S t a d t K i t z i n g e n

AMT:	
Sachgebiet:	Stab
Vorlagen.Nr.:	150/2012
Datum:	21.06.2012

Sitzungsvorlage an den

Finanzausschuss	28.06.2012	öffentlich	zur Vorberatung
Stadtrat	05.07.2012	öffentlich	zur Entscheidung

Kitzingen, 21.06.2012 ..... Amtsleitung	Mitzeichnungen:	Kitzingen, 21.06.2012 ..... Oberbürgermeister

Bearbeiter:	Ralph Hartner	Zimmer:	2.5
E-Mail:	ralph.hartner@stadt-kitzingen.de	Telefon:	09321/20-1001
Maßnahme:	Beginn:	Ende:	

Dachmarke bzw. Profilbildung für Kitzingen

Beschlussentwurf:

1. Die Verwaltung wird beauftragt, mindestens drei Angebote einzuholen und anschließend dem Stadtrat zur Entscheidung vorzulegen.

Sachvortrag:

Städte treten immer mehr in Konkurrenz, z. B. um die Ansiedlung zukunftsorientierter Unternehmen oder die Anziehung qualifizierter Arbeitskräfte und Touristen. Auch Kitzingen befindet sich in direkter Konkurrenz zu seinen Nachbarstädten.
Kitzingen muss seine vorhandenen Potentiale besser nutzen bzw. neue Potentiale entwickeln, um im Wettlauf mitzuhalten und Erfolge zu erreichen. Neben den klassischen harten Standortfaktoren wie Flächen oder Arbeitskräfte spielen weiche Standortfaktoren, allen voran das Image der Stadt, eine immer bedeutendere Rolle.
Dabei besteht die Imagebildung in einem langwierigen Prozess, wodurch ein objektives Gesamtbild der Stadt erzeugt wird. Dieses Gesamtbild kann auch die subjektive Wahrnehmung der Bürger einer Stadt oder auch ihrer Touristen stark beeinflussen.

Was bedeutet Image für Kitzingen?
Im Falle Kitzingens bedeutet dies einerseits eine Identifikation der Kitzinger Bürger mit ihrer Heimatstadt. Der Kitzinger Bürger trägt das positive Bild Kitzingens dadurch auch nach außen. Andererseits bedeutet dies aber auch eine positive Wahrnehmung durch Fremde, die vielleicht erstmals unsere Stadt besuchen. Gerade ein positives Fremdbild Kitzingens würde der Stadt als Standort von Wirtschaft und Tourismus erheblich nützen.

Durch den Abzug der amerikanischen Streitkräfte und nach der erfolgreichen Gartenschau 2011 hat sich das Erscheinungsbild Kitzingens gewandelt. Im Zuge dieser Entwicklung ist die Zeit günstig, um das derzeitige Profil Kitzingens kritisch zu überprüfen und dem heutigen Gegebenheiten anzupassen.

Durch den Profilfindungsprozess werden Maßnahmenvorschläge erarbeitet, die bei einer Umsetzung die Wahrnehmung Kitzingens bei Bürgern und Touristen positiv verändert. Daher ist eine gelungene Profilbildung zur Schaffung eines neuen und nachhaltigen Images für Kitzingen eine wichtige Aufgabe in der nächsten Zeit.

Ein Profilbildungsprozess kostet ca. 50.000 € (Workshops, Bürgerbeteiligung, Umsetzung durch Marketingfirma) und ist grundsätzlich förderfähig (60 % aus Programm „Stadtumbau West“).

Anlagen:

keine