



Stadtmarketing für die Hansestadt Stralsund



“Nichts fängt hier bei null an,
jede Veränderung schreibt eine lange Geschichte fort.”



Sachbearbeiterin Stadtmarketing

Vita – Nadine Klamt

Diplom

Kommunikationsdesign

Master of Arts

Sustainable Marketing & Leadership

Servicemitarbeiterin

Dienstleistungsbranche

Selbstständigkeit

Diplomdesignerin

Grafikdesignerin

Werbeagentur

Verkäuferin

Einzelhandel



Mitarbeiterin im Marketing

Gesundheitsbranche

Marketing Managerin

Sport- & Sozialsponsoring

Stadtmarketing

Definition

Zielgerichtete und kundenorientierte
Gestaltung und Vermarktung
der Hansestadt Stralsund

Ergebnis der Einstellungen,
des Denkens und Handelns,
der Menschen, die hier leben

Ziele

Sicherung und Steigerung der
Lebensqualität der Bürger

Erhöhung der
Attraktivität im
Standortwettbewerb

Stadtmarketing

Strategie

FRAGE

Quo vadis Stadtmarketing?

ANTWORT

Ziele anhand **Stadtmarke** und Leitbild definieren und priorisieren

KONKRETISIERUNG

Auswahl eines Hauptziels pro Jahr
„Jahresmotto“ formulieren
Meilensteine definieren
Einbeziehung geplanter Aktivitäten

Beispiel

2022 – 20 Jahre Welterbe

Koordination

Akteure und ihre Pläne im Bereich Stadtmarketing **kennenlernen**

Akteure **vernetzen** und auf ein Ziel gemäß Strategie **ausrichten**

Aktivitäten der Akteure **koordinieren**

Beispiel

**Offene Lenkungsgruppe
Cityentwicklung
(IHK, DEHOGA, SMS, etc.)**

Stadtmarketing

Öffentlich-Privater Bereich

Öffentlicher Bereich

STANDORT MARKETING	TOURISMUS MARKETING	CITY MARKETING	STADTTEIL MARKETING	VERWALTUNGS MARKETING
Amt 80	Tourismus-zentrale	Citymanager	Stadtteil-koordinatoren	Amt 10/40 Protokoll & Presse
Zielgruppen Unternehmer Gründer	Zielgruppen Touristen Geschäfts-reisende	Zielgruppen Bevölkerung in Stadt & Umland	Zielgruppen Bürger/Bewohner Zuzügler berufl/priv Migranten	Zielgruppen Bürger Politik Angestellte
Akteure Wirtschafts-förderung Kammern Verbände	Akteure Hotellerie Vermieter FeWo Gastronomie Verkehrsvereine	Akteure Einzelhandel Stadt: Amt 40/80 Kultur Verkehrsträger Bürgerinitiativen Stadterneuerungs-gesellschaft	Akteure Wohnungs-gesellschaften Schulen Einrichtungen Handel	Akteure Verwaltung

Stadtmarketing - Beispiele

Öffentlich-Privater Bereich

Öffentlicher Bereich

STANDORT MARKETING

Messen
Hansetage

Shuttleservice
Altstadt -
Strelapark

TOURISMUS MARKETING

Stadt der Sterne

CITY MARKETING

Veranstaltungen
Weihnachtsmarkt
Themenmärkte
Heringsfest

Shuttleservice
Altstadt -
Strelapark

STADTTEIL MARKETING

Stadtteilarbeit

Stadt der Sterne

Shuttleservice
Altstadt -
Strelapark

VERWALTUNGS MARKETING

Employer Branding

Stadtmarketing

Handlungsfelder

Handel

Gastronomie

Stadtgestaltung

Dienstleistung

Tourismus

Erreichbarkeit

NACHHALTIGKEIT & DIGITALISIERUNG

Kundenbindung

Veranstaltungen

Standortmarketing

Servicequalität

Ausstellungen

Stadtkommunikation

Stadtmarketing

Handlungsfelder

Handel
Shuttleservice
Dienstleistung
Shuttleservice

Gastronomie
Shuttleservice
Tourismus
Stadt der Sterne

Stadtgestaltung
Stadt der Sterne
Erreichbarkeit
Shuttleservice

NACHHALTIGKEIT & DIGITALISIERUNG

Kundenbindung
Shuttleservice
Servicequalität
Shuttleservice

Veranstaltungen
Weihnachtsmarkt
Ausstellungen

Standortmarketing
Hansetage
Stadtkommunikation

Stadtmarketing

Netzwerke und Kooperationen

Stadt

Amt 10 Zentrale Dienste	Bürgerschaft
Amt 40 Kultur, Welterbe, Medien, Öffentlichkeitsarbeit	DEHOGA IHK MakerPort
Amt 60 Planung & Bau	Protokoll & Presse Stadtmarketing Stralsund
Amt 70 Schule & Sport, Klimaschutz	Stralsunder Mittelstands- vereinigung
Amt 80 Wirtschaftsförderung & Stadtmarketing	StralDigital Strelapark
Ausschuss für Stadtmarketing	Stadtwerke Stralsund Tourismuszentrale

Land

Kreative MV
Verein für Regionalmarketing
& Entwicklung
Vorpommern

Bund

Bundesvereinigung City-
und Stadtmarketing
Deutschland
Deutsche Telemedien GmbH
imakomm – Institut für
Marketing und
Kommunikation

Stadtmarketing

Stellenausschreibung: Sachbearbeiterin Stadtmarketing

Stadtmarke Stralsund

Konzept

Controlling

Stärkung

Kooperationen & Netzwerke

Koordination
Marketingaktivitäten

Optimierung Außenmarketing

Themenmarketing

Agenturen auswählen &
steuern

Zukunftsorientierte Weiterentwicklung

Nachhaltiges und qualitatives
Wachstum der HST

Abstimmung mit Ausschuss
für Stadtmarketing

Abstimmung mit SMS –
Stadtmarketing
Stralsund e.V.

Erarbeitung und Fortschreibung

Produkte &
Marketingmaßnahmen
entwickeln

Entwicklung digitaler
Marketingstrategie
unterstützen

Markenführung anhand
Stadtmarkenkonzept

Quellmärkte & Zielgruppen
erschließen

Abstimmung in HST & Region
gemeinsame Produkte &
Marketingmaßnahmen

Wirksamkeit von
Maßnahmen prüfen

Stadtmarketing

Informationsquellen – HST

Stadtmarkenstrategie HST

ISEK – Integriertes
Stadtentwicklungskonzept

Kulturkonzept

Einzelhandelskonzept

Stadtteilarbeit

REK – Regionales
Entwicklungskonzept

Mitarbeiterzeitung
„Grüne Vision Stralsunds“ Herbst 2021

Informationsquellen – Extern

imakomm-Studie
Zukunftsfeste Innenstädte

IFH Köln
Vitale Innenstädte

Deutscher Städtetag
Zukunft der Innenstadt Positionspapier

Koalitionsvertrag
Nachhaltigkeit und Digitalisierung

Ostsee-Zeitung

Veranstaltungen

Stadtmarketing

Förderung Citymanagement

Personalausgabenförderung
Citymanager (m/w/d)

70% bzw. **40.000 Euro/Jahr** max.

Aktivitätsbudget
Oberzentrum

150.000 Euro max.

Antrag auf Zuwendungen aus dem MV-Schutzfonds
für eine **Personalausgabenförderung** sowie das **Aktivitätsbudget**
einer Citymanagementmaßnahme
im Rahmen des Sofortprogramms „**Re-Start Lebendige Innenstädte MV**“
des Ministeriums für Wirtschaft, Arbeit und Gesundheit Mecklenburg Vorpommern

Förderzeitraum: 2 Jahre bzw. 1.1.2022 – 31.12.2023

Votierung des Regionalbeirates Vorpommern: **POSITIV**

Zuwendungsbescheid durch das Landesamt für Gesundheit und Soziales (LAGuS)
hängt von der Bewilligung der Finanzierung des Eigenanteils der Personalausgaben
durch die Hansestadt Stralsund ab.