Bürgerschaft der Hansestadt Stralsund
Ausschuss für Wirtschaft, Tourismus und Gesellschafteraufgaben

Bekanntmachung

Die 01. Sitzung des Ausschusses für Wirtschaft, Tourismus und Gesellschafteraufgaben findet am Donnerstag, den 11.01.2018 statt.
Beginn: 17:00 Uhr
Ort: Hansestadt Stralsund, Rathaus Konferenzsaal

Tagesordnung:

Öffentlicher Teil

1	Bestätigung der Tagesordnung
2	Bestätigung der Niederschrift der 12. Sitzung des Ausschusses für Wirtschaft, Tourismus und Gesellschafteraufgaben vom 16.11.2017. Bestätigung der Niederschrift der 13. Sitzung des Ausschusses für Wirtschaft, Tourismus und Gesellschafteraufgaben vom 30.11.2017.
3	Beratung zu Beschlussvorlagen
3.1	Haushaltssatzungen und Haushaltspläne 2018/2019 der Hansestadt Stralsund Vorlage: B 0073/2017
4	Beratung zu aktuellen Themen
4.1	zur Entwicklung der Hansestadt Stralsund / der Hansestadt Stralsund und der Region als Marke Einreicher: SPD-Fraktion Vorlage: AN 0143/2015
5	Verschiedenes

Nichtöffentlicher Teil

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

Öffentlicher Teil

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

gez. Maximilian Schwarz
Vorsitz

TOP Ö 2

Hansestadt Stralsund
Ausschuss für Wirtschaft, Tourismus und Gesellschafteraufgaben

Niederschrift
der 12. Sitzung des Ausschusses für Wirtschaft, Tourismus und Gesellschafteraufgaben

Sitzungsdatum:	Donnerstag, den 16.11.2017
Beginn:	17:00 Uhr
Ende	17:55 Uhr
Raum:	Hansestadt Stralsund, Rathaus Konferenzsaal

Anwesend:

Vorsitzende/r
Herr Maximilian Schwarz

stellv. Vorsitzende/r
Frau Sabine Ehlert
Herr Harald Ihlo

Mitglieder
Herr Manfred Butter
Herr Thomas Lewing
Herr Rocco Pantermöller
Herr Heiko Werner

Vertreter
Herr Rüdiger Kuhn — Vertretung für Herrn Prof. Dr. Werner Gronau
Frau Ute Nitz — Vertretung für Herrn Michael Adomeit

Protokollführer
Frau Gaby Ely

von der Verwaltung
Herr Rainer Behrndt
Herr Peter Fürst

Tagesordnung:

1 Bestätigung der Tagesordnung

2 Bestätigung der Niederschrift der 10. Sitzung des Ausschusses für Wirtschaft, Tourismus und Gesellschafteraufgaben vom 12.10.2017
Die Niederschrift der 11. Sitzung vom 26.10.2017 wird am 30.11.2017 nachgereicht.

3 Beratung zu Beschlussvorlagen

4 Beratung zu aktuellen Themen -keine-

5 Verschiedenes

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

Einleitung:
Von 9 Mitgliedern des Ausschusses für Wirtschaft, Tourismus und Gesellschafteraufgaben sind 9 Mitglieder anwesend, womit die Beschlussfähigkeit gegeben ist.
Die Sitzung wird durch den Ausschussvorsitzenden geleitet. Es erfolgt eine Tonträgeraufzeichnung.

zu 1 Bestätigung der Tagesordnung

Die Tagesordnung wird ohne Änderungen/Ergänzungen bestätigt.

zu 2 Bestätigung der Niederschrift der 10. Sitzung des Ausschusses für Wirtschaft, Tourismus und Gesellschafteraufgaben vom 12.10.2017
Die Niederschrift der 11. Sitzung vom 26.10.2017 wird am 30.11.2017 nachgereicht.

Die Niederschrift der 10. Sitzung des Ausschusses für Wirtschaft, Tourismus und Gesellschafteraufgaben wird ohne Änderungen / Ergänzungen bestätigt.

Abstimmung: 7 Zustimmungen 0 Gegenstimmen 2 Stimmenthaltungen

zu 3 Beratung zu Beschlussvorlagen

Es liegen keine Beschlussvorlagen zur Beratung vor.

zu 4 Beratung zu aktuellen Themen -keine-

Es liegen keine aktuellen Themen zur Beratung vor.

zu 5 Verschiedenes

Die Ausschussmitglieder haben keinen Redebedarf.

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

Herr Schwarz stellt die Öffentlichkeit wieder her und teilt mit, dass der TOP 6.1 auf die Sitzung am 30.11.2017 verschoben wurde.

gez. Maximilian Schwarz
Vorsitzender

gez. Gaby Ely
Protokollführung

TOP Ö 2

Hansestadt Stralsund
Ausschuss für Wirtschaft, Tourismus und Gesellschafteraufgaben

Niederschrift
der 13. Sitzung des Ausschusses für Wirtschaft, Tourismus und Gesellschafteraufgaben

Sitzungsdatum:	Donnerstag, den 30.11.2017
Beginn:	17:00 Uhr
Ende	18:30 Uhr
Raum:	Hansestadt Stralsund, Rathaus Konferenzsaal

Anwesend:

Vorsitzende/r
Herr Maximilian Schwarz

stellv. Vorsitzende/r
Frau Sabine Ehlert
Herr Harald Ihlo

Mitglieder
Herr Michael Adomeit
Herr Manfred Butter
Herr Thomas Lewing — ab 17:08 Uhr
Herr Rocco Pantermöller
Herr Heiko Werner

Vertreter
Herr Rüdiger Kuhn — Vertretung für Herrn Prof. Dr. Werner Gronau

Protokollführer
Frau Gaby Ely

von der Verwaltung
Herr Rainer Behrndt
Herr Rainer Lange

Gäste
Frau Ariane Kroß
Herr Jürgen Müller
Herr Mario Gleichmann
Herr Andre Huysmann

Tagesordnung:

1	Bestätigung der Tagesordnung
2	Bestätigung der Niederschrift der 11. Sitzung des Ausschusses für Wirtschaft, Tourismus und Gesellschafteraufgaben vom 26.10.2017 Die Niederschrift der 12. Sitzung des Ausschusses für Wirtschaft, Tourismus und Gesellschafteraufgaben vom 16.11.2017 wird zur Sitzung nachgereicht.
3	Beratung zu Beschlussvorlagen
4	Beratung zu aktuellen Themen
4.1	Start-up und IT-Zentrum
5	Verschiedenes
9	Wiederherstellung der Öffentlichkeit und Bekanntgabe von Empfehlungen aus dem nichtöffentlichen Teil

Einleitung:
Von 9 Mitgliedern des Ausschusses für Wirtschaft, Tourismus und Gesellschafteraufgaben sind zu Beginn 8 Mitglieder anwesend, womit die Beschlussfähigkeit gegeben ist.
Die Sitzung wird durch den Ausschussvorsitzenden geleitet. Es erfolgt eine Tonträgeraufzeichnung.

zu 1 Bestätigung der Tagesordnung

Herr Schwarz möchte die Tagesordnung um das Thema IT-Center erweitern und bittet die Ausschussmitglieder um Zustimmung.

Die erweiterte Tagesordnung wird von den Ausschussmitgliedern zur Kenntnis genommen.

Das Thema wird unter TOP 4.1 in die Tagesordnung eingeordnet.

Abstimmung: 8 Zustimmungen 0 Gegenstimmen 0 Stimmenthaltungen

zu 2 Bestätigung der Niederschrift der 11. Sitzung des Ausschusses für Wirtschaft, Tourismus und Gesellschafteraufgaben vom 26.10.2017
Die Niederschrift der 12. Sitzung des Ausschusses für Wirtschaft, Tourismus und Gesellschafteraufgaben vom 16.11.2017 wird zur Sitzung nachgereicht.

Die Niederschrift der 11. Sitzung des Ausschusses für Wirtschaft, Tourismus und Gesellschafteraufgaben vom 26.10.2017 wird ohne Änderungen/Ergänzungen mehrheitlich bestätigt.

Die Niederschrift der 12. Sitzung des Ausschusses für Wirtschaft, Tourismus und Gesellschafteraufgaben wird am 11.1.2018 bestätigt.

zu 3 Beratung zu Beschlussvorlagen

zu 4 Beratung zu aktuellen Themen

zu 4.1 Start-up und IT-Zentrum

Herr Schwarz beantragt Rederecht für Herrn Andre Huysmann und Herrn Mario Gleichmann von der IT Lagune.
Die Ausschussmitglieder befürworten den Antrag einstimmig.

Die IT Lagune ist ein Verein, der aus regionalen Unternehmen besteht.

Herr Huysmann hebt die Bedeutung der Digitalisierung hervor und den Wachstum, welcher in der IT Branche enorm ist.
Es soll dafür gesorgt werden, dass die wissensbasierenden Arbeitsplätze in Stralsund an einen Standort kommen.
Die IT Lagune stärkt die Kooperation zwischen Wirtschaft und Hochschule durch gemeinsame Projekte. Außerdem sollen junge Menschen in der Berufsfrühorientierung für MINT-Berufe interessiert werden.

Es muss dafür gesorgt werden, dass Start-ups und IT Unternehmen in Stralsund einen gemeinsamen Platz finden.
Eine weitere Aufgabe des Vereins ist die Standortvermarktung. Statistisch arbeitet jeder 8. In der IT Branche.
Außerdem soll in Zusammenarbeit mit der Hochschule Stralsund eine FabLab veranstaltet werden.

Auf die Frage von Herrn Adomeit antwortet Herr Gleichmann, dass es nach einer aktuellen Umfrage in der IT Branche in Stralsund einen Flächenbedarf von über 2000m² gibt. Auch die Firma adesso wird in den nächsten Jahren mehr Fläche benötigen. Herr Gleichmann schätzt, dass ca. 5000 – 6000m² insgesamt benötigt werden. Herr Adomeit schlägt das Werfthochhaus als Standort vor.

Herr Lange von der Wirtschaftsförderung teilt mit, dass es Überlegungen gibt, dass IT-Center in der Nähe der Hochschule anzusiedeln. Denkbar wäre das Gelände gegenüber der Deutschen Rentenversicherung Bund. So wäre es möglich, nicht nur Startups und IT Firmen an einem Standort zu vereinen, sondern auch Unternehmen, wie Rechenzentren und so weiter. Ein weiterer Vorteil ist, dass sich die Flächen im Eigentum der Hansestadt Stralsund befinden. Um das Vorhaben umzusetzen müsste eine Willensbekundung erfolgen und ein B-Planverfahren eingeleitet werden.

Herr R. Kuhn fragt, wie die Verwaltung die Chancen einschätzt, dass neben Rostock und Greifswald auch in Stralsund ein gefördertes IT-Center entsteht.
Herr Lange erklärt, dass die Hansestadt in Schwerin bereits gefordert hat, nicht nur Rostock und Greifswald als mögliche Standorte für IT-Centren in Betracht zu ziehen.
Herr Schwarz ergänzt, dass die Entscheidung der Landesregierung noch offen ist.

Herr Lange erklärt, dass ein erarbeitetes Konzept zu diesem Thema, Anfang des Jahres in einer Kurzfassung vorliegen wird. Ausführlich präsentiert wird es auf dem IT Gipfel, im Mai 2018, an der Hochschule Stralsund. Dieses Konzept wird auch in Schwerin vorgestellt.

Herr Adomeit spricht sich noch einmal für das Werfthochhaus als Standort aus. Herr Lange nennt mehrere Gründe, die gegen eine Nutzung sprechen.

Herr Schwarz weist darauf hin, dass es erstmal um eine Willensbekundung geht und noch nicht so sehr um den genauen Standort. Auch Herr Werner betrachtet die Standortdiskussion als verfrüht.

Herr Schwarz verliest den Antrag, welchen seine Fraktion zu dem Thema in die Bürgerschaft am 07.12.2017 eingebracht hat.
Er bittet die Ausschussmitglieder, den Antrag mit einem positiven Votum zu unterstützen.

Die Ausschussmitglieder sprechen sich einstimmig für den Antrag aus.

Es gibt keinen weiteren Redebedarf und Herr Schwarz schließt den Tagesordnungspunkt.

zu 5 Verschiedenes

Die Ausschussmitglieder haben keinen Redebedarf.

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

Herr Schwarz teilt mit, dass der Ausschuss empfiehlt, die Vorlagen B 0070/2017 und B 0071/2017 in der Bürgerschaft zu beschließen.

gez. Maximilian Schwarz
Vorsitzender

gez. Gaby Ely
Protokollführung

TOP Ö 3.1

Hansestadt Stralsund

Beschlussvorlage Bürgerschaft
Vorlage Nr.: B 0073/2017
öffentlich

Titel: Haushaltssatzungen und Haushaltspläne 2018/2019 der Hansestadt Stralsund

Federführung:	Amt 20 Kämmereiamt	Datum:	27.11.2017
Bearbeiter:	Steinfurt, Gisela		

Beratungsfolge	**Termin**	
Bürgerschaft	07.12.2017	
Ausschuss für Finanzen und Vergabe	12.12.2017	
Ausschuss für Bildung, Hochschule, Kultur und Sport	13.12.2017	
Ausschuss für Bau, Umwelt und Stadtentwicklung	04.01.2018	
Ausschuss für Familie, Sicherheit und Gleichstellung	10.01.2018	
Ausschuss für Wirtschaft, Tourismus und Gesellschafteraufgaben	11.01.2018	

Sachverhalt:
Nach § 45 Abs. 1 KV M-V hat die Gemeinde für jedes Haushaltsjahr eine Haushaltssatzung zu erlassen. Gemäß § 45 Abs. 2 KV M-V kann die Haushaltssatzung Festsetzungen für zwei Haushaltsjahre, nach Haushaltsjahren getrennt, enthalten.
Mit dem Beschluss der Bürgerschaft 2014-VI-06-0128 vom 04.12.2014 wurde der Oberbürgermeister beauftragt, für die Haushaltsjahre ab 2019/2020 einen Doppelhaushalt zu erstellen.
In der Sitzung der Bürgerschaft am 06.07.2017 ist von Seiten des Oberbürgermeisters mitgeteilt worden, dass die Verwaltung der Bürgerschaft der Hansestadt Stralsund erstmalig einen Doppelhaushalt bereits für die Haushaltsjahre 2018/2019 vorlegen wird.
Der Doppelhaushalt soll der Verwaltung durch das Entfallen des aufwendigen Haushaltsplanaufstellungsverfahren für das zweite Haushaltsjahr u.a. Zeit verschaffen, die offenen Jahresabschlüsse nach Einführung der Doppik aufzuholen. Die rechtsaufsichtlichen Genehmigungen aktueller und künftiger Haushaltspläne sind abhängig vom Nachweis festgestellter Jahresabschlüsse. Mit einem Doppelhaushalt kann außerdem erreicht werden, dass zu Beginn des 2. Jahres ein beschlossener Haushaltsplan vorliegt und damit eine vorläufige Haushaltsführung vermieden wird. Investitionen können rechtzeitig in Auftrag gegeben und zügig abgearbeitet werden.

Bevor die Bürgerschaft die Haushaltssatzungen und Haushaltspläne 2018/2019 der Hansestadt Stralsund beschließt, sind die vorliegenden Haushaltsplanentwürfe nach § 36

Abs. 2 KV M-V unter Federführung des Ausschusses für Finanzen und Vergabe in den Ausschüssen der Bürgerschaft zu beraten.

Lösungsvorschlag:
Auf der Grundlage der mittelfristigen Finanzplanung sowie der Orientierungsdaten des Ministeriums für Inneres und Europa M-V für die Haushaltsplanung 2018 vom 13.10.2017 wurden die Entwürfe der Haushaltssatzungen und der Haushaltspläne 2018/2019 der Hansestadt Stralsund erstellt. Der Haushaltsplanentwurf umfasst folgende Bände:

Band I - Vorbericht, Ergebnishaushalt, Finanzhaushalt und Stellenplan,
Band II - Wirtschaftspläne der städtischen Unternehmen,
Band III - Städtebauliche Sondervermögen.
Die Bände I und II werden zur 1. Lesung am 07.12.2017 bereitgestellt. Der Band III wird nachgereicht.

In den darauffolgenden Wochen sollen in den Fraktionen und Ausschüssen der Bürgerschaft intensive und konstruktive Abstimmungen und Diskussionen geführt werden, so dass die Haushaltssatzungen und Haushaltspläne 2018/2019 am 18.01.2018 durch die Bürgerschaft beschlossen werden können.

Alternativen:
Keine sinnvolle

Beschlussvorschlag:
Die Bürgerschaft der Hansestadt Stralsund beschließt:

Die Entwürfe der Haushaltssatzungen und der Haushaltspläne 2018/2019 werden in die Ausschüsse der Bürgerschaft verwiesen und unter Federführung des Ausschusses für Finanzen und Vergabe beraten.

Finanzierung:

Durch die Ausführung des vorgeschlagenen Beschlusses entstehen folgende Auswirkungen auf den Haushalt:

Die Erträge/Einzahlungen und Aufwendungen/Auszahlungen werden in den Haushaltssatzungen und Haushaltsplänen 2018/2019 festgesetzt.

-

Termine/ Zuständigkeiten:
Sofort/ Kämmereiamt

Anlage 1 Band I
Anlage 2 Band II

gez. Dr.-Ing. Alexander Badrow

TOP Ö 3.1

Hansestadt Stralsund
Der Oberbürgermeister
Büro des Präsidenten der
Bürgerschaft/Gremiendienst

Beschluss der Bürgerschaft

Zu TOP : 12.1
Haushaltssatzungen und Haushaltspläne 2018/2019 der Hansestadt Stralsund
Vorlage: B 0073/2017

Die Bürgerschaft der Hansestadt Stralsund beschließt:

Die Entwürfe der Haushaltssatzungen und der Haushaltspläne 2018/2019 werden in die Ausschüsse der Bürgerschaft verwiesen und unter Federführung des Ausschusses für Finanzen und Vergabe beraten.

Beschluss-Nr.: 2017-VI-09-0721

Datum: 07.12.2017

Im Auftrag

Kuhn

TOP Ö 3.1

Auszug aus der Niederschrift
über die 09. Sitzung der Bürgerschaft am 07.12.2017

Zu TOP : 12.1
Haushaltssatzungen und Haushaltspläne 2018/2019 der Hansestadt Stralsund
Vorlage: B 0073/2017
Herr Meier dankt der Verwaltung, dass der Doppelhaushalt 2018/2019 zur ersten Lesung vorliegt. Er bittet der Verweisung in die Ausschüsse zuzustimmen.

Herr Paul lässt über die Verweisung der Vorlage B 0073/2017 in die Ausschüsse zur Beratung wie folgt abstimmen:

Die Bürgerschaft der Hansestadt Stralsund beschließt:

Die Entwürfe der Haushaltssatzungen und der Haushaltspläne 2018/2019 werden in die Ausschüsse der Bürgerschaft verwiesen und unter Federführung des Ausschusses für Finanzen und Vergabe beraten.

Abstimmung: Mehrheitlich beschlossen

Beschluss-Nr.: 2017-VI-09-0721

für die Richtigkeit der Angaben: gez. Kuhn

Stralsund, 15.12.2017

TOP Ö 3.1

Auszug aus der Niederschrift
über die 17. Sitzung des Ausschusses für Finanzen und Vergabe am 12.12.2017

Zu TOP : 3.1
Haushaltssatzungen und Haushaltspläne 2018/2019 der Hansestadt Stralsund
Vorlage: B 0073/2017
Herr Meier schlägt vor, die einzelnen Teilhaushalte auf die Mitglieder aufzuteilen.
Eine abschließende Beratung sollte dann in der Sitzung im Januar erfolgen.

Herr Kinder erfragt, ob es zukünftig immer einen Doppelhaushalt geben wird, da der Grund der Aufarbeitung der fehlenden Jahresabschlüsse irgendwann entfällt. Weiter fragt er nach möglichen Nachteilen für diese Vorgehensweise.
Dazu informiert Frau Steinfurt, dass es zukünftig weiter sinnvoll wäre, dieses Verfahren beizubehalten. Es setzt auf breiter Ebene Kapazitäten frei. Wie der Ausgang des ersten Doppelhaushaltes ist, lässt sich nicht vorhersagen. Bei unvorhergesehenen Dingen müsste ein Nachtragshaushalt erarbeitet und beschlossen werden.

Herr Meier ergänzt, dass jedes Jahr zum Jahresende für die Verwaltung und auch für die Mandatsträger der große Aufwand um den Haushalt entsteht. Dieses würde im zweiten Jahr entfallen. Weiter hätten die Mandatsträger in zwei Jahren mehr Zeit, sich intensiver mit dem sehr umfangreichen Haushalt auseinander zu setzen.
Für das künftige Haushaltsjahr 2019 hat die Bürgerschaft jetzt auch die Möglichkeit genauer hinzuschauen und im Zweifel gegenzusteuern.

Frau Steinfurt ergänzt, dass die Bürgerschaft im Jahr 2014 den Beschluss gefasst hat, ab dem Haushaltsjahr 2019/2020 einen Doppelhaushalt aufzustellen. Dieser Beschluss wird nun vorzeitig umgesetzt. Weiter macht sie deutlich, dass viele andere Städte im Land und auch das Land Mecklenburg-Vorpommern einen Doppelhaushalt aufgestellt und beschlossen haben.
Abschließend weist sie darauf hin, dass für das 2. Haushaltsjahr die vorläufige Haushaltsführung entfallen würde.

Herr R. Kuhn informiert, dass am 11.12.2017 der Landkreis Vorpommern-Rügen seinen Haushaltsplan verabschiedet hat. Da die Höhe der Kreisumlage gesenkt wurde, möchte er wissen, ob sich dies positiv auf die Kreisumlage der Hansestadt Stralsund auswirkt.
Frau Steinfurt erläutert, dass die Kreisumlage nicht weniger werden muss, wenn der Umlagesatz gesenkt wird. Die Basis der Berechnungen sind die Umlagegrundlagen. Durch eine gehobene Steuerkraft erhöht sich die Steuerkraftmesszahl. Weiter verändert sich mit dem Entwurf des neuen Finanzausgleichsgesetzes die Berechnung der Umlagegrundlagen. Daraus entstehen höhere Schlüsselzuweisungen und eine Erhöhung der Umlagegrundlagen. Dies bedeutet eine Erhöhung der Kreisumlage in den nächsten Jahren um 1 Mio. von 2017 zu 2018 und um 2,4 Mio. zu 2019.

Auf die Nachfrage von Herrn Kinder erläutert Frau Steinfurt, dass die Nachteile in unvorhersehbaren Dingen wie Naturkatastrophen oder nicht planbaren Dingen liegen könnten. Durch festgesetzte Wertgrenzen ist vorgeschrieben, ob ein Nachtrag zu erarbeiten ist.

Herr van Slooten merkt an, dass ein Doppelhaushalt innerhalb einer Legislaturperiode liegen sollte.

Weiter verdeutlicht er, dass durch die Bürgerschaft jederzeit eingegriffen werden kann, sobald sich eine Handlungsnotwendigkeit ergibt.

Die Mitglieder einigen sich auf die nachstehende Aufteilung:

Teilhaushalt 01 Verwaltungssteuerung	-	Herr Meier
Teilhaushalt 02 Hauptamt	-	Herr Meier
Teilhaushalt 03 IT-Abteilung	-	Herr Quintana Schmidt
Teilhaushalt 06 Wirtschaftsförderung	-	Herr Schlimper
Teilhaushalt 07 Soziale Hilfen	-	Herr van Slooten
Teilhaushalt 08 Kinder-und Jugendförderung	-	Herr Hölbing
Teilhaushalt 09 Kulturelle Einrichtungen	-	Herr Hölbing
Teilhaushalt 10 Schulverwaltung und Sport	-	Herr Kuhn
Teilhaushalt 11 Liegenschaften	-	Herr Pieper
Teilhaushalt 12 Kämmereiamt	-	Herr Pieper
Teilhaushalt 13 Ordnungsamt	-	Herr Quintana Schmidt
Teilhaushalt 14 Planung, Denkmalpflege und Bauaufsicht	-	Herr Kinder
Teilhaushalt 15 Straßen- und Stadtgrün	-	Herr Quintana Schmidt
Teilhaushalt 16 Zentrales Gebäudemanagement	-	Frau Lewing
Teilhaushalt 90 Zentrale Finanzdienstleistungen	-	Herr Schlimper
Stellenplan	-	Herr Meier

Frau Steinfurt bittet um rechtzeitige Zuarbeit von Fragen an das Kämmereiamt. Von da erfolgt die Verteilung innerhalb der Verwaltung.

Die Mitglieder einigen sich einstimmig auf die Vertagung der Vorlage bis zur nächsten Sitzung am 09.01.2018.

für die Richtigkeit der Angaben: gez. i.A. Constanze Schütt

Stralsund, 14.12.2017

TOP Ö 4.1

Hansestadt Stralsund

Anträge
Vorlage Nr.: AN 0143/2015
öffentlich

Titel: zur Entwicklung der Hansestadt Stralsund / der Hansestadt Stralsund und der Region als Marke
Einreicher: SPD-Fraktion

Federführung:	Fraktion SPD	Datum:	06.10.2015
Einreicher:	SPD-Fraktion		

Beratungsfolge	**Termin**	
Bürgerschaft	15.10.2015	

Beschlussvorschlag:

Die Bürgerschaft beschließt

Der Oberbürgermeister wird beauftragt, Kontakt zu Marketing- und Markenberatungsfirmen wie z. B. der KommunalDialog, der Firma Brandmeyer oder der Markt und Standort Beratungsgesellschaft mbH aufzunehmen, ihr Leistungsspektrum zu vergleichen und zu prüfen, welche Beratung für die Entwicklung einer Marke für die Hansestadt infrage kommt. Die Bemessung der Gebietsgröße, die Koordination, der Aufgabenumfang und die Stellenstruktur zur Vermarktung sollte Teil des Beratungspakets sein.

Der Oberbürgermeister soll das Gespräch mit dem Landkreis, den Wirtschaftsvertretern (SMV, DEHOGA, Kreishandwerkerschaft u. a.) und der Fachhochschule für eine Beteiligung am Projekt und eine gemeinsame Markenentwicklung suchen.

Er soll im Haushalt 2016 finanzielle Mittel für die mögliche Beauftragung einer Firma berücksichtigen.

Begründung:

Von der aufsteigenden wirtschaftlichen Landesentwicklung konnte die Stadt Stralsund trotz ihres Weltkulturerbes leider nicht in dem gewünschten Maße profitieren.
Städte mit aktivem Stadtmarketing und eigener Stadtmarke, wie z. B. Chemnitz, Coburg, Fürth, Passau oder Trier führen die Verbesserung ihrer wirtschaftlichen Situation auf das verbesserte Marketing, bei dem alle Beteiligten sich gegenseitig unterstützen und an einem Strang ziehen können, zurück.

Peter van Slooten
Fraktionsvorsitzender

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

SMS
STADTMARKETING STRALSUND e.V.

Eine Stadtmarke für die Hansestadt Stralsund

Aus der Vereinssatzung

„Zweck des Vereins ist es auf der Grundlage des Leitbildes der Hansestadt Stralsund die regionale und überregionale Positionierung der Hansestadt als Tourismus-, Bildungs-, Kultur-, Sport- und Einkaufsstadt zu erreichen."

„Zur Erreichung seiner Ziele stellt sich der Verein insbesondere folgende Aufgaben: Erarbeitung und Umsetzung von Entwicklungskonzepten in Zusammenarbeit von Wirtschaft, Politik und Verwaltung."

„Städte (und Regionen) buhlen um Unternehmen, Investoren, Fachkräfte, Bewohner und Touristen. …“

Cover „Public Marketing“ 04/14

SMS

„Bekannte Städte ohne Profil“

53 von 60 süddeutsche Städte haben eine:

- bundesweite Bekanntheit > 90%
- (Binnenwahrnehmung bei 20 – 30%)
- > 50% der Befragten haben keinerlei spontane Assoziation zu diesen Städten

„Public Marketing“ 04/15

SMS

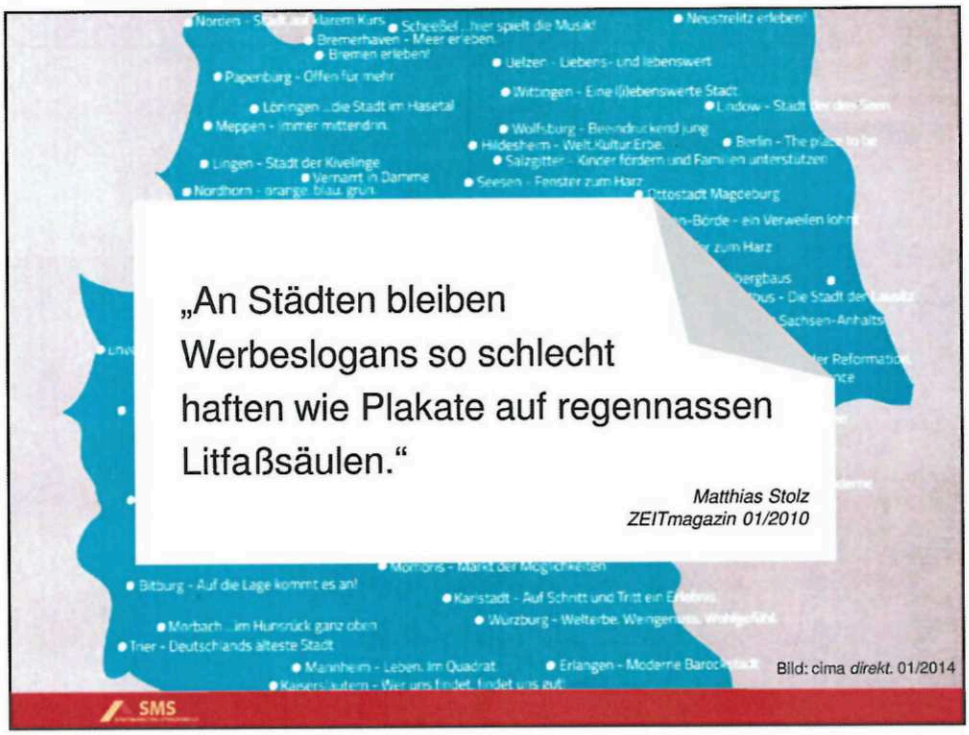
Aus der Vereinssatzung

Die Mitglieder des Stadtmarketing Stralsund e.V. haben sich klar für die Erarbeitung einer Stadtmarke für die Hansestadt Stralsund ausgesprochen.

Entsprechende Stellungnahmen verschiedener Mitglieder liegen vor und sind dieser Präsentation beigefügt.

Diese Stellungnahmen enthalten Aussagen zu dem aus einer erfolgreichen Stdatmarke erhofften Nutzen.

Quelle: http://www.stadtbaukultur-nrw.de



„Die Größe und Bekanntheit ist nicht der entscheidende Punkt warum eine Stadt eine starke Stadtmarke ist oder nicht.

Sympathie, Lebensqualität und Vertrauen sind wichtiger, ebenso die Erzeugung eines **klaren Vorstellungsbildes**."

Bernd Radtke, „Public Marketing" 04/15

SMS

Ergebnis unserer Markenkonzeption

Welche *Kompetenzen* sollen die Stadt zukünftig auszeichnen?

Welche *Stadtpersönlichkeit* soll die Stadt zukünftig vermitteln?

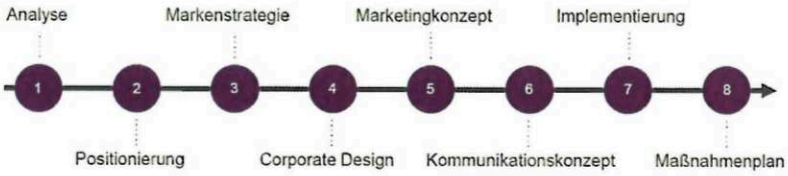
Welches *Nutzenversprechen* soll den einzelnen Anspruchs-gruppen gegeben werden?

Welche *Bilder* sollen für die Stadt stehen?

© HJP Dortmund

SMS

Entwicklungsschritte



Copyright: zeus

SMS

Drei Grundsätze

Der Stadtmarkenprozess ist Chefsache,
der Oberbürgermeister unterstützt den Prozess.

Es werden alle wichtigen Akteure der Stadt eng in den Prozess eingebunden.

Der Prozess wird durch eine professionelle Agentur begleitet / geleitet.

SMS

Kostenschätzung

Dem Verein liegen Orientierungsangebote vor,
die folgende Budgetschätzung zulassen:

Mit einem Bruttobudget von 80 T€ bis 100 T€
sollten die Entwicklungsschritte 1 bis 5 (evtl. 6)
umsetzbar sein.

SMS

TOP Ö 4.1

Stellungnahmen zur Entwicklung einer Stadtmarke

Prof. Heiko Auerbach, Fachhochschule Stralsund

Der Studiengang Betriebswirtschaftslehre an der Fachhochschule Stralsund (die Institution, die ich vertrete) versteht sich als Karriere- und Kompetenzplattform für Menschen, die nach einer Verwirklichung ihrer beruflichen Ziele im wirtschaftlichen Umfeld streben. Seit Bestehen der FH Stralsund werden wir - wie regelmäßige Hochschulrankings belegen - diesem Anspruch mit großem Erfolg gerecht. Die Attraktivität einer Hochschule resultiert jedoch nicht allein aus ihrem Lehrangebot und dem Campus, sondern in einem bedeutenden Umfang auch von ihrem kulturellen, wirtschaftlichen und sozialen Umfeld, das durch Stadt und Standort geprägt wird.

Daher müssen wir uns konstruktiv in die Entwicklung einer Stadtmarke einbringen. Dies sollte m.E. in den drei Phasen Markenanalyse, Markenpositionierung und Markencontrolling erfolgen:

1. **Markenanalyse**: Es sollte in einem ersten Schritt unsere Aufgabe sein, eine differenzierte Bestandsaufnahme und Analyse der Wahrnehmung der o.g., das Bild unserer Stadt bzw. Region prägenden, Faktoren durch empirische Studien vorzunehmen.
2. **Markenpositionierung**: Wir werden gemeinsam in einem zweiten Schritt auf der Grundlage einer Analyse der empirisch gewonnenen Erkenntnisse und unserer eigenen Vorstellung hinsichtlich dessen, was wir mit dem Prozess der Markenbildung anstreben, zu definieren haben, durch welche inhaltlichen Elemente die Stadtmarke Stralsund geprägt sein sollte. Hierbei sollten wir vermeiden, das sehr wichtige Feld der Markenpositionierung nicht unmittelbar beteiligten Dienstleistern unreflektiert durch bequemes „outsourcing" zu überlassen. Bei der Markenpositionierung sollten wir Antworten auf drei Fragen liefern:
    - Worin besteht der **Markenkern** der Stadtmarke Stralsund? Durch Einsatz von Kreativitäts- und Moderationstechniken sollten wir diskutieren, wofür Stralsund steht, *worin der „genetische Code" Stralsunds* besteht, der diese Stadt einzigartig macht. Die Frage lautet: *Wer bin ich..?*, und sie sollte in einem „Twitter-freundlichen" Text (140 Zeichen) formuliert werden können. Jedes weitere Wort wäre zuviel.
    - Welchen **Markennutzen** stiftet Stralsund? Hier gilt es zu erarbeiten, welche Leistungen Stralsund für seine Zielgruppen oder besser: Stakeholder, erbringt. Mein Rat: wir können uns dabei moderieren lassen - die Inhalte sollten aber von uns und nicht von Externen kommen.
    - Durch welche **Merkmale** zeichnet sich die **Persönlichkeit** Stralsunds aus? Hierbei sollten wir - in Einklang mit dem zuvor Erarbeitetem - Stralsund mit den menschlichen Charakteristika wie etwa - Bsp.: innovativ, traditionsbewußt, dynamisch, natürlich... usw. zu belegen. Diese imageprägenden Elemente bieten die Grundlage für die konsistente Kommunikationsstrategie und themenspezifische Kampagnen (Unternehmensansiedlung, Tourismus, Gesundheit, usw.).
3. **Markencontrolling**: Der Prozess der Bildung einer Stadtmarke wird niemals gänzlich abgeschlossen sein, sondern er bedarf der regelmäßigen Anpassung an sich verändernde Umfeldfaktoren. Daher werden wir Veränderungen beobachten und notwendige Anpassungen und Neuausrichtung initiieren müssen. M.a.W.: der Arbeitskreis verfügt über das Potential, über viele Jahre aktiv sein zu können.

Stellungnahmen zur Entwicklung einer Stadtmarke

Ute Reichel, Hotel Scheelehof

Stralsund ist schön. - Das sind andere Destinationen auch.

Stralsund hat eine tolle Lage. - Die haben andere Destinationen auch.

Stralsund hat Vieles zu bieten. - Genau wie andere Städte und Regionen.

Stralsund hat eine interessante und lange Geschichte. - Und ist damit nicht allein.

Was aber ist für Stralsund typisch, besonders, einzigartig, wichtig?

Wodurch hebt sich Stralsund von anderen Destinationen und Regionen ab?

Identifizieren sich die Stralsunder mit Ihrer Stadt und deren Entwicklung?

Womit kann Stralsund als bunter Punkt auf der Deutschland/Europa-Karte auffallen?

Wie kann man das kurz und prägnant formulieren?

Die Marke „Stralsund" zu definieren ist sowohl für die Innen- als auch Außenwahrnehmung extrem wichtig.

Es reicht nicht, eine schöne Lage zu haben, Logistik zu entwickeln, Museen zu bauen, Bäume anzupflanzen – und zu Wenige wissen es, schätzen es, nutzen es.

Mit einer Stadtmarke Stralsund muss es gelingen, Stralsunder stolz auf ihre Stadt zu machen, das Wir-Gefühl zu stärken, der Liebe zur Heimat ein Bild/einen Ausdruck zu geben, zu zeigen, in welchem Schatzkästchen wir uns befinden.

Hinsichtlich der Außenwahrnehmung soll die Stadtmarke Stralsund ein Versprechen und Orientierung sein, Neugier wecken, Emotionen ansprechen, Bedürfnisse wecken.

Über all dem steht das Ziel: die Wirtschaft zu stärken – natürlich den Tourismus, von dem unzählig viele Unternehmen direkt und indirekt profitieren, und der hier momentan der einzige Wirtschaftszweig ist mit deutlichem Potenzial, das kurz- und mittelfristig abgerufen werden kann.

Aber auch die Attraktivität für Investoren wird mit einer definierten Stadtmarke gestärkt. Ein Wirtschaftsstandort bedeutet nicht nur ein Zusammenspiel von guten Voraussetzungen für Logistik und Arbeitskräfte, sondern auch das Vorhandensein von Lebensqualität. Wuchert Stralsund genug und überzeugend mit diesem Pfund ?

Eine Investition in das Projekt „Stadtmarke" ist für die erfolgreiche Entwicklung der Hansestadt Stralsund unabdingbar. Ohne klare Definition und Kommunikation der Besonderheiten dieser Stadt wird man sich grau und ohne Gesicht in die breite Masse der Städte und Regionen einreihen und damit viele Chancen und Möglichkeiten für wirtschaftlichen Aufschwung vorbei ziehen lassen.

Wir als Touristiker sind dabei – nicht nur im Interesse unserer Unternehmen und unserer Mitarbeiter, sondern aller ansässigen Branchen und aller Menschen, die hier leben und arbeiten.

Stellungnahmen zur Entwicklung einer Stadtmarke

Heidi Waschki, Stralsunder Entsorgungs- GmbH / Stralsunder Mittelstandsverein

Für die SEG

A) Weil es wirtschaftliches und touristisches Wachstum bringt und ich unsere Aufgabe auch darin sehe, mit für eine saubere Hansestadt Stralsund zu sorgen und den Unternehmen/Institutionen vor Ort optimale Entsorgungskonzepte anbieten kann.
B) Stralsund und die Region werden noch viel stärker und nicht nur bundesweit Interesse hervorrufen und noch stärker in den allgemeinen Focus rücken, als es bisher schon der Fall ist. Damit wird eine wirtschaftliche und touristische Weiterentwicklung vorangetrieben, d.h. der Standort wird interessant für Neuansiedelungen von Unternehmen und bereits ansässige Unternehmen können sich auf dieser Basis weiterentwickeln.

Für den SMV:

A) Bei einer gelungenen Umsetzung einer Stadtmarke wird es ein wirtschaftliches und touristisches Wachstum geben, von dem der gesamte Mittelstand profitieren wird.
B) Siehe B) unter SEG

Jens Oulwiger, Haus der Wirtschaft:

Noch verzichten wir im Standortwettbewerb auf die Kraft einer klug entwickelten Stadtmarke zur Bindung der Einwohner und zur Ansprache überregionaler Zielgruppen. Wir sind stolz auf unsere Stadt und wir vermarkten sie engagiert, aber nicht optimal. Das so verschenkte Potential schätze ich höher ein, als die erforderliche Investition in den Markenprozess. Doch sind Investition und die umfangreiche Arbeit wiederum nur dann sinnvoll und erfolgversprechend, wenn sie vollen Rückhalt in der Stadt genießt, oben angefangen!

A. Harnisch, Commerzbank AG

Wenn mich fragt wo ich arbeite und wohne und bei meiner Antwort „in Stralsund" der Fragende ein Lächeln nicht unterdrücken kann und Reaktionen wie:

- Wie toll, da muss ich auch mal (wieder) hin
- beneidenswert

kommen, dann wäre das schön. Warum?

- viele qualitativ hochwertige Touristen in der Stadt sind gut für unsere gewerbetreibenden Kunden
- weiche Standortfaktoren sind sehr wichtig für Neuansiedlungen / Investoren die wir bankseitig gern begleiten
- eine wachsende Bevölkerung in gesunder Altersstruktur (dafür sind Arbeitsangebote vor Ort wesentlich) sichert nachhaltig den Bedarf an einer Commerzbankfiliale vor Ort

Stellungnahmen zur Entwicklung einer Stadtmarke

Volker Alberding, Zeus GmbH

Im Februar 2015 erfolgte die zweite Fortschreibung des integrierten Stadtentwicklungskonzeptes (ISEK) für die Hansestadt Stralsund. Als gesamtstädtische strategische Entwicklungsziele wurde unter der Nr. 5.1 die Intensivierung des Stadtmarketings genannt.

Als Stadtmarketing bezeichnet man die zielgerichtete Gestaltung und Vermarktung einer Stadt basiert auf der Philosophie der Kundenorientierung.

Zu den wesentlichen Zielen des Stadtmarketings zählen die Stärkung der eigenen Position im interkommunalen und überregionalen Wettbewerb um Einwohner, Kunden, Unternehmen und Touristen.

Leider wird im ISEK diesem wichtigen Punkt in den unter Nr.6 aufgeführten Projekten zur Zielerreichung keinerlei Bedeutung mehr beigemessen.

Doch gerade die enormen Anstrengungen, die Attraktivität und Leistungsfähigkeit der Stadt zu verbessern, verdienen eine besondere Beachtung weit über die Stadtgrenzen hinaus.

Warum benötigt Stralsund ein Marketing-und Kommunikationskonzept?

- Stralsund erhöht den überregionalen Bekanntheitsgrad des Wirtschaftsstandortes sowohl für Investoren als auch für Touristen.
- Neuansiedlungen von Unternehmen werden über eine zielgruppenspezifische Ansprache nicht mehr dem Zufall überlassen.
- Die Steigerung der Attraktivität der Stadt als Wirtschaftsstandort, als touristische Destination sowie als Wohn-und Einkaufsstadt stärkt die Wettbewerbsfähigkeit unserer Unternehmen und unterstützt die Entwicklung und Sicherung von Arbeitsplätzen.

Empfehlung:

Die Zeus GmbH spricht sich für die Weiterführung der Erarbeitung eines Marketing- und Kommunikationskonzeptes für die Stadt Stralsund aus.

TOP Ö 4.1

Hansestadt Stralsund
Der Oberbürgermeister
Büro des Präsidenten der
Bürgerschaft/Sitzungsdienst

Beschluss der Bürgerschaft

Zu TOP : 9.7
zur Entwicklung der Hansestadt Stralsund / der Hansestadt Stralsund und der Region als Marke
Einreicher: SPD-Fraktion
Vorlage: AN 0143/2015

Die Bürgerschaft der Hansestadt Stralsund beschließt, die Beratung des folgenden Antrages in den Ausschuss für Wirtschaft, Tourismus und Gesellschafterangelegenheiten zu verweisen:

„Der Oberbürgermeister wird beauftragt, Kontakt zu Marketing- und Markenberatungsfirmen wie z. B. der KommunalDialog, der Firma Brandmeyer oder der Markt und Standort Beratungsgesellschaft mbH aufzunehmen, ihr Leistungsspektrum zu vergleichen und zu prüfen, welche Beratung für die Entwicklung einer Marke für die Hansestadt infrage kommt. Die Bemessung der Gebietsgröße, die Koordination, der Aufgabenumfang und die Stellenstruktur zur Vermarktung sollte Teil des Beratungspakets sein.

Der Oberbürgermeister soll das Gespräch mit dem Landkreis, den Wirtschaftsvertretern (SMV, DEHOGA, Kreishandwerkerschaft u. a.) und der Fachhochschule für eine Beteiligung am Projekt und eine gemeinsame Markenentwicklung suchen.

Er soll im Haushalt 2016 finanzielle Mittel für die mögliche Beauftragung einer Firma berücksichtigen.“

Beschluss-Nr.: 2015-VI-08-0279

Datum: 15.10.2015

Im Auftrag

gez. **Kuhn**

TOP Ö 4.1

Auszug aus der Niederschrift
über die 08. Sitzung der Bürgerschaft am 15.10.2015

Zu TOP : 9.7
zur Entwicklung der Hansestadt Stralsund / der Hansestadt Stralsund und der Region als Marke
Einreicher: SPD-Fraktion
Vorlage: AN 0143/2015
Herr van Slooten begründet den Antrag ausführlich.

Herr Schwarz beantragt, die Beratung des Antrages in den Ausschuss für Wirtschaft, Tourismus und Gesellschafteraufgaben zu verweisen, um zunächst eine Situationsanalyse zu erstellen, bevor entsprechende Aufträge vergeben werden.

Frau Müller berichtet, dass sich die Fraktion Bündnis 90/Die Grünen dem Verweisungsantrag anschließen wird.

Herr Paul lässt über den Antrag auf Verweisung der Beratung in den Ausschuss für Wirtschaft, Tourismus und Gesellschafteraufgaben abstimmen:

Die Bürgerschaft der Hansestadt Stralsund beschließt, die Beratung des folgenden Antrages in den Ausschuss für Wirtschaft, Tourismus und Gesellschafterangelegenheiten zu verweisen:

„Der Oberbürgermeister wird beauftragt, Kontakt zu Marketing- und Markenberatungsfirmen wie z. B. der KommunalDialog, der Firma Brandmeyer oder der Markt und Standort Beratungsgesellschaft mbH aufzunehmen, ihr Leistungsspektrum zu vergleichen und zu prüfen, welche Beratung für die Entwicklung einer Marke für die Hansestadt infrage kommt. Die Bemessung der Gebietsgröße, die Koordination, der Aufgabenumfang und die Stellenstruktur zur Vermarktung sollte Teil des Beratungspakets sein.

Der Oberbürgermeister soll das Gespräch mit dem Landkreis, den Wirtschaftsvertretern (SMV, DEHOGA, Kreishandwerkerschaft u. a.) und der Fachhochschule für eine Beteiligung am Projekt und eine gemeinsame Markenentwicklung suchen.

Er soll im Haushalt 2016 finanzielle Mittel für die mögliche Beauftragung einer Firma berücksichtigen.“

Mehrheitlich beschlossen

Beschluss-Nr.: 2015-VI-08-0279

für die Richtigkeit der Angaben: gez. i. A. König/Sitzungsdienst

Stralsund, 28.10.2015

TOP Ö 4.1

Auszug aus der Niederschrift
über die 11. Sitzung des Ausschusses für Wirtschaft, Tourismus und Gesellschafteraufgaben am 09.12.2015

Zu TOP : 4.3
zur Entwicklung der Hansestadt Stralsund und der Region als Marke
Einreicher: SPD-Fraktion
Vorlage: AN 0143/2015
Gäste: Herr Harnisch, Frau Person, Frau Waschki

Herr Harnisch erläutert an Hand einer Übersicht den Prozess zur Entwicklung einer Stadtmarke. Die Übersicht wird dem Protokoll als Anlage beigefügt.

Herr Harnisch macht klar, dass für das Projekt die Unterstützung der Bürgerschaft wichtig ist. Die Entwicklung einer Marke wird durch eine Agentur erfolgen. Die gewünschten Leistungen müssen möglichst genau formuliert werden um ein gutes Ergebnis zu erhalten.

Herr Schwarz bedankt sich für das ehrenamtliche Engagement der Mitglieder des Stadtmarketingvereins und er begrüßt eine professionelle Umsetzung des Projektes durch eine Agentur.
Auf die Frage von Herrn Adomeit antwortet Frau Person, dass der Antrag von der SPD Fraktion zum richtigen Zeitpunkt gestellt wurde. Frau Person regt an, dass ein Mitglied des Ausschusses für Wirtschaft, Tourismus und Gesellschafteraufgaben aktiv an dem Projekt mitwirkt.
Frau Person erklärt, dass es wichtig ist, dass man drei, vier Sachen herausstellt, die für Stralsund von Bedeutung sind und die Menschen ansprechen.
Herr Harnisch ergänzt, dass eine Stadtmarke immer nach außen und nach innen wirkt. Die Stadtmarke soll sowohl für Menschen, die in Stralsund leben als auch für Menschen, die nach Stralsund kommen sollen, interessant sein. Bei der Entwicklung der Marke spielen viele verschiedene Faktoren eine Rolle, deshalb ist es so wichtig, dass das Projekt professionell betreut wird.
Herr Ihlo spricht sich für die Entwicklung einer Marke „Stralsund“ aus.

Herr Schwarz bittet darum, dass auf der Sitzung am 28.01.2016 über das erste Treffen der Arbeitsgemeinschaft berichtet wird.
Er bedankt sich für das Engagement der Mitwirkenden.

für die Richtigkeit der Angaben: gez. i. A. Gaby Ely

Stralsund, 17.12.2015