

## Neues Stadtmarketing schaffen

wirtschaftliche, kulturelle und gesellschaftliche Zukunft nachhaltig zu sichern, braucht es eine starke, zentrale und ganzheitliche Vermarktung. Daher beantragen wir, dass die zuständigen Wirtschafts-, Marketing- und Veranstaltungsgesellschaften der Stadt einen „Runden Tisch“ initiieren, um die bestehenden Strukturen zu optimieren und ein Konzept für ein modernes Stadtmarketing zu entwickeln.

Im Vergleich zu anderen großen Städten fehlt Stuttgart ein übergeordnetes Stadtmarketing. Bisher agieren Organisationen wie die Stuttgart Marketing GmbH, in.stuttgart, die Cityinitiative Stuttgart und die Wirtschaftsförderung mit klar definierten Zielgruppen und separaten Aufgabenfeldern. Diese Parallelstrukturen sind historisch gewachsen, stoßen jedoch angesichts der gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Veränderungen an ihre Grenzen.

Entwicklungen wie das Trading Down in Außenbezirken, die akute Gefahr des Zusammenbruchs des Weinbaus, negative Trends in wirtschaftlichen Schlüsselbereichen und eine zunehmend kritischere Selbstwahrnehmung der Stuttgarter stellen dringende Handlungsfelder dar.

Ein ganzheitliches Stadtmarketing hat das Potenzial, Stuttgart nachhaltig voranzubringen. Es kann gezielt die Ansiedlung neuer Wirtschaftszweige, Start-ups und Fachkräfte fördern und so die wirtschaftliche Basis der Stadt stärken. Gleichzeitig soll es den lokalen Einzelhandel unterstützen und die wichtige Arbeit der ansässigen Winzer sichtbarer machen, um deren kulturell bedeutenden Beitrag langfristig zu sichern.

Folgende Aufgaben soll ein neues Stadtmarketing zusätzlich erfüllen: Es soll ein positives Image der Stadt nach außen kommuniziert und gleichzeitig den Einwohnern eine neue, stärkere Identifikation mit ihrer Heimat vermittelt werden. Wichtig ist dabei, dass alle Stadtbezirke in diese Strategie einbezogen werden. Außerdem gilt es, für die Nutzung von Leerständen Lösungen zu erarbeiten.

Im Rahmen des Runden Tisches sollen Vertreter der beteiligten Gesellschaften gemeinsam erarbeiten, welche Ziele und Zielgruppen adressiert werden, welche gestalterischen und organisatorischen Maßnahmen nötig sind und welche Ressourcen bereitgestellt werden müssen. So möchten wir ein modernes und ganzheitliches Stadtmarketing für Stuttgart schaffen.