





Stadtmarketingkonzept und dessen Umsetzung

hier: Grundsatzbeschluss

Stadtmarketingkonzept und dessen Umsetzung - Grundsatzbeschluss



VIER-TORE-STADT
NEUBRANDENBURG

- Kulturausschuss 21.09.21
- Finanzausschuss 22.09.21
- Ausschuss für Generationen,
Bildung und Sport 22.09.21
- Stadtentwicklungsausschuss 23.09.21

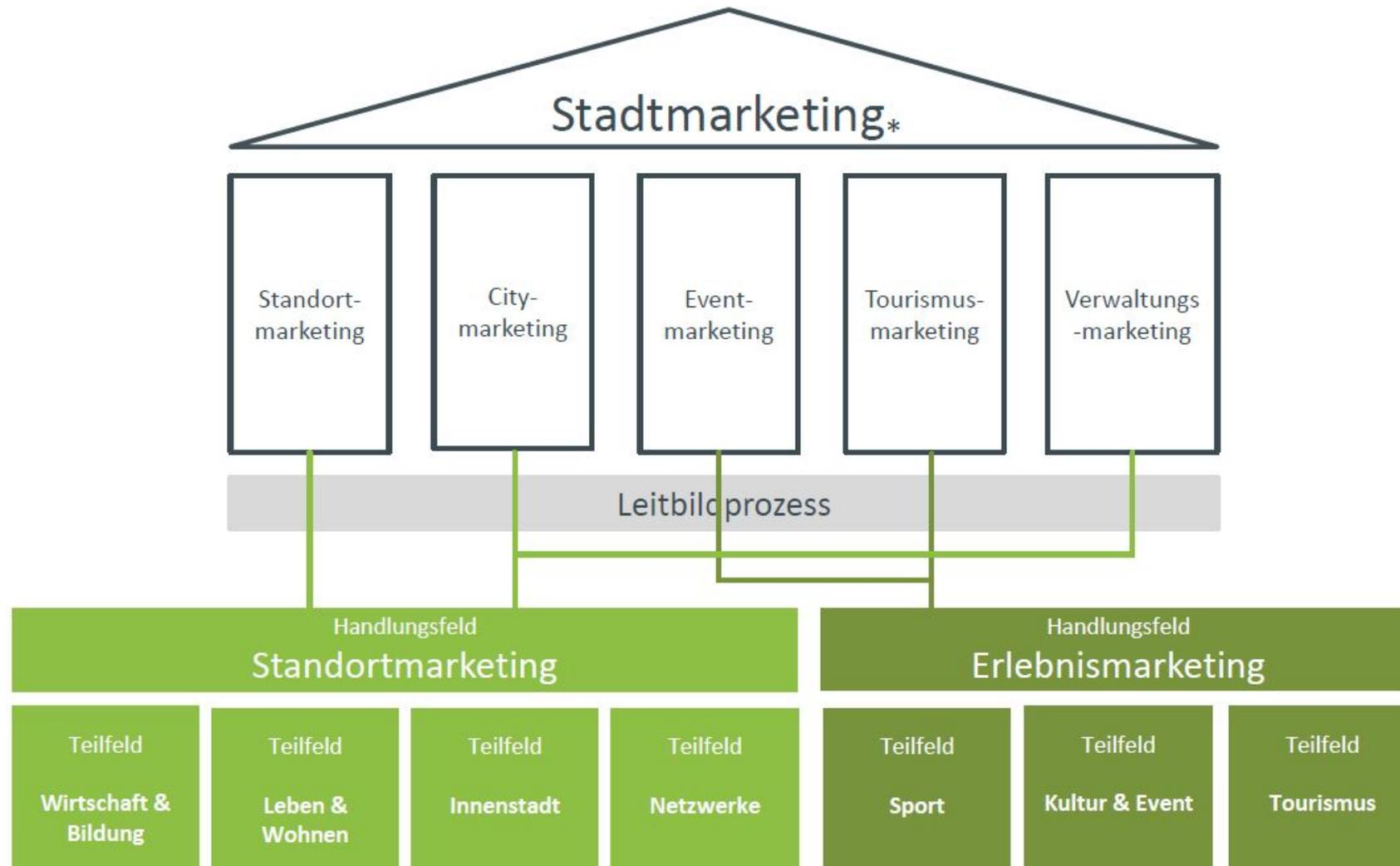
© Die Präsentation enthält Auszüge aus den Gutachten u. Präsentationen:
© 1 Slapa& die Raumplaner: Stadtmarketingkonzept für die Vier-Tore-Stadt
Neubrandenburg vom 07.05.21
© 2 CIMA Beratung + Management GmbH: Organisationsgutachten für das
Stadtmarketing in Neubrandenburg vom 23.08.21



Herangehensweise



Neue Handlungsfelder



* „Dach des Stadtmarketing“: vgl. Block und Icks 2010, S. 4

Maßnahmen - Kurzübersicht

Maßnahmeninhalt	Ziel
Stadtmarke	Entwicklung einer Stadtmarke mit Corporate Design, Kampagnen
Koordinierungsstelle Stadtmarketing	Maßnahmenumsetzung, Netzwerkkoordination
Wirtschaftscluster	Unternehmensansiedlung, Arbeitsplätze schaffen
Unternehmen werben für Neubrandenburg	Über Stellenangebote die Stadt bewerben
Hochschule hervorheben und einbinden	Studieninteressierte locken und langfristig binden
Gestaltung und Charakter der Innenstadt	Aufenthaltsqualität erhöhen
Marktplatz	Attraktivitätssteigerung, Nutzer_innenvielfalt erhöhen
Gastronomie und Einzelhandel	Innerstädtische Angebote darstellen und bündeln

Maßnahmen - Kurzübersicht

Maßnahmeninhalt	Ziel
Stadtteile	Angebote übergreifend bekannt machen
Stadt am Wasser	Verbindung zur Innenstadt schaffen, Potenziale nutzen
Lebensfreundliche Stadt	Alle Menschen einbinden, Diversität fördern
Bürgermeinung	Beteiligung und Verwaltungsservice
Sportstadt	Publikumsöffnung, Vereinslandschaft darstellen
Veranstaltungskalender	Optimierung Nutzer_innenfreundlichkeit und einheitliche Verwendung
Ziel in der Tourismusregion Mecklenburgische Seenplatte	Ergänzende Angebote zur Stärkung als Ausflugsziel innerhalb der Region
Digitalisierung im Tourismus	Vorhandene Strukturen optimieren

Stadtmarketingkonzept und dessen Umsetzung - Grundsatzbeschluss



Modelle der Organisationsstruktur des Stadtmarketings Alternativen der Organisation

1

Neustrukturierung

Zentrales Veranstaltungsbüro und
Stadtmarketing mit Bündelung und
Zusammenführung verschiedener Bereiche

2

Zwei-Säulen-Modell

Erlebnis- und Standortmarketing
organisatorisch gegliedert in zwei
Einheiten

3

Eine-Organisation-Modell

Erlebnis- und Standortmarketing
unter einem Dach

© 2

Stadtmarketingkonzept und dessen Umsetzung - Grundsatzbeschluss



2-Säulen-Modell © 2

- VZN als Organisation für Erlebnismarketing (Sport, Kultur+ Events, Tourismus)
- Erweiterung der VZN um den Geschäftsbereich Erlebnis-marketing mit insgesamt 3 neuen Stellen
- Verlagerung der Touristinformation in den Zuständigkeitsbereich „Erlebnismarketing“ innerhalb der VZN
- Neue Stelle „Referent Standortmarketing“ in der Verwaltung (OB-Bereich, Marketing)
- Leitung Marketing mit 50 % Stellenanteil als Schnittstelle zur Verwaltung

Stadtmarketingkonzept und dessen Umsetzung - Grundsatzbeschluss

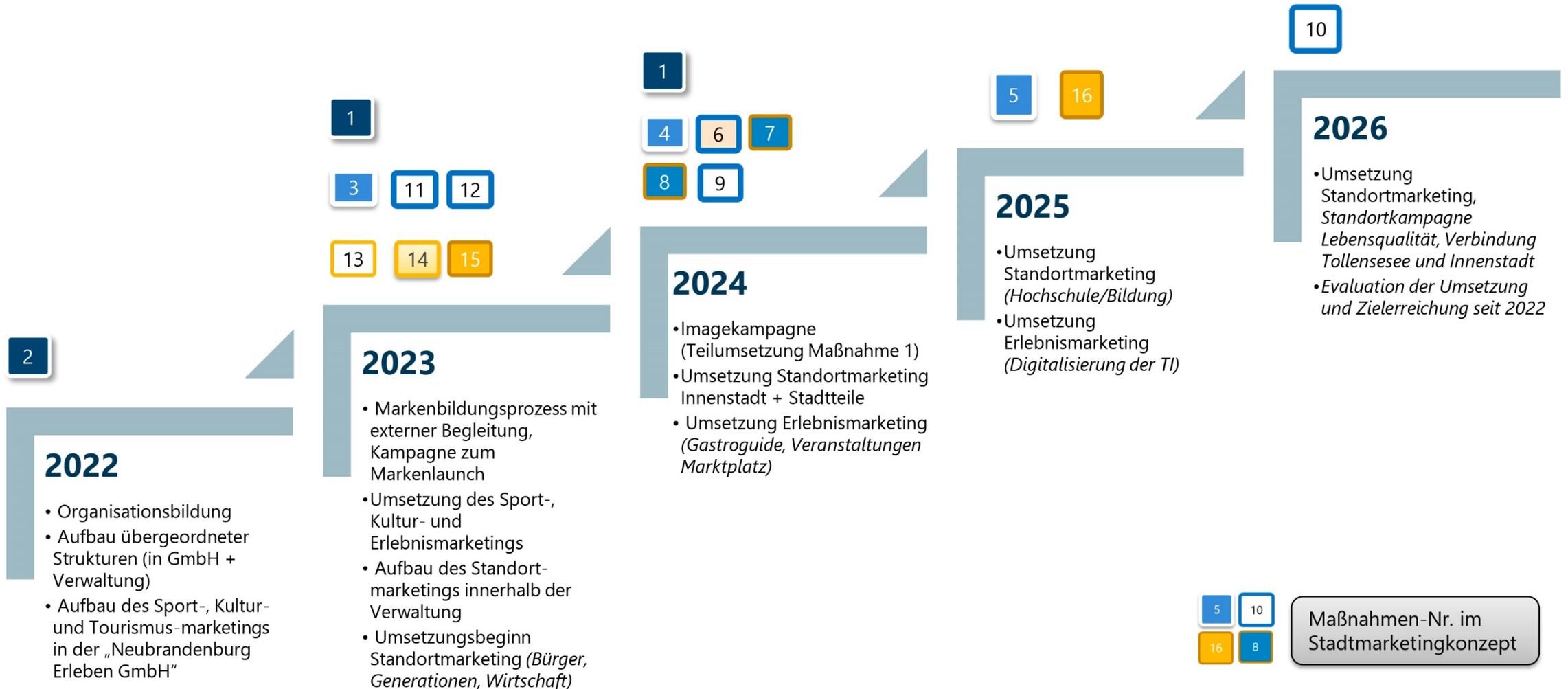


Fazit:

- Erlebnismarketing in einer Organisation gebündelt (kurze Abstimmungswege), **EINE** Anlaufstelle für Tourismus, Events, Kultur-und Sportmarketing
- Standortmarketing + Presse-, Medien- und Öffentlichkeitsarbeit gebündelt und direkt beim Oberbürgermeister
- Klarere Anlaufstellen durch die Neuordnung
- Leitung Marketing in zentraler, vernetzender Schlüsselrolle
- Aufsichtsrat bei der VZN für die organisatorische Einbindung weiterer (privater) Akteure

Stufenplan der Umsetzung

unter Berücksichtigung der Maßnahmenpriorisierung gemäß Stadtmarketingkonzept 2021



Stadtmarketingkonzept und dessen Umsetzung - Grundsatzbeschluss



Weitere Maßnahmen

- Änderung des Gesellschaftsvertrages der VZN GmbH mit Erweiterung des Gegenstands und Implementierung eines Aufsichtsrates sowie einer/s 2. Geschäftsführerin/s für den neuen Geschäftsbereich und eines Geschäftsverteilungsplanes für die Geschäftsführung;
- Präzisierung des Wirtschaftsplanes 2022 der VZN GmbH entsprechend der Aufgabenerweiterung;
- Maßnahmenplan für das weitere Vorgehen 2022 sowie Auswirkungen auf den städtischen Haushalt 2022ff.

Stadtmarketingkonzept und dessen Umsetzung - Grundsatzbeschluss



VIER-TORE-STADT
NEUBRANDENBURG



NEUBRANDENBURG

Stadt der vier Tore am Tollensesee



VIER-TORE-STADT
NEUBRANDENBURG

Stadtmarketingkonzept und dessen Umsetzung - Grundsatzbeschluss



VIER-TORE-STADT
NEUBRANDENBURG



VIER-TORE-STADT
NEUBRANDENBURG

VIER-TORE-STADT
NEUBRANDENBURG



Stadtmarketingkonzept und dessen Umsetzung - Grundsatzbeschluss



VIER-TORE-STADT
NEUBRANDENBURG



VIER-TORE-STADT
NEUBRANDENBURG

VIER-TORE-STADT
NEUBRANDENBURG

