

Kreistag
Sitzung am 14.07.2008



Drucksache Nr. 068/2008 öffentlich

Zukunftschancen des Schwarzwald-Baar-Kreises: Ziele, Handlungsfelder, Maßnahmen

Anlagen: 3

**Gäste: Prof. Alexander Doderer, Agentur für strategische Kommunikation
GRUPPE DREI, VS-Villingen**

Sachverhalt:

Am 19. und 20. Januar 2007 trafen die Mitglieder des Kreistages erstmals zu einer Klausurtagung zusammen, um über die Zukunftschancen des Schwarzwald-Baar-Kreises sowie die künftige Ausrichtung (Ziele), über die künftigen Arbeitsschwerpunkte (Handlungsfelder) und die Projekte, um diese Ziele zu erreichen (Maßnahmen) zu beraten. In vier Arbeitskreisen wurden bereits während der Tagung grobe Vorstellungen entwickelt, die in der Folge von eigens aus der Mitte des Gremiums bestellten Arbeitsgruppen, z.T. gemeinsam mit externen Experten, weiterentwickelt und verfeinert wurden. Die Berichte und Projektvorschläge, die diese Arbeitsgruppen vorgelegt haben, wurden zwischenzeitlich in den einzelnen Fachausschüssen beraten. Die Ergebnisse wurden dem Kreistag zur Beschlussfassung empfohlen:

Die Vorschläge der Arbeitsgruppen sowie die Diskussionsergebnisse der Ausschüsse wurden zu DS Nr. 39/2008 zusammengefaßt und am 21. April 2008 im Kreistag behandelt. Die heutige Drucksache Nr. 68/2008 spiegelt die Beratungsergebnisse dieser letzten Sitzung wider.

Inhaltlich war die Diskussion in den vier Arbeitsgruppen von der Leitlinie bestimmt, daß als Oberziele für die künftige Ausrichtung des „Produktes Schwarzwald-Baar-Kreis“ folgende Punkte angestrebt werden sollen:

1. Positionierung des SBK als attraktiver Arbeits- und Lebensstandort
2. Positionierung des SBK als familienfreundlicher Landkreis
3. Positionierung des SBK als Bildungsstandort

Daneben wurden (Marketing-) Maßnahmen formuliert, um diese Ziele zu erreichen, und zwar unter drei Aspekten:

1. Profil schaffen
2. Identität bilden
3. Marke „Schwarzwald-Baar-Kreis“ strategisch ordnen und damit nachhaltig unverwechselbar machen

Vor diesem Hintergrund wurde ein umfangreicher Maßnahmenkatalog (Anlage 1) erarbeitet, der eine textliche Beschreibung der Einzelvorschläge enthält, ergänzt von einer tabellarischen Übersicht (Anlage 2) über die Maßnahmen mit Angaben zu Sach- und Personalkosten sowie zur Priorisierung.

Marketingkonzept

Damit die Vorteile des Landkreises einer weit größeren Öffentlichkeit bekannter gemacht werden können als bisher, ist vorgesehen, eine neue Kommunikationsstrategie aufzulegen, die aus mehreren Komponenten besteht. Dies soll zum einen eine Reihe aufeinander abgestimmter Printmedien sein, die sich an ausgewählte Interessengruppen richten. Zum anderen soll – in enger inhaltlicher Verzahnung mit den Druckwerken – das wichtige Medium des Internets genutzt werden. Hier ist vorgesehen, aufbauend auf der bisherigen Homepage des Landkreises (www.schwarzwald-baar-kreis.de) umfangreiche Informationen zu bestimmten Themenbereichen zur Verfügung zu stellen und diese z.B. mit Google Maps bzw. Google Earth zu verknüpfen, um Nutzern das gezielte Auffinden bestimmter Angebote zu ermöglichen. Die Agentur GRUPPE DREI hat das Kommunikationskonzept erstellt und wird es in der Sitzung präsentieren.

„Markenname“

Der offizielle Name des Landkreises lautet „Schwarzwald-Baar-Kreis“. Im Sinne erfolgreichen Marketings wurde von Beginn der Überlegungen für ein Zukunftskonzept an die Frage diskutiert, unter welchem „Markennamen“ der Landkreis in die Vermarktung seiner Vorzüge einsteigen solle. Hierzu hatte die GRUPPE DREI die Vor- und Nachteile der bisher favorisierten Vorschläge

- **Schwarzwald Quellregion**
- **Schwarzwald Quellenland**
- **Schwarzwald WunderBaar**

dargestellt. In der Sitzung des Kreistages am 21.04.2008 hatte sich in der Diskussion jedoch herauskristallisiert, daß zunächst weitere Beratungen in den Fraktionen stattfinden müssen. Allerdings war bereits erkennbar, daß auf den Bestandteil „Baar“ des offiziellen Landkreisnamens nicht verzichtet werden solle. Im Übrigen waren „Schwarzwald Quellregion“ bzw. „Schwarzwald Quellenland“ die Favoriten. Inzwischen gibt es einen weiteren Vorschlag zum Markennamen. Diesen wird die GRUPPE DREI in der Sitzung vorstellen.

Kosten

Die Kosten, die bei der Umsetzung einzelner Maßnahmen entstünden, sind nach Möglichkeit in der Tabelle (Anlage 2) angegeben. Ausgewiesen sind Investitionskosten bzw. einmalige Ausgaben sowie ggfs. laufende Kosten sowie die notwendige Personalkapazität in Stellen. Insgesamt fielen bei vollständiger Umsetzung des Konzepts 303.400 Euro an Sachkosten an, wobei Schulbauinvestitionen und ggfs. laufend anfallende Kosten nicht eingerechnet sind, zum anderen die Kosten über mehrere Jahre verteilt anfallen würden. An Personalmehrbedarf ist eine halbe Stelle ausgewiesen.

Stellungnahme der Verwaltung:

Die Verwaltung sollte in der heutigen Kreistagssitzung damit beauftragt werden, das Gesamtkonzept in der jeweils beschlossenen Priorisierung umzusetzen. Einzelne Themen wurden – soweit nicht besondere Beschlüsse entsprechend der Zuständigkeitsordnung erforderlich waren – bereits jetzt herausgegriffen und begonnen worden.

Die bisherigen Beratungen erfolgten in nichtöffentlichen Sitzungen. Daher haben alle bisherigen Entscheidungen empfehlenden Charakter. Die Beschlüsse, die erforderlich sind, um die vorgeschlagenen Maßnahmen umzusetzen, müssen in der heutigen Sitzung gefasst werden.

Beschlussvorschlag:

Der Kreistag beschließt:

1. Die Verwaltung wird beauftragt, das vorgestellte Marketingkonzept umzusetzen.
2. Der Landkreis wird sich im Rahmen der Umsetzung des Marketingkonzeptes künftig mit dem Markennamen präsentieren.
3. Der Kreistag verabschiedet die in Anlage 3 beigefügte Resolution und beauftragt die Verwaltung, diese umgehend an die Landesregierung weiterzugeben.