

<b>Projektname / -thema</b>	
<b>Erstellung eines Stadtmarketingkonzeptes für Rendsburg</b>	
<b>Projektträger</b>	
Stadt Rendsburg	
<b>Projektbeginn</b> .....2011	
<b>Bruttoinvestition</b> ..... 89.607,00	
<b>Förderung:</b> ..... 41.415,00 Aus: Grundbudget	
<b>Handlungsfeld(er)</b>	
<input checked="" type="checkbox"/> Tourismus <input checked="" type="checkbox"/> Lebensqualität / Umweltschutz <input type="checkbox"/> Energie / Klimaschutz <input type="checkbox"/> Wegebau	
<b>Projektbeschreibung</b>	
<p>Im Rahmen einer von einem externen Beratungsbüro durchgeführten Status-quo-Analyse und Bewertung der Organisation des Stadtmarketing in Rendsburg wurden der Stadt Rendsburg gute Potenziale für die Profilierung der Stadt bescheinigt, die jedoch wegen fehlender inhaltlicher und organisatorischer Grundlagen nicht hinreichend genutzt werden. Die erkennbaren Probleme des Stadtmarketings beruhen darauf, dass</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• es keine allgemein geteilte inhaltliche Grundlage gibt, nach der eine explizit gesteuerte oder implizit mitgetragene zielkonforme Aufgabenwahrnehmung möglich wäre,</li> <li>• es an Planungssicherheit in inhaltlicher, struktureller und finanzieller Hinsicht fehlt</li> <li>• die verschiedenen stadtmarketingrelevanten Strukturen und Organisationen nicht miteinander verzahnt und ohne systematische Aufgabenverteilung arbeiten.</li> </ul> <p>Diese Situation führt zur Nichtnutzung von Synergien, zu Reibungsverlusten, zu einer zu geringen Nutzung von vorhandenen Kompetenzen und Potenzialen und zu geringer</p>	
<b>Projektziele</b>	
<p>Ziele des Stadtmarketingprozesses sind die Herausarbeitung eines von einem breiten Konsens getragenen Leitbildes, Stärkung des WIR-Gefühls bei den für das Stadtmarketing relevanten Akteuren, Attraktivitätssteigerung der Stadt durch die gemeinsame Umsetzung in verschiedenen Handlungsfeldern, klarer und einheitlicher Außenauftritt auf Grundlage der angestrebten Positionierung und Profilierung.</p>	
<b>Maßnahmen</b>	
<p>Ziel der Entwicklung eines Stadtmarketingkonzeptes für Rendsburg ist es, folgende Grundlagen für das Stadtmarketing zu erarbeiten:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Analyse der Ausgangssituation: Auf Basis der vorhandenen Untersuchungen und Arbeitsergebnisse sowie sämtlicher verfügbarer sekundärstatistischer Quellen wird eine straffe Analyse der Ausgangssituation der Stadt Rendsburg erstellt. Ziel ist es, die Stärken und Schwächen, Chancen und Risiken übergreifend und sektoral herauszuarbeiten.</li> <li>• Leitbild: Ein Leitbild bringt auf wenigen Seiten kurz gefasst das künftig angestrebte Profil Rendsburgs auf den Punkt. Das Leitbild hat übergreifende Bedeutung und soll als Richtschnur für künftiges Handeln dienen. Es soll für alle Bürgerinnen und Bürger</li> </ul>	



verständlich sein und das Wir-Gefühl Rendsburgs ausdrücken.

- **Strategiepapier:** Ein vom Leitbild abgeleitetes Strategiepapier beschreibt die grundsätzlich erforderlichen sektoralen Ziele und Maßnahmen nebst deren Umsetzung in den konkreten Handlungsfeldern (Politik, Verwaltung, Stadtentwicklung, Citymanagement, Tourismusentwicklung, Standortmarketing, Ansiedlungsentscheidungen usw.). Auch das Strategiepapier soll prägnant gefasst werden und stellt auf Nachvollziehbarkeit und Lesbarkeit ab.
- **Maßnahmen- und Umsetzungsplanung:** Eine Maßnahmen- und Umsetzungsplanung beschreibt max. zehn Leit-/ Schlüsselprojekte. Diese Projekte bilden die Brücke zwischen Strategiepapier und der konkreten Umsetzung. Sie werden mit Zuständigkeiten/Verantwortlichkeiten, Prioritäten sowie einer Kosten- und Finanzierungsplanung unterlegt.
- **Organisationsstrukturen:** Von Leitbild, Strategiepapier sowie Maßnahmen- und Umsetzungsplanung werden die zur Umsetzung aufgabenadaquaten Organisationsstrukturen abgeleitet – ganz nach dem Prinzip „Die Struktur folgt den Aufgaben“. Der Weg zur Umsetzung aufgabenadaquater Organisationsstrukturen wird Schritt für Schritt klar beschrieben. Anhand eines kurz gefassten Businessplans wird die Organisationsstruktur betriebswirtschaftliche beschrieben.

**Projektstatus**

- Idee / Skizze ..... 2010
- Vom LAG Projektbeirat genehmigt ..... 08.06.2011
- Antrag an LLUR gestellt ..... 15.06.2011
- Bewilligungsbescheid von LLUR erhalten .... 10.08.2011
- Projekt in der Umsetzung .....
- Projekt ist abgeschlossen.....

**Folgen und Wirkungen des Projektes**