

Protokollauszug

aus der
21. öffentliche / nicht öffentliche Sitzung der Stadtverordnetenversamm-
lung der Landeshauptstadt Potsdam
vom 07.12.2005

öffentlich

**Top 5.2 Betriebs- und Marketingkonzept Schiffbauergasse / ZKS
05/SVV/0675
geändert beschlossen**

Der Ausschuss für Kultur hat einem geänderten Beschlusstext zugestimmt, dem sich der Hauptausschuss, der Jugendhilfeausschuss sowie der Ausschuss für Finanzen angeschlossen haben.

Die geänderte Textfassung wurde den Stadtverordneten mit den „Stellungnahmen der Ausschüsse“ ausgereicht.

Als **Protokollnotiz** bittet der Stadtverordnete Schubert, Fraktion SPD, die Festlegung in der gemeinsamen Sitzung der Ausschüsse für Kultur und für Finanzen festzuhalten, dass die Stadtverordnetenversammlung zunächst den textlichen Teil beschließt; über die finanziellen Mittel für das Jahr 2006 soll im Finanzausschuss noch einmal beraten werden ebenso sei eine Aussage zum Marketingkonzept ab 2007 und für die Folgejahre zu treffen.

Dies wird von der Beigeordneten für Bildung, Kultur und Sport Frau Fischer bestätigt.

Die Stadtverordnetenversammlung beschließt:

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 Einzelfall-orientiert 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.**