

Federführung:  
20-Stadtmarketing  
Produkt:  
20.14 Stadtmarketing und Tourismus

Datum:  
07.06.2020

Beratungsfolge:	Sitzungsdatum:	
Haupt- und Finanzausschuss	18.06.2020	Entscheidung
Rat der Stadt Coesfeld		Entscheidung

## Budget für Ausführung von Maßnahmen zur Unterstützung von Coesfelds Handel und Gastronomie

### Beschlussvorschlag:

Es wird beschlossen für die Erfüllung des Beschlusses (2) der Vorlage 142/2020 ein Budget von 44.000,- € zur Verfügung zu stellen, um damit eine Imagekampagne für Coesfelds Handel und Gastronomie zu entwickeln.

### Sachverhalt:

Mit dem Beschluss des Punkt 2 der Vorlage 142/2020 vom Haupt- und Finanzausschuss wurde der Stadtmarketing Verein Coesfeld & Partner e.V. beauftragt vier Aktionstage zur Stärkung von Coesfelds Handel und Gastronomie zu entwickeln, da diese durch die Corona-Pandemie unter Umsatzeinbußen und geringeren Kundenfrequenzen leiden.

Der Stadtmarketing Verein hat daraufhin die Möglichkeiten zur Durchführung von Aktionstagen durchdacht und dazu auch mit dem Ordnungsamt Rücksprache gehalten und Möglichkeiten abgewogen. Jegliche Art von Veranstaltungen, bei denen größere Menschenmengen in die Stadt kommen, sind im Rahmen der Corona-Schutzverordnung aktuell untersagt. Auch die Überlegungen hinsichtlich einzelner Aktionstage (z.B. Coesfeld Einkaufssamstag, Dämmerhoppfen o.Ä.) bringen die Gefahr mit sich, dass größere Menschenmengen punktuell an einzelnen Tagen zusammenkommen und so die Verbreitung des Corona-Virus verstärkt werden kann. Darüber hinaus ist die Pandemie-Entwicklung unberechenbar, sodass man leider durchaus mit erneuten Lockdowns oder neuen Kontaktbeschränkungen oder sogar -sperrern rechnen muss. Eventplanungen sind demnach keine praktikable Option.

Nichtsdestotrotz hat sich der Stadtmarketing Verein gemeinsam mit der Verwaltung Gedanken gemacht, wie Coesfeld sowohl für die interne Zielgruppe (Coesfelder selbst) als auch für die externe Zielgruppe (Tagesbesucher, Touristen) attraktiv präsentiert werden kann und so für eine kontinuierlich höheres Besucheraufkommen in Coesfelds Handel und Gastronomie sorgt. Die Lösung dafür ist eine großzügig angelegte Imagekampagne.

Coesfeld ist attraktiv und hat sowohl für Coesfelder selbst als auch für auswärtige Besucher einiges zu bieten. Die Attraktivität muss sowohl innerhalb von Coesfeld verstärkt präsentiert

werden, um bei den Coesfeldern eine Identifikation mit der eigenen Heimat zu erzielen und sie so zum Einkaufen und Essen/Trinken gehen vor Ort zu bewegen. Genauso gilt es die Außenwirkung von Coesfeld auf Besucher (Tagesbesucher oder auch Urlauber) verstärkt ansprechend zu bewerben.

Ein Besuch in Coesfeld ist sowohl für Tagesbesucher aus der näheren Umgebung für den Stadtbummel mit anschließendem Genuss des gastronomischen Angebots interessant. Ebenso auch für Urlauber (Urlaub innerhalb Deutschlands boomt in diesem Jahr massiv!), die unsere Stadt und die umliegende Region mit dem Rad, wandernd oder dem Wohnmobil erleben möchten. Coesfelds Einkaufs-, Gastronomie und auch Freizeitangebot ist vielseitig und muss kurzfristig und großzügig mit einer Imagekampagne beworben werden, um so die Minderumsätze aufgrund der Corona-Pandemie, im Handel sowie in der Gastronomie durch kontinuierlich höhere Besucherfrequenzen versuchen auszugleichen.

Die Verwaltung und der Stadtmarketing Verein schlagen hiermit vor, die beschlossenen Aktionstage kompensiert in einer Imagekampagne für Coesfeld umzusetzen.

Thematischer Schwerpunkt liegt auf der Präsentation von Coesfeld als Stadt zum Erleben des Einkaufs- und Gastronomieangebots. Die primäre Zielgruppe sind Coesfelder sowie Besucher aus der näheren Umgebung in einem Umkreis von ca. 50km. Durch den thematischen Schwerpunkt auf das Einkaufs- und Gastronomieangebot können mit der Kampagne genauso Touristen angesprochen werden. Durch die gezielte Platzierung von Marketingmaßnahmen ist es möglich beide Zielgruppen mit dieser Imagekampagne von der Attraktivität Coesfeld zu überzeugen und diese zu einem Besuch oder Aufenthalt zu bewegen. Wer seinen Urlaub mit dem Fahrrad im Münsterland verbringt, ist durchaus auch an Einkaufs- und Gastronomie interessiert und sowohl bei Onlinemarketing-Maßnahmen aber auch durch die bewusste Platzierung in Magazinen und Zeitungen (Print-Maßnahmen) ist die Ansprache von der internen und externen Zielgruppe praktikabel.

Die inhaltliche und optische Gestaltung der Imagekampagne wird in einem Brainstorm-Meeting gemeinsam mit Coesfelder Händlern und Gastronomen, sowie dem Stadtmarketing-Team voraussichtlich am 09.06.2020 erörtert.

Die konkrete Gestaltung der Imagekampagne für Coesfelds Handel und Gastronomie wird vom Stadtmarketing Verein Coesfeld & Partner e.V. in enger Abstimmung mit Händlern und Gastronomen entwickelt.

Für eine effektive Wirkung dieser Imagekampagne wird ein Budget von 44.000,- € benötigt. Die detaillierten Planungen für die Auswahl geeigneter Marketingmaßnahmen und -platzierungen erfolgt im Nachgang je nach Ausgestaltung der Kampagne.

Nachfolgend eine Übersicht möglicher Aktionen und Werbeplatzierungen mit Budgetierung:

Nr.	Platzierung	Art	Budget
1	Foto-Shooting als Basis für Werbemittelproduktion		500,- €
2	Große Werbetafeln – COE + 15km	Offline	10.000,- €
3	Buswerbung – Umgebung bis ca. Vreden, Dülmen, Nottuln	Offline	7.000,- €
4	Autoaufkleber – Urlauber, Wohnmobilisten, Coesfelder	Offline	2.000,- €
5	Anzeigen Magazine – COE + 45km	Offline	5.000,- €
6	Anzeigen lokale Presse	Offline	3.000,- €
7	Radio Kiepenkerl	Offline	8.000,- €
8	Social Media – COE + 45km	Online	8.000,- €
9	7 Ortseingangstafeln Coesfeld + Lette	Offline	500,- €
10	5 Banner Innenstadt	Offline	1.000,- €
		<b>Gesamt</b>	<b>44.000,- €</b>

Der Stadtmarketing Verein Coesfeld wird nach Genehmigung des Beschlussvorschlages in die detaillierte Imagekampagnengestaltung und -planung für Coesfeld gehen und dabei genau durchdenken, welche Platzierung konkret in welcher Menge effizient ist. Dies wird in enger Abstimmung mit dem Coesfelder Handel und der Gastronomie erfolgen.

Coesfeld braucht genau so eine Imagekampagne jetzt, denn alle Händler und Gastronomen profitieren gleichermaßen, Coesfelds Bekanntheit wird langfristig gesteigert und die Besucherfrequenz wird dauerhaft und konsequent gesteigert. Diese Vorgehensweise ist aufgrund der aktuell unberechenbaren Pandemie-Entwicklung das sinnvollere Vorgehen anstelle der Planung von Aktionstagen in Form von Events, wo möglicherweise Besucher an einzelnen Tagen, dann aber in großen Mengen kommen.