

20.09.2023

Gemeinsame Bitte um Stellungnahme

Gremium	Termin	Zuständigkeit	Status
Rat der Stadt	21.09.2023	Beratung	öffentlich

Tagesordnungspunkt

Stadtstrategie. Markenkern. Stadtverwaltungsstrategie.

Sehr geehrter Herr Oberbürgermeister,

in der Sitzung am 31. März 2022 hat der Rat der Stadt Dortmund die Entwicklung einer gesamtstädtischen **Stadtstrategie** beschlossen und die Verwaltung mit der Initiierung, Umsetzung und Steuerung des zugehörigen Prozesses beauftragt (Drucksache Nr.: 24066-22). Zugleich hat der Rat die Strategie für eine „Zukunftsfähige Verwaltung“ (**Stadtverwaltungsstrategie**) zur Kenntnis genommen. Mit der Auflösung der DORTMUNDtourismus GmbH (Ratssitzung am 12. Mai 2022, Drucksache Nr.: 24193-22) ist die Weiterentwicklung der Dortmund Agentur zum Amt für Marketing und Stadtkommunikation eingeleitet worden. Das damit verfolgte Ziel ist es, ein ganzheitliches, einheitliches Stadtmarketing und eine ganzheitliche, einheitliche Stadtkommunikation zu betreiben, einen **Markenkern** herauszuarbeiten und Dortmund als Marke zu etablieren und die Außendarstellung, die Imagebildung und Profilierung unserer Stadt voranzutreiben: „Alle müssen die gleiche Geschichte erzählen, die gleichen Inhalte transportieren“, heißt es dazu erläuternd in einer Stellungnahme der Verwaltung vom 5. Mai 2022 (Drucksache Nr.: 24193-22-E2).

Gleichwohl gibt es aktuell die drei vorstehend erwähnten, zunächst einmal nebeneinanderstehenden Stränge und Ansätze, die sich alle mit Ausgangsbildern, Leitbildern und Zukunftsbildern für unsere Stadt beschäftigen und die sich alle drei im Prinzip mit den Fragen auseinandersetzen, was Dortmund ausmacht bzw. wie es gesehen wird und wie es zukünftig gewollt ist.

Vor diesem Hintergrund bitten die Fraktionen Bündnis 90/DIE GRÜNEN und die CDU-Fraktion die Verwaltung um eine Stellungnahme zu den nachfolgenden Fragestellungen:

1. Nach unserer Überzeugung müssen am Ende die Stadtstrategie, die Bildung eines Markenkerns und die Stadtverwaltungsstrategie wie aus einem Guss sein und eine gemeinsame Klammer haben. Daraus resultiert für uns die Frage, auf welchem Weg das Nebeneinander der drei Ansätze schlussendlich

miteinander verzahnt, aufeinander abgestimmt und in Einklang gebracht werden soll?

2. Die Verwaltung wird gebeten zu erläutern, welche Form der politischen Beteiligung bei der Entwicklung eines Markenkerns für unsere Stadt vorgesehen ist.
3. Wir erbitten einen aktuellen Bericht zum Stand des Ausschreibungsverfahrens zur Vergabe der Durchführung des „Organisierten Stadtgesprächs“ zur Entwicklung einer Stadtstrategie.
4. Wie wird die politische Beteiligung bei der Entwicklung eines Markenkerns und bei der Entwicklung einer Stadtstrategie miteinander verzahnt und aufeinander abgestimmt?
5. Wie sieht der Zeitplan für die Entwicklung eines Markenkerns für unsere Stadt aus?
6. Wie sieht der aktuelle Zeitplan zur Entwicklung einer Stadtstrategie aus?
7. Inwieweit fügt sich das „Forum Stadtstrategie“, das am 09.02.22 erstmals tagte, in die Gesamtkonzeption für die organisierten Stadtgespräche ein?
8. Welche Mittel wurden bisher für die Stadtstrategie verausgabt?

Mit freundlichen Grüßen
gez.

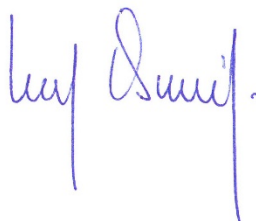
**Ingrid Reuter
Bündnis 90/Die Grünen**

**Dr. Jendrik Suck
CDU**

f. d. R.



Sabine Pezely
Geschäftsführerin



Ralf Binnberg
Geschäftsführer