

Protokollauszug

aus der
41. öffentliche/nicht öffentliche Sitzung des Hauptausschusses
vom 30.11.2005

öffentlich

**Top 3 Betriebs- und Marketingkonzept Schiffbauergasse / ZKS
05/SVV/0675
geändert beschlossen**

Frau Fischer verweist auf den geänderten Beschlusstext aus der Kulturausschusssitzung vom 29.11.05, der an alle Hauptausschussmitglieder ausgereicht wurde.

Der Hauptausschuss empfiehlt der Stadtverordnetenversammlung, wie folgt zu beschließen:

Der Oberbürgermeister wird beauftragt:

1. das vorgeschlagene Betriebs- und Marketingkonzept entsprechend dem Stufenverfahren in der 1. Stufe umzusetzen; dabei ist der KIS mit dem Facility-Management zu beauftragen. Der KIS hat die Kosten bedarfsgerecht und einzelfallorientiert nachzuweisen.
2. für die 1. Stufe entsprechende Haushaltsmittel zur Verfügung zu stellen und die Deckungsquellen im Zusammenhang mit der Haushaltsaufstellung 2006 aufzuzeigen;
3. die Kosten für die 2. Stufe ab 2008 und im Weiteren zu spezifizieren und im Rahmen des jeweils vorgegebenen Budgets des GB 2 zu berücksichtigen;
4. die Mitfinanzierung aus dem Hauptstadtvertrag mit dem Land zu verhandeln und zu sichern;
5. das Marketing in 2005 zu sichern;
6. die Rechte an der Marke „Schiffbauergasse“ zu sichern;
7. Das Konzept „Marketingstrategie und Dachmarke für den Standort Schiffbauergasse Potsdam“ von 2004 bildet die Grundlage des Marketings. Diese Studie wurde auch von den Nutzern vor Ort diskutiert und fand breite Zustimmung.

Auf der Grundlage der geplanten Mittel und des o. g. Konzeptes werden die operativen Marketingleistungen öffentlich ausgeschrieben. An der Ausschreibung können sich auch die Träger vor Ort einzeln oder als Marketinggemeinschaft beteiligen.

Aus dem Konzept „Marketingstrategie und Dachmarke für den Standort Schiffbauergasse Potsdam“ und der in dieser Beschlussvorlage vorgelegten Budgethöhe ist durch den Ausschreibungsteilnehmer Schiffbauergasse gemäß Standortmarketingkonzept ein konkret umsetzbarer und auf die Vor-Ort-Planungen der Nutzer abgestimmter und ergänzender Aktivitäten- und Maßnahmenplan zu entwickeln. Dieser muss die Marketinginstrumente und deren genaue

- inhaltliche
- zeitliche und
- finanzielle Umsetzung enthalten.

8. In den Verträgen mit gewerblichen Nutzern (Gastronomie und Kulturgewerbe) an der Schiffbauergasse ist anzustreben, dass diese sich an der gemeinsamen Vermarktung des Standortes Schiffbauergasse anteilig finanziell beteiligen.

Ferner wird in einer noch näher zu definierenden Zielvereinbarung angestrebt, Werbepartner für die Dachmarke Schiffbauergasse zu akquirieren.

Abstimmungsergebnis:
mit Stimmenmehrheit **angenommen**,
bei 2 Stimmenthaltungen