Beschlussvorschlag:

Der Beschlussvorschlag wird um einen zweiten Beschlusspunkt ergänzt:

2. Die Genehmigung der Zustimmung des Oberbürgermeisters zum o.g. Beschluss seitens des Stadtrates ist an folgende Bedingungen geknüpft:
 - a. Der Titel des Konzeptes wird geändert in „Vermarktungskonzept Stadt Halle (Saale) und Region“
 - b. Das Vorwort wird um den folgenden Passus ergänzt: „Im Sinne der zukunftsorientierten Stadtentwicklung wird das vorliegende Konzept stets an Aktualisierungen und Überarbeitungen der zu Grunde liegenden Datenlage und Erkenntnisstände angepasst und fortgeschrieben. Eine Evaluation erfolgt in Zusammenarbeit der Stadtmarketing Halle (Saale) GmbH (SMG) und dem Beirat der SMG.“ (vgl. Anlage 1, Seite 4)
 - c. Unter 1. Kontext und Zielstellung/ Qualität vor Quantität wird folgender Satz eingefügt: „Eine nachhaltige Konzeptumsetzung nutzt die Potenziale der Stadt und ihrer Menschen zur Wertschöpfung für das Gemeinwohl und weiß auch um die Strahlkraft politischer Errungenschaften und ihren Einfluss auf das Image der Stadt.“ (vgl. Anlage 1, Seite 6)
 - d. Unter 3. Ausrichtung Halle (Saale) wird folgende weitere Leitlinie ergänzt: „... ist seit Jahrhunderten eine Musenstadt, die hochkarätige Forschung und Wissenschaft sowie traditionsreiches Unternehmertum verortet und innovative virtuose Kreationen und Persönlichkeiten hervorbringt: Inspiring City – Halle (Saale) die Perle des Ostens“. (vgl. Anlage 1, Seite 27)
 - e. Unter 3. Ausrichtung Halle (Saale) wird die Leitlinie „... erlebnisreiche Stadt mit hohem Qualitätsanspruch“ um den Aspekt der Nachhaltigkeit ergänzt. (vgl. Anlage 1, Seite 27 f.)
 - f. Unter 3. Ausrichtung Halle (Saale) wird die Ausführung zur weiteren Herausarbeitung von Merkmalen hinsichtlich Schwerpunktthemen um die Positionierung der Stadt Halle (Saale) als Stadt der Superlative und als FairTradeTown ergänzt. (vgl. Anlage 1, Seite 29)
 - g. Unter Marketingschwerpunkte/ Themenfeld „Shopping“ werden „Wegweiser zu nachhaltigen Geschäften, für Shopping ohne schlechtes Gewissen (FairTradeTown)“ ergänzt. (vgl. Anlage 1, Seite 30)
 - h. Unter Marketingschwerpunkte wird folgender Passus ergänzt: „Um die Digitalisierung nutzbar zu machen und vor allem jüngere Menschen als Zielgruppe und Multiplikator zu gewinnen, sollten alle Kanäle nach außen genutzt werden, die Werbung für die Stadt machen. Darüber hinaus sollte geprüft werden, ob und wie die Stadt Halle (Saale) zu einem instagram-tauglichen Reiseziel werden kann (Stichwort: Instagrammability).“ (vgl. Anlage 1, Seite 30)