



STADT WALLDÜRN

Sitzung des Gemeinderates am 24.09.2018

Öffentlicher Teil Tagesordnungspunkt: 1

Bearbeitung : Der Bürgermeister

Stadtentwicklung

Stadt als Marke

Seit Jahren versucht die Stadt Walldürn sich ein Profil zu geben. Gerade als touristische Destination ist es unabdingbar, ein solches Profil als Marke herauszuarbeiten. Ein Jubiläumsjahr wie 2019 gibt einen Anlass, sein Profil zu schärfen.

Eine attraktive Innenstadt, eine reizvolle, historisch und kulturell interessante Umgebung, ideale Wohnlagen, attraktive Gewerbegebiete mit zukunftsfähigen Clustern und eine für eine Stadt mit knapp 12.000 Einwohnern im ländlichen Raum sehr gute Infrastruktur: Walldürn steht auf einem guten Fundament. Als „größte eucharistische Wallfahrtsstätte Europas“ genießt Walldürn zudem einen überregionalen Bekanntheitsgrad.

Mit der Basilika, dem Rathaus, dem UNESCO-Welterbe Limes, dem Schloss und der vom Fachwerk geprägten Altstadt, dem Freilandmuseum und liebenswerten Ortsteilen ist Walldürn für Touristen ein lohnenswertes Ziel. Walldürn liegt an mehreren gut ausgewiesenen Radwegen (z. B. Limes, Grünkern, 3-Länder) und ist ein idealer Ausgangspunkt für Wanderungen. Eine funktionierende und hochwertige Gastronomie in der Gesamtstadt bietet Gästen hervorragenden Service.

Als touristische Destination für Kurzurlaube ist Walldürn geeignet und hat deshalb auch werbliche Maßnahmen im Verbund mit dem Gemeindeverwaltungsverband Hardheim-Walldürn, der Touristikgemeinschaft Odenwald sowie dem Naturpark Naturpark-Odenwald herausgearbeitet.

Was kann eine Marke leisten?

Starke Marken bieten:

- Unterscheidbarkeit
- Identifikation
- Orientierung
- Alleinstellung.

Ein weiteres Element einer solchen Markenbildung ist die „Selbstfindung“ der Gemeinde. Dazu ist es notwendig, möglichst viele Bürgerinnen und Bürger einzubinden. Die Bürger müssen die Marke als die „ihre“ begreifen. Ein „Wir-Gefühl“ wird gestärkt. Eine hohe Identifikation mit dem eigenen Heimat-, Arbeits- und Wohnort ist durch Studien belegt ein gewichtiger Baustein für eine stabile Entwicklung. Unsere 120 Vereine und Institutionen sind schon jetzt wichtige Protagonisten zum Transportieren des Wir-Gefühles. Dies muss dann richtig in einem solchen Markenfindungsprozess zum Bewusstsein gelangen.

Das Büro Rombach & Jacobi Kommunikation aus Esslingen ist erfahren in einem solchen Markenfindungsprozess. Unter anderem wurden die Städte Waiblingen, Esslingen, Ludwigsburg sowie auch Bad Mergentheim in einem solchen Prozess erfolgreich begleitet bzw. entsprechende Bürgerbeteiligungen moderiert.

Das Büro schlägt folgenden Markenfindungsprozess vor:

Erstellen eines Markenmodells: Prozessbeschreibung

Viele Wege führen zu einem Leitbild. Es kommt darauf an, einen Weg zu wählen, der zu einer hohen Akzeptanz des Leitbildes bei den Multiplikatoren und Meinungsführern Walldürns führt. Dies gelingt, in dem diese Gruppierungen eingebunden werden bei der Entwicklung des Prozesses.

Meilenstein 1: Projektteam

Ein Projektteam aus Tourist-Info, Rathaus und Gemeinderat, Vertretern der Vereine und Kirchen mit ca. 10 – 15 Personen wird gebildet. Ein moderierter Workshop arbeitet in einer SWOT-Analyse die Stärken, Schwächen, Chancen und Risiken heraus und definiert charakteristische Merkmale Walldürns, die konkret, relevant und spezifisch für Walldürn sind.

Meilenstein 2: Workshop mit Leistungsträgern und Bürgerschaft

Ein Workshop mit maximal 40 Personen aus Gemeinderat, Leistungsträgern aus Hotellerie, Gastronomie, Kultur, Kirchen, Schulen und Vereinen bildet sich. Dort werden Ideen, Maßnahmen, Vorschläge und Projekte gesammelt, die Walldürn in den kommenden Jahren anpacken sollte. Weiterhin werden Eigenschaften gesammelt, die Walldürn auszeichnen.

Meilenstein 3: Workshop mit Vertretern der Ortsteile

Ein Workshop mit 40 Teilnehmern aus den Ortsteilen ergänzt das Potenzial aus Meilenstein 1 und 2 durch herausloten von Gemeinsamkeiten und Unterschieden und sucht gemeinsame Nenner.

Meilenstein 4: Projektteam

Das Projektteam wertet die bisherigen Ergebnisse aus und bewertet.

Meilenstein 5: Gemeinderat und Workshopteilnehmer sowie Interessierte

Das Ergebnis wird aufbereitet und vorgestellt.

Optional:

Befragung von Gästen und Pilgern über die Hotels und Gaststätten, um Fremdbild und Selbstbild abzugleichen.

Das Büro Rombach & Jacobi Kommunikation moderiert, protokolliert, bereitet die Ergebnisse auf, schlägt Formulierungen für das Markenmodell vor und präsentiert die Ergebnisse.

Zeitlich soll der gesamte Prozess zwischen Oktober 2018 bis Juli 2019 stattfinden.

Die veranschlagten Kosten für Konzeption, die verschiedenen Meilensteine, die Projektbegleitung sowie die Befragung betragen inklusive Mehrwertsteuer 14.637 Euro zuzüglich Reiseauslagen.

Herr Dr. Rombach wird in der Sitzung die Zusammensetzung der Kosten sowie das Verfahren näher erläutern.

Beschlussempfehlung

Der Gemeinderat der Stadt Walldürn beauftragt das Büro Dr. Rombach & Jacobi Kommunikation aus Esslingen zum Angebotspreis von 14.637 Euro incl. Mehrwertsteuer, zuzüglich Reiseauslagen zur Entwicklung eines Markenmodells für die Stadt Walldürn.