

STADT NORDEN

Sitzungsvorlage

Wahlperiode	Beschluss-Nr:	Status
2016 - 2021	0444/2018/3.2	öffentlich

Tagesordnungspunkt:

Sachstand Stadtmarketingkonzept

Beratungsfolge:

04.04.2018	Tourismus- und Wirtschaftsausschuss	öffentlich
18.04.2018	Verwaltungsausschuss	nicht öffentlich

Sachbearbeitung/Produktverantwortlich:

Krüger, 3.2

Organisationseinheit:

Wirtschaftsförderung und
Stadtmarketing

Beschlussvorschlag:

Der Ausschuss nimmt Kenntnis.

BÜ	StR	FB	RPA	FD	Erarbeitet von:

Finanzen

Finanzielle Auswirkungen	Ja <input type="checkbox"/>	Betrag: _____ €
	Nein <input checked="" type="checkbox"/>	
Hh-Mittel stehen im Haushaltsjahr 201 zur Verfügung	Ja <input type="checkbox"/>	Produkt-Nr.: _____
	Nein <input type="checkbox"/>	(s. ges. Erläuterung in der Sach- und Rechtslage)
Folgejahre	Ja <input type="checkbox"/>	(s. ges. Erläuterung in der Sach- und Rechtslage)
	Nein <input type="checkbox"/>	
Folgekosten einschl. Abschreibungen/Sonderp.	Ja <input type="checkbox"/>	(s. ges. Erläuterung in der Sach- und Rechtslage)
	Nein <input type="checkbox"/>	
Außerordentl. Aufwend./ Erträge (z.B. Verkauf unter/über Restwert)	Ja <input type="checkbox"/>	(s. ges. Erläuterung in der Sach- und Rechtslage)
	Nein <input type="checkbox"/>	
Hat diese Entscheidung konsolidierende Wirkung für den Haushalt?	Ja <input type="checkbox"/>	(welche? s. ges. Erläuterung in der Sach- und Rechtslage)
	Nein <input type="checkbox"/>	

Personal

Personelle Auswirkungen	Ja <input type="checkbox"/>	_____
		(s. ggfls. auch Erläuterungen in der Sach- und Rechtslage)
	Nein <input type="checkbox"/>	

Strategische Ziele

1. Wir positionieren Norden als Wirtschafts- und Tourismusstandort unter Nutzung der vorhandenen Stärken.
2. Wir entwickeln die Stadtverwaltung von einem Dienstleister zu einem Impulsgeber für das Gemeinwesen.
3. Wir fördern bürgerschaftliches Engagement und Eigenverantwortung für die Entwicklung der Stadt.
4. Wir schaffen positive Lebensperspektiven für alle Altersgruppen und sichern die Lebensqualität durch eine gute soziale Infrastruktur und ein bedarfsorientiertes Bildungsangebot für Jung und Alt.
5. Wir bieten und erhalten die Natur- und Kulturlandschaft und sichern diese durch nachhaltige Konzepte.
6. Wir stärken Norden als Mittelzentrum.
7. Unterstützung der Flüchtlingshilfe.

Bitte ankreuzen, welchen Zielen die vorgeschlagene Maßnahme dient; bei Bedarf ggfls. in der Sach- und Rechtslage gesondert erläutern.)

Was wollen wir mit dieser Entscheidung erreichen? (Kurze Beschreibung des Ziels)

Andere Ziele:

Sach- und Rechtslage:

Der Arbeitskreis Stadtmarketingkonzept hat am 07. März getagt. Auf der Tagesordnung stand das Ableiten von Handlungsfeldern für das Stadtmarketingkonzept. Der Fachdienst Wirtschaftsförderung und Stadtmarketing hat basierend auf der SWOT Analyse Handlungsfelder erarbeitet und diese mit der Arbeitsgruppe diskutiert.

Folgende Ergebnisse/Handlungsfelder wurden festgelegt:

Standortmarketing:

- **Fachkräfte**
 - Überproportionaler Verlust in den jungen Altersgruppen (Schwäche)
 - Bewusstsein der Unternehmen für den Demographischen Wandel in Unternehmen zu gering (Schwäche)
 - Initiative zur Anwerbung von Fachkräften (Chance)
 - Fachkräftegewinnung aus Gästepool (Chance)
 - Abwerbung von qualifizierten Arbeitskräften (Risiko)
- **Unternehmen**
 - Kommunikation zwischen Wirtschaft, Verwaltung und Politik ist verbesserungswürdig (Gefühlte Dissens) (Schwäche)
 - Entwicklungspotential im Handel (Chance)
 - Imagewerbung für die Wirtschaftsregion (Chance)
 - Gesundheitswirtschaft als Wachstumsmotor (Chance)
 - UnternehmensService (regelmäßiger Kontakt mit den 50 Schlüsselkunden Unternehmen der Stadt Norden) (Chance)
 - Eingeschränkte Verfügbarkeit von qualifizierten Arbeitskräften (Risiko)
- **Lebensraum**
 - Angebot und Nachfrage beim Wohnraum für Dauerwohnen stimmen nicht überein (Schwäche)
 - Neue Wirtschaftsdynamik/Jobmotor kann durch Fachkräftemangel gebremst werden (Risiko)
 - Veränderung der Siedlungsstruktur durch Ferienwohnungen (Risiko)
 - Deutliche Positionierung für Norden finden (Einkaufsstadt am Meer, Attraktiver Wohnstandort am Meer, Attraktiver Unternehmensstandort am Meer) (Chance)
 - Abwanderung der jüngeren Altersgruppen (Risiko)

Citymarketing:

- **Veranstaltungen**
 - Wiederkehrende Veranstaltungen der Gewerbetreibenden (Stärke)
 - Verkaufsoffene Sonntag werden mit befriedigend bewertet: es gibt noch Spielraum nach oben (Chance)

- **Leerstand**
 - Vitalisierung Südlicher Neuer Weg (Chance)
 - Leerstandsmanagement (Chance)
 - Dynamische Entwicklung des Online Handels (Risiko)

- **Einkaufsstadt**
 - Einzelhandel trägt zu Attraktivität des Standortes bei (Stärke)
 - Uneinheitliche Ladenöffnungszeiten sorgen für Verwirrung/Fernbleiben (Schwäche)
 - Unzureichende qualitative Beschilderung (Schwäche)
 - Urlauber sind meist Mobil (Einkaufsstadt für das Umland) (Chance)
 - Kundenorientierte Positionierung (Imagebildung) (Chance)
 - Konkurrenz der Einzelhandelsstandorte Innenstadt und Norddeich (Chance)
 - Norder Innenstadt auszeichnen lassen als Erholungsort (Kernstadt)
 - Hochwertiges Einzelhandelsangebot entwickeln (Chance)

Der nächste Schritt des Arbeitskreises wird sein, dass auf Basis der Handlungsfelder gearbeitet wird um dadurch Handlungsempfehlungen und Projekte zur (Weiter-)Entwicklung zu finden.