

Niederschrift
der 02. Sitzung des Ausschusses für Stadtmarketing

Sitzungsdatum: Donnerstag, den 28.04.2022
Beginn: 17:00 Uhr
Ende 19:00 Uhr
Raum: Hansestadt Stralsund, Rathaus, Konferenzsaal

Anwesend:

Vorsitzende/r

Herr Michael Liebeskind

stellv. Vorsitzende/r

Frau Christa Labouvie ab 17:04 Uhr
Herr Michael Philippen

Mitglieder

Frau Sandra Graf
Herr Thomas Haack
Herr Richard Kinder
Herr Bernd Röll

Protokollführer

Frau Cinderella Littmann

von der Verwaltung

Herr Luca Joel Ramlow
Frau Jeannine Wolle bis 18:51 Uhr

Gäste

Herr Jens Rademacher bis 18:52 Uhr
Herr Stefan R. von der Lieth
Herr Stefan Suckow

Tagesordnung:

- 1** Bestätigung der Tagesordnung
- 2** Bestätigung der Niederschrift der 01. Sitzung des Ausschusses für Stadtmarketing vom 24.02.2022
- 3** Beratung zu Beschlussvorlagen
- 4** Stadtmarketing Stralsund mit Anhörung der Vertreter der beteiligten Institutionen
 - 4.1** Vorstellung des Projektes "StralDigital"
 - 4.2** Städtepartnerschaften der Hansestadt Stralsund
 - 4.3** Websites der Hansestadt Stralsund
 - 4.4** Personelle Untersetzung im Stadtmarketing
 - 4.5** Städtische Landwirtschaft
- 5** Verschiedenes
- 9** Wiederherstellung der Öffentlichkeit und Bekanntgabe von Empfehlungen aus dem nichtöffentlichen Teil

Einleitung:

Von 9 Mitgliedern des Ausschusses für Stadtmarketing sind zu Beginn der Sitzung 6 Mitglieder anwesend, womit die Beschlussfähigkeit gegeben ist.

Die Sitzung wird durch den Ausschussvorsitzenden geleitet. Es erfolgt eine Tonträgeraufzeichnung.

zu 1 Bestätigung der Tagesordnung

Herr Liebeskind gibt die Änderungen zur Tagesordnung bekannt. Er schlägt vor, den Tagesordnungspunkt 4.4 von der Tagesordnung zu nehmen, da Herr Fürst an der Ausschusssitzung nicht teilnehmen kann. Die Ausschussmitglieder stimmen der Änderung einstimmig zu.

Des Weiteren regt Herr Liebeskind an, den Tagesordnungspunkt 4.5 ebenfalls von der Tagesordnung zu nehmen, da die Einreicherin noch nicht anwesend ist. Sollte sich das im Laufe der Sitzung ändern, schlägt Herr Liebeskind vor, den Punkt unter Verschiedenes zu behandeln. Die Mitglieder des Ausschusses stimmen der Änderung zu.

Die geänderte Tagesordnung wird zur Kenntnis genommen.

Abstimmung: 6 Zustimmungen 0 Gegenstimmen 0 Stimmenthaltungen

zu 2 Bestätigung der Niederschrift der 01. Sitzung des Ausschusses für Stadtmarketing vom 24.02.2022

Die Niederschrift der 01. Sitzung des Ausschusses für Stadtmarketing wird ohne Änderungen/ Ergänzungen bestätigt.

Abstimmung: 4 Zustimmungen 0 Gegenstimmen 2 Stimmenthaltungen

zu 3 Beratung zu Beschlussvorlagen

Es liegen keine Beschlussvorlagen zur Beratung vor.

zu 4 Stadtmarketing Stralsund mit Anhörung der Vertreter der beteiligten Institutionen

zu 4.1 Vorstellung des Projektes "StralDigital"

Herr Liebeskind gibt einführende Worte in das Thema.

Herr Suckow (Vorsitzender StralDigital) macht auf die stattgefundene und sehr fundierte Veranstaltung „Greater Rostock“ aufmerksam, bei der die branchenübergreifende Dachmarke für die Regiopol Region Rostock promotet wurde.

Der Zusammenschritt der Veranstaltung „Greater Rostock“ ist unter dem folgenden Link zu finden:

- <https://www.youtube.com/watch?v=9g3yNwd3P04>.

Herr Suckow ist der Meinung, dass die Veranstaltung exakt den Themenschwerpunkt behandelt, mit dem sich die Hansestadt Stralsund und vor allem der Ausschuss für Stadtmarketing auseinandersetzt.

In diesem Rahmen macht Herr Suckow auf die Wichtigkeit des Ausschusses aufmerksam und erläutert, dass sich eine Region ausschließlich mit der Identität und Identifikation von anderen Regionen hervorheben kann.

Im Anschluss verschafft Frau Dr. Clauss anhand einer Präsentation vertiefende Einblicke in das Projekt „StralDigital“. Die Präsentation ist der Niederschrift beigelegt.

Sie informiert die Ausschussmitglieder darüber, dass „StralDigital“ ein befristetes Projekt ist, welches im August 2021 begann.

Im Weiteren geht sie auf die finanziellen Auswirkungen der kleineren Unternehmen aufgrund der Coronapandemie ein. Dabei vergleicht sie Unternehmen mit und ohne digitalen Auftritt. Anhand des Unternehmens „Der Wollladen“ zeigt sie Möglichkeiten des online und offline Verkaufes auf.

Im Anschluss erörtert Frau Dr. Clauss umfassend den strukturellen Wandel der Wirtschaft. Darüber hinaus geht sie auf die Faktoren ein, die die Menschen beim Einkauf steuern und beeinflussen.

Zu Beginn eines Beratungsgespräches wird der aktuelle Standpunkt des Unternehmens ermittelt. Danach wird den Unternehmern der niederschwellige Einstieg in die Digitalisierung dargelegt.

Das Projektziel ist dabei die individuelle digitale Stärkung der Unternehmen, damit die angebotenen Produkte für die Konsumenten sichtbar und ansprechend werden.

Laut Frau Dr. Clauss sind typische Herausforderungen, welche die Unternehmer/innen schildern, unter anderem die Rechtskonformität der Internetauftritte, die Sichtbarkeit in den Suchmaschinen und technische Probleme jeglicher Art.

Frau Dr. Clauss teilt mit, dass sich das Projekt „StralDigital“ zunächst auf die Bereiche Einzelhandel und Tourismuszentrale erstreckt.

Im ersten Projektjahr sollen insgesamt 25 Unternehmen beraten werden.

Dem Feedback zur Folge wird an dem Projekt „StralDigital“ besonders die technische Versiertheit, die Herstellerunabhängigkeit sowie die kritische Analyse geschätzt.

Aus der Feedbackanalyse lässt sich ein deutlicher Bedarf für ein 2. Projektjahr von „StralDigital“ ableiten.

Dieser Bedarf resultiert unter anderem aus den Nachwirkungen der Coronapandemie und aus der derzeitigen Krisensituation, welche die Wirtschaft spürbar hemmt.

Weiterhin verschafft Frau Dr. Clauss Ausblicke für ein 2. Projektjahr. Zielstrebend für das 2. Projektjahr ist die Ausweitung der Beratungsunternehmen, die Erweiterung der Beratungsinstrumente, die Entstehung einer lokalen Community und die Durchführung praxisnaher Workshops.

Herr Kinder hinterfragt die Projektausweitung auf weitere Dienstleistungsträger.

Frau Dr. Clauss entgegnet, dass die Erweiterung der Dienstleistungsträger für das 2. Projektjahr durchaus denkbar ist.

Auf Nachfrage von Herrn Kinder erwidert Frau Dr. Clauss, dass sich Einzelhändler vor allem durch die individuelle Beratung und die zusätzlichen Leistungen von den großen Ketten wie Amazon abheben können. Im Preissegment sind die kleineren Unternehmen jedoch oft den großen Ketten unterlegen.

Herr Kinder regt an, dass das Projekt „StralDigital“ auf Sportvereine und kulturellen Einrichtungen ausgeweitet werden sollte.

Herr Röhl spricht sich positiv für das Projekt „StralDigital“ aus. Aus einer früheren Verständigung weiß er, dass die Finanzierung für 2. Projektjahr von „StralDigital“ noch nicht gesichert ist. Er begrüßt die Finanzierung des Projektes durch die Hansestadt Stralsund.

Frau Labouvie begrüßt das Projekt „StralDigital“. Sie bestätigt die zunehmende Präsenz bezüglich des Onlinehandels. Sie erfragt den Umgang mit Unternehmen, welche keine digitalen Berührungspunkte haben.

Frau Dr. Clauss erläutert, dass die Unternehmer nach Abschluss der Evaluierung und Durchführung erster kleiner Schritte an individuell abgestimmte IT-Spezialisten verwiesen werden. Sie merkt an, dass sie bei „StralDigital“ ausschließlich als Lotsen fungieren.

Herr Haack hinterfragt die Auswahlkriterien, die Unternehmen zur Aufnahme bei „StralDigital“ erfüllen müssen. Zudem möchte er wissen, wie die Unternehmen auf das Projekt aufmerksam gemacht werden.

Laut Frau Dr. Clauss wurde das Projekt in Foren sowie in den Medien vorgestellt. Hinzu kommt die direkte Vorstellung in einzelnen Unternehmen sowie die Weiterempfehlung anderer Unternehmen. Zur Auswahl teilt sie mit, dass Unternehmen aus dem Einzelhandel sowie der Tourismusbranche gewählt wurden, die sich in unterschiedlichen Phasen der Digitalisierung befanden/ befinden.

Auf die Nachfrage von Herrn Liebeskind entgegnet Frau Dr. Clauss, dass sich das Projekt auf inhabergeführte Stralsunder Unternehmen fokussiert und sich auf den Raum Stralsund und naher Umgebung erstreckt.

Herr Röhl erkundigt sich nach der finanziellen Lücke für das 2. Projektjahr.

Herr Suckow beziffert das Jahresbudget für das 2. Projektjahr auf 23.000 Euro.

Die Mitglieder des Ausschusses für Stadtmarketing sprechen sich einvernehmlich für die Unterstützung des Projektes „StralDigital“ aus und befürworten die Übernahme der ungedeckten Kosten durch die Hansestadt Stralsund.

zu 4.2 Städtepartnerschaften der Hansestadt Stralsund

Herr Liebeskind beantragt das Rederecht für Herrn von der Lieth. Dem Antrag wird einstimmig zugestimmt.

Herr von der Lieth stellt seinen bisherigen beruflichen Werdegang dar. Er priorisiert die Wichtigkeit des Stadtmarketings. Verdeutlichend bringt Herr von der Lieth seine Auffassung von Städtepartnerschaften zum Ausdruck. Anhand einer Präsentation macht Herr von der Lieth auf verbesserungswürdige Kriterien bezüglich der Städtepartnerschaften auf der Internetseite der Hansestadt Stralsund aufmerksam. Hierbei vergleicht er die Internetseite der Hansestadt Stralsund vordergründig mit der Internetseite der Partnerstadt Kiel. Die Präsentation ist der Niederschrift beigelegt.

Herr Suckow fügt an, dass es sich beim Stadtmarketing um einen ständig wandelnden Prozess handelt.

Frau Wolle erläutert den allgemeinen Aufbau von der Internetseite der Hansestadt Stralsund. Sie entgegnet, dass die Stralsunder Broschüre über Städtepartnerschaften aktualisiert werden soll. In diesem Rahmen soll die Informationsmenge der Städtepartnerschaften auf der Internetseite ebenfalls angepasst werden. Frau Wolle erörtert im Weiteren den Hintergrund für die gewählten Sprachen auf der Internetseite, unter Darlegung der damals betrachteten Tourismusstatistik. Anschließend nimmt sie Bezug auf den regelmäßigen Austausch mit den Partnerstädten. Dabei erwidert sie, dass lediglich der Austausch mit Svendborg in der Vergangenheit inaktiver geworden ist. Als verbesserungswürdiges Kriterium benennt Frau Wolle die Kommunikation für besondere Anlässe, etc. mit den Partnerstädten.

Herr Röhl teilt seine Auffassung hinsichtlich der Städtepartnerschaften mit.

Auf die Nachfrage von Herrn Kinder erläutert Frau Wolle unter anderem die Haushaltspositionen für den Bereich Städtepartnerschaften. Auch führt sie aus, dass die Aufnahme der ukrainischen Sprache auf der Internetseite der Hansestadt Stralsund nicht beabsichtigt ist. Begründend führt sie an, dass die ukrainischen Bürger/-innen einwandfrei Russisch und Englisch sprechen. Zur Veranschaulichung bezieht Frau Wolle die Auswertung der Webstatistik ein, die deutlich niederlegt, dass Englisch die am häufigsten abgefragte Fremdsprache ist.

Herr Philippen reflektiert die Städtepartnerschaften auf sportlicher Ebene.

Herr von der Lieth regt an, die Kommunikation von städtepartnerschaftlichen Ereignissen auf jeder Ebene zu intensivieren.

Herr Suckow bestätigt die Notwendigkeit der digitalen Sichtbarkeit.

Der Ausschussvorsitzende stellt fest, dass kein weiterer Redebedarf besteht.

zu 4.3 Websites der Hansestadt Stralsund

Herr Liebeskind gibt einführende Wort in das Thema.

Anhand einer Präsentation bewertet Herr von der Lieth die einzelnen Designs, die von der Hansestadt Stralsund in den Logos verwendet werden. Hierbei konkretisiert er die Bedeutsamkeit der einheitlichen Darstellung, damit Außenstehende die Verknüpfung zur Hansestadt Stralsund eindeutig erkennen.

Herr Liebeskind befürwortet die sichtbare Erkennbarkeit von Stralsunder Institutionen. Aus diesem Grund regt er beispielhaft die Bündelung der verwendeten Designs auf der Internetseite der Hansestadt Stralsund an.

Herr Liebeskind dankt Herrn von der Lieth für die Ausführungen und leitet in den nächsten Tagesordnungspunkt ein.

zu 4.4 Personelle Untersetzung im Stadtmarketing

Der Tagesordnungspunkt wurde unter TOP 1 von der Tagesordnung genommen.

zu 4.5 Städtische Landwirtschaft

Der Tagesordnungspunkt wurde unter TOP 1 von der Tagesordnung genommen.

zu 5 Verschiedenes

Frau Labouvie referiert ausführlich über das Konzept der städtischen Landwirtschaft. Dabei hebt sie vor allem den regionalen Grundgedanken, den Schul- und Lehrgarten sowie unzählige weitere soziale aber auch touristische Intentionen hervor.

Nach ausführlicher Beratung einigen sich die Mitglieder des Ausschusses darauf, dass das vorgestellte Konzept überwiegend dem sozialen Aspekt unterliegt. Aus diesem Grund entscheiden sich die Ausschussmitglieder gegen eine weitere Thematik im Ausschuss für Stadtmarketing.

Die weiteren Tagesordnungspunkte entfallen, da seitens der Ausschussmitglieder kein Redebedarf besteht.

Herr Liebeskind dankt den Beteiligten für die Mitarbeit und beendet die 02. Sitzung des Ausschusses für Stadtmarketing.

gez. Michael Liebeskind
Vorsitzender

gez. Cinderella Littmann
Protokollführung