

Vorlage der Stadt Speyer



Vorlagen-Nr.: 0985/2013

Abteilung: Büro OB

Stadtentwicklung
FB 3

Bearbeiter: Silvia Gonsior
Dr. Matthias Nowack
Bernd Reif
Bruno Cloer

Haushaltswirksamkeit: nein ja, bei Produkt: 11100, 51120

Beratungsfolge	Termin	Behandlung	Beratungsstatus
Stadtrat	07.02.2013	öffentlich	Beschlussfassung

Betreff: Auftrag zur Entwicklung eines Konzeptes für ein integratives Stadtmarketing

Beschlussempfehlung:

Die Stadt Speyer entwickelt im Rahmen eines Beteiligungsprozesses ein Konzept und ein Markenzeichen für ein integratives Stadtmarketing mit Zukunftsperspektive, unter Einbeziehung der bereits vorhandenen Teilkonzepte und in Abstimmung mit Akteuren aus Politik, Verwaltung, Wirtschaft, Kultur und Kirchen, sowie mit Unterstützung durch eine externe Projektbegleitung.

Begründung:

Ein verwaltungsintern durchgeführter Workshop hat ergeben, dass das in den Jahren 1995-1998 entwickelte Stadtleitbild 15 Jahre später nicht mehr zeitgemäß ist, um als Grundlage für das angestrebte integrierte Stadtmarketing zu dienen. Bei genauerer Betrachtung werden Defizite im Bereich Strategie und Strukturen des Stadtmarketings offenkundig. Es fehlt unter anderem an einer Gesamtmarke, die den konzeptionellen Inhalt mit der passenden Gestaltung (→Corporate Identity) bündelt. Darüber hinaus gibt es keine ausreichende Vernetzung der Akteure, was die Koordination erschwert.

Hieraus ergeben sich die zentralen Herausforderungen: Entwicklung einer geeigneten Strategie, Sicherstellung eines geeigneten Entwicklungs- und Beteiligungsprozesses, Implementierung geeigneter Organisationsstrukturen, Stadtmarke/Label, Erarbeitung eines neuen Corporate Designs (CD), Projektsteuerung und Projektcontrolling.

Die Vorgehensweise baut auf bereits vorhandenen themenspezifischen Säulen auf, denen das Stadtmarketing ein Dach geben wird. Beispielhaft wären hier Tourismuskonzept, VEP, ÖPNV-Plan, Einzelhandelsgutachten etc. zu nennen. Aus diesem Grund ist auch die Neuentwicklung eines umfassenden Leitbildes über alle Themenbereiche entbehrlich. Das Dach „Stadtmarketing“ gibt die inhaltlich übergeordnete Leitlinie mit einer organisatorisch handlungsfähigen Struktur und Vernetzung und unter Wahrung einer gestalterisch, marketingbezogenen Klammer für die Darstellung der Stadt Speyer nach außen.

Prozessual würde nach dem mit diesem Antrag beschlossenen Auftrag an die Verwaltung zunächst eine interne Arbeitsgruppe unter Leitung des Oberbürgermeisters mittels einer Bestandsanalyse den Bedarf für den Einsatz eines externen Beratungsunternehmens ermitteln. Der Einsatz einer externen Moderation wird nicht zuletzt zur Wahrung der Neutralität als unabdingbar angesehen.

Im Folgenden wird es neben der Einrichtung einer Steuerungsgruppe aus Mitgliedern aller Akteursgruppen und der Fraktionen auch zu verschiedenen Formen der Bürgerbeteiligung (öffentlich und online) kommen. Zunächst werden noch fehlende oder in Entstehung begriffene Säulen fertiggestellt. Danach wird eine detaillierte Projektskizze samt Kostenrahmen entwickelt und die erforderlichen Mittel beantragt.

Der zeitliche Rahmen erstreckt sich über den Beginn des Kernprozesses im dritten Quartal 2013 bis zum Abschluss des Projekts Ende 2014.