
Gesamtauswertung

Insgesamt betrachtet ist die Institution „Stadtmarketing Bocholt GmbH“ sehr bekannt, auch der Bekanntheitsgrad ihrer Veranstaltungen und Aktivitäten wird durch alle vier Branchen als ausgesprochen hoch eingestuft.

Es ist festzuhalten, dass die Vielzahl befragter Betriebe durchaus dazu bereit ist, sich an zukünftig geplanten Aktionen aktiv zu beteiligen, wie dieses auch in der Vergangenheit schon häufig praktiziert worden ist.

Die abgefragten Faktoren werden durchgängig als wichtig erachtet, wobei generell den Faktoren „Leben und Einkaufen“ und „Öffentlichkeitsarbeit / überregionale Darstellung der Stadt“ eine besonders hohe Bedeutung beigemessen wird.

Bereits die Hälfte aller befragten Unternehmen ist in der Lage, für ihren Betrieb einen großen Nutzen aus den geschilderten Faktoren zu ziehen. Bei weiterer Förderung speziell der oben dargelegten Faktoren kann sich dieser Nutzen sicherlich noch steigern.

Hinsichtlich des Handlungsbedarfs wird von allen Unternehmensbereichen deutlich dargelegt, dass auch hier die Faktoren „Leben und Einkaufen“ und „Öffentlichkeitsarbeit“ am bedeutsamsten eingestuft werden, danach folgen in einer Rangordnung die Aspekte „Bildung“ und „Kultur / Freizeit“, die Wertung für die restlichen Faktoren pendelt sich bei „eher gering“ ein.

Wenn man die Frage betrachtet wird, ob denn die Aktivitäten der Stadtmarketing Bocholt GmbH zur Attraktivitätssteigerung des Standortes Bocholt beigetragen haben, so ist dies ganz eindeutig mit „Ja“ beantwortet worden.

Ebenso wird durch alle vier Branchen bestätigt, dass sich die Lebensqualität durch besagte Aktivitäten gesteigert habe.

Bezüglich des Interesses einer Beteiligung an der Arbeit der Stadtmarketing Bocholt GmbH ist eine sichtbare Tendenz dahingehend zu verbuchen. Viele Firmen möchten sich ganz gezielt engagieren, sowohl bei der Mithilfe zukünftig geplanter Projekte, als auch bei eigens ins Leben gerufenen Veranstaltungen. Es sind bereits einige sehr kreative Vorschläge unterbreitet worden, die dies untermauern. Als eine schöne Idee z.B. haben wir das „Radrennen rund um Bocholt“ empfunden, welches, ähnlich dem Citylauf, der Stadt Bocholt und insbesondere der Innenstadt, höchstwahrscheinlich eine große Zahl an Besuchern brächte.

Die Arbeit der Stadtmarketing Bocholt GmbH wird durchweg als sehr gelungen betrachtet. Es soll an dieser Stelle auch nicht unerwähnt bleiben, dass im Zuge der Beantwortung der offenen Fragen das Engagement der Mitarbeiter der Stadtmarketing Bocholt GmbH und deren gute Organisation sehr gelobt worden sind. Allerdings sollten zukünftig die Unternehmen der Innenstadt und in den Randbezirken der Stadt noch stärker in die Aktivitäten eingebunden werden.

Eine Aktion, die mittlerweile sehr bekannt ist, ist die im Textverlauf bereits kurz erwähnte „Bonuscard Bocholt“, welche der Stadtmarketing Bocholt GmbH kürzlich auch im Kreis Wesel eine große Popularität beschert und zudem dafür gesorgt hat, den sog. „Urbanicompreis 2002“ zu erringen.

Herzlichen Glückwunsch dazu!

Über diese Kampagne ist in der Neuen-Rhein-Zeitung, kurz NRZ, welche im Weseler Raum eine große Auflage innehat, ein Zeitungsartikel erschienen.

Diesen möchten wir dem Leser natürlich nicht vorenthalten:

WIR AM NIEDERRHEIN / WIRTSCHAFT

FREITAG, 7. JUNI 2002

Die tun was, die Bocholter

AUSGEZEICHNET / Urbanicom 2002 – Schon wieder ein Preis für hervorragendes Stadtmarketing. Jury lobte vor allem die Erfindung der bonuscard sowie die cleveren Ideen zur Belebung der Innenstadt.

BOCHOLT. Das ist auch schon fast wieder preisverdächtig: Für beispielhaftes Stadtmarketing und vorbildliche Aktionen, Projekte und Ideen im Bereich des Citymanagements wurde Bocholt nun mit dem Urbanicom-Preis 2002 ausgezeichnet, dem bedeutendsten Preis des deutschen Vereins für Stadtentwicklung und Handel.

Erst im November hatten die Bocholter den Wettbewerb „Ab in die Mitte“ gewonnen, den übrigens zum vierten Mal, das



gab's bislang auch noch nicht in NRW.

Ebenso einmalig ist die Bocholter Erfindung der bonuscard, der bundesweit ersten Rabattkarte auf EC-Kartenbasis. Das dürfte bei der Wettbe-

werbsjury den stärksten Eindruck hinterlassen haben.

Einmal im Jahr verleiht Urbanicom seinen Sonderpreis „für herausragende Leistungen zur Förderung und Stärkung der urbanen Innenstädte“. Neben Bocholts Stadtmarketing-Manager Ludger Dieckhues bekam Wolfgang Jäger, Citymanager in Lemgo, die Urkunde nun in Badburg überreicht.

Hervorgehoben wurden neben der Einführung der bonuscard auch die „pfliffigen Innen-



stadtaktionen“, mit denen Bocholt die Besucher anlockte.

Mit großen Open Air-Konzerten, einer „überregional beachteten“ Weihnachtsbeleuchtung, Projekten wie „Hochzeit auf dem Hochseil“ oder die

„Street-Soccer-Fußball-WM“ habe Bocholt auf sich aufmerksam gemacht und hervorragende Öffentlichkeitsarbeit geleistet.

Mächtig Pluspunkte einheimen konnte Ludger Dieckhues auch durch die geschickte Mitwirkung bei der Ansiedlung der neuen Innenstadtcenter.

Gelobt wurde ebenso die Integration aller Bocholter Werbe- und Straßengemeinschaften zum gemeinsamen Citymarketing. (wasch)