

Bekanntmachung

Die 3. Sitzung des Ausschusses für Stadtmarketing findet am Donnerstag, den 18.08.2022 statt.

Beginn: 17:00 Uhr

Ort: Hansestadt Stralsund, Rathaus, Konferenzsaal

Tagesordnung:

Öffentlicher Teil

- 1 Bestätigung der Tagesordnung
- 2 Bestätigung der Niederschrift der 02. Sitzung des Ausschusses für Stadtmarketing vom 28.04.2022
- 3 Beratung zu Beschlussvorlagen
- 4 Stadtmarketing Stralsund mit Anhörung der Vertreter der beteiligten Institutionen
 - 4.1 Entwicklungen im Einzelhandel
 - 4.2 Verein für Regionalmarketing und -entwicklung Vorpommern
- 5 Verschiedenes

Nichtöffentlicher Teil

- 6 Beratung zu Beschlussvorlagen
- 7 Beratung zu aktuellen Themen
- 8 Verschiedenes

Öffentlicher Teil

- 9 Wiederherstellung der Öffentlichkeit und Bekanntgabe von Empfehlungen aus dem nichtöffentlichen Teil

gez. Christa Labouvie
1.stellvertretende Ausschussvorsitzende

TOP Ö 2

Hansestadt Stralsund
Ausschuss für Stadtmarketing

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 Zusammenschluss 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 Beratungsgesprächs 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 Röll 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 Bedeutung 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

Stral Digital



Digital & Gestärkt in die Zukunft - Offensive für Stralsund

Koordination: Thomas Lösch, Dr. Maria Clauss



Einzelhandel im Wandel

Online-Handel



Grüne Wiese



Historische Städte



Corona-Pandemie

E-Commerce-Umsatz mit Waren in Deutschland in den Jahren 2000 bis 2021 (in Milliarden Euro)



Quelle:
bevh
© Statista 2022

Weitere Informationen:
Deutschland; Beyondata; brutto; inkl. Umsatzsteuer; ohne OMP-Käufe von privat



„Nur“
19% des gesamten
Einzelhandels

TRADITIONAL

Der klassische stationäre Einzelhandel



E-COMMERCE

Der reine Online-Handel



MULTICHANNEL

Paralleler Handel über mehrere Kanäle



OMNICHANNEL

Nahtlose Integration über mehrere Kanäle hinweg



ebay Shop by category

eBay > eBay Stores > Der Wollladen



Der Wollladen
Stricken - Sticken - Nähen



Wolle und Garn

LANA GROSSA - LANG YARNS

Der Wollladen - Ladenlokal und Online-Shop



Der Wollladen

Website Directions Save

4.7 ★★★★★ 47 Google reviews

Needlework shop in Stralsund, Germany

Service options: In-store shopping · Curbside pickup · Delivery

Address: Heiliggeiststraße 41, 18439 Stralsund, Germany

Hours: Open · Closes 6PM

Health & safety: Mask required · More details

Phone: +49 3831 667851

facebook



Der Wollladen Stralsund
@derwollladenstralsund

Startseite

Beiträge



der.wollladen Follow

128 posts 305 followers

Der Wollladen
Product/Service
Stricken - Sticken - Nähen

Euer Ort für Handarbeit, Kurzarbeit
Ladenlokal:
#DerWollladenStralsund
#DerWollladenGreifswald
Online-Shop:
www.der-wollladen.com

Verschmelzung von Online- und Offline-Kanälen

Einzelhändler



Tourismusunternehmen



- Direktansprache Stralsunder Unternehmen
- kostenlose Beratungsgespräche & Vernetzung
- Ziel: gestärkte digitale Sichtbarkeit und Vermarktung vitale und vielfältige Stadt

„Orte“ der digitalen Sichtbarkeit

Google My Business

Webseite

Webshop

Social-Media
FB, IN

Email, Instant-Messaging



Verzeichnisse
global & regional

Schaufenster
FB, Gutes aus Vorpommern

Marktplätze
Amazon, eBay & Co

Presse, Radio,
Fachpublikationen

„Orte“ der digitalen Sichtbarkeit



„Wege“ in die digitale Sichtbarkeit

bezahlte
Online-Werbung
PPC

SEO, SMO

Datenschutz

Rechtssicherheit

Technik,
Web UI/UX Design



Digitalstrategie
Vermarktung

Bildungs- & Beratungs-
Programme
M4.0, AA

Staatliche
Fördermittel
go-digital

Customer Journey

Corporate
design

Auf Kurs in die digitale Sichtbarkeit mit StralDigital

Vernetzung

Mittelstand 4.0-Kompetenzzentrum Handel
Wir. Machen. Digitalisierung. Begreifbar.

go-digital | Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie

LEITFADEN SMART HOTEL
Innovationen im Hotelbetrieb

Regionale IT-Dienstleister

Johns Planning | FERCHAU | HENKERS Engineering System

Thomas Glöckl | BK Distribution Solutions

NeuThronix | (Zahlungsgeschäft) | wibba VO

Fachwissen

91
https://handwerk.rsn.de/

Digital-Checks

Leistung

1.528 Klicks insgesamt
111.622 Impressionen ins...
1,4 % Durchsichtliche...
18,2 Durchschnittliche

Line chart showing performance metrics over time from 03.08.21 to 28.09.21.

Strategieberatung

Soziale Netzwerke

Handly active users	Engagement	Netizen	Am besten geeignet für	Leistend	Effektivität	Wie viele posts pro Woche?	Haltbarkeit des Posts	Stärke des Einflusses
Facebook	2,21 Mio. User	(32,25-31) 17 > 2	Kundenbeziehung und Content	Vertriebskanal	Gefolge	1-2	1-2	9
Instagram	1,47 Mio. User	(10) 7h 44 17 > 2	Kundenbindung	Vertrieb	1-2	1-2	1-2	9
Twitter	328 Mio. User	15-30 (8) 17 > 2	Informations- und Service	Vertrieb	1-2	1-2	1-2	9
LinkedIn	292 Mio. User	23-34 17 > 2	Business-to-Business	Vertrieb	1-2	1-2	1-2	9
Pinterest	454 Mio. User	10-14 (3) 17 > 2	Inspiration	Vertrieb	1-2	1-2	1-2	9
YouTube	2 Mio. User	25-27 17 > 2	Video Content	Vertrieb	1-2	1-2	1-2	9
Amazon	200 Mio. User	17 > 2	Einkaufen	Vertrieb	1-2	1-2	1-2	9

Steckbrief

Document showing various charts and data points related to digital marketing strategy.

Auf Kurs in die digitale Sichtbarkeit mit StralDigital



9. Projektmonat

Auf Kurs in die digitale Sichtbarkeit mit StralDigital

- Typische Herausforderungen der Unternehmen:
 - Rechtskonformität
 - Sichtbarkeit in Suchmaschinen / Sozialen Netzwerken
 - technische Probleme
- Das Hemmnisse-Triumvirat:
 - ein Mangel an Wissen, finanziellen Mitteln und Zeit
- Was Unternehmer an der Beratung von StralDigital besonders schätzen:
 - technisch versiert, herstellerunabhängig
 - kritischer Blick von außen mit handfesten Empfehlungen
 - persönlich vor Ort

StralDigital – 2. Projektjahr

- Nachfrage und Bedarf bei Unternehmen besteht
- Corona-Nachwirkungen, steigende Preise, Lieferkettenprobleme
- der Strukturwandel verschärft sich

- individualisierte Beratung
- Weiterentwicklung der Beratungswerkzeuge
- Aufbau einer lokalen Community „*Club der digitalen Sichtbarkeit*“
 - praxisnahe Workshops im MakerPort, Hilfe zur Selbsthilfe
 - Lotsenfunktion, Vernetzung mit IT-Dienstleistern
 - in Präsenz und virtuell

StralDigital

Start Das Projekt Sei sichtbar! Die Crew

StralDigital



Digital & Gestärkt in die Zukunft – Offensive für Stralsund

Perspektiven und Beratung für die Einzelhändler & Tourismusunternehmen der Hansestadt Stralsund

Tealabs auf der
E-Commerce-Messe
in Berlin und Wismar

Die Messe ist ein wichtiger Anlaufpunkt für den Einzelhandel und die Tourismusbranche. Durch die Teilnahme an der Messe können Unternehmen neue Geschäftspartner finden und ihre Produkte präsentieren.

Wiedereröffnung
des Digital Lab in dem
Zentrum für digitale
Unternehmen

Das Digital Lab ist ein Zentrum für digitale Unternehmen. Es bietet Unterstützung bei der Entwicklung digitaler Geschäftsmodelle und der Implementierung digitaler Marketingstrategien.

Erneuerung des
Marketingkonzepts
für die Einzelhändler
in Stralsund

Die Einzelhändler in Stralsund müssen ihre Marketingstrategien erneuern, um in der digitalen Welt erfolgreich zu sein. StralDigital bietet Unterstützung bei der Entwicklung neuer Marketingkonzepte.

Erneuerung des
Marketingkonzepts
für die Einzelhändler
in Stralsund

Die Einzelhändler in Stralsund müssen ihre Marketingstrategien erneuern, um in der digitalen Welt erfolgreich zu sein. StralDigital bietet Unterstützung bei der Entwicklung neuer Marketingkonzepte.

Neuauflage
des Digital Lab in dem
Zentrum für digitale
Unternehmen

Das Digital Lab ist ein Zentrum für digitale Unternehmen. Es bietet Unterstützung bei der Entwicklung digitaler Geschäftsmodelle und der Implementierung digitaler Marketingstrategien.

Stral Digital Messen
in Stralsund

Die Stral Digital Messen sind ein wichtiger Anlaufpunkt für den Einzelhandel und die Tourismusbranche. Durch die Teilnahme an der Messe können Unternehmen neue Geschäftspartner finden und ihre Produkte präsentieren.

Stral Digital Messen
in Stralsund

Die Stral Digital Messen sind ein wichtiger Anlaufpunkt für den Einzelhandel und die Tourismusbranche. Durch die Teilnahme an der Messe können Unternehmen neue Geschäftspartner finden und ihre Produkte präsentieren.

Stral Digital Messen
in Stralsund

Die Stral Digital Messen sind ein wichtiger Anlaufpunkt für den Einzelhandel und die Tourismusbranche. Durch die Teilnahme an der Messe können Unternehmen neue Geschäftspartner finden und ihre Produkte präsentieren.

Stral Digital Messen
in Stralsund

Die Stral Digital Messen sind ein wichtiger Anlaufpunkt für den Einzelhandel und die Tourismusbranche. Durch die Teilnahme an der Messe können Unternehmen neue Geschäftspartner finden und ihre Produkte präsentieren.



Digitalstrategie

Hilft beim Einstieg in die Online-Vermittlung, Webinare, Sachverständigenmarketing, Produktplatzierung oder Social-Media-Kampagnen - Wo liegt ich an? Konkrete Beratung, individuell und vor Ort.



Starke Gemeinschaft

Anlass, Inspiration, und Zusammenarbeit. Ein Stralsunder Netzwerk von und für Unternehmen. Digitale Potentiale entdecken und nutzen.



Dienstleister-Matching

Lokale Digitalkompetenz und Dienstleister finden. Ob digitales Geschäftsmodell, SEO, Analytics oder Web-Shop - Wo finde ich professionelle Hilfe? StralDigital hilft. Unternehmen den passenden Digitalisierungspartner zu finden.

www.straldigital.de

Thomas Lösch

Tel: 0176 295 95209

E-Mail: thomas.loesch@straldigital.de

Dr. Maria Clauss

Tel: 03831 9479474

E-Mail: maria.clauss@straldigital.de



Eva Jaskolski | <https://www.evajaskolski.de/portfolio/tellerrand/>

StädtePartnerschaften der Hansestadt Stralsund

Mehrwert – Synergien

TOP 4.2.1 — StädtePartnerschaften

StädtePartnerschaften der Hansestadt Stralsund – Mehrwert – Synergien ...

Welcher **Mehrwert**
ergibt sich jeweils aktuell
für die Stadt ?

Welche **Synergien** gibt es aktuell?

Welche Partnerschaften werden
... **aktiv gelebt**
... **nicht aktiv gelebt**
... sind **obsolet**

Welche **Kosten** entstehen jeweils
per Haushaltsjahr?

-
- **Pori** (Finnland),
Einw.: 83.684
 - **Ventspils** (Lettland),
Einw.: 38.386
 - **Kiel** (Deutschland),
Einw.: 246.601
 - **Trelleborg** (Schweden),
Einw.: 29.316
 - **Malmö** (Schweden),
Einw.: 301.706
 - **Svendborg** (Dänemark),
Einw.: 27.054
 - **Stargard Szczecinski** (Polen),
Einw.: 67.579
 - **Huangshan** (China),
Einw.: ca. 1,5 Mio.,
Stadtbezirk 153.000

— **Stralsund**, Einw: 59.205

TOP 4.2.2 — StädtePartnerschaften

VergleichsStatistik zum Tourismus aus/mit den Partnerstädten

Existieren Statistiken zum
Tourismus aus den PartnerStädten,
-Ländern der letzten 3-5 Jahre?

Gäste aus den Partnerstädten ...

- prozentual zum Gesamt
- prozentual zum Gesamt
aus den jeweiligen Ländern

... in wie weit wird in den
Partnerstädten
für Stralsund geworben?

- **Pori** (Finnland)
<https://www.pori.fi/en>
- **Ventspils** (Lettland)
https://www.ventspils.lv/eng/about_ventspils/twin_cities/
<https://www.visitventspils.com/de/>
- **Kiel** (Deutschland)
https://www.kiel.de/de/kiel_zukunft/kiel_international/Stralsund.php
- **Trelleborg** (Schweden)
<https://www.trelleborg.se/kommun-politik/internationellt-arbete/>
- **Malmö** (Schweden)
<https://malmo.se/Sa-arbetar-vi-med.../Omvarld/Strategiskt-omvarldsarbete/Vanorter.html>
- **Svendborg** (Dänemark)
<https://www.svendborg.dk/borger/kultur-og-fritid/raad-og-samarbejds partnere/venskabsbysamarbejder>
- **Stargard Szczecinski** (Polen)
<https://stargard.eu/dla-mieszkanca/wspolpraca-miedzygminna-i-miedzynarodowa/miasta-partnerskie/>
- **Huangshan** (China)
website ? / Verlinkung nicht erkennbar

TOP 4.2.3 — StädtePartnerschaften

Fremdsprachen ... auf den Webseiten der Stadt Stralsund angleichen.

Fremdsprachen der jeweiligen
Partnerstädte auf den websites
abgleichen ...

... HP Hansestadt Stralsund

<https://www.stralsund.de>

**Deutsch / Englisch /
Schwedisch / Polnisch /
Russisch / Chinesisch**

... der TourismusZentrale

<https://www.stralsundtourismus.de/de/willkommen>

Sollte die HP der TourismusZentrale
sich auch in den Sprachen
der Partnerstädte präsentieren.

Deutsch / Englisch / Schwedisch

... Sprachen nach Partnerstädten:

**Deutsch / Finnisch /
Lettisch / Schwedisch /
Dänisch / Polnisch /
Chinesisch**

TOP 4.2.4 — StädtePartnerschaften

Verlinkung ... mit den Partnerstädten

... auf den Webseiten
mit/zu den Partnerstädten,

auf Gegenseitigkeit ...

... von allen Partnerstädten
informiert und verlinkt
nur **Kiel** vorbildlich –

andere teilweise gar nicht!

Verlinkung Partnerstädte
siehe Seite TOP 4.2.2.

Menü:

Die HP Stralsund bietet nur auf den
Unterseiten ein Teil-Menü an.

Stralsund:



Partnerstädte als Text aufgelistet,
hier **nicht verlinkt**.

https://www.stralsund.de/buerger/rathaus/verwaltung/Aemteruebersicht/amt_fuer_kultur_welterbe_und_medien/kultur_und_oeffentlichkeitsarbeit/Staedtepartnerschaften/index.html

TOP 4.2.5 — StädtePartnerschaften

„von Partnern lernen ...“ Die Partnerstadt **KIEL**

... ist beispielgebend
für die Information zur ihren
Partnerstädten.

... auch nicht auf den ersten Klick
aber unter:

- ▶▶ [Kiel&Zukunft]
- ▶▶ [Kiel international]

https://www.kiel.de/de/kiel_zukunft/kiel_international/index.php

Website-Kiel – Sprachen:
**Deutsch/Leichte Sprache/
Gebärdensprache**
keine Fremdsprachen

Partnerstädte der Stadt **Kiel:**

- Aarhus (Dänemark)
 - Antakya / Hatay (Türkei)
 - Brest (Frankreich)
 - Coventry (Großbritannien)
 - Gdynia (Polen)
 - Kaliningrad (Russland)
 - Moshi District (Tansania)
 - Samsun (Türkei)
 - San Francisco (USA)
 - Sovetsk (Kaliningrad)
 - Stralsund (Deutschland)
 - Tallinn (Estland)
 - Vaasa (Finnland)
-

TOP 4.2.6 — StädtePartnerschaften

Kiel_international

Kiel_Coventry

Verlinkung ...

Kiel – Menü:

Kiel&Zukunft / Kiel intern.

Ein Überblick

Veranstaltungen

Öffentliches Forum:
Militärische Manöver in der Ostsee
International Cities Forum

Expo Hatay

Brückenbauer*innen

Wir bauen Brücken

Aarhus

Antakya / Hatay

Brest

Coventry

Gdynia

Kaliningrad

Moshi District

Samsun

San Francisco

Sovetsk

Stralsund

Tallinn

Vaasa

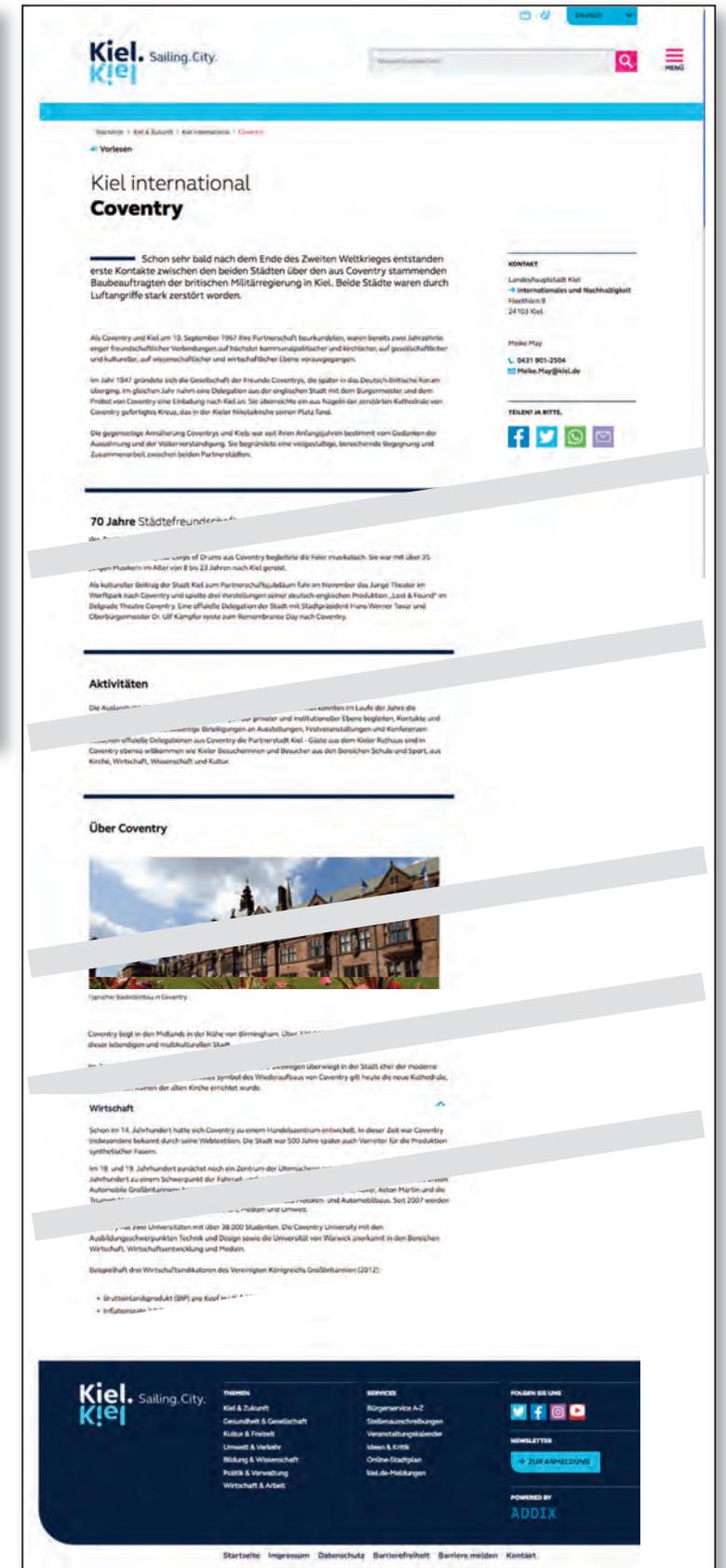
Auslandsgesellschaften und
Konsularische Vertretungen

Länderübergreifende Organisationen

Mayors for Peace

Kiel - Heimathafen der Gorch Fock

neuinternational



Kiel international
Coventry

70 Jahre Städtefreundschaft

Aktivitäten

Über Coventry

Wirtschaft

Link zu Website Coventry

TOP 4.2.7 — StädtePartnerschaften

Verlinkung ...

Kiel – Menü:

Kiel&Zukunft / Kiel international

Ein Überblick

Veranstaltungen

Öffentliches Forum:

Militärische Manöver in der Ostsee

International Cities Forum

Expo Hatay

Brückenbauer*innen

Wir bauen Brücken

Aarhus

Antakya / Hatay

Brest

Coventry

Gdynia

Kaliningrad

Moshi District

Samsun

San Francisco

Sovetsk

Stralsund

Tallinn

Vaasa

Auslandsgesellschaften und
Konsularische Vertretungen

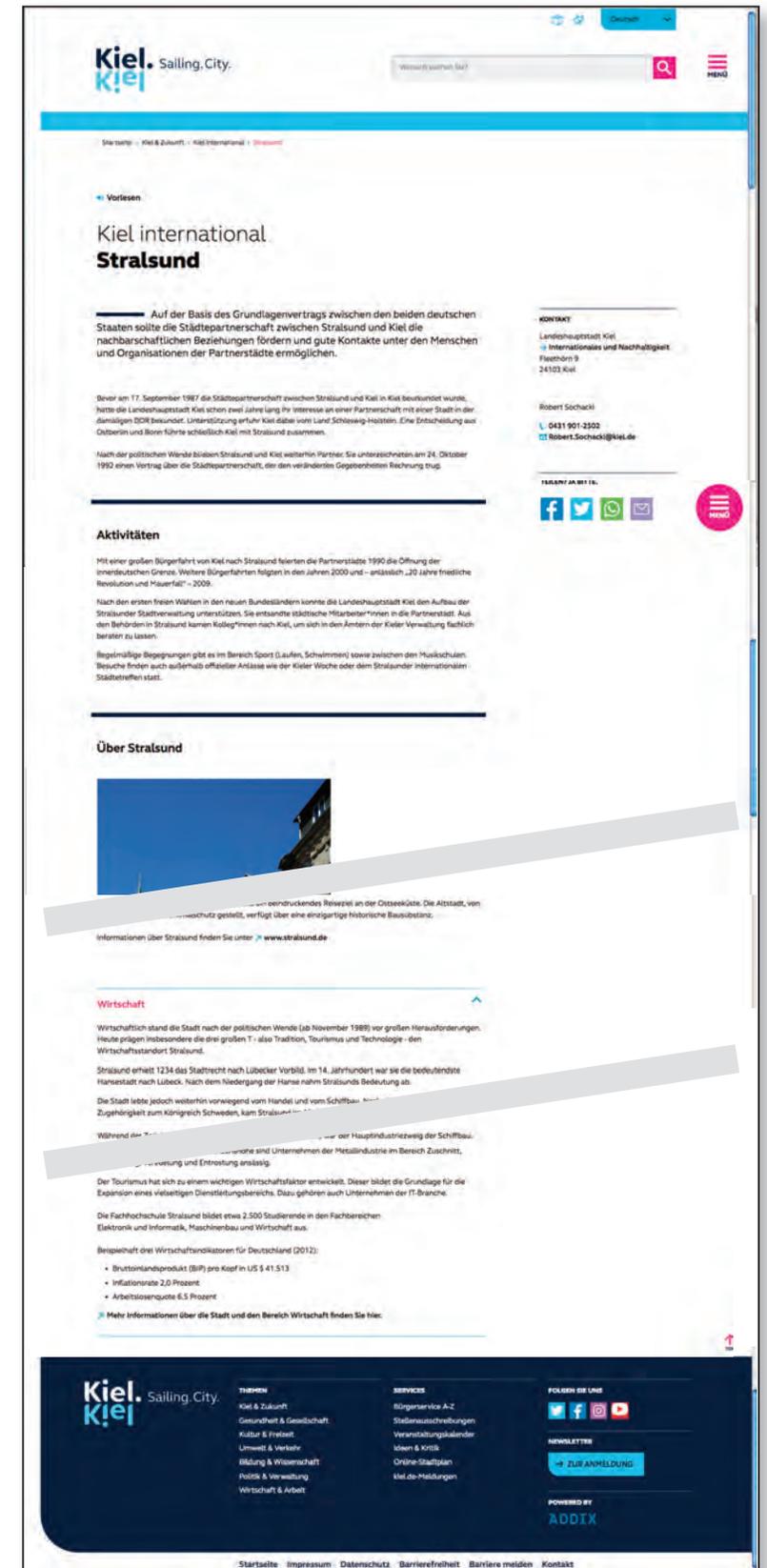
Länderübergreifende Organisationen

Mayors for Peace

Kiel - Heimathafen der Gorch Fock

neuinternational

Kiel_Stralsund



Kiel international
Stralsund

...
Aktivitäten
Über Stralsund
Wirtschaft

Link zu Website Stralsund



Eva Jaskolski | <https://www.evajaskolski.de/portfolio/tellerrand/>

WebPräsentation – Corporate Design der Hansestadt STRALSUND

der Städtischen Unternehmen, Beteiligungen,
der stadtnahen Einrichtungen, Unternehmungen
und ihre **Marken**

TOP 4.3.0. — Websites der Hansestadt Stralsund Lokaler Online-Shop

von Partnern lernen ... auch in der Partnerstadt KIEL

... gibt es seit 2016 einen

Markenbildungsprozess – mit drei Markenwerkstätten ...

- Arbeitsplatz-Attraktivität
- Wissenschaft & Bildung
- Kultur & Kreativwirtschaft
- Lebensqualität im Norden
- Vielfalt & Integration
- Wirtschaftsstandort
- Tourismus & Kulinarik
- Sprache & Sprachbilder

... und den entsprechenden
Dokumentationen.

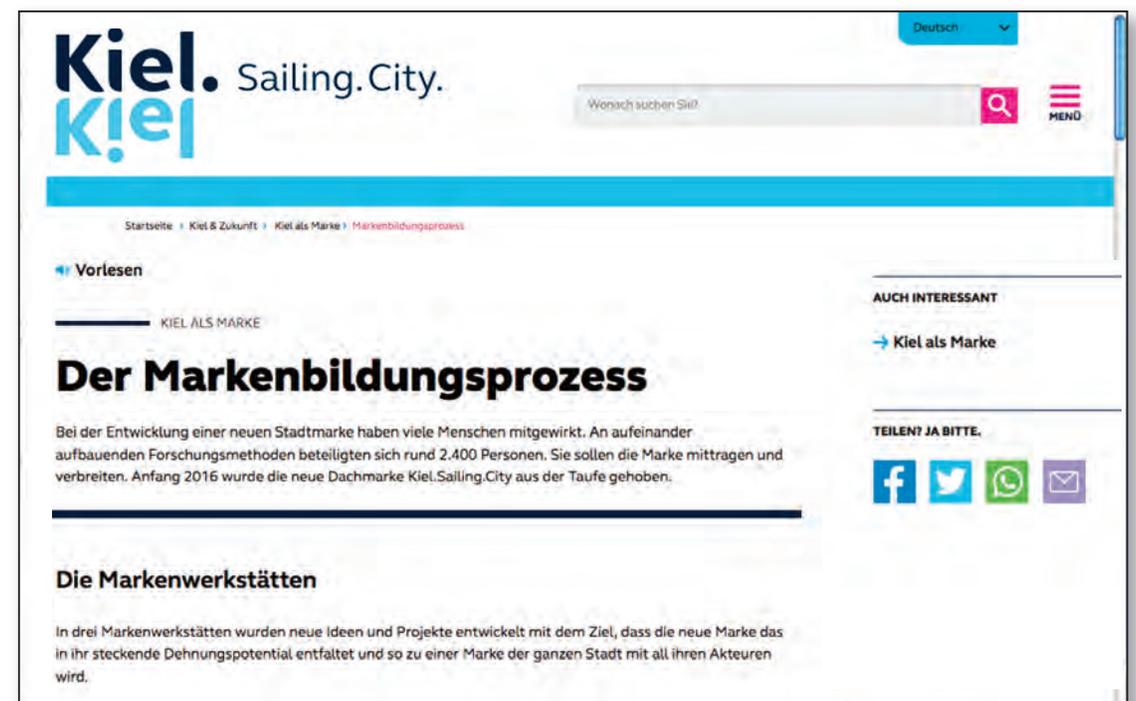
https://www.kiel.de/de/kiel_zukunft/_kiel_als_marke/_markenbildungsprozess.php

https://www.kiel.de/de/kiel_zukunft/kiel_als_marke.php

Mit ähnlichem Engagement entwickelt die Stadt Stralsund das **Kulturkonzept Stralsund 2034!**

<https://www.kultur-stralsund.de/>

... auch für **Stadtmarke/-ting**
»Hansestadt Stralsund«
wäre ein solches Engagement
wünschenswert.



TOP 4.3.1. — Websites der Hansestadt Stralsund Lokaler Online-Shop

Webseiten – Vorschläge

aus dem
Kompendium der »Identitätsstiftung GmbH«
auf Realisierbarkeit prüfen.

sichten, bündeln, umsetzen und
ggf. mit Stralsund.de verknüpfen.

KOMPENDIUM ...

Seite 58 – DAS KULTURELLE ERBE
ALS SOCIALMEDIA STAR

Seite 59 – AKTION: WELT-FUTUR-ERBE /
TOURISMUS-APP

Seite 62 – STADTPORTAL &
INDIVIDUELLE STADTFÜHRUNGEN

Seite 64 – IMAGEVIDEO

Seite 65 – START-UP HANSE

Seite 65 – **DIGITALES BRANCHENVERZEICHNIS**

Seite 72 – STADTPLATTFORM

StralDigital

<https://straldigital.de/das-projekt>



**Lokale Unternehmen online präsentieren,
den lokalen Einzelhandel ans Netz ...
OnlineHandel entwickeln.**

**Ein Beispiel: Der Online-Shop der
Hansestadt Attendorn**, NRW / Einw.: 24.330

Attendorner Webkaufhaus, seit 2015
35 Händler, Dienstleister und Gastronomen mit
660.000 Produkten.

**WEBKAUFHAUS
ATTENDORN**

<https://atalanda.com/attendorn>
über die Agentur – atalanda.com

aber auch über:

<https://www.attendorn.de/Wirtschaft/Einzelhandel/>

Attendorner Einzelhändler

<https://erlebe-attendorn.de/>
Impressum Hansestadt Attendorn

TOP 4.3.2. — Websites / Corporate Design der Hansestadt Stralsund

WebAuftritt / CD ... der Hansestadt STRALSUND ... und der **Städtische Unternehmen,** **Beteiligungen** und der **stadtnahen Einrichtungen /** **Unternehmungen**

... derzeit stellt sich die Stadt als ein
Gemischtwarenladen dar –
eine stringente Branding-Strategie
ist nicht vorhanden.

Ein durchgängiges **Corporate Design**
ist nicht erkennbar –
weder in den **Marken (Logo)** noch
in den **Web-Auftritten.** ...

TOP 4.3.3. — Websites / Corporate Design der Hansestadt Stralsund

vgl.. Tourismuszentrale

Homepage ohne Firmenbezeichnung	vgl. Größenverhältnis Logo-Buchstaben unterschiedliche Schriftart und Schreibweise	

Verwendung – Wappen, Logo der Stadt

Stadt-der-Sterne		mit Stralsund-Marke nicht gewollt

aktuelles Logo. Variante -1- | Variante -2-
Beispiel: Partnerstadt Kiel

altes Logo
nicht mehr in der Verwendung

TOP 4.3.4. — Websites der Hansestadt Stralsund u.a.

... professionell wäre ein
„Konzern“-Auftritt
mit unterschiedlichen Divisionen
**... für Gäste, Bürger, Investoren,
Gründer.**

Die Website an prominenter Stelle
verlinken mit ...

- Städtische Unternehmen,
- Beteiligungen und der
- stadtnahen Einrichtungen /
Unternehmungen
- **bessere Orientierung**
- **professionellere Usability**
- ggf. ähnlich einem Organigramm.

einige **Usability-Beispiele**,
unabhängig von der Gestaltung ...

ein **Gesundheitsunternehmen** ...

<https://www.uhlenhaus.de>

Bildungsunternehmen ...

<https://seminarcentergruppe.de>

Gymnasium und Berufliche Schule

des o.g. privaten Bildungsträgers

<https://www.ecolea.de>

internationaler **Verbund von Werbeagenturen**

<https://bbdo.group/de/network>

Hansestadt **Soest**, Einw.:47.206

<https://www.soest.de/politik-verwaltung>

<https://www.soest.de/politik-verwaltung/organigramm>

Partnerstadt **Kiel**, Einw.: 246.601

<https://www.kiel.de/>

https://www.kiel.de/de/wirtschaft_arbeit/wirtschafts-service.php

https://www.kiel.de/de/wirtschaft_arbeit/staedtisches_beteiligungs-management.php

TOP 4.3.5. — Websites - andere

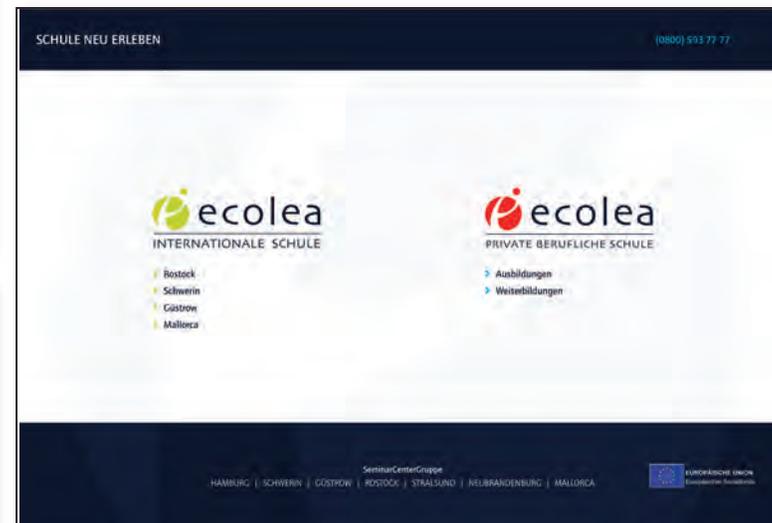
Uhlenhaus



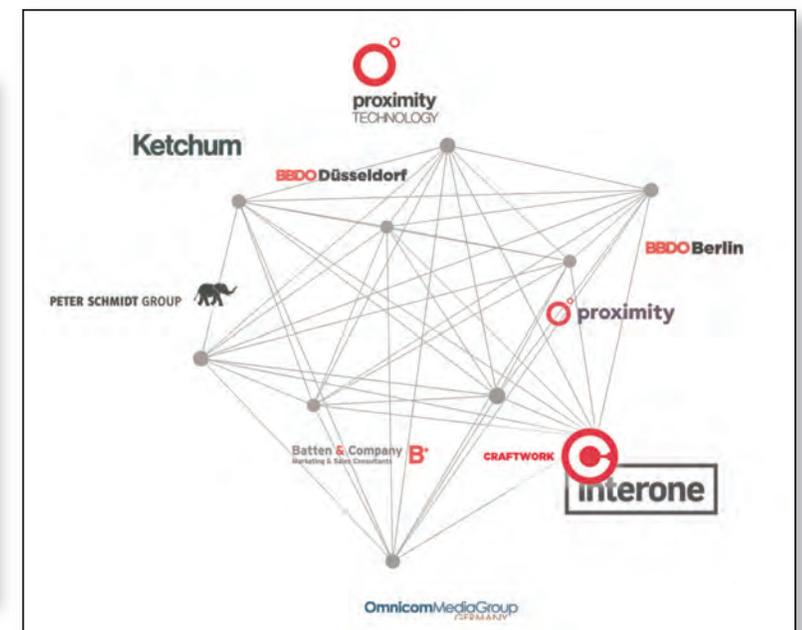
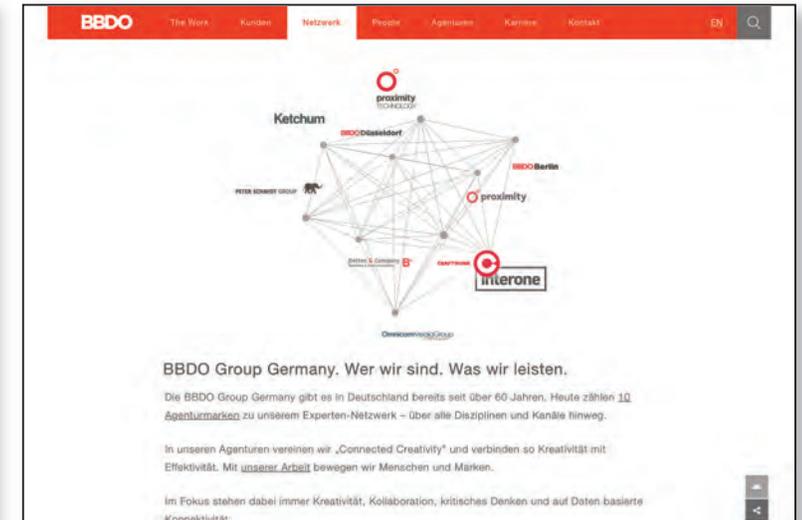
SeminarCenterGruppe



ecolea



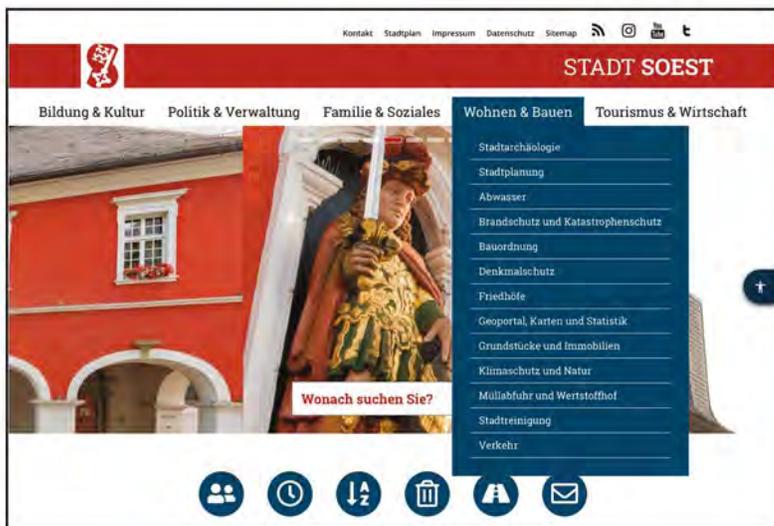
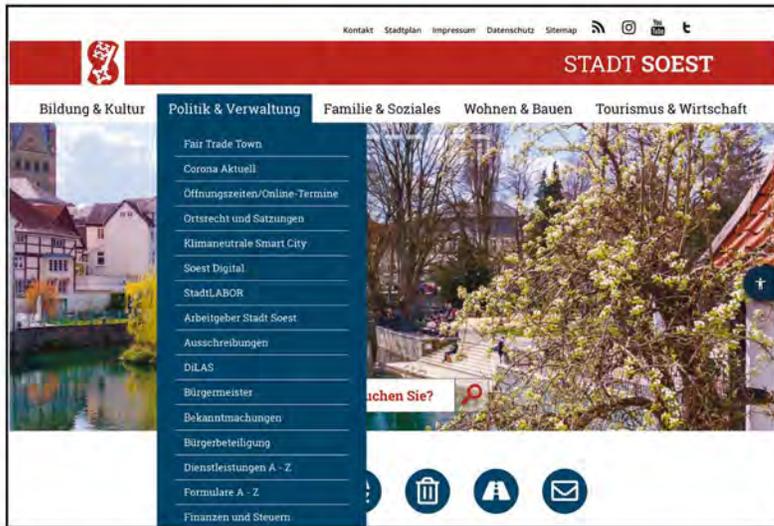
BBDO



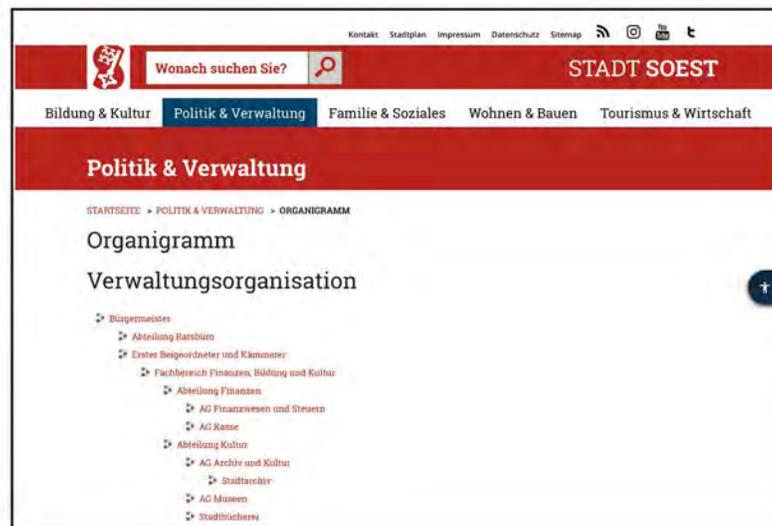
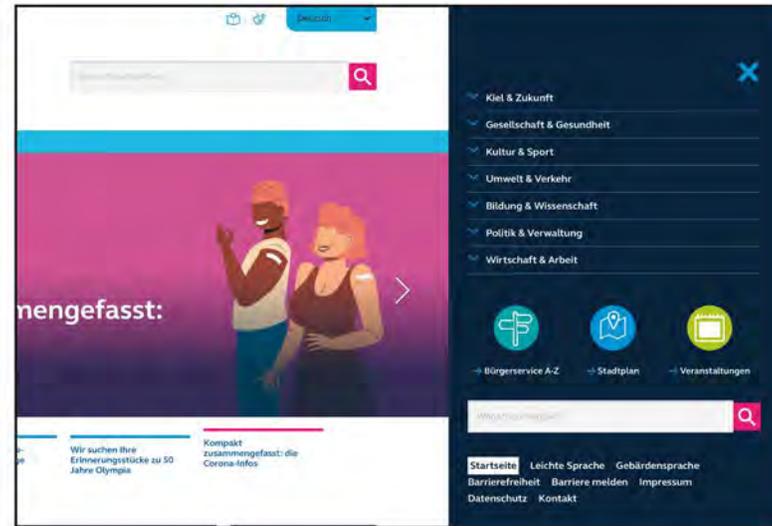
rotierendes Netzwerk

TOP 4.3.6. — Websites - andere

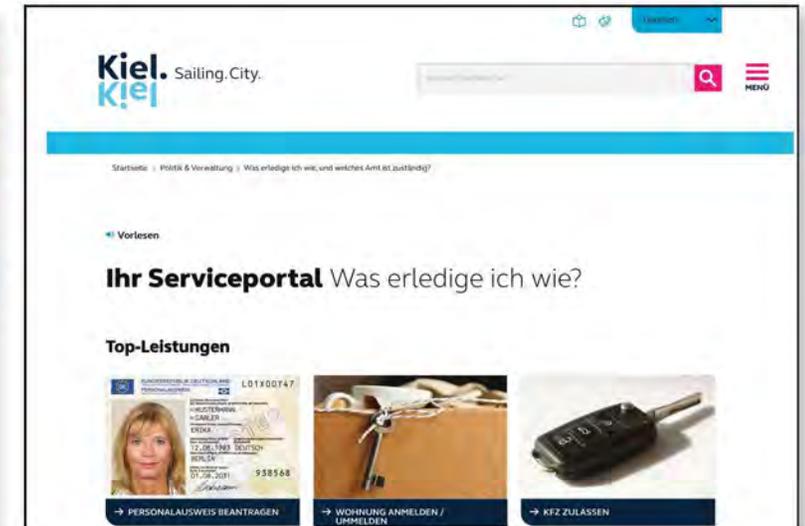
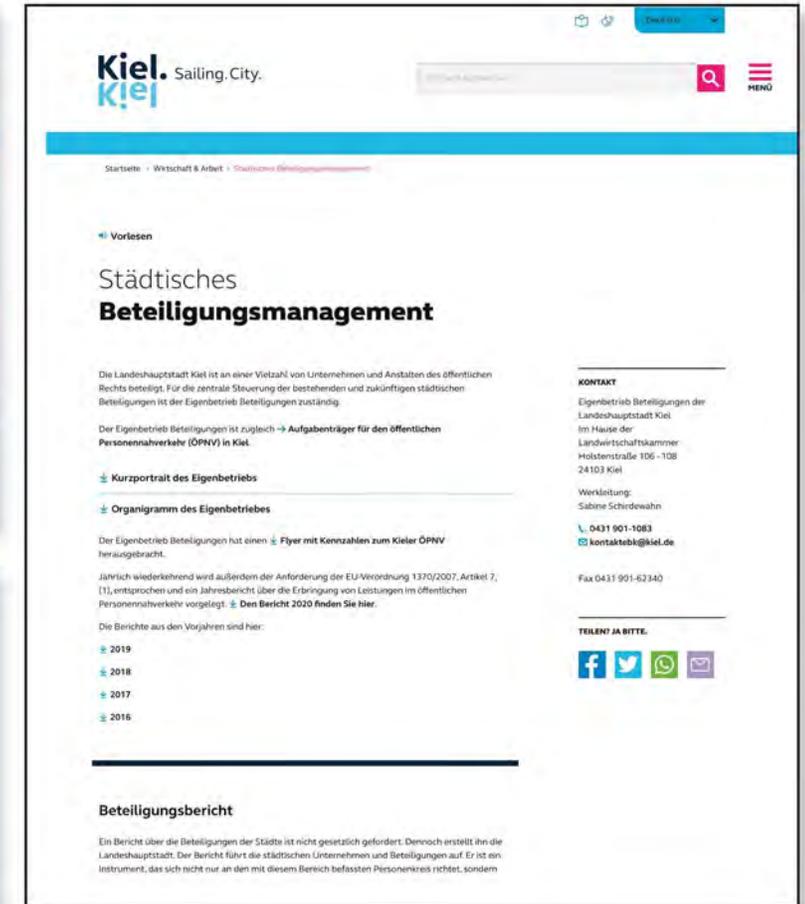
Soest



Kiel/Soest

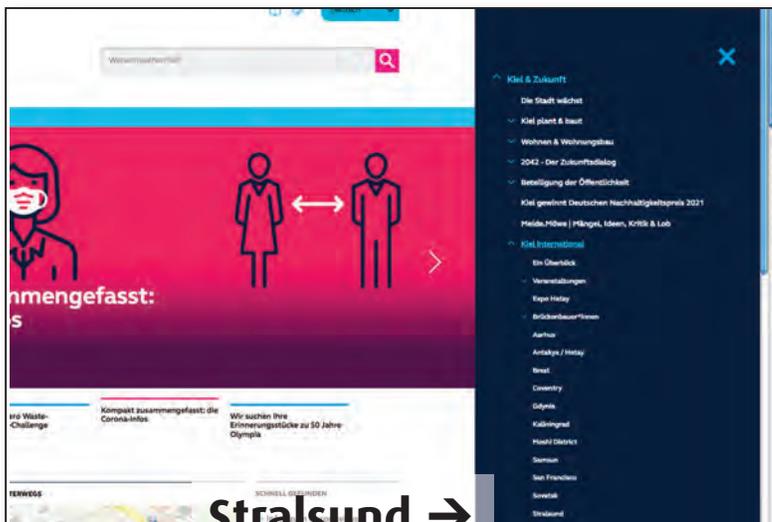
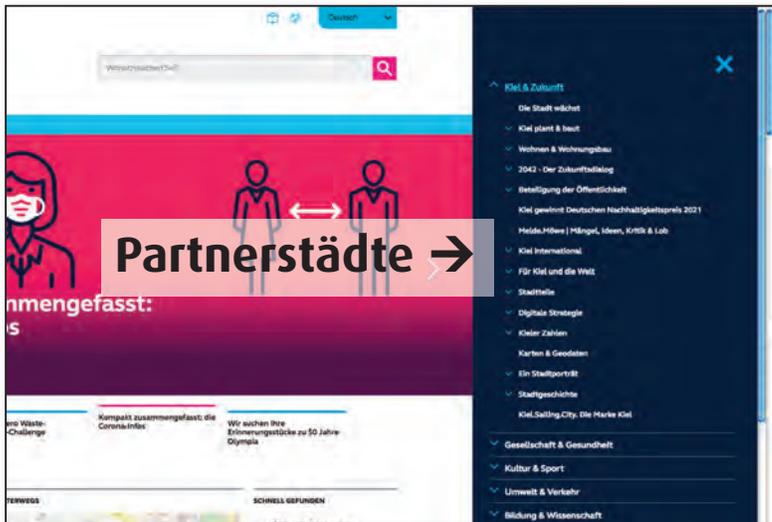
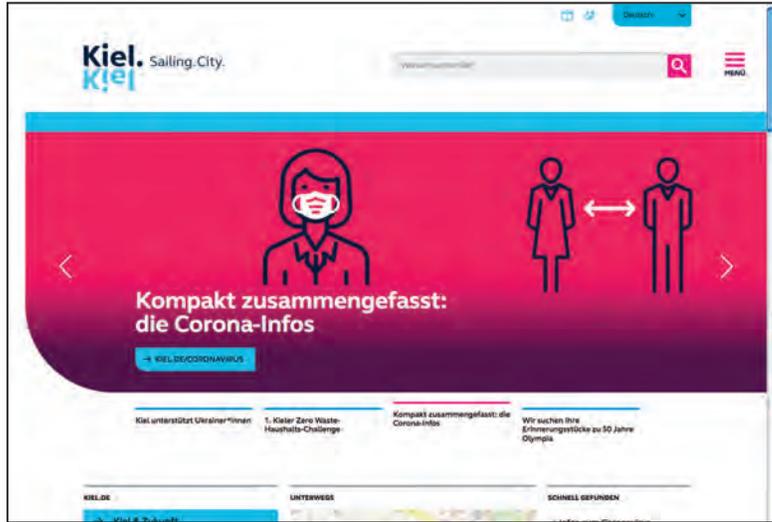


Kiel

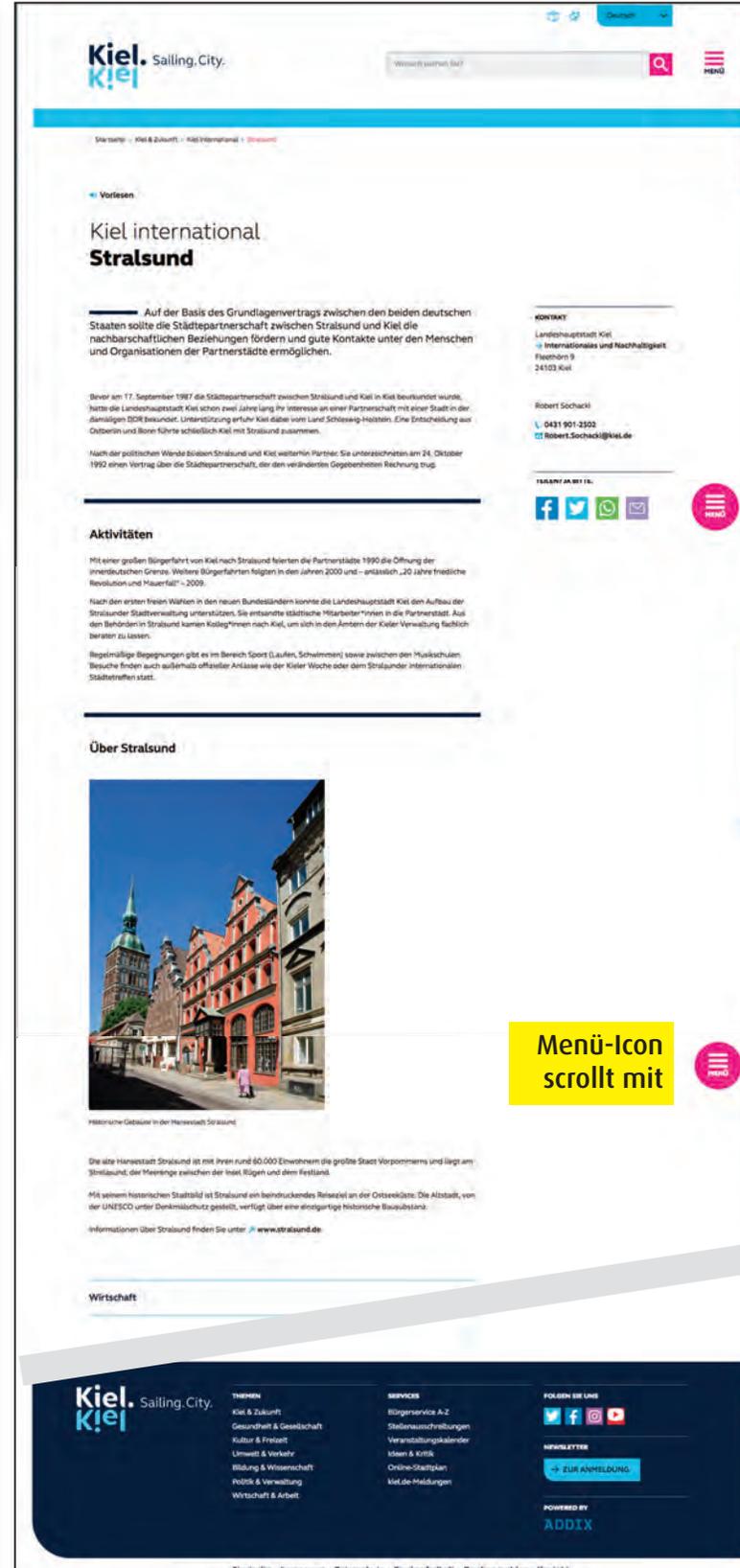


TOP 4.3.7. — Websites - andere

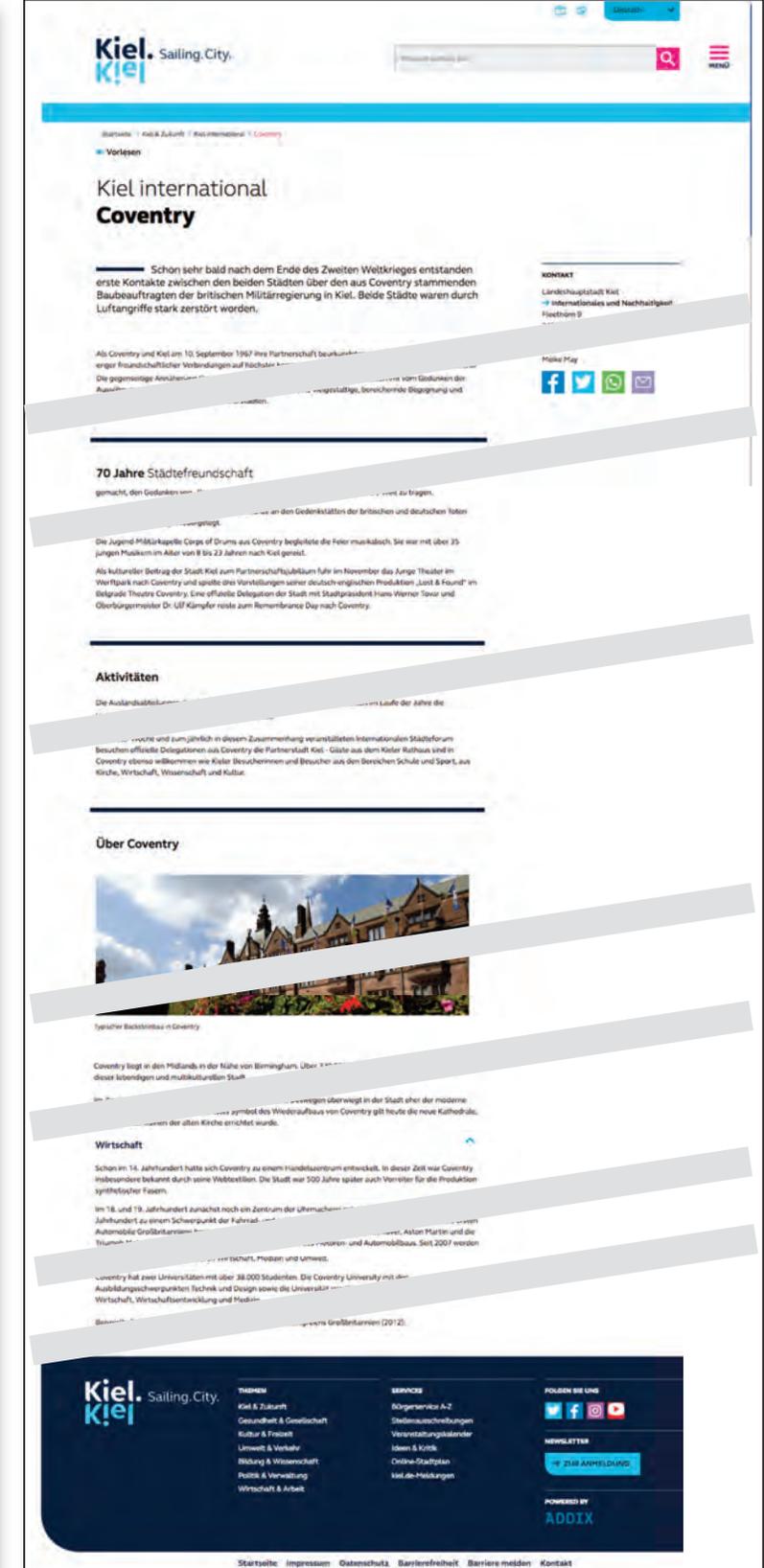
Kiel/-international/Partnerst.



Kiel_Stralsund

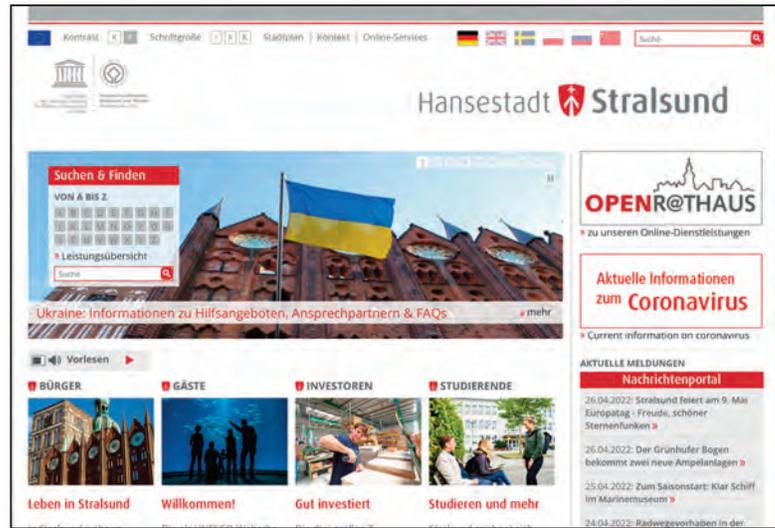


Kiel_Coventry



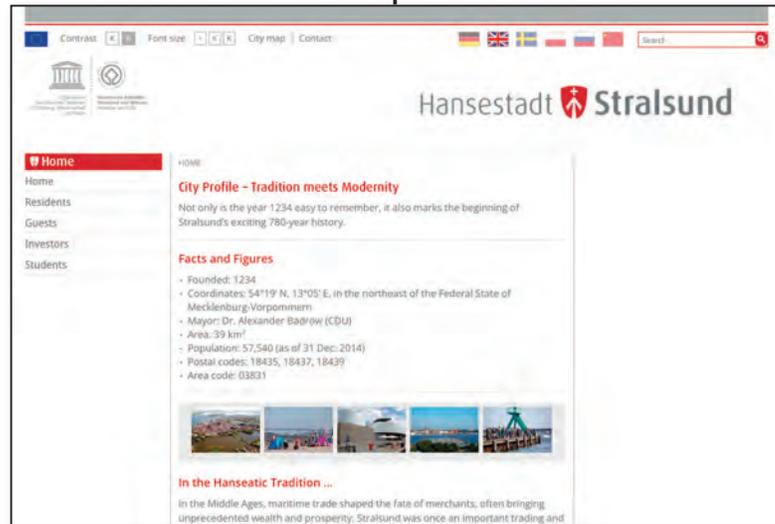
TOP 4.3.8. — Websites der Hansestadt Stralsund

Stralsund



Fremdsprache

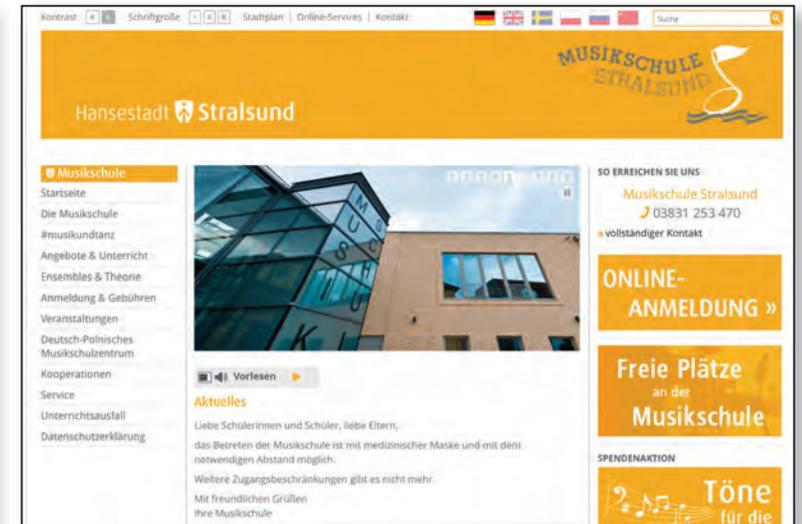
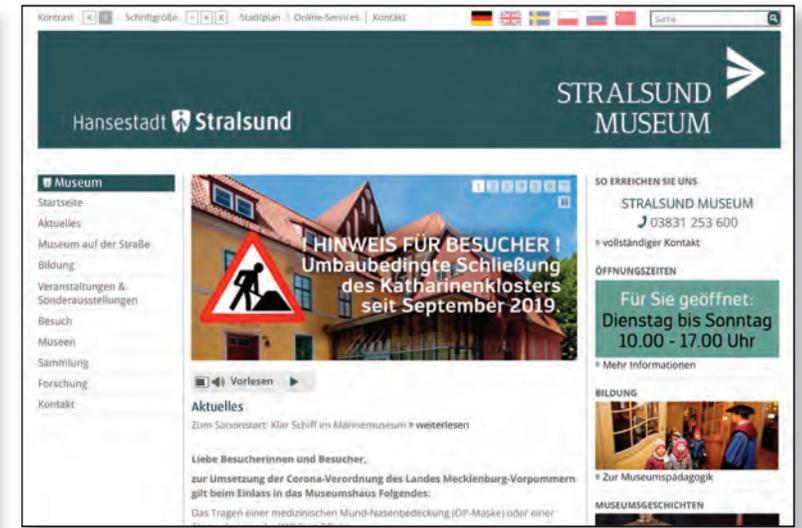
Makerport



Stralsund-Theater/Kultur/Zoo



Museum/Musiks./Stadtarchiv



TOP 4.3.9. — Websites der Hansestadt Stralsund

Theater VP / Stadt der Sterne

theater vorpommern

Liebes Publikum, aufgrund der Omikron-Welle kommt es leider momentan verstärkt zu Vorstellungsausfällen und Programmänderungen. Wir bitten Sie, sich tagesaktuell über einen geplanten Vorstellungsbuchung zu informieren und bedanken uns für Ihr Verständnis.

Heute / AUSFALL 19:30 Uhr / Putbus
Amelia Brightman & Band

Morgen / 19:30 Uhr / Greifswald
Alcina

Morgen / 20:00 Uhr / Stralsund
Rand

Morgen / AUSFALL 20:00 Uhr / Greifswald
The 12 Tenors

April 2022

SWG/SIC/LEG

SWG

Sehr geehrte Mieter, Eigentümer und Geschäftspartner, aufgrund der geänderten Coronainfektionslage erreichen Sie uns vorrangig telefonisch, per E-Mail oder postalisch. Lediglich in Ausnahmefällen sind individuelle Terminvereinbarungen unter Beachtung der derzeit geltenden 3-G Vorschriften möglich.

Alle Ansprechpartner im Wohnungsunternehmen sind während der Geschäftszeiten erreichbar. Sollten Sie uns einmal nicht sofort erreichen, rufen wir Sie gerne zurück.

Ihre Stralsunder Wohnungsbau-gesellschaft mbH

Service-Center
03831 / 248-500
FAX 03831 / 248-342
E-Mail: info@swg-stralsund.de

SUCHAUFTRAG
REPARATUREN
UNSERE GESCHÄFTSRÄUME

SIG/SIG/SES

SIG

Name des Unternehmens fehlt

Start

Am 24. März 1997 wurde von der **Hansestadt Stralsund** die SIG - Stralsunder Innovations- und Gründerzentrum GmbH gegründet.

theater vorpommern

Spielplan

Datum | Spielorte | Sparte | Extras

April

21 Apr. 22
Do AUSFALL 19:30
Theater Putbus

SIC Stralsunder Innovation Consult GmbH

Wir suchen ehrenamtliche Helfer!

Wichtiger Hinweis in eigener Sache!

Aussagekraft dieses Fotos?

Hansestadt Stralsund

Die Idee

LEG

AKTUELLE TARIFE

EINSCHRÄNKUNGEN WEGEN "CORONA"

WILLKOMMEN AUF DEN SEITEN DER LEG

LEISTUNGSSPEKTRUM

AKTUELLE PROJEKTE

KONTAKT

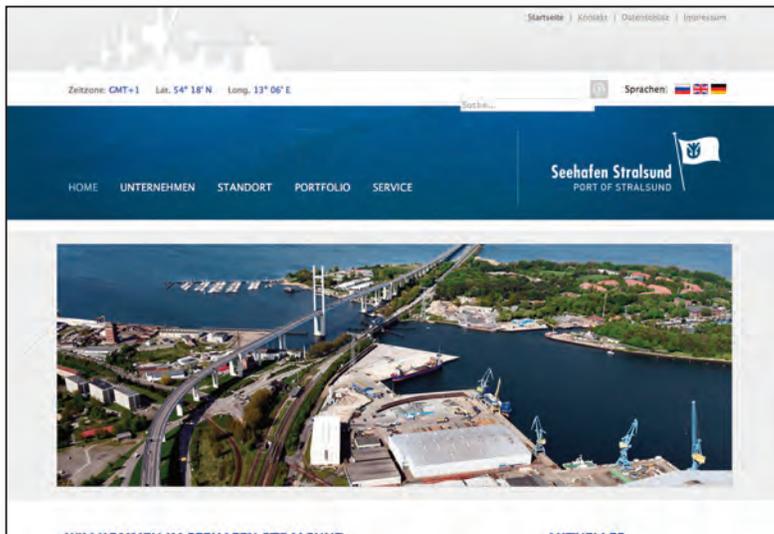
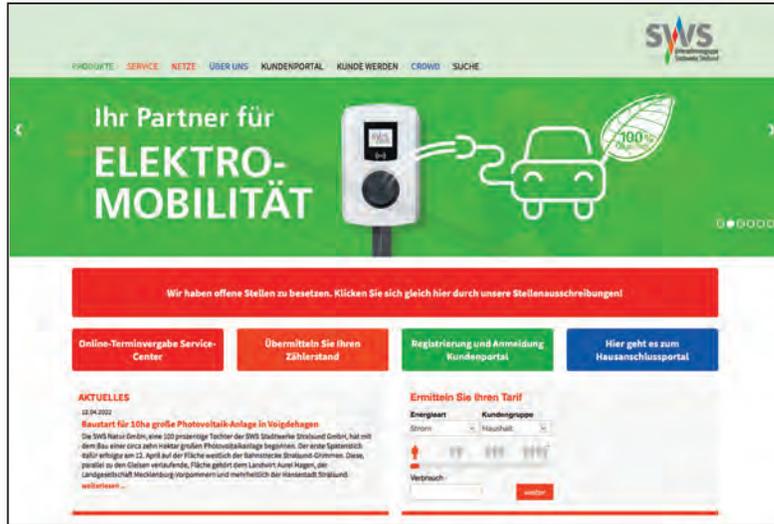
SES

Stadterneuerungsgesellschaft Stralsund mbH

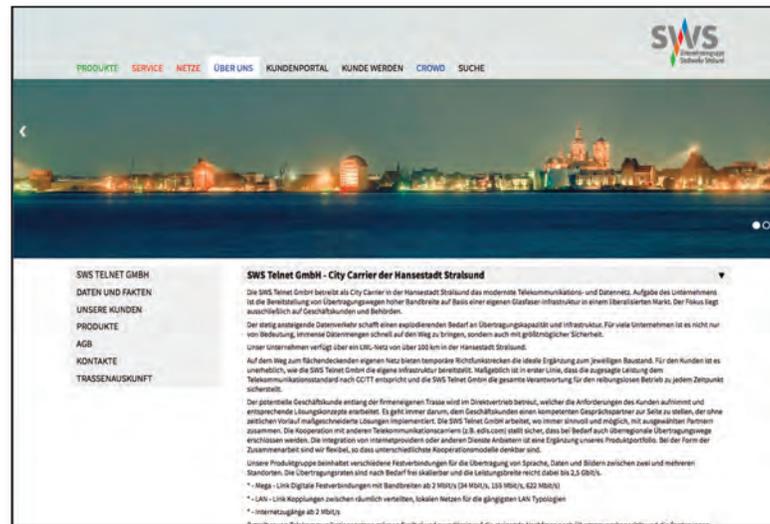
Wir benötigen Ihre Zustimmung, um den YouTube-Service zu laden!

TOP 4.3.10. — Websites der Hansestadt Stralsund

SWS-Energie/-Natur/Seehafen



SWS-Telnet/-Netze/REWA



Logo links



Logo rechts



Stralsunder Werkstätten

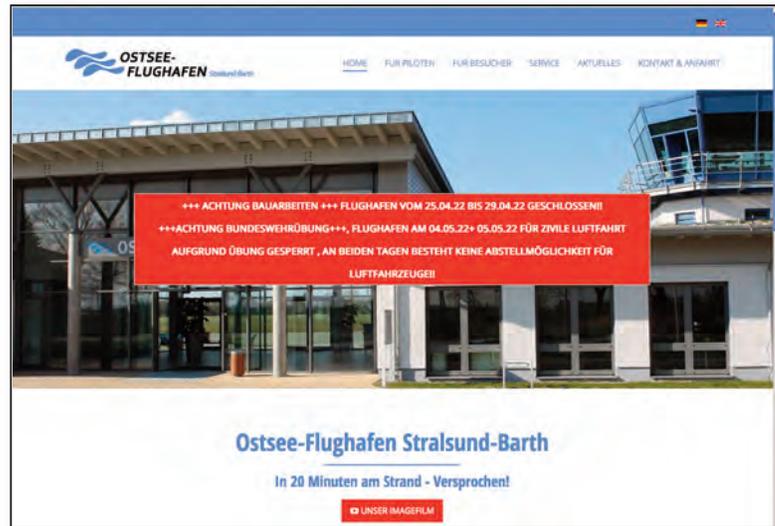


Wohlfahrtseinrichtungen der Hansestadt Stralsund

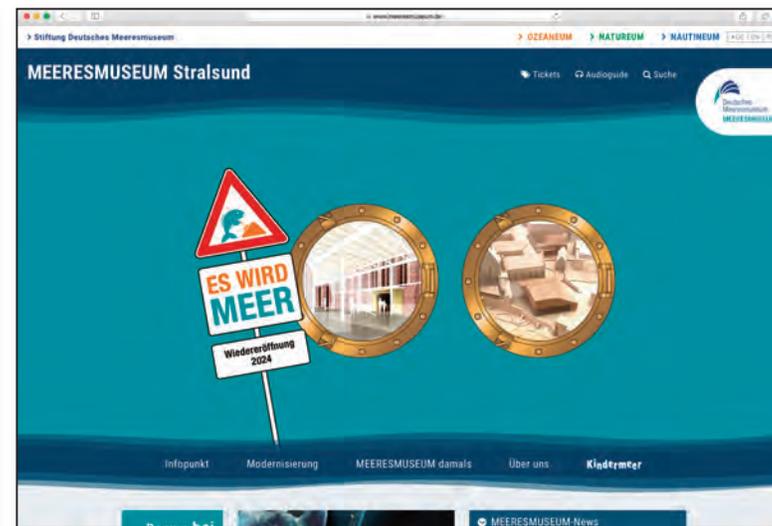


TOP 4.3.11. — Websites der Hansestadt Stralsund

EDBH Flugh. Barth/BFW/DMM



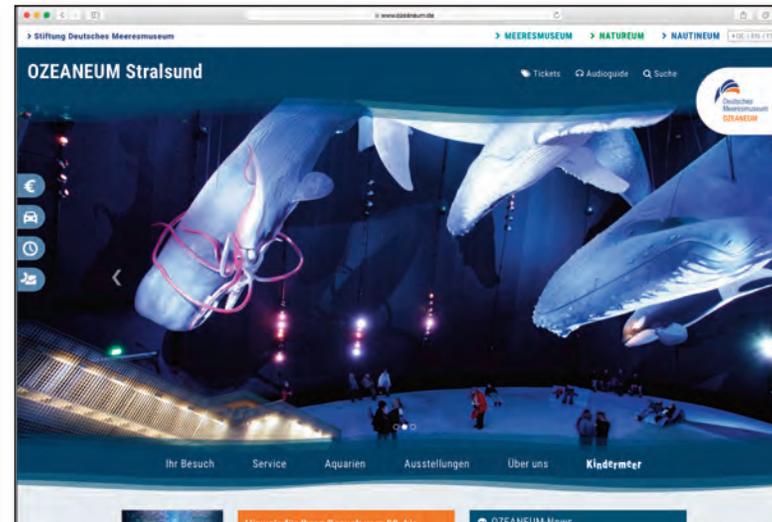
Deutsches Meeresmuseum/...



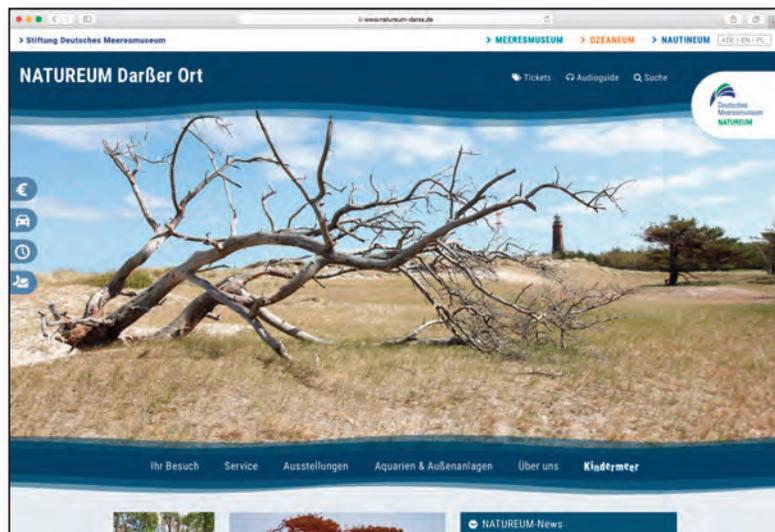
Stadtteilarbeit/Welterbe



siehe auch Mobil-Version



Logo durchgestrichen, vgl. auch Impressum



Schriftart und Inhalt passen nicht zueinander



Hansestadt  Stralsund

»die schönste Stadt der Welt«

...

benötigt auch für die Gestaltung
einen GestaltungsBeirat.

Zitat: „Der Gestaltungsbeirat als externes,
mit Fachleuten besetztes und unabhängiges Beratungsgremium begutachtet ...“