

# Wo steht Ihre Kommune im Stadtmarketing?

1. Gibt es ein Wir-Gefühl in ihrem Ort?	ja	nein
2. Kennen die Einwohner die Erfolge des Ortes - und sind darauf stolz?	ja	nein
3. Planen Sie solche Erfolge gezielt?	ja	nein
4. Kennen die Einwohner die kommunalen Themen? (z.B. Dauerbrenner und/oder neueste Entwicklungen)	ja	nein
5. Gibt es eine Vision für Ihren Ort, ein Leitbild? („Wo möchte der Ort in 10 Jahren stehen?“)	ja	nein
6. Können Sie eine Geschichte erzählen, die das Wesen, das Besondere Ihres Ortes erfasst?	ja	nein
7. Wissen Sie, welche Betriebe/Unternehmen vor Ort fehlen?	ja	nein
8. Wissen Sie, welche fehlenden Unternehmen/Dienstleitungen wirtschaftlich tragfähig wären?	ja	nein
9. Kennen Sie die 15 engagiertesten Akteure in Ihrem Ort?	ja	nein
10. Gibt es einen institutionalisierten, regelmäßigen Dialog dieser Akteure?	ja	nein
11. Gibt es eine Plattform, Organisation etc. wo diese Kräfte sich bündeln?	ja	nein
12. Haben die maßgeblichen Akteure die gleiche Vorstellung davon, was das Ziel Ihres örtlichen Stadtmarketings ist?	ja	nein
13. Liegt der Rathausspitze das Orts- oder Stadtmarketing am Herzen?	ja	nein

### Status Quo Ihrer Kommune im Stadtmarketing:

- > 10 x Ja **Respekt!** Punktuell können für Sie externe Dienste angebracht sein, um den Stadtmarketingprozess ggf. zielgerichtet weiterzuführen oder neuen Input zu erhalten.
- 5 – 10 x Ja **Ausbaufähig!** Sie sind auf einem guten Weg. Es fehlt in manchen Bereichen an Analysen, Ideen, Methoden oder einer klaren Zielstellung. Nehmen Sie sich vor, das bisher Erreichte zu bewerten, weitere Ziele zu entwickeln und auf den Erfolgen aufzubauen.
- < 5 x Ja **Noch viel zu tun!** Es fehlt an der Grundlagenarbeit. Die Weichen für ein maßgeschneidertes Stadtmarketing sollten Sie stellen. Gehen Sie Schritt für Schritt vor, eine fundierte Analyse stellt die Basis für die weitere Arbeit dar. Die maßgeblichen Akteure sollten sich austauschen und das weitere Vorgehen absprechen.