

Vorlage der Stadt Speyer



Vorlagen-Nr.: 2700/2018

Abteilung: Büro OB, Pressestelle,
Stadtmarketing

Bearbeiter/in: Dr. Matthias Nowack

Haushaltswirksamkeit: nein ja, bei Produkt: 11110
Investitionskosten: nein ja Betrag:
Drittmittel: nein ja Betrag:
Folgekosten/laufender Unterhalt: nein ja Betrag:

Beratungsfolge	Termin	Behandlung	Beratungsstatus
Stadtrat	01.10.2018	öffentlich	Information

Betreff: Marketing-Konzept für die Zeit der Schließung der Salierbrücke

Beschlussempfehlung:

Der Rat der Stadt Speyer befürwortet und unterstützt die Schaffung einer gemeinsamen Kommunikations- und Werbestrategie für die Zeit der Schließung der Salierbrücke. Eine Intensivierung der Werbemaßnahmen für die touristische Destination Speyer und für die Einkaufsstadt Speyer soll helfen, einige mit der zweijährigen Schließung der Brücke verbundenen Nachteile zu kompensieren. Alle relevanten Akteure der Speyerer Stadtgesellschaft sollen in dieses Konzept eingebunden werden.

Zum Start und zur Anschubfinanzierung des Marketing-Konzeptes noch im Jahr 2018 werden überplanmäßige Mittel in Höhe von 25.000 € bereitgestellt.

Begründung:

Bei einer vom Bund der Selbständigen Speyer-Römerberg (BdS), der Leistungsgemeinschaft Herz Speyers und der Wirtschaftsförderung der Stadt Speyer ausgerichteten Veranstaltung am 30. August 2018 zum Thema „Salierbrücke“ wurde vereinbart, dass für die Zeit der Schließung der Brücke eine gemeinsame Kommunikationsstrategie aller relevanten Akteure der Stadtgesellschaft erarbeitet werden soll.

Dazu ist eine Werbekampagne für Speyer mit dazugehörigem Slogan geplant, die sich 2019/2020 durch alle Medien ziehen soll und von den lokalen Interessenverbänden (Leistungsgemeinschaft „Herz Speyers“, Bund der Selbständigen Speyer-Römerberg, Hotel- und Gaststättenverband, Wirtschaftsförderungs- und Entwicklungsgesellschaft, Verkehrsverein, etc.) und Unternehmen gemeinsam getragen und finanziert wird.

Dazu hat die Abteilung „Kultur, Marketing & Kommunikation“ der Stadtverwaltung kurzfristig einen Ideenwettbewerb ausgeschrieben und darüber hinaus zur öffentlichen Beteiligung an diesem Ideenwettbewerb aufgerufen. Die Ergebnisse dieses Wettbewerbes werden am **9. Oktober 2018, 19:30 Uhr im Stadtratssitzungssaal** präsentiert.

Der Start der Kampagne ist im November/Dezember 2018 - mit der Weihnachtswerbung - vorgesehen.

Die Basisfinanzierung dieser Marketing-Kampagne soll aus den bisher von Verbänden und Unternehmen avisierten Mitteln einer freiwilligen Tourismus- und Stadtmarketing-Abgabe erfolgen. Dazu werden alle potentiellen Geldgeber angeschrieben und über die geplante

Verwendung der Mittel informiert. Die damit vorhandene Grundfinanzierung soll durch die weitere Einwerbung von Mitteln, z.B. durch einen erneuten Appell an die relevanten Akteure in der Stadt, ergänzt werden.

Die Entscheidung über die Verwendung der Mittel und die Maßnahmen, die im Rahmen dieser Marketing-Kampagne getroffen werden, soll einem noch zu formierenden Gremium übertragen werden, das sich aus den wesentlichen Geldgebern der Kampagne formiert. Die Geschäftsführung für diese Kampagne soll bei der Stadtverwaltung angesiedelt werden.