

Das Stadtmarketingkonzept der WFG Uelzen

1999 hat die WFG im Auftrag der Stadt mit der Agentur Meinecke & Rosengarten das Uelzener Stadtmarketing-Konzept entwickelt.

Die Entwicklungsstufen des Stadtmarketingkonzeptes

1. Stufe:

4 Workshops mit insgesamt 60 Repräsentanten aus Politik, Verwaltung, Kultur, Industrie, Gewerbe, Presse zu Stärken, Schwächen und Potentialen Uelzens

2. Stufe:

Befragung von 227 Haushalten in Uelzen und 283 Haushalten im Landkreis Uelzen zu Stärken, Schwächen und Potentialen Uelzens

3. Stufe:

2 Workshops mit insgesamt 40 Repräsentanten aus Politik, Verwaltung, Kultur, Industrie, Gewerbe, Presse zum Zielsystem des Stadtmarketingkonzeptes Uelzen

4. Stufe:

10 Diskussionsrunden in unterschiedlicher Zusammensetzung zur Abstimmung des Zielsystems und zur Entwicklung von Strategien und Maßnahmen nach oben

Das Zielsystem des Stadtmarketingkonzeptes

Oberziele I:

- Die Stadt Uelzen als Ganzes betrachten: " Uelzen Puzzle "
- Das Puzzle in seinen Synergien nutzen: Systeme vernetzen
- Das " Uelzen Puzzle " zielgruppenspezifisch vermarkten

Oberziele II:

- Wettbewerbsvorteile im Vergleich zu anderen Städten schaffen
- Uelzen attraktiver gestalten
- Uelzen profilieren
- Das Einkommen von Stadt, Handel und Wirtschaft mehren

Unterziele:

- Uelzen spezifische Feste und Veranstaltungen institutionalisieren
 - Alle vier Jahreszeiten mit Uelzen spezifischen Events belegen
 - Events zielgruppengenau differenzieren
- Tourismus ausbauen und stärken
 - Hundertwasser-Bahnhof als Magnet und Attraktion nutzen
 - Events und Kultur touristisch nutzen
- Kultur ausbauen und stärken
 - Geschichte Uelzen vermarkten
 - Uelzen zur Hundertwasser-Stadt mit spezifischem Kulturangebot entwickeln
 - Kulturangebot nach Zielgruppen

- Freizeitangebote ausbauen und Stärken
 - Zielgruppengenaue Freizeitangebote anbieten
 - Freizeitangebote in das Tourismus-Angebot integrieren
- Die gesamte Einzelhandelsfunktion Uelzens zur Entwicklung der Stadt nutzen
 - Uelzener Einzelhandel in der gesamten Stadt ausbauen und stärken Innenstadt bewusst als Ergänzung der Einkaufsfunktionen an Peripherie positionieren
 - An der Peripherie nur Funktionen zulassen, die die Entwicklung der Innenstadt nicht behindern
- Einzelhandel und Dienstleistung in der Innenstadt ausbauen und stärken
 - Innenstadt definieren:
 - Sanierungsgebiet
 - Ilmenau-Auen
 - Hammerstein Platz
 - Innenstadt als Vorranggebiet für Erlebnis und Einkauf positionieren
- Innerstädtisches Wege- und Anlansnetz zwischen den Anziehungspunkten der Innenstadt spannen
 - Verkehrsberuhigte Zone als Netz , das sich rund um die Marktstraßen und das Alte Rathaus spannt
 - Anziehungspunkte an den NetZRändern über die Mitte verbinden
 - Zwischen den Anziehungspunkten Anlässe zum "Durch-Gehen" schaffen
- Die Innenstadt für die Anreise mit dem privaten Pkw attraktiv machen
 - Die Innenstadt für den privaten PKW Verkehr gut erreichbar machen
 - Um die Innenstadt ein Netz von Parkmöglichkeiten schaffen
 - Parken unmittelbar am Rand der Innenstadt ermöglichen; Distanzen zwischen erlebter Innenstadt und Parkplätzen vermeiden
- Innerstädtisches Stadtbild durch "Grün" ergänzen
 - Natur und Grün in die innerstädtische Stadtgestaltung stärker integrieren
 - Die Ilmenau-Auen als Grüngürtel mit öffentlicher Nutzung in die Innenstadt integrieren
- Förderung von Dienstleistung, Handel und Gewerbe in seinen Austauschfunktionen
 - Das Angebot an Arbeitsplätzen sichern und mittelfristig ausbauen
 - Durch Steigerung der Attraktivität Uelzens private Investoren "anlocken"
- Uelzen als Wohnstadt positionieren
 - Bevölkerungszuwachs durch Ausweisung preisgünstigen Baulands für junge Familien
 - Abwanderung junger einheimischer Familien reduzieren
- Für Uelzen und seine Produkte werben
 - Kommunikation nach innen und außen ausrichten
 - Kommunikation erst nach Erstellung marktfähiger Produkte durchführen
 - Durch Kommunikations- und Media-Mix zielgruppengenaue Kommunikation entwickeln

Das Uelzen Puzzle ist nur zusammenfügbar, wenn

- die einzelnen Funktionsträger der Puzzleteile zusammenarbeiten
- die Zusammenarbeit der Funktionsträger institutionalisiert wird
- die WFG die Zusammenarbeit managt und die Umsetzung des Marketingkonzeptes begleitet