

### Essener Stadtmarketing als Gemeinschaftsaufgabe

– Stadt und Wirtschaft gründen neue Gesellschaft –

von Ulrike Vetter

Die wirtschaftliche, kulturelle und touristische Bedeutung einer Großstadt wie Essen zeigt sich nicht nur im Vergleich mit den Nachbargemeinden; sie muß sich in einem weltweiten Wettbewerb behaupten. Konkurrenzfähig zu sein heißt, daß ein positives Image und städtische Realität einander bestätigen und verstärken.

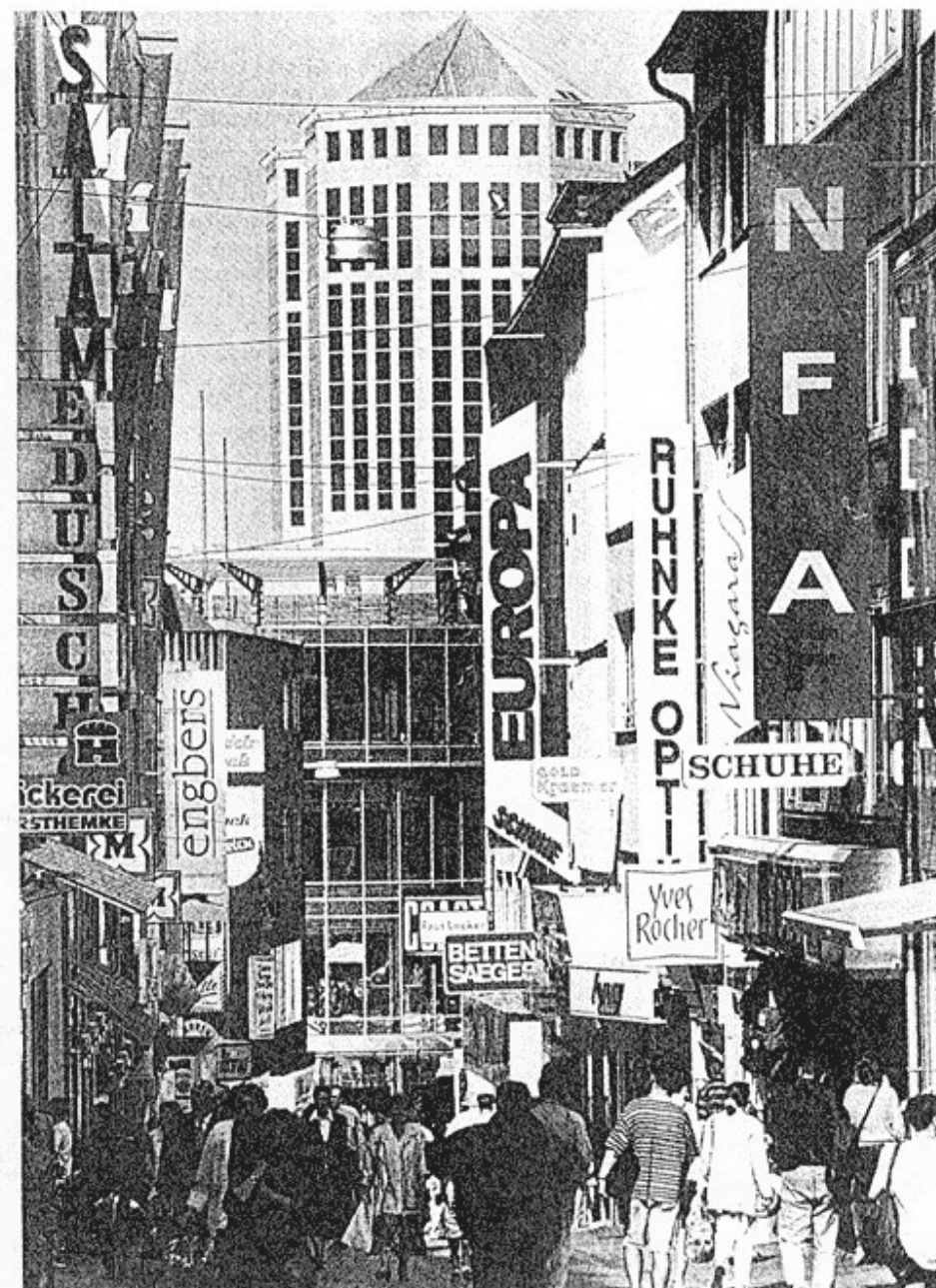
Doch die internationale Meßlatte liegt hoch. Deshalb bedarf es zur Gestaltung des Produkts „Stadt“ wie auch zu seiner ubiquitären Repräsentanz eines professionell und souverän agierenden Mediums. Essen hat es seit dem 1. Oktober 1996: die EMG – Essen Marketing GmbH.



EMG-Geschäftsführer  
Ulrich Weinstock



EMG-Geschäftsführer  
Andreas Crüsemann



Die Limbecker Straße: eine Shopping-Meile mit hoher Anziehungskraft.

Stadtmarketing konnte nicht länger allein Aufgabe der Verwaltung und einiger verstreuter Institutionen und Gremien sein. Kräfte müssen gebündelt, Synergien geschaffen, Projekte auf ein gemeinsames Ziel hin verknüpft werden. Stadtmarketing geht Stadt und Wirtschaft gleichermaßen an, weshalb beide an der neuen Gesellschaft partizipieren. Die EMG konstituierte sich als 100%ige Tochter der Essener Wirtschaftsförderungsgesellschaft (EWG). Deren Gesellschafter sind jeweils zur Hälfte die IEW (Interessengemeinschaft Essener Wirtschaft e.V.) und die Stadt Essen. Der Aufsichtsrat der EWG übt dieselbe Funktion auch für die EMG aus.

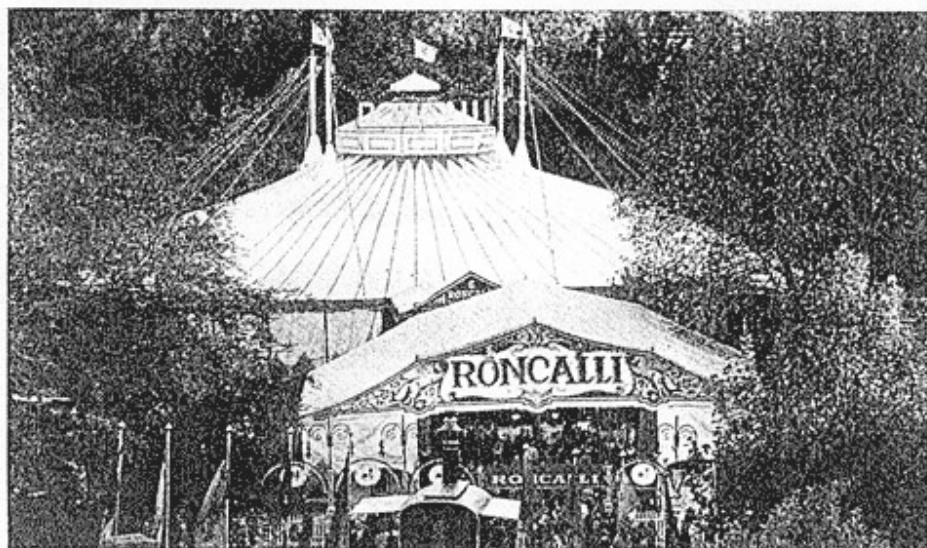
Speziell die am Wirtschaftsstandort Innenstadt Beteiligten – Haus- und Grundbesitzer, Einzelhändler, Schausteller, Gastronomen und andere Dienstleister – vereinigt der EMS-Essen Marketing Service e.V. unter seinem Dach. Er sammelt die Beiträge der Unternehmen, deren Belange er gegenüber der EMG vertritt. Denn die Arbeit der Marketing-Gesellschaft wird zu einem großen Teil von denen bezahlt, die direkt davon profitieren. Die Stadt Essen bringt sich im Rahmen ihrer bisherigen Möglichkeiten ein. Das heißt, sie stellt Fachpersonal und Sachmittel im Wert von jährlich 2,7 Mio. DM zur Verfügung.

Die binomische Gesellschaftsstruktur spiegelt sich in der Wahl der beiden Geschäftsführer. Der eine, Ulrich Weinstock, leitete vorher das Presseamt der Stadt Essen, der andere, Andreas Crüsemann, das Multiplex-Kino CinemaXX. Weinstock ist in der EMG für den Geschäftsbereich Stadtwerbung und Touristik zuständig, Crüsemann für den Geschäftsbereich Zentrenmanagement.

Gemeinsam verfolgen beide Geschäftsbereiche das Leitziel, die Innen- und Außenwirkung Essens so zu beeinflussen, daß Menschen als Investoren, Arbeitnehmer oder Kulturschaffende in die Ruhrstadt kommen und aus Überzeugung hier bleiben bzw. Touristen zu Stammgästen und Botschaftern werden.

Der Bereich Stadtwerbung und Touristik nimmt sich u. a. folgender Aufgaben an:

## Marketing – PR



Kaum gegründet, gelang es der EMG, den legendären Zirkus Roncalli nach Essen zu holen. Vier Wochen gastierte er zur Freude von 70.000 Besuchern neben dem Opernhaus im Stadgarten. Fotos: Stadtbildstelle

- Ausstellungen, Präsentationen und Messebeteiligungen
  - Akquisition von Partnern und Sponsoren bei stadtwerberischen Projekten
  - Entwicklung von PR-Kampagnen und Erarbeitung von Werbemitteln
  - Aufbau und Pflege eines Stadtinformationssystems unter Zuhilfenahme elektronischer Medien
  - Koordination von Veranstaltungsplanungen und Herausgabe eines Veranstaltungskalenders
  - regionale und überregionale Pressearbeit zur Verbesserung des Stadtimages
  - Initiierung, Entwicklung und Vermarktung touristischer Angebote
  - Begleitung und Betreuung von Besuchergruppen, vor allem aus Anlaß wirtschaftlicher oder kultureller Ereignisse.
- Der Bereich Zentrenmanagement widmet sich unterdessen folgenden Aufgaben:
- Planung und Koordination von Aktivitäten zur Belebung der Innenstadt und der Mittelzentren
  - Einbindung des Einzelhandels und der Gastronomie, der Freizeit- und Kulturveranstalter bei Zentrenaktivitäten
  - Verbesserung des Erscheinungsbildes, z. B. Straßenreinigung und Grünflächenpflege, in Zusammenarbeit mit den zuständigen Ämtern
  - Erhöhung der Sicherheit in Kooperation mit der Polizei und anderen Dienststellen
  - Mitwirkung an der Gestaltung des Stadtbildes im Rahmen der Stadtplanung
  - konzeptionelle Beteiligung an der Lösung von Verkehrs- und Parkproblemen, z. B. einheitliche Beschilderung und Einrichtung von Park-and-Ride-Plätzen
  - Initiierung von Cityservice-Leistungen wie Gepäckaufbewahrung, Kinderbetreuung oder Zustelldiensten
  - Standortwerbung.

Als Berater steht der jungen Gesellschaft in vielen zentralen Fragen Prof. Vilim Vasata zur Seite. Der Marketing-Stratege mit internationalem Renommee ist Chairman der Agentur BBDO Europa und Lehrstuhlinhaber im Fachbereich Kommunikationsdesign an der Universität/GH Essen. Seine Erfahrung kommt der Stadtwerbung schon seit rund sieben Jahren durch das „Gemeinschaftsprojekt Stadtkommunikation“, aus dem beispielsweise die erfolgreiche Citylight-Plakatserie hervorging, zugute.

Auf Bitten von Oberstadtdirektor Hermann Hartwich erarbeitete Vasata „Empfehlungen zum Marketing der Stadt Essen“, in denen er die Standpunkte und Prioritäten aller mit diesem Thema beschäftigten Institutionen zusammenfaßte. Hieraus wurden der Aufgabenkatalog sowie die Organisationsform der Marketing-Gesellschaft abgeleitet. Vasata hatte den Entscheidungsträgern eine einheitliche konzeptionelle Steuerung des Stadtmarketing in einer neuen unabhängigen Einrichtung nahegelegt. „Schnelligkeit, Einfachheit und Selbstvertrauen“ sollte – so Vasata – deren Arbeit kennzeichnen. Eine wirksame Rezeptur offenbar, denn schon die Etablierung der neuen Gesellschaft ging mit verwaltungsuntypischer Schnelligkeit und Direktheit vonstatten. Zwischen Stadt Essen und EMG wurde ein Geschäftsbesorgungsvertrag geschlossen, der bis zum 31. Dezember 2000 unkündbar ist.

Public-private-partnership, wie sie hier praktiziert werden soll, bietet noch keine Gewähr für die Lösung der bei wachsendem Konkurrenzdruck drängenden Fragen und Probleme, aber eine gute Voraussetzung. Know-how und Finanzen aus öffentlichen und privaten Quellen werden gemeinsamen, abgestimmten Teil- und Leitzielen zugeordnet. Die Vermeidung von Reibungsverlusten und die Konzentration auf das Wesentliche erlauben eine günstige Prognose für ein modernes und effektives Stadtmarketing. (Das Schaubild auf S. 28 zeigt die Aufgabenverteilung der beiden Geschäftsbereiche im Überblick.)

## INTERNET-SERVICE

Alle sprechen vom Internet. Wenn Sie erfahren wollen, welche Möglichkeiten dieses neue Werbemedium wirklich bietet, sollten Sie sich mit uns unterhalten. Denn nur präsent sein reicht heute nicht mehr, um alle Chancen im Netz zu nutzen.

Das **MAGNET**-Konzept lautet: Full-Service auch im Internet.

## DOMAIN-SERVICE

Eine eigene Domain ist die beste Möglichkeit, Sie und Ihr Unternehmen im Internet zu präsentieren. Von der Einrichtung über die Bekanntmachung im Web bis zur Erstellung Ihrer persönlichen Web-Seiten sind wir für Sie da.

Übrigens, bis zum 31.12.1996 zu besonders günstigen Konditionen.

Fragen Sie uns.

## DATEN-PFLEGE

Auch wenn es um die Pflege und Aktualisierung Ihrer Daten im Internet geht, sind wir für Sie da.

Von regelmäßigen Updates bis zur Anbindung Ihrer internen EDV an Ihre Internet-Domain.

Alles ist möglich.

**MAGNET Internet Services**  
ist eine AG der BaSiS Datenysteme GmbH, Dortmund  
und der Schäfer, Vogel & Partner Werbeagentur GmbH, Essen

**MAG** Internet Services  
Niederlassung Essen  
Lindenallee 57 • 45127 Essen  
Tel.: 0201-200 490 • Fax: 0201-239 222

**MAGNET Internet Services**  
Niederlassung Dortmund  
BaSiS Datenysteme • Postfach 720127 • 44381 Dortmund  
Tel.: 0231-630 708 • Fax: 0231-630 805

[www.mag-net.de](http://www.mag-net.de)

