

| | |
|--------------|---|
| Federführung | Dezernat I Büro der Oberbürgermeisterin Laartz, Sabine Rathgeb, Catrin |
|--------------|---|

| | | | |
|----------------------|-------------------|--------------------|----------------------|
| AZ./Datum: | /30.03.2023 | | |
| Gremium | Behandlung | Sitzungsart | Sitzungsdatum |
| Verwaltungsausschuss | zur Kenntnisnahme | öffentlich | 18.04.2023 |

Gesamtstädtisches Marketing: Erfolgsbilanz und weitere Maßnahmen

Bezug: Verwaltungsausschuss 09.04.2019 nö, Vorlage 021/2019
Verwaltungsausschuss 15.09.2020 nö, Vorlage 083/2020

Sachverhalt:**Ausgangslage**

Im Jahr 2021 wurde das Projekt gesamtstädtisches Marketing ausgeschrieben, um die Profithemen „Kultur, Genuss, Wein“ besser nach außen zu vermarkten. Aus der dann durchgeführten Analyse stellte sich heraus, welche Maßnahmen sinnvoll sind um Potenzial zu heben. Daraus resultierte der Bedarf einer gemeinsamen „Erlebnismarke“ mit hoher Identifikation und Wirksamkeit. Von zentraler Bedeutung war, dass sich unter dieser Marke alle Stakeholder finden können. Die Zielgruppen wurden definiert (v. a. Großraum Stuttgart). Nach weiteren Überlegungen wurde schließlich die Marke „Fellbach erleben“ konzipiert, initiiert und in Umsetzung gebracht.

Inhaltliche Arbeit und Formate

Um möglichst viele und für die Stadt passende Markeninhalte und -botschaften zu generieren, wurden Stakeholder aus den Profithemen in verschiedenen Formaten einbezogen. Hier wird sehr viel Kommunikations- und Vernetzungsarbeit seitens der Projektleitung geleistet, um die Akzeptanz sicherzustellen.

Sodann wurden die passenden Kanäle ausgewählt, erarbeitet und mit Inhalten gefüllt. Alle Inhalte sind hochwertig und modular aufgebaut und lassen auf verschiedenen Kanälen verwenden.

Einige dieser Maßnahmen sollen nachfolgend beispielhaft dargestellt werden.

1. Instagram-Profil „Fellbach erleben“

Auf dem Instagram-Profil „Fellbach erleben“ werden mit innovativen und unkonventionellen Methoden die Profilt Themen Kultur, Genuss, Wein aufgegriffen und präsentiert. Zielgruppe ist dabei vor das jüngere Publikum, das mit anderen Formaten bislang noch nicht erreicht werden konnte.

2. Online-Magazin „Fellbach erleben“

Seit März 2023 ist das Online-Magazin „Fellbach erleben“ im Internet auffindbar. Hier werden authentische und nahbare Einblicke zu den „Machern“ gewährt. Gleichzeitig stellt das Online-Magazin ein wichtiges Bindeglied zu Multiplikatoren für die Stadt dar. Beispielsweise haben auch der VDP Baden-Württemberg sowie die Tourismus Marketing Stuttgart GmbH Inhalte aufgegriffen.

3. Teilnahme an der Langen Marktnacht in Stuttgart

Im Sommer 2022 initiierte das Gesamtstädtische Marketing auf einer Fläche von 350 m² die Teilnahme an der Langen Marktnacht in Stuttgart. Dafür konnten insgesamt zehn Partner gewonnen werden, die wiederum die Profilt Themen ‚Kultur, Genuss, Wein‘ repräsentierten.

Zusammenfassung

Aufgrund der zwischenzeitlich erreichten Reichweite des Gesamtstädtischen Marketings sowie der erreichten Projektidentifikation der internen und externen Stakeholder zieht die Verwaltung eine positive Bilanz, die sowohl quantitativ wie auch qualitativ messbar ist. Der iterative Prozess, durch den möglichst rasch Dinge auch sichtbar und immer wieder weiterentwickelt wurden, hat sich besonders bewährt. Die formulierten Wirkungsziele wurden damit erreicht.

Ausblick

Ab Mai 2023 ist im Rahmen des europäischen Kultursommers eine Eventreihe des Gesamtstädtischen Marketings im Schaugarten geplant, in dem das Profilt Thema Wein im Vordergrund steht. Das Vorhaben ist unmittelbar auf sehr positive Resonanz der Weingüter sowie der Fellbacher Weingärtner gestoßen.

Weiterhin muss aus Sicht der Verwaltung zwingend sichergestellt werden, dass die Initiative „Fellbach erleben“ in hoher Qualität fortgesetzt wird, um die Verbindungen, Verknüpfungen sowie das Netzwerk zu pflegen und weiterhin auszubauen.

gez.
Gabriele Zull
Oberbürgermeisterin

Anlagen: ---