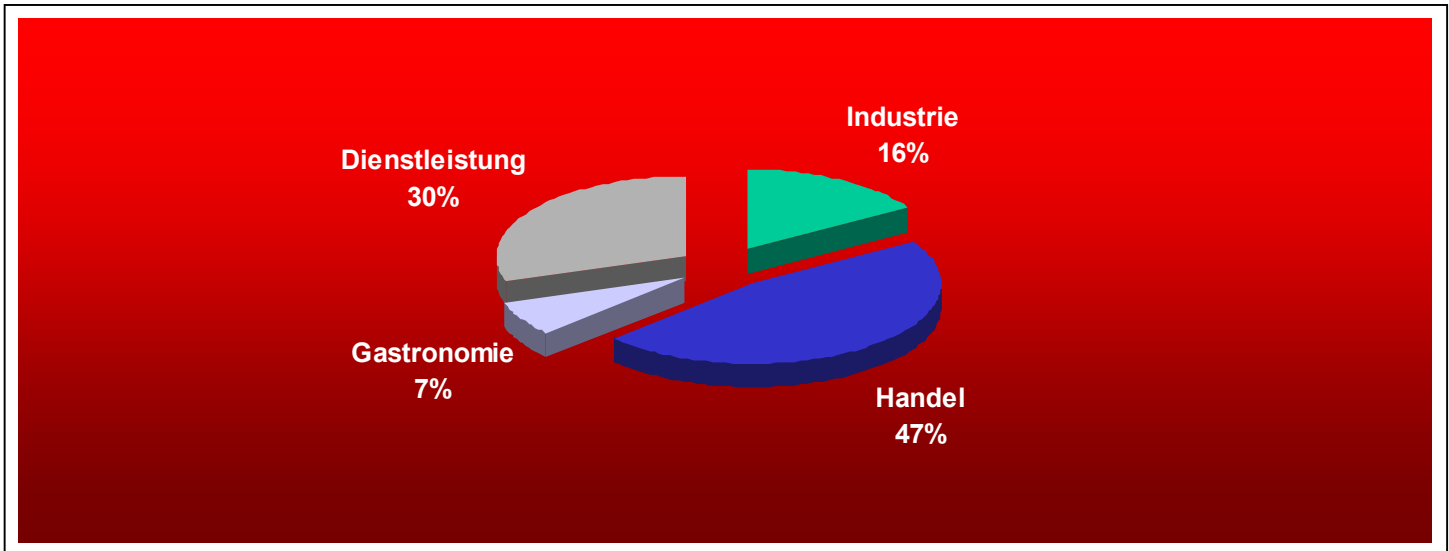
12) Welcher Branche ordnen Sie Ihr Unternehmen zu?

Industrie

Handel

Gastronomie

Dienstleistung



Anschreiben

Fragebogen

Ergebnisse

Maßnahmen

13) Sollte die Stadtmarketing GmbH durch gezielte Maßnahmen stärker auf die Interessen Ihrer Branche eingehen?

ja

nein

Wenn ja wie? (ggf. Erläuterungen bei Punkt 16)

Anschreiben

Fragebogen

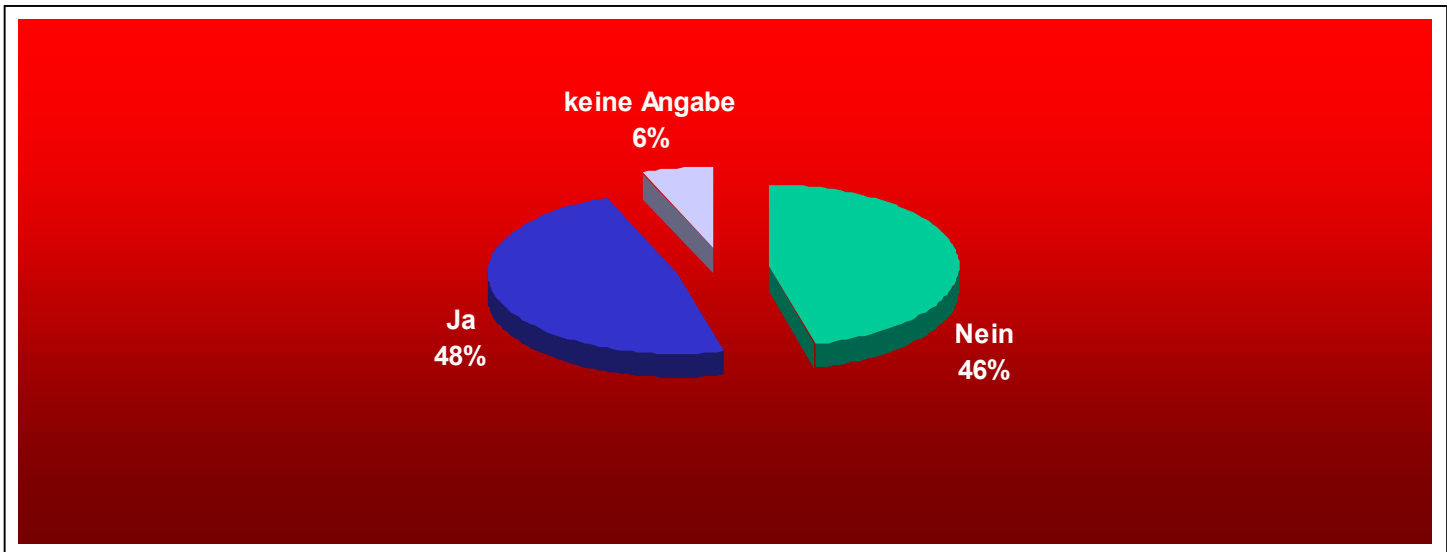
Ergebnisse

Maßnahmen

14) Sind Sie daran interessiert, zukünftig an der Arbeit der Stadtmarketing GmbH beteiligt zu werden?

ja

nein



Anschreiben

Fragebogen

Ergebnisse

Maßnahmen

15) Würden Sie eine Zusammenarbeit in Betracht ziehen...

a) bei eigenen Aktivitäten im Marketing ihres Unternehmens?

ja

nein

Wenn ja, wie?: _____

b) bei eigenen Aktivitäten zur Verbesserung des Standortes Bocholt?

ja

nein

Wenn ja, wie?: _____

100 – Stunden – Projekt

Anschreiben

Fragebogen

Ergebnisse

Maßnahmen

16. Für jede Anregung - ob Lob oder Kritik - sind wir Ihnen dankbar (zu den Aktivitäten, zur Arbeit der Stadtmarketing GmbH, ebenso wie zum Inhalt und zur Gestaltung des Fragebogens).

Bitte benutzen Sie für weitere Anregungen einen separates Blatt.

100 – Stunden – Projekt

Anschreiben

Fragebogen

Ergebnisse

Maßnahmen

- Andere Aktivitäten in Werbung aufnehmen, z. B. "Erlebnismühle Ravardistraße" in Aktivitäten mit einbeziehen

100 – Stunden – Projekt

Anschreiben

- Andere Aktivitäten in Werbung aufnehmen, z. B. "Erlebnismeiße Ravardistraße" in Aktivitäten mit einbeziehen

Fragebogen

- Verstärkte überregionale Darstellung in den Niederlanden durch Flyer in holländischer Sprache

Ergebnisse

Maßnahmen

100 – Stunden – Projekt

Anschreiben

- Andere Aktivitäten in Werbung aufnehmen z. B. "Erlebnismeiße Ravardistraße" in Aktivitäten mit einbeziehen

Fragebogen

- Verstärkte überregionale Darstellung in den Niederlanden durch Flyer in holländischer Sprache

Ergebnisse

- Beibehaltung der Weihnachtsbeleuchtung

Maßnahmen

100 – Stunden – Projekt

Anschreiben

- Andere Aktivitäten in Werbung aufnehmen z. B. "Erlebnismeiße Ravardistraße" in Aktivitäten mit einbeziehen

Fragebogen

- Verstärkte überregionale Darstellung in den Niederlanden durch Flyer in holländischer Sprache

Ergebnisse

- Beibehaltung der Weihnachtsbeleuchtung

Maßnahmen

- Aktivitäten in den Aussenbezirken (Gewerbegebiete, Aa-See), wie z. B. Radrennen rund um Bocholt, Bungeespringen, Outdoor Kart Rennen, Ausstellungen

100 – Stunden – Projekt

Anschreiben

- Andere Aktivitäten in Werbung aufnehmen z. B. "Erlebnismeiße Ravardistraße" in Aktivitäten mit einbeziehen

Fragebogen

- Verstärkte überregionale Darstellung in den Niederlanden durch Flyer in holländischer Sprache

Ergebnisse

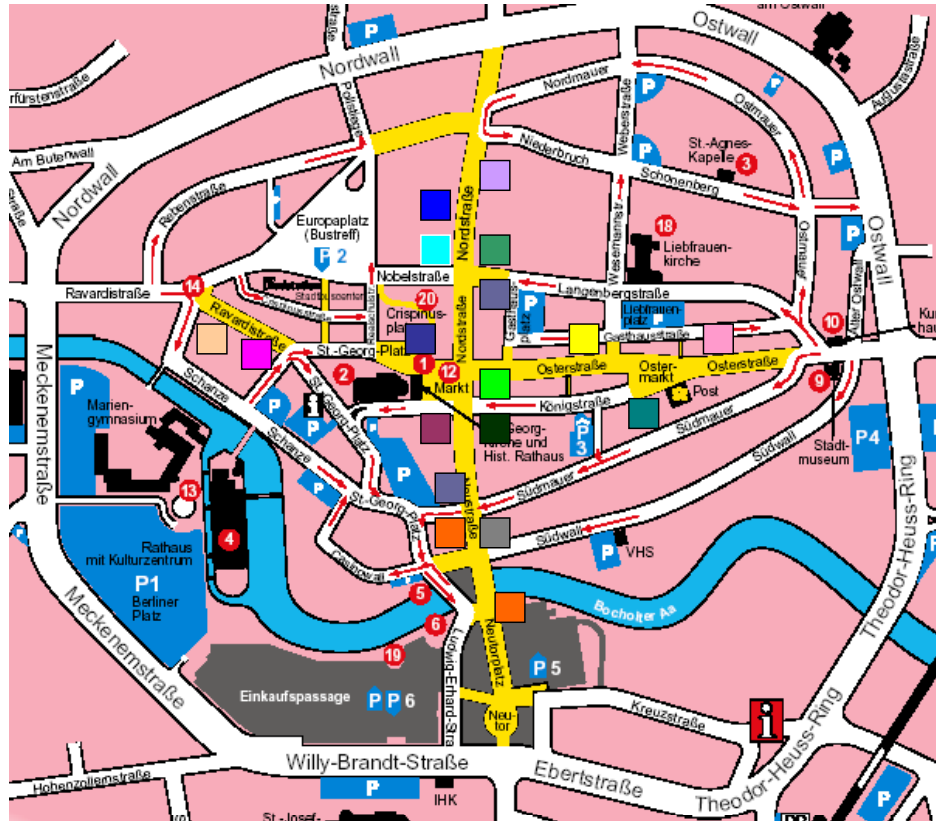
- Beibehaltung der Weihnachtsbeleuchtung

Maßnahmen

- Aktivitäten in den Aussenbezirken (Gewerbegebiete, Aa-See), wie z. B. Radrennen rund um Bocholt, Bungeespringen, Outdoor Kart Rennen, Ausstellungen
- Geschäfteplan / Straßenschild

100 – Stunden – Projekt

- Geschäftsplan / Straßenschild



- 1 Herrenbekleidung Fisser
- 2 Bücher Temming & Heilbronn
- 3 Volksbank Bocholt
- 4 Schuhhaus Deppe
- 5 Damenmoden Anna Hoff's
- 6 SINN – Moden
- 7 Schreibwaren Hammesfahr
- 8 Foto Feldmann
- 9 Eiscafe Leone
- 10 Kaffee Voß
- 11 Diebels Fasskeller
- 12 Georgius Apotheke

Anschreiben

Fragebogen

Ergebnisse

Maßnahmen

100 – Stunden – Projekt

Anschreiben

- Andere Aktivitäten in Werbung aufnehmen z. B. "Erlebnismeiße Ravardistraße" in Aktivitäten mit einbeziehen

Fragebogen

- Verstärkte überregionale Darstellung in den Niederlanden durch Flyer in holländischer Sprache

Ergebnisse

- Beibehaltung der Weihnachtsbeleuchtung

Maßnahmen

- Aktivitäten in den Aussenbezirken (Gewerbegebiete, Aa-See), wie z. B. Radrennen rund um Bocholt, Bungeespringen, Outdoor Kart Rennen, Ausstellungen

- Geschäfteplan / Straßenschild

- Messen (auch Modemessen: Modenschau, Friseur, Kosmetik ...)

100 – Stunden – Projekt

Anschreiben

- Andere Aktivitäten in Werbung aufnehmen z. B. "Erlebnismeiße Ravardistraße" in Aktivitäten mit einbeziehen

Fragebogen

- Verstärkte überregionale Darstellung in den Niederlanden durch Flyer in holländischer Sprache

Ergebnisse

- Beibehaltung der Weihnachtsbeleuchtung

Maßnahmen

- Aktivitäten in den Aussenbezirken (Gewerbegebiete, Aa-See), wie z. B. Radrennen rund um Bocholt, Bungeespringen, Outdoor Kart Rennen, Ausstellungen
- Geschäfteplan / Straßenschild
- Messen (auch Modemessen: Modenschau, Friseur, Kosmetik ...)
- Begrüßungsschilder

100 – Stunden – Projekt

Anschreiben

- Andere Aktivitäten in Werbung aufnehmen z. B. "Erlebnismeiße Ravardistraße" in Aktivitäten mit einbeziehen

Fragebogen

- Verstärkte überregionale Darstellung in den Niederlanden durch Flyer in holländischer Sprache

Ergebnisse

- Beibehaltung der Weihnachtsbeleuchtung

Maßnahmen

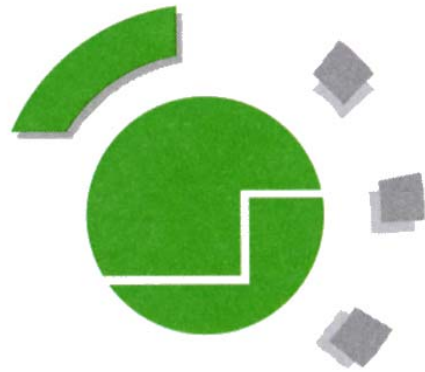
- Aktivitäten in den Aussenbezirken (Gewerbegebiete, Aa-See), wie z. B. Radrennen rund um Bocholt, Bungeespringen, Outdoor Kart Rennen, Ausstellungen

- Geschäfteplan / Straßenschild

- Messen (auch Modemessen: Modenschau, Friseur, Kosmetik ...)

- Begrüßungsschilder

- Innenstadtaktivitäten ausweiten



BERUFS-
KOLLEG
AM
WASSERTURM

Wir danken für Ihre Aufmerksamkeit und stehen
im Anschluss für Fragen zur Verfügung!

FSM-2 - Projektgruppe „*Stadtmarketing*“

Im Jahre 1996 erfolgte die Einrichtung einer Fachschule für Wirtschaft in Bocholt.

Ziel: Fachkräfte mit geeigneter Berufsausbildung und -erfahrung für Führungsaufgaben auf mittlerer Ebene zu qualifizieren.

Ergebnis: Staatlich geprüfte/r Betriebswirt/in mit Schwerpunkt Absatzwirtschaft / Marketing

Studium: 6 Semester, bestehend aus wöchentlich 2 Unterrichtsabenden, sowie 14-tägig Samstag Vormittag ➡ 480 Unterrichtsstunden pro Jahr

Inhalte: Absatzwirtschaft / Marketing
Betriebswirtschaft / Rechnungswesen / Statistik / Wirtschaftsinformatik
Organisation / Volkswirtschaft / Kommunikation / Wirtschafts- und Arbeitsrecht / Englisch
Personal-, Informations- oder Produktionswirtschaft als Zusatzfächer

Besonderheit: Projektarbeit im 4ten Semester zur Anwendung und Vertiefung des bisher erworbenen Fachwissens durch Lösung einer berufsbezogenen Problemstellung ➡ **100 - Stunden - Projekt**

Themen dieser Projekte können von den Kollegiaten/Kollegiatinnen selbst vorgeschlagen werden, aber auch seitens der Wirtschaft an das Berufskolleg herangetragen werden.