

Niederschrift
der 03. Sitzung des zeitweiligen Ausschusses Stadtmarke

Sitzungsdatum: Donnerstag, den 15.11.2018
Beginn: 17:00 Uhr
Ende 18:00 Uhr
Raum: Hansestadt Stralsund, Rathaus, Konferenzsaal

Anwesend:

stellv. Vorsitzende/r

Herr Michael Philippen

Mitglieder

Herr Thomas Haack

Herr Hendrik Lastovka

Herr Bernd Röll

Herr Maximilian Schwarz

Herr Stefan Siebert

Herr Peter van Slooten

Vertreter

Frau Kerstin Friesenhahn

Frau Christa Labouvie

Vertretung für Herrn Dr. med. Ronald Zabel

Vertretung für Frau Maria Quintana Schmidt

Protokollführer

Frau Gaby Ely

von der Verwaltung

Herr Peter Fürst

Gäste

Herr Andre Kretschmar

Frau Birgit Wacks

Herr Karsten Liefländer

Frau Julia Danne

Herr Andre Harnisch

Frau Heidi Waschki

Herr Stefan Suckow

Herr Peter Boie

Tagesordnung:

- 1** Bestätigung der Tagesordnung
- 2** Bestätigung der Niederschrift der 02. Sitzung des zeitweiligen Ausschusses Stadtmarke vom 10.10.2018
- 3** Beratung zu Beschlussvorlagen
- 4** Stadtmarke Stralsund mit Anhörung der Vertreter der beteiligten Institutionen
- 4.1** Interessen und Zielstellungen der beteiligten Organisationen in Bezug auf die Stadtmarke
- 5** Verschiedenes
- 9** Wiederherstellung der Öffentlichkeit und Bekanntgabe von Empfehlungen aus dem nichtöffentlichen Teil

Einleitung:

Von 9 Mitgliedern des zeitweiligen Ausschusses Stadtmarke sind 9 Mitglieder anwesend, womit die Beschlussfähigkeit gegeben ist.

Die Sitzung wird durch den stellvertretenden Ausschussvorsitzenden, Herrn Philippen, geleitet. Es erfolgt eine Tonträgeraufzeichnung.

zu 1 Bestätigung der Tagesordnung

Vor Beginn der Sitzung verpflichtet Herr Philippen Frau Labouvie auf die Wahrnehmung ihrer Pflichten.

Die Tagesordnung wird ohne Änderungen/Ergänzungen zur Kenntnis genommen.

Abstimmung: 9 Zustimmungen 0 Gegenstimmen 0 Stimmenthaltungen

zu 2 Bestätigung der Niederschrift der 02. Sitzung des zeitweiligen Ausschusses Stadtmarke vom 10.10.2018

Die Niederschrift der 02. Sitzung des zeitweiligen Ausschusses Stadtmarke wird ohne Änderungen / Ergänzungen bestätigt.

Abstimmung: 8 Zustimmungen 0 Gegenstimmen 1 Stimmenthaltung

zu 3 Beratung zu Beschlussvorlagen

zu 4 Stadtmarke Stralsund mit Anhörung der Vertreter der beteiligten Institutionen

zu 4.1 Interessen und Zielstellungen der beteiligten Organisationen in Bezug auf die Stadtmarke

Herr Philippen bittet die Vertreter der beteiligten Organisationen um Wortmeldungen zum o. a. Thema.

Herr Sadewater erörtert aus Sicht des Touristikers, dass es bei der Vermarktung der Stadt nach außen nicht nur um den Bereich des Tourismus gehe. Sicher sollte der Tourismus in Stralsund nachhaltig gesichert sein. Dabei erachtet er die Schaffung der entsprechenden Infrastruktur für sehr wichtig. Die Vermarktung der einzelnen Anbieter findet jedoch ohne ein schlüssiges Konzept statt. Herr Sadewater schlägt folgende Schwerpunkte für die Diskussion zur Erarbeitung der Stadtmarke vor:

- womit soll der Tourismus nachhaltig gesichert werden
- was sind die Einzigartigkeiten der Stadt
- gibt es Alleinstellungsmerkmale
- wie wird die Stadt für junge Leute interessant
- wie überzeugt die Stadt als Arbeits- und Wohnort
- wie kann die Familienfreundlichkeit der Stadt verbessert werden
- wie kann man Investoren auf die Stadt aufmerksam machen

Frau Danne legt als Vertreterin der Hochschule Stralsund dar, dass die Hochschule selbst als Marke in die Stadtmarke Stralsund einfließen kann, d. h. auch eine andere Sichtbarkeit dazu erhält. Eine Stadtmarke symbolisiert Gemeinsamkeit und kann in einem anderen Umfang Sichtbarkeit generieren. Personelle und finanzielle Ressourcen können zu mehr Kraft und Energie verhelfen. Die Hochschule wird alles Erforderliche unternehmen, um sich in den Prozess zur Erarbeitung einer Stadtmarke einzubringen.

Herr Suckow dankt im Namen des Stralsunder Mittelstandsvereins, zu dieser Beratung hinzugezogen worden zu sein.

Er bestätigt die Aussagen von Herrn Sadewater und führt aus, dass für den Mittelstandsverein selbstverständlich sei, dass eine Stadtmarke für Stralsund wichtig ist. Jetzt gehe es darum, diesen Prozess zu begleiten und voranzubringen. Auch Herr Suckow betont, dass u. a. die Einzigartigkeit Stralsunds in der Region herausgearbeitet werden muss.

Herr Boie berichtet, dass sich das Bürgerkomitee „Rettet die Altstadt“ bislang noch nicht in das Thema Stadtmarke eingebracht hat. Er stimmt zu, dass eine Stadtmarke sehr wichtig ist. Vermarktung ist schon immer ein Thema gewesen, jedoch hat bisher jeder Anbieter in der Stadt sich selbst vermarktet. Durch die positive Entwicklung des Tourismus wurde die Stadt etwas verwöhnt. Dennoch wird auch hier Handlungsbedarf gesehen. Es sollte eine Saisonverlängerung und eine Verlängerung der Aufenthalte erreicht werden. Der Wirtschaftsstandort Stralsund muss attraktiver gemacht werden, um weitere Arbeitsplätze zu schaffen. Von einer kompetenten Beratung zur Erarbeitung einer Stadtmarke erwartet Herr Boie eine Professionalisierung dieses Prozesses.

Herr Kretzschmar befürwortet als Leiter der Tourismuszentrale selbstverständlich das weitere Voranbringen des Tourismus in der Stadt. Es muss eine Stadtmarke mit Außen- und Innenwirkung geschaffen werden. Für die Außenwirkung soll eine Stadtmarke einen Rahmen für die zielgerichtete Kommunikation vorgeben. Bei der Innenwirkung sollte bei einem touristischen Produkt nicht nur Wert auf die Übernachtung oder den Museumsbesuch gelegt werden, sondern das Gesamterlebnis aus ganz vielen Einzelkomponenten muss betrachtet werden. Dabei spielen die Einwohner dieser Stadt eine ganz entscheidende Rolle, die mit ihrer Freundlichkeit und Zuvorkommenheit einen ganz wesentlichen Beitrag zur Außenwirkung der Stadt beitragen. Hier kann niemand regulierend eingreifen, aber eine Stadtmarke könnte hier

- ein gemeinsames Problembewusstsein schaffen,
- Identität stiften,
- Traditionen bewahren,
- den Charakter einer Stadt stärken und
- Zugehörigkeitsgefühl fördern.

Herr Kretzschmar empfiehlt, zu Beginn des Prozesses eine Ist-Analyse zu erstellen, um den derzeitigen Stand genau darstellen zu können.

Herr Harnisch berichtet, dass er im Vorstand des Stadtmarketingvereins tätig ist und dort die Arbeitsgruppe Stadtmarke leitet. Der stetige Wettbewerb zwischen den Kommunen und Gemeinden macht eine Stadtmarkenbildung erforderlich. Nach Auffassung des Stadtmarketingvereins verkauft Stralsund sich derzeit unter Wert, d. h. die Stadt hat mehr zu bieten als das Ozeaneum und den Bereich des Weltkulturerbes. Für die Bildung einer Stadtmarke wird empfohlen, eine externe Beratungsagentur hinzuzuziehen, die mit einem neutralen Blick von außen den Ist-Zustand aufnehmen kann. Wichtig ist die Einbeziehung der Einwohner, welche der Garant für den Erfolg der Umsetzung einer Stadtmarke sind. Der Stadtmarketingverein bietet beratende Unterstützung bei einer Ausschreibung und ggf. Auftragsvergabe an eine Agentur an. Ebenfalls kann dieser Agentur Unterstützung zugesichert werden. Der Ver-

ein ist bereits gut vernetzt und kann so umfangreich zur Seite stehen. Es wurden bereits Gespräche mit Agenturen zur Ermittlung des Kostenrahmens dieses Prozesses sowie zu Gestaltungsmöglichkeiten und zum prinzipiellen Herangehen geführt. Ebenso wurden Kontakte zu anderen Städten aufgenommen, die auf diesem Gebiet bereits tätig waren, um Fehler zu vermeiden und gute Erfahrungen zu nutzen.

Herr Harnisch informiert, dass der Stadtmarketingverein die Zusage von Unternehmen und Institutionen hat, insgesamt 20.000,00 € zur Mitfinanzierung dieses Prozesses beitragen zu können.

Herr Fürst gibt Informationen aus Sicht der Verwaltung und geht dabei darauf ein, dass bisher der Stadtmarketingverein diesen Prozess vorangetrieben hat. Die jetzige Begleitung durch die Bürgerschaft kann nur begrüßt werden. Herr Fürst blickt den Beschlüssen dieses Gremiums und der Bürgerschaft hoffnungsvoll entgegen. Die Verwaltung wird sich gern einbringen bzw. die Beschlussumsetzung begleiten.

Frau Wacks gibt Informationen in Vertretung des Seniorenbeirates der Hansestadt Stralsund. Sie verweist dabei z. B. auf eine chinesische Stadt. Man hat sich dort das Ziel gestellt, bis zum Jahr 2025 das Produkt zu schaffen „Made in China“. Sie betont, dass zwingend die Strategie, junge Leute in der Region auszubilden und hier im entsprechenden Arbeitsmarkt zu halten ausgebaut werden muss.

Sie bittet zu prüfen, ob das bereits erarbeitete Leitbild genutzt werden kann, da es hier mit Sicherheit gute Ansätze gebe.

Frau Wacks empfiehlt, weitere Gesprächspartner aus verschiedenen Vereinen, Institutionen und Gremien zur Erarbeitung der Stadtmarke hinzuzuziehen. So könnten z. B. Sport- und Kleingartenvereine eingebunden werden. Nur mit einem großen Kreis der Gesprächspartner kann erreicht werden, dass sich die Stadt mit der Stadtmarke identifiziert.

Herr Philippen macht darauf aufmerksam, dass sich der Ausschuss bereits für weitere Gesprächspartner geöffnet hat, um den Prozess zur Findung einer Stadtmarke breit zu fächern.

Frau Labouvie bestätigt, dass eine weitere Bürgerbeteiligung eine Vielfalt von Ideen und Vorschlägen hervorbringen kann. Sie regt einen Ideenwettbewerb an, um die Einwohner für die Stadtmarke zu begeistern. Eine Stadtmarke sollte aufhorchen lassen und Interesse an der Stadt wecken.

Herr van Slooten dankt zunächst für die bisherigen Ideen und Anregungen, macht jedoch darauf aufmerksam, dass man anfangen sollte, einen neuen konstruktiven Prozess zu beginnen und dabei unter professioneller Begleitung die erforderlichen Schritte zu gehen.

Herr Röhl geht auf die Unterlagen von Herrn Kausch ein, welcher ein anerkannter Marketingfachmann Deutschlands ist. Darin wird empfohlen, alle relevanten Marketingakteure zu beteiligen. Herr Röhl sieht z. B. einen Kleingartenverein nicht als relevanten Marketingakteur. Es sollten Gesprächspartner mit fachlicher Kompetenz gesucht werden. Dem Problem des Binnenmarketings bittet Herr Röhl besondere Beachtung zu widmen, um das Gemeinschaftsgefühl zu erreichen.

Herr Suckow erklärt, dass die Stadt bereits eine Marke ist, nun steht jedoch die Frage, wie man die vorhandene Marke gestaltet. Es muss eine Entwicklung vorangetrieben werden, deren Ziele jetzt festzulegen sind. Herr Suckow berichtet, dass Herr Prof. Dr. Auerbach in der Stralsunder Mittelstandsvereinigung bereits einen Vortrag zum Thema „Marke“ hielt.

Er schlägt vor, die Bereitschaft von Herrn Prof. Dr. Auerbach, in einem größeren Rahmen in der Bürgerschaft zu referieren, anzunehmen. Dies sollte am 09. Januar 2019 stattfinden. Hierzu könnte Herr Kausch eingeladen werden, um vielleicht eine geführte Moderation zu initiieren. Es könnten sowohl die Bürgerschaftsmitglieder als auch die interessierten Einwohner zu dieser Veranstaltung eingeladen werden, damit sich jeder ein grundlegendes Basiswissen einholen kann.

Herr Kretzschmar kann sich dem Vorschlag von Frau Wacks, die Kleingärtner einzubeziehen, durchaus anschließen. Auch hier handelt es sich um Einwohner der Stadt. Dieser Ausschuss sollte doch aber den Weg zur Stadtmarke begleiten, zumindest empfehlen, ob es eine Stadtmarke geben sollte. Über die Art der Einbeziehung sollte an späterer Stelle eine Entscheidung getroffen werden. Dabei sind auch Kosten zu beachten, die jede Befragung mit sich bringen wird. Dieser Prozess muss kritisch begleitet und politisch gestützt werden.

Frau Friesenhahn gibt zu bedenken, dass zunächst zu klären ist, was „Stadtmarke“ bedeutet. Erfahrungsberichten anderer Kommunen ist z. B. zu entnehmen, dass viel Wert auf die Identität der Einwohner mit der Stadt gelegt wird. Die Einwohner sollten nach außen tragen, was die Stadt ausmacht. Der Ausschuss sollte ausloten, welchen Weg man in Stralsund gehen möchte.

Herr Harnisch merkt an, dass die Stadtmarke nicht nur für den Tourismus interessant werden sollte, auch die Wirtschaft muss davon profitieren. Es muss dargelegt werden, wie Stralsund von außen wahrgenommen wird. Um alle Bereiche einzubeziehen, muss eine Ist-Studie erstellt werden, die für weitere Aktivitäten genutzt werden kann.

Frau Friesenhahn führt als Impulsgeber die Bundeskanzlerin Frau Merkel an, die viel zur Transparenz der Region beigetragen hat. Hier könnte eine Weiterentwicklung erfolgen.

Herr Liefländer erinnert an die Tradition der Marine in Stralsund. Auch diese kann in eine Marke einbezogen werden. Ebenso kann man auf bereits vorhandene traditionelle Marken wie z. B. auch „Scheele“ oder „Schill“ aufbauen. Eine Stadtmarke sollte markante Zeichen setzen und eine Ausstrahlung haben.

Herr Philippen stimmt mit Herrn Suckow den Ausschusstermin mit Herrn Prof. Dr. Auerbach ab.

Herr Suckow erklärt, dass es sich hier um zwei verschiedene Termine handelt. Am 18.12.2018 würde Herr Prof. Dr. Auerbach dem Ausschuss zur Verfügung stehen, am 09.01.2019 würde er in einem größeren Rahmen den Mitgliedern der Bürgerschaft für eine Podiumsdiskussion zur Verfügung stehen.

Herr Lastovka macht darauf aufmerksam, dass die Bürgerschaft den Auftrag zur Stadtmarke dem zeitweiligen Ausschuss übertragen hat. Deshalb sieht er erstmal keinen Bedarf, das Thema in einem größeren Rahmen zu behandeln. Er befürwortet den Termin mit Prof. Dr. Auerbach im Ausschuss. Sollte dann eine weitere Behandlung in den Fraktionen gewünscht sein, kann dies erfolgen.

Herr van Slooten ergänzt, dass der Prozess nicht zerredet werden darf. Er befürwortet ebenfalls die Beratung mit Prof. Dr. Auerbach im Ausschuss. Dabei sollte eine Form der weiteren Beratung entwickelt werden.

Herr Boie sieht hier eine ähnliche Diskussion wie bei der Entwicklung des Leitbildes. Er betont, wie wichtig eine kompetente Beratung von außen ist.

Abschließend fasst Herr Philippen zusammen, dass sich die Ausschussmitglieder zunächst für die weitere Entscheidungsfindung einen Vortrag von Herrn Prof. Dr. Auerbach am 18.12.2018 anhören werden und dann entscheiden, ob eine Podiumsdiskussion am 09.01.2018 stattfinden sollte.

Da es im öffentlichen und nicht öffentlichen Teil der Sitzung keinen Redebedarf mehr gibt, entfallen die übrigen Tagesordnungspunkte und Herr Philippen schließt die Sitzung.

gez. Michael Philippen
Vorsitzender

gez. Gaby Ely
Protokollführung