

Informationsvorlage

TOP:
Vorlagen-Nummer: **V/2009/08087**
Datum: 03.07.2009
Bezug-Nummer.
Kostenstelle/Unterabschnitt:
Verfasser: Dezernat Wirtschaft
und Arbeit

Beratungsfolge	Termin	Status
Stadtrat	23.06.2009	öffentlich Kenntnisnahme

Betreff: Vorstellung der Stadtmarke für Halle (Saale)

Die Stadtmarke für die Stadt Halle (Saale) wird zur Kenntnis genommen.

Wolfram Neumann
Beigeordneter für Wirtschaft und Arbeit

Begründung:

Die Stadtmarke

Seit 20 Jahren haben diverse Meinungsführer der Stadt Halle um ein Stadtleitbild und die Positionierung der Stadt Halle gerungen.

Die Kernfrage „Wofür will die Stadt Halle (Saale) stehen?“ aber blieb bis 2008 unbeantwortet. Seit 1995 war die beliebig anmutende, wenn auch die Vielfalt der Potenziale der Stadt spiegelnde Marke „Halle – die Stadt“, das Dach für nicht weniger als ca. 50 Submarken wie „Händelstadt“, „Kulturstadt“, „Kulturhauptstadt“, „Musikstadt“, „Stadt des Galopprennsports“ und „Stadt der Werfer“. Dies verwässerte das Profil der Stadt, machte die Marke „Halle“ austauschbar, obwohl sie unverwechselbar sein sollte. Stadtmarke ist deshalb Corporate Identity und somit viel mehr als Corporate Design.

Entscheidend für die Profilierung der Stadt Halle ist folglich die – bisher nicht geleistete – Profilierung der Stadt als Marke, d.h. das Stadt-Image im Innen- und Außenmarketing zu schärfen.

Kurzum: Halle fehlt – trotz der recherchierten Kernbereiche und des kreativen Klimas – bis dato ein nach innen und außen klar fixiertes und ausreichend belegbares Image.

In Folge dessen wurde eine Ausschreibung unter 15 bundesweit ansässigen Agenturen veranlasst. Beteiligt haben sich elf Agenturen.

Auf Basis der Roland-Berger-Studie, des Zukunftsforums sowie des Stadtratsbeschlusses vom 26.06.2008 (Vorlage IV/2007/06669) haben die Wirtschaftsförderung und das Stadtmarketing als die entscheidenden Qualitäten und Markenwerte 1. Kultur und hier stellvertretend Georg Friedrich Händel sowie 2. Wissenschaft, Bildung und Innovation (z. B. Martin-Luther-Universität, Leopoldina – Deutsche Akademie der Naturforscher, Franckesche Stiftungen, Weinbergcampus, Fraunhofer und Max-Planck-Institute) identifiziert und der Ausschreibung zu Grunde gelegt.

Die Jury aus Wissenschaft, Wirtschaft, Kunst, Kultur, Verwaltung und Gesellschaftern der Stadtmarketing Halle (Saale) GmbH kam am 15. Juni 2009 zu dem Ergebnis, es wahlweise nur bei „Halle Saale“ oder „Halle Saale“ in Verbindung der Submarke „Händelstadt“ zu belassen.

Der Siegerentwurf, welcher im nachfolgenden vorgestellt wird, wurde von den Juroren Oberbürgermeisterin Dagmar Szabados, Wolfram Neumann, Beigeordneter für Wirtschaft und Arbeit der Stadt Halle (Saale), Friedrich Stumpf, Direktor und Vorstandsvorsitzender der Saalesparkasse, Wilfried Klose, Vorsitzender der Geschäftsführung der Stadtwerke Halle GmbH, Angela Papenburg, Geschäftsführerin und Marketing-Chefin der GP Günter Papenburg AG, Ulf Kiegeland, Verleger der Mitteldeutschen Zeitung, Hagen Königseder, Gesellschafter der Stadtmarketing Halle (Saale) GmbH und Verleger der SonntagsNachrichten, Dr. Martin Hecht, Kanzler der Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg, Dr. Thomas Müller-Bahlke, Direktor der Franckeschen Stiftungen, Wolfgang Stockert, Kanzler der Burg Giebichenstein / Hochschule für Kunst und Design, Dr. Harald Meller (entschuldigt), Direktor und Landesarchäologe des Landesamtes für Denkmalpflege und Archäologie sowie Stefan Voß, Geschäftsführer Stadtmarketing Halle (Saale) GmbH, gewählt.

Anlagen