

Anlage II: „Aufgabenprofil des Stadtmarketings“

1. Konzeptarbeit

- Entwicklung einer „Marke Schwelm“ zur Erhöhung der Standortattraktivität
- Projektarbeit aus den Arbeitskreisen und deren Betreuung
- Kooperation mit „Haus und Grund“ (Stammtisch Hauseigentümer)
- Einwerbung von Projektfördergeldern

2. Unterstützung von Arbeitskreisen

- Fortführung der bestehenden Arbeitskreise
- Aktivierung neuer Arbeitskreise

3. Eventmarketing

- Frühjahrsmesse, Trödelmarkt, Weihnachtsmarkt
- Weiterentwicklung bestehender und Entwicklung neuer Events

4. Tourismusförderung

- Kooperation mit Kulturanbietern und EN-Agentur
- Vernetzung mit Haus Martfeld (Nutzung und Vernetzung der Ressourcen)
- Sicherstellung des Erhalts und Weiterentwicklung der Wander- und Radfahrwege

5. Aktivitätenkalender

6. Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

- Schwelmer Fanartikel

7. Netzwerk

- mit Wirtschaftsförderer der Stadt Schwelm
- Förderern/Sponsoren der Stadt
- Sozialen Initiativen, Vereinen, Freiwillige Feuerwehr
- Einbindung in die Stadtplanung
- Sicherung und Stärkung des Einzelhandels
- Verbesserung des freien W-Lan Angebotes