

Übersicht



Hilden

Der Bürgermeister
Hilden, den 08.06.2024
AZ.: I/80-cs

WP 20-25 SV 80/027

Mitteilungsvorlage

Kommunikation und Marketing für die Einkaufs- und Freizeitstadt Hilden

Für eigene Aufzeichnungen: Abstimmungsergebnis			
	JA	NEIN	ENTH.
CDU			
SPD			
Grüne			
FDP			
AfD			
BA			
Allianz			
Die Linke			

öffentlich

Finanzielle Auswirkungen

Organisatorische Auswirkungen

☐ ja
☐ ja

☒ nein
☒ nein

☐ noch nicht zu übersehen
☐ noch nicht zu übersehen

Beratungsfolge:

Wirtschafts- und Wohnungsbauförderungsausschuss

20.06.2024

Kenntnisnahme

Beschlussvorschlag:

Der Wirtschafts- und Wohnungsbauförderungsausschuss nimmt den Vortrag über die künftig verstärkte Medienarbeit für die Einkaufs- und Erlebnisstadt Hilden zur Kenntnis.

Erläuterungen und Begründungen:

Die Stadt Hilden hat den Fokus der Öffentlichkeitsarbeit bislang stark auf die Informationen über den Rat der Stadt Hilden und die Verwaltung gelegt. Informationen über die Einkaufsstadt Hilden sind bislang nur ausnahmsweise veröffentlicht worden, da die Öffentlichkeitsarbeit dazu bei der Stadtmarketing Hilden GmbH lag.

Zum 01.04.2024 sind die Aufgaben der Stadtmarketing Hilden GmbH in die Verwaltung integriert worden. Aufgaben von Citymanagement und Öffentlichkeitsarbeit ist in Folge dessen auch das Marketing für die Einkaufs- und Erlebnisstadt Hilden sowie für interne und externe Veranstaltungen von größerer Reichweite bzw. breitem Interesse.

Die Verwaltung hat sich dennoch marktneutral zu verhalten und möchte dementsprechend die Konkurrenzsituation vor Ort berücksichtigen. Insofern gilt es künftig, Marketing-Maßnahmen für die Stadt umzusetzen, besondere Ereignisse einzelner Firmen oder Vereine zu präsentieren, gleichzeitig aber zu starke Werbung für einzelne Unternehmen zu unterlassen.

Die Verwaltung erarbeitet derzeit einen internen Leitfaden, der auch der Gleichbehandlung dienen soll. Um mit der Öffentlichkeitsarbeit offensiv starten zu können, hat eine Testphase bereits begonnen. Maßnahmen und Aktionen für Marketing werden auf Grundlage der Erfahrungen in den nächsten Monaten nachjustiert und fließen in ein Konzept 2025 ein.

Das Citymanagement hat bereits Beiträge in den Sozialen Medien zu Gunsten privater Firmen veröffentlicht, z. B. für die Geschäftseröffnungen von Café Timeout und der Pasta Bar Fusilli. Geschäftseröffnungen, die das Angebot in der Innenstadt ergänzen oder erneuern, sollen künftig beworben werden.

Als Veranstaltung mit größerer Reichweite hat die Stadt beispielsweise das Public Viewing zu der UEFA EURO 2024 in der Stadthalle Hilden beworben, auch wenn mit dem VFB Hilden ein Verein Veranstalter ist. Generell werden Veranstaltungen und Veranstaltungstipps für das Wochenende künftig stärker beworben. Voraussetzung wird immer sein, dass die Veranstaltung durch die Veranstalterin oder den Veranstalter selbstständig in den Veranstaltungskalender der Stadt Hilden eingetragen worden ist (www.hilden.de/veranstaltungen).

In der Sitzung wird erläutert, welche Ereignisse und Veranstaltungen die Stadtverwaltung künftig verstärkt bewerben möchte und wie dieses Marketing abgegrenzt wird. Die Rahmenbedingungen werden dargestellt.

gez.
Dr. Claus Pommer
Bürgermeister

Klimarelevanz:

Keine.