

Leitlinien für das Stadtmarketing der Stadt Zittau

Einleitung

Die Leitlinien für das Stadtmarketing der Stadt Zittau greifen die diversen Strategiepapiere der Stadt Zittau auf und geben die Richtung für die Außen- und Innenkommunikation der Stadtverwaltung vor. Sie sind zudem Orientierungshilfe für die darüber hinaus gehende Erstellung öffentlichkeitsrelevanter Materialien.

Strategische Grundlagen:

- Stadtentwicklungskonzept der Stadt Zittau inkl. der
- Tourismuskonzeption der Stadt Zittau
- Tourismuskonzeption für die touristischen Regionen des Landkreises Görlitz
- Kulturleitlinien der Stadt Zittau
- Leitbild und Entwicklungskonzept der Städtischen Museen
- Weißbuch

Warum braucht Zittau Leitlinien?

Stadtmarketing ist grundsätzlich keine Aufgabe für einzelne Mitarbeiter, sondern vielmehr eine Gemeinschaftsaufgabe aller Mitglieder einer Stadtgemeinschaft. Um hier wirklich zielgerichtet zu arbeiten und größtmöglichen Nutzen aus dem in Marketingaktivitäten investierten Kapital zu ziehen, ist eine klare Ausrichtung der Arbeiten erforderlich. Marketing ist in erster Linie zielgerichtete Kommunikation. Dabei ist es erforderlich, die thematischen Zielbereiche und Zielgruppen festzulegen und in der laufenden Arbeit als allgemeine Anhaltspunkte festzuschreiben. Für Zittau ergeben sich die folgenden

Haupt-Arbeitsbereiche:

- 1.) Imagebildung:
Sowohl bei den Einwohnern der Stadt als auch bei ihren Gästen soll eine positive Meinung über die Stadt vorherrschen.
- 2.) Standortvermarktung:
Über ein positives Image ist es möglich, langfristiges Interesse an der Stadt zu wecken. Erst wenn die allgemein vorherrschende Meinung grundsätzlich positiv ist, interessieren sich potenzielle Touristen, Museumsbesucher, Studierende, Investoren usw. für konkrete Details zu Standortvorteilen.
- 3.) Vernetzung und strategische Ausrichtung:
Aufmerksamkeit und Interesse generiert sich bei kleinen und mittleren Städten meist von der regionalen Verortung zur lokalen Ebene. Ob im Tou-

rismus oder bei der Wahl des Studienortes – wer Sachsen und darin die Oberlausitz nicht „kennt“, wird eher selten das Zittauer Gebirge oder die Stadt Zittau eines genaueren Blickes würdigen. Es ist auch Aufgabe des Stadtmarketings, die Interessen der Stadt in den diversen übergeordneten Vermarktungsebenen zu vertreten und Stadt und Gebirge dort einzubringen.

Haupt-Zielgruppen

(Die Reihenfolge stellt keine Priorisierung dar, denn oft sind die Menschen nicht ausschließlich und eindeutig einer Zielgruppe zuzuordnen.)

- Mitglieder der Stadtverwaltung
- Einwohnerinnen und Einwohner der Stadt Zittau
- Einwohnerinnen und Einwohner des unmittelbaren Umlandes und des Zittauer Gebirges
- Touristen (sowohl Tagestouristen als auch Übernachtungsgäste // sowohl Urlauber als auch Geschäftsreisende)
- Ansässige Gewerbetreibende und Investoren
- Studierende

Zu transportierende Kernbotschaften sind:

- Zittau als wertvolle **Kulturstadt** am Fuße des Zittauer Gebirges (mit architektonischen Kostbarkeiten, Fastentüchern, Museen, Theater, Kleinbahn, Events, Gebirgsgemeinden...)
- Zittau als grüne Stadt mit bester Infrastruktur und hoher **Lebensqualität** mit urbaner (Kernstadt) und auch ländlich geprägter Atmosphäre (Ortsteile)
(Grüner Ring, Parkanlagen, Tierpark, Stadtbad, moderne Schulen und Kita-Einrichtungen, Sportanlagen, regionale Küche, Gastfreundschaft...)
- Zittau als **Wirtschaftsstandort** mit starken Investitionsvorteilen in zentraler europäischer Lage im Dreiländereck (innovative Klein- und Mittelständler als Player, Investitionsvorteile, Fördermöglichkeiten, Flächen, logistische Anbindung, Agglomeration Liberec...)
- Zittau als hochmoderner **Studienstandort** mit verschiedenen wissenschaftlichen Bildungs- und Forschungseinrichtungen (Hochschule, IHI, Fraunhofer, Senckenberg, internationale Beziehungen)

Kommunikationswege / Marketing-Mix:

- 1.) Kontinuierliche, klare, leicht verständliche Presse- & Öffentlichkeitsarbeit (zu allen öffentlichkeitswirksamen Themen von Veranstaltungskommunikation bis Verwaltungsarbeit)

- 2.) Einheitliches, modernes Portfolio an Standard-Kommunikationsmitteln (digital/analog) (von der Imagebroschüre über Angebotskataloge und Webseite bis zu Merchandise-Artikeln)
- 3.) Gezielte, möglichst an Events gekoppelte Kommunikation über gebuchte Medialeistung in auflagenstarken Medien
- 4.) Organisation von kleineren Marketing-Events
- 5.) Gremienarbeit / lokale und regionale Netzwerkarbeit

Ziele:

Marketing kann keine Probleme lösen, aber durch die zielgerichtete Kommunikation von Standortvorteilen und gesellschaftlichen Aktivitäten bei der Erreichung der folgenden Zielstellungen unterstützen:

- Abwanderungsstopp / Einwohnerzugewinn (Einwohnerstatistik)
- Erhöhung der Zahl der Touristen (Sächs. StaLA)
- Ansiedlung von Unternehmen / Ausbau vorhandener Firmenniederlassungen

Anlage 1: Aktuelle Kommunikationsmittel der Stadt Zittau

- Ab 2013: Einführung eines einheitlichen Erscheinungsbildes für die Außen- und Innenkommunikation der Stadtverwaltung Zittau
- 29.01.14: Eintragung des neuen Zittau-Logos als Wort-/Bild-Marke beim Deutschen Patent- und Markenamt
- 2014: Abschluss eines Rahmenvertrages zur grafischen Erstellung von Print-Produkten gemäß Vorgaben aus dem Gestaltungshandbuch der Stadt (Laufzeit: 2 Jahre)

Produkt (z.T. in D, PL, CZ, ENG)	Erst- auf- la- ge	Neu	Auflage	Aktualisierung
Eigenproduktionen				
Imagebroschüre	1999	2015	30.000	alle 2 Jahre
Urlaubskatalog		2014	20.000	jährlich
Gruppenreisekatalog		2014	5.000	jährlich
Zittauer Denkmal-&Kulturpfad		2012	10.000	bei Bedarf
Imageflyer Reich an Geschichte		2013	10.000	jährlich
Innenstadtplan Zittau		2013	10.000	jährlich
Innenstadtplan Abreißblock		2013	200 á 50 Blatt	bei Bedarf
Imagefolder Zittauer Fastentücher (SMZ)	1999	2015		laufend
Imageflyer Museen (SMZ)		2016		bei Bedarf
Eintrittskarten Stadtführungen	2014		je Sorte 1.000	bei Bedarf
Verpackungs-Papiertüten (mit Zittau-Logo)		2015	1.000	bei Bedarf
Umgebinderhäuser (mit Zittau-Logo) als Verpackung	2014		1.000	bei Bedarf
Wirtschaftsbroschüre D-PL-CZ		2013	je 5.000	bei Bedarf
Wirtschafts-Flyer		2015	5.000	bei Bedarf
Veranstaltungskalender Zittau und Umgebung				laufend
Geschäftsausstattung SV Zittau		2013		laufend
Präsentationsmappe		2014	1.500	
Urkunde Stadt		2014		
Beförderungsurkunde Feuerwehr		2014		
Willkommenskarte Zittau		2014		
Grußkarten		2015		
Eintrittskarten Museen	1999	2015		bei Bedarf
Folder (10 S.) Zittauer Fastentücher - Via sacra	1999			bei Bedarf
Informations- und Partnerschaftsfolder Städtische Museen Zittau - Brána Trojzemí Hrádek nad Nisou	2013			
Angebotsfolder (10 S.) Museumspädagogik „Zehn zahme Ziegen...“	2012	2014		
Hausplakate: Städtische Museen Zittau allgemein (Mohr), Zittauer Lebensräume (Gemälde), Großes Fastentuch allgemein (Detail)				bei Bedarf
Infomaterialien für jede Ausstellung (Folder/Flyer, Einladungskarte Eröffnung, Plakate) und Veranstaltung (Plakate, Eindruckplakat „Denkmal am Fastentuch“)				bei Bedarf

Kooperationsprodukte				
Seniorenwegweiser				
Hochzeitsbroschüre		2016		N.N.
Studentenwillkommensheft		2015		jährlich
Busreisemappe AG Städte (TMGS)		2014		bei Bedarf
Magazin Stadtschönheiten (TMGS)		2013		jährlich
Imagebroschüre OL Sechsstädtebund (MGO)		2015		bei Bedarf
Magazin Von Händlern und Herrschern (MGO)		2015		bei Bedarf
Übersichts- und Taschenstadtplan		2015		
Imagebrosch. Via Sacra (SMZ/MGO)	2005	2013		bei Bedarf
Imageflyer Via Sacra (SMZ/MGO)	2005	2013		bei Bedarf
Jahresprogramm (SMZ/Liberec/Hradek)	2010	2015		jährlich
Buchungskatalog Sachsen (TMGS)		2013		laufend
Katalog „Reisen per Bus“ (MGO)		2014		Alle 2 Jahre
Gastgeberverzeichnis Zittauer Gebirge (TGG)		2014	20.000	jährlich
Dampfbahnmagazin (Dampfbahnroute)		2014		jährlich
DE-CZ Jahresprogramm Zittau – Liberec – Hradec (gemeinsam mit OGL, SML, BT)				jährlich
Sächsischer Museumsführer				bei Bedarf
Zittauer Kulturblick				laufend
Ausstellungskalender in Zeitschrift „Kunstchronik“				laufend
Bei größeren Ausstellungen in den spezifischen Veranstaltungszeitschriften „Kunstquartal“ und „M.Art“				bei Bedarf
Verkaufsartikel Tourist-Info				
Zittauer Kulturbeutel		2015	100	
Zittau-Regenschirme		2015	108	
Kultur-Kartenspiel (mit IHI)		2015	300	
Zittau Logo-Pin		2015	500	

2.Q. 2016: Relaunch der städtischen Internetpräsenz www.zittau.de

Für die innerstädtische Kommunikation wurde im Zuge der Marktsanierung die Infosäule der Touristinformation erneuert und versetzt (2015). Zudem wurden die Litfaßsäule vor der Johanniskirche als gemeinsame Veranstaltungssäule reaktiviert (2015) und die Infokästen im Rathausgang neu gestaltet.



Lokal:

Mitgliedschaft Zittauer Werbegemeinschaft (vertreten durch Wirtschaftsförderin)

Regional:

Mitgliedschaften

Touristische Gebietsgemeinschaft (Vorstandsmitglied, Verant. Stadtmarketing)

Naturpark Zittauer Gebirge e.V. (vertreten durch OB)

Dampfbahnroute Sachsen (vertreten durch TI)

Naturpark Zittauer Gebirge – Das Outdoorland (vertreten durch TI)

Mitgliedschaften Marketinggesellschaft Oberlausitz

Tourismusbeirat der MGO (vertreten durch Verantw. Stadtmarketing)

AG Sechsstädtebund (vertreten durch Verantw. Stadtmarketing, AG-Leiter)

Tourismusverband Oberlausitz e.V. (vertreten durch Verantw. Stadtmarketing)

IG Bustouristik (vertreten durch TI)

AG Via Sacra (vertreten durch TI)

Mitgliedschaften Tourismus- Marketinggesellschaft Sachsen

AG Stadtschönheiten (vertreten durch Verantw. Stadtmarketing)