

Motion

Konzept für ein umfassendes und nachhaltiges Stadtmarketing

Der Gemeinderat wird beauftragt, ein Konzept für ein umfassendes und nachhaltiges Stadtmarketing zu erarbeiten.

Begründung:

Im härter werdenden Konkurrenzkampf um attraktive Steuerzahler (Privatpersonen und Firmen) vertrauen immer mehr Gemeinden auf ein aktives Gemeindemarketing.

Ein Blick in die Rechnungen 2013 und 2014 der Stadt Langenthal (Konto 180, Stadtmarketing) zeigt, wie die finanziellen Ressourcen im Bereich des Stadtmarketings bisher eingesetzt wurden:

Konto 180 (Stadtmarketing): Aufwände	Rechnung 2013	Rechnung 2014
Büromaterial, Drucksachen, Inserate	Fr. 26'293.50	Fr. 14'377.55
Verbrauchs-, Unterhalts- und Hilfsmaterial		Fr. 950.10
Spesenentschädigungen		Fr. 282.00
Repräsentationsausgaben	Fr. 19'977.75	Fr. 18'222.20
Dienstleistungen Dritter	Fr. 27'882.50	Fr. 24'574.40
Honorare, Arbeitsleistungen Dritter	Fr. 6'570.35	Fr. 7'784.80
Stadtladen Langenthal	Fr. 41'250.00	Fr. 41'250.00
Schlittschuhclub Langenthal AG; Beitrag an Länderspiel	Fr. 5'000.00	
Schlittschuhclub Langenthal AG; Sponsoringbeitrag	Fr. 25'000.00	Fr. 25'000.00
Kunsteisbahn Langenthal AG; Defizitgarantie Länderspiel	Fr. 20'000.00	
Design Preis Schweiz; Unterstützungsbeitrag	Fr. 90'000.00	
Eidgenössisches Schwing- und Älplerfest 2013 Burgdorf; Sponsoringbeitrag	Fr. 5'000.00	
23. Bernisches Kantonal-Musikfest 2014 Aarwangen; Sponsoringbeitrag	Fr. 5'400.00	
C-Films AG; Beitrag an Filmproduktion «Der Goalie bin ig»	Fr. 12'680.70	
Verein Gartenoper Langenthal		Fr. 20'000.00
Jazz-Tage Langenthal; Unterstützung CD-Produktion		Fr. 5'000.00
Aare-Seeland Mobil AG; Werbeauftritt Hybrid-Stadtbuss		Fr. 2'613.60
Gesamtaufwand	Fr. 285'054.80	Fr. 160'054.65

Es muss festgehalten werden, dass mit dieser Ausrichtung weder von einem aktiven und umfassenden noch von einem zielgerichteten Stadtmarketing gesprochen werden kann. Vielmehr handelt es sich grösstenteils um punktuelle Massnahmen im Bereich des Sponsorings, welche denn auch nur begrenzt zu einer nachhaltigen Stadtentwicklung bzw. zur Standortpromotion beitragen.

Demgegenüber weist die Stadt Langenthal mit ihrer hervorragenden Infrastruktur und den vielen Naherholungsgebieten eine überdurchschnittliche Wohn- und Lebensqualität auf: Die Gartenstadt Langenthal bietet sowohl städtischen Charakter wie auch ländliche Ruhe und Erholung. Diese ideale Ausgangslage reicht aber nicht aus, um in der heutigen Zeit auf sich aufmerksam zu machen sowie bestehende Kundensegmente (u.a. Einwohner, Arbeitgeber, Besucher) zu binden und zu erhalten. Die Gemeinde muss aktiver und zielgerichteter auf potenzielle Zuzüger und neue Segmente zugehen.

Folgende Ziele könnten mit einem umfassenden und nachhaltigen Stadtmarketing verfolgt werden:

- Professionelle Präsentation der Vorzüge der Stadt Langenthal für eine breitere Öffentlichkeit
- Generierung von finanzkräftigen Steuerzahlern (Privatpersonen oder Firmen)
- Mehreinnahmen für das lokale Gewerbe
- Verbesserung der finanziellen Situation der Gemeinde
- Verbreitung und Vermarktung der Marke «Langenthal»
- Förderung der Tourismusbedeutung

Unterschrift(en):