

## Antrag

Stadträtinnen / Stadträte - Fraktionen

CDU

Betreff

Modernes Stadtmarketing für Stuttgart

### Wir beantragen:

Die Wirtschafts-, Marketing- und Veranstaltungsgesellschaften der Stadt initiieren einen „Runden Tisch“ zur Optimierung der bestehenden Vermarktungsstrukturen und legen ein Konzept für ein ganzheitliches Stadtmarketing vor.

### Begründung:

Im Vergleich zu anderen großen Städten verfügt die Landeshauptstadt Stuttgart über kein zentrales, übergeordnetes Stadtmarketing. Bestehende Organisationen bedienen, gemäß ihrem Auftrag, klar definierte Zielgruppen.

Stuttgart Marketing GmbH, verantwortlich für die rein touristische Vermarktung; in.stuttgart, verantwortlich für die Bewerbung ihrer eigenen Veranstaltungen; Cityinitiative Stuttgart, ausschließlich unterstützend für den innerstädtischen Handel mit nur geringen Marketingaktivitäten; die Wirtschaftsförderung mit einem ersten Ansatz eines Standortmarketings (new stuttgart).

Jede Organisation arbeiten dabei derzeit auf Grundlage ihrer eigenen Gestaltungsrichtlinien und Inhalte, weitestgehend unabgestimmt in Parallelstrukturen.

Historisch bedingt waren diese Strukturen in der Vergangenheit völlig ausreichend. Der stetige Wandel in unserer Gesellschaft und Wirtschaft führen allerdings zu einem deutlich höheren Bedarf an Vermarktung. Insbesondere Entwicklungen wie das Trading Down in den Außenstadtbezirken, die akute Gefahr des Zusammenbruchs des Weinbaus in Stuttgart, eine negative Entwicklung bei hier ansässigen Wirtschaftszweigen und die Verschlechterung der Wahrnehmung unserer Landeshauptstadt durch die Stuttgarterinnen und Stuttgarter erachten wir als zutiefst besorgniserregend. Sofern diesen Tendenzen nicht aktiv entgegengesteuert wird, stellen sie ein hohes Risiko für die Zukunftsentwicklung Stuttgarts dar.

In dieser dynamischen Zeit, die durch soziale Medien und Werbung geprägt ist, müssen wir die vorhandenen Strukturen zukunftsfest machen. Es gilt stärker auf Synergie-Effekte zu setzen, bisher nicht abgedeckte Bereiche zu identifizieren und abzudecken sowie Redundanzen abzubauen.

Daher regen wir einen „Runden Tisch“ zur Optimierung der bestehenden Stuttgarter Vermarktungsstrukturen an. Innerhalb dieses Prozesses soll erörtert werden, welche Ziele wir mit einer Stärkung des Stadtmarketings erreichen wollen, welche inhaltlichen Schwerpunkte dabei zu setzen sind, welche Zielgruppen verstärkt über

ein erweitertes Marketing angesprochen werden sollen, welche gestalterischen Grundlagen für eine bessere Wahrnehmbarkeit nach außen Anwendung finden müssen, welche organisatorischen Maßnahmen erforderlich sind, um die notwendigen Rahmenbedingungen zu schaffen und schlussendlich welche Ressourcen nötig sind, um die Ziele zu erreichen um den Erwartungshaltungen gerecht zu werden.

Ein neues Stadtmarketing sollte insbesondere folgende Aufgaben erfüllen:

- dient als Standortmarketing und unterstützt bei der Ansiedlung neuer Wirtschaftszweige, Start-Ups und Fachkräfte
- bewirbt den lokalen Einzelhandel
- fördert den Absatz unserer ortsansässigen Winzer zum Erhalt unserer Kulturlandschaft
- propagiert die Vermietung von Leerständen im Wohnraum
- konzipiert und vermittelt der eigenen Bevölkerung ein neues, positives Image der Stadt
- umfasst alle Stadtbezirke Stuttgarts

(gez.)

Michael Warth

Nicole Porsch

Marjoke Breuning

Klaus Wenk

**Anlage/n**

Keine