

Anlage 2

Herangehensweise – Workshop, Auswertung/Lösungen, Präsentation für Start

Das Ziel der Herangehensweise ist es, die „verborgenen“ Leistungsfähigkeiten und Potentiale von Ahrensburg und seinem Umfeld aufzudecken (Schritt 1) und zu einem tragfähigen Gesamtkonzept für ein Ahrensburger Stadtmarketing zusammenzuführen. Dabei ist es wichtig, den monetären Wert für Ahrensburg anhand von Maßnahmen und einer Kosten- und Strukturplanung aufzuzeigen (Schritt 2), um einen gelungenen Start aufzuzeigen (Schritt 3).

Die Herangehensweise und deren Schritte:



Beschreibung der Schritte

Schritt 1: Workshop

Aufdecken der Qualitäten, Potentiale und Leistungsstärken von Ahrensburg und seinem Umfeld. Aufzeigen von Möglichkeiten einer Vermarktung der Marke „Ahrensburg“ mit seinen Vorteilen aus Sicht des Marketing. Der Workshop wird in Form einer Moderation durchgeführt.

Vorbereitung

1. Bestandsanalyse: Bisherig erbrachten Ergebnisse zum Stadtmarketing (CIMA) überprüfen und relevante Inhalte für den Aufbau des neuen Konzeptes nutzen. Die Ergebnisse dienen als Basis des neuen Konzeptes. Was waren die Erfolge bei dem vergangenen Stadtmarketingprozess. Vorbereiten und zusammenstellen aller möglichen Potentiale aus dem Umfeld von Ahrensburg, deren Institutionen und andere Leistungsstärken.

Durchführung

2. Kernstärkenermittlung: Aufklärung des Umfeldes und deren Fähigkeiten (Ahrensburg, Bürger, Umlandbewohner, Pendler, Verbände, Vereine, Region, Wirtschaft, Partnerstädte, Touristen, Behörden, politische Parteien und Presse etc.). Aufbauen von Beziehungsschnittmengen und herleiten von Aufgaben und neuen Möglichkeiten für das Stadtmarketing und den (Geldwerten) Vorteilen der Stadt Ahrensburg.

Zusammenfassung

3. Zusammenfassung des Ergebnisses des Workshops.

DAUER: Inkl. Vorbereitung: ca. 4 Tage

KOSTEN: 3.900,- (siehe Angebot)

Schritt 2: Auswertung/Lösung

Die aufgedeckten Qualitäten, Potentiale und Leistungsstärken sinnvoll für eine marktorientierte Positionierung in einem Konzept zusammenfassen.

1. Auswerten der Ergebnisse des Workshops. Sortieren aller Möglichkeiten nach Relevanz. Herleiten von Maßnahmen und Handlungsempfehlungen. Zusammenführen der erarbeiteten Inhalte zu einem aussagekräftigen Konzept in Zusammenarbeit mit der Stabstelle 5.
2. Aufzeigen von Refinanzierungsmöglichkeiten verschiedener Aktionen.

DAUER: Ca. 5 - 6 Tage

KOSTEN: Ca. 4.000,- bis 5.000,- (ca. 4 – 5 Tage)

Genaues Angebot lässt sich am Ergebnis von Schritt 1 errechnen.

Schritt 3: Projektplanung/Präsentation

1. Erstellen einer Timeline von 5 Jahres Projektplanung (grobe Kosten- und Strukturplanung des Stadtmarketing).
2. Abstimmen der wichtigen Inhalte für die Präsentation und Aufbereiten der Inhalte mit Frau Andres. Visuelle Aufbereitung der Präsentation. Beispiel Logo/Claim und Grobentwurf Marken/Kampagnenmotiv. Visualisieren einiger Beispiele
3. Durchführung der Präsentation

DAUER: Ca. 5 - 7 Tage

KOSTEN: Ca. 4.000,- bis 6.000,- (ca. 5 – 8 Tage)

Genaues Angebot lässt sich am Ergebnis von Schritt 2 errechnen.