

Öffentlichkeitsarbeit Döppersberg

Rückblick 2014 und Ausblick 2015



1. Rückblick 2014

Sachlage

- Ende 2013:
Diskussion Teilspernung B7
- Mitte 2014:
Teilspernung B7

2. Ziele Öffentlichkeitsarbeit 2014

Thema: Das neue Tor zur Stadt

- Vertrauen und Transparenz schaffen
- Vermittlung des Projekts und der Ziele der Stadtentwicklung

3. Maßnahmen 2014

- persönliche Steuerung und Vermittlung durch Vorträge, Arbeitskreise, Diskussionsforen, Moderationen etc.
- Publikation des Döppersberg-Journal
- Realisierung der Internetseite **www.doeppersberg.de** mit google-map und Erreichbarkeitsplan
- Realisierung einer **APP Applikation** mit Augmented Reality
- Digitalisierung und Aktualisierung des **Renderings Döppersberg** mit **interaktiver Begehung** sowie Erstellung eines **Films/einer Animation** zur Darstellung des neuen Döppersberg

4. Persönliche Steuerung und Vermittlung

- über **15 Vorträge** mit durchschnittlich **50 Zuhörern** (Marketingclub, Universität, Interessengemeinschaften, Händlergemeinschaften, sozialen Einrichtungen etc.)
- **wöchentliche Sitzungen** mit dem **Redaktionsteam** zur Abstimmung und Steuerung der Öffentlichkeitsarbeit
- knapp **10 Sitzungen** des **Projektkreises Döppersberg** mit über 20 Vertretern aus Handel, IHK, Einzelhandelsverband, Gastronomie, WSW, Stadt und Wuppertal-Marketing zum Informationsaustausch, zur Sondierung von Problemstellungen und zur Abstimmung von Zielen und Inhalten
- **monatliche Abstimmung** und Informationsaustausch mit der Stadtspitze

5. Publikation Döppersberg-Journal

- 4 Ausgaben mit jeweils 8 Seiten
- über 80 Artikel und Beiträge zum Döppersberg: Interviews mit Betroffenen, Hintergrundinformationen, Karten, Kurzmeldungen etc.
- 1 Sonderausgabe zur Teilsperre der B7 im Juli mit großem Erreichbarkeitsplan und Busverkehrsplanung der WSW
- über 500.000 Exemplare in der Distribution
 - WZ Auflage 50.000 je Ausgabe (4x)
 - Wuppertaler Rundschau Auflage 200.000 je Ausgabe (1x)
 - Verteilung über den Handel in Elberfeld Auflage 50.000 (4x)
 - Distribution außerhalb Wuppertals mit der 4. Ausgabe 2014 (Wülfrath, Haan, Mettmann, Velbert, Schwelm, Ennepetal)



6. Internetseite

Analyse www.doeppersberg.de

Zeitraum: 01.07.2014 bis 31.10.2014

- 177.844 Seitenaufrufe
(68,6% neue Sitzungen, 31,4% returning visitors)
- Besucher: Juli: 30.716
- Besucher-Peak: Mitte Juli (19.07.2014: Teilspernung B7)
- Beliebteste Seiten:
„Das neue Tor zur Stadt“, „Baustelle: Interaktiver Rundgang“
- Durchschnittliche Besuchszeit auf einer Seite: 1:14 Minuten
(längste Besuchszeit „Erreichbarkeit“: 2:07 Minuten)
- Aufrufe „Baustelle – Interaktiver Rundgang“: 12.043
(07-2014 – 11.2014)
- Aufrufe „B7-Spernung jetzt auch auf google Maps“: 1.766
(07.2014 – 11.2014)



7. APP Applikation

Film, interaktiver Rundgang, Website

- Doeppersberg App für Android und IOS
- Aufrufe „Baustelle – 3D-Modell“: 9.440 Seitenaufrufe



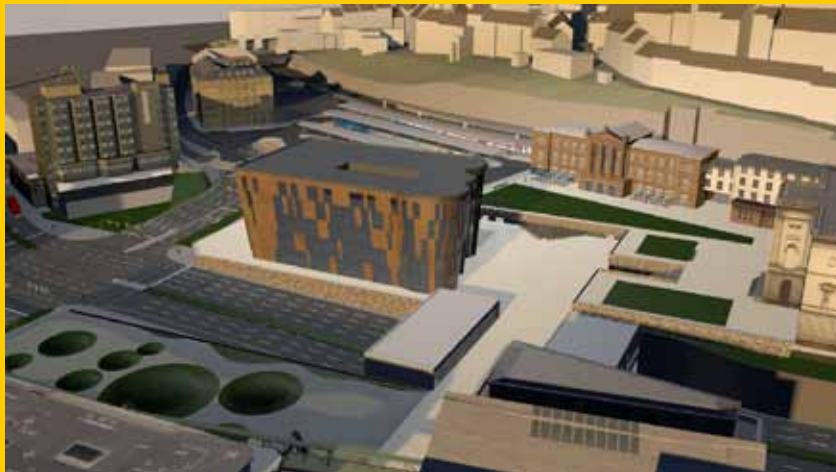
8. Rendering und Film Döppersberg

Fussgängerperspektive

- Digitalisierung und Aktualisierung des Modells
- Einarbeitung des Investorenentwurfs

Vogelperspektive

- AV-Animation zur Präsentation des neuen Döppersberg aus der



9. Ausblick 2015

Sachlage

- öffentliche Wahrnehmung der **Baustelle Döppersberg**
- **Verkehrsthemen** A46, Kiesbergtunnel und Parkstrasse
- **Entwicklungen** in der City

9. Ausblick 2015

Themenkontexte

- **Döppersberg:** Was passiert an der Baustelle
- **Impulse für die City:**
Erläuterungen der Zusammenhänge
zwischen **Döppersberg** und **Stadtentwicklung**

10. Ziele 2015 - 2017

- Baufortschritt des Umbau Döppersberg vermitteln
- Neue Qualitäten des künftigen Döppersberg aufzeigen
- Impulse des Umbau Döppersberg für die City aufzeigen
- Chancen und Potenziale der Stadtentwicklung kommunizieren
- City als erlebnisreichen Handels- und Dienstleistungsplatz zwischen traditionsreicher Geschichte und lebendiger Zukunft vermitteln