



Amt	Sachbearbeiter(in)	vom	Internetfreigabe	Beratungsart
10	Herr Poit	30.11.2009	ja	öffentlich
Vor Vervielfältigung Amt 10 z. K				

Beratungsfolge:	am	TOP	Ja	Nein	Enth.
Fraktion					
Stadtentwicklung, Wirtschaftsförd. und Tourismus					
Verwaltungsausschuss					

Beratungsgegenstand:
Erarbeitung eines Stadtmarketingkonzeptes für die Stadt Hemmoor; hier: Antrag der SPD-Fraktion vom 03.11.2009

Finanzielle Auswirkungen:	Betrag	Haushaltsstelle
Einnahme	€	
Ausgaben	€	

Die Haushaltsmittel stehen zur Verfügung.

Beschlussvorschlag
--------------------

Die Stadt Hemmoor richtet einen „runden Tisch“ zum Thema Stadtmarketing ein.  
Der Stadtdirektor wird beauftragt, die Interessenvertreter der im Sachbericht genannten Zielgruppen zur Teilnahme am runden Tisch einzuladen.

Auf der Basis des SPD-Antrages vom 03.11.2009 hat der Stadtrat in seiner Sitzung am 19.11.2009 den Stadtdirektor beauftragt, eine Vorlage zu erarbeiten, wie die Entwicklung und Erstellung eines Stadtmarketingkonzeptes für die Stadt Hemmoor erarbeitet und umgesetzt werden kann.

Zunächst möchte ich vorausschicken, dass Stadtmarketing grundsätzlich ein sehr breit angelegtes Instrument ist, um die Konkurrenzfähigkeit einer Kommune zu erhalten und zu steigern. Dabei sind die Zielgruppen, die mit dem Stadtmarketing erreicht werden sollen sehr vielfältig, unter anderem kommen dabei die Einwohner der Stadt, die hier tätigen Unternehmer, die Touristen und Gäste, die potentiellen Kunden aus der näheren und weiteren Umgebung, Investoren, Pendler sowie regionale und überregionale Medien jeder Form in Frage.

Die Tätigkeitsfelder, auf die sich Stadtmarketing beziehen kann, sind nicht weniger zahlreich. Unter anderem kommen folgende Bereiche in Betracht: Handwerk, Dienstleistung, Handel, Gastronomie, Übernachtungsgewerbe, Gesundheitswirtschaft, Tourismus, soziale und kulturelle Angebote, ökologische Nachhaltigkeit, Einrichtungen der örtlichen und überörtlichen Grundversorgung sowie Bildungsangebote vor Ort.

Bei der Vielzahl von Anknüpfungspunkten ergibt sich meines Erachtens die Notwendigkeit, Schwerpunkte zu benennen und Prioritäten festzulegen, damit auch in überschaubaren Zeiträumen umsetzbare Ergebnisse erzielt werden können. Da bereits eine Vielzahl von Konzepten vorliegt (z. B. Regionales Entwicklungskonzept „Hadelner Region“ [ILEK] oder ISEK), sollte der Schwerpunkt in einer Stadtmarketingoffensive weniger darin liegen, weitere neue umfangreiche Konzepte zu erstellen oder größere Investitionen in öffentliche Einrichtungen zu tätigen.

Das größere Defizit in der Stadt Hemmoor liegt nach meiner Einschätzung in der Vermarktung dessen, was bereits vorhanden ist und in der Stärkung eines positiven Erscheinungsbildes der Stadt in der Wahrnehmung ihrer Bürgerinnen und Bürger und der Öffentlichkeit im Allgemeinen.

Stadtmarketing sollte nicht als punktuelle Aufgabe, die irgendwann abgeschlossen ist, begriffen werden, sondern sollte in einen kontinuierlichen Prozess überführt werden, der von verschiedenen gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Gruppen aus der Stadt getragen wird. Die zusätzliche Beschäftigung von eigenem Personal oder umfängliche Einbindung von externen Büros wird einerseits aus finanziellen Gründen nicht möglich sein, andererseits halte ich ein eigenes umfangreiches Auseinandersetzen mit diesem Thema für zielführend, wobei externe Hilfe in Form eines Coachings sicherlich prozessbe-

schleunigend wirkt, Erfahrungswissen einbringt und einen Blick von außen auf die erarbeiteten Vorstellungen mit einbringt.

Ich schlage zunächst vor, einen „runden Tisch Stadtmarketing“ aus den oben genannten relevanten Gruppierungen einzusetzen, der unter Moderation einer dazu bereiten und für die Leitung zu vergütenden externen Kraft die Einleitung und kontinuierliche Durchführung von Stadtmarketingmaßnahmen moderiert und sich als „Kümmerer“ versteht.

.....

Stadtdirektor