



Stadt Hagenow

Beschlussprotokoll

| | | |
|----------------------------------------------------------|-------------|--------------|
| Gremium: | Sitzung am: | Sitzungs-Nr. |
| Wirtschaftsförderung, Handwerk, Gewerbe und Tourismus | 18.12.2014 | 03 |

| | |
|--------------------------------------------------------------|-------------------------|
| Sitzungsort: | Sitzungsdauer von – bis |
| Rathaus der Stadt Hagenow, Raum 206 Lange Strasse 28 - 32 | 17:30 – 19:20 Uhr |

öffentliche Sitzung

nicht öffentliche Sitzung


Gez. Schlink

Stellv. Vorsitzender


Masche

Protokollführer

Teilnehmerverzeichnis

Gremium: Ausschuss für Wirtschaftsförderung,
Handwerk, Gewerbe und Tourismus

Sitzungstag: 18.12.2014

Sitzungs – Nr.: 03

Leitung: Frau Helga Lagemann
Ausschussvorsitzende

| Teilnehmer | anwesend | von Top – Top | es fehlten | |
|---------------------------------------------------------|----------|---------------|--------------|----------------|
| | | | entschuldigt | unentschuldigt |
| Herr Dietmar Speßhardt Frau Beate Schmülling | x | 6 - 8 | | |
| Herr Steffen Strauß Herr Tim Schmäuser | x | 1 - 8 | | |
| Herr Gert-Dieter Schlink Herr Maik Baalhorn | x | 1 - 8 | | |
| Frau Gabriele Bahr Herr Olaf Schönfeldt | x | 1 - 8 | | |
| Herr Klaus Palletschek Herr Hartwig Wrangmore | x | 1 - 8 | | |
| Herr Frank Kowallek Herr Dieter Opitz | x | 1 - 8 | | |
| Frau Helga Lagemann Herr Michael Hase | x | 1 - 8 | | |
| Frau Britta Heinrich Herr Andre` Dietze | x | 1 - 8 | | |

Teilnehmer der Verwaltung:

Herr Masche

Gäste: keine

TAGESORDNUNG

1. Eröffnung der Sitzung, Feststellung der Ordnungsmäßigkeit der Einladung und der Beschlussfähigkeit
2. Genehmigung der Tagesordnung bzw. Anträge zur Änderung
3. Billigung der Sitzungsniederschrift vom 04.09.2014
4. Einwohnerfragestunde
5. Ergebnisse Wirtschaftsförderung 2014; Vorstellung Budget 2015
6. Erste Ideensammlung zum Marketingkonzept
7. Anfragen der Ausschussmitglieder
8. Sonstiges/Termine

Schließung der Sitzung

Zu TOP 1

Frau Lagemann, Ausschussvorsitzende, eröffnet die Sitzung, stellt die Rechtmäßigkeit der Einladung, die Anwesenheit und die Beschlussfähigkeit fest und wünscht der Sitzung einen guten Verlauf.

Zu TOP 2

Frau Lagemann stellt die Tagesordnung zur Abstimmung. Beim Onlineversand gab es technische Probleme im Servicecenter der Stadt. Herr Masche entschuldigt sich dafür. Es wird nochmals eine Testmail an alle Ausschussmitglieder versandt. Die Tagesordnung wird **einstimmig** beschlossen.

Zu TOP 3

Herr Strauß, Herr Schlink, Frau Bahr, Frau Heinrich geben an, dass Protokoll nicht erhalten zu haben. Herr Masche weist darauf hin, dass das Protokoll bereits zum Sitzungstermin 20.11.2014 zusammen mit den Anlagen verschickt wurde. Herr Kowallek bestätigte den Eingang.

Frau Lagemann schlägt vor, die Abstimmung über das Protokoll vom 4.9.2014 auf die nächste Sitzung zu verschieben.

Der Vorschlag wird mit **6 Ja - Stimmen** und **einer Enthaltung** angenommen.

Zu TOP 4

Es werden keine Anfragen gestellt.

Zu TOP 5

=====

Herr Masche stellt an Hand von Powerpointcharts in einem Soll – Ist Vergleich die Maßnahmen und den Mitteleinsatz im Bereich Wirtschaftsförderung vor. Mit den neuen Imageflyern (deutsch/englisch), der Gewerbeflächenbeschilderung, Überarbeitung Internetauftritt - Teil Wirtschaft (n.n. freigeschaltet), dem Kauf von Akquisitionsadressen und der Neuauflage des Radwanderweges Sakrale Bauten wurden die zentralen Maßnahmen umgesetzt. Dabei konnten ca. 1.600 € insgesamt eingespart werden.

Der Ansiedlungswettbewerb für die Lange Straße wurde verschoben, nach mehreren Expertenmeinungen müsse erst das Bild der Straße als Ganzes gehoben werden. Insbesondere die leerstehenden Ladenlokale müssten ähnlich wie in Parchim freundlich und interessant gestaltet werden. Dies sollte als ein Projekt in das Marketingkonzept einfließen. Die Beschilderung der Städtepartnerschaften wird ebenfalls in 2015 im Rahmen eines Förderprogramms erfolgen, um der Stadt Mittel zu sparen.

Im Weiteren berichtet Herr Masche über die Schwerpunkte seiner Tätigkeit in 2014. Neben der Mitarbeit an zentralen Konzepten auf Landes-, Landkreis- und Stadtebene stand die Betreuung der Unternehmen im Mittelpunkt. Als Erfolg bewertet Herr Masche den Rückkauf der HGL- Fläche hinsichtlich des Preises und der damit gegebenen Möglichkeit einer kompletten Vermarktung der Industriefläche von ca. 15 ha. Auch die HMS Holzverarbeitung wurde eng betreut. Die Biothermgruppe begann ihre Investition, bei der insgesamt ca. 5 Mio. investieren werden sollen. Im Mittelpunkt steht eine Holzhackschnitzeltrocknung.

Herr Schlink erkundigt sich, inwieweit dabei auch die kleinen Handwerksbetriebe und Gewerbetreibenden eine Rolle gespielt hätten?

Herr Masche führt aus, dass es eine Vielzahl von Kontakten im Rahmen der Baumaßnahme Brücke Mühlenbach, Ausbildungsmesse, Hoffest und Erstellung des Imageflyers gegeben hat.

Herr Kowallek fragt an, welche Unterstützung die Gewerbetreibenden in der Langen Strasse von der Stadt erhalten hätten?

Herr Masche antwortet, dass die Aufrechterhaltung der freien Parkzone und die Unterbrechung der Bauarbeiten im Sommer zu einer messbaren Belastung im Haushalt der Stadt geführt haben. Darin sieht die Kommune ihren Beitrag.

Insgesamt konnten aus den Anfragen in 2013 und 2104 neun kleinere Unternehmen in Hagenow angesiedelt werden bzw. die Ansiedlung ist in konkreter Vorbereitung, wie zum Beispiel der Test Port GmbH & Co. KG in der Steegener Chaussee. Herr Masche bringt die Hoffnung zum Ausdruck, dass sich trotz des Arbeitsplatzabbaus bei der Firma HMS und des Weggangs von DANONE die Anzahl der Arbeitsplätze in Hagenow bis Ende 2015 wieder auf dem jetzigen Stand einpegeln wird. Bei den neun Ansiedlungen rechnet er mit ca. 50 neuen Arbeitsplätzen.

Die Öffentlichkeitsarbeit über die Internetseite der Stadt bewertet Herr Masche als Erfolg. Das regelmäßige Einstellen von neuen, teilweise auch streitbaren Artikeln führte zu einer deutlichen Zunahme der Besucheranzahl und zu einer erheblichen Verbesserung des Platzes im Ranking unserer Internetseite auf einschlägigen Statistikportalen. Insbesondere werden auch die Hagenower Unternehmen immer häufiger angeklickt. Deshalb sollten sich noch mehr auf der Seite der Stadt darstellen.

Nicht zuletzt ist der Wirtschaftsförderer auch gefragt beim Einsammeln von Spendengeldern für soziale Projekte. Hier bedankt sich Herr Masche bei allen Hagenower Unternehmen, die ihn bisher bei seinen Anliegen unterstützt haben. Herr Schlink macht darauf aufmerksam, dass dieses Dankeschön auch öffentlich gesagt werden sollte.

Frau Lagemann regt an, dass „Fundraising“ in Hagenow noch auszubauen. Sie wird dazu ihre Vorschläge in einem gesonderten Papier darlegen.

Herr Masche stellt das Budget für 2015 vor. Hauptposition ist ein finanzieller Betrag von 5.000 € für die Hinzuziehung von Experten im Zuge der Erstellung des Marketingkonzeptes der Stadt. Weiterhin soll ein neuer Flyer für einen Stadtrundgang entstehen, da Hagenow insgesamt zu wenig touristische Produkte bisher anbieten kann. Weiterhin werden touristisch bedeutsame Veranstaltungen, wie das Heide- und Hoffest mit überschaubaren Mitteln unterstützt. Herr Schlink und Frau Heinrich schlagen vor zu überlegen, ob die Stadt den Ball der Vereine unterstützen möchte, ggfs. durch einen Mieterlass, da diese Veranstaltung eine hohe integrative Wirkung hat. Herr Masche verweist auf die zuständigen Ausschüsse. Das Gesamtbudget sinkt von 16.000 € auf 14.000 €. Damit wird dem Gedanken der Haushaltskonsolidierung Rechnung getragen.

Herr Schlink merkt an, dass eine pauschale Kürzung von Budgets für ihn nicht der richtige Weg ist, sondern dort, wo viel erreicht werden kann, auch ausreichende Mittel zur Verfügung gestellt werden sollten.

Zu TOP 6

Frau Lagemann führt an, dass das Marketingkonzept ein Schwerpunkt für die Tätigkeit des Ausschusses für dieses Jahr darstellt. Dabei sollte der Ausschuss selbst inhaltlich arbeiten und bei Bedarf externen Rat im Rahmen des Budgets einholen.

Herr Masche stellt die Ideen an Hand einer Powerpointpräsentation vor. Diese wird dem Protokoll beigelegt. Er plädiert für einen breiter angelegten systematischen Prozess, wo die beteiligten Zielgruppen, Einwohner verschiedener Altersgruppen, Unternehmen, Einpendler und Touristen eingebunden werden.

Frau Bahr legt wert darauf, dass alle zusammen, auch Vereine, mitgenommen werden müssen. Herr Schlink betont die besondere Bedeutung des Mittelstandes.

Frau Lagemann begrüßt, dass als ein Ausgangspunkt für die Überlegungen das Leitbild der Stadt Hagenow gewählt wurde. Die Familienfreundlichkeit bietet viele Ansatzpunkte auch in Richtung Integration, generationsübergreifend bis zu barrierefrei. Aber auch Attraktivität für junge Leute bis zur Wirtschaftsfreundlichkeit ist ihrer Meinung nach mit diesem Ansatz abgedeckt.

Herr Masche ergänzt, dies sei ein ganz wichtiger aber eben nur ein Ausgangspunkt. Am Ende muss sich das Konzept organisch mit dem Landesmarketing, dem Marketing der Metropolregion und mit dem ebenfalls neu unter Federführung des Landkreises zu erstellendem Marketingkonzept „Griese Gegend“ verbinden. Trotzdem muss Hagenow nach außen unverwechselbar erscheinen.

Frau Lagemann weist auf das Dachmarkenmodell hin. Unter dem Slogan des Landes „MV tut gut“ werben auch Hagenower Unternehmen. Sie schlägt vor, den Leiter der Landesmarketinggesellschaft, Herrn Kranz – Glatigny, zu einem Impulsvortrag für die Märzszitzung einzuladen.

Frau Lagemann stellt folgenden Beschluss zu Abstimmung:

1. Das Marketingkonzept wird, wie dargestellt, in einem systematischen Prozess erarbeitet,
2. Herr Kranz – Glatigny wird zu Märzszitzung eingeladen,
3. die Hinzuziehung von Experten wird in den jeweiligen Ausschusssitzungen beschlossen.

Dem Vorschlag wird **einstimmig** zugestimmt.

Zu TOP 7

=====

Frau Heinrich und Frau Bahr bemerken, dass sie für Abstimmung über die Sitzungstermine ein Umlaufverfahren für nicht geeignet halten.

Herr Masche erläutert, dass dies einzig und allein dem Umstand der ausgefallenen Sitzung zuzuschreiben sei, da der Termin für die Bekanntgabe des Sitzungskalenders in der letzten Stadtvertretersitzung zu erfolgen hat.

Frau Lagemann ergänzt, dass dies somit eine Ausnahme darstellt.

Herr Schlink macht darauf aufmerksam, dass die Novembersitzung wegen Krankheit des Vertreters der Verwaltung hätte nicht ausfallen dürfen.

Frau Lagemann antwortet, diese Entscheidung wäre in Abstimmung mit der Bürgermeisterin und Herrn Masche getroffen worden, da der inhaltliche Schwerpunkt, wie heute deutlich wurde, in den Ausführungen von Herrn Masche lag.

Zu TOP 8

=====

Herr Speßhardt fragt an, ob neben den bekannten Anträgen („Sport und Bewegungszentrum Kietz“, „Hagenow goe`s factory“) weitere bei der LEADER LAG geplant sind. Er sieht darin eine gute Möglichkeit die Lebensbedingungen in den Ortsteilen zu verbessern und verweist auf die hohe Förderquote. Seines Wissens müssen die Anträge bis zum 31.3.2015 gestellt sein.

Herr Masche antwortet darauf mit der Begründung, LEADER sei kein Investitionsprogramm, sondern im Kern ein Vernetzungs- und Integrationsprogramm. Das bedeutet, man benötigt für erfolgreiche Leaderanträge immer auch engagierte Partner. Er hofft mit den Unternehmern vom Bahnhof Hagenow Land noch ein Projekt auflegen zu können. Für Anregungen aus den Ortsteilen ist die Stadt immer offen. Die neue Förderperiode geht bis 2020.

Frau Lagemann schließt die Sitzung und bedankt sich für die rege Diskussion und lädt alle Beteiligten zu einem gemütlichen Beisammensein ein.

Ende des Protokolls

Anlagen: Powerpointpräsentation „Erste Ideensammlung zum Marketingkonzept“



6. Erste Ideensammlung zum Marketingkonzept

Bisher verwendete Slogans:

- „Hagenow - Verbindung zwischen Tradition und Moderne“
- „ Hagenow – Leben und Arbeiten zwischen Tradition und Moderne“
- „Wirtschaftsstandort Hagenow – Dor büst du platt“
- „ Hagenow – Eine Kleinstadt wandelt ihr Gesicht“
- „ Hagenow – Freundlichkeit erleben“
-



Grundlagen

- **Welches Zukunftsbild haben wir von Hagenow?**
- **Was sind unser Ziele der Standortentwicklung?**

Leitbild der Stadt: familienfreundliche Stadt

- Die Bürgerinnen und Bürger sollen Hagenow als ihr Zuhause empfinden. Hagenow versteht sich als dynamische Stadt, in der sich die Menschen aller Alters- und
- Gesellschaftsgruppen wohl fühlen. Arbeit, Bildung und Freizeit sollen im Einklang stehen. Hagenow soll eine Stadt für alle Generationen sein.
- Hagenow unterstützt Netzwerke und Einrichtungen, die ihren Schwerpunkt im Bereich Integration setzen.
- Hagenow fördert Angebote für Familien und Senioren.
- Barrierefreiheit ist konsequent umzusetzen...
- Hagenow will auch für Jugendliche und junge Erwachsene attraktiv sein.



Analyse

- Was sind unsere Stärken und Schwächen?
- Wer ist unser Wettbewerb und wie tritt dieser auf?
- Wer sind unsere Zielgruppen (Ist und Wunsch)?
- Wie verhält sich das Umfeld generell aktuell? Wie verändert sich das Umfeld?

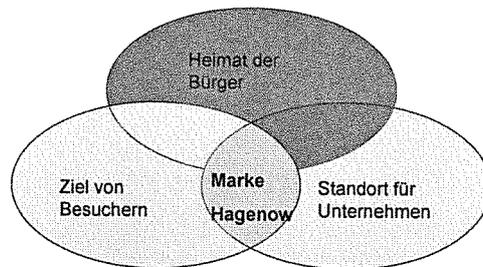


Ergebnis

- Die „Marke Hagenow“
- Wer bin ich, wofür stehe ich und wie zeige ich das im Wettbewerb der Standorte?
- Versprechen: Eine Marke definiert eine Leistungserwartung
- Identifikation: Eine Marke wirkt als Markierung, in einem „emotionalen“ Netz von Werten und Normen
- Verpflichtung: Der Markenkern fungiert als Leitbild und Handlungsanweisung



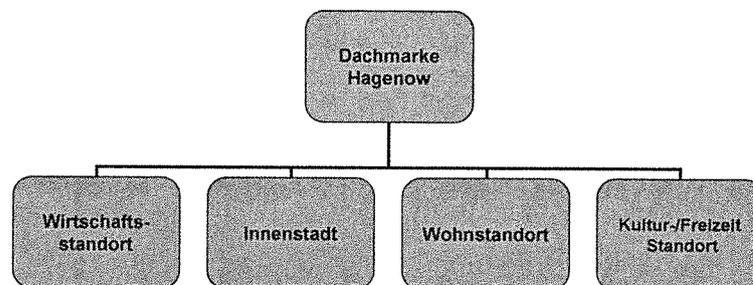
Eine Stadt als Marke verstehen



Leitbild/Ziele – Logo - Slogan



Projekttablauf: Bestimmung der Handlungsfelder

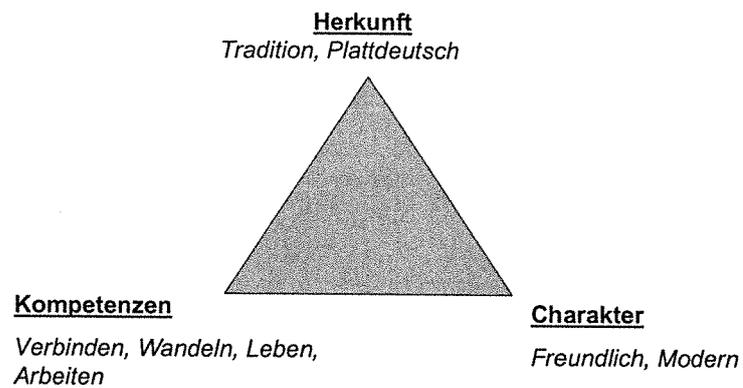


- Stärken-/Schwächenanalyse
- Definition Sollprofile
- Konkrete Projektvorschläge

Basis ISEK



Projekttablauf: Bestimmung der Markenpersönlichkeit



Prozess, Ablauf, Akteure

- bis Juni 2015 Analyse in den Handlungsfeldern
- bis September Bestimmung der Sollziele
- bis Oktober Auswahl und Zuordnung der Leitprojekte
- Vorstellung Stadtvertretung im November 2015
- Einbeziehung Landesmarketing und MRH
- Vor Ort: Unternehmerverband, Ortshandwerkerschaft, Einzelhandelsverband, Wohnungsgesellschaften
- Bürger- und Entscheiderbefragungen ?
- Workshops?