

Bericht:

Die anliegende Power Point Präsentation stellt die entsprechenden Erfolge in den Leistungen Stadtmarketing und Tourismus des Fachbereichs 12 dar. Weitere Erläuterungen erhalten Sie in der Sitzung.

Neben der Umsetzung des vom Rat der Stadt Schortens beschlossenen PR- und Marketingkonzept umfasst der Sachstandbericht auch die von den Gremien der Stadt zusätzlich beschlossenen Ziele und Kennzahlen für den Fachbereich 12.

Ende 2010 und Anfang 2011 stand die Umsetzung des 2010 beschlossenen Corporate Design der Stadt Schortens mit der Einführung von Namensschilder, Visitenkarten, Merchandiseprodukten, der Imagebroschüre und des Gastgebers im Focus des Fachbereichs 12. Ein wichtiger Baustein ist der Vertrieb der beiden Broschüren, u. a. auf Messen und Ausstellungen oder durch Vertriebspartner, z .B. der Jade Bay Entwicklungsgesellschaft und des Jever Fun Lauf Orga Teams oder des BFSV-Küste.

Im Frühjahr (März - Mai) lag der Schwerpunkt zum einen auf die zielgerechte Werbung im Bereich Standortmarketing und im Bereich Tourismus, u. a. mit der Erstellung des neuen Aqua Toll Flyers, eines neuen Wochenmarktflyers und einer Anzeigenkampagnen in verschiedenen Medien – Thema: „Gewerbe“, „Bauen und Wohnen“.

Die Übernachtungszahlen 2010 lagen aufgrund der frühen Osterferien 2010 und des schlechten Wetters 2010 (Kälte im März/April und Regen im Sommer) zur Hauptreisezeit etwas unter den Zahlen von 2009:

...

2

2008	35.736 Übernachtungen
2009	46.790 Übernachtungen
2010	46.350 Übernachtungen

Der Fachbereich 12 ist trotz der Witterungsverhältnisse sehr zufrieden mit den Zahlen für das Jahr 2010.

Veranstaltungen zur Förderung des Bekanntheitsgrades und des Images der Stadt waren im Januar 2011 der 6. Stadtgeburtstag unter dem Motto „Eisskulpturenfestival“ und das Frühlingsfest mit Fahrradtag und Autoschau am 08.05.2011. Beide Veranstaltungen fanden jeweils mit verkaufsoffenen Sonntagen statt und sind positiv in der Bevölkerung, im Gewerbe und in der Region aufgenommen worden.

Im Vordergrund in den nächsten Monaten steht u. a. die weitere Umsetzung des Corporate Design im Bürgerhaus, die Frage der Bedeutung von Social Media für die Stadt Schortens, der Mediaplan und das verbesserte Monitoring von Werbemaßnahmen, die Internetdarstellung (Kataster) von Gewerbeflächen, gewerblichen Räumen, Sehenswürdigkeiten etc., der Aufbau der Rad/Wanderroute Schortens mit dem Fachbereich 21 und die Erschaffung einer Neu/Bürgerbroschüre 2012.