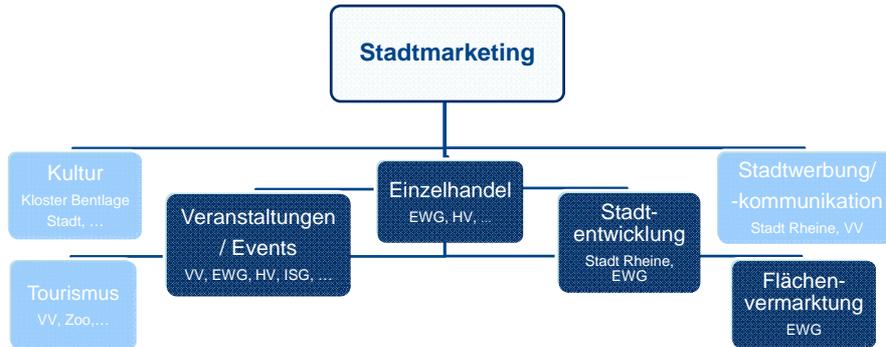


Verschiedene Akteure in Rheine besetzen gegenwärtig Teilbereiche des Stadtmarketing, ein gemeinsames Monitoring fehlt bisher



Die EWG ist im Citymanagement aktiv und entwickelt diesen Bereich u.a. durch ein umfassendes Controlling- und Monitoringsystem weiter

Aufgabenbereiche der EWG für die Einkaufsstadt Rheine

- Koordination / Steuerung
- Aktives Ladenflächenmanagement
- Profilierung der Einkaufsstadt Rheine
- Projekte zur Innenstadtentwicklung
- Aufbau eines Monitoringsystems

Ein umfassendes System für die Beobachtung und Erfolgsmessung für die Einkaufsstadt umfasst insbesondere die regelmäßige Befragung von Haushalten in der Stadt Rheine und der Umgebung (Einzugsgebiet) sowie eigene Marktanalysen zum Einzelhandelsstandort.

Mit der laufenden EWG-Haushalts-/ Umlandbefragung vergleichbare Erhebungen werden von externen Unternehmen für ca. € 70.000 angeboten

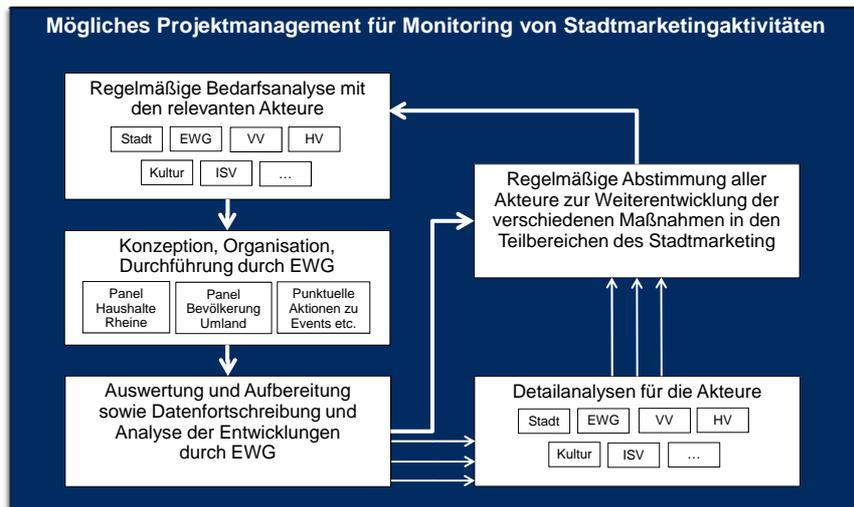
- Die Durchführung einer empirischen Analyse des Standortes Rheine sowohl im Kern- als auch im Nah- und Ferneinzugsgebiet von Rheine durch eine externe Forschungs- und Beratungsgesellschaft wird für ca. € 70.000 angeboten. (vgl. vorliegendes Angebot START Forschungs- und Beratungsgesellschaft mbH vom 08. Juni 2009)
- Eine detaillierte Darstellung des Kostenrahmens für Konzeption, Durchführung und Aufbereitung eines umfassenden Monitoringsystems als Daten- und Entscheidungsgrundlage für ein „integriertes Stadtmarketing“ ist aufgrund der Vielzahl einzelner empirischer Teilanalysen sowie Interessenslagen schwer möglich.
- Für die Konzeption einer aller Teilaspekte umfassenden Marktanalyse ist eine intensive Vor-Ort-Betreuung unumgänglich, deren Umfang nur schwer zu kalkulieren ist. (Workshops, etc. / Tagessatz/Person = € 1.100)

Die EWG könnte ein nachhaltiges Monitoringsystem für Stadtmarketing als Dienstleistung für alle relevanten Akteure in der Stadt Rheine anbieten

Monitoringsystem als Grundlage für Stadtmarketingaktivitäten in Rheine (Gesamtkosten des Dienstleistungsangebotes bei interner Bearbeitung ca. € 50.000)

1.	Permanente gezielte und regelmäßige Berücksichtigung von Fragen zum kulturellen Angebot, zu Events, zur Erlebnisqualität etc. der Stadt Rheine bei allen Erhebungen
2.	Auswertung und Aufbereitung dieser zusätzlichen Aspekte der verschiedenen Facetten des Stadtmarketings in Rheine (auch mittels GIS) als Dienstleistung
3.	Präsentation der Ergebnisse und – wenn gewünscht – Diskussion der Konsequenzen mit den Akteuren des Stadtmarketings in Rheine
4.	Unterstützung der Abstimmung koordinierter Stadtmarketingaktivitäten in der Stadt Rheine und permanente Weiterentwicklung der Methoden
5.	Panels für erweiterte Haushalts- und Umlandbefragungen, zusätzliche Passantenfrequenzmessungen bei Aktionen (Erfolgsmessung), zusätzliche Einzugsgebietsmessung bei Aktionen (Erfolgsmessung)

Wesentlicher Bestandteil des Monitorings ist neben der Datenerhebung/-pflege/-aufbereitung die permanente Abstimmung zwischen den Akteuren



22

Ein Workshop zum Thema „Einzelhandel, Innenstadt, Marketing“ im Mai bei der EWG ergab eine große Übereinstimmung der Akteure

Ergebnisse des Workshops „Einzelhandel, Innenstadt, Marketing“ mit Vertretern der Stadtverwaltung, EWG, Handelsverein, Innenstadtverein, Verkehrsverein und den Fraktionsvorsitzenden am 7. Mai im Wirtschaftskontor laut Protokoll:

1. Ein umfassendes Monitoring von Stadtmarketingaktivitäten sollte durchgeführt werden.
2. Für eine verbesserte Vermarktung der Stadt Rheine sind zukünftig weitere Gelder bereit zu stellen.
3. Hinsichtlich der Thematik: Verbesserte Vernetzung der Stadtmarketingaktivitäten/ Bedarf Fachmann/Experte verständigen sich die Teilnehmer darauf, zunächst Kontakte zu möglichen Beratungseinrichtungen herzustellen und Angebote einzuholen. (Ein Angebot von ExperConsult liegt jetzt vor).

23