

Deloitte.

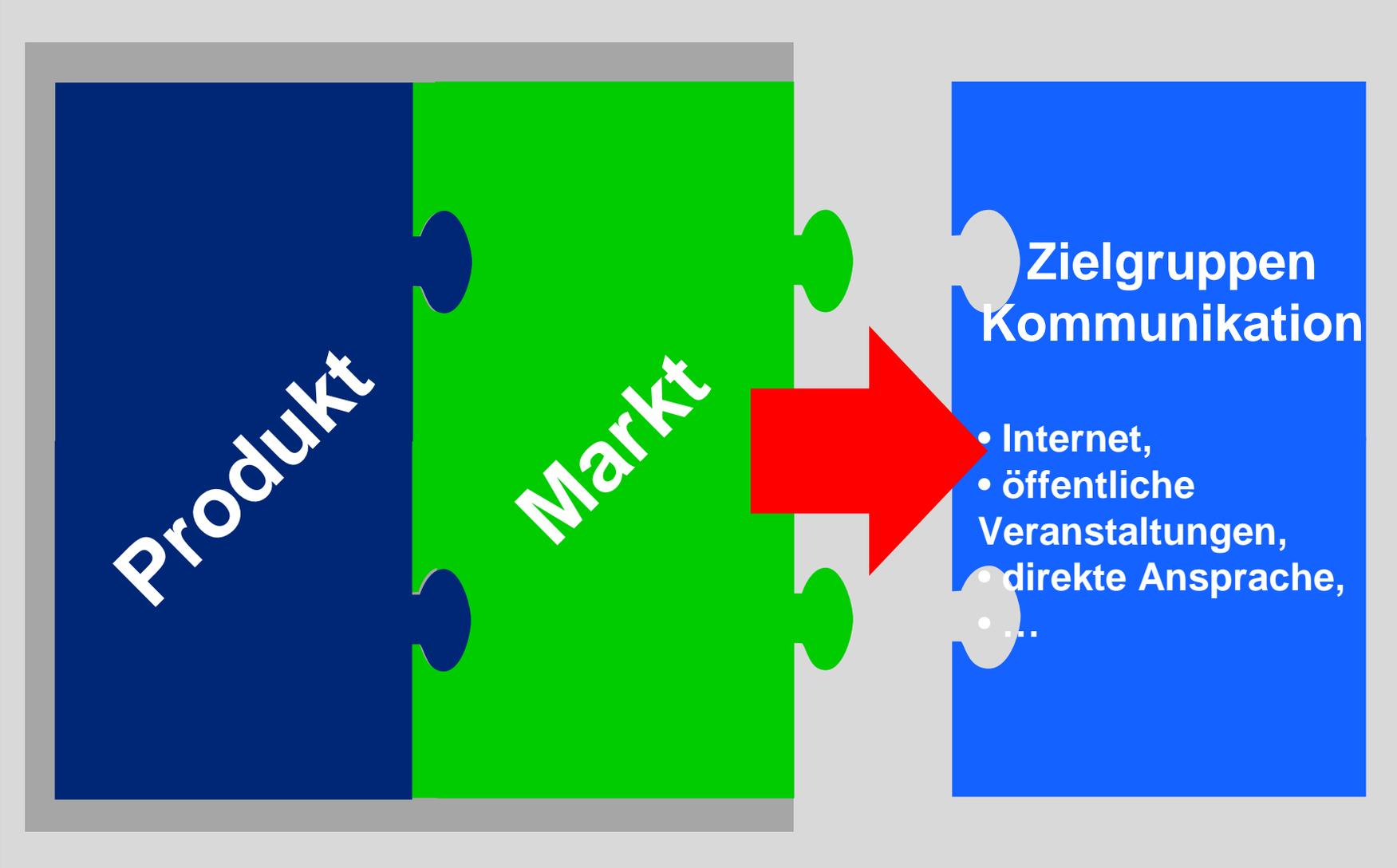


Stadt Wuppertal
Stadtumbau. Wohnqualität. Marketing.



15. Dezember 2009 – Peter Wallner

Marketing-Grundgedanke



Exemplarische Vorgehensweise

Stadtumbau.

Wohnqualität.

Marketing.

1. Analyse der Ist-Situation Wuppertal und bundesweit
2. Zielgruppendifkussion
3. Bedarfsanalyse
4. Schaffung bedarfsgerechter Angebote
5. Kommunikationsstrategie

Ist-Analyse

Stadt Wuppertal

Kenngroßen

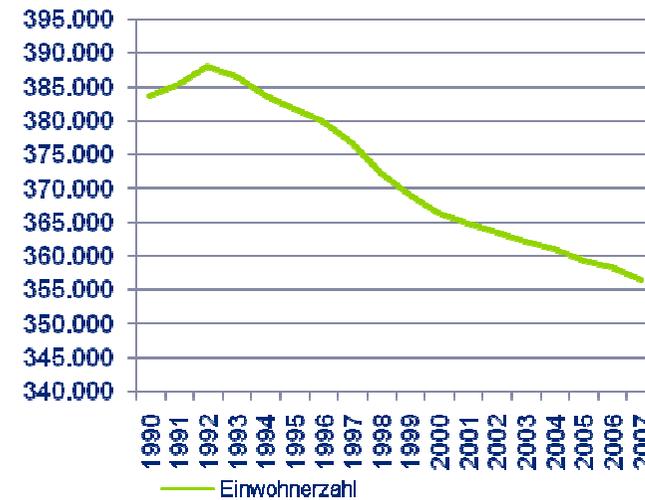
- 356.420 Einwohner
- 21.003 Arbeitslose ($\approx 5,9\%$)
- Verfügbares Einkommen je Einwohner 20.969 €
- Fehlbetrag Haushalt Wuppertal 120 Mio. € (2008)
- Kommunale Investitionsquote 3,0% (2007)
- Pendlersaldo 1,1 pro 100 Einwohner
- Unternehmenssitze/ Universitäten
 - Bayer AG
 - Brose Fahrzeugteile GmbH
 - Delphi Corporation
 - Bergische Universität Wuppertal

Gesellschaftliche Megatrends

- Mobilität
- 2/3-Gesellschaft
- Veränderte Lebensstile
 - Zunahme von Singlehaushalten
 - Anstieg des Wohnflächenverbrauchs
 - Verlagerung von Qualitätsanforderungen
 - Funktionalität vs. Optik

Immobilienutzung
im Wandel
→ Handlungsbedarf

Bevölkerungsentwicklung



Leitlinien und Ziele

- Wuppertaler Stadtentwicklung 2015
 - Stärkung der Wirtschafts- und Innovationskraft
 - Umkehr des Stadtfluchttrends
 - Reaktion auf veränderte Sozialstrukturen
 - Umsetzung regionaler Projekte
 - Aufbesserung des kommunalen Haushalts
 - Bürgerorientierung

Ist-Analyse

Problemspirale und Folgen

Wuppertal und bundesweit

Wirtschaftlicher Strukturwandel



Rückgang von Industrien/ Firmenstandorten
Fokus auf Lohn-/ Lohnnebenkosten

Sinkende Erwerbstätigenquote



Steigende Arbeitslosenzahl → sinkende Nachfrage
Zunahme Leerstand und Erlösschmälerungen

Haushaltsdefizit



Sinkende Investitionsquote
Zunahme Instandhaltungsstau öffentl. Gebäude

Veränderung der Sozialstruktur



Zunahme Transferleistungsbezieher und
Bevölkerung mit Migrationshintergrund

Bevölkerungsverluste



Abwanderung in Wirtschaftszentren und tlw.
Stadtflucht

Alterung



Veränderung der Alterspyramide → geringe
Geburtenraten, steigende Lebenserwartung

Zielgruppendiskussion

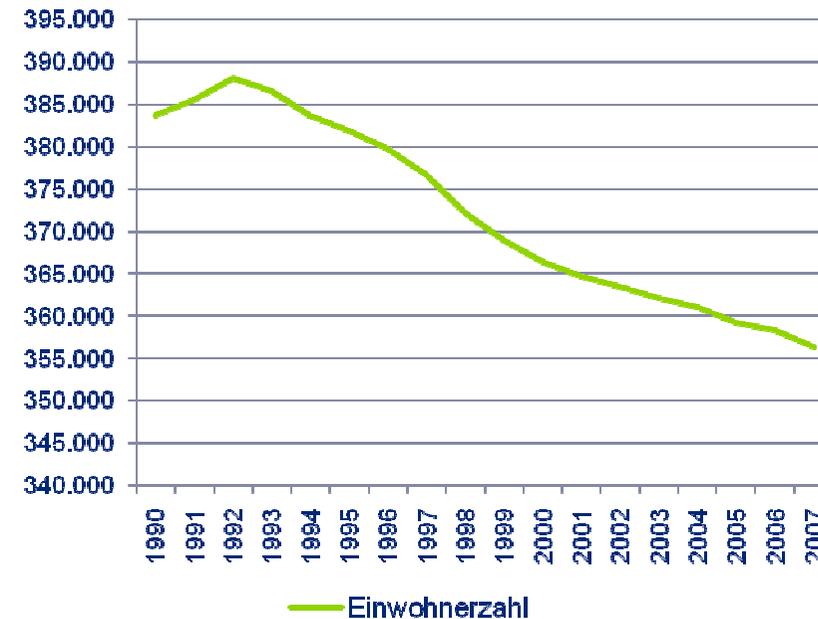
Zielgruppendefinition und –gewinnung

Deutliche Abwanderungstendenz

- wen gewinnen?
- wen halten?

Mögliche Zielgruppen:

- Berufspendler
- Innovative-Einkommensstarke
- Junge Familiäre
- Studenten



Handeln der Kommunalen Gemeinschaft:



Bedarfsanalyse

Haben wir die richtige Produkt-Markt-Kombination? (1)

1. Entsprechen unsere Wohnungen und Wohnquartiere den Ansprüchen unserer Zielgruppen?

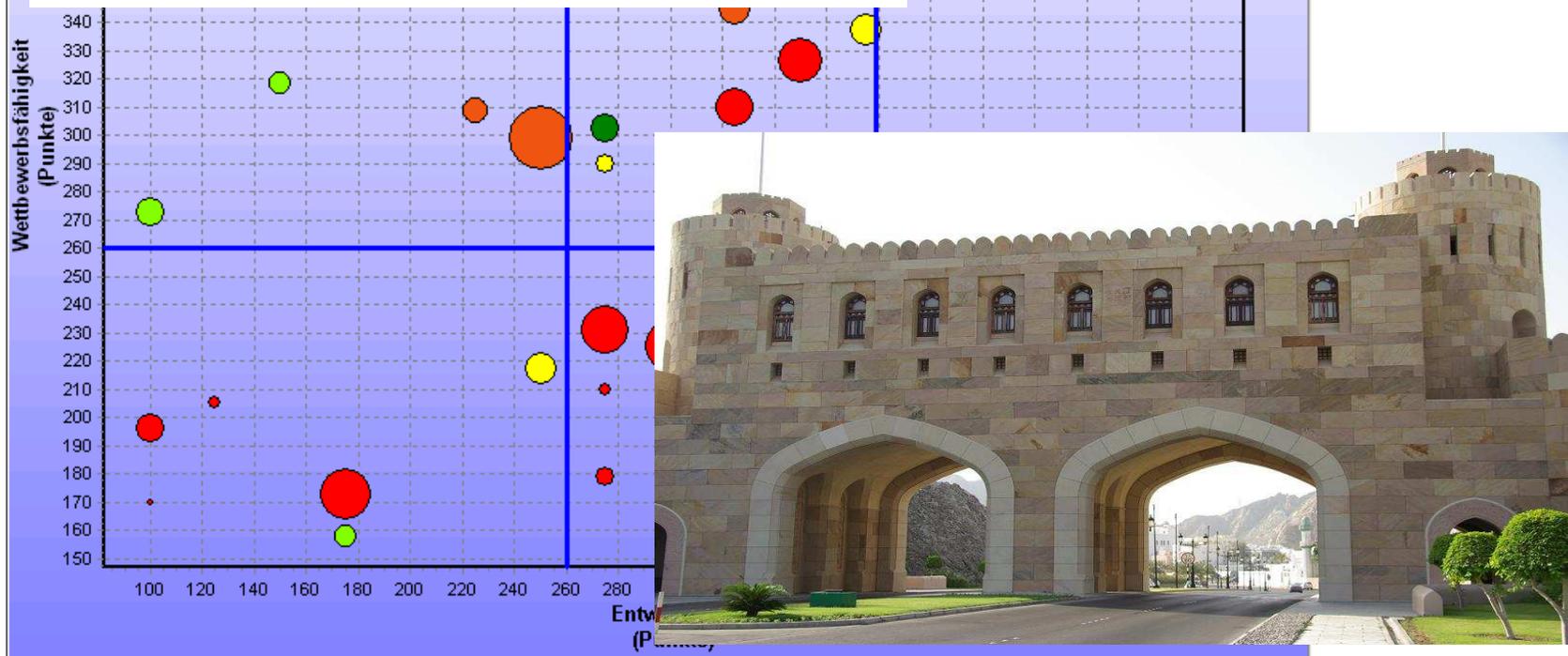


Bedarfsanalyse

Haben wir die richtige Produkt-Markt-Kombination? (1)

2. Erfüllt die Qualität des öffentlichen Raumes die Bedürfnisse der Zielgruppen?

- Aufenthaltsqualität
- Entrees der Stadt (v.a. Bahnhöfe)
- Naherholung



Bedarfsanalyse

Haben wir die richtige Produkt-Markt-Kombination? (2)

3. Ist die gegenwärtige öffentliche Infrastruktur bedarfsgerecht ausgebaut?

- Kapazität
- Qualität (z.B. Barrierefreiheit, Zugänglichkeit)
- Erreichbarkeit etc.



4. Erreichen wir eine gezielte Ansprache unserer Zielgruppen mit den gegenwärtigen Kommunikationsmedien?

- Printmedien
- Internet
- Erkennbarkeit im öffentlichen Leben



Schaffung bedarfsgerechter Angebote

Wohnen

Wenn Junge Familiäre eine wichtige Zielgruppe wären...

... hat Wuppertal dann genug familiengerechte

✓Wohnungen?

✓Häuser?

✓Quartiere?

✓Überall in der Stadt?

✓Wie können bestehende Objekte und Quartiere entsprechend ertüchtigt werden?

Schaffung bedarfsgerechter Angebote Infrastruktur und Öffentliche Gebäude

Was müssen und können wir tun...

- ✓ Revitalisierung ungenutzter Flächen
- ✓ Infrastrukturelle Einrichtungen
- ✓ Öffentliche Gebäude
 - Emotionale Bezüge
 - Emotional-funktionale Bezüge (z.a. Schulen)
 - Unmittelbar funktionale Bezüge (v.a. VHS, Rathaus u.ä.)
 - Mittelbare Bezüge
- ✓ Unter Gesichtspunkten von
 - Kosten,
 - Mengen,
 - Nutzung und Nutzbarkeit,
 - Optik,
 - Ökologie?

Deloitte.



Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit

Deloitte bezieht sich auf Deloitte Touche Tohmatsu, einen Verein schweizerischen Rechts, und/oder sein Netzwerk von Mitgliedsunternehmen. Jedes dieser Mitgliedsunternehmen ist rechtlich selbstständig und unabhängig. Eine detaillierte Beschreibung der rechtlichen Struktur von Deloitte Touche Tohmatsu und seiner Mitgliedsunternehmen finden Sie auf www.deloitte.com/de/UeberUns.
© 2009 Deloitte & Touche GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

Member of Deloitte Touche Tohmatsu