

Niederschrift

über die 26. Sitzung des Ausschusses für Sport, Kultur und Tourismus
der Stadt Schortens

Sitzungstag: Mittwoch, 12.05.2010
Sitzungsort: Rathaus Heidmühle, Oldenburger Str. 29
Sitzungsdauer: 17:00 Uhr bis 20:00 Uhr

Anwesend sind:

Ausschussvorsitzender Thomas Eggers

Ausschussmitglieder Peter Eggerichs
Dr. Almut Eickelberg
Karl-Heinz Groenhagen
Thomas Labeschautzki
Wolfgang Ottens
Gerhard Ratzel
Manfred Schmitz
Ingrid Schneider

Grundmandat Janto Just

Gast RM Elfriede Schwitters

Von der Verwaltung
nehmen teil: Bürgermeister Gerhard Böhling
StD Anja Müller
Kulturkoordinator Uwe Burgenger zu TOP 6
VA Olaf Kollmann
VA Heide Schröder-Ward

Tagesordnung:

1. Eröffnung der Sitzung
Der Vorsitzende eröffnet die Sitzung.
2. Feststellung der ordnungsgemäßen Ladung und der Beschlussfähigkeit
Der Vorsitzende stellt die ordnungsgemäße Ladung und
Beschlussfähigkeit fest.

3. Feststellung der Tagesordnung

Die Tagesordnung wird festgestellt.

4. Genehmigung der Niederschrift vom 10.03.2010 - öffentlicher Teil

Die Niederschrift wird genehmigt

5. Einwohnerfragestunde

Es werden keine Fragen gestellt.

6. Bürgerhaus Schortens; Spielzeit 2010/11 und Schortenser Sommer 2010 **SV-Nr. 06//0799**

Kulturkoordinator Burgenger stellt das Programm der Spielzeit 2010/2011 sowie das Programm für den Schortenser Sommer vor.

Er teilt mit, dass auch in diesem Jahr wieder eine Veranstaltung in Zusammenarbeit mit dem Seniorenpass durchgeführt wird.

Weiterhin weist er darauf hin, dass in diesem Jahr erstmals ein Becherverkauf zur Refinanzierung des Schortenser Sommers durchgeführt wird.

Der Bürgerhauswirt, Josef Klein, organisiert in diesem Jahr erstmals an drei Sonntagen Konzerte in Eigenregie. Diese Konzerte stellen keine Konkurrenz für die eigentlichen Schortenser-Sommer-Konzerte dar. Es ist zu begrüßen, dass der Wirt die häufig geforderte Eigeninitiative zeigt.

Der Bericht wird zur Kenntnis genommen.

7. PR- und Marketingkonzept der Stadt Schortens **SV-Nr. 06//0802**

VA Schröder-Ward erläutert den Beschlussvorschlag der Verwaltung.

Der Geschäftsführer der Compono GmbH, Axel Homfeldt, stellt zusammenfassend das von seiner Firma entwickelte PR- und Marketingkonzept für die Stadt Schortens vor.

Die Vertreterin der Jugendkoordinierungspersonen bei der Stadt Schortens, Maren Hinrichs, erhält das Wort. Sie weist darauf hin, dass die Jugendkoordinierungspersonen alle Sitzungsvorlagen zur Kenntnis erhalten und das Recht haben, Hinweise und Anregungen zur Berücksichtigung der Belange von Kindern und Jugendlichen zu geben.

Ergänzend weist sie darauf hin, dass bei der Bürgerbefragung, die Grundlage für das PR- und Marketingkonzept ist, Kinder und Jugendliche ausdrücklich von der Teilnahme ausgeschlossen wurden, da nur Personen ab 18 Jahren befragt wurden. Daher bittet sie darum, eine Befragung von Kindern und Jugendlichen nachzuholen sowie Kinder und Jugendliche bei der anstehenden Entscheidung über das Corporate Design zu beteiligen.

Der Beschlussvorschlag soll entsprechend ergänzt werden.

RM Ottens fragt an, inwieweit Kinder und Jugendliche bei der Entwicklung des Leitbildes mitgewirkt haben.

BM Böhling antwortet, dass Kinder und Jugendliche an der Entwicklung des Leitbildes nicht beteiligt wurden.

RM Labeschautzki teilt mit, dass er die Befragung für nicht repräsentativ hält, da die Rücklaufquote zu gering war.

Weiterhin soll der Beschlussvorschlag dahingehend ergänzt werden, dass neben der Zeitschiene auch ein Kostenplan vorgelegt werden soll.

RM Just teilt mit, dass das vorgelegte Konzept seiner Meinung nach keine Antwort auf die Positionierung der Stadt Schortens gibt. Er weist auf den Antrag der BfB-Fraktion hin und bittet um Ergänzung des Slogans um „ländlich wohnen, städtisch leben“.

RM Ratzel ist der Meinung, dass es sich um eine repräsentative Befragung handelt, da ein zufällig ausgewählter Querschnitt der Bevölkerung befragt wurde.

RM Just erkennt andere Stärken als die im Konzept dargestellten. Seiner Meinung nach sollte der Fachbereich Stadtmarketing den Wohnraum „um die City“ an Auswärtige vermarkten und den Wohnraum in der Innenstadt an Einheimische. Außerdem sollte sich die Tourismusförderung auf die Zielgruppen „Ältere“ und „Familien“ konzentrieren.

Weiterhin sollten Befragungen der Unternehmen sowie der Zu- und Wegziehenden durchgeführt werden, um die Stärken und Schwächen sowie die Gründe für den Wohnortwechsel herauszufinden.

RM Ottens ist der Ansicht, dass das Konzept in die Zukunft gerichtet ist und daher durchaus zusätzliche neue Stärken herausgearbeitet werden können.

RM Eggerichs beantragt, den Beschlussvorschlag wie folgt zu ergänzen:

1. Punkt 2 des Beschlussvorschlages ist um „sowie eine Kostenplanung“ zu ergänzen.
2. Als neuer Punkt 3 des Beschlussvorschlages soll aufgenommen werden:

Entsprechend der Bürgerbefragung ist eine Befragung der Jugendlichen durchzuführen. Die Ergebnisse sind in den Entwicklungsprozess mit aufzunehmen.

3. Als neuer Punkt 4 des Beschlussvorschlages soll aufgenommen werden:
Der Fachausschuss ist regelmäßig über den Verlauf des Prozesses zu unterrichten.

Der Vorsitzende lässt über die einzelnen Punkte des Antrags getrennt abstimmen.

Punkt 1 wird mit einer Enthaltung einstimmig angenommen.
Punkt 2 wird einstimmig angenommen.
Punkt 3 wird einstimmig angenommen.

RM Just beantragt, den Beschlussvorschlag wie folgt zu ergänzen:

4. Die Unternehmen sollen zu Stärken und Schwächen der Stadt Schortens befragt werden.
5. Der Fachbereich Stadtmarketing soll den leerstehenden Wohnraum und Neubaugebiete erfassen und vermarkten.

Der Vorsitzende lässt über die einzelnen Punkte des Antrags getrennt abstimmen.

Punkt 4 wird mehrheitlich abgelehnt.
Punkt 5 wird mehrheitlich abgelehnt.

RM Labeschautzki schlägt vor, dass Frau Schröder-Ward die Firmen im Rahmen der geplanten Bereisung befragt.

RM Schneider teilt für die Gruppe Bündnis 90/Die Grünen/Die Linke mit, dass sie nicht zustimmen wird. Ihre Gruppe ist der Meinung, dass das Marketingkonzept zu überdimensioniert und kostspielig ist.

Es ergeht mehrheitlich folgender geänderter Beschlussvorschlag:

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.

8. Corporate Design der Stadt Schortens **SV-Nr. 06//0797**

In Vertretung für den erkrankten Herrn Mühlbauer stellt VA Schröder-Ward die Logo-Entwürfe vor.

RM Just weist auf den Antrag und den Logoentwurf der BfB-Fraktion hin.

RM Ottens ist der Meinung, dass das Schortenser Pferd nicht Bestandteil des Logos sein sollte, da das Pferd das historische Wappen ist, das Logo jedoch in die Zukunft weisen sollte. Seiner Ansicht nach sollte ein Slogan kurz und prägnant sein. Er hält den Vorschlag der BfB-Fraktion für zu überfrachtet.

RM Eggerichs schlägt vor, die Bürger über alle drei Logoentwürfe abstimmen zu lassen.

RM Just meint, dass mit dem Slogan „Nordseenähe inklusive“ nicht das vermittelt wird, wofür Schortens eigentlich steht. Die Nordseenähe ist lediglich die Zugabe. Auch über seinen Vorschlag für ein Logo sollte der Bürger abstimmen dürfen.

RM Labeschautzki beantragt, auf die Bürgerbefragung zu verzichten und im Ausschuss über die vier Logos abzustimmen.

RM Ottens beantragt eine Sitzungsunterbrechung.

Nach Wiederaufnahme der Sitzung teilt RM Ottens mit, dass die Mehrheitsgruppe dem Antrag von RM Labeschautzki zustimmen wird.

RM Eggerichs teilt mit, dass seine Fraktion im Vorfeld kein Logo favorisiert hat, da die Entscheidung im Rahmen einer Bürgerbefragung getroffen werden sollte. Die SPD-Fraktion wird sich daher bei der Abstimmung enthalten.

Der Vorsitzende lässt über den Antrag vom RM Labeschautzki, auf die Bürgerbefragung zu verzichten, abstimmen.

Der Antrag wird bei einer Enthaltung einstimmig angenommen.

Der Vorsitzende lässt im Anschluss über die vier vorgestellten Logos abstimmen.

1. Das „BfB-Logo“ wird bei vier Enthaltungen einstimmig abgelehnt.
2. Das Logo mit dem stilisierten Pferd wird bei vier Enthaltungen einstimmig abgelehnt.
3. Das Logo mit den 12 Linien wird bei vier Enthaltungen

- einstimmig abgelehnt.
4. Das Logo mit der stilisierten Kugel wird bei vier Enthaltungen einstimmig beschlossen.

Es ergeht einstimmig bei vier Enthaltungen folgender Beschlussvorschlag:

Der Rat möge beschließen:

Das Logo mit der stilisierten Weltkugel wird das neue Logo der Stadt Schortens und bildet die Grundlage des neuen Corporate Designs.

9. Standort für eine Skulptur im Rahmen des Horster Bildhauersymposiums als Dauerleihgabe **SV-Nr. 06//0790**

StD Müller stellt den TOP vor.

RM Labeschautzki fragt an, wie die Skulptur aussieht. StD Müller antwortet, dass dieses noch nicht bekannt ist.

Es wird mehrheitlich bei einer Gegenstimme beschlossen, den Tagesordnungspunkt zu vertagen, bis das Aussehen der Skulptur bekannt ist.

10. Anfragen und Anregungen:

Es werden keine Anfragen gestellt.