

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: