

## Bekanntmachung

Die 02. Sitzung des zeitweiligen Ausschusses Stadtmarke findet am Dienstag, den 19.03.2019 statt.

Beginn: **17:30** Uhr

Ort: Hansestadt Stralsund, Rathaus, Konferenzsaal

### Tagesordnung:

#### Öffentlicher Teil

- 1 Bestätigung der Tagesordnung
- 2 Bestätigung der Niederschrift der 01. Sitzung des zeitweiligen Ausschusses Stadtmarke vom 08.01.2019
- 3 Beratung zu Beschlussvorlagen
- 4 Stadtmarke Stralsund mit Anhörung der Vertreter der beteiligten Institutionen
- 4.1 Erarbeitung und Diskussion einer Ausschreibung zur Entwicklung einer Stadtmarke
- 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. Dr. Ronald Zabel  
Vorsitz

Niederschrift  
der 01. Sitzung des zeitweiligen Ausschusses Stadtmarke

Sitzungsdatum: Dienstag, den 08.01.2019  
Beginn: 17:00 Uhr  
Ende: 18:15 Uhr  
Raum: Hansestadt Stralsund, Rathaus, Konferenzsaal

**Anwesend:**

Vorsitzende/r

Herr Dr. med. Ronald Zabel

stellv. Vorsitzende/r

Herr Michael Philippen

Frau Maria Quintana Schmidt

Mitglieder

Herr Thomas Haack

Herr Hendrik Lastovka

Herr Bernd Röll

Herr Maximilian Schwarz

Herr Stefan Siebert

Herr Peter van Slooten

Protokollführer

Frau Gaby Ely

von der Verwaltung

Herr Peter Fürst

Herr Stephan Latzko

Gäste

Herr Peter Mühle

Herr Uwe Ambrosat

Herr Torsten Grundke

Herr Andre Harnisch

Frau Heidi Waschki

Herr Andre Kretzschmar

Herr Stefan Suckow

Herr Peter Boie

Frau Julie Danne

Herr Richard Hegenkötter

Herr Frederik Burghardt

Herr Rolf Kammann

Frau Yvonne Schiwik

Herr Friedrich Smyra

Herr Fabian Schwabe

Herr Arne Möhring

## **Tagesordnung:**

- 1** Bestätigung der Tagesordnung
- 2** Bestätigung der Niederschrift der 04. Sitzung des zeitweiligen Ausschusses Stadtmarke vom 18.12.2018
- 3** Beratung zu Beschlussvorlagen
- 4** Stadtmarke Stralsund mit Anhörung der Vertreter der beteiligten Institutionen
  - 4.1** Beratung zur Entwicklung einer Stadtmarke
  - 4.2** Votum des Ausschusses zur Entwicklung einer Stadtmarke entsprechend des Verweisungsbeschlusses zum AN 0143/2015  
  
zur Entwicklung der Hansestadt Stralsund / der Hansestadt Stralsund und der Region als Marke  
Einreicher: SPD-Fraktion  
Vorlage: AN 0143/2015
  - 4.3** Eckpunkte einer eventuellen Ausschreibung zur Schaffung einer Stadtmarke
  - 4.4** Sitzungstermine 2019 zeitweiliger Ausschusss Stadtmarke 1. Halbjahr
- 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 Ausschussvorsitzenden geleitet. Es erfolgt eine Tonträgeraufzeichnung.

#### **zu 1 Bestätigung der Tagesordnung**

Die Tagesordnung wird ohne Änderungen/Ergänzungen zur Kenntnis genommen.

#### **zu 2 Bestätigung der Niederschrift der 04. Sitzung des zeitweiligen Ausschusses Stadtmarke vom 18.12.2018**

Die Niederschrift der 04. Sitzung des zeitweiligen Ausschusses Stadtmarke wird ohne Änderungen / Ergänzungen bestätigt.

Abstimmung: 9 Zustimmungen      0 Gegenstimmen      0 Stimmenthaltungen

#### **zu 3 Beratung zu Beschlussvorlagen**

Es liegen keine Beschlussvorlagen zur Beratung vor.

#### **zu 4 Stadtmarke Stralsund mit Anhörung der Vertreter der beteiligten Institutionen**

##### **zu 4.1 Beratung zur Entwicklung einer Stadtmarke**

Herr Dr. Zabel führt in das Thema ein und weist auf zwei Punkte hin, die entschieden werden müssen. Geklärt werden muss, ob der Ausschuss der Bürgerschaft eine Empfehlung für die Entwicklung einer Stadtmarke ausspricht. Außerdem ist der grundsätzliche weitere Ablauf zu klären, sollte die Entscheidung für eine Stadtmarke positiv ausfallen.

Herr Dr. Zabel schlägt vor, den Antrag 0143/2015 der SPD Fraktion als Grundlage für eine Empfehlung für die Bürgerschaft zu nutzen, eine Stadtmarke zu entwickeln.

Herr Siebert fragt, wie sich die Finanzierung einer Stadtmarke mit dem Haushaltssicherungskonzept verträgt. Außerdem erkundigt er sich, ob die Informationsveranstaltung noch vor der Ausschreibung für die Agenturen erfolgen soll, um die Erkenntnisse aus der Veranstaltung für die Erstellung des Ausschreibungstextes verwenden zu können.

Herr Dr. Zabel erklärt, sollte sich der Ausschuss für eine Stadtmarke aussprechen und es zu einem Beschluss der Bürgerschaft kommen, sich diese auch zu den außerplanmäßigen Ausgaben bekennen muss. Im Moment steht eine Summe von 80.000€ im Raum, wobei 20.000€ von der örtlichen Wirtschaft stammen. Herr Fürst bestätigt, dass 60.000€ in den Haushalt eingeordnet werden müssen.

Herr Dr. Zabel weist darauf hin, dass es Aufgabe des Ausschusses ist, eine Empfehlung an die Bürgerschaft auszusprechen. Diese muss dann eine Entscheidung treffen, auch im Hinblick auf die Kosten.

Zur zweiten Frage erklärt Herr Dr. Zabel, dass die Öffentlichkeit an dem Prozess beteiligt werden soll, aber erst einmal eine grundlegende Entscheidung für oder gegen eine Stadtmarke getroffen werden muss.

Herr Röhl ergänzt, dass heute über das Ob und später dann über das Wie abgestimmt wird.

Herr Dr. Zabel bittet die jeweiligen Vertreter der Fraktionen um Stellungnahmen für oder gegen eine Stadtmarke.

Herr Schwarz erklärt, dass seine Fraktion sich für eine Stadtmarke ausspricht.

Herr Dr. Zabel formuliert die mögliche Empfehlung an die Bürgerschaft:

Der zeitweilige Ausschuss Stadtmarke empfiehlt der Bürgerschaft die Entwicklung einer Stadtmarke für die Hansestadt Stralsund.

Federführend soll der zeitweilige Ausschuss Stadtmarke mit den beteiligten Institutionen und Organisationen sein.

Die SPD Fraktion wird den Antrag ebenfalls unterstützen. Grundsätzlich spricht sich auch die Fraktion Bürger für Stralsund für die Schaffung einer Stadtmarke aus, Herr Phillipen hinterfragt abermals die Finanzierung. Nach seinem Verständnis sollten die verbleibenden 60.000€ durch Fördermittel finanziert werden.

Dazu erklärt Herr Fürst, dass die Entwicklung einer Stadtmarke bislang nicht förderfähig ist. Die 20.000€, die durch den Stadtmarketing Verein bereitgestellt werden, stammen von namhaften Unternehmen der Stralsunder Wirtschaft. Zusätzlich müssen 60.000€ aus dem Haushalt der Stadt kommen. Aus diesem Grund stellt Herr Fürst nach entsprechendem Votum des Ausschusses einen Antrag auf eine außerplanmäßige Ausgabe bei der Kämmerei. Diese Ausgabe muss dann durch die Bürgerschaft oder den Hauptausschuss beschlossen werden.

Herr Dr. Zabel spricht sich dafür aus, die außerplanmäßige Ausgabe in der Bürgerschaft beschließen zu lassen. Die Kosten können an der Stelle dann noch einmal besprochen werden und die Verwaltung muss aufzeigen, an welcher Stelle das Geld eingespart werden soll oder ob das Geld vorhanden ist.

Frau Quintana Schmidt spricht sich im Namen ihrer Fraktion ebenfalls für die Schaffung einer Stadtmarke aus, allerdings unter der Bedingung, dass im Haushalt keine Gelder für freiwillige/soziale Aufgaben gestrichen werden.

Herr Dr. Zabel formuliert erneut folgende Beschlussempfehlung an die Bürgerschaft und stellt diese zur Abstimmung:

*Der zeitweilige Ausschuss Stadtmarke empfiehlt die Entwicklung einer Stadtmarke für die Hansestadt Stralsund. Federführend soll der zeitweilige Ausschuss Stadtmarke mit den beteiligten Organisationen und Institutionen sein.*

Abstimmung: 9 Zustimmungen      0 Gegenstimmen      0 Stimmenthaltungen

Die Empfehlung soll in der nächsten Bürgerschaftssitzung beraten werden. Herr Fürst nimmt den Vorschlag mit in die Verwaltung.

#### **zu 4.2      Votum des Ausschusses zur Entwicklung einer Stadtmarke entsprechend des Verweisungsbeschlusses zum AN 0143/2015**

Das Votum zur Schaffung einer Stadtmarke ist unter TOP 4.1 erfolgt.

### zu 4.3      **Eckpunkte einer eventuellen Ausschreibung zur Schaffung einer Stadtmarke**

Herr Fürst geht auf die von ihm erstellten Unterlagen ein.

Als erstes nennt er **Eckpunkte im Stadtmarken-Prozess**.

Hier weist er darauf hin, dass es sich um die Entwicklung einer Stadtmarke und nicht, wie in dem Antrag 0143/2015 formuliert, um die Entwicklung einer Regionalmarke handelt.

Herr Dr. Zabel weist darauf hin, dass sich das aus dem Bürgerschaftsbeschluss ergeben würde.

Die Federführung sollte beim zeitweiligen Ausschuss Stadtmarke liegen unter Beteiligung der zugeladenen Institutionen und ggf. zusätzlicher Vertreter weiterer Zielgruppen. Alternativ könnte eine Steuerungsgruppe gebildet werden. Hier sind dann Kriterien über die Zusammensetzung der Steuerungsgruppe, deren Verfahrensweise und die Berichterstattung an den Ausschuss festzulegen.

Die Moderation des Stadtmarken-Prozesses sollte durch eine externe Agentur erfolgen. Hier hält Herr Fürst eine Ausschreibung für zwingend notwendig. Außerdem sollte eine breite Beteiligung der Öffentlichkeit an dem Prozess gegeben sein. Diese Beteiligung sollte ebenfalls unter Federführung der verantwortlichen Agentur ablaufen.

Eine zügige Prozess-Gestaltung hält Herr Fürst ebenfalls für notwendig.

Herr Zabel nennt die Punkte, über die entschieden werden muss:

- Soll eine Steuerungsgruppe gebildet werden?
- Soll eine Agentur den Stadtmarke-Prozess begleiten? (Informationsveranstaltung für die Öffentlichkeit)

Herr Dr. Zabel weist darauf hin, dass die Begleitung einer Informationsveranstaltung für die Öffentlichkeit durch eine Agentur die Möglichkeit bietet, dass Daten professionell ausgewertet und unterstützende Technik genutzt werden könnte.

Herr van Slooten spricht sich gegen die Bildung einer Steuerungsgruppe aus. Eine öffentliche Veranstaltung zum Thema sollte durch eine professionelle Agentur geleitet werden.

Herr Grundke gibt den Hinweis, dass Informationen, die von einer Agentur gesammelt werden müssten, eventuell von der Hochschule bereitgestellt werden können. Dies würde die Kosten senken.

Auch Herr van Slooten hält es für wichtig, dass die bereits beteiligten Institutionen der Agentur bekanntgegeben werden und bereit sind, den Prozess zu begleiten.

Herr Harnisch erinnert an den zeitlichen Aufwand und spricht sich dafür aus, den Kreis der Beteiligten zu erweitern (Gesundheitswesen, Kultur). Gleichzeitig weist er darauf hin, dass eine Agentur möglichst nur mit einem Entscheider sprechen möchte. Weiter bietet Herr Harnisch an, der Agentur das Netzwerk des Stadtmarketing Vereins zur Verfügung zu stellen. Wichtig ist es, eine gute IST-Analyse zu erhalten.

Herr Dr. Zabel ist gegen die Erweiterung des momentan bestehenden Gremiums, erklärt aber, dass jederzeit Gäste geladen werden können und auch die Agentur kann mit verschiedenen Bereichen Kontakt aufnehmen, um Informationen zu sammeln und diese dann im Ausschuss vorzustellen.

Herr Haack spricht sich ebenfalls gegen eine Steuerungsgruppe und auch gegen die Erweiterung des Gremiums aus.

Auf die Frage von Herrn Dr. Zabel antwortet Herr Fürst, dass die Angebote der Agenturen auch die Kosten für die monatliche Berichterstattung vor dem Ausschuss enthalten sollen.

Herr Dr. Zabel stellt die Frage, ob keine Steuerungsgruppe gebildet werden soll zur Abstimmung:

Abstimmung 9 Zustimmungen      0 Gegenstimmen      0 Stimmenthaltungen

Somit wird keine Steuerungsgruppe gebildet.

Herr Dr. Zabel fragt, welche Informationen die Verwaltung benötigt, um die Ausschreibung für die Vergabe der Moderation einer Veranstaltung durch eine Agentur vorzubereiten.

Herr Fürst verweist auf die Tischvorlage und schlägt vor, zur nächsten Sitzung eine Art Leistungsverzeichnis vorzubereiten.

### **Kriterien für die Ausschreibung der prozessbegleitenden Agentur**

- Die bewerbenden Agenturen haben ein Konzept mit folgenden Inhalten eizureichen:
  - Die Agentur definiert die zu begleitenden Zielgruppen und Initiativen und stellt ihre Vorstellung zu deren Einbeziehung in den Prozess vor.

Aus Sicht von Herrn Fürst müssten Sport, Kultur, Kirchen und Soziale Verbände in den Prozess einbezogen werden. Die Agentur soll vorschlagen, wie diese beteiligt werden sollen. Auch die Beteiligung der Bürger zu welchem Zeitpunkt und in welchem Umfang muss von der Agentur vorgestellt werden.

Herr Dr. Zabel spricht sich dafür aus, eine öffentliche Veranstaltung zur Stadtmarke im Rathaus durchzuführen. Dort soll es Möglichkeiten zur Diskussion und Meinungsäußerung geben.

Herr Siebert schlägt vor, Anregungen für eine Ausschreibung an Herrn Fürst zu senden. Herr Dr. Zabel bittet, den zeitlichen Rahmen zu beachten und die Anregungen so frühzeitig einzureichen, dass in der nächsten Sitzung das von Herrn Fürst vorbereitete Leistungsverzeichnis abgestimmt werden kann.

Herr Grundke ist wichtig, dass eine Agentur gewählt wird, die sich mit dem Stadtmarke-Prozess auskennt.

Herr Dr. Zabel erklärt, dass dies mit der Ausschreibung erfragt werden kann.

Herr Kretzschmar erkundigt sich, wann die öffentliche Veranstaltung durchgeführt werden soll, vor oder nach der Ausschreibung.

Herr Suckow hält es für sinnvoll, die breite Öffentlichkeit vor der Ausschreibung über wesentliche Inhalte und Prozesse zu informieren.

Herr van Slooten spricht sich dafür aus, die bisherige Zeitschiene einzuhalten. Aus seiner Sicht ist es nicht sinnvoll, zu einer Veranstaltung einzuladen, auf der dann mitgeteilt wird, dass demnächst ein Stadtmarkenprozess angestoßen werden soll und die Bürger dann nochmal informiert werden. Herr van Slooten sieht es auch als Aufgabe einer Agentur, alle relevanten Zielgruppen zu hören und zu beteiligen. Er äußert Bedenken, sollte der Prozess ohne Beteiligung einer Agentur begonnen werden.

Herr Suckow erklärt, dass die von ihm vorgeschlagene Veranstaltung dazu dienen soll, Informationen über den Stadtmarke-Prozess zu erhalten, um dann die Agenturen entsprechend bewerten und auswählen zu können.

Herr Dr. Zabel konkretisiert die Fragestellung und fragt, ob eine öffentliche Veranstaltung durch eine Agentur moderiert werden soll, um die Ergebnisse nutzen zu können. Es ist

sicher möglich, Statements von Institutionen zu hören, aber auch Informationen zu sammeln und beides zu kombinieren.

Zu klären ist, ob die Veranstaltung durch eine Agentur durchgeführt werden soll.

Herr Lastovka schlägt vor, zu der öffentlichen Veranstaltung alle sich auf die Ausschreibung bewerbenden Agenturen hinzuzuziehen.

Herr Fürst schlägt ein 2-stufiges Verfahren vor:

1. Auf der Internetseite der Hansestadt wird um Abgabe von Bewerbungen von Agenturen mit entsprechenden Referenzen gebeten.

2. Nach Prüfung der eingegangenen Bewerbungen werden ca. 3 Agenturen aufgefordert, Angebote entsprechend des Leistungsverzeichnisses einzureichen. Die dann gewählte Agentur sollte auch die Moderation der Informationsveranstaltung übernehmen.

Auch Herr Röhl spricht sich dafür aus, die öffentliche Veranstaltung von einer Agentur moderieren zu lassen, um mit den Informationen entsprechend umgehen zu können.

Die Institutionen sollen während der Veranstaltung die Möglichkeit erhalten, ihre Position deutlich zu machen.

Frau Quintana Schmidt ist der Meinung, dass die Öffentlichkeit nicht nur informiert werden soll, sondern die Möglichkeit erhält, ihre Meinung mitzuteilen. Wenn dieser Prozess durch eine Agentur geleitet wird, ist schon eine Version vorhanden und nicht mehr viel Spielraum.

Herr van Slooten weist darauf hin, dass es wichtig ist, die Expertise der Agentur in Anspruch zu nehmen und auch deren Erfahrung zum Beispiel im Hinblick auf öffentliche Veranstaltungen zu nutzen.

Herr Harnisch betont, dass im Ausschuss Konsens über den Inhalt der Ausschreibung bestehen muss. Dies sollte beim nächsten Mal geklärt werden.

Herr Dr. Zabel merkt an, dass bei der Wahl der Agentur auch der Vorschlag zur Einbeziehung der Öffentlichkeit berücksichtigt werden sollte.

Herr Ambrosat merkt an, dass geklärt werden muss, was mit einer öffentlichen Veranstaltung erreicht werden soll. Geht es darum, ein fertiges Konzept zu präsentieren oder geht es erst einmal darum, Informationen zu sammeln und diese als Grundlage für eine Ausschreibung zu nutzen. Er schlägt vor, sich mit der Hochschule über das weitere Vorgehen zu beraten. Eine Agentur ist geprägt und eventuell in ihrem Vorgehen festgelegt.

Herr Dr. Zabel stellt das 2-stufige Verfahren von Herrn Fürst zur Abstimmung:

Abstimmung: 8 Zustimmungen      0 Gegenstimmen      1 Stimmenthaltung

Herr Dr. Zabel betont, dass auch die Institutionen die Möglichkeit haben, sich an der Gestaltung der Ausschreibung zu beteiligen.

Herr Fürst geht weiter auf die Tischvorlage ein:

- Erstellung einer IST-Analyse bezüglich der aktuellen Wahrnehmung der Hansestadt Stralsund von innen und von außen durch die Zielgruppen (unter Beachtung vorhandener Daten und Studien)

Die Erstellung der IST-Analyse sollte ebenfalls Aufgabe der Agentur sein.



Herr Dr. Zabel merkt an, dass die Hochschule und die dort vorhandenen Informationen genutzt werden sollten.

- Aufzeigung von Möglichkeiten der Positionierung mit Benennung der Kernbotschaften
- Entwicklung einer Markenstrategie

Hier ist die Agentur gefordert, die Kernbotschaft rauszusuchen und eine entsprechende Markenstrategie zu entwickeln.

- Entwicklung eines Corporate Design (Bildersprache, Wording, Farben, Kernbotschaft)

Herr van Slooten warnt davor, einen Slogan entwickeln zu lassen.

Herr Boie weist auf die vermutlich hohen Kosten hin.

Herr Dr. Zabel ist der Ansicht, dass das Corporate Design Teil der Ausschreibung sein sollte, damit das Ganze nicht zergliedert wird. Auch Herr Kretzschmar ist dieser Ansicht.

Herr van Slooten betont, dass die Idee wichtig ist, Anpassungen können auch später noch vorgenommen werden.

Herr Dr. Zabel betont, dass über die Kernbotschaft Einigkeit herrschen muss.

Herr Fürst führt seine Erläuterungen weiter aus:

- Unterbreitung von Vorschlägen zur Kommunikationsstrategie der Stadtmarke
- Bericht der Agentur vor dem zeitweiligen Ausschuss Stadtmarke (monatlich) und Vorlage von Entscheidungsvorschlägen für ggf. notwendige Entscheidungen zum Prozess

In Bezug auf den Zeitplan fordert Herr Lastovka die Nennung des Zeitrahmens in der Ausschreibung.

Herr Fürst geht auf den **Zeitplan** ein:

Vorbehaltlich der Zustimmung der Bürgerschaft soll eine Stadtmarke entwickelt werden.

Eine entsprechende Beschlussvorlage wird für die Bürgerschaft erstellt.

Die außerplanmäßige Ausgabe wird beantragt.

Herr Dr. Zabel erklärt, dass dies Bestandteil der Vorlage bzw. des Beschlusses sein soll.

Herr Fürst bestätigt dies bei entsprechender Erreichung der Wertgrenze.

Ziel ist das Vorliegen des Ausschreibungs-/Leistungsverzeichnisses in vier Wochen.

Parallel dazu sollte ein Interessenbekundungsverfahren auf der Internetseite der Hansestadt Stralsund für Agenturen gestartet werden.

Ein Interessenbekundungsverfahren soll laut Herrn Dr. Zabel erst nach dem Beschluss der Bürgerschaft eröffnet werden.

Mit dem Hinweis, dass eine entsprechende Entscheidung noch aussteht, kann das Interessenbekundungsverfahren nach Meinung von Herrn van Slooten sofort angeschoben werden. Er hält die Vorgehensweise für unschädlich. Mit dem Zusatz, dass die Entscheidung noch aussteht, geht dies für Herrn Dr. Zabel in Ordnung.

Herr Phillipen plädiert dafür, die Bürgerschaftssitzung abzuwarten.

Die Ausschussmitglieder verständigen sich darauf, den Beschluss der Bürgerschaft abzuwarten.

Das 2-stufige Verfahren startet dann mit dem Beschluss der Bürgerschaft. Es folgt das Interessenbekundungsverfahren und daraus Angebote, die abgegeben werden. Im April könnte dann die Auftragserteilung an die Agentur erfolgen.

Herr Fürst geht davon aus, dass der Prozess circa 6 Monate dauern wird.

Das würde bedeuten, dass ein Ergebnis im Oktober/November vorliegen könnte.  
Der Termin für die öffentliche Veranstaltung sollte vor der Sommerpause liegen.

Herr Dr. Zabel schließt den Tagesordnungspunkt.

#### **zu 4.4 Sitzungstermine 2019 zeitweiliger Ausschuss Stadtmarke 1. Halbjahr**

Es werden folgende Termine für die nächsten Sitzungen des Ausschusses festgelegt:

12.02. (17:00 Uhr)

19.03. (17:30 Uhr)

16.04. (17:00 Uhr)

14.05. (17:00 Uhr)

#### **zu 5 Verschiedenes**

Herr Mühle weist auf die Veranstaltung „Gut leben in Stralsund 2050“ am 19.01.2019 im Rathaus von Stralsund hin.

Da im nicht öffentlichen Teil der Sitzung kein Redebedarf besteht, entfallen die übrigen Tagesordnungspunkte und Herr Dr. Zabel schließt die Sitzung.

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

gez. Dr. Ronald Zabel  
Vorsitzender

gez. Gaby Ely  
Protokollführung

# TOP Ö 4.1

Amt für Wirtschaftsförderung/  
Stadtmarketing  
Fü/Wh

Stralsund, 31.01.2019

Für die Veröffentlichung im Internet auf den Stralsund-Seiten unter der Rubrik „Ausschreibungen“ ist folgender Text vorgesehen:

## **Entwicklung einer Stadtmarke für die Hansestadt Stralsund**

### 2-stufiges Verfahren

#### Stufe 1: Einreichung von Interessenbekundungen

Die Hansestadt Stralsund beabsichtigt, einen Prozess zur Entwicklung einer Stadtmarke zu starten. Dieser Prozess wird durch den zeitweiligen Ausschuss Stadtmarke der Bürgerschaft geleitet.

Es ist vorgesehen, den Verlauf durch eine externe Agentur gestalten, begleiten und moderieren zu lassen, insbesondere unter Einbeziehung einer breiten Öffentlichkeit.

Die Vergabe dieser Leistung erfolgt in einem zweistufigen Verfahren.

In der ersten Stufe werden hiermit Büros/Agenturen aufgefordert, ihr Interesse an der Erbringung dieser Leistung zu bekunden.

Die notwendige Fach- und Sachkunde ist nachzuweisen, es wird um die Beibringung von Referenzen zu entsprechenden Prozessen in vergleichbaren Städten oder Regionen gebeten.

Aus den bei der Hansestadt Stralsund eingehenden Interessenbekundungen werden 3 Interessenten ausgewählt und zur Abgabe eines spezifizierten Angebotes aufgefordert.

Interessenbekundungen können bis zum 06. März 2019 unter folgender Adresse eingereicht werden:

Amt für Wirtschaft/Stadtmarketing  
Postfach 2145  
18408 Stralsund

Peter Fürst

Niederschrift über die Eröffnung/Öffnung der Angebote			
Vergabegrundlage	VOB/A <input type="checkbox"/>	VgV <input type="checkbox"/>	VSVgV <input type="checkbox"/> UVgO <input checked="" type="checkbox"/>
Maßnahmen- Maßnahme nummer			
Beschränkte Ausschreibung nach öffentlichem Teilnahmewettbewerb UVgO			
Vergabe- nummer	Leistung		
3008-19-80	Entwicklung einer Stadtmarke für die Hansestadt Stralsund		
Ablauf der Angebotsfrist	06.03.2019	11:00	

Anlage:  Zusammenstellung der Angebote

## I. Vorbemerkungen

1. Vergabeverfahren
- |   |   |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> Öffentliche Ausschreibung  | <input type="checkbox"/> offenes Verfahren                              |
| <input type="checkbox"/> Beschränkte Ausschreibung  | <input type="checkbox"/> nicht offenes Verfahren                        |
| <input checked="" type="checkbox"/> Beschränkte Ausschreibung nach öffentlichem Teilnahmewettbewerb | <input type="checkbox"/> Verhandlungsverfahren mit Teilnahmewettbewerb  |
| <input type="checkbox"/> Freihändige Vergabe  | <input type="checkbox"/> Verhandlungsverfahren ohne Teilnahmewettbewerb |
| <input type="checkbox"/> Verhandlungsvergabe  | <input type="checkbox"/> Wettbewerblicher Dialog                        |
| <input type="checkbox"/> Internationale NATO-Ausschreibung  | <input type="checkbox"/> Innovationspartnerschaft                       |
2. Angebotsabgabe war zugelassen
- |   |
|---|
| <input type="checkbox"/> elektronisch übermittelt ohne Signatur (Textform)                |
| <input type="checkbox"/> elektronisch übermittelt mit fortgeschrittener/m Signatur/Siegel |
| <input type="checkbox"/> elektronisch übermittelt mit qualifizierter/m Signatur/Siegel    |
| <input checked="" type="checkbox"/> schriftlich   |
3. Öffentliche und beschränkte Ausschreibungen erster Abschnitt der VOB/A: Bieter sind zugelassen.
4. Alle anderen Vergabeverfahren: Bieter sind nicht zugelassen.
5. Anzahl der zur Angebotsabgabe aufgeforderten Unternehmen (aus Firmenliste übertragen): 8<sup>1. bis 1.</sup> 11

## II. (Er)Öffnungstermin

Die Verhandlungsleitung hat geprüft, dass bei Ausschreibungen nach VOB/A Abschnitt 1 nur Bieter und/oder deren Bevollmächtigte zugegen sind.

1. Schriftliche Angebote sind mit dem Eingangsstempel und in der Reihenfolge des Eingangs mit Angebotsnummern versehen. Sie waren ordnungsgemäß verschlossen, bis auf das/die Angebot(e) Nummer: 0
2. Elektronisch übermittelte Angebote waren ordnungsgemäß verschlüsselt, bis auf das/die Angebot(e) Nummer: 0
3. Beginn des (Er)Öffnungstermins (Datum/Uhrzeit) 06.03.2019 11:00

Anzahl der elektronischen Angebote:	0
Anzahl der schriftlichen Angebote:	6
Gesamtzahl der fristgerecht eingereichten Angebote:	6

4. Die in der „Zusammenstellung der Angebote“ protokollierten Angaben wurden bei Ausschreibungen nach VOB/A Abschnitt 1 verlesen.
5. Die Angebote wurden in allen wesentlichen Teilen gekennzeichnet.
6.  Die Vorlage von Mustern und Proben war gefordert.  
Muster und Proben lagen vor, außer bei den Angeboten  
Die eingereichten Muster und Proben waren als zum Angebot gehörig gekennzeichnet; außer bei den Angeboten

(Niederschrift über die (Er)Öffnung der Angebote)

- 7 Ende des (Er)Öffnungstermins (Uhrzeit) 11:10
- 8 Nur bei Ausschreibungen nach VOB/A Abschnitt 1 mit Teilnahme von Bietern und/oder deren Bevollmächtigten:
  - 8.1 Die Niederschrift wird als richtig anerkannt.

(Firmenbezeichnung/Unterschrift)

8.2 Folgende Einwendungen sind von Bietern und/oder ihren Bevollmächtigten erhoben worden:

9 Weitere anwesende Vertreter des Auftraggebers


Name und Unterschrift der Schriftführung oder elektronische Signaturen

*Hellmann*

Hansesstad Stralsund  
 Der Oberbürgermeister *Costsou*  
 Unterschrift und Amtsbezeichnung der Verhandlungsleitung  
 Zentrale Vergabestelle  
 18408 Stralsund / PF 2145

### III. Nachträge zur Niederschrift

Nach Ablauf der Angebotsfrist wurden noch folgende Angebote vorgelegt:

Ang ebot Nr.	Eingang: Datum /Uhrzeit	Verschul den des Bieters <sup>1</sup>	Verschul den der Vergabe stelle <sup>2</sup>	Bei Verschulden der Vergabestelle: Bieter benachrichtigt am	Name des Bieters, Gründe für den verspäteten Eingang, soweit bekannt
7	07.03.2019 13.00 Uhr	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		<i>annodare GmbH, 04275 Leipzig Ausschluss: § 16 (3) Bst. c VOB/A Costsou</i>
		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		

Hansesstad Stralsund  
 Der Oberbürgermeister  
 Rechts *Costsou*  
 Zentrale Vergabestelle  
 18408 Stralsund / PF 2145

Die nachgerechneten Angebotsendsummen wurden in die Zusammenstellung der Angebote übertragen.

(Name/Datum/Unterschrift oder Signatur)

<sup>1</sup> Fall § 14 Absatz 4 VOB/A, § 14a Absatz 5 VOB/A, § 14 EU Absatz 4 VOB/A, § 14 VS Absatz 4 VOB/A  
<sup>2</sup> Fall § 14 Absatz 5 VOB/A, § 14a Absatz 6 VOB/A, § 14 EU Absatz 5 VOB/A, § 14 VS Absatz 5 VOB/A

Zusammenstellung der Angebote

		Im (Er)Öffnungstermin protokollierte Angaben <sup>3</sup>				Nachgetragene Angaben		
Angebotsnummer	Name und Anschrift des Bieters	Angebotssumme einschl. Umsatzsteuer (Endbetrag des Angebotes, einzelner Lose, oder Instandhaltung)	Angebots- erläuterung (Losnummer/ Instandhaltung etc.)	Anzahl der Nebenangebote	Preisnachlass (V.H.)	nachgerechnete Angebotssumme einschl. Umsatzsteuer	Bemerkungen (siehe Richtlinie zum FB 313)	
1	2	3	4	5	6	7	8	
1	100 Places, Oliver Lapp	/	22.02.2019					
	61350 Bad Homburg	/						
2	cima	/	04.03-2019					
	23558 Lübeck	/						
3	MüllerValentini GbR	/	05.03.2019					
	10967 Berlin	/						
4	A & B One Komm.	/	05.03.2019					
	10178 Berlin	/						
5	Identitätsstiftung GmbH	/	05.04.2019					
	30159 Hannover	/						
6	Ramboll Management	/	04.03.2019					
	20095 Hamburg	/						

weitere Datei Zusammenstellung der Angebote öffnen

<sup>3</sup> Abgesetzt durch eine Zwischenüberschrift, „verspätete Angebote“ sind zusätzlich zu den unter Nummer III. der Niederschrift einzutragenden Angaben hier auch die rechtzeitig eingegangenen, aber der Verhandlungsleitung verspätet vorgelegten Angebote einzutragen.

## Teilnahmewettbewerb

ELViS-ID	E92937644
Projektname	Entwicklung einer Stadtmarke für die Hansestadt Stralsund
Art des Auftrags	Dienstleistungen
Vergabeart	Beschränkte Ausschreibung nach öffentlichem Teilnahmewettbewerb
Vergabeverfahren	UVgO
Maßnahmennr.	Stadtmarke für HST
Vergabenr.	3008-19-80
Bewerbungsunterlagen	von 19.02.2019 13:40 bis 06.03.2019 11:00

## Bewerber/Bieter

	Organisation	Ort	Ansprechpartner	Telefon	Datum	Antrag
1	Artus.Atelier GmbH&Co. KG	99092 Erfurt	Spannaus, Jan	0361-55 13 600	04.03.2019 15:27	Nein
2	Ramboll Management Consulting GmbH	20095 Hamburg	Edsen, Samantha	0 40/3 02 02 00	01.03.2019 17:13	Nein
3	Brinkmann Vorpommern GmbH	18439 Stralsund	Kurtz, Thomas	0 38 31/23 80	26.02.2019 11:11	Nein
4	MüllerValentini GbR	10967 Berlin	Österle, Irene	0 30/69 51 74 74	26.02.2019 10:55	Nein
5	cima Beratung +Management GmbH	23568 Lübeck	Borchers, Janne	04 51/3 80 68-0	26.02.2019 10:26	Nein
6	A&BOne Kommunikationsagentur GmbH	60596 Frankfurt am Main	Todorovic, Helena	069 920 10-0	25.02.2019 14:16	Nein
7	Hitschfeld Büro für strategische Beratung GmbH	04155 Leipzig	Klement, Steffi	03 41/30 55 85 11	25.02.2019 12:17	Nein
8	Thielker+Team Kommunikation GmbH & Co. KG	56068 Koblenz	Georg, Heike	02 61/7 32 99-0	23.02.2019 13:40	Nein
9	ressourcenmangel GmbH	10997 Berlin	Huseinovic, Munira	0 30/5 90 03 74 57	20.02.2019 16:39	Nein
10	MEDIA CONSULTA Deutschland GmbH	10179 Berlin	Messal, Sarah	0 30/6 50 00-0	20.02.2019 16:26	Nein
11	Sandstein Neue Medien GmbH	01309 Dresden	Herrig, Nadja	03 51/4 40 78-0	20.02.2019 09:22	Nein

zeitweiliger Ausschuss Stadtmarke

## **Beschränkte Ausschreibung nach öffentlichem Teilnahmewettbewerb UVgO: Entwicklung einer Stadtmarke für die Hansestadt Stralsund**

Sehr geehrte Damen und Herren,

entsprechend des Beschlusses des zeitweiligen Ausschusses Stadtmarke vom 08.01.2019 wurde ein zweistufiges Verfahren zur Beauftragung einer Agentur für die Moderation und Begleitung des Prozesses zur Entwicklung einer Stadtmarke am 19.02.2019 eröffnet. Zum 06.03.2019, 11:00 Uhr gingen in der Zentralen Vergabestelle der Hansestadt Stralsund 6 Interessebekundungen ein.

Eine Interessenbekundung wurde verspätet am 07.03.2019 im Posteingang registriert und kann nicht gewertet werden (siehe Anlage 2, Submissionsprotokoll).

Nach Sichtung der eingegangenen, wertbaren Interessenbekundungen wird dem zeitweiligen Ausschuss Stadtmarke empfohlen, folgende Agenturen aufzufordern, ein konkretes Angebot abzugeben:

1. Cima  
Beratung und Management GmbH  
Moislinger Allee 2  
23558 Lübeck
2. A & B One Kommunikationsagentur GmbH  
Burgstraße 27  
10178 Berlin
3. Identitätsstiftung GmbH  
Sophienstraße 6  
30159 Hannover

Die Begründung für diese Empfehlung wird dem Ausschuss auf seiner Sitzung am 19.03.2019 mündlich vorgestellt, die Unterlagen werden zur Einsichtnahme vorliegen. Weiterhin wurde der Entwurf einer Aufgabenstellung für die Angebotsabgabe der drei Agenturen vorbereitet.

Dieser Entwurf (Anlage 1) dient als Diskussionsgrundlage für die Ausschussmitglieder, um in der Sitzung die Aufgabenstellung final beschließen zu können.

Peter Fürst  
Amtsleiter

Anlagen:  
Aufgabenstellung  
Submissionsprotokoll



Aufgabenstellung für die Abgabe eines Angebotes „Moderation und Steuerung des Prozesses zur Entwicklung einer Stadtmarke für die Hansestadt Stralsund“

Die aufgeführten Agenturen erhalten die Möglichkeit, sich selbst und die gewählte Herangehensweise zur Moderation/Steuerung des Prozesses vor dem zeitweiligen Ausschuss vorzustellen.

Folgende Aufgaben sind zu bearbeiten:

1. Ist-Analyse der Wahrnehmung der Stadt (intern und extern)
  - 1.1 Zielgruppen: Unternehmen, Studenten, Touristen
  - 1.2 Befragung einer bestimmten Anzahl „zufälliger“ Menschen
2. Erstellung einer fundierten Stärken-Schwächen-Analyse
3. Herausarbeiten von Kernkompetenzen in Abgrenzung zu anderen Städten/Mitbewerbern
4. Ableitung eines Markenkerns/Markencharakters auf Basis der Kernkompetenzen (unter Berücksichtigung ihrer Zukunftsfähigkeit als Markenkern)
5. Erarbeitung des Markenimage/-persönlichkeit/-positionierung
6. Erarbeitung der Markenelemente (Farben, Formen, Töne, Schlüsselbilder, Textbausteine)

Für die vorgenannten Punkte ist die spezifische Herangehensweise des Auftragnehmers darzustellen. Der Auftraggeber legt besonderen Wert auf eine Beteiligung der Bürger an diesem Prozess, die vorgesehenen Maßnahmen dazu sind zu erläutern. Die Herangehensweise zur Erstellung der Ist-Analyse unter Berücksichtigung der Verfügbarkeit vorhandener Daten (Sekundärdaten) und finanzieller Aufwendungen für die Erhebungen von Primärdaten ist darzustellen.

Es sind „Meilensteine“ zur Rückkopplung/Berichterstattung mit dem Ausschuss zu benennen.

Das Angebot soll die Einpreisung aller zu erwartenden Kosten beinhalten, gegebenenfalls sind Kostenbausteine zu entwickeln und anzubieten.

Ein zeitlicher und inhaltlicher Ablaufplan ist dem Angebot beizufügen.