



RATSFRAKTION WUPPERTAL  
Fraktion im Rat der Stadt Wuppertal

An den  
Vorsitzenden des Ausschusses für  
Stadtentwicklung, Wirtschaft und Bauen  
Herrn Michael Müller  
Rathaus  
Johannes-Rau-Platz 1  
42275 Wuppertal

Es informiert Sie Herr Wierzba  
Anschrift Rathaus Barmen  
Johannes-Rau-Platz 1  
42275 Wuppertal  
Telefon (0202) 563-6272  
Fax (0202) 563-8573  
E-Mail fraktion@fdp-wuppertal.de

Datum 12.06.2013

**Große Anfrage**

**Drucks. Nr. VO/0558/13**  
öffentlich

---

Zur Sitzung am  
**03.07.2013**

Gremium  
**Ausschuss für Stadtentwicklung, Wirtschaft und Bauen**

---

## **Beteiligung des Rates an der Stadtentwicklung und dem Stadtmarketing**

Sehr geehrter Herr Müller,

momentan wird auf verschiedenen Ebenen an den Themen Stadtentwicklung und Stadtmarketing gearbeitet, ohne dass der Rat in die Arbeit eingebunden oder darüber informiert ist, obwohl er -wie beim Stadtentwicklungskonzept- der Auftraggeber ist. Dabei geht es unter anderem um die Erarbeitung des Stadtentwicklungskonzeptes "Wuppertal 2025", das neue Corporate Design der Stadt, die Marketingtätigkeit im Rahmen des Handlungsprogramms Wohnen, die Entwicklung eines Masterplans für die Elberfelder Innenstadt, das Zusammenwirken mit der ISG Barmen-Werth, die Zusammenarbeit mit der Wuppertal Marketing GmbH oder mit der Bergischen Entwicklungsagentur.

Daher bitten wir die Verwaltung um die Beantwortung der folgenden Fragen:

### **A) Stadtentwicklungskonzept "Wuppertal 2025"**

1. Wie sieht der Zeitplan für die Erarbeitung des Stadtentwicklungskonzeptes "Wuppertal 2025" aus?
2. Wie wird die Wuppertaler Kommunalpolitik - gemäß dem Ratsbeschluss VO/0421/11- in diese Beratungen eingebunden?
3. Wer ist der Auftraggeber der Agentur Scholz&Friends? Welchen Kosten stehen welche Leistungen der Agentur gegenüber?
4. Welches städtische Gremium wird an welcher Stelle des Prozesses den "Claim" beschließen?

## **B) Corporate Design**

5. Wer hat die Annahme dieser Schenkung beschlossen?
6. Welche Folgekosten entstehen für städtische Leistungseinheiten und Töchter, wenn sie dieses einheitliche Layout bei Drucksachen anwenden wollen?
7. Welche städtischen Töchter beteiligen sich an diesem Corporate Design?
8. Welche dieser städtischen Töchter hat in den vergangenen fünf Jahren selber eine Agentur mit der Erstellung eines eigenen CD beauftragt?
9. Wie ist die Wuppertal Marketing GmbH in die Erstellung des CD mit eingebunden worden?
10. In wie weit sind bereits mögliche Ergebnisse des Stadtentwicklungskonzeptes und des Stadtmarketingkonzeptes im Corporate Design berücksichtigt?

## **C) Außendarstellung der Stadt**

11. Ist im Rahmen des Stadtentwicklungskonzeptes auch ein neues Stadtmarketingkonzept geplant oder soll dies nachgelagert erstellt werden?
12. Wie werden die im Rahmen des "Handlungsprogramms Wohnen" und der Kampagne "Meilenstein Wuppertal" geleisteten Vorarbeiten der WMG eingebunden und genutzt?
13. Warum hat man ein Corporate Design erstellt, bevor das Stadtmarketingkonzept vorliegt?
14. In wie weit ist die Bergische Entwicklungsagentur in diese Arbeiten eingebunden?
15. Werden die Partner im Bergischen Städtedreieck in die Entwicklung eines Stadtentwicklungskonzeptes eingebunden?

## **D) Stadtentwicklungsmaßnahmen Barmen und Elberfeld**

16. In welcher Form sollen die geplanten und angedachten Einzelhandelserweiterungen in der Elberfelder Innenstadt koordiniert werden?
17. Wie werden daran Akteure wie die IG1 oder der BDA und die Politik beteiligt?
18. Mit welchen städtischen Maßnahmen sollen die Aktivitäten der ISG Barmen-Werth befördert und unterstützt werden?

Mit freundlichen Grüßen

Alexander Schmidt

- Mitglied im Ausschuss für Stadtentwicklung, Wirtschaft und Bauen -