

| | | |
|--|--------------|---|
| STADT AHRENSBURG - Beschlussvorlage - | | Vorlagen-Nummer 2007/097 |
| öffentlich | | |
| Datum 28.08.2007 | Aktenzeichen | Federführend: Herr Wilke |

Betreff

Fortführung des Stadtmarketingprojektes

| | | |
|---|----------------------------|-------------------------|
| Beratungsfolge Gremium Hauptausschuss | Datum 10.09.2007 | Berichterstatter |
|---|----------------------------|-------------------------|

| | | | | |
|-----------------------------|---|-----------|----|------|
| Finanzielle Auswirkungen | : | X | JA | NEIN |
| Mittel stehen zur Verfügung | : | X | JA | NEIN |
| Haushaltsstelle | : | 0240.6550 | | |
| Gesamtausgaben | : | | | |
| Folgekosten | : | | | |
| Bemerkung: | | | | |

Beschlussvorschlag:

Der Hauptausschuss nimmt von den nächsten Schritten zur Fortführung des Stadtmarketingprozesses Kenntnis.

Sachverhalt:

Nach der Übergabe der Arbeitsergebnisse an die Steuerungsgruppe sowie einer Präsentation im Rahmen der Einwohnerversammlung und der Vorstellung des Abschlussberichtes durch die CIMA im Hauptausschuss am 10.09.2007 wird das Stadtmarketingprojekt, wie von der CIMA dargestellt, fortgeführt. Das heißt, der Hauptausschuss übernimmt, wie bereits im März des Jahres beschlossen wurde, die Projektsteuerung. Die strategische und organisatorische Betreuung des Projektes erfolgt - wie von der CIMA im Gutachten empfohlen - durch die Verwaltung. Eine punktuelle Unterstützung und Beratung bei der Umsetzung der anstehenden Projekte erfolgt durch die CIMA. Die zur Begleitung der Analyse und Konzeptphase gebildete Steuerungsgruppe transformiert projektbezogen in die Arbeitsgruppen und wird nicht institutionalisiert. Dieses Vorgehen wurde ebenfalls von der CIMA empfohlen.

Zur Fortführung der vorgeschlagenen Schlüsselprojekte werden folgende Schritte unter-
nommen:

1. Unter Einbindung der CIMA bei der Findung eines externen Partners für die Entwicklung der Imagekampagne (Agentur-Briefing) wird der erste Projektbereich gestartet.

Ziel ist die Umsetzung des Schlüsselprojektes „Imagebildung/ Marke“ mit den zentralen Aussagen „Hervorhebung der Lebensqualität“ (in der Metropolregion) und dem Imageträger der Stadt, dem Schloss.

Dazu gehört auch die Analyse der Mitbewerber, vor allem aber die Entwicklung eines Logos/Claims und eines Baukastensystems für Kommunikationsmaßnahmen incl. eines Gestaltungshandbuches, um ein einheitliches Erscheinungsbild zu gewährleisten.

Ein weiterer Schritt ist die Durchführung einer Testimonialkampagne, in der prominente Bürger – auch über die Stadtgrenze hinaus, z.B. in Hamburg – für die Stadt werben. In dieser Kampagne sollen auch andere Bürger und Vereine quasi als Botschafter involviert werden.

Eine weitere vorgeschlagene Maßnahme ist die Überarbeitung des Internetauftrittes. Dieses Projekt befindet sich in der Umsetzung und soll dem Hauptausschuss nach der Sommerpause (erneut) vorgestellt werden. Zu beachten ist, dass die Überarbeitung offen gestaltet wird, d.h. später entwickelte Vorgaben hinsichtlich der Außendarstellung und Kommunikationsmaßnahmen bzw. -regeln umgesetzt werden können.

2. Das zweite Schlüsselprojekt umfasst den Bereich Innenstadt. Speziell geht es dabei um die Verkehrs- und Parkplatzsituation.

Mit diesem Thema befasst sich zurzeit der Bau- und Planungsausschuss. Konkrete Maßnahmen sind jedoch noch nicht beschlossen. Die Verwaltung erarbeitet Vorschläge hinsichtlich einer verbesserten Wegweisung, der Einführung einer Parkfläche mit der Möglichkeit beim Verlassen des Parkplatzes, die Gebühr im nach hinein zu entrichten. Weiter wird an einem Konzept für die Einführung von „Rubbel-Parkscheinen“ gearbeitet; hierbei geht es insbesondere auch um die finanzielle Beteiligung von Gewerbetreibenden.

3. Das dritte zu verfolgende Schlüsselprojekt ist das Schloss als „Symbol und geistiges Zentrum“ der Stadt.

Ziel ist dabei u. a. die starke Vernetzung der einzelnen Träger im so genannten Schlossensemble (Schloss, Kulturzentrum Marstall, Schlosskirche) sowohl untereinander als auch in der räumlichen Anbindung an die Stadt und deren Gesellschaft, so wie es auch das Realisierungskonzept vorsieht.

Unter Berücksichtigung dessen und der Erkenntnis, dass der Bereich Kultur ein wichtiger Standortfaktor für die Wirtschaft ist, soll für die Vermarktung und Einbindung des Schlossensembles ein eigenes Konzept erstellt werden. Für die Erarbei-

tung und Umsetzung soll zunächst für die Dauer von 3 Jahren ein Kulturbüro eingerichtet werden unter der Voraussetzung, dass dieses Projekt von dem Landesprogramm Kultur und Wirtschaft gefördert wird. Die Verwaltung erarbeitet zurzeit den Förderantrag und wird die Angelegenheit noch in einer gesonderten Vorlage den Gremien zur Entscheidung vorlegen.

4. Das vierte von der CIMA herausgearbeitete Schlüsselprojekt „Demographische Entwicklung“ mit den Projektfeldern „Wohnen für die Zielgruppe 50“ + und „Profilierung als Bildungsstandort“ wird auf Beschluss des Hauptausschusses (zunächst) nicht weiter verfolgt.

Über die Umsetzung und den Projektfortschritt ist im Hauptausschuss regelmäßig und zeitnah zu berichten.

Pepper
Bürgermeisterin