



Industrie- und Handelskammer
Mittlerer Niederrhein

Strukturvergleich der Werbegemeinschaften im IHK-Bezirk Mittlerer Niederrhein

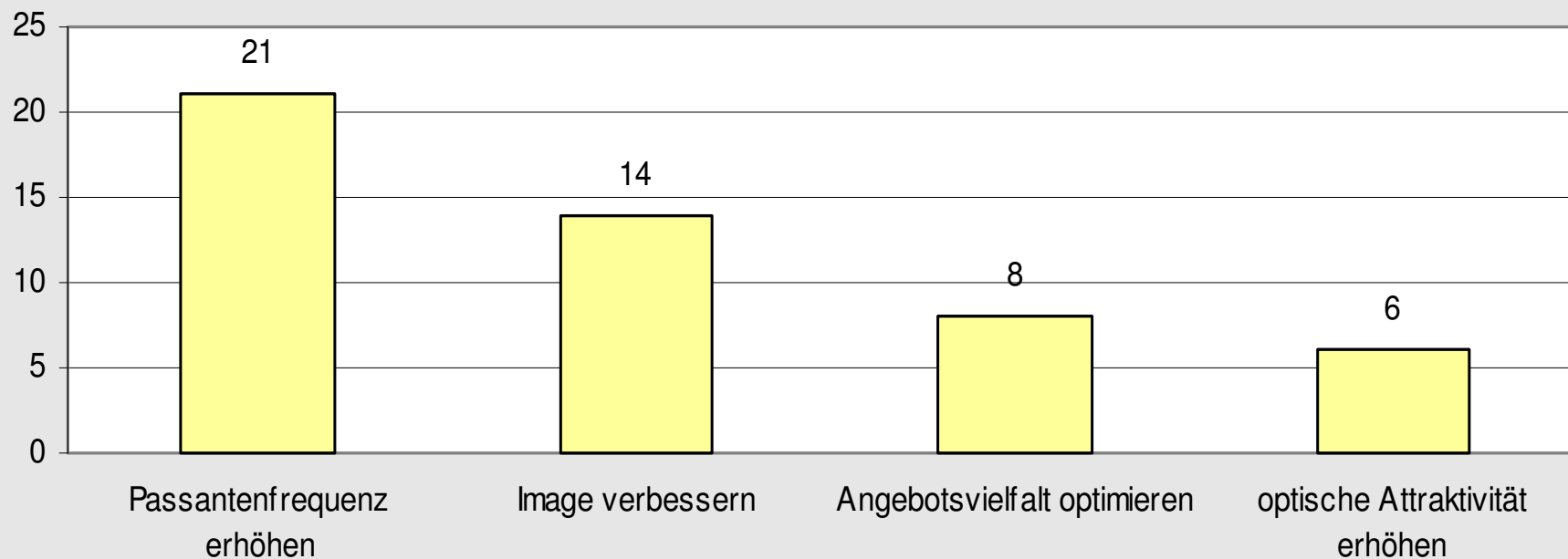
Romy Seifert, Referentin der IHK Mittlerer Niederrhein

- Umfrage im Juni 2010 durchgeführt
- 54 Werbegemeinschaften und ISGs
angeschrieben im IHK-Bezirk Mittlerer Niederrhein
(Krefeld – Neuss – Mönchengladbach – Viersen)
- Guter Rücklauf: 28 Antworten (52 %)



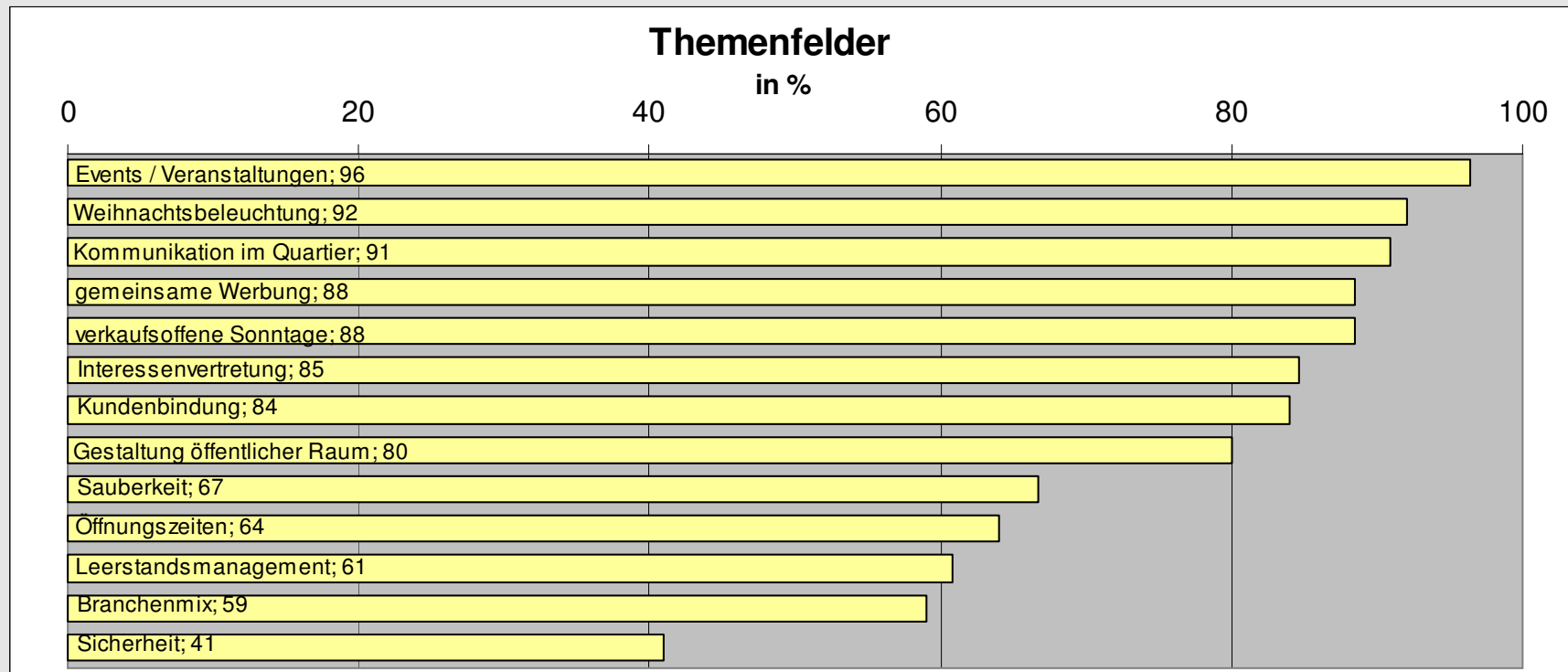
I. Aktivitäten der Interessengemeinschaften

Anzahl



Weniger wichtig:

- Kommunikation verbessern
- Sicherheit und Sauberkeit

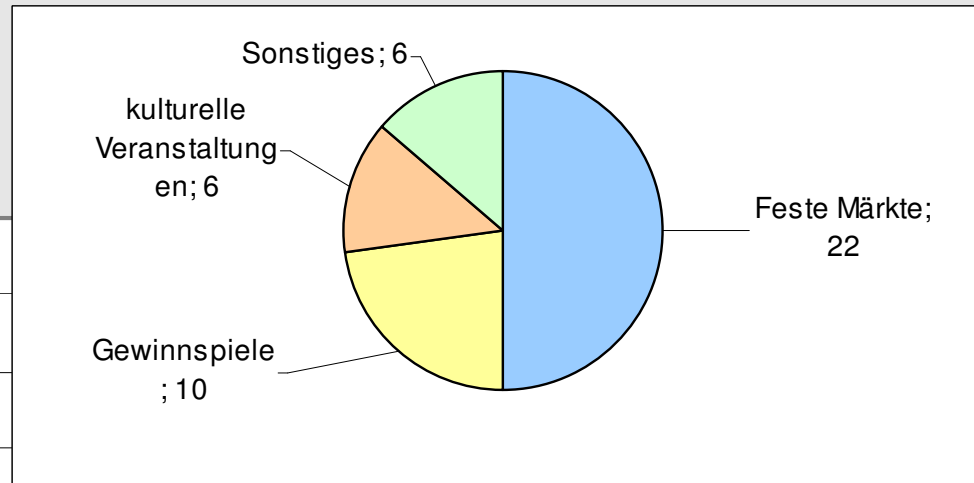
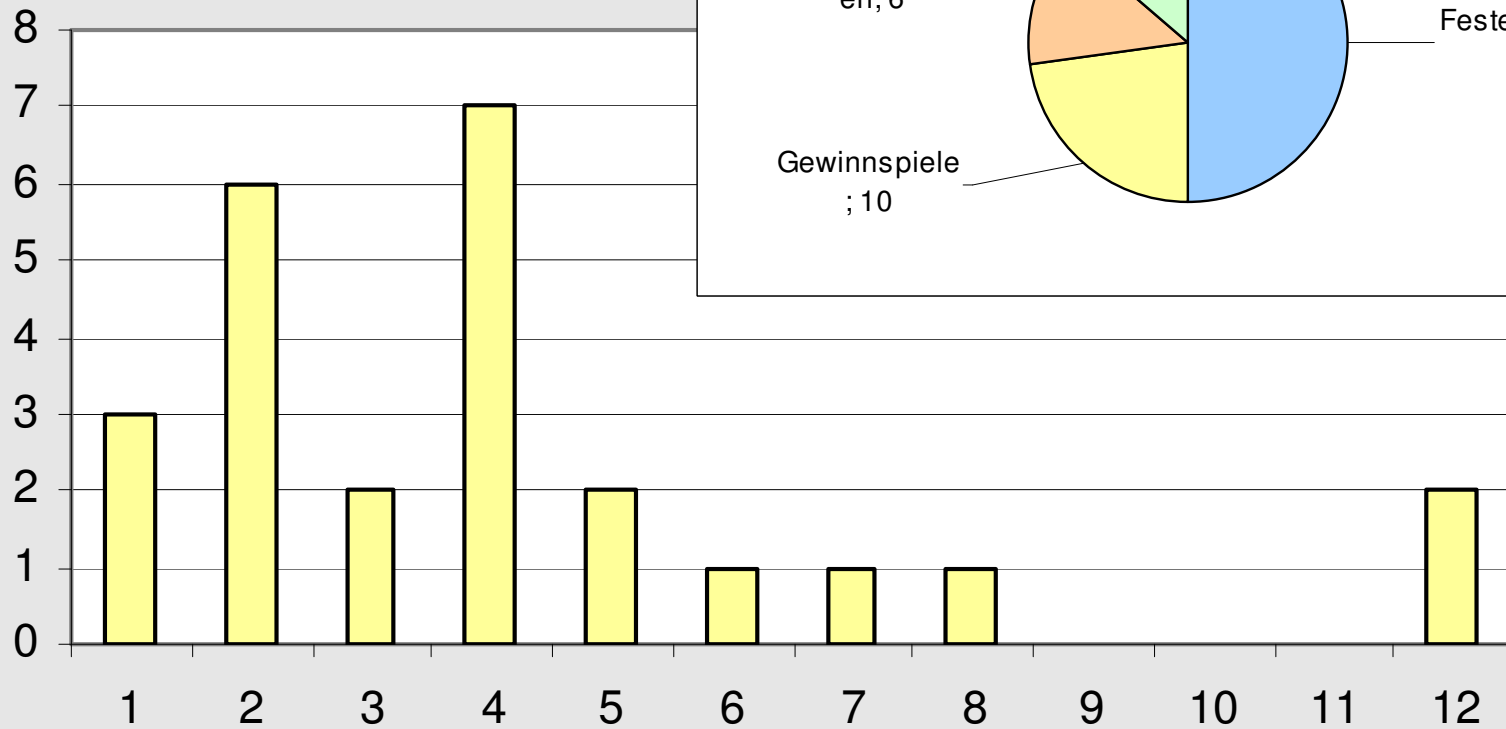


Mit sehr wichtig bewertet wurden:

- Sauberkeit
- Kundenbindung
- Events
- Interessenvertretung
- verkaufsoffene Sonntage

Anzahl der Veranstaltungen pro Jahr

Anzahl der
Werbegemein-
schaften

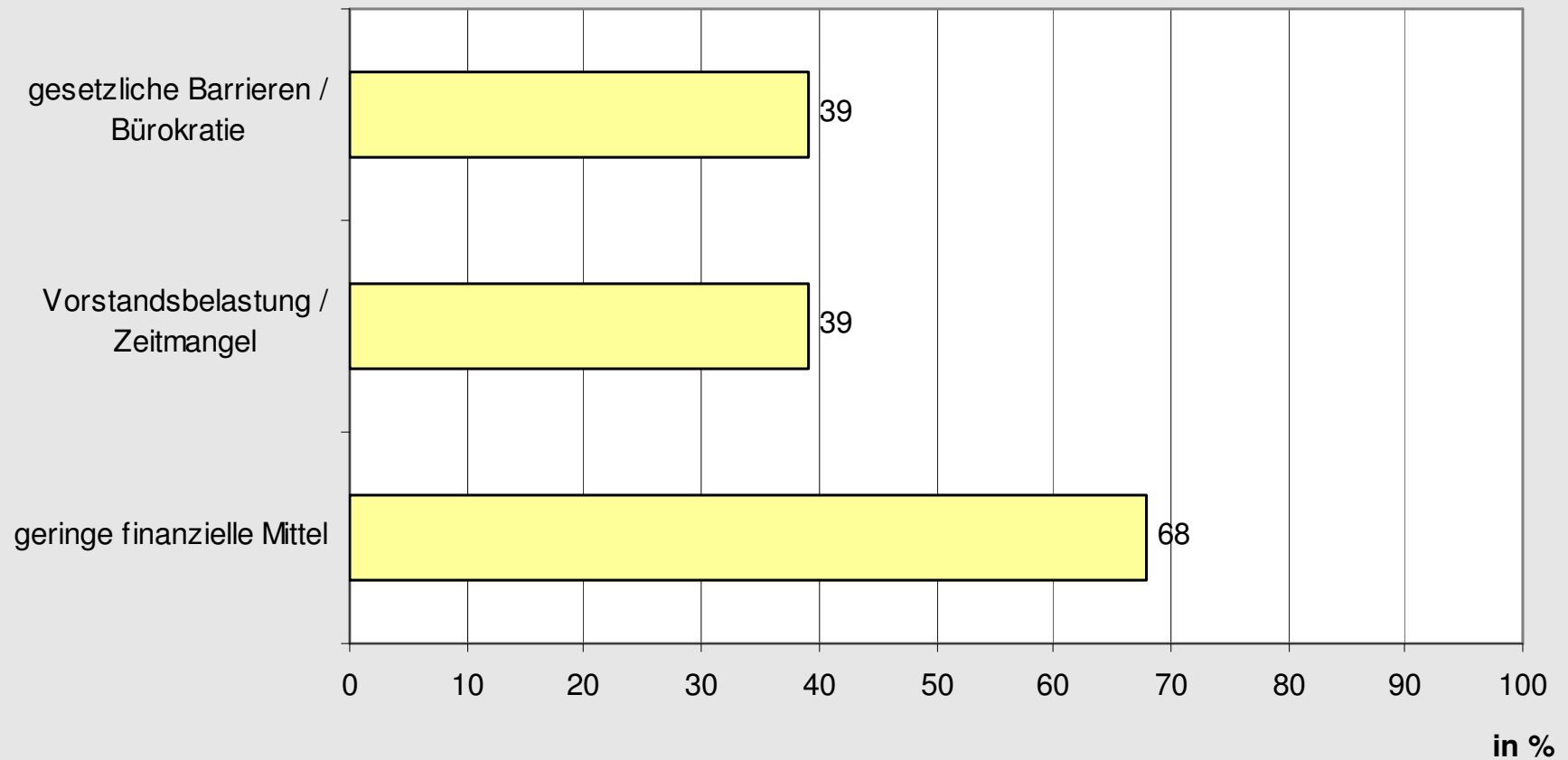


Anzahl der Veranstaltungen

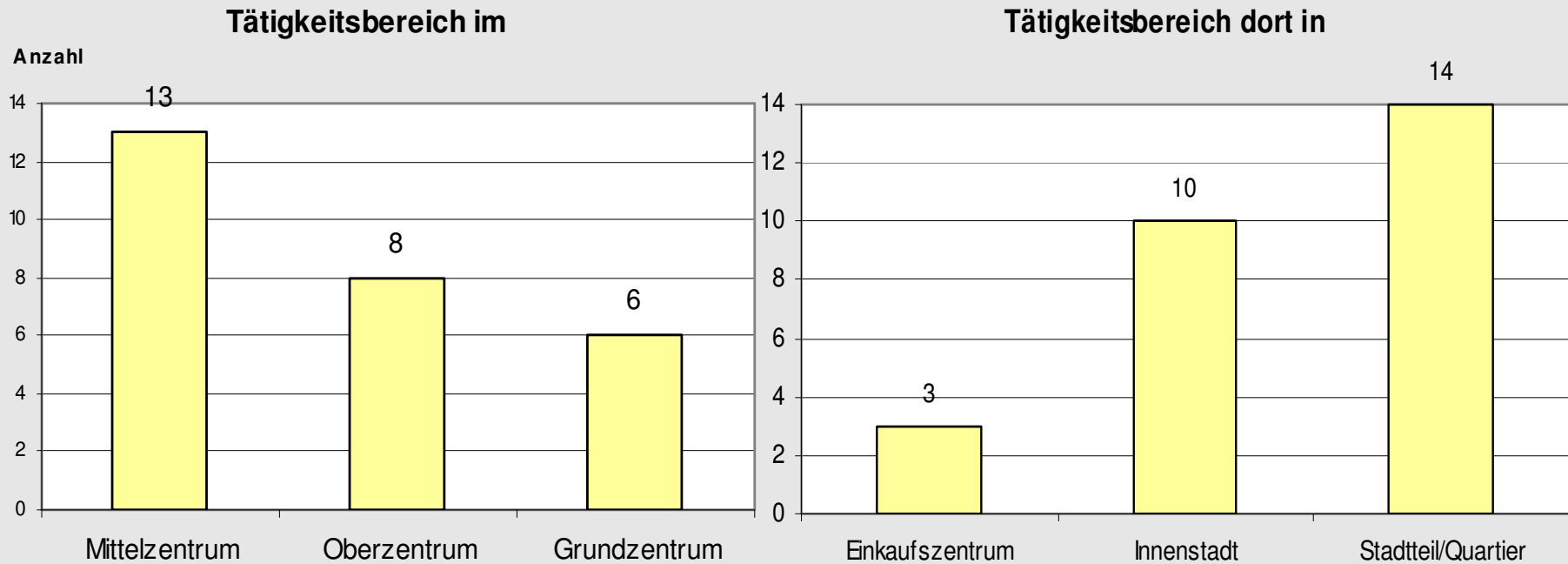
Als besondere Aktionen wurden genannt:

- Kunstmeile, Handwerkermarkt, Tag der Sportvereine
- Maifest, Verschönerung Innenstadt, Eigenes Kindrprojekt, Einsatz für Bürger
- Werbering Journal
- Bottermaat
- Aktion Viersen blüht
- Zusammenhalt und Leidenschaft der Mitglieder
- Herbstfest mit Kommune
- Aufstellung von 300 Blumeninseln, Partner gegen Graffiti
- 3 tätige Klausurtagung
- Preisträger: Ab in die Mitte NRW 2007
- Erfolgreiche Neupositionierung ab Erlebnisshopping
- Nikolausmarkt, Beustellin treue Aktion
- Newsletter, gemeinsame Zeitung
- Ortsverschönerung
- Stadtfeste, City Herbst+Frühling
- City fest
- Fischeln Open

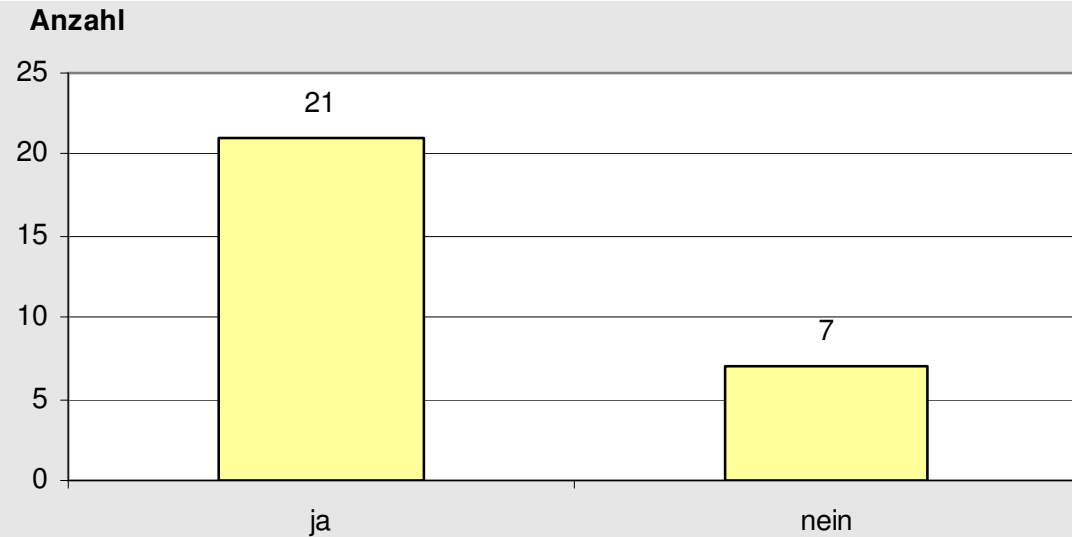
Hauptprobleme



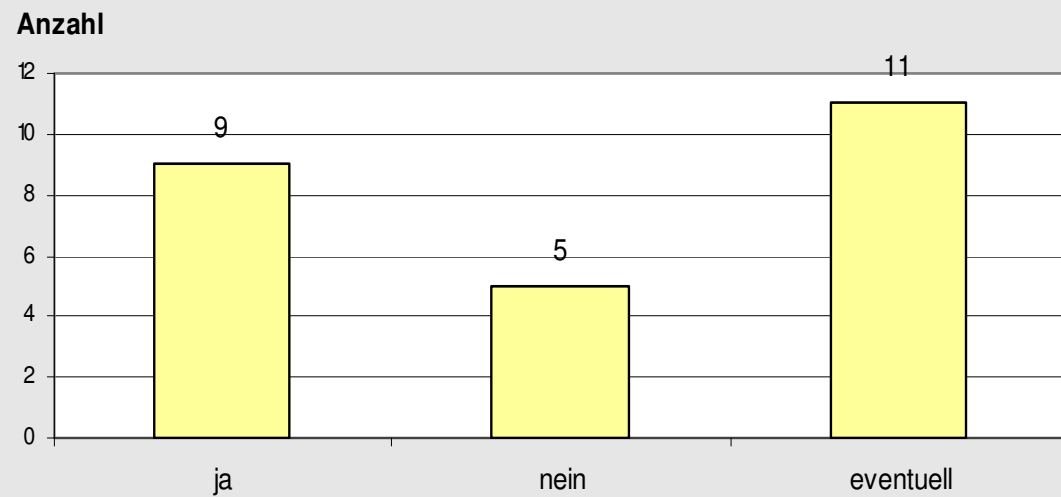
Tätigkeitsbereich



Sind Sie über das
Thema ISG informiert?



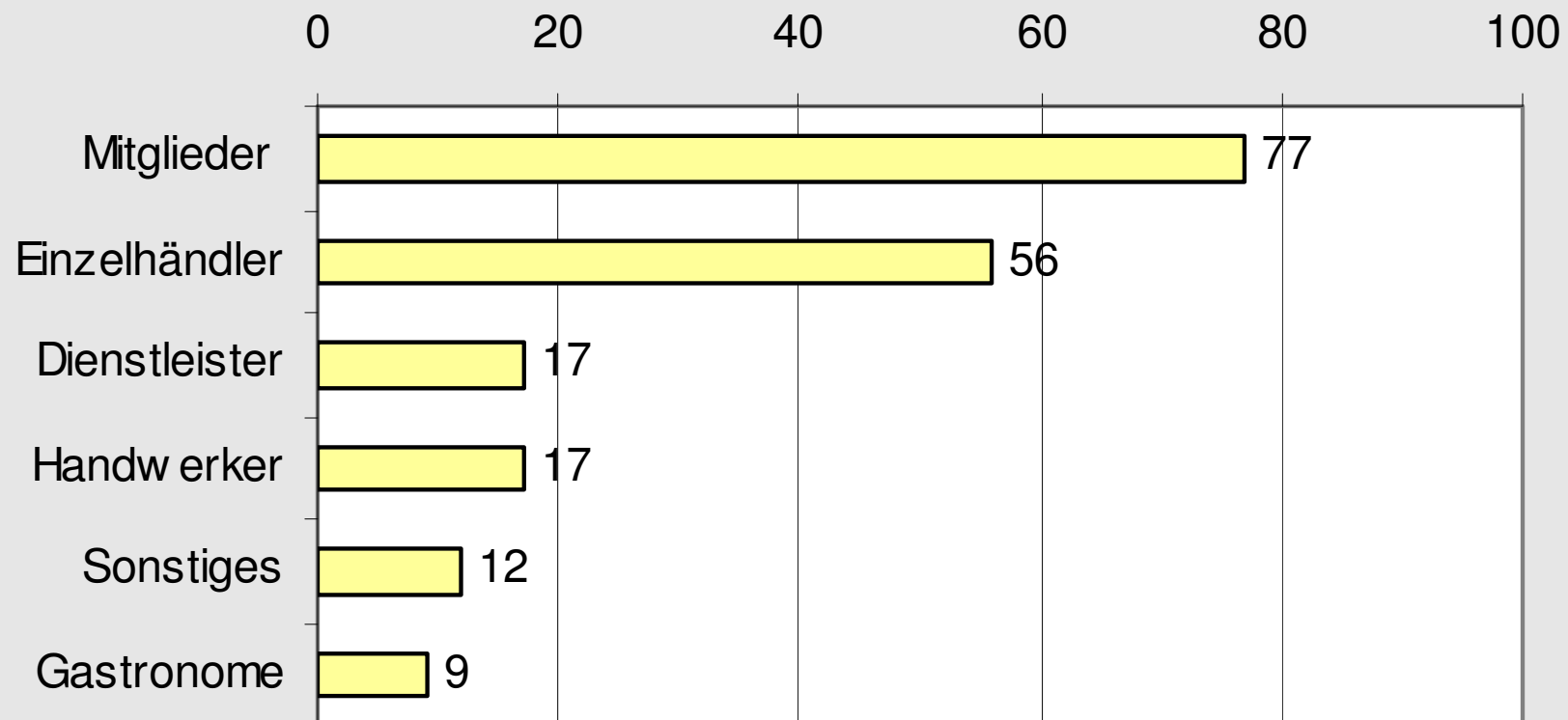
Wäre eine ISG auch für
Ihre
Interessengemeinschaft
ein Zukunftsmodell?





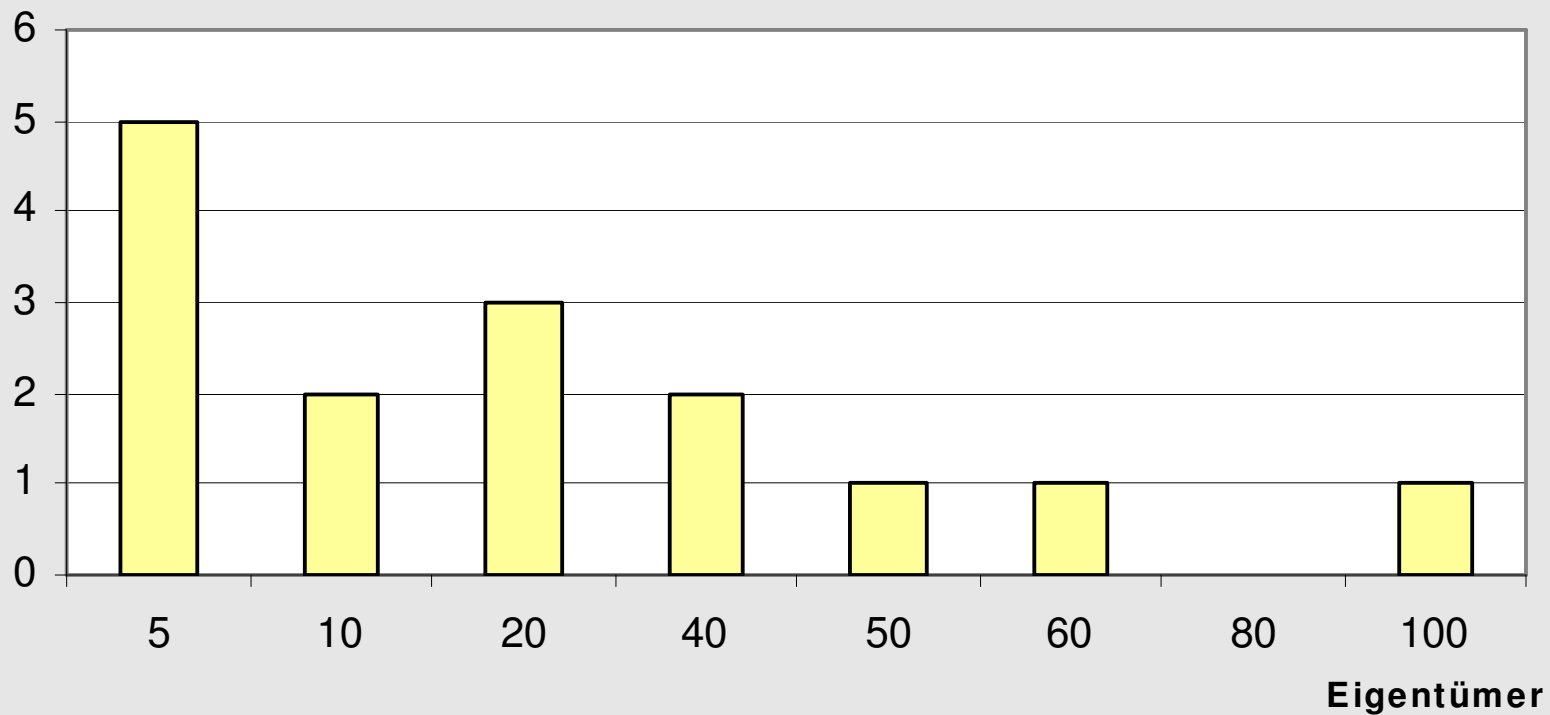
II. Mitglieder

Mitgliederzahl (Mittelwert)

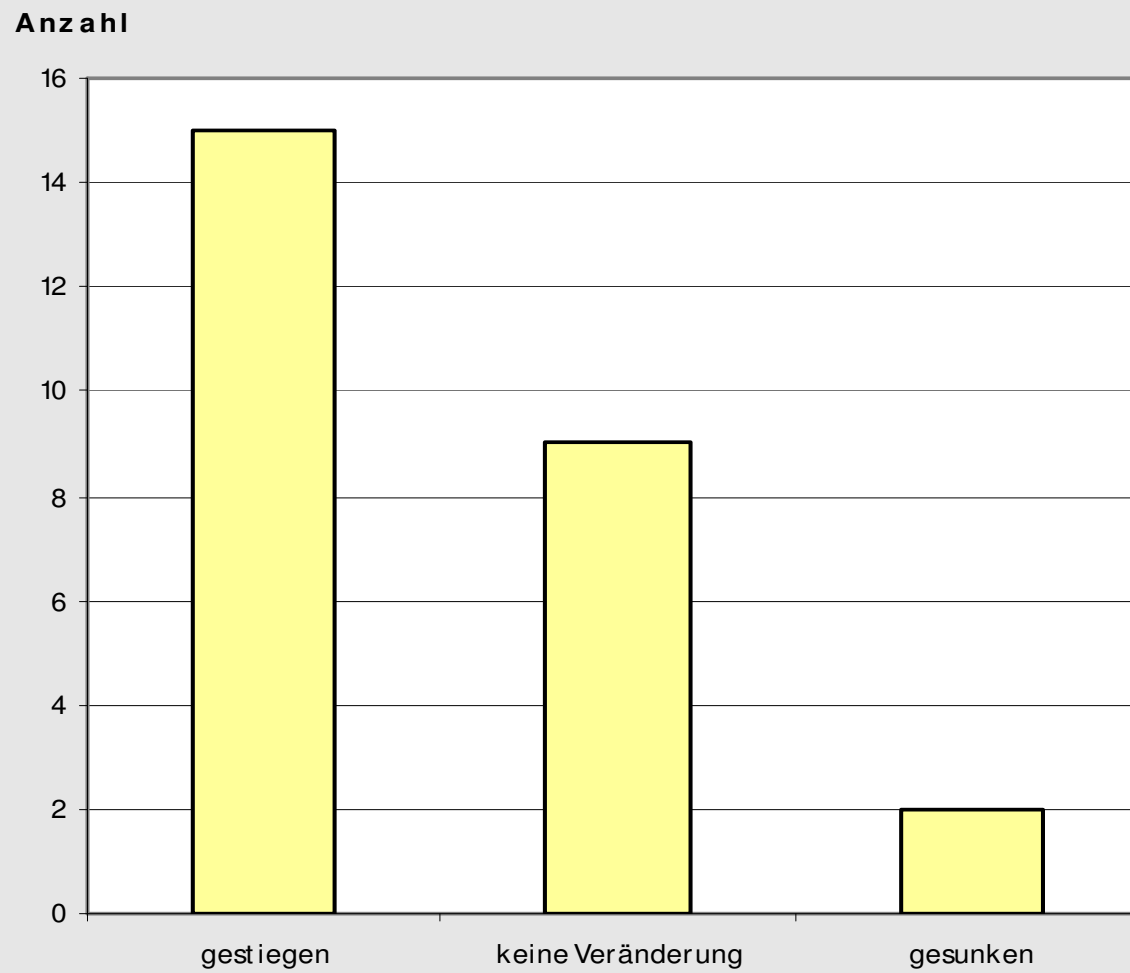


Immobilieneigentümer im Quartier

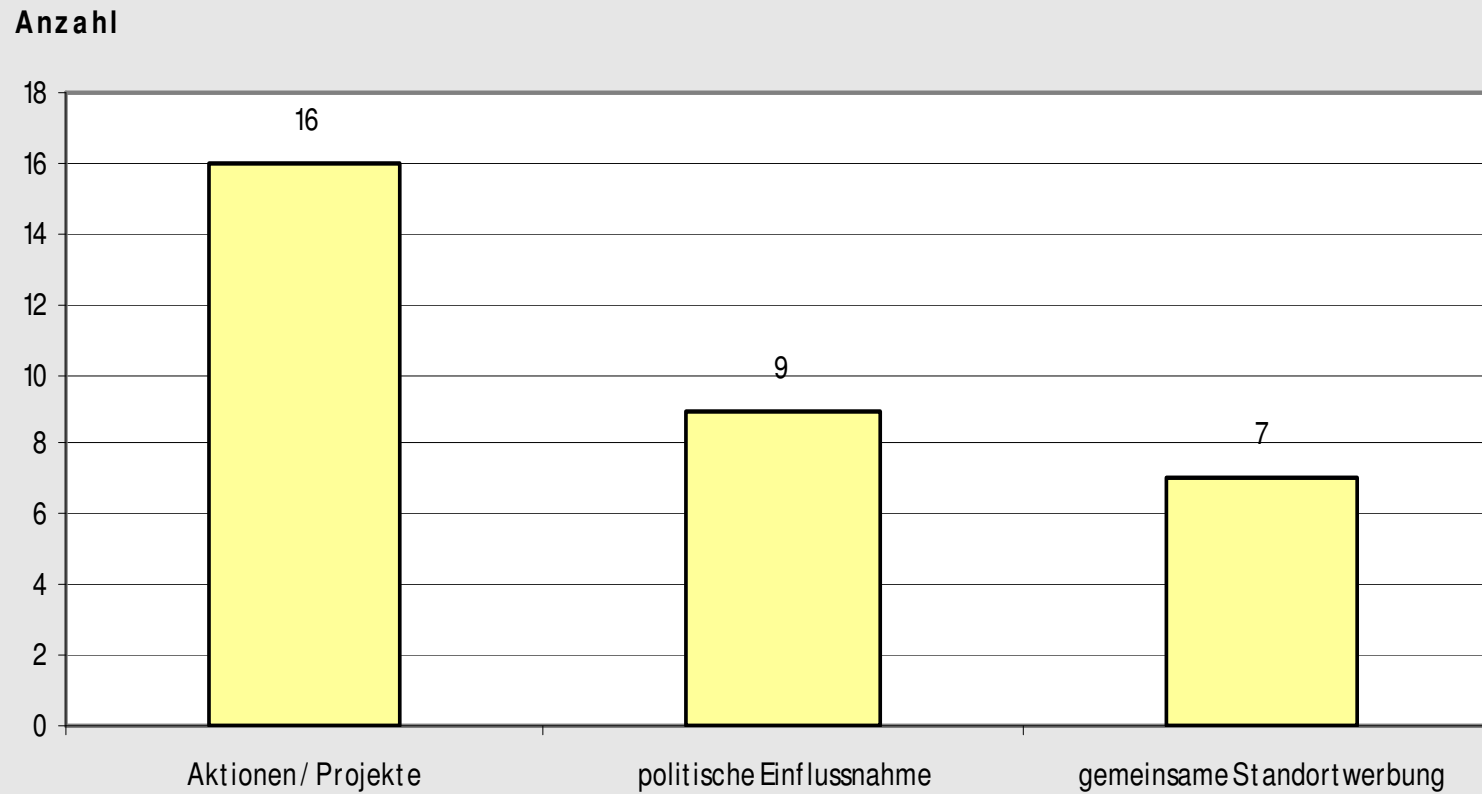
Anzahl der
Werbe-
gemeinschaften



Entwicklung der Mitgliederzahlen

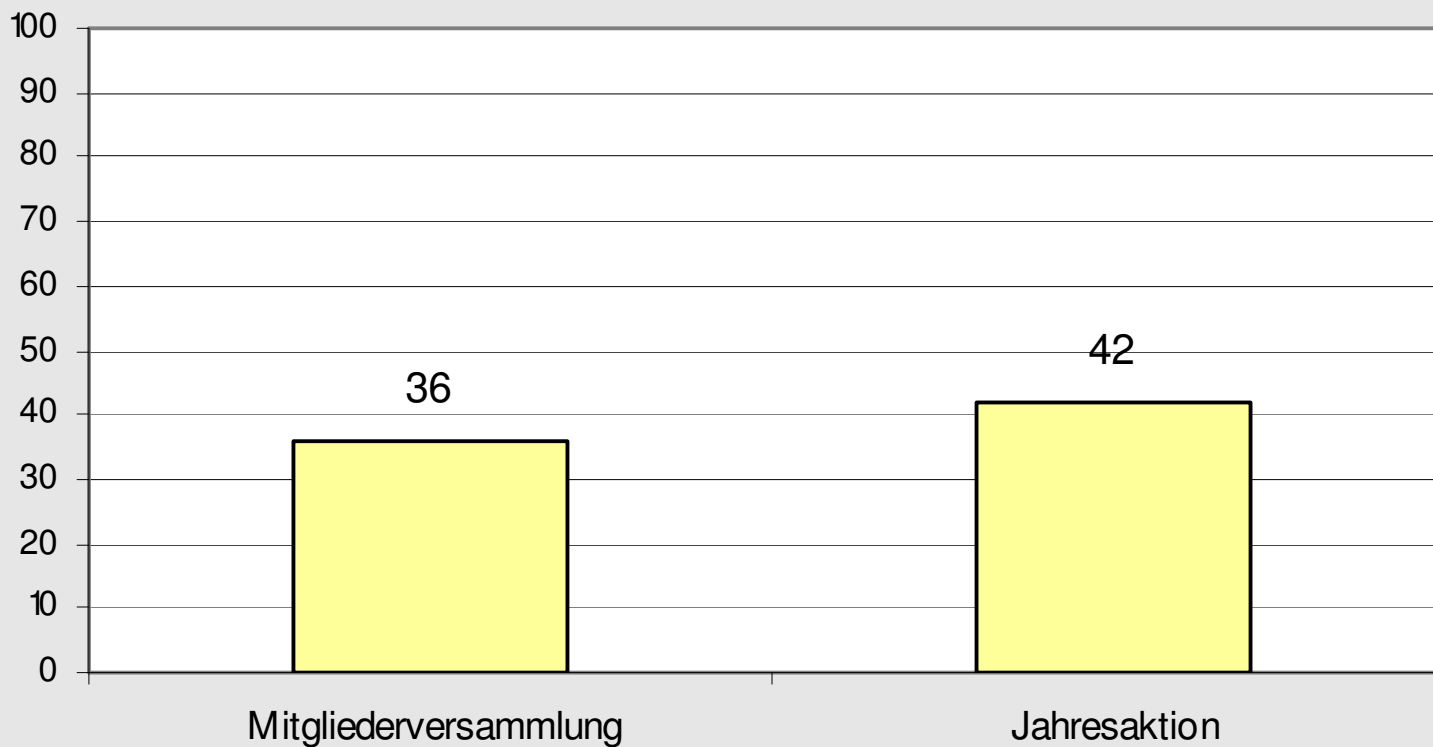


Hauptargumente der Mitgliedergewinnung

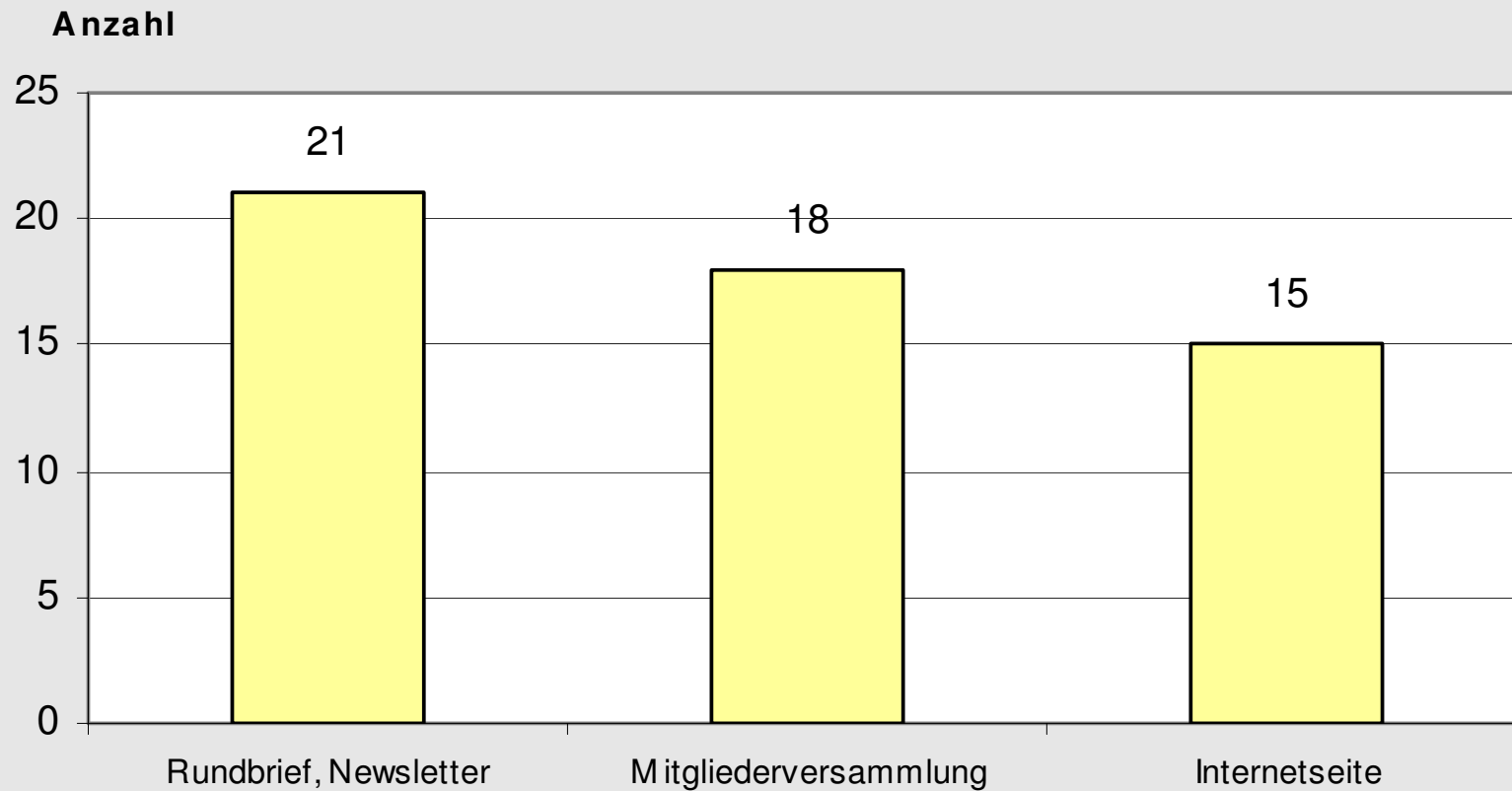


Teilnahme an Mitgliederversammlung

Mitglieder in %
(Mittelwert)



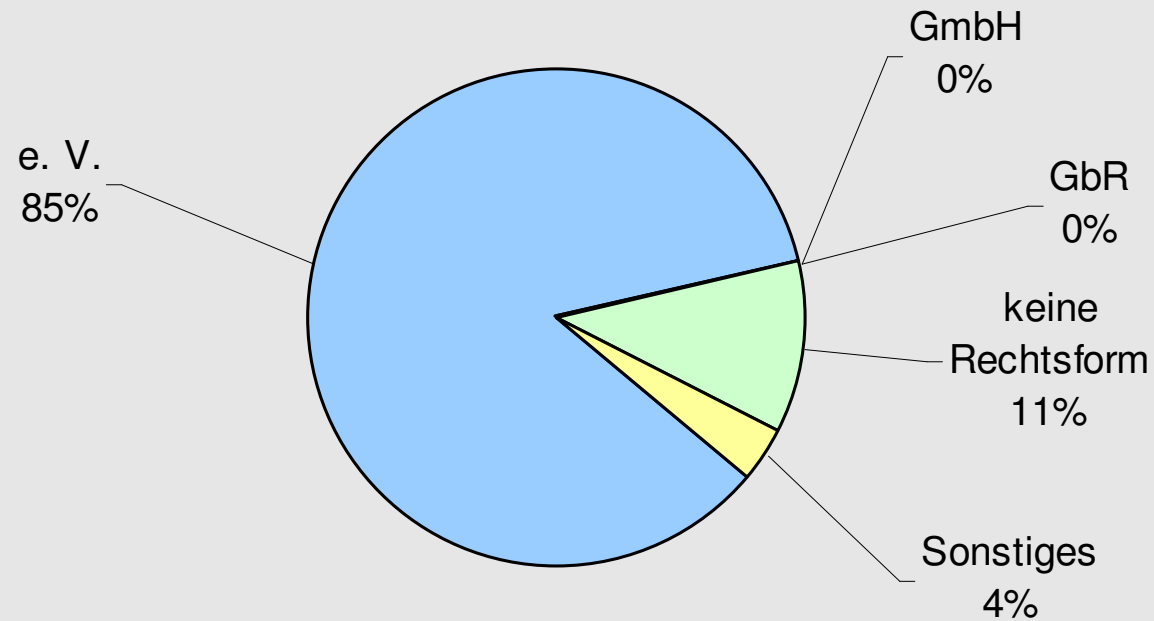
Kommunikationsinstrumente





III. Organisation

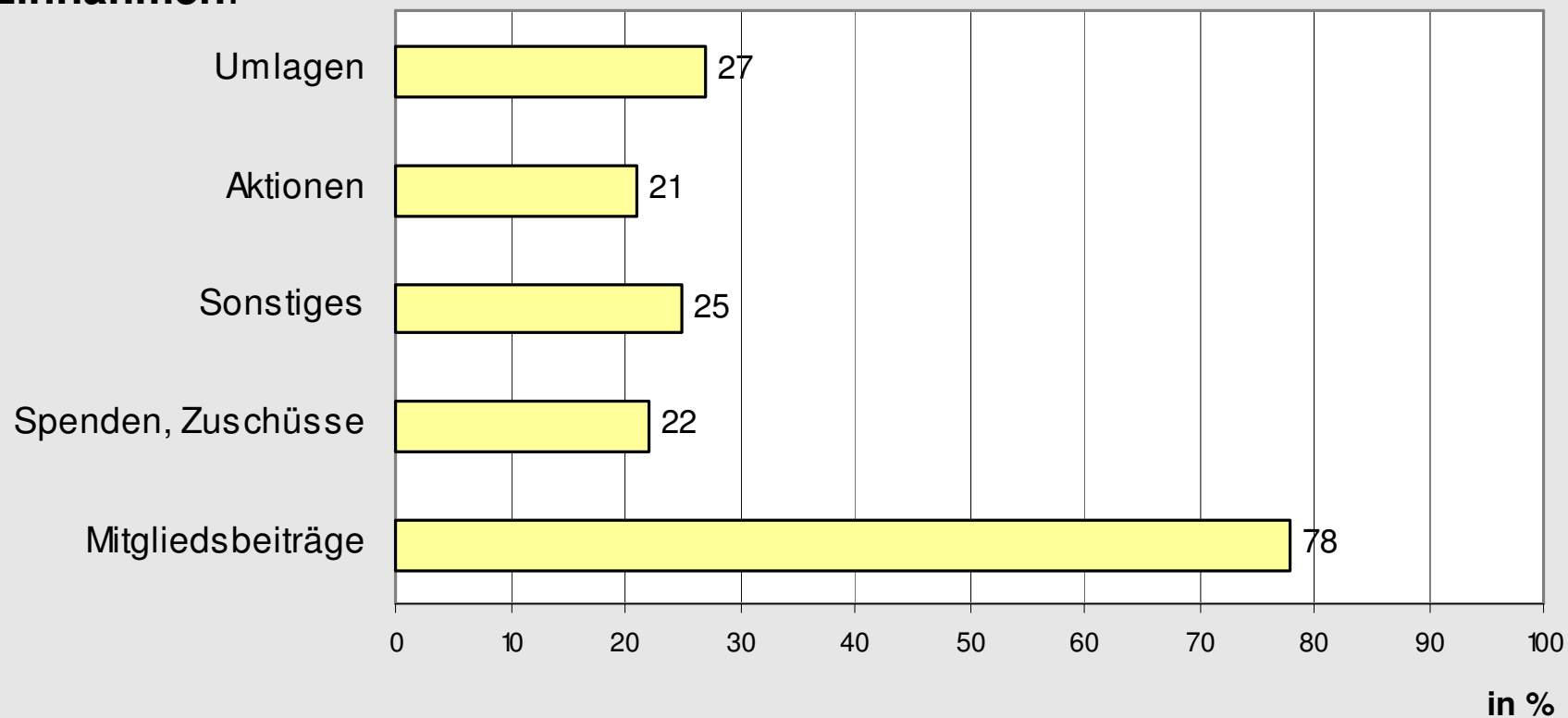
Rechtsform:



Durchschnittliche Gründungsjahr: 1989

Vorstand/ Geschäftsführung: arbeiten ausnahmslos ehrenamtlich

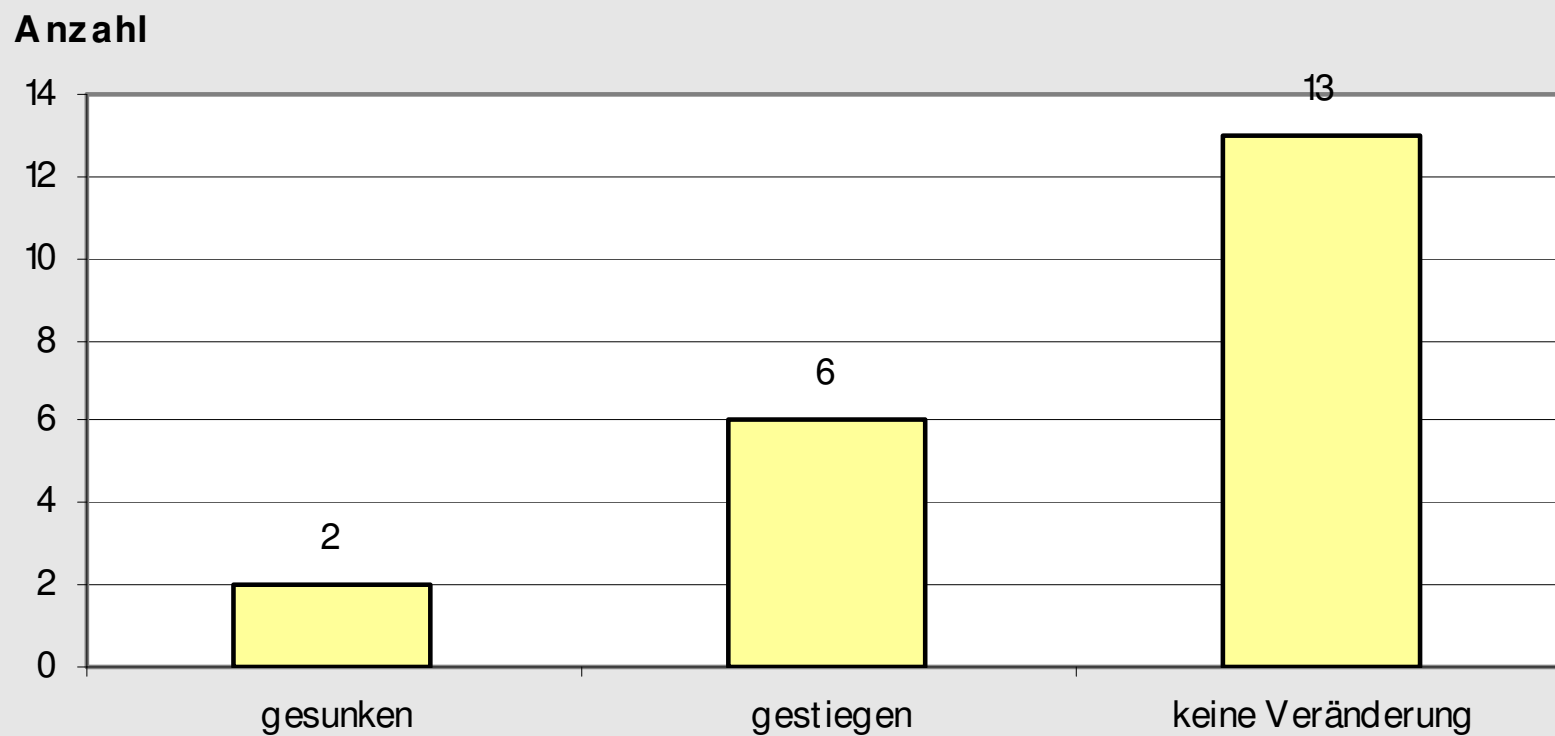
Einnahmen:



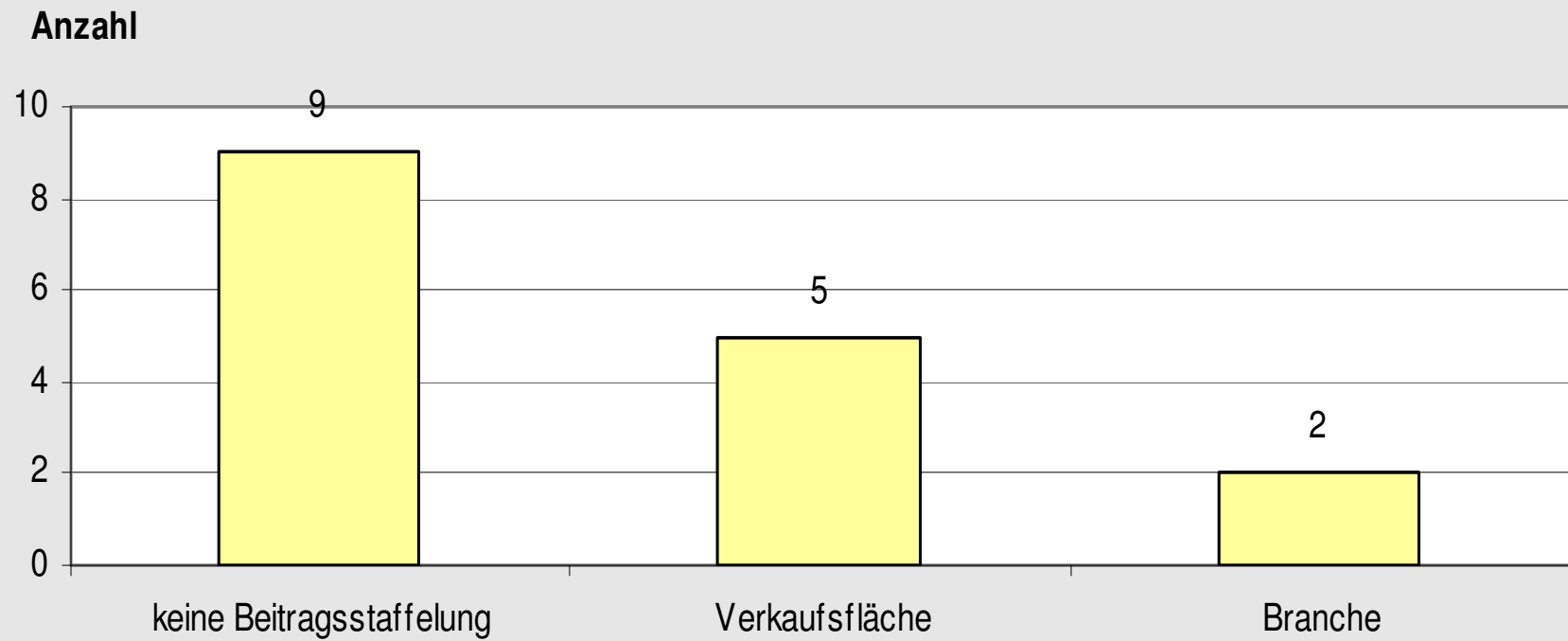
Durchschnittliche Jahresetat: 37.516 Euro

Durchschnittliche jährliche Mitgliedsbeitrag pro Unternehmen: 225 Euro

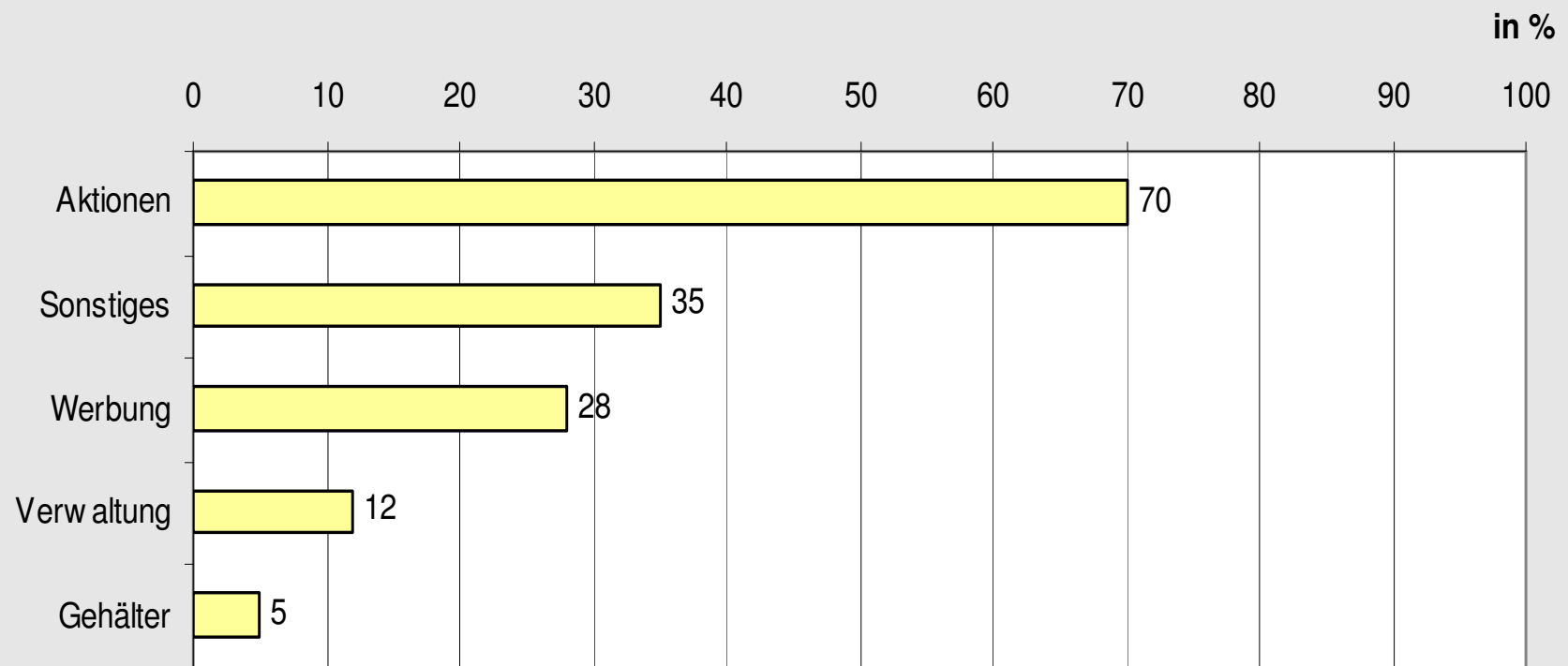
Entwicklung des Etats in den vergangenen drei Jahren:



Beitragsstaffelung



Nutzung der Haushaltsmittel





IV. Zusammenarbeit mit Dritten

Zufrieden mit Instituten (im Durchschnitt erlangt wurde die Note 2):

