



## Protokoll zum Workshop am 09.04.2016

### Stadtmarketing Runkel – Zukunft gestalten Standortbestimmung und Zukunftsausrichtung

#### Arbeitsgruppe „Stadtmarketingkonzept“

##### ZUM PROTOKOLL

Datum der Erstellung	07.05.2016
Bearbeiter	Hartmut Kind, Sabine Hemming-Woitok
Seitenanzahl	4

##### ORT UND ZEIT DER BESPRECHUNG

Besprechungsort	Runkel, Rathaus (Sitzungssaal)
Besprechungsdatum	09.04.2016
Gesprächsbeginn	10:00 Uhr
Gesprächsende	15:00 Uhr

##### TEILNEHMER

	Bisher Mitglied in:	Zukünftig Mitglied der AG ,Stadtmarketingkonzept‘	Stadtteil
Siehe Teilnehmerliste			

##### NR. TOP'S UND THEMEN

1	Begrüßung und Einführung in den Workshop
2	Was ist Stadtmarketing?
3	Diskussion der Stärken und Schwächen (Brainstorming)
4	Wie geht es weiter? Nächste Schritte

# Dorfentwicklung



NR.	TOP'S/THEMEN	TERMINE	ZUSTÄNDIG
1	<p><b>Begrüßung und Einführung in den Workshop</b></p> <p>Frau Hemming-Woitok begrüßt als Sprecherin der AG Stadtmarketing alle Teilnehmerinnen und Teilnehmer des Workshops „ Stadtmarketing der Stadt Runkel“ und ist erfreut über die große Teilnehmerzahl.</p> <p>Sie erläutert, den Ablauf der Veranstaltung und bedankt sich bei der Stadt Runkel, und hier insbesondere bei Herrn Bürgermeister Bender, Herrn Höhler und Herrn Dickopf, die die Vorbereitungen zur Durchführung des Workshops unterstützt haben.</p> <p>Der Moderator vom Büro SP PLUS, Bad Nauheim, wird durch den Workshop führen und die Diskussion leiten. Hartmut Kind bedankt sich ebenfalls bei den Teilnehmerinnen und Teilnehmern des Workshops für das Interesse an der Entwicklung der Stadt Runkel und insbesondere an der Entwicklung des Stadtmarketingkonzeptes.</p> <p>Bereits im Rahmen der Diskussion in den Arbeitsgruppen wurde die Verbesserung des Images und des Marketings der Stadt Runkel als wichtiger Baustein der künftigen Stadtentwicklung bewertet. Die Stadt hat viele Stärken und Vorzüge, die es in der Öffentlichkeit (nach innen und außen) zu vermitteln gilt, um das städtische Image aufzuwerten.</p> <p>Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer des Workshops wurden ausgewählt, da sie in weiten Teilen die Interessensgruppen und Akteure der Stadtentwicklung in Runkel repräsentieren. Insofern bittet der Moderator die Anwesenden um eine aktive Mitwirkung während der Diskussion zum künftigen Stadtmarketing.</p> <p>Es wird ausdrücklich betont, dass unter „Stadtmarketing“ nicht „Werbung“ zu verstehen ist, sondern dass Marketing um einiges vielschichtiger ist als nur Öffentlichkeits- und Pressearbeit und die Verteilung von Werbeschriften/Broschüren.</p>		
2	<p><b>Was ist Stadtmarketing?</b></p> <p>Anhand einiger Folien zur Einführung in das Thema erläutert der Moderator die Fragestellung „Was ist Stadtmarketing?“</p>		

# Dorfentwicklung



NR.	TOP'S/THEMEN	TERMINE	ZUSTÄNDIG
	<p>Er zitiert:</p> <p><i>„Beim Stadtmarketing betrachtet man die Stadt wie ein Produkt. Das Produkt „Stadt“ muss ein attraktives und vielfältiges Angebot schaffen. Mit dem Instrument Stadtmarketing können städtische Zukunftsperspektiven erschlossen und in konkretes Handeln umgesetzt werden. Im Rahmen eines konstruktiven Stadtmarketings gilt es, Strategien und Planungen stadtspezifisch zu entwickeln und auf einer breiten Konsensbasis zu realisieren.“ (Auszug)</i></p> <p>Die weiteren Ausführungen zur Frage „Was ist Stadtmarketing?“ sind dem Handout, das den Teilnehmerinnen und Teilnehmern ausgehändigt wurde, zu entnehmen. (vgl. Anlage)</p>		
<p><b>3</b></p>	<p><b>Diskussion der Stärken und Schwächen</b></p> <p>Im Rahmen eines Brainstormings wurden die Teilnehmerinnen und Teilnehmer gebeten, die Stärken und Schwächen der Stadt Runkel zu benennen und Ideen zum Stadtmarketing aufzuzeigen.</p> <p>Die Ergebnisse sollen als Grundlage für die weitere Projektbearbeitung und schließlich für die Aufgabenbeschreibung zur Erstellung eines Stadtmarketingkonzeptes dienen. Die Ergebnisse des Brainstormings sind der Anlage beigefügt.</p> <p>Die Diskussion zu den Stärken und Schwächen und zu den Aufgaben/Bestandteilen des künftigen Stadtmarketings wurde während des Workshops sehr engagiert geführt. Es wurde eine Vielzahl an Themen und Aufgabenfeldern zusammengetragen, die es im Rahmen der weiteren Projektbearbeitung zu berücksichtigen gilt.</p> <p>Der erarbeitete Themenkatalog ist nicht abschließend, sondern soll im Rahmen der weiteren Projektbearbeitung vervollständigt werden.</p>		
<p><b>4</b></p>	<p><b>Wie geht es weiter? Nächste Schritte</b></p> <p>Die AG Stadtmarketing, die dieses Projekt initiiert hat, schlägt vor, dass auf der Grundlage der Ergebnisse des Workshops eine Aufgaben-/Leistungsbeschreibung zur „Erstellung eines Stadtmarketingkonzeptes für die Stadt Runkel“ erarbeitet wird.</p>		

# Dorfentwicklung



NR.	TOP'S/THEMEN	TERMINE	ZUSTÄNDIG
	<p>Unter Berücksichtigung der Bestandteile und Anforderungen dieser Aufgabenbeschreibungen sollen 3 oder 4 Marketingagenturen zur Präsentation ihrer Vorstellungen und Ideen zum Stadtmarketing Runkel eingeladen werden.</p> <p>Als weiterer Schritt wären dann von den Agenturen Angebote einzuholen, die die Grundlage für eine Antragstellung zur Gewährung eines Zuschusses durch das Dorfentwicklungsprogramm bilden werden.</p> <p>Nach der Beschlussfassung der städtischen Gremien, ein Stadtmarketingkonzept zu erstellen, erfolgt die Antragstellung bei der zuständigen DE-Fachbehörde.</p> <p>Nach der Bewilligung der beantragten Fördermittel kann die ausgewählte Agentur mit der Erarbeitung des Stadtmarketingkonzeptes beauftragt werden.</p> <p>Mit der Erarbeitung des Marketingkonzeptes soll im Herbst 2016 begonnen werden.</p>		

## Für das Protokoll | 07.05.2016

Hartmut Kind

Sabine Hemming-Woitok