



**Verwaltungsausschuss**

- öffentlich am 25.04.2024

**Gemeinderat**

- öffentlich am 08.05.2024

Sitzungsvorlage 065/2024

Stadtmarketing

Ellermann, Pia

Kösler-Krautz, Nadine

**Stadtmarketing: Stadtmarke Tettnau  
– Empfehlungen des Kompetenzteams und weitere Vorgehensweise**

Beschlussvorschlag

1. Der Gemeinderat beschließt die von dem Kompetenzteam erarbeiteten Markenkern, Markenwerte und die Markenarchitektur.
2. Die Verwaltung wird beauftragt die Stadtmarke Tettnau im Rahmen des Markenbildungsprozesses anhand der vorgestellten Markenkern und Markenwerte sowie der gezeigten Markenarchitektur (Dachmarkenstrategie) umzusetzen.
3. Die Verwaltung wird beauftragt eine Ausschreibung für einen Ideenwettbewerb für die grafische Umsetzung der Stadtmarke Tettnau durchzuführen (Teilnehmende: Werbe- und Grafikagenturen).

Anlagen:

## Finanzierung

Finanzielle Auswirkungen:	<input checked="" type="checkbox"/> Ja	<input type="checkbox"/> Nein
---------------------------	--	-------------------------------

Ausgaben:	
Vorhandener Planansatz:	ca. 6.000 EUR
Kostenträger, Sachkonto, Auftrag	571000/ 5710000 - 4431008
Benötigte Mittel insgesamt:	ca. 6.000 EUR
Benötigte Mittel über dem Planansatz (Über-/außerplanmäßige Ausgaben):	EUR
Folgekosten:	EUR
- laufende Sachkosten	EUR
- Personalkosten	EUR
Einnahmen:	
Vorhandener Planansatz:	EUR
Kostenträger, Sachkonto, Auftrag	EUR
Tatsächliche Einnahmen:	EUR

Genehmigung der überplanmäßigen/ außerplanmäßigen Ausgaben:	
Mehrausgaben gegenüber Planansatz:	EUR
Die Voraussetzungen für über-/außerplanmäßige Ausgaben gemäß § 84 GemO liegen vor: <input type="checkbox"/> Ja <input type="checkbox"/> Nein  Diese können abgedeckt werden durch: Verbuchungsort eingeben  Zuständigkeit (Wertgrenze) laut Hauptsatzung liegt beim <input type="checkbox"/> VA/TA (15.000 EUR bis 75.000 EUR) <input type="checkbox"/> GR (über 75.000 EUR)	

Ergänzende Erläuterungen:

## 1. Entwicklung der Stadtmarke Tett nang

Mit der Einstellung der Stadtmarketingbeauftragten im August 2022, hat sich das Stadtmarketing auf den Weg eines Markenbildungsprozesses gemacht, um die Stadt Tett nang gesamtstrategisch nach außen hin zu vermarkten. Nach der Analyse der zahlreichen Studien, Gutachten und Konzepte und nach der Auswertung der umfangreichen Bürgerbefragung im Mai 2023 wurde dem Gemeinderat am 19.07.2023 der aktuelle Stand des Markenbildungsprozesses inklusive eines ersten Entwurfs der Markenkerns Tett nangs sowie das weitere Vorgehen vorgestellt. Das Gremium hat daraufhin folgenden Beschluss gefasst:

*Aktuelle Beschlusslage (Sitzung vom 19.07.2023): „Die Verwaltung wird beauftragt, einen Dienstleister für die grafische Umsetzung der Stadtmarke zu beauftragen, nachdem ein Kompetenzteam, bestehend aus Bürgern, Akteuren, Vertretern aus dem Gemeinderat und Verwaltung die Dachmarkenstrategie erarbeitet hat.“*

Nach dem Beschluss des Gemeinderats hat das Stadtmarketing ein Kompetenzteam bestehend aus ca. 40 Personen, u.a. Vertreter des Gemeinderats, Vertretungen aus der Wirtschaft und dem Hopfenanbau, Ehrenamtliche und Bürgerinnen und Bürger sowie Vertretungen aus verschiedenen Bereichen der Verwaltung ins Leben gerufen, um die Basisstruktur der Stadtmarke Tett nang neben den bereits analysierten Quellen (u.a. Konzepte, Gutachten, Bachelorarbeiten) und der im Mai 2023 durchgeführten Bürgerbefragung zu erarbeiten.

Das Kompetenzteam hat sich am 18.10.2023 und am 19.03.2024 getroffen und Empfehlungen für den Gemeinderat erarbeitet.

### **Empfehlung Nummer 1 – Dachmarkenstrategie:**

Beim ersten Treffen des Kompetenzteams am 18.10.2023 wurden zunächst in einem theoretischen Impulsvortrag des Stadtmarketings verschiedene kommunale Markenarchitekturen (Dachmarkenstrategien) vorgestellt. Das Kompetenzteam arbeitete im Anschluss in Form von Arbeitsgruppen an der passenden und geeigneten Dachmarkenstrategie für Tett nang.

Zielsetzung einer einheitlichen Dachmarkenstrategie ist es, die bisher bestehenden unterschiedlichen Logos der städtischen Akteure zu vereinheitlichen und einen gesamtheitlichen städtischen Auftritt zu gewährleisten und somit die Wahrnehmbarkeit Tett nangs zu erhöhen. Damit kommt das komplette Angebot der Stadt „aus einem Guss“. Die Bandbreite der städtischen Dienstleistungen/Produkte werden als von der Stadt geschaffen wahrgenommen.

Die nachfolgende Grafik zeigt deutlich, wie die Stadt aktuell auftritt und welcher „Wildwuchs“ über die Jahre entstanden ist.

### Aktuelle Verwendung von Logos der städtischen Akteure (Auszug)

Absender Stadt Tett nang	Absender Stadt TT mit eigenständigen Logos																																							
<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr><td>Stadtverwaltung, Stadtarchiv, Stadtmarketing</td></tr> <tr><td>Amt für Bildung, Betreuung &amp; Bürgerschaft</td></tr> <tr><td>Amt für Bürgerservice, öffentliche Sicherheit und Ordnung <small>(zugehörige Abteilungen: Bürgerbüro, Gewerbeamt, Ordnungsamt, Standesamt)</small></td></tr> <tr><td>Amt für Finanzen, Grundstücksverkehr und Kasse <small>(zugehörige Abteilungen: Stadtkasse, Steueramt)</small></td></tr> <tr><td>Amt für Hochbau und Energie</td></tr> <tr><td>Amt für Personal, Organisation und IT</td></tr> <tr><td>Amt für Stadtplanung, Klima und Umwelt</td></tr> <tr><td>Amt für Steuern und Controlling</td></tr> <tr><td>Bauhof</td></tr> <tr><td>Bauordnungsamt</td></tr> <tr><td>Tiefbauamt</td></tr> </table>	Stadtverwaltung, Stadtarchiv, Stadtmarketing	Amt für Bildung, Betreuung & Bürgerschaft	Amt für Bürgerservice, öffentliche Sicherheit und Ordnung <small>(zugehörige Abteilungen: Bürgerbüro, Gewerbeamt, Ordnungsamt, Standesamt)</small>	Amt für Finanzen, Grundstücksverkehr und Kasse <small>(zugehörige Abteilungen: Stadtkasse, Steueramt)</small>	Amt für Hochbau und Energie	Amt für Personal, Organisation und IT	Amt für Stadtplanung, Klima und Umwelt	Amt für Steuern und Controlling	Bauhof	Bauordnungsamt	Tiefbauamt	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr><td>Feuerwehr</td><td></td><td>Städtische Kindergärten</td><td></td></tr> <tr><td>Musikschule TT</td><td></td><td>Jugendhaus</td><td></td></tr> <tr><td>Spectrum Kultur</td><td></td><td>Integrationsnetzwerk</td><td></td></tr> <tr><td>Stadtbücherei</td><td></td><td>Bürgerliches Engagement</td><td></td></tr> <tr><td>Tourist Info</td><td></td><td>Stadtbus</td><td></td></tr> <tr><td>Jugendbeteiligung</td><td></td><td>Bäder</td><td></td></tr> <tr><td>Schulsozialarbeit TT</td><td></td><td>Presse</td><td></td></tr> </table>	Feuerwehr		Städtische Kindergärten		Musikschule TT		Jugendhaus		Spectrum Kultur		Integrationsnetzwerk		Stadtbücherei		Bürgerliches Engagement		Tourist Info		Stadtbus		Jugendbeteiligung		Bäder		Schulsozialarbeit TT		Presse	
Stadtverwaltung, Stadtarchiv, Stadtmarketing																																								
Amt für Bildung, Betreuung & Bürgerschaft																																								
Amt für Bürgerservice, öffentliche Sicherheit und Ordnung <small>(zugehörige Abteilungen: Bürgerbüro, Gewerbeamt, Ordnungsamt, Standesamt)</small>																																								
Amt für Finanzen, Grundstücksverkehr und Kasse <small>(zugehörige Abteilungen: Stadtkasse, Steueramt)</small>																																								
Amt für Hochbau und Energie																																								
Amt für Personal, Organisation und IT																																								
Amt für Stadtplanung, Klima und Umwelt																																								
Amt für Steuern und Controlling																																								
Bauhof																																								
Bauordnungsamt																																								
Tiefbauamt																																								
Feuerwehr		Städtische Kindergärten																																						
Musikschule TT		Jugendhaus																																						
Spectrum Kultur		Integrationsnetzwerk																																						
Stadtbücherei		Bürgerliches Engagement																																						
Tourist Info		Stadtbus																																						
Jugendbeteiligung		Bäder																																						
Schulsozialarbeit TT		Presse																																						

Abbildung 1: Auszug aktueller städtischer Logos

Das Kompetenzteam hat sich anhand der vorgestellten Theorien für eine Dachmarkenstruktur „Differenzierter Ansatz“ entschieden. Bei diesem Ansatz fungiert die Marke als Dach und lässt Submarken zu, die sich an dem visuellen Auftritt der Dachmarke orientieren.

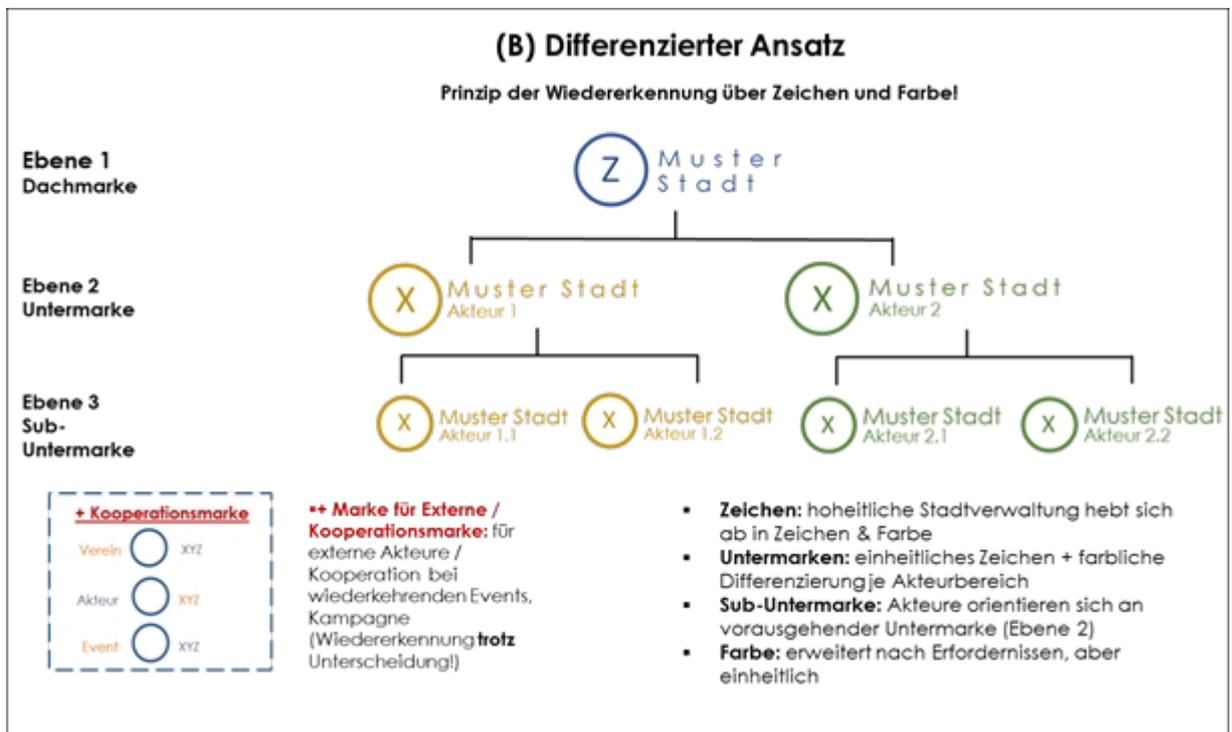


Abbildung 2: Dachmarkenstrategie „Differenzierter Ansatz“

Das Markendach ist als hoheitliches Zeichen für die Stadtverwaltung zu sehen. Darunter werden Submarken mit Namenszusätzen angelegt. Mit der neuen Struktur können die Stadtakteure (Bereiche, wie Tourismus, Kultur, etc.) besser zusammengefasst werden und zielgerichtet auftreten. Zusätzlich soll eine Kooperationsmarkenstruktur für externe Dritte (bspw. Vereine, wiederkehrende Veranstaltungen) berücksichtigt werden, damit diese die Möglichkeit haben die Dachmarke der Stadt zu nutzen und damit ein Wiedererkennungseffekt geschaffen werden kann.

Ein Umsetzungsbeispiel im kommunalen Umfeld für die oben beschriebene Dachmarkenstrategie ist die Nachbargemeinde Friedrichshafen (siehe Abbildung 3), die auch aufgrund eines Markenbildungsprozesses (2017-2019) ihre Markenarchitektur und ihren grafischen Auftritt erfolgreich überarbeitet hat.



Abbildung 3: Markenstrategie Friedrichshafen

## **Empfehlung Nummer 2 – Markenkern und Markenwerte:**

Bei dem zweiten Treffen des Kompetenzteams haben sich die Teilnehmenden intensiv mit den Markenkernen und Markenwerten der Stadt Tettnang beschäftigt. Zunächst erhielten die Teilnehmenden vom Stadtmarketing einen theoretischen Überblick zur Thematik „Entwicklung eines Stadtmarkenkerns und Markenwerten im kommunalen Umfeld“. Anschließend berichtete Herr Goldschmidt, Geschäftsführer der Stadtmarketing GmbH Friedrichshafen, in einem Impulsvortrag über den Ablauf, die Erfolgsfaktoren, Herausforderungen und über die Vorgehensweise bei der strategischen Umsetzung des Markenbildungsprozesses in Friedrichshafen.

Nach dem Theorieteil begann die Workshop-Phase des Treffens.

Anhand der vorläufig entstandenen Markenkern, welche anhand der unterschiedlichen Quellen sowie der durchgeführten Bürgerbefragung erstellt wurden, beides vorgestellt im Gemeinderat, beschäftigten sich die

Teilnehmenden mit diesem Markenkern-Entwurf im Hinblick darauf, ob dieser tatsächlich dem entspricht, wofür Tett nang steht.

Hier ein Überblick über die ausgewerteten Konzepte und Gutachten:

- 2006: Einzelhandelsstudie „Die Stadt Tett nang als Standort für Ladeneinzelhandel und Ladenhandwerk“; GMA
- 2007: Einzelhandelskonzept „Einzelhandelsstandort Tett nang 2020“; imakomm
- 2016: Aktualisierung des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Tett nang; CIMA
- 2016: Bachelorarbeit „Strategisches Standortmarketing.“
- 2017: Integriertes Stadtentwicklungskonzept „ISEK Tett nang 2030 – Lebensräume gestalten.“; UmbauStadt
- 2018: Bachelorarbeit „Eine Stadt als Marke.“
- 2020: Zukunftsmodell Stadtmarketing Tett nang; imakomm
- 2021: Demografie 2020 - Fortschreibung Vorausrechnung Bevölkerung und Infrastrukturnachfrage 2035. LBBW Immobilien Kommunalentwicklung GmbH
- 2021: 1.+ 2. Klausurtagung und Rückblick in Tett nang; Institut für Kommunalstrategie (Iks)
- 2022: Markenworkshop, Rathaus Tett nang; Stadtmarketing
- 2022: Magazin Kommunal mit CONTOR Regio; Studie
- 2023: Bürgerbefragung; Stadtmarketing mit HS Albstadt-Sigmaringen
- 2023: Interviews mit Wirtschaftsvertretern; Stadtmarketing

Abbildung 4: Quellen für vorläufige Markenkern

Markenkern-Entwurf:



Abbildung 5: Vorläufige Markenkern

Die Aufgabe des Kompetenzteams war es, die vorgestellten Markenkern zu diskutieren und mögliche Anpassungen (zusammenfassen, ergänzen oder ähnliches) durchzuspielen und die folgende Leitfrage dabei zu berücksichtigen: „Ist der definierte Markenkern wirklich für **intern** (Identifikation) und **extern** (Image) relevant?“.

Im Ergebnis konnten sich die Teilnehmenden auf ein einheitliches Markenrad einigen.

Die Empfehlung lautet, sich **auf vier Markenkern zu konzentrieren, die die Stärken der Stadt darstellen.**

1. Die Markenkern **Hopfen** und **Wirtschaft** sollen unangetastet im vorgeschlagenen Markenkern bestehen bleiben.
2. Die Markenkern **Schloss, Lage und Stadtbild, Angebot und Vielfalt** sollen zu einem Markenkern verschmelzen, wobei das Stadtbild eliminiert werden soll. Mögliche Neubenennungen des zusammengefassten Markenkerns könnten sein: **Städtische Infrastruktur oder Kleine Stadt mit vielfältigem Angebot.**
3. Die Markenkern **Nachhaltigkeit und WIR-Gefühl** sollen in einem Markenkern zusammengefasst werden. Möglicher neuer Name des Markenkerns: **Gemeinschaftliche und gesellschaftliche Verantwortung.**
4. Zusätzlich zu den vier Markenkernen wurden noch Markenwerte erarbeitet, die für Tettangs „Charakter“ stehen.

Ergebnis: Markenkern und -werte

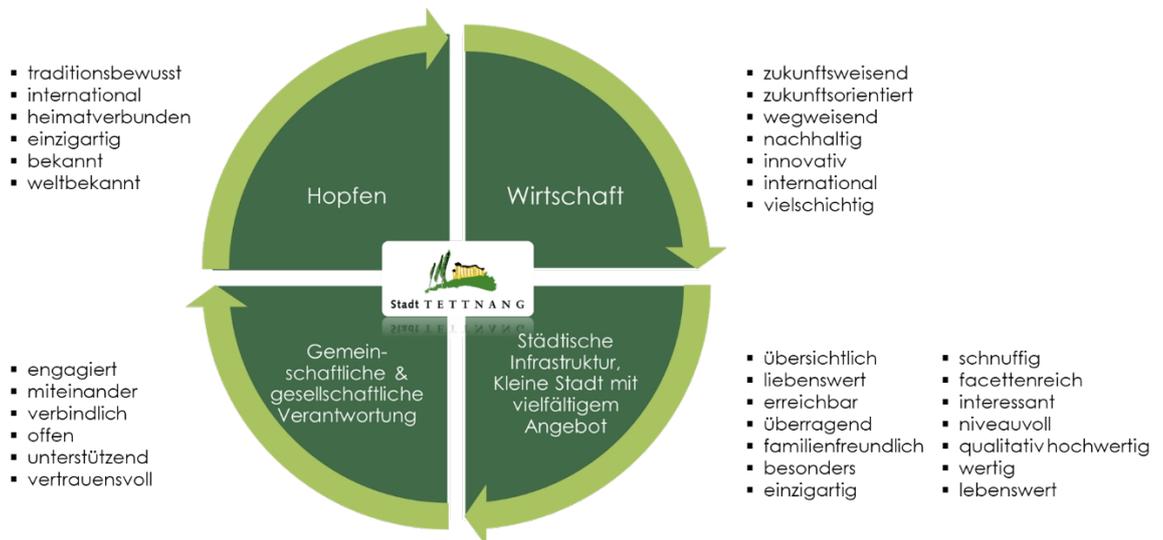


Abbildung 6: Beschlossene Markenkern Kompetenzteam und Markenwerte

Anhand der Empfehlungen des Kompetenzteams aus den beiden Workshoprunden, ist eine sehr fundierte und professionelle Basis für die weitere Entwicklung der Stadtmarke Tettang erarbeitet worden, die dem Gemeinderat als Grundlage für die Entscheidung dienen soll.

Diese Theorie gilt es nach einer Einigung auf die Markenkern in die Praxis umzusetzen, damit Tettang eine **klare Identität** (Profil) erhält und sich nach innen (**Identifikation**) und nach außen (**Image**) zeitgemäß und modern in der Öffentlichkeit präsentieren kann.

## 2. Nächsten Schritte: Ideenwettbewerb

Um die Stadtmarke Tettang (mit Markenkern, -wert und -architektur) strategisch und ganzheitlich vermarkten zu können, empfiehlt die Verwaltung

im ersten Schritt (Phase 1) eine öffentliche Ausschreibung eines Ideenwettbewerbs (Grafikagenturen) für die grafische Umsetzung der **Stadtmarke Tett nang** durchzuführen.

Ziel ist es, unter den eingereichten Agenturvorschlägen/-Ideen (Phase 2), **maximal drei Agenturen** auszuwählen, die ihre Vorschläge konkretisieren und danach dem Kompetenzteam sowie dem Gemeinderat vorstellen. Hierbei erhalten die ausgewählten Agenturen ein Pitchhonorar von je 1.500€ (netto). Am Ende des Auswahlprozesses soll **eine Agentur** stehen, die die Stadtmarke Tett nang grafisch ausarbeitet. Sobald der Beschluss des Gemeinderats für die grafische Umsetzung erfolgt ist, kann die Ausarbeitung der Stadtmarke Tett nang starten. Die Ausarbeitung und Umsetzung der Stadtmarke Tett nang soll nachhaltig und ressourcenschonend erfolgen. Im Einklang mit den Ämtern und vor allem auf Bedarf werden neue Vorlagen angefertigt.