

B E S C H L U S S V O R L A G E

Stadtrat der Großen Kreisstadt Zittau

Beschluss für den Ausbau des Stadtmarketings

Beratungsfolge	Termin	Behandlung	Abstimmung			
			anwesend	ja	nein	enthalten
Verwaltungs- und Finanzausschuss	18.05.2015	Vorberatung				
Stadtrat der Großen Kreisstadt Zittau	28.05.2015	Entscheidung				

Gesetzliche Grundlage:	
Bereits gefasste Beschlüsse	231/2014 (Weißbuch)
Aufzuhebende Beschlüsse	keine

Finanzielle Auswirkungen / Deckungsnachweis:

Veranschlagt unter HH-Stelle/ Produktkonto	keine
Bezeichnung der HH-Stelle/ Produktkonto	

Finanzielle Auswirkungen	Gesamtbetrag	aktuelles HH-Jahr	Folgejahre jährlich
Aufwendungen			
zuzügl. Abschreibungsaufwand			
zuzügl. geschätztem Bewirt- schaftungsaufwand			
Erträge			

gezeichnet
Dietrich Thiele
Fraktionsvorsitzender

Begründung:

Durch die derzeit gut vorangeschrittene bauliche Aufwertung der zentralen Bereiche der Innenstadt wie Markt, Neustadt und in Kürze dem Rathausplatz, sollten die damit verbundenen Möglichkeiten, Zittau als attraktive, lebendige Stadt mit ihrer überregionalen Funktion als Ort der Begegnung, Kultur, Bildung, für Handel und Gewerbe konzeptionell erfasst und unter Einbeziehung aller bekannten Akteure umgesetzt werden.

Der Marktplatz muss hierbei eine zentrale Stelle als Begegnungsort und Magnet zum Besuch der Stadt Zittau spielen. Hierfür sind geeignete Maßnahme- und Veranstaltungskonzepte zu entwickeln, welche die Attraktivität des Stadtzentrums, unter Vernetzung aller Angebote erhöhen und die zur Belebung der Innenstadt mit der gleichzeitigen Möglichkeit der Präsentation für Sport- und Kulturvereine.

Beschlussvorschlag:

Der Stadtrat der Großen Kreisstadt Zittau beauftragt den Oberbürgermeister für das Handlungskonzept Innenstadt, die wichtigsten Ziele der nächsten 3 Jahre aus dem Stadtmarketing mit Konzentration auf den Stadtinnenkern vorzustellen.

Dem Stadtrat ist bis zum 01.01.2016 ein Konzept vorzustellen, welches gemäß Handlungskonzept Innenstadt auf die Steigerung der Attraktivität der Stadt als Wirtschaftsstandort, Wohn-, Einkaufsort und touristische Destination, den Aufbau, Korrektur und Pflege eines Stadtimages und die Erhöhung eines überregionalen Bekanntheitsgrades sowie der Identifikation der Bürgerinnen und Bürger mit der Stadt durch den Einsatz einer konzentrierten Informationsbereitstellung, einer besseren Aufzeigung der vorhandenen Potenziale und eines positiven Auftretens nach Außen beinhaltet.