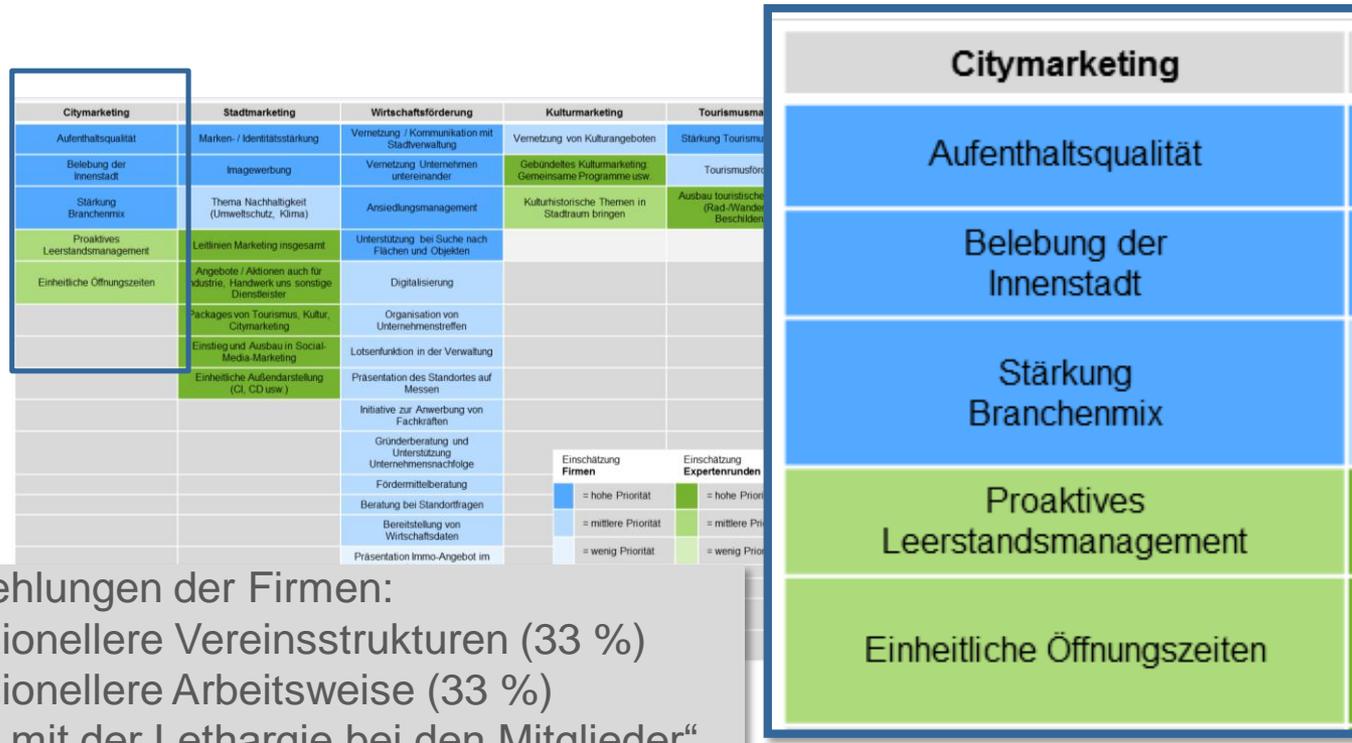


1. Das Zukunftsmodell

1.3 Die Knackpunkte = zentrale Analyseergebnisse

Das empfehlen die Tett nanger Unternehmen und Weitere:



Und Empfehlungen der Firmen:
 - Professionellere Vereinsstrukturen (33 %)
 - Professionellere Arbeitsweise (33 %)
 Und: „Weg mit der Lethargie bei den Mitglieder“

Quelle: Online-Befragung Gewerbetreibende März/April 2020, n = 38 (blaue Farbtöne) sowie Ergebnisse aus den Expertenrunden (grüne Farbtöne).

1. Das Zukunftsmodell

1.4 Die Lösung (1): Das Zielfoto

1

Gesamtstrategie Standortmarketing Tett nang

Positionen:

Konkurrenz 1: ...

Konkurrenz 2: ...

Tett nang: Hopfen
Montfort
idyllisch
Familien-Paradies
dynamisch

- Gemeinsame Ziele definieren = Inhalte
- Gründe für Viele, um sich überhaupt zu engagieren (Handwerk, Industrie, Hotellerie, Landwirtschaft...)
- Logik

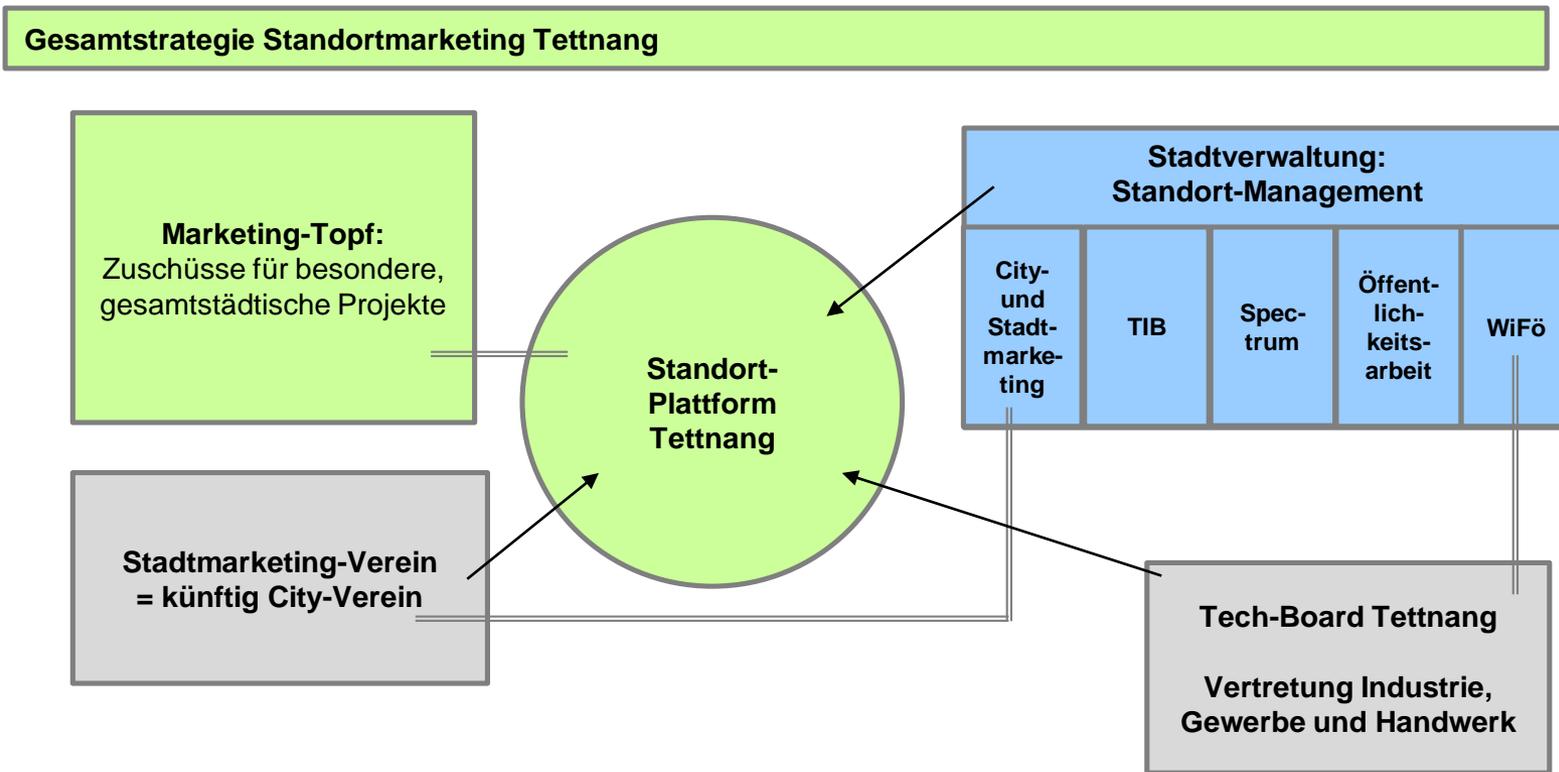
Damit gelöst:

„Endlich eine Orientierung für alle, statt halt Events“

1. Das Zukunftsmodell

1.4 Die Lösung (1): Das Zielfoto

Gesamtes Ziel-Bild:



1. Das Zukunftsmodell

1.5 Die Lösung (2): Der Stadtmarketingverein

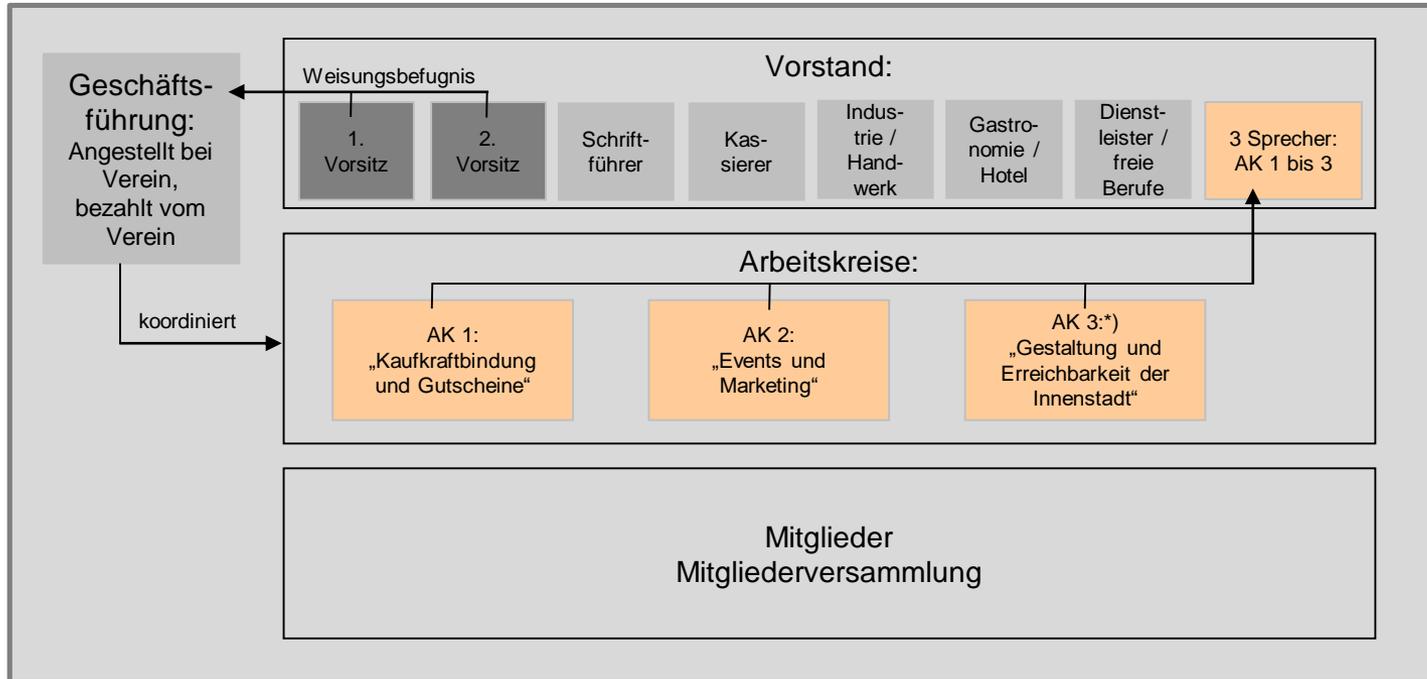
Der Stadtmarketingverein wird zum **City-Verein**:

Zentrale Aufgaben:	<ol style="list-style-type: none">1. Kaufkraftbindung und Gutscheine2. Events und Marketing3. Gestaltung und Erreichbarkeit der Innenstadt = Fokus Innenstadt
Satzung des Vereins:	Mittelfristig § 2 (Zweck des Vereins) anpassen
Arbeitsweise:	<ul style="list-style-type: none">▪ Geschäftsordnung▪ Geschäftsführung▪ Arbeitskreise
Mitgliedshaftern:	<ul style="list-style-type: none">▪ Die Stadt bezuschusst den Verein jährlich im Rahmen der so genannten de-minimis-Regelung. Eine Vertretung der Stadt im Vorstand besteht nicht mehr. Der Verein entscheidet selbständig (Split-Modell).▪ Der Verein ist für alle Unternehmen, Personen, Institutionen wie bisher offen.

1. Das Zukunftsmodell

1.5 Die Lösung (2): Der Stadtmarketingverein

So soll die Struktur künftig aussehen:



2. Strukturänderungen 2021

2.1 Übersicht

„Dreiklang“ und gegenseitiges Leistungsversprechen:

Stadtmarketingverein:

- Konzentration auf die **Innenstadt**, ohne formale Änderungen zunächst
- Stadt lässt ihre Vorstandsfunktion ruhen = Verein „**autark**“
- Verein erhält **städtischen Zuschuss** in Übergangszeit finanziellen Zuschuss der Stadt über den geplanten Sachkosten-zuschuss laut Zielfoto hinausgehen
- Verein baut **Arbeitsgruppen** auf
- **Geschäftsordnung** und konsequente Anwendung
- Besetzung Geschäftsstelle im 2. Halbjahr

= Professionalisierung, Eigenverantwortung

Stadt:

- Schaffung einer Personalstelle im ersten Halbjahr 2021 (100 %-Stelle) für die drei Themen **City-/ Stadtmarketing und Wirtschaftsförderung**; die Aufgaben hierzu sind dem Konzept zu entnehmen und zu kürzen, da eigentlich ausgelegt für zwei Stellen
- Diese Stelle übernimmt auch die **Koordination** mit dem Stadtmarketingverein (informell bereits ein Innenstadt-Verein), u.a. unterstützt sie punktuell (!) die Umsetzung von Vereinsaktionen
- Die Stelle übernimmt zudem die Koordination der in 2021 aufzubauenden Standort-Plattform Tettang

= Stabilisierung Wirtschaftsstandort, Fokussierung

Standort-Plattform Tettang:

- Start der Plattform, in 2021 ohne Budget
- Start in 2021: Definition des „Leitbildes“ für das Marketing
- Koordination über die neue Stelle „City-/Stadtmarketing & Wirtschaftsförderung“

= Alle Branchen (auch Landwirtschaft) eingebunden