

07.06. 2015

Anfrage:

Betr. Ergänzung der Umsetzungsstrategie für das Einzelhandelskonzept

Der WDR berichtete über eine Initiative mit der Bezeichnung „onlineCity-Wuppertal“.

Diese online-Plattform für eine Vermarktungsstrategie für kleine „Eigentümer geführte“ Handels- und Dienstleistungsgeschäfte hat zumindest in der Beispielstadt Wuppertal zu erstaunlichen Ergebnissen geführt : Ein Schokoladengeschäft z. B. kam nach jahrelangen Umsatzrückgängen zwischen 2-3 % seit Beginn der Initiative zu einem Umsatz**plus** von mehr als 10 % und damit nach den Worten des Inhabers „zu neuer Zuversicht und Perspektive“.

Den offiziellen onlineCity-Flyer in Kopie habe ich beigelegt, um den Zugang zu mehr Informationen zu beschleunigen.

Um eine sachliche Diskussion in unserem Ausschuss anzustoßen, beantrage ich die Einladung eines/r verantwortlichen Mitarbeiters*in dieses Projektes aus Wuppertal mit der Bitte um eine Einführung in die Philosophie und die praktischen Erfahrungen dieses Projektes.

Folgende grundsätzlichen Fragen zur Einschätzung habe ich :

1. Wie gedenkt die Wirtschaftsförderung mit dieser Initiative umzugehen?
2. Könnte damit eine sinnvolle Strategie zur Stärkung der Nebenzentren und der Nahversorgungszentren und zu einem Impuls für die Entwicklung der Ergänzungsstandorte entwickelt werden?

Tomas Grohé