

Leitfaden für die Bewerbung des Stadtmarketing-Preises 2024

Prolog: Im Zeitalter der Globalisierung und der digitalen Vernetzung ist ein effektives Stadtmarketing für die Entwicklung und das Wachstum einer Stadt unerlässlich. Stadtmarketing ist nicht nur ein Instrument zur Förderung des Tourismus und der Wirtschaft, sondern spielt auch eine entscheidende Rolle bei der Identitäts- und Imagebildung einer Stadt. Es geht darum, Wuppertal als Marke zu positionieren, die sowohl für ihre Bürgerinnen und Bürger als auch für Besucherinnen und Besucher, Geschäftsleute und potenzielle Neubürgerinnen und Neubürger attraktiv ist. Durch gezieltes Stadtmarketing können Städte ihre Einzigartigkeit herausstellen, ihre Stärken betonen und Herausforderungen strategisch angehen.

Wir suchen: Projekte, Initiativen und Organisationen, die die Strahlkraft Wuppertals nach innen zur Förderung der städtischen Identität und / oder nach außen zur Steigerung der Attraktivität und der Bekanntheit der Stadt beitragen. Der Wuppertaler Wirtschaftspreis für das beste Stadtmarketing ehrt die vielfältigen Aktivitäten und Bemühungen und wertschätzt die Bedeutung diese Engagements.

Ihre Bewerbung: Sie wurden für den Stadtmarketing-Preis nominiert oder möchten Sie sich selbst bewerben? Dann erzählen Sie uns Ihre Erfolgsgeschichte. Gesucht werden Bewerbungen, die mit kreativen und wirkungsvollen Maßnahmen die Lebensqualität sowie das Image der Stadt nachhaltig verbessern und ein positives Bild von Wuppertal nach innen und außen vermitteln.

Der folgende Fragenkatalog gibt Ihnen Anregungen, was wir über Ihre konkrete Tätigkeit und Engagement erfahren möchten. Durch unseren GIN-Booster können Sie Extrapunkte für Ihre Bewerbung erhalten, wenn Sie die Themen Nachhaltigkeit, Innovation und Gemeinwohl auch in Ihrem Geschäftsmodell berücksichtigen

Kriterien der Erfolgsmessung: Je mehr Daten, Fakten und Zahlen Sie anführen, die Ihren erfolgreichen Weg bestätigen, umso leichter kann die Jury Ihrer Argumentation folgen. Bitte fügen Sie daher Ihrer Beschreibung unterstützende Dokumente, Berichte oder Bild-/Videomaterial bei, die die Wirksamkeit und den Erfolg Ihres Engagements belegen.

Strahlkraft nach innen (300 Punkte)

Projektbeschreibung und Ziele: Beschreiben Sie bitte Ihr Projekt oder Ihre Initiative. Welche Ziele verfolgen Sie damit und wie können diese zur Verbesserung des städtischen Lebens in Wuppertal beitragen?

Beitrag zur städtischen Identität: Trägt Ihr Projekt zur Stärkung der städtischen Identität und des Zugehörigkeitsgefühls der Wuppertaler bei? Inwiefern spiegelt es die kulturellen, historischen oder auch sozialen Besonderheiten Wuppertals wider?

Einbindung der Gemeinschaft: Wie binden Sie die Wuppertaler Bevölkerung in Ihr Projekt ein? Mit welchen Maßnahmen und Methoden fördern Sie eine breite und vielfältige Teilnahme?

Kommunikation und Sichtbarkeit: Wie machen Sie Ihr Projekt in der Stadtweit bekannt? Welche Kommunikationskanäle nutzen Sie, um eine hohe Sichtbarkeit und ein breites Bewusstsein zu erreichen?

Feedback und Evaluation: Sammeln Sie die Rückmeldungen von den Bürgerinnen und Bürgern Wuppertals und fließen diese in die Weiterentwicklung Ihres Projektes ein?

Strahlkraft nach außen (400 Punkte)

Außenwirkung und Imagebildung: Welche Zielgruppen außerhalb der Stadt werden von Ihrem Projekt angesprochen? Und wodurch trägt Ihr Projekt dazu bei, das Image Wuppertals über die Stadtgrenzen hinaus zu verbessern?

Kommunikationsstrategien: Welche Strategien und Kanäle nutzen Sie, um Ihr Projekt überregional zu kommunizieren und Wuppertal positiv darzustellen?

Vernetzung und Kooperationen: Gibt es Partnerschaften oder Kooperationen mit anderen Organisationen, Unternehmen oder Städten, die zur überregionalen Bekanntheit Wuppertals beitragen?

Besondere Erfolge und Anerkennungen: Hat Ihr Projekt bereits überregionale Aufmerksamkeit erreicht oder Auszeichnungen erhalten? Bitte führen Sie diese auf.

Zukunftspläne: Wie wollen Sie die Wirkung Ihres Projektes in Zukunft weiterentwickeln und das Image Wuppertal als lebenswerte, offene Stadt zu positionieren?

GIN-Booster (300 Punkte):

Für außergewöhnliches Engagement in unseren drei Fokusthemen: Hier können Sie bis zu 300 Extra-Punkte zu erreichen, wenn Sie in Ihrem Tun ein besonderes Augenmerk auf die Themen Gemeinwohl, Innovation und Nachhaltigkeit legen. Mit dem Preis für das beste Stadtmarketing möchten wir solche Projekte und Initiativen besonders hervorheben.

Gemeinwohl: Wie verbessert Ihr Projekt oder Initiative das Gemeinwohl in Wuppertal? Nennen Sie Beispiele für positive Auswirkungen auf die Lebensqualität und das soziale Miteinander in Wuppertal.

Innovation: Zeichnet sich Ihr Projekt durch innovative und kreative Lösungsansätze aus? Erläutern Sie, inwiefern Ihre Initiative neue Wege geht, um den Herausforderungen Wuppertals in Bezug auf ein positives Image kreativ und effektiv begegnet.

Nachhaltigkeit: Beschreiben Sie die Integration von Nachhaltigkeit in Ihrem Projekt oder Ihrem Engagement und den erwarteten langfristigen Nutzen. Kann Ihr Projekt dauerhaft positive Effekte für Umwelt und Gesellschaft erzielen?

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung und wünschen Ihnen viel Glück!

Bitte senden Sie Ihre vollständige Bewerbung, wenn notwendig gern per Wettransfer, an lieser@wuppertal-aktiv.de

Postalisch: wuppertalaktiv! e.V., Lise-Meitner-Straße 13, 42119 Wuppertal

Der Einsendeschluss ist der 31. Mai 2024.

Denke Sie bitte daran, einen Ansprechpartner und entsprechende Kontaktdaten zu nennen.