

Magistratsvorlage

Wissenschaftsstadt
Darmstadt



Eingang Magistrats- geschäftsstelle: 11.01.2011	an den Magistrat ☒ zur Kenntnis ☐ zur Beschlussfassung	Beteiligt vor Magistratsbeschlussfassung:
Dezernat I Amt: Amt für Wirtschaft und Stadtentwicklung	an die Stadtverordnetenversammlung ☐ OBW zur Befassung ☒ zur Kenntnis ☐ zur Beschlussfassung ☐ zur abschließenden Beschluss- fassung Fachausschuss Behandlung in Ja Nein öffentl. Sitzung ☒ ☐	☐ OBW bei abschl. Beschlussfassung Magistrat
Verteiler:	Ja Nein Internetfähig ☒ ☐	Vorlage-Nr. 2010/0550 Magistratsbeschluss-Nr.

Betreff: Aktivitäten im Bereich Marketing und Öffentlichkeitsarbeit für die Wissenschaftsstadt Darmstadt

Vorlage vom: 22.12.2010

Beschlussvorschlag:

Der vorliegende Bericht wird zur Kenntnis genommen.

Anlagen: Broschürenbeispiel - Darmstadt Sehenswürdigkeiten 2010
Broschürenbeispiel - Darmstädter Highlights 2011
Broschürenbeispiel - Weihnachten Darmstadt 2010
Broschürenbeispiel - Willkommen in Darmstadt 2010
Geschäftsbericht Darmstadt Marketing 2008 - 2009

Datenschutzrelevante Anlage: ☐

Beschluss des Magistrats vom

Begründung zur Magistratsvorlage vom 22.12.2010

Aktivitäten im Bereich Marketing und Öffentlichkeitsarbeit für die Wissenschaftsstadt Darmstadt

Im Folgenden wird dargestellt, welche Einrichtungen, Ämter und Institutionen für die Wissenschaftsstadt Darmstadt im Bereich Marketing mit welchen Aufgaben und Maßnahmen tätig sind.

Wissenschaftsstadt Darmstadt Marketing GmbH

Die Wissenschaftsstadt Darmstadt Marketing GmbH betreibt Stadt- und Tourismus-Marketing im Auftrag der Wissenschaftsstadt Darmstadt. Ihr Ziel bzw. ihr Gesellschaftszweck ist es, das Marketing für die Wissenschaftsstadt Darmstadt systematisch aufzubauen, Darmstadt als Marke positiv zu setzen, sowie die Imagebildung Darmstadts weiter zu stärken. Im Geschäftsbericht der Darmstadt Marketing GmbH 2009 heißt es: „Dies geht nur im Schulterschluss mit den vielen Entscheidungsträgern in der Stadt: Mit den kulturellen und wissenschaftlichen Einrichtungen, mit dem Einzelhandel und der Wirtschaft, mit Gewerbetreibenden und den städtischen Ämtern“. Durch intensive Netzwerkarbeit in zahlreichen Workshops, Arbeitskreisen etc. zielt die Darmstadt Marketing GmbH darauf ab, Allianzen für Darmstadt zu schmieden, Events und Veranstaltungen zu etablieren und damit zur Attraktivitätssteigerung des Standortes beizutragen.

Im Jahr 2008 hat die Darmstadt Marketing GmbH eine neue Markenstrategie in Auftrag gegeben. Die daraus abgeleitete Kommunikationskonzeption baut auf folgende vier festgelegte und zugleich variable Claims auf:

- Darmstadt...ist Wissenschaft
- Darmstadt...ist Kultur
- Darmstadt... ist Leben
- Darmstadt...ist Congress

Unter dieser strategischen Klammer sollen möglichst viele Akteure vereint werden. Städtische Bereiche und Entscheidungsträger genauso wie externe Partner (Darmstadt congress, Staatstheater Darmstadt etc.).

Die Darmstadt Marketing GmbH gibt zur touristischen Bewerbung der Destination Darmstadt z. B. ein Broschüren-Paket heraus, unter anderem:

- Unterkunftsverzeichnis Über Nacht in Darmstadt
- Sehenswürdigkeiten / Sights
- Wissen ist cool
- Darmstadt – Weihnachten
- Darmstadt Führungen
- Jugendstiltage
- Darmstädter Lange Nacht
- Willkommen in Darmstadt
- Mathildenhöhe Darmstadt

Weitere Schwerpunkte der Darmstadt Marketing GmbH sind die Konzipierung, Durchführung oder Unterstützung von Veranstaltungen, die die Attraktivität der Stadt steigern und zur Identifikation der Bürger und Gäste mit Darmstadt beitragen.

Dazu gehören zum Beispiel:

- Jugendstiltage und Illuminationsfest
- Lange Nacht der Musen
- Kinderferienprogramm „Wissen ist Cool“
- Frühlingsfest am Steinbrücker Teich

Ein weiterer wesentlicher und wichtiger Bereich der Darmstadt Marketing GmbH sind Führungen und Rahmenprogramme. Im Jahr 2009 wurden bei der Darmstadt Marketing GmbH 1774 Führungen gebucht, die von 35.000 Teilnehmern besucht worden sind (2007 waren es 1508 Führungen). Das Angebot umfasst Stadtrundgänge oder themenspezifische Führungen. Die am häufigsten nachgefragten Führungen sind neben den ESOC-Führungen die Jugendstiltrundgänge und „Darmstadt zum Kennen lernen“. Auch diese Führungen und Rundgänge werden mit Flyern und Pressemitteilungen beworben.

Die Darmstadt Marketing GmbH präsentiert sich unter anderem auf folgenden Kongressen und Messen:

- Touristika: Regionale Reisemesse, Zielgruppe: Reisebranche, Endverbraucher
- FERIEN Messe Wien: Größte Tourismusmesse in Österreich, Zielgruppe: Endverbraucher

- IMEX: größte europäische Fachmesse für den Kongress- und Incentive-Bereich, Zielgruppe: Kongressveranstalter, Incentive-Veranstalter, Reisebüros, Agenturen, Firmen, Verbände, Fachpresse
- Internationale Tourismusbörse Berlin (ITB): Größte Fach- und Publikumsmesse weltweit, Zielgruppe: Reiseveranstalter- und agenten, Presse, Event- und Incentive-Agenturen, Endverbraucher
- RDA: Fachbesucher Workshop für die Gruppentouristik, Zielgruppe: Busunternehmen, Gruppenreiseveranstalter, Fachpresse
- Bus-Sonntag: Fachbesucher-Workshop für Busreiseveranstalter, Zielgruppe: Busreiseveranstalter, Busunternehmen

Die Darmstadt Marketing GmbH arbeitet, wie oben erwähnt, eng vernetzt mit zahlreichen Partnern zusammen. Zu betonen ist Wissenschafts- und Kongresszentrum. Mit dem Amt für Wirtschaft und Stadtentwicklung findet beispielsweise regelmäßig ein jour fix auf Mitarbeiterebene statt.

Zur weiteren Erläuterung sind der Vorlage ein aktueller Geschäftsbericht sowie Flyerbeispiele in Kopie beigelegt.

Darmstadt Citymarketing e.V.

Die Darmstadt Citymarketing e.V. wurde mit dem Zweck gegründet, den Einzelhandels- und Dienstleistungsstandort in der City Darmstadt zu bewerben und für Kunden und Besucher dauerhaft attraktiv zu gestalten. Er ist ein Zusammenschluss von Akteuren aus Wirtschaft, Handel, Stadt, Gastronomie, Hotellerie, Kultur und Tourismus. Die Mitglieder setzen sich aus den unterschiedlichsten Branchen zusammen. Ihr gemeinsames Ziel ist eine attraktive, lebendige und funktionierende Innenstadt, in der sich Einheimische und Besucher wohl fühlen und das städtische Leben genießen können.

Aktionen des Darmstadt Citymarketing e.V. sind z. B.:

- verkaufsoffene Sonntage: unter dem Motto „Fashion, Hair & Beauty“, „Darmstadt ein Wintermärchen“
- Late-Night-Shoppings: z.B. unter dem Motto „Feuer und Eis“, „Darmstädter Frühling“ oder „Darmstadt unter Strom“
- Sommerferienprogramm „Wissen ist Cool“ (In Kooperation mit der Werbegemeinschaft des City Carree)
- Kinderbetreuung in der Innenstadt an den Adventssamstagen
- Aktion Nette Toilette (für mehr Serviceleistungen in der Innenstadt)

Um diese Aktionen zu bewerben werden Marketingmaßnahmen durchgeführt (Plakate, Flyer, Pressemitteilungen, Radiowerbung etc).

Die Organisationsform als Verein wurde gewählt, um ein niedrighschwelliges Angebot der Mitarbeit für Händler und Dienstleister zu schaffen. Die Wissenschaftsstadt Darmstadt Marketing GmbH ist mit der Geschäftsführung des Darmstadt Citymarketing e.V. beauftragt, so dass als weiterer motivierender Faktor für die Mitglieder ein unmittelbarer Einsatz ihrer Mittel für werbliche Maßnahmen ohne Overhead-Kosten gegeben ist.

Wissenschafts- und Kongresszentrum Darmstadt, darmstadtium

Um das Wissenschafts- und Kongresszentrum zu bewerben, werden zahlreiche Maßnahmen im Bereich Marketing und Öffentlichkeitsarbeit durchgeführt. Diese sind spezifisch auf das darmstadtium ausgerichtet. Das Wissenschafts- und Kongresszentrum ist u.a. im Rahmen von darmstadtcongress mit der Wissenschaftsstadt Darmstadt Marketing GmbH vernetzt. Zu den Marketingmaßnahmen des darmstadtiums gehören Messeauftritte, Anzeigenschaltung in diversen Medien, Marketingevents und klassische PR-Aktivitäten.

Auf folgenden Messen stellte sich das Wissenschafts- und Kongresszentrum im Jahr 2010 vor:

- Best of Events (01/2010), Dortmund
- Confex (02/2010), London
- Meedex (03/2010), Paris
- LOCATIONS RheinNeckar! (03/2010), Heidelberg
- IMEX (05/2010), Frankfurt
- stb marketplace (08/2010), Frankfurt
- LOCATIONS RheinMain! (10/2010), Mainz
- EIBTM (12/2010), Barcelona

An folgenden Events nahm das Wissenschafts- und Kongresszentrum z. B. teil:

- HessenAgentur Fam Trip, Fulda (07/2010)
- Marketing Event (in Kooperation mit Congress)
- Berlin (10/2010)
- Marketing Event "Kongresszentren Frankfurt"

- „Rhein Main“, Köln (Herbst/2010)
- GCB UK Kunden Event, London (10/2010)
- GCB Sales Calls, Ostküste USA (10/2010)

Amt für Wirtschaft und Stadtentwicklung/Standortmarketing

Im Amt für Wirtschaft und Stadtentwicklung sind Bereiche der Öffentlichkeitsarbeit für die Stadtverwaltung und das Standortmarketings angesiedelt.

Zielgruppe im Standortmarketing sind vorrangig Unternehmen, aber auch, analog zum Leitbild Wissenschaftsstadt, wissenschaftliche Einrichtungen. Konzeptionell wird ein Clusterkonzept verfolgt, d. h. Kernbranchen des Wirtschafts- und Wissenschaftslebens mit hohen Zukunftschancen stehen im Fokus der Maßnahmen, die u. a. auf einem Veranstaltungs- und Broschürenkonzept, Messebeteiligungen (auch mit Partnern) sowie individueller Immobilien- und Standortberatung/-vermittlung basieren. Im Internet steht dazu neben weiteren Standortinformationen eine Immobilien- und Grundstücksdatenbank zur Verfügung.

Standortmarketing und Wirtschaftsförderung der Stadt sind eng mit anderen Partnern und Institutionen vernetzt. Hervorzuheben ist hierbei die Einbindung in den Standortmarketingausschuss der IHK Darmstadt, die projektbezogene Zusammenarbeit mit dem Planungsverband FrankfurtRheinMain im Wissenschaftsmarketing, die internationale Vermarktung des Standorts durch FrankfurtRheinMain International Marketing of the Region GmbH sowie Kooperationen mit der HessenAgentur als Wirtschaftsförderung des Landes.

Ein weiteres wichtiges Projekt mit hoher Relevanz hinsichtlich der Einbindung von Partnern (hier insbesondere der Landkreis Darmstadt-Dieburg und der Kreis Groß-Gerau mit dortigen Kommunen) ist die Planung und Organisation des Messeauftritts der Wissenschaftsstadt Darmstadt im Amt für Wirtschaft und Stadtentwicklung. Die Expo Real, die jährlich in München stattfindet, ist national die Leitmesse für Immobilienwesen und Standortmarketing und verfügt auch international über große Ausstrahlung.

Als laufendes Projekt ist auch die Herausgabe einer Broschüre für Neubürger, die komplett über die Akquise von Anzeigen finanziert wird. Weitere Maßnahmen, die vom Amt für Wirtschaft und Stadtentwicklung im Rahmen des Standortmarketing betreut und unterstützt werden sind z. B.:

- Route der Industriekultur
- Architektursommer
- Herausgabe der Publikation Darmstädter Dokumente
- Herausgabe von Imagepublikationen (z. B. die Publikation „Wissenschaftsstadt Darmstadt“)
- Förderung von Netzwerken im Bereich Wissenschaft und Kultur

Das Corporate Design der Stadtverwaltung, das für alle städtischen Einrichtungen und Institutionen verbindlich ist, wurde im Jahr 2007 erweitert und strategisch neu definiert. Kontinuierlich wird es hier begleitet und überwacht. Per Magistratsbeschluss und Rundverfügung sind alle städtischen Publikationen, Druckwerke, Anzeigen oder andere Werbemittel für eine Freigabe beim Amt für Wirtschaft und Stadtentwicklung vorzulegen, bevor sie in den Druck gehen. Die Freigabe dient neben der Qualitätskontrolle und Einhaltung des grafischen Konzepts dazu, einen Überblick zu erhalten, welche Publikationen oder Werbemittel veröffentlicht oder hergestellt werden. In den meisten Fällen wird, wie empfohlen, schon in der Konzeptionsphase mit dem Amt Kontakt aufgenommen. Dies geschieht auch um unnötige Kosten in der Konzeptionsphase zu vermeiden.

Eine Aufstellung welche Publikationen von welchen Ämtern in welcher Auflagenhöhe und mit welchen Kosten in den vergangenen zwei Jahren herausgegeben wurden, ist vom Amt 15 erstellt worden und liegt der AG Strukturkommission vor.

Der Internetauftritt der Wissenschaftsstadt Darmstadt, der auch Marketingaspekte enthält und zu berücksichtigen hat, wird von einer ämterübergreifenden Arbeitsgruppe Internet betreut. Die fachliche Bearbeitung liegt in den Dezernaten und Ämtern bei Internetbeauftragten. Die Dezernate sind grundsätzlich für die Inhalte der sie betreffenden Internetseiten verantwortlich.

Weitere Fachämter

Auch in den einzelnen Fachämtern der Wissenschaftsstadt Darmstadt werden Marketingaktivitäten durchgeführt. Dabei handelt es sich jedoch vorrangig um Aktivitäten die einzelne Dienstleistungen oder Veranstaltungen begleiten.

Der Vollständigkeit halber, werden diese im Folgenden kurz skizziert.

Das Frauenbüro, Kulturstadt, Agenda Büro und das Amt für Familie, Kinderbetreuung und Sport führen beispielsweise Aktivitäten und Maßnahmen im Bereich Öffentlichkeitsarbeit und Marketing durch, die sich auf die Arbeit bzw. den Bereich der einzelnen Fachämter beziehen.

Wenn es sich um Publikationen oder Drucksachen handelt, sind diese Maßnahmen, wie oben beschrieben, mit dem Amt für Wirtschaft und Stadtentwicklung aufgrund einer notwendigen Freigabe abzustimmen. Eine detaillierte Auflistung der Publikationen liegt wie oben erwähnt vor.

Weitere Marketingmaßnahmen führen die Ämter eigenständig durch. Dabei handelt es sich in der Regel um Veranstaltungen der Fachämter, die mit Hilfe von Flyern, Plakaten etc. beworben werden.

Zum Beispiel:

- Sport- und Spielfest im Herrngarten (Amt für Familie, Kinderbetreuung und Sport)
- Internationaler Frauentag (Frauenbüro)

- Aktionstag Mädchenarbeit (Jugendamt)
- 2. Darmstädter Seniorentag (Amt für Soziales und Prävention)
- Weltkindertag (Jugendamt)

Bezüglich der Transparenz von Marketingmaßnahmen der einzelnen städtischen Ämter, Einrichtungen und Eigenbetriebe ist es stetiges Ziel, die Vernetzung und Abstimmung noch weiter auszubauen.

Eigenbetrieb Abfallwirtschaft und Stadtreinigung (EAD)

Der EAD führt Marketingmaßnahmen eigenverantwortet durch, um für die Leistungen (Abfallentsorgung, Winterdienst, Kompostanlage) zu werben und diese bekannt zu machen. Zu diesen Maßnahmen gehören Erstellung von Drucksachen, Pressearbeit, Durchführung von Events etc.

Weitere städtische Eigenbetriebe

Bei den Eigenbetrieben Immobilienmanagement, Darmstädter Werkstätten und Wohneinrichtungen, Bürgerhäuser und Märkte sowie Bäder werden in geringerem Umfang Marketingmaßnahmen durchgeführt

Weitere Aktivitäten im Bereich der Stadtwirtschaft

Vor dem Hintergrund dessen, dass „Stadt“, Stadtgesellschaft in einem umfassenden Sinn und damit jegliche städtische Aktivitäten als vernetztes, nach Innen ebenso wie nach Außen wirkendes Ganzes verstanden werden bzw. zunehmend verstanden werden sollten, ist an dieser Stelle nachdrücklich darauf hinzuweisen, dass auch die Maßnahmen zahlreicher weiterer

städtischer Beteiligungen neben der Bewerbung eigener Dienstleistungen, Produkte etc. einen Marketingeffekt für die Stadt selbst erbringen.

Dies gilt zum einen für die Verbesserung des Images und der Positionierung der Stadt gegenüber Bürgern, ansässigen Institutionen etc. (Binneneffekt), zum anderen für potentielle Neubürgerinnen und Neubürger, potentielle neue Institutionen etc. (Außeneffekt).

Deshalb ist hier, um wenige Punkte exemplarisch zu nennen, auf den Natur Pur Award der HEAG Südhessischen Energie AG, teilweise die lokale Werbung der entega ("Darmstadt ist Stadt der Klimaschützer"), das Angebot von Hybridbussen der HEAG mobilo, Maßnahmen zum Quartiersmanagement der bauverein AG oder auch öffentliche Veranstaltungen von Klinikum, Zweckverband Gesundheitsamt, Kultureinrichtungen und anderen Beteiligungen hinzuweisen. Bei einem breiter angelegten Verständnis bilden diese Maßnahmen Mosaiksteine im Marketing und in der Öffentlichkeitsarbeit für die Gesamtstadt.

Walter Hoffmann
Oberbürgermeister