



**Vorlagennummer:** 1050/2024-1  
**Vorlageart:** Stellungnahme  
**Status:** öffentlich

## **Anfrage der Ratsfraktion Bürger für Hohenlimburg / Die PARTEI - hier: Ausgaben für die Vermarktung von „Hagen Valley“**

**Datum:** 09.10.2024  
**Freigabe durch:**  
**Federführung:** FB01 - Oberbürgermeister  
**Beteiligt:**

### **Beratungsfolge**

| Gremium | Geplante Sitzungstermine | Öffentlichkeitsstatus |
|---------|--------------------------|-----------------------|
|---------|--------------------------|-----------------------|

### **Sachverhalt**

Auf welchen Betrag belaufen sich die Gesamtausgaben, die bislang für die Vermarktung von „Hagen Valley“ auf Messen, in Medien sowie anderweitig von Verwaltung, Hagen.Wirtschaftsentwicklung sowie anderen städtischen Einrichtungen aufgewendet wurden?

Um dem Anspruch zu genügen, entlang dem früheren städtischen Produktionsband in der Flusstalage von Varta-Insel und Westside moderne Arbeitsumgebungen mit fortschrittlichen Energie- und Mobilitätskonzepten zu schaffen, wurde die „Marke“ und die Strategie „Hagen Valley“ entwickelt.

Diese beinhaltet auch die städtebauliche Aufwertung und Weiterentwicklung der Stadträume entlang von Volme und Ennepe.

Die Strategie „Hagen Valley“ ist damit das zentrale Leitbild für die integrierte Stadt- und Wirtschaftsentwicklung der nächsten Dekade.

Eine Bezifferung der bisherigen Marketingkosten fällt insofern schwer, als die Auftritte der HAGEN.WIRTSCHAFTSENTWICKLUNG auf Messen, im Internet und in anderen Medien immer mit einem Grundaufwand verbunden sind, der grundsätzlich unabhängig von den jeweiligen Präsentationsinhalten ist. Denn bei jedem Auftritt geht es um die Präsentation eines Projekts oder einer Immobilie, was regelmäßig Kosten verursacht.

Die Hervorhebung einzelner Projekte wie z.B. Hagen Valley ist dabei kein reiner Selbstzweck, sondern Teil des Standortmarketings für Hagen. So ist etwa auf der diesjährigen EXPO die gelungene Umnutzung des bisherigen Kaufhof-Gebäudes eines der präsentierten Projekte. Dabei geht es neben der Vermietung der Restflächen vor allem um ein positives Signal für den Wirtschaftsstandort Hagen, der es namhaften Beteiligten Wert war, ein Projekt dieser Güte umzusetzen.

Ein gesonderter Marketingaufwand lässt sich bei Hagen Valley am ehesten an dem eigenen Internetauftritt und an eigens gefertigten Kommunikationsmaterialien wie dem Flyer und einer Schiebeschachtel festmachen. Der Bruttokosten belaufen sich insoweit rund 5.500 €.

### **Anlage/n**

Keine