



17.09.2020

AUSSCHUSS für WIRTSCHAFT, BETEILIGUNGEN und STRUKTURWANDEL



01

WER SIND WIR?

**Stadtmarketing- und Tourismusverband
Cottbus e.V.**

Geschäftsführerin Gabi Grube



01

- Gegründet im Januar 2009
- Als Dachverband für Stadtmarketing
- Als Plattform zur Einbeziehung von Unternehmen und städtischen Betrieben

01

- Geborener Vorsitzender laut Satzung:
Der Oberbürgermeister
- Derzeit 39 Mitglieder, u.a. BTU, CTK, IHK, LEAG, Kulturstiftungen, Agenturen, Veranstalter, Kirche u.v.m.
Jüngste Mitglieder: Elbenwald, Johanniter

01

Selbstverständnis:

„Der Stadtmarketing- und Tourismusverband Cottbus e.V. ... hat es sich zur Aufgabe gemacht, Cottbus lebens- und liebenswerter zu machen.

Er vertritt einen ganzheitlichen Stadtmarketingansatz und wirkt in allen Bereichen vom Freizeit- und Kulturangebot bis zur Unterstützung touristischer Aktivitäten mit.

Vor allem wollen wir Impulse für die Entwicklung der Stadt geben.“

01

Struktur:



- Oberstes Organ: Mitgliederversammlung
- Vorstand (Neuwahl alle 2 Jahre)
- eine hauptamtliche Angestellte
- Ein „halbes“ Büro im Rathaus am Neumarkt

01

Finanzausstattung:

49.000 Zuschuss/a durch die Stadt
+ ca. 33.000 Euro Mitgliedsbeiträge
+ 10.000 Euro Förderbeitrag der Sparkasse
+ kleinteiliges Sponsoring für Projekte

Daraus werden sowohl Personal- und Sachkosten als auch Projektkosten finanziert.

02

WAS TUN WIR?



02

Netzwerkarbeit

Strategische Impulse

Eigene operative Projekte



03

Bsp. Netzwerkarbeit mit und für Dritte:

- Walzernacht des Staatstheaters
 - VR-Filmprojekt u.a. mit Künstlern
 - Branitzer Parkweihnacht
 - Cottbuser des Jahres
 - Projekte des Ostsee-Fördervereins
 - Die Zauberstadt zum Elbenwaldfestival
- uvm...

04

Eigene Projekte:



500 Teilnehmer erkunden an einem Sommersonntag ca. 7-8 Orte mit Musik

04

Eigene Projekte:



Rund 100 teilnehmende Geschäfte und Dienstleister
Über 10.000 verkaufte Gutscheine seit 2017
Partner: CMT CottbusService

04

Eigene Projekte:



Jedes Jahr: 4000 Neubürger erhalten im Stadtbüro einen Rucksack mit Stadtinformationen und Begrüßungsangeboten, wie Gratis-Stadtrundgang, Kennenlern-Angebote für Kulturevents usw. Begrüßungsworte des OB in D und EN auf dem Umschlag

04

Eigene Projekte:



Bisher rund 30 Schilder, jedes Jahr 10 weitere
Online unter www.cottbus-tourismus.de als Architekturpfad
Partner: DSK, Stadtplanungsamt, Denkmalbeirat, CMT

05

Strategische Impulse:



Prozessstart 2015
Bürgerbeteiligung 2016
Beschluss 2017

05

Markenwerte aus dem Leitbild

Fundament: Die familienfreundliche lebenswerte Stadt

Lebensqualität

Leitthema 1:

alte und neue Kulturlandschaften im Sinne Pücklers

Wandlungsfähigkeit, Charakter

Leitthema 2:

BTU als Impulsgeberin für Forschung, Technologietransfer und Fachkräfte

Internationalität, Wissenschaftskompetenz

Leitthema 3:

Stadt mit Tatkraft für Energie, Wirtschaft und Innovationen

Wirtschaftskompetenz, Anpassungsfähigkeit, Tatkraft

Leitthema 4:

Leuchttürme der Kultur- und Sportstadt

Sportlichkeit, Kulturkompetent, Intellekt

05

Marketing-Ansatz:

Storytelling – also authentische Geschichten erzählen -
ist effektiver als Werbung bzw. ergänzt sie

Nudging – zum Mitmachen anstiften

Nicht alles kann und muss man selbst machen, aber
man kann Andere befähigen, stärken und im Sinne
der Markenwerte lenken

05

Strategische Impulse:



**Partizipative
Stadtmarke**

Einführung Mai 2019

**Als Fan-Logo
benutzbar für alle**

05

Umsetzung in der
Verwaltung:
Daniela Paulig in
Zusammenarbeit
mit Pressebüro

GESTALTUNGSGRUNDLAGEN ANWENDUNGSBEISPIELE PRINT

BEISPIEL-LAYOUTS
NICHT REALISIERT

Titel- und Plakatgestaltung in verschiedenen Formaten. Die Signet-Größe und die Farbauswahl ist je nach Medium und Geschäftsbereich festgelegt.



④ DIN lang-Reihe

Beispiele für die Logo-Platzierung oben/mittig, unten/mittig und mittig/mittig in unterschiedlichen Medien (DIN A4 Titel, DIN lang-Reihe und Anzeige).

Die Schriftgrößen sind für DIN lang und DIN A4 vordefiniert. Auf den übrigen Medien wird sie abhängig von der Textmenge und dem Einsatz des Signets gewählt.



05

Umsetzung in
der Verwaltung:
Büro OB,
Daniela Paulig



05

Idee:
beteiligtend,
fröhlich,
ansteckend,
kreativ



05



In seiner generischen Form geeignet für social media-Kommunikation und junge Zielgruppen

05



Wichtigste Zielgruppe: Die Cottbuser!
Sie sprechen als authentische Botschafter unserer Stadt.



05

...aber auch einheitliches
Kommunikationsdesign
nach außen



Ganzseitige Anzeige Tagesspiegel
am 30.08.2020

05



Touristische Website: www.cottbus-tourismus.de

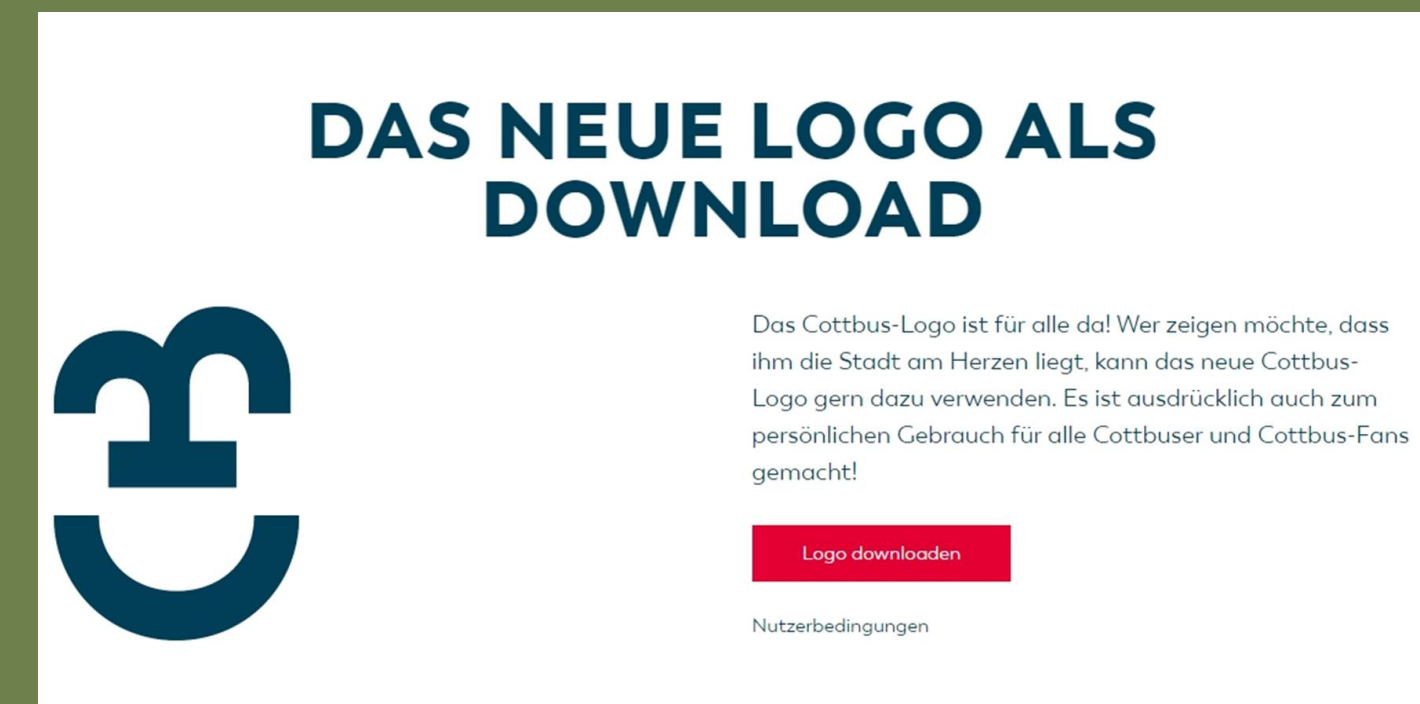
05

Unsere
Mitglieder
gehen voran



05

Download für Jedermann:
auf www.cottbus-bist-du.de



- Frei für Vereine, nicht gewerbl. Initiativen und Privatpersonen
- Mit Nutzungsvereinbarung für gewerbliche Nutzung
Mail an: gabi.grube@stadtmarketing-cottbus.de

05

Jüngstes Beispiel:
(Privatinitiative)
Informationen zu
Denkmalen in der
Stadt digital



05

Merchandising und
WOW-Büchlein
„Cottbus für Angeber“
mit erstaunlichen
Geschichten über
Cottbus



VIELEN DANK FÜR IHRE AUFMERKSAMKEIT.



Vorschlag des
Vorstandes an
die Mitglieder:



STADTMARKETING-
VERBAND COTTBUS e.V.

Geschäftsstelle
Geschäftsführerin Gabi Grube
Neumarkt 5
03046 Cottbus
gabi.grube@stadtmarketing-cottbus.de