

CDU-Fraktion im Rat der Stadt Köln
Fraktion Bündnis90/**Die Grünen** im Kölner Rat
FDP-Fraktion im Rat der Stadt Köln

Gleichlautend

An den

Vorsitzenden des Finanzausschusses
Herrn Martin Börschel

Frau Oberbürgermeisterin
Henriette Reker

Eingang beim Amt der Oberbürgermeisterin: 14.03.2016

AN/0505/2016

Änderungs- bzw. Zusatzantrag gem. § 13 der Geschäftsordnung des Rates

| Gremium | Datum der Sitzung |
|-----------------|--------------------------|
| Finanzausschuss | 14.03.2016 |

TOP 12.8: Markenprozess Köln – Erfüllung des Ratsauftrages und Fortführung der Aufgabe, 3383/2015

Sehr geehrter Herr Vorsitzender,
Sehr geehrte Frau Oberbürgermeisterin,

die Antragstellenden bitten Sie, folgenden Zusatz- und Änderungsantrag zum TOP 12.8 in die Tagesordnung der Sitzung des Finanzausschusses am 14.03.2016 aufzunehmen:

Beschluss:

Die Beschlussvorlage der Verwaltung, 3383/2015, wird wie folgt ergänzt:

Die Verwaltung wird daher beauftragt, die unterschiedlichen Aktivitäten für Stadtmarketing und Außenkommunikation zügig zu bündeln und neu zu ordnen, um ein zukunftssträchtiges und abgestimmtes Gesamtkonzept für ein international ausgerichtetes einheitliches Stadtmarketing und eine darauf basierende Außenkommunikation zu entwickeln und umzusetzen. Bewährte im Rahmen des „Markenprozesses“ etablierte Marketing-Instrumente, wie der von KölnTourismus betriebene Markenshop mit integriertem Mediaserver sollen fortgeführt und weiter entwickelt werden.

Die mit diesem Beschluss bereitgestellten und aufgrund der Haushaltslage auch weiterhin begrenzten Ressourcen sind für die Neujustierung eines international ausgerichteten Stadtmarketings und einer einheitlichen Außenkommunikation zu verwenden. In diesem Rahmen ist auch der 2013 gestartete „Markenprozess“ zu evaluieren.

Die weiteren Schritte und Maßnahmen sind dem Wirtschaftsausschuss und dem Hauptausschuss vorzulegen.

Begründung:

Eine stärkere Profilierung des Stadtmarketings und Außenauftritts Kölns ist eine notwendige und unverzichtbare Aufgabe, um im internationalen Städtewettbewerb als Wirtschaftsstandort, Kulturmetropole und Tourismusdestination bestehen zu können. Umso wichtiger ist ein aufeinander abgestimmtes und einheitliches Marketing mit geeigneten Maßnahmen für eine optimale Außenkommunikation.

Fakt ist, dass verschiedene städtische bzw. stadtnahe Akteure mit diversen Aktivitäten die werbliche Vermarktung Kölns und die Außenkommunikation für die Stadt Köln betreiben. Neben dem vom Amt für Wirtschaftsförderung geführten „Markenprozess Köln“ sind dies im Wesentlichen die städtische Werbekonferenz, die KölnTourismus GmbH mit ihrem Beirat, die Koelnmesse GmbH, die Flughafen GmbH, sowie die städtischen Kulturinstitutionen. Davon unabhängig engagieren sich parallel mehrere private Vereine mit eigenen Marketingaktivitäten, wie z.B. „Köln plus Partner“, der Kölner Verkehrsverein oder auch Stadtmarketing Köln, in denen wiederum einige städtische Beteiligungsunternehmen Mitglieder sind.

Dieses Nebeneinander bedarf dringlich einer Überprüfung und Neuordnung, um zu einem konsistenten und optimierten Außenauftritt der Stadt Köln zu entwickeln, der von der Stadtverwaltung geführt wird. Daher sind bei einer Neujustierung durch die Verwaltung die jeweiligen Rollen und das Zusammenwirken der einzelnen Akteure zu klären und insbesondere die Vernetzung mit KölnTourismus und auch weiteren städtischen Beteiligungsgesellschaften zu verbessern. Dabei sind auch die aktuellen Anregungen der Oberbürgermeisterin für ein verstärkte „Imagekampagne“ zu berücksichtigen.

Mit dieser Zielrichtung beauftragen und unterstützen die antragstellenden Fraktionen, die Verwaltung ein zukunftssträchtiges und abgestimmtes Gesamtkonzept für ein international ausgerichtetes einheitliches Stadtmarketing zu entwickeln und zu betreiben.

Mit freundlichen Grüßen

Niklas Kienitz

CDU-Fraktionsgeschäftsführer

Jörg Frank

GRÜNE-Fraktionsgeschäftsführer

Ulrich Breite

FDP-Fraktionsgeschäftsführer