



AMT:	
Sachgebiet:	Stab
Vorlagen.Nr.:	2018/251
Datum:	09.10.2018

Sitzungsvorlage an den

Stadtrat	16.10.2018	öffentlich	zur Entscheidung
----------	------------	------------	------------------

Kitzingen, 09.10.2018 Amtsleitung	Mitzeichnungen:	Kitzingen, 09.10.2018 Oberbürgermeister
---	-----------------	---

Bearbeiter:	Claudia Biebl	Zimmer: 2.2
E-Mail:	claudia.biebl@stadt-kitzingen.de	Telefon: 09321/20-1050

Markenbildungsprozess; Corporate Design (CD) und Corporate Identity (CI);
hier: Sachstandsinformation und weiteres Vorgehen

Beschlussentwurf:

1. Vom Sachvortrag Nr. 2018/251 wird Kenntnis genommen.
2. Es besteht Einverständnis mit der schrittweisen Überleitung vom bisherigen Logo/CD zum neuen Erscheinungsbild.
3. Es besteht Einverständnis mit der Markenpositionierung „Kitzingen, die bunte, lebenswerte Stadt am Fluss mit grüner Kraft“.
4. Für Maßnahmen zur weiteren Positionierung der Marke KT werden 15.000 Euro/Jahr im Haushalt veranschlagt.
5. Für Maßnahmen der Öffentlichkeitsarbeit und der Wirtschaftsförderung werden 28.500 Euro (ohne Budget für Internet-Relaunch) im Haushalt veranschlagt.
6. Die Verwaltung wird beauftragt, die Vorarbeiten zur Überarbeitung des städtischen Internetauftritts zu erarbeiten und dem Stadtrat zur Entscheidung vorzulegen.

Sachvortrag:

Ausgehend von einem Antrag der SPD-Fraktion hat der SR am 29.11.2012 beschlossen, einen Markenbildungsprozess für die Stadt Kitzingen durchzuführen.

Der Antrag erging – nach erfolgter Ausschreibung – an das Institut für Stadt- und Regionalmanagement (Prof. Dr. Vossen).

Nach einem breit angelegten Prozess unter Beteiligung der BürgerInnen, des Stadtrats und vieler Akteure/Organisationen aus KT wurden dem SR das sog. „Markenmanual“ am 11.12.2014 vorgestellt. Die Positionierungsempfehlung, als Ergebnis des Prozesses, lautete:

- ➔ Die grüne Stadt am Fluss
- ➔ Das gute Leben

Als Resonanz darauf haben sich 3 Marketingagenturen aus Kitzingen mit der Weiterentwicklung beschäftigt und dem Stadtrat am 13.11.2015 ein sog. „Ideen-Handbuch „Treibhaus der Ideen““ präsentiert.

Daraus entwickelte sich eine Vereinbarung mit dem STMV über ein sog. „Brandmanagement“. Mit einem Budget von jährlich 10.000 Euro und einem Honorar für die vom STMV beauftragte „Brandmanagerin“, als Markenbeauftragte konnten etliche der 50 Ideen begonnen und umgesetzt werden.

Diese Vereinbarung wurde aufgrund der Übertragung der Stabsstelle auf Frau Biebl zum 30.06.2018 gekündigt.

Damit ging die Verantwortung für den Markenbildungsprozess innerhalb der Stadtverwaltung ab 01.07.2018 vom Leiter des Hauptamts auf die Stabsstelle über.

Anlagen:

Anlage 1 - Informationen zum Markenbildungsprozess der Stadt Kitzingen inklusive Handlungsfelder zur Stärkung des Profils für Kitzingen

Anlage 2 - Maßnahmen der Stabsstelle zur weiteren Positionierung der Marke Kitzingen, inkl. Budgetplanung

Anlage 3 - Maßnahmen der Stabsstelle Öffentlichkeitsarbeit und Wirtschaftsförderung, inkl. Budgetplanung