

17. April 2024

Stadtmarketing

Das sind die 5 überzeugendsten Stärken von Bocholt



© Stadtmarketing Bocholt

Die Stadt Bocholt und das Stadtmarketing haben heute unter fachlich-wissenschaftlicher Begleitung von Peter Pirck von der Brandmeyer Markenberatung aus Hamburg und Prof. Dr. Sebastian Zenker von der Copenhagen Business School die Ergebnisse der Markenanalyse Bocholt vorgestellt.

Die Analyse basiert auf Marken-Camps, Interviews und einer Online-Befragung, die im Auftrag von Stadt und Stadtmarketing im Januar und Februar 2024 durchgeführt wurden. Das Hauptziel dieser Umfrage war es, die überzeugendsten Stärken aus Sicht der Stadtbevölkerung sowie der Menschen aus dem Umland zu ermitteln. Die ermittelten Stärken werden eine wichtige Rolle im weiteren Prozess der Markenetablierung spielen.

Konzentration auf die Stärken

Ein Ergebnis der Markenanalyse ist, dass Bocholt von allen rund 2000 Teilnehmerinnen und Teilnehmern als insgesamt "sehr positiv" bewertet wurde. Das fällt besonders im Vergleich zu anderen Städten auf, die ebenfalls einen Markenprozess durchlaufen haben. Als häufigste Assoziationen werden "Fahrrad" und "Aa / Aasee" mit Bocholt in Verbindung gebracht. Aber: Der Fokus bei der Markenanalyse lag darauf, nicht nur zu ermitteln, was mit Bocholt assoziiert wird - sondern was die Stadt attraktiv macht (sogenannte Markentreiber).

Markeninhalte

Mit Hilfe der Online-Befragung konnten fünf Stärken Bocholts - der Kern der Stadtmarke Bocholt - identifiziert werden. So kann sich Bocholt am besten im Wettbewerb der Städte positionieren und profilieren:

Die Niederlande vor der Tür

Bocholt hat eine einzigartige Lage an der Schnittstelle von Münsterland, Ruhrgebiet und Niederrhein. Was Menschen jedoch am meisten an Bocholts Lage schätzen, ist die unmittelbare Nähe zu den Niederlanden.

Fahrradfreundliche Stadt

Wie vielleicht keine andere Mittelstadt Deutschlands ist Bocholt durch das Fahrrad geprägt. Kurze Wege in der Stadt, gute Fahrradwege und eine starke Verankerung in der Bevölkerung zeichnen die Fahrradstadt Bocholt aus.

Starker Wirtschafts- und Hochschulstandort

Die innovative Westfälische Hochschule und die von einem gesunden Mittelstand mit vielen Familienunternehmen geprägte Wirtschaft machen Bocholt zu einem starken Standort mit attraktiven Jobperspektiven. Sichtbares Zeichen von Bocholts Wirtschaftskraft ist dabei der Industriepark.

Historie und Natur im Stadtbild

Am Stadtbild schätzt die Bevölkerung besonders, dass Bocholt "genau die richtige Größe" hat. Weitere sehr positiv bewertete Facetten sind die historischen Gebäude / Plätze wie das Historische Rathaus sowie die Natur, die zugleich viel Raum für die Outdooraktivitäten beinhaltet.

Stadt mit starker Gemeinschaft

Trotz einer Größe von über 70.000 Einwohnerinnen und Einwohnern wird in Bocholt Gemeinschaft gelebt - hier "kennt man sich" und pflegt durch ein starkes Ehrenamt sowie zahlreiche (Sport-)Vereine das Miteinander in der Stadt. Wichtige Kristallisationskerne der Gemeinschaft bilden dabei die Bocholter Kirmes und der Wochenmarkt.

Markenkommunikation

Als Top-Bildmotive wurden das Historische Rathaus, der Aasee, der Stadtwald und die Kirmes am häufigsten genannt. Bei den abgefragten Bocholt-Attributen ergeben sich die passenden Charakterzüge: heimatverbunden, naturverbunden, liebenswert sowie gesellig, gemeinschaftlich, familiär.

Grundlage für das Standortmarketing

Mit Hilfe der Analyse wurden zentrale Eckpfeiler für die Stadtmarke definiert, die auch für die Arbeit vieler Bocholter Unternehmen und Institutionen interessant sein können - gerade vor dem Hintergrund des Fachkräftemarketing. Aus den Ergebnissen können Handlungsempfehlungen für die Politik und Verwaltung abgeleitet werden. Die

Markenanalyse suchte bewusst nicht nach den Problemen und Schwachstellen Bocholts, sondern nach den Stärken. Die Aufgabe der gesamten Stadtgesellschaft wird es nun sein, den Standort Bocholt nach innen und nach außen zu präsentieren und die Stärken nicht nur aufzuzeigen, sondern diese auch zu leben.

Wozu eine starke Marke Bocholt?

Die Online-Befragung liefert mit ihrem ganzheitlichen Ansatz eine sehr gute Basis für das Standortmarketing. Stadtmarketing und Stadt Bocholt sehen es als konkreten Auftrag, in den nächsten Jahren gemeinsam mit der Stadtgesellschaft gezielt Storytelling, Bilder und Erlebnisse zu vermitteln, die auf den Ergebnissen der Befragung aufbauen. Indem es gelingt, die Stärken der Stadt noch besser zu vermitteln und zu repräsentieren, wird Bocholt im Wettbewerb der Städte und Regionen gestärkt. Von einer starken Marke Bocholt kann dabei die ganze Stadt profitieren: Mehr qualifizierte Fachkräfte für Bocholts Unternehmen, mehr Besucherinnen und Besucher, noch mehr Identifikation innerhalb der Stadtgesellschaft.

[Hier](#) finden Sie die vollständige Präsentation mit den Ergebnissen.