

Stadtmarketingkonzept Rendsburg:



Leitbild & Strategiepapier

- Arbeitsergebnis der Arbeitsgruppe & des Projektbeirates Stadtmarketing –

Stand Oktober 2012



ZUKUNFTSprogramm
Ländlicher Raum
Investition in Ihre Zukunft



AktivRegion
Eider- und Kanal-Region Rendsburg

Leitbild

1

Selbstverständnis & Leitziele

Strategie

2

Handlungsfelder

Umsetzung

3

Maßnahmen



Schlüsselprojekte

1

Das **Selbstverständnis** macht deutlich, was Rendsburg ausmacht, was uns wichtig ist und wie wir von innen und außen wahrgenommen werden.

Die definierten **Leitziele** stehen als normatives Dach über den Handlungsfeldern und bilden die Richtschnur für das künftige Handeln.

2

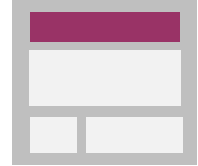
Die definierten **Handlungsfelder** ergeben sich aus den Analyseergebnissen. Durch die Ableitung von Zielen je Handlungsfeld, entsteht die Stadtmarketingstrategie & Maßnahmenplanung.

3

Die **Schlüsselprojekte** sind unmittelbar umsetzbar & setzen spürbare Impulse. Sie stützen die Zielsetzung der einzelnen Handlungsfelder.

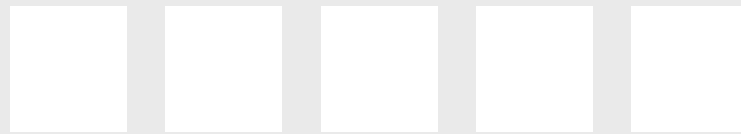
Leitbild

Selbstverständnis & Leitziele



Strategie

Handlungsfelder



Umsetzung

Maßnahmen

Schlüsselprojekte





Selbstverständnis: Was Rendsburg ausmacht, was uns wichtig ist und wie wir von innen und außen wahrgenommen werden.

Wenn wir bestimmen wollen, wo wir hin wollen, müssen wir uns zunächst auf unsere **Wurzeln** besinnen: Was macht uns gestern, heute und morgen stark? Wofür stehen wir? Rendsburg ist eine von reizvollen Gegensätzen geprägte Stadt: liebenswerte Heimat, **überschaubare und familiäre Kleinstadt** auf der einen Seite.



Auf der anderen Seite eine **Stadt mit Offenheit** zur, und Anbindung an die „große weite Welt“, geprägt von der Lage an bedeutenden Verkehrsachsen, insbesondere durch den Nord-Ostsee-Kanal.

Reizvoll ist auch das wunderschöne **natürlich-ländliche** Umfeld, gleichzeitig auch **Historie** und **kulturelle Vielfalt** mit einzigartiger **Industriekultur**.

Das doppelte Profil als familiäre Kleinstadt und dynamisches, weltoffenes, Zentrum der Region eröffnet uns große Chancen, die wir selbstbewusst und optimistisch wahrnehmen können.

Leitziele Stadtmarketing Rendsburg

Was über allem steht - was wir erreichen wollen.



- 1 Lebens- und erlebenswerte Stadt
- 2 Attraktives Zentrum in einer lebendigen Region
- 3 Dynamischer Wirtschaftsraum
- 4 Engagierte Kultur der Zusammenarbeit
- 5 Rendsburg meine Stadt – positives Bild nach innen und außen

„Nur wer sein Ziel kennt, findet den Weg.“ Dieser Weisheit folgend, bestimmt Rendsburg mit dem vorliegenden Leitbild seinen **Kurs in die Zukunft**. Die im Folgenden dargestellten fünf Leitziele bilden die Grundlage dafür, die richtigen Handlungsfelder, Projekte und Maßnahmen anzugehen und umzusetzen:

Leitziele Stadtmarketing Rendsburg

① Lebens- und erlebenswerte Stadt

Eine hohe Lebensqualität unserer Stadt für die Bürgerinnen und Bürger bildet die übergeordnete Zielsetzung für das gesamte Handeln aller städtischen und privaten Organisationen und Akteure. Eine hohe Lebensqualität ist nicht nur für die Bürgerinnen und Bürger wichtig: Neben touristischen Attraktionen und Angeboten stellt eine lebenswerte Stadt auch eine unverzichtbare Grundlage für einen tages- oder übernachtungstouristischen Städtebesuch dar. Wir wollen die Lebensqualität daher generationen- und bevölkerungsgruppenübergreifend gestalten, den Zusammenhalt in unserer Stadt fördern und die Stadt attraktiv für Bürgerinnen und Bürger sowie für Besucher machen.

② Attraktives Zentrum in einer lebendigen Region

Auf Grundlage seiner Stärken positioniert sich unsere Stadt selbstbewusst als Teil einer lebendigen Region. Rendsburg bringt sich entsprechend der jeweiligen thematischen Verbindungen in das regionale Umfeld ein: in die Gebietsentwicklung für den Lebens- & Wirtschaftsraum, mit touristischer Perspektive in die NOK-Region sowie die Eider- & Kanal-Region (=AktivRegion) und den Mitgliedergebiet der LTO Mittelholstein, sowie in übergeordneten Zusammenhängen in die KIEL-Region und die Metropolregion Hamburg. Das Bewusstsein für und die gezielte Entwicklung der eigenen Stärken ist die Grundlage dafür, im regionalen Umfeld in angemessener Weise Verantwortung für sich selbst und die jeweiligen Regionen zu übernehmen.



Leitziele Stadtmarketing Rendsburg



3 Dynamischer Wirtschaftsraum

Als starker Wirtschaftsstandort in einem prosperierenden, dynamischen Wirtschaftsraum präsentiert sich Rendsburg, begünstigt von der Lage inmitten Schleswig-Holsteins, gelegen an wichtigen Verkehrsachsen und am Nord-Ostsee-Kanal. Diese herausragenden Stärken wollen wir erhalten und zum Wohle der Bürgerinnen und Bürger ausbauen: durch eine gezielt auf Schlüsselbranchen und Kernkompetenzen ausgerichtete Wirtschaftsförderung, Kooperationen im regionalen Umfeld und den Auf- und Ausbau eines positiven Standortimages als Lebens-, Wohn- und Wirtschaftsstandort.

4 Engagierte Kultur der Zusammenarbeit

Grundlage für eine positive Lebensqualität sind: Engagement, Zusammenhalt und Wir-Gefühl der Bürgerinnen und Bürger sowie eine von gemeinsamen Zielen, klar zugewiesenen und verantwortungsvoll wahrgenommenen Aufgaben und einem wohlwollenden und motivierenden Klima getragene Zusammenarbeit. Diese Kultur der Zusammenarbeit wollen wir mit großem Engagement pflegen. Diese Zusammenarbeit soll von Offenheit, einer zukunftsgerichteten Perspektive und gegenseitiger Wertschätzung für einander getragen sein.

5 Rendsburg meine Stadt – positives Bild nach innen und außen

Unsere Stadt hat viele Stärken und Potenziale, die wir künftig uns und anderen immer wieder bewusst machen und gezielt weiter ausbauen wollen. Auf Basis dieses „Selbst“-Bewusstseins werden wir alle gemeinsam die Stärken und die Attraktivität Rendsburgs immer wieder positiv kommunizieren. Wir selbst werden in dieser Weise zu den besten Botschaftern für unsere Stadt. Nach außen vermitteln wir gemeinsam und miteinander abgestimmt ein positives Bild Rendsburgs.



Handlungsfelder

1 Stadtimage & Marktauftritt

2 Positive Grundhaltung / Selbstbewusstsein / Bewusstseinswandel

3 Strukturen, Organisation & Prozesse

4

Wasser-
lagen

5

Innen-
stadt

6

Tourismus-
standort

7

Wirtschafts-
standort

8

Lebens-
qualität

Handlungsfeld 1: Stadtimage & Marktauftritt

Herleitung & Beschreibung



+ Wo Rendsburg Chancen hat: (Analyseergebnis)

- Rendsburg besitzt ausreichend imageprägendes Potenzial (Lage am NOK, Hochbrücke mit Schwebefähre, Stadthistorie, dynamische Wirtschaft, zentrale Lage in Schleswig-Holstein, gute verkehrliche Anbindung, etc.)
- Imagegewinn kann durch stärkere Stadtprofilierung erzeugt werden – alle Akteure und Organisationen tragen das Image gemeinsam nach außen
- hierdurch gezieltes Marketing mit den Rendsburger Standortqualitäten : für die Ansiedlung qualifizierter Arbeitskräfte und Unternehmen, für die Gewinnung von Tages- und Übernachtungsbesuchern ...

- Wo Rendsburg noch aufholen muss: (Analyseergebnis)

- Profil Rendsburgs nicht deutlich erkennbar → inhaltlich diffuses Bild der „Marke Rendsburg“
- keine klare und im Konsens verabschiedete Marketingstrategie vorhanden: keine eindeutigen Themenschwerpunkte und keine klare Zielgruppenansprache
- wenig Abstimmung der Marketingaktivitäten zwischen den marketingrelevanten Organisationen und Akteuren
- kein einheitlicher Außenauftritt, kein gemeinsames Corporate Design

Beschreibung

Unsere Stadt hat viele imageprägende Potenziale und zahlreiche Stärken. Dies wollen wir künftig konsequent nutzen!

Wir wollen gemeinsam die Grundlagen für einen einheitlichen und attraktiven Auftritt unserer Stadt nach Innen und Außen entwickeln.

Wir wollen, auf Grundlage klarer Strukturen und Prozesse, unsere Stärken und Standortqualitäten klar und einheitlich in allen Bereichen des Stadtmarketings kommunizieren und somit gemeinsam langfristig Profil und Image aufbauen.

Handlungsfeld 1: Stadtimage & Marktauftritt

Ziele & Maßnahmen



Wir setzen uns als Ziele...

- unsere Potenziale zu erkennen, nachhaltig weiter zu entwickeln und systematisch zu kommunizieren, um die Wahrnehmbarkeit und das Image der Stadt Rendsburg zu verbessern
- Rendsburg auf Grundlage eines klaren „Markenprofils“ aktiv in verschiedenen Bereichen und für verschiedene Zielgruppen zu positionieren
- einen einheitlichen Auftritt für alle Bereiche des Stadtmarketings zu schaffen
- Schlagkraft und Durchdringung unseres Marktauftritts durch gemeinsame Strategien und Maßnahmen zu erhöhen

Und das wollen wir dafür tun... (Maßnahmen)

| | |
|--------------------------------------|--|
| Marktstrategie & Profil | Entwicklung und Profilierung der „Marke Rendsburg“ durch eine Positionierungs- & Zielgruppenstrategie für Wirtschaftsförderung, Ansiedlungsmanagement und Tourismus. |
| Einheitlicher Marktauftritt | Gemeinsames Corporate Design, einheitlich und verbindlich über alle Bereiche des Stadtmarketings; Umsetzung eines gemeinsamen Kommunikationskonzeptes (gemeinsamer Internetauftritt, Print, etc.). |
| Außengerichtete Imagekampagne | Entwicklung und Umsetzung einer langfristig außengerichteten, gemeinsam finanzierten und betriebenen Imagekampagne, die die Stärken Rendsburgs betont. |
| Imagebildende Veranstaltungen | mind. drei öffentlichkeitswirksame und imagebildende Veranstaltungen – entweder durch Ausbau bestehender oder Entwicklung neuer Veranstaltungen, Umsetzung durch alle Akteure des Stadtmarketings gemeinsam. |
| Monitoring | systematische Erfassung des Binnen- und Außenimages der Stadt alle fünf Jahre, ausgehend von einer Null-Messung (in 2013). |

Handlungsfeld 2: Positive Grundhaltung / Selbstbewusstsein/ Bewusstseinswandel - Herleitung & Beschreibung



+ Wo Rendsburg Chancen hat: (Analyseergebnis)

- Das Fremdimage Rendsburgs ist positiv – die Stadt wird deutlich positiver wahrgenommen, als sie von Entscheidern sowie den Bürgerinnen und Bürgern der Stadt mitunter gesehen wird.
- Auch die Fakten sprechen eine deutliche Sprache: Bei allen Herausforderungen, denen sich viele Städte gegenüber sehen, verfügt Rendsburg über viele Voraussetzungen und Potenziale für eine erfolgreiche Zukunft.

- Wo Rendsburg noch aufholen muss: (Analyseergebnis)

- Bürgerinnen und Bürger sowie Entscheider sehen die Stadt schlechter, als die Wahrnehmung von außen und die objektiven Fakten sind.
- Identifikation mit der Stadt und Wir-Gefühl der Bürgerinnen und Bürger sowie der Entscheider sind verbesserungswürdig.
- Auch das Außenimage wird von innen heraus geprägt: die teilweise vorhandene „Kultur des Schlechtedens“ beeinträchtigt das positive Außenimage.

Beschreibung

Wir wollen die Identifikation und das Wir-Gefühl der Bürgerinnen und Bürger mit unserer Stadt verbessern. Eine neue Kultur des „Gut Redens“ hält Einzug. Wir alle haben es in der Hand, einen Bewusstseinswandel zu vollziehen.

Wir werden uns gemeinsam Stärken und Schönheiten unserer Stadt bewusst machen. So kommen wir zu einem nachhaltigen Bewusstseinswandel und einer echten Identifikation mit unserer Stadt Rendsburg.

Mit unseren BürgerInnen als begeisterte Rendsburg-Botschafter wird auch das Außenimage der Stadt positiv beeinflusst.

Handlungsfeld 2: Positive Grundhaltung / Selbstbewusstsein/ Bewusstseinswandel – Ziele & Maßnahmen



Wir setzen uns als Ziele...

- das Wir-Gefühl, Stolz, Selbstbewusstsein für Stärken und Schönheit der Stadt zu stärken
- einen Klimawechsel zu einer positive Grundhaltung und Offenheit für Neues zu fördern
→ neue Kultur des „Gut Redens“
- die Kultur der Zusammenarbeit zu verbessern: Wir ziehen alle an einem Strang!
- gemeinsam und langfristig an einer Änderung des Binnenimages zu arbeiten
- die Kommunikation unserer Stärken & Qualitäten in der Öffentlichkeit nachhaltig zu verbessern

Und das wollen wir dafür tun... (Maßnahmen)

| | |
|--|--|
| Binnenmarketing- strategie | gemeinsames Konzept aller Stadtmarketing-relevanten Akteure und Organisationen für das Marketing und die Vermittlung nach Innen (was haben wir, was können wir, was wollen wir, was machen wir). |
| Binnenmarketing- Kampagne | Binnenmarketingkampagne entwickeln; Multiplikatoren als Botschafter für die Stadt gewinnen: "Ich lebe gern in Rendsburg, weil...", "Ich bin gern Unternehmer in Rendsburg, weil..." |
| Integration von Binnen- veranstaltungen | Straßenfeste/Stadtteilfeste, Bürgeraktionen initiieren, in einen gemeinsamen Zusammenhang stellen: gemeinsames Motto, Einbindung in die Binnenmarketing-Strategie |

Handlungsfeld 3: Strukturen, Organisation & Prozesse

Herleitung & Beschreibung



+ Wo Rendsburg Chancen hat: (Analyseergebnis)

- Verschiedene Organisationen und Akteure sind bereits heute mit stadtmarketingrelevanten Bereichen und Aufgaben befasst.
- Durch den im Herbst 2011 gestarteten Stadtmarketingprozess stehen die beteiligten Stadtmarketingakteure in einem dauerhaften Dialog.
- Das gemeinsam erarbeitete Stadtmarketing-Konzept bietet den Akteuren eine klare Richtschnur für ihr zukünftiges Handeln.
- Stadtmarketing-Strukturen unter Einbindung von Citymanagement und -marketing, Wirtschaftsförderung, Veranstaltungen, Tourismus und Verwaltung können geschaffen werden.

- Wo Rendsburg noch aufholen muss: (Analyseergebnis)

- Gegenwärtig keine aufgabenadäquaten leistungsfähigen Stadtmarketingstrukturen als Grundlage für die Umsetzung eines wirkungsvollen Stadtmarketings.
- Keine klaren Aufgabendefinitionen und -abgrenzungen bei den beteiligten Akteuren.
- Keine systematische Einbindung des Stadtmarketings in kommunale Entscheidungsprozesse, effektivere Vernetzung mit Verwaltung & Politik.

Beschreibung

Gemeinsam wollen wir Stadtmarketing professionalisieren und stärken. Damit uns das gelingt, sind die gegenwärtigen Strukturen und Prozesse der Zusammenarbeit weiter zu entwickeln. Ziel ist eine gemeinsame Aufbau- und Ablauforganisation für das Stadtmarketing in Rendsburg, in die die gegenwärtigen Organisationen und Akteure in geeigneter Weise eingebunden sind.

Dadurch soll das vernetzte Denken und Agieren sowie die Kommunikation zwischen den Beteiligten erreicht werden. So kann eine schlagkräftige Umsetzung gelingen, Synergien genutzt und Doppelarbeiten vermieden werden. Für die erfolgreiche operative Umsetzung des Stadtmarketingkonzeptes werden klare Organisationsstrukturen und Verantwortlichkeiten geschaffen.

Handlungsfeld 3: Strukturen, Organisation & Prozesse

Ziele & Maßnahmen



Wir setzen uns als Ziele...

- die Organisation, Finanzierung und Aufgabenverteilung für Stadtmarketing zu optimieren
- Vernetzung und Organisationsstrukturen im Stadtmarketing zu verbessern
- eine effiziente Rollenverteilung mit klaren Aufgabengebieten zu schaffen
- unseren Bürgern & Unternehmen eine bürgernahe und entscheidungsfreudige Stadtverwaltung zu bieten

Und das wollen wir dafür tun... (Maßnahmen)

| | |
|--|---|
| Organisationskonzept | Zusammenführung der Organisationen und Akteure, verbindliche Festschreibung von Aufgaben, Sicherstellung einer mittel- & langfristig adäquaten Mittelausstattung und Finanzierung, Organigramm, Organe, Gremienstrukturen |
| Verwaltungsmarketing | Konzept zur Initiierung des Prozesses zur Markt- & Kundenorientierung, Verbesserung der Kommunikation zwischen Stadtverwaltung & ihren Zielgruppen |
| Beteiligungs- und Mitwirkungsstrukturen | systematische Beteiligungsstrukturen schaffen, Eigeninitiativen optimieren und fördern; Kritiker einbinden (psychologische Komponente des Schlechtredens aufbrechen) |
| Regionale Kooperationen | weiterer Ausbau interkommunaler Kooperationen. Vorrangiger Fokus: GEP, AktivRegion, Kreis Rendsburg-Eckernförde, Wirtschaftsförderungsgesellschaft des Kreises Rendsburg-Eckernförde, LTO Mittelholstein. Nachrangiger Fokus: KIEL-Region, Metropolregion Hamburg, usw. |

Handlungsfeld 4: Wasserlagen

Herleitung & Beschreibung



+ Wo Rendsburg Chancen hat: (Analyseergebnis)

- Unsere Stadt hat eine interessante und attraktive städtebauliche Historie, die entscheidend durch das Wasser geformt wurde. Zunächst war die Insellage in der Eider, Schleswig-Holsteins längstem Fluss, sehr bedeutend für unsere Stadtentwicklung.
- Heute ist Rendsburg durch den Nord-Ostsee-Kanal geprägt, der auf knapp 100 Kilometer Länge unsere Stadt mit der Region und den Meeren verbindet. Für wirtschaftliche und touristische Anziehungskraft sorgen große Frachter, Container- und Kreuzfahrtschiffe, Segler, Yachten und Ruderboote.
- Untrennbar verbunden mit dem Bild unserer Stadt ist die 100-jährige Hochbrücke mit Schwebefähre über der Wasserstraße.

- Wo Rendsburg noch aufholen muss: (Analyseergebnis)

- Mit dem Wachsen der Stadt sind der räumliche Bezug zum Wasser und das bewusste Nutzen der Schönheiten der Wasserlagen in den Hintergrund geraten.

Beschreibung

Das Wasser gehört zur hohen Lebensqualität der Stadt. Dessen sind wir uns bewusst. Wir wollen diese Qualität deutlich kommunizieren und die Wasserlagen zu Erlebnisräumen entwickeln.

Handlungsfeld 4: Wasserlagen

Ziele & Maßnahmen



Wir setzen uns als Ziel,...

- das Wasser im Stadtraum wieder erkennbar und erlebbar zu machen. Dazu zählen die Ufer von Eider und Kanal, die Kanten kleiner innerstädtischer Gewässer, sowie neue infrastrukturelle, touristische und wirtschaftliche Projekte mit Ausrichtung zum Thema Wasser.

Und das wollen wir dafür tun... (Maßnahmen)

| | |
|--------------------------------|---|
| <p>Nord-Ostsee-Kanal</p> | <p>Anstreben des Titels „Unesco-Weltkulturerbe“ für die Schwebefähre (mit Hochbrücke), Inszenierung von NOK und Brücke für „Sehleute“ (Licht, Info-Zentrum, Schiffsbegrüßungsanlage, attraktive Aufenthaltsbereiche), Ausweisung von Wohnbauflächen am NOK (z.B. von Schwebefähre bis Werft Saatsee), Aufwertung Radweg /Fußweg (Wegeföhrung /NOK-Route zur Innenstadt, Beschilderung), Ausbau von Veranstaltungen/Events mit Bezug zum NOK (z.B. E.ON Hanse Cup, NOK-Romantika), Entwicklung von Schiff-Fahrrad-Angeboten (inkl. Eider), Nutzung der Wasseroberfläche (z.B. Anschluss an das Kanuprojekt der ETS-Region)</p> |
| <p>Erlebnisraum Obereider</p> | <p>Entwicklung von (temporären) Nutzungsalternativen für Obereidergelände (Park, Gastronomie, Strand etc.), Bespielung/Nutzung der Wasserfläche (z.B. Marina/Sportboothafen, Wasserbühne, Wassersport, Wassertaxi mit Verbindung zum NOK und/oder nach Kiel), Ausbau Spazier- und Fahrradweg, Etablierung Bootsmesse (Verkauf, Ausstellung, Erlebnis etc.)</p> |
| <p>Erlebnisraum Untereider</p> | <p>historischen Eiderkanal sichtbar/erlebbar machen (Zugänglichkeit/Öffentlichkeit, Schleuse, Packhaus etc.), Ausbau Spazier- und Fahrradweg, Bespielung/Nutzung der Wasserfläche (z.B. Wassersport), Aufwertung/Bespielung innenstadtnaher Wasserflächen (Jungfernstieg, Stadtsee)</p> |

Handlungsfeld 5: Innenstadt

Herleitung & Beschreibung



+ Wo Rendsburg Chancen hat: (Analyseergebnis)

- Unsere Innenstadt ist etwas Besonderes. Sie ist der Kern der Region.
- Nicht nur wir schätzen sie für ihren liebenswürdigen Charme mit dem umfangreichen Bestand an historischer Bausubstanz. Vor dem Hintergrund aus über 800 Jahren Stadtgeschichte werden wir in ihren Straßen und auf ihren Plätzen zu Konsum, Lebensfreude und Kommunikation verführt.
- Unsere Innenstadt ist somit Symbol für Vitalität und sie prägt mit ihren Besonderheiten und Eigenheiten das Image der gesamten Region.

- Wo Rendsburg noch aufholen muss: (Analyseergebnis)

- Die Innenstadt muss als Marktplatz begriffen werden, der die Erlebnisstadt Rendsburg repräsentiert, der den Ansprüchen der Bewohner und der Besucher gleichermaßen gerecht wird und der unterhält.
- Um die Eigenheiten nicht zu verlieren sollen alle Akteure mit Schwung gemeinsam an den Funktionsschwächen der Innenstadt arbeiten.

Beschreibung

Unsere Innenstadt muss vielen Ansprüchen gerecht werden. Sie möchte gleichermaßen attraktiv sein als Ort des Handels, der Dienstleistung und der Arbeit, des Wohnens, der Lebensfreude, der Kultur und der Kreativität, der Integration und der Mobilität. Sie unterscheidet sich damit von Orten, deren Charakter allein der Handel bestimmt.

Handlungsfeld 5: Innenstadt

Ziele & Maßnahmen



Wir setzen uns als Ziele,...

- die Aufenthaltsqualität zu erhöhen
- Erlebnisse zu initiieren
- die Vielfalt und die Qualität der Handelslandschaft zu verbessern
- die Immobilien an die Bedürfnisse von Kunden und Nutzern anzupassen

Und das wollen wir dafür tun... (Maßnahmen)

- Bauleitplanung für einen innerstädtischen Magneten am Ex-Hertie Standort prüfen und ggf. schaffen
- Entwicklung eines tragfähigen Folgenutzungskonzeptes für die Ex-Hertie Immobilie
- Vorbereitende Untersuchungen für die Ausweisung eines Sanierungsgebietes Altstadt weiter vorantreiben
- Einrichtung eines City- bzw. Quartiers- und/oder Leerstandsmanagements
- Ausbau und Förderung moderner Wohnformen, inkl. Infrastruktur (z.B. Kombination von Wohn- und Arbeitsraum/Umwidmung)
- städtebauliche Maßnahmen (z. B. Stadtmöblierung / Bepflanzung) zur Unterstützung der kommunikativen Aufgaben
- Stärkung der räumlichen Verbindung zwischen Altstadt und Neuwerk
- zielorientierte innerstädtische Wirtschaftsförderung (z.B. Förderung und Unterstützung von innovativen Geschäftsidee in der Innenstadt, Lotsendienste [der Verwaltung] für die Innenstadt; Förderung von Kreativwirtschaft und Handwerk in Neuwerk; Förderung privater Aktivitäten und Engagements)
- gemeinschaftliches Marketingkonzept Innenstadt („Werbung“)
- Förderung von Außengastronomie
- Konzept „Servicequalität“ im Handel
- Ausbau Lebensmitteleinzelhandel (u.a. Wochenmärkte)

Handlungsfeld 6: Tourismusstandort

Herleitung & Beschreibung



+ Wo Rendsburg Chancen hat: (Analyseergebnis)

- Aufbereitung, Inszenierung, Vernetzung und Marketing für einen auf Rendsburg bezogenen Städtetourismus (Tages- und Übernachtungstourismus)
- Entwicklung eines städtetouristischen Alleinstellungsmerkmals auf Basis der maritimen Technik/Industriekultur (NOK, Hochbrücke mit Schwebefähre usw.) verbunden mit dem Flair einer historischen Altstadt
- Kombination des Städtetourismus Rendsburg mit aktivtouristischen Angeboten im Umfeld, besonders mit fahrradtouristischen Angeboten

- Wo Rendsburg noch aufholen muss: (Analyseergebnis)

- Städtetourismus (Tages- und Übernachtungstourismus) nicht konsequent entwickelt und vermarktet – geringe Gästeansprache über Angebote und Produkte mit Rendsburgbezug
- gegenwärtiges touristische Stadterlebnis, Informationsqualität und Besucherlenkung nicht attraktiv aufbereitet
- Austauschbarkeit und geringe Tourismusorientierung der Angebote bei Gastronomie und Hotellerie
- kein städtetouristischer Marktauftritt, Marktauftritt der Stadt Rendsburg im regionalen Marktauftritt ist ausbaufähig
- regionale Aktivthemen laufen gegenwärtig an Rendsburg vorbei

Beschreibung

Wir besitzen in Rendsburg viele touristische Potenziale, die wir konsequent ausbauen und vermarkten können. Hierzu bedarf es einer verstärkten Ausrichtung auf den Städtetourismus, mit einer klaren Definition von Schwerpunktthemen und Zielgruppen – parallel zum regionalen Tourismus, auf den das Tourismusmarketing bislang ausgerichtet ist.

Gleichzeitig gilt es, unter Einbindung des Gastgewerbes ein attraktives Stadterlebnis zu schaffen und Rendsburgs Potenziale und Alleinstellungsmerkmale erlebbar zu machen. Durch die Verbesserung des touristischen Erlebniswertes der Stadt steigern wir auch die Lebensqualität für die Bürgerinnen und Bürger insgesamt.

Handlungsfeld 6: Tourismusstandort Ziele & Maßnahmen



Wir setzen uns als Ziel...

- den Tourismusstandort Rendsburg als städtetouristisches Besuchs- und Reiseziel für den Tages- und Übernachtungstourismus zu entwickeln und zu stärken
- unsere vorhandenen städtischen touristischen Potenziale und Alleinstellungsmerkmale konsequent zu entwickeln
- den MICE-Sektor (Meetings, Incentives, Conventions, Events) in Rendsburg zu stärken
- die Angebote für das Segment Bus- und Gruppenreisen zu stärken und auszubauen
- ein schlagkräftiges städtetouristisches Marketing – eingebunden in das regionale Marketing – aufzubauen

Und das wollen wir dafür tun... (Maßnahmen)

| | |
|---|--|
| städtetouristisches Tourismuskonzept | Profilierungs-, Zielgruppen- und Themendefinition, Marketing- und Mediaplanung, Angebots- und Produktentwicklung für Tages- und Übernachtungstourismus |
| touristische Innenstadtentwicklung | Ausbau, Abstimmung und Entwicklung der touristischen Infrastruktur für Zielgruppen, innerstädtische Beschilderung (u.a. IT-basierte Informationssysteme) und Wegweisung, Überprüfung von Lage und Ausstattung der TI, Ankerattraktion und Vernetzung in der Innenstadt |
| Inszenierung maritimer Technikattraktionen | Vernetzung und Inszenierung der Sehenswürdigkeiten (z.B. Historie, Kanal); touristische Erschließung des Geländes rund um die Schwebefähre |
| verbesserte Anbindung NOK - Innenstadt | Wassertaxi, Aufwertung der Wegeführung, Leit- und Informationssystem |
| Vernetzung der touristischen Anbieter | Verbesserung der Vernetzung der touristischen Anbieter, engere Kooperation der Leistungsanbieter, zentrale Koordinationsstelle, optimale Betreuung von Anbietern |



Handlungsfeld 7: Wirtschaftsstandort Herleitung & Beschreibung

+ Wo Rendsburg Chancen hat: (Analyseergebnis)

- Die prägenden Elemente unseres Wirtschaftsstandortes sind die Lage in der Mitte des Landes und am Nord-Ostsee-Kanal sowie die sehr gute Verkehrsanbindung.
- Als wichtiger Bildungsstandort, Mittelpunkt des Agrarlandes und Verwaltungsstandort ist Rendsburg Teil eines prosperierenden Wirtschaftsraumes.
- Um diesen Wirtschaftsstandort zu entwickeln, haben wir Kooperationen mit unseren Nachbarn geschlossen, die wir selbstbewusst pflegen und intensivieren wollen. Die dynamische Entwicklung Rendsburgs wird somit abgesichert.

- Wo Rendsburg noch aufholen muss: (Analyseergebnis)

- Industriesektor
- Antwort auf Verlagerung wirtschaftlicher Schwerpunkte in Richtung A 1/ Fehmarnbelt-Querung
- Antwort auf zunehmende Sogwirkung der Metropolregion Hamburg

Beschreibung

Wir wollen mit Hilfe eines gezielten Standortmarketings die Wirtschaft stärken, das Geschäfts- und Investitionsklima verbessern und die Beschäftigung auszubauen.

Handlungsfeld 7: Wirtschaftsstandort Ziele & Maßnahmen



Wir setzen uns als Ziel,...

- das Standortimage zu identifizieren und aufzubauen
- unserem Wirtschaftsstandort durch systematische Förderung und Investition in zukunftsorientierte Wirtschaftszweige ein Profil zu geben
- den Messestandort Rendsburg zu stärken und auszubauen.

Und das wollen wir dafür tun... (Maßnahmen)

- Definition des Standortimage und Erstellung eines Marktprofils für die Stadt Rendsburg (z.B. Energie)
- gezieltes Ansiedlungs- und Gewerbeflächenmanagement, auch in größeren Verbänden wie z.B. KIEL-Region, NORDGATE
- Förderung innovativer Geschäftsideen
- Kommunikation der starken Gesundheitsbranche
- Neubürgermarketing für potentielle Fach-/Führungskräfte (Wohnraum, Kitas, Schulen, Anmeldungen, Kultur, Historie, Sport etc.)
- Forcierung der Kooperationen (GEP, KIEL-Region, NORDGATE, Metropolregion Hamburg)
- Verwaltungsmarketing im Bereich Wirtschaftsförderung

Handlungsfeld 8: Lebensqualität

Herleitung & Beschreibung



+ Wo Rendsburg Chancen hat: (Analyseergebnis)

- Profilierung im Bereich städtisches Wohnen sowie durch neue Wohnraumentwicklungsgebiete (Eider-Kaserne) für ältere Menschen und Familien mit Kindern
- gute Ausstattung mit weichen Standortfaktoren: breites kulturelles Angebot (Einrichtungen & Veranstaltungen), gutes Bildungsangebot, umfassende Gesundheitsversorgung, familiäre, überschaubare Innenstadt
- attraktives Angebot an Arbeitsplätzen in der Stadt und im regionalen Umfeld

- Wo Rendsburg noch aufholen muss: (Analyseergebnis)

- Wohnumfeldqualität, vor allem in der Innenstadt, und struktureller Leerstand im Wohnungsmarkt
- Defizite in der Lebensmittel-/Nahversorgung in der Innenstadt
- Eine gezielte Vermarktung Rendsburgs als attraktiver Wohn- und Lebensstandort mit hoher Lebensqualität finden momentan nicht statt.

Beschreibung

Lebensqualität berührt verschiedene Zielgruppen (Bürger, Unternehmen & Gäste), zahlreiche Bereiche & Branchen (Wohnen, Kultur, Wirtschaft) und auch die weiteren Handlungsfelder profitieren von einem Engagement in diesem Bereich. Wir wollen daher die Lebensqualität Rendsburgs gezielt verbessern.

Rendsburg bietet seinen Bürgerinnen und Bürgern eine hohe Lebensqualität mit einem breiten kulturellen Angebot, guter Ausstattung im Bereich Bildung und einer umfassenden Gesundheitsversorgung.

Wir wollen diese Potenziale gezielter kommuniziert, damit sie stärker wahrgenommen werden. Gleichzeitig soll die innerstädtische Wohnqualität weiter verbessert werden.



Handlungsfeld 8: Lebensqualität

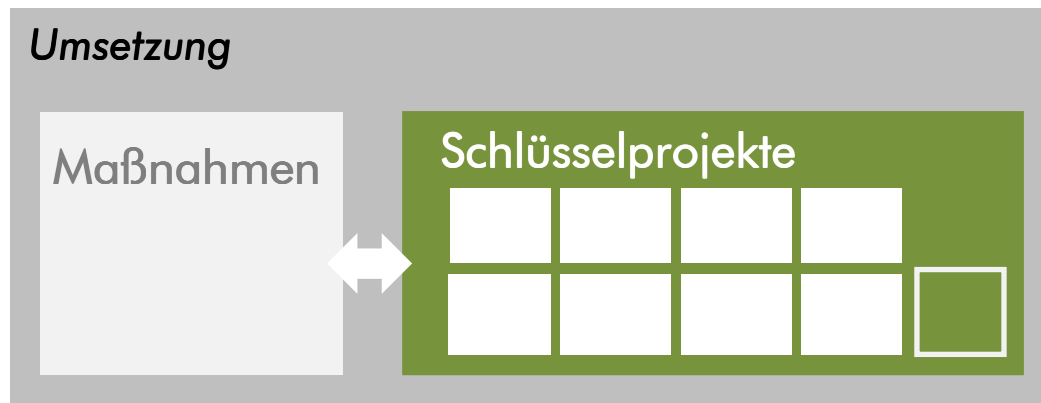
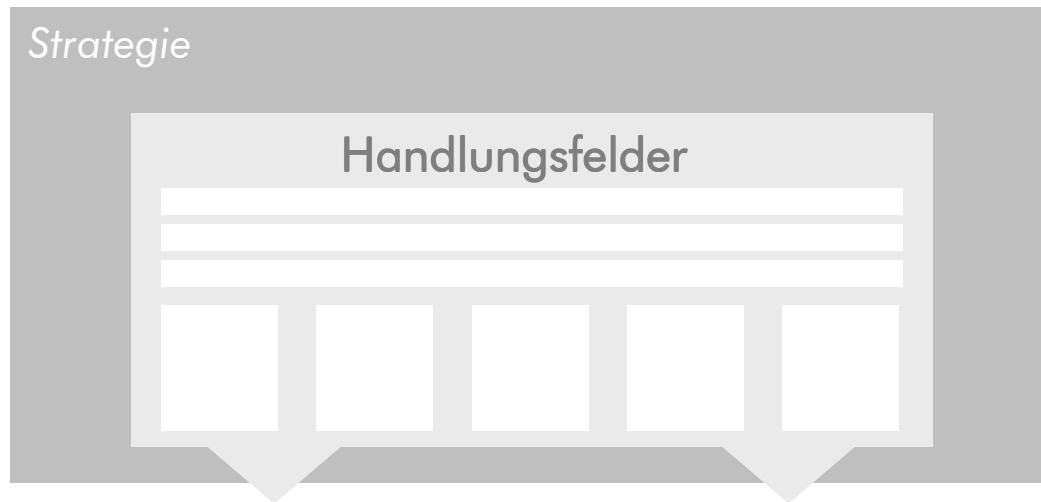
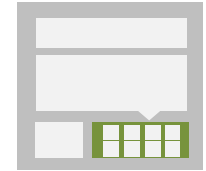
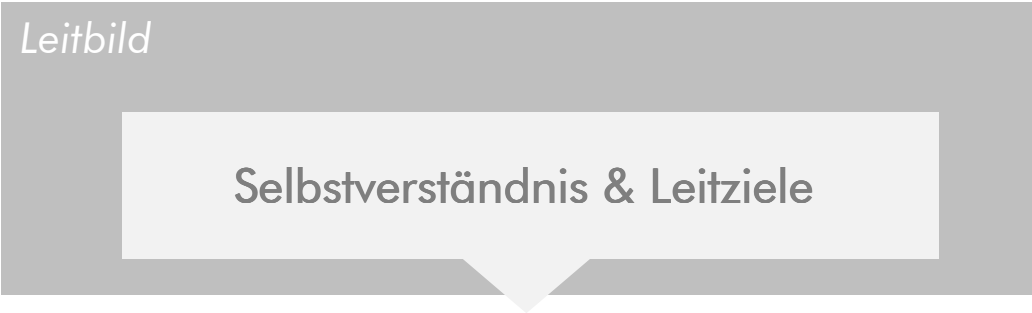
Ziele & Maßnahmen

Wir setzen uns als Ziele...

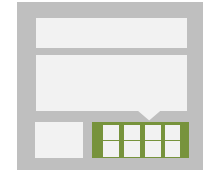
- für verschiedene Bevölkerungsgruppen gezielte Konzepte zur Verbesserung der Lebensqualität umzusetzen
- das Wohnen in der Innenstadt attraktiver zu machen
- echte Stadterlebnisse und hohe Aufenthaltsqualität zu schaffen
- unsere vielfältigen „Wasserkanten“ stärker erlebbar zu machen

Und das wollen wir dafür tun... (Maßnahmen)

| | |
|---|---|
| Aufenthalts- & Erlebnisqualität | Maßnahmen zur Auswertung des Stadtbildes, zur Erhöhung der Aufenthalts- & Erlebnisqualität in der Innenstadt Erlebniswerte der Stadt steigern durch Atmosphäre, Gestaltung, Inszenierung; Sanierungen vorantreiben; Gestaltungssatzung prüfen und ggf. anpassen |
| Innerstädtische Wohnstandorte | Verbesserung der Wohnumfeldqualität (Sauberkeit, Sicherheit & Begrünung), Schaffung von geeignetem Wohnraum, wohnnaher Nahversorgung sicherstellen |
| Verbesserung von Verkehr & Mobilität | Bedarfsgerechte ÖPNV-, Verkehrs- & Mobilitätskonzept entwickeln; Anbindung Innenstadt & Wohngebiete verbessern; Optimierung der Straßenräume; Ausbau von Fuß- & Radfahrwegen |
| Private Aktivitäten & Engagement | Projektgruppen initiieren, fördern und unterstützen; Begegnungsforen schaffen; Vereinsarbeit unterstützen |
| Kultur- & Veranstaltungsangebot | Kulturelle Infrastruktur sichern; Veranstaltungen inhaltlich & räumlich konzentrieren; stärkere & übersichtlichere Vermarktung des Kulturangebotes; regionalen Museumsring als Marketinggesellschaft für örtliche Museen gründen, Stadttheater stärken |



Schlüsselprojekte – unmittelbar umsetzbar und erzeugen spürbare Impulse.



Schlüsselprojekte

„Die Marke Rendsburg“

–
Konzept zur Marken-
entwicklung

„Wir machen das!“

–
Umsetzungs-
konzept
Organisations-
strukturen
Stadtmarketing

„Kompetenzen vernetzen“

–
Leitfaden für ressort-
übergreifendes
Handeln bei stadt-
marketingrelevanten
Projekten innerhalb
der Stadtverwaltung

„Sehleute am NOK“

–
Konzept zur
Aufwertung und
Bespielung

„Schatzkammer Rendsburg“

–
Förderkonzept für
inhabergeführten
Einzelhandel und
kleine Läden

„Darf’s ein bisschen mehr sein?“

–
Entwicklungs-
konzept
Rendsburger
Wochenmärkte

„Rendsburg erleben“

–
Entwicklungs-
konzept
Städtetourismus

„Neue Wirtschaft“

–
Konzept für
Standortimage
und Marktprofil

„Kraftzelle Altstädter Markt“

–
Entwicklungs-
konzept „Hertie“
und Umfeld



PROJECTM GmbH
Büro Lüneburg
Vor dem Roten Tore 1
21335 Lüneburg
Tel. 04131- 7 89 62- 0
Fax 04131- 7 89 62- 29
E-Mail: lueneburg@projectm.de
<http://www.projectm.de>



CIMA Beratung + Management GmbH
Büro Lübeck
Glashüttenweg 34
23568 Lübeck
Tel. 0451 - 389 68- 0
Fax 0451 - 389 68- 28
E-Mail: cima.luebeck@cima.de
<http://www.cima.de>