Der Rat möge beschließen:

1. Das PR- und Marketingkonzept der Stadt Schortens 2010 wird für die Teilbereiche Vorbemerkung, Aufgabenstellung, Situationsanalyse, Stärken-Schwächen-Abgleich (SWAT-Analyse) innerhalb des Entwicklungsprozesses „Corporate Identity“ anerkannt.
2. Die Verwaltung wird beauftragt, eine Zeitschiene sowie eine Kostenplanung zur Durchführung des Corporate Identity – u.a. Umsetzung PR- und Maßnahmenkatalog und das Corporate Design – innerhalb der Corporate Identity zu entwickeln.
3. Entsprechend der Bürgerbefragung ist eine Befragung der Jugendlichen durchzuführen. Die Ergebnisse sind in den Entwicklungsprozess mit aufzunehmen.
4. Der Fachausschuss ist regelmäßig über den Verlauf des Prozesses zu unterrichten.