



Beschlussvorlage

Stadt Hagenow
Der Bürgermeister

2016/0009
öffentlich

Betreff:

Marketingkonzept der Stadt Hagenow

Fachbereich:

Büro des Bürgermeisters

Datum

22.01.2016

Verantwortlich:

Masche, Roland

Beteiligte Fachbereiche:

Beratungsfolge (Zuständigkeit)

Status

Ausschuss für Wirtschaftsförderung, Handwerk, Gewerbe und
Tourismus(Vorberatung)

04.02.2016 Öffentlich

Hauptausschuss(Vorberatung)

15.02.2016 Nichtöffentlich

Hauptausschuss(Vorberatung)

27.06.2016 Nichtöffentlich

Stadtvertretung der Stadt Hagenow(Entscheidung)

07.07.2016 Öffentlich

Beschlussvorschlag: Die Stadtvertretung beschließt das Marketingkonzept der Stadt Hagenow

Problembeschreibung/Begründung:

Sachverhalt:

Die Stadt Hagenow verfügt mit dem Einzelhandelskonzept, dem Integrierten Stadtentwicklungskonzept (ISEK) und dem Verkehrskonzept über strategische Grundsatzdokumente auf deren Basis eine planmäßige Entwicklung des Standortes angestrebt wird.

Ein Marketingkonzept stellt klassischer Weise die Verbindung zwischen solchen Konzepten her, in dem es die Ziele der Standortentwicklung beschreibt und mit diesen nach außen wirbt. Es stellt somit das Bindeglied zu den Bürgern, Unternehmen und Besuchern der Stadt dar.

Ein solches Konzept lag bisher nicht vor.

Stellungnahme:

Das vorliegende Marketingkonzept wurde in Eigenregie des Ausschusses für Wirtschaftsförderung, Handwerk, Gewerbe und Tourismus in den letzten 12 Monaten unter Hinzuziehung von Expertenmeinungen erarbeitet. Basis bildete das aktuell im Frühjahr 2015 verabschiedete ISEK, welches unter breiter Bürger- und Entscheiderbeteiligung entwickelt wurde. Darauf baute die Arbeit des Wirtschaftsförderausschusses auf. Die Leitprojekte des ISEK sind in das Konzept Handlungsfeld bezogen übernommen worden.

Der Ausschuss sieht unter einer Dachmarke „Stadt Hagenow“ vier entscheidende Handlungsfelder: Wirtschaft, Innenstadt mit der Einzelhandelsentwicklung, Wohnstandort und Hagenow als Kultur- und Freizeitstandort.

Diese Handlungsfelder wurden analysiert, Ziele festgelegt, Bedarfe beschrieben und Projekte benannt, die geeignet sind, diese Ziele zu erreichen.

Das ist nur möglich, wenn die Akteure, Bürger, Verwaltung, Unternehmen, Einpendler, Besucher und Touristen durch ein entsprechendes Marketing angesprochen, „mitgenommen“ und zur Initiative motiviert werden.

Im zweiten Teil des Konzeptes wurden 12 Identifikationspotentiale ermittelt, welche auch die Alleinstellungsmerkmale beinhalten. Dies wurde an Hand einer kleinen Wettbewerbsanalyse verprobt. Abschließend hat sich der Ausschuss mit der Psychographie der Marke Hagenow beschäftigt, was nichts anderes bedeutet als zu hinterfragen, wie fühlen die Bürger sich als Hagenower. Im Endergebnis bilden drei Markenbausteine die Dachmarke Hagenow, welche als Hauptwerbeträger sowohl die rationalen als auch emotionalen Fakten in sich vereinigen. „Unternehmensoffene Kommune“, „Historische Bürgerstadt mit Atmosphäre“ „Kulturelles Kleinod auf dem Weg in die Metropolen“

Votum:

Das Konzept wurde in den Fraktionen beraten. Zahlreiche Anregungen insbesondere zum Kultur und Tourismusstandort, zu historischen Persönlichkeiten von Hagenow und dem breiten Gemeindeleben der beiden großen Kirchgemeinden von Hagenow sowie weitere Veranstaltungen und Ideen sind in das Marketingkonzept mit eingeflossen.

Ich bitte das Marketingkonzept zu beschließen, da es eine sehr gute Grundlage bildet, die Standortentwicklung im Sinne der strategischen Konzepte in den einzelnen Zielgruppen erfolgreich zu kommunizieren. Darüber hinaus stellt es den Rahmen für alle konkreten Marketingaktionen dar, die durch dieses Konzept auf die Erreichung der beschriebenen Zielzustände ausgerichtet werden.

Finanzielle Auswirkungen:

Finanzielle Auswirkungen		Ja		x	Nein
Maßnahme des Ergebnishaushaltes		Ja		x	Nein
Maßnahme des Finanzhaushaltes		Ja		x	Nein
Mittel bereits geplant		Ja			Nein
Höhe der geplanten Mittel					€
Mehrbedarf					€
Gesamtkosten					€
Deckungsvorschlag	Betrag	Kostenträger	Konto	Bezeichnung des Kostenträgers/Konto	
	€				
	€				

Folgekosten:

Raum für zusätzliche Eintragungen:

Anlagen: Marketinkonzept