

Prozess zur Entwicklung einer Stadtmarke

- 26.04.2007** Leitbild wird als Handlungsrichtlinie für die künftige Entwicklung der Hansestadt Stralsund von der Bürgerschaft einstimmig beschlossen – in den Themenfeldern: Wirtschaft und Arbeit, Lebensqualität, Tourismus und Gesundheit, Bildung und Kultur wurden Potenziale und Chancen eingeschätzt, Leitziele abgeleitet und denen Handlungsziele zugeordnet und Projektbeispiele entwickelt; unter Themenfeld Bildung und Kultur (Welterbe) entstand die Idee der Einrichtung einer Stadtmarketing Institution
- 01.07.2009** Gründung des Stadtmarketing Stralsund e.V. = Beginn Überlegungen Stadtmarketing (Akteure, Ziele, Netzwerke, Bereiche, Projekte), Entwicklung von Kernbotschaften (aus AG Int. Präsenz)
- 20.09.2013** Strategietagung Beirat und Vorstand (moderierte Veranstaltung) – ausgehend von den Leitlinien die Handlungsbedarfe konkretisiert, CI-Prozess initiieren: gemeinsam Identität stiften, vermarktbar nach außen, Klarheit über die Produkte, die vermarktet werden sollen, Kernbotschaften
- 21.01.2014** Beiratssitzung, Gäste: Herr Bünting und Herr Alberding – Darstellung Prozessablauf Entwicklung einer Stadtmarke (Smart City), Gründung einer kleinen AG Stadtmarke (A. Kretzschmar, J. Oulwiger, A. Person)
- 18.03.2014** Beiratssitzung, Gast: Herr Kranz-Glatigny vom Landesmarketing MV – Korridor Selbstbewusstsein entwickeln, Entwicklung Stadtmarke als langwieriger Prozess, Fragen beantworten: Braucht Stralsund eine Marke?, Wofür steht die Stadt?, Entwicklung Kernbotschaften diskutiert – Fazit: Stralsund hat mit Gründung des SMS e.V. gute Voraussetzungen für den Stadtmarkenprozess
- 15.05.2014** Gespräch mit Herrn Bünting (A. Harnisch, A. Person)- Entwicklungsschritte Markenprozess für Stralsund in guter Qualität präsentiert; Stralsund soll Smart City werden; Fördermittel bis 15.06.2014 beantragen

- 12.05.2015** **Veranstaltung im Autohaus Boris Becker „Entwicklung einer Stadtmarke für Stralsund“ (moderierte Veranstaltung)** – Vortrag Herr Kausch (Hamburg Marketing GmbH) Vortrag Herr Bünting Smart City;
Fazit: In der regen Diskussion hat sich einhellig eine Befürwortung für die Entwicklung einer Stadtmarke für die Stadt Stralsund herauskristallisiert. Die Mehrheit sprach sich dafür aus, dass ein **professioneller Partner** für diesen Prozess gewonnen werden soll. Dieser Partner sollte eng mit dem Verein zusammen arbeiten, um die vorhandenen Ressourcen im Verein und bei den Partnern in der Stadt zu nutzen. Die Zielsetzung dabei ist, dass die Kosten im überschaubaren Rahmen gehalten werden und der Prozess unterstützend begleitet wird. Dazu sollte der Vorstand für die nächste Sitzung einen möglichen Maßnahmenplan für die ersten Schritte zur Initiierung vorbereiten.
- 13.05.2015** **Vorstandssitzung – Erarbeitung von Empfehlungen zur weiteren Vorgehensweise** Empfehlung zur weiteren Vorgehensweise:
1) Alle Analysen und Daten, die über den Verein in Sachen Ist-Stand zu bekommen sind, einfordern und das Gesammelte dem Vorstand und Beirat vorstellen (Extra-Termin)
-Erarbeitung einer genauen Zielstellung
-Kontaktaufnahme mit Städten, die den Prozess gestaltet haben und Referenzen für Agenturen einholen
2) Treffen mit Agenturen, die für diesen Prozess in Frage kommen (über den Beirat ermitteln, welche Agenturen sich anbieten)
3) Möglichkeiten der Finanzierung ermitteln

Schritte 1 und 2 sollen dabei parallel laufen
- 02.06.2015** **Veranstaltung mit Fraunhofer Institut zum Thema Regional Branding**
Ergebnis: Fraunhofer Institut hat keine Kompetenz im Bereich Stadtmarke
- 15.07.2015** **Mitgliederversammlung des SMS e.V.**
Klares Votum für den Stadtmarkenprozess
Beschluss: der SMS e.V. initiiert und treibt die Entwicklung einer Stadtmarke voran, unter Einbeziehung aller wichtiger Akteure aller Bevölkerungsgruppen und unter professioneller Begleitung des Prozesses; einer Informationsveranstaltung zum Thema „Smart City“ befürworten die Mitglieder mehrheitlich
- 23.07.2015** **Termin bei der Hamburg Marketing GmbH unter Teilnahme des Oberbürgermeisters Dr. A. Badrow**
- Entwicklung einer Stadtmarke am Beispiel Hamburg wird eingehend erläutert

- 18.08.2015** **Teilnahme H. Waschki an Vorstandssitzung des SMS e.V.** – Info über den erreichten Stand, Sinnhaftigkeit einer weiteren Veranstaltung zum Thema Stadtmarke diskutiert, gemeinsamer Termin Vorstände SMS und SMV als nächste Aktion besprochen
- 14.10.2015** **Treffen der Vorstände der Stralsunder Mittelstandsvereinigung und des Stadtmarketing Stralsund e.V.**
Übereinstimmung besteht bei den Partnern, dass der Stadtmarkenprozess erfolgreich ist, wenn folgende Voraussetzungen erfüllt sind
1. Der Stadtmarkenprozess ist Chefsache, d.h. der Oberbürgermeister Dr. A. Badrow unterstützt den Prozess
 2. Für den Prozess wird eine professionelle Agentur beauftragt
 3. Es werden alle wichtigen Akteure der Stadt eng in den Prozess eingebunden
- Übereinstimmung gibt es ebenfalls dazu, dass unter dem **Dach des Stadtmarketing Stralsund e.V. eine Arbeitsgruppe gegründet** wird, die die technische und organisatorische Vorbereitung des Stadtmarkenprozesses übernimmt
- 09.12.2015** **Bericht über den erreichten Stand im Ausschuss für Wirtschaft, Tourismus und Gesellschafteraufgaben**
-enges Zusammenwirken mit dem Ausschuss beim Stadtmarkenprozess als Zielstellung
- 14.12.2015** **Erstes Treffen der Arbeitsgemeinschaft Stadtmarke**
-Gemeinsame Überlegungen zu Aufgaben der AG und Ablauf des Prozesses
-Festlegen der weiteren Vorgehensweise

