



Forum Wohnstandort Wuppertal

Ziele und Vorgehensweise

Arbeitskreis Marketing

Forum Wohnstandort Wuppertal
am 30. 11. 2010

wohlich
keiner wie wir



Aufgabenstellung :

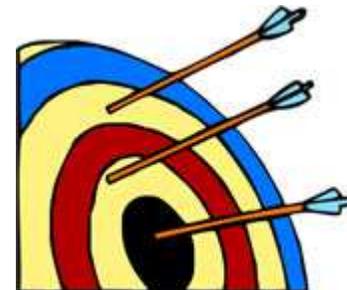
Marketing für den Wohnstandort Wuppertal machen!

Ausgangslage:

Genügend Wohnraum in unterschiedlicher Qualität ist vorhanden.

Sehr gutes Preis-Leistungsverhältnis im Vergleich zur Rhein- und Ruhrschiene, was aber kaum bekannt ist.

Image der Stadt Wuppertal als Industriestandort.





Zusammensetzung des Kreises

Vertreten sind folgende Wuppertaler Immobilienakteure:

- Wohnungsbaugesellschaften
- Makler
- Architekten
- Sparkasse
- Bauträger
- Wirtschaftsförderung
- Stadt Wuppertal

- Uni
- Wuppertal Marketing





Externe Unterstützung durch:

Prof. Dr. Jörg Erpenbach

Prodekan Marketing Management der BiTS in Iserlohn

Mit Kompetenzen in den Bereichen Marketing
und Wohnungs- und Immobilienwirtschaft

Hat schon für zahlreiche andere Wohnungsvermarktungsprojekte gearbeitet.

Kontakt kam über die GWG zustande.





Vorgehensweise:

Kurzfristige Aktionen

oder

langfristige Visionen?





Entscheidung für eine pragmatische Strategie:

Konzept- und Maßnahmenentwicklung
für eine exemplarisch ausgewählte Zielgruppe





Die Wahl für eine Zielgruppe fiel auf ...

... Studenten

Begründung:

- Zukunftsorientierte Zielgruppe
- Standortvorteil Universität nutzen
- klar beschriebene und zahlenmäßig fassbare Zielgruppe
- „gut zu finden“





Vorübergehende Erweiterung der Arbeitsgruppe um Vertreter der Bergischen Universität

Wir erhielten folgende Informationen:

- insgesamt studieren ca. 14.000 junge Menschen an der Uni
- 17 % der Studenten wohnen in Wuppertal
- 20.000 Abiturienten usw. bewerben sich für die Uni
- 11.000 erhalten einen Zulassungsbescheid
- maximal 3.000 können angenommen werden
- im letzten Jahr waren es 2.200 Studenten





Mini-Wettbewerb, zu dem 5 junge Agenturen kurzfristig für einen Beitrag aufgefordert wurden.

Briefing (Auszug):

Die neu zu entwickelnden Kommunikationsmaßnahmen sollen dazu beitragen, die potentiellen Studenten davon zu überzeugen, nicht nur an der BUW zu studieren, sondern auch in Wuppertal zu leben bzw. zu wohnen. Hierbei sollte in einer Auflage von 10.000 Ex. eine innovative Ansprache (Postkarte, Flyer o.Ä.) im Zusammenhang mit der Versendung der Zusagen erarbeitet werden, die auf eine neu zu konzipierende Internetpräsenz führt. Auf dieser Microsite soll überzeugend über die Vorteile des Lebens bzw. Wohnens in Wuppertal informiert werden und es ist ein eindeutiger Mehrwert zu schaffen, bspw. über die Verlinkung mit ergänzenden Seiten (Stadt Wuppertal, Bafög, Wohnungsunternehmen, Kultur, Sport, Freizeitangebote etc.).



Idee der Agentur wisuell

Versand von 11.000 polaroid-ähnlichen Flyern gemeinsam mit den Zulassungsbescheiden

Aufbau einer Internet-Präsenz www.wuppertal-nur-hier.de

Anreize durch Gewinnspiel

Werbung durch Plakate, Postkarten, Abreißzettel usw.





Home - Wuppertal: Nur hier. - Windows Internet Explorer

http://www.wuppertal-nur-hier.de/

Wuppertal: Nur hier.

Home Bild hochladen Gewinnspiel Impressum

Klick Dich durch die Vielfalt Wuppertals ...

... und lade ein **Foto mit Dir, Deiner Location** und mit kurzem Statement hoch.

Mit Deinem Foto nimmst Du an einer **Verlosung von attraktiven Preisen** teil.

Die besten Insidertipps für die schönsten Plätze zum Bleiben und Verweilen von Studi zu Studi.

In meiner Wohnung im Briller Viertel komme ich so richtig in Schwung.
Johanna, Architektur

In meiner Altbau-Wohnung fühle ich mich wohl.
Daniel, Druck- und Medientechnik

Glänzende Aussichten am Opernhaus...
Matthias Haschke, Wuppertal Marketing

Wuppertal hat mehr zu bieten als nur die Schwebebahn:

- > ausreichend Wohnraum in sehr gutem Preis-Leistungsverhältnis
- > schöne Altbau-WGs
- > angesagte Club- und Kneipenszene
- > vielfältige Stadtviertel
- > ganz viel Grün in der Stadt und drumherum

Rundherum eine schöne Wander- und Laufstrecke...
Anja, WiWi / BWL / VWL

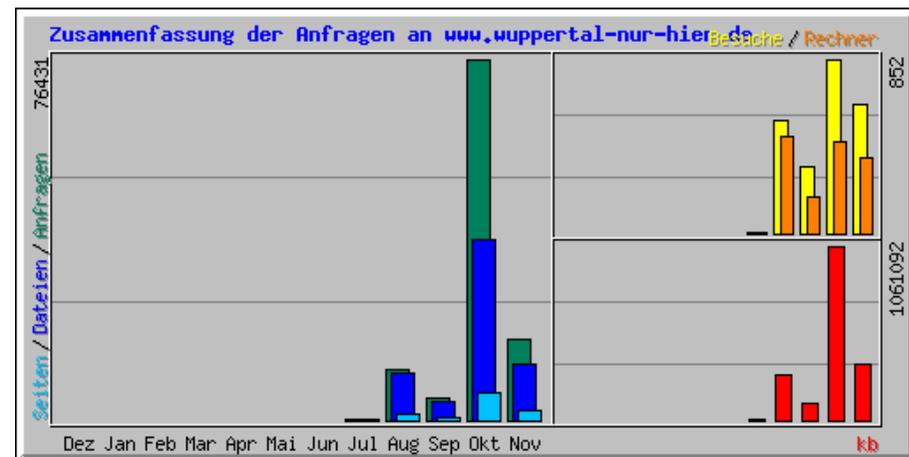


Erste Ergebnisse:

Wuppertal fingen 2.800 Studenten ihr Studium an (nach 2.200 im Vorjahr)

Gute Zugriffszahlen auf den Internet-Seiten

Zustimmung von Uni und Partnern





... und wie geht es weiter beim
Marketingkonzept Wohnen in Wuppertal?





Entscheidung für eine neue Zielgruppe:

Einpendler nach Wuppertal

In einer Klausurtagung im Januar 2011 wird der Arbeitskreis die Aufgabenstellung präzisieren, Ideen und Maßnahmen entwickeln sowie sich Gedanken zur weiteren Finanzierung des Marketingkonzeptes machen.





Fazit:

Es gibt noch viel zu tun!

Wir sind auf einem guten Weg!

Unsere Stadt hat das Engagement aller verdient

wohlich
keiner wie wir