

Vorlage		Vorlage-Nr:	FB 23/0442/WP16
Federführende Dienststelle: Immobilienmanagement		Status:	öffentlich
Beteiligte Dienststelle/n: Fachbereich Presse und Marketing		AZ:	
		Datum:	23.10.2013
		Verfasser:	FB 23/01
Projekt: Entwicklung des Gewerbepark Brand (ehemals Camp Pirotte) Vermarktungskonzept			
Beratungsfolge:		TOP: __	
Datum	Gremium	Kompetenz	
19.11.2013	WLA	Kenntnisnahme	

Beschlussvorschlag:

Der Wohnungs- und Liegenschaftsausschuss nimmt den Sachstandsbericht der Verwaltung zur Kenntnis.

finanzielle Auswirkungen

Kosten ergeben sich in Höhe von überschlägig 32.000,00 €.

Erläuterungen:

Die Fraktion der Grünen hat in der Sitzung des Wohnungs- und Liegenschaftsausschusses am 10.09.2013 den Antrag eingebracht, für den Gewerbepark Brand ein spezielles Vermarktungsprofil zu erstellen. Der Wohnungs- und Liegenschaftsausschuss beauftragte die Verwaltung einstimmig, zeitnah eine Untersuchung zur Profilierung und Gestaltung des neuen Gewerbegebietes „Gewerbepark Brand“ (ehemals Camp Pirotte) durchzuführen.

In Abstimmung mit dem Fachbereich Presse und Marketing wurde bereits im Juni 2013 seitens der Projektleitung für die Entwicklung des Gewerbeparkes das Büro CarabinBackhaus communication mit der Konzeption und Gestaltung eines visuellen Erscheinungsbildes zur Vermarktung des Gewerbepark Brand beauftragt. In diesem Zusammenhang wurde auch Kontakt mit der IHK hergestellt, um Möglichkeiten der Vermarktung abzustimmen. Es wurde vereinbart, dass in den „Wirtschaftlichen Nachrichten“ der IHK (voraussichtlich in der Dezember-Ausgabe) ausführlich über den Gewerbepark und die Vermarktungsmöglichkeiten berichtet wird. Auch die Handwerkskammer Aachen wurde kontaktiert; das dortige Presseorgan, die „Handwerkswirtschaft“, wird ebenfalls in geeigneter Form unterstützen.

In der Zwischenzeit wurden folgende Maßnahmen zur Bewerbung des Gewerbepark Brand erarbeitet:

- Ein **Logo** für den Gewerbepark,
- Ein **Keyvisual** führt zur Grundidee der visuellen, werblichen Ansprache,
- Die **Website** transportiert ausführlich alle Inhalte,
- Die **Exposémappe** transportiert die individuellen Inhalte,
- Die **Plakatkampagne** in der Stadt: in/auf Bussen, auf Litfaßsäulen, Citylights, Megalight-Boards, im Stadtverteiler,
- Zwei **Infotafeln** (3x3 m) auf dem Gelände,
- Im Stadtteil Brand wird mit **Streumitteln** die Bevölkerung erreicht,
- In der lokalen Presse und bei den Kammern werben **Anzeigen** für die Fläche.

Der Slogan für die Werbekampagne, die voraussichtlich Ende November/Anfang Dezember beginnen wird, lautet:

Platz für alle Talente

Gewerbepark Brand – viel Raum auf über 130.000 m² .

In der Sitzung des Wohnungs- und Liegenschaftsausschusses werden die Einzelmaßnahmen vorgestellt.

Anlage/n:

keine