

<b>Beschlussvorlage</b>	<b>5244/2018</b>	<b>Fachbereich 1</b> Herr Hoffmann
<b>Fortschreibung des Standortmarketingkonzepts</b>		
<b>Beratungsfolge</b>	<b>Wirtschaftsbeirat</b> <b>Ausschuss für Stadtentwicklung und Wirtschaft</b> <b>Haupt- und Finanzausschuss</b> <b>Stadtrat</b>	

**Beschlussvorschlag der Verwaltung:**

Der Stadtrat nimmt die im Kompendium dargestellten Handlungsempfehlungen an und beauftragt die Verwaltung die für die Umsetzung der Handlungsempfehlungen notwendigen Ressourcen zu ermitteln und darauf aufbauend gesonderte Beschlussvorlagen zu erstellen.]

<u>Gremium</u>	<u>Ja</u>	<u>Nein</u>	<u>Enthaltung</u>	<u>wie Vorlage</u>	<u>TOP</u>
<u>Wirtschaftsbeirat</u>					
<u>Ausschuss für Stadtentwicklung und</u>					
<u>Wirtschaft</u>					
<u>Haupt- und Finanzausschuss</u>					
<u>Stadtrat</u>					

**Sachverhalt:**

Die Stadt Mayen hat 2015 ihr Standortmarketingkonzept verabschiedet. Betreut wurde dieser Prozess von der Firma imakomm Akademie GmbH, Aalen. In Zusammenarbeit mit den Akteuren aus Politik, Wirtschaft und Verwaltung wurde erstmals ein zusammenhängendes Portfolio an Maßnahmen erarbeitet. Basis hierfür war ein umfangreicher Beteiligungsprozess mit zahlreichen Workshops. Die Überprüfung der Umsetzung von festgelegten Maßnahmen sowie die Entwicklung neuer wurde für das Jahr 2018 geplant.

Im Rahmen der Umsetzung des Standortmarketingkonzepts wurde eine Koordinationsplattform gebildet. Sie besteht aus verschiedenen Experten der Bereiche Marketing, Vertrieb, Regionalmarketing und Unternehmensführung. Dies sind folgende Personen:

- Erich Leicht, Prokurist der Volksbank RheinAhrEifel eG
- Peter Michels, Citymanager der Stadt Mayen
- Marco Pung, Vertriebsleiter des FirmenkundenCenters der Kreissparkasse Mayen
- Dr. Wolfgang Schlags, Inhaber der Reichskronen-Apotheke Dr. Schlags und 2. Vorsitzender der MY-Gemeinschaft e.V.
- Markus Schmitt, Geschäftsführer des Modehauses Küster und 1. Vorsitzender der MY-Gemeinschaft e.V.

Die Koordinationsplattform hat die Fortschreibung des Standortmarketingkonzepts in zwei Schritten vorgenommen:

1. Analyse und Bewertung der bisherigen Maßnahmen
2. Entwicklung künftiger Schwerpunkte im Standortmarketing.

Beide Handlungsschritte haben die zwischenzeitlichen bzw. aktuellen Entwicklungen in Mayen wie Entwicklung der Kunden- und Besucherfrequenz, Leerstandentwicklung sowie weitere ökonomische Faktoren berücksichtigt.

Anhand einer synoptischen Darstellung der Maßnahmen aus dem bisherigen Standortmarketingkonzept wird jeweils der Grad deren Umsetzung bewertet. Darüber hinaus sind die entsprechenden Bewertungen sowie Handlungsempfehlungen und neue inhaltlichen

Schwerpunkte ausführlich erläutert.

**Finanzielle Auswirkungen:**

keine

**Familienverträglichkeit:**

Hat die geplante Entscheidung unmittelbare oder mittelbare Auswirkungen auf Familien in der Stadt Mayen?

Nein

**Demografische Entwicklung:**

Hat die vorgesehene Entscheidung unmittelbare Auswirkung auf die maßgeblichen Bestimmungsgrößen des demografischen Wandels und zwar

- die Geburtenrate
- die Lebenserwartung
- Saldo von Zu- und Wegzug (Migration, kommunale Wanderungsbewegung)

und beeinflusst damit in der Folge die Bevölkerungsstruktur der Stadt Mayen?

Nein

**Barrierefreiheit:**

Hat die vorgesehene Entscheidung unmittelbare oder mittelbare Auswirkungen auf die in der Stadt vorhandenen Maßnahmen zur Herstellung der Barrierefreiheit?

Nein

**Innovativer Holzbau:**

Sofern es sich um ein Bauwerk handelt: Kann das Bauwerk als innovatives Holzbauwerk errichtet werden:

Ja:       Nein:       Entfällt:

**Anlagen:**

Anlage 1 – Bericht  
Anlage 2 - Synopse