

#### WEITERE AKTEURE UND VERANSTALTUNGEN

Über die Aktivitäten der Stabsstelle hinaus gibt es eine Vielzahl von Institutionen, Vereinen und Veranstaltern, die für ein eigenständiges und attraktives Kulturleben in der Stadt stehen. Diese leisten mit ihrem Engagement einen wichtigen Beitrag zur authentischen Wiedererkennung der Stadt nach Innen und Außen. Auch in der Zukunft sollten diese Veranstaltungen in besonderer Weise durch die Unterstützung und Mitwirkung der Stadt gestärkt werden:

**Kurpark Konzerte**  
**Venezianische Nacht**  
**Hamburger Fischmarkt**  
**Stadtfest**  
**Treidler- und Hafenfest**  
**Kindervogelschießen**  
**Kino Open Air**  
**Stormarner Kindertage**  
**Rock am Schloß**  
**Frauen-Kultur-Tage**  
**Beste Trave Weinfest**  
**Gänseliesel Frühlingsfest**  
**Verkaufsoffene Sonntage**  
**Eine Stadt macht Theater** (Salzgraf, Die Witwe von der Hude)  
**Gospelnacht**  
u. v. m.

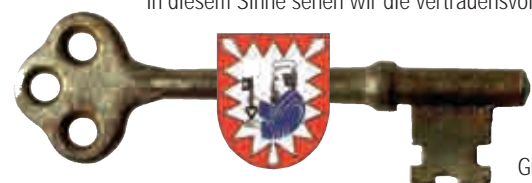
Die komplette Aufzählung kann wegen des Umfangs nicht vollständig sein!  
Wir bitten daher um Nachsicht und Verständnis, dass wir hier nicht alle Veranstaltungen aufgeführt haben.

#### AUSBLICK

Im Rahmen des Kernsatzes zur Ausrichtung von Bad Oldesloe wurde durch die Zusammenarbeit mit und Steuerung von externen Partnern die Profilierung der Stadt vorangebracht.

Nachdem erste Basisinstrumente - Wort/Bild-Marke, Kernaussage, Imagebroschüre, Stadt-DVD - erarbeitet wurden, muss jetzt die imagebildende Arbeit kontinuierlich ausgebaut werden. Eine erfolgreiche Umsetzung der begonnenen Profilierung kann nur erfolgreich sein, wenn die Bemühungen der einzelnen Akteure in einer gemeinsam getragenen Strategie gebündelt werden.

In diesem Sinne sehen wir die vertrauensvolle Zusammenarbeit mit den engagierten Bürgern und Bürgerinnen, den Vereinen und Verbänden, dem Handel und Gewerbe sowie den städtischen Gremien auch in Zukunft als Schlüssel zum Erfolg.



## Bericht 2008

der Stabsstelle Marketing

Aktivitäten und Maßnahmen 2005 - 2008  
für einen profilierenden Stadtmarketing-Ansatz

#### Impressum:

Herausgeber:  
Stadt Bad Oldesloe  
Der Bürgermeister  
Markt 5  
23843 Bad Oldesloe

Redaktion:  
Stadt Bad Oldesloe, Stabsstelle Marketing

Telefon: 04531 504-520  
E-Mail: [stadtmarketing@badoldesloe.de](mailto:stadtmarketing@badoldesloe.de)  
[www.badoldesloe.de](http://www.badoldesloe.de)

Änderungen und Irrtümer bleiben vorbehalten.

# Schlüsselerlebnisse unserer Stadt.

STABSSTELLE STADTMARKETING 2005 - 2008

## AUSRICHTUNG

Unter Berücksichtigung der Ergebnisse und Vorschläge aus der vom Verein TIK im Jahre 2001 organisierten Zukunftskonferenz und dem zeitlich daran anschließenden „Agenda 21-Prozess“ hat der im Dezember 2003 gegründete Marketing Rat 4 Kernleitwerte für die Ausrichtung und Profilierung von Bad Oldesloe definiert. Diese vier Leitwerte hat die Stadtverordnetenversammlung am 11.12.2006 beschlossen:

- \_*Die Stadt im Grünen mit hohem Freizeit- und Erholungswert.*
- \_*Die familienfreundliche Stadt der Generationen mit Tradition.*
- \_*Die Bildungsstadt mit kultureller Identität.*
- \_*Die lebendige und mobile Stadt mit hoher Wirtschaftskraft.*

Die so genannten soften Faktoren *Familienfreundlichkeit, Naturnähe und Historie*, ergänzt um den Aspekt der *strategisch günstigen Lage*, führen zum Kernsatz des neuen Leitbildes:

**Bad Oldesloe - die grüne Stadt als vitaler Ort der Entspannung zwischen Metropolen.**

Ziel ist die Nutzung dieser Potentiale im Interesse einer wettbewerbsfähigen Profilierung der Stadt unter Einbindung aller engagierten Kräfte.

Um diesen Prozess weiter zu unterstützen, wurde im Juni 2005 in der städtischen Verwaltung eine Koordinierungsstelle Stadtmarketing in Form einer Stabsstelle eingerichtet. Als zentrale Anlaufstelle für Vereine, Wirtschaft und Veranstalter ist die Stabsstelle städtischer Dienstleister, Netzknospe und ein verlässlicher Partner, wenn es um Marketing und Veranstaltungen in der Stadt geht.

Mit den fixierten Rahmenbedingungen – Leitwerte, Bild-/Wortmarke - ist die Möglichkeit für einen gemeinsamen Kommunikationsansatz mit dem Ziel eröffnet worden, die Vitalität, Attraktivität und Wettbewerbsfähigkeit der Stadt nachhaltig zu sichern und den beteiligten Partnern über den Imagegewinn einen Mehrwert zu vermitteln.

Die nachstehenden Auszüge geben eine Übersicht über die bisher geleistete Mitwirkung und die bisherigen Aktivitäten:

## VERANSTALTUNGEN

**2005 NDR Sommertour und Stadtwette**  
Am 13.8.2005 ließen rund 8.000 begeisterte Besucher anlässlich der 1. NDR Sommertour den Exer beben. Höhepunkt war die Stadtwette. 2.500 Fahrradfahrer jeden Alters radelten an der großen Showbühne vorbei. Damit hatte Bad Oldesloe nicht nur die Wette locker gewonnen sondern präsentierte sich auch von seiner fahrradfreundlichen Seite.

**Seit 2005 Adventsmarkt**  
Gleich der erste Versuch war mit ca. 7.000 Besuchern und rd. 70 Ausstellern ein voller Erfolg. Mit großem Engagement wurde ein vorweihnachtliches Ambiente geschaffen, dass mit seinem nichtkommerziellen Konzept „Von Oldesloern für Oldesloer“ überzeugte.

**Seit 2005 Schleswig Holstein Musik Festival**  
Die weit über die Landesgrenzen hinaus strahlenden SHMF ist unbestritten einer der besonderen Höhepunkte im Oldesloer Veranstaltungskalender. In der stets restlos ausverkauften Peter-Paul Kirche wartet im Juli/August ein Musikereignis von internationalem Niveau.

**2006 Nabucco - Open Air Oper**  
Norddeutsche Open Air Besucher sind härter. Trotz Regenschauer war der historische Marktplatz mit 1.000 Besuchern voll besetzt. Und die Darsteller waren von der Atmosphäre und der Begeisterung der Zuschauer beeindruckt.

**2006 Kijiji Mitmachzirkus**  
Begeisterung weckte auch das Mitmachevent Kijiji unter der Zirkuskuppel auf dem Exer. 3 Tage lang Programm mit Bewegung, Tanz, Geschicklichkeit und Spaß für die ganze Familie.

**2007 Bad Oldesloe Open Air**  
In Kooperation mit der Musikerinitiative Klangstadt bot das erste 2-Tage Rockfestival in Stormarn mit 24 Stunden Musikprogramm und 32 Bands/Künstlern verschiedener Stilrichtungen. Damit verbunden war die einmalige Chance, lokale Bands und bekannte Größen in einem einzigartigen Programm live zu erleben. Überregionale Werbung und eine positive Berichterstattung erzielten eine große Außenwirkung.

**2007 Tag des Sports / Entenrennen-Wette**  
Im Rahmen der Initiative zur Stärkung des Wir-Gefühls haben die Oldesloer Sportvereine gemeinsam ein Event für die ganze Familie organisiert. Rund 1.600 Besucher versuchten sich an 20 Mitmach- und Aktionsstände auf dem Exer und in der Stormarnhalle. Und zum Abschluss gingen auf der Trave insgesamt 1.298 Enten für ihre Paten ins Rennen.

**Seit 2007 Azubi-Messe "Markt der Möglichkeiten"**  
29 Aussteller beim Start in 2007 und im Jahr darauf bereits 39 Aussteller aus Handel, Handwerk und Dienstleistung präsentieren in der Stormarnhalle nicht nur die unterschiedlichsten Ausbildungsbetriebe, sondern sind Beleg für die hohe Attraktivität der Stadt als Wirtschaftsstandort. Rund 1.000 Schüler, Eltern und Interessierte nutzen die Möglichkeit des Gesprächs und der individuellen Information.

**2008 Tannenbaumfest mit Weihnachtsmannwecken**  
In Kooperation mit zahlreichen Institutionen, Vereinen und Verbänden wurde auf dem Marktplatz nicht nur der Tannebaum geschmückt, sondern auch der Weihnachtsmann entdeckt und geweckt. Im Anschluss begleitete ihn in seiner Kutsche eine große Schar von Kindern mit zahlreichen Geschenken der Aktion „Weihnachtsgeschenke für alle Kinder“ bis zum Kirchberg auf seiner weiteren Reise.

## KOMMUNIKATION / IMAGE

**2007 Hotelroute**  
Zusammen mit den Oldesloer Hoteliers wurde die Hotelroute entwickelt und realisiert. Mittels beschilterter Verkehrsführung gelangt der potentielle Gast schnell und sicher zum Hotel seiner Wahl.

**2006/2007 Stadt-DVD**  
Alle Facetten von Bad Oldesloe fast in Spielfilmlänge auf DVD mit umfangreichem Diamaterial war zum Jahreswechsel 2006/2007 ein echter, tausendfacher Renner. Zur „Welturaufführung“ am 20.1.2007 waren die Säle des OHO-Kinocenters bis auf den letzten Platz gefüllt.

**Seit 6/2007 Relaunch der Bad Oldesloe Internetseite**  
Gesucht, gefunden und als gut empfunden. Das ist die neue Internetseite der Stadt, an der die Stabsstelle mitgewirkt hat. Durch die Herausforderung eines immer stärkeren Wettbewerbs wurde der Internetauftritt entstaubt, aufgeräumt und dem neuen Corporate Design angepasst. Informationen werden jetzt schneller transportiert. Es gibt neue Download- und zusätzliche aktuelle Informationsinhalte.

**2008 Gartenroute "Zu Lindenpracht und Wassers Kraft"**  
Spezielle Stadtführungen und ein neuer Faltpfad erschließen historische und „natürliche“ Sehenswürdigkeiten von Bad Oldesloe auf einer neuen touristischen Route, die durch ganz Stormarn führt.

**Seit 6/2008 Der BESTE TRAVE Kurier**  
Nachrichten um und aus dem Rathaus für alle Bad Oldesloer Haushalte (Auflage 14.000) erscheinen jedes Quartal mit integrierter Veranstaltungsübersicht.

## ÖFFENTLICHKEITSARBEIT

- 2008 Slogan-Wettbewerb für den „Stadtumbau West“**
- 2008 Teilnahme an der Energieolympiade 2008**
- 2008 Aktion „Licht an“ zum Einschalten der Weihnachtsbeleuchtung**
- 2008 Kinderbetreuung an den Advents-Samstagen**

**Zahlreiche Presseinformationen und Artikel. Banner, Plakat- und Säulenwerbung, Anzeigenschaltung**

## MEDIENKONTAKTE

**TV-Bericht zur Stadtwette (NDR/Welle Nord)**

**TV-Bericht "Das tour" (NDR) als Kurzporträt der Stadt**

**Radiowerbung zum Bad Oldesloe Rock Open Air**

## WERBEMITTEL

- 2006 Stadtplan Bad Oldesloe (Nachdruck 1.000)**
- 2007 Imagebroschüre „Stadtportrait Bad Oldesloe“ (Auflage 5.000)**
- 2007 Bürgerbroschüre „Informationen mit Köpfchen“ (Auflage 5.000)**
- 2007 Einrichtung eines Souvenir-/ Merchandisingshops**
- bis 6/2008 Veranstaltungskalender „Salz & Pfeffer“ (Auflage 5.000/Monat)**
- ab 6/2008 Der BESTE TRAVE Kurier (Auflage 14.000/Quartal)**

## KICK-OFF VERANSTALTUNGEN

- 2006 Informationsveranstaltung zum PACT-Gesetz**
- 2008 Beteiligungsrunden zur Innenstadt-Attraktivierung**

## ZAHLEN, DATEN, FAKTEN ZU 2005 BIS 2008

Auflagen für:	
Broschüren	10.000
Der BESTE TRAVE Kurier (3 Ausgaben)	42.000
Salz & Pfeffer (6/2008)	120.000
Info- und Veranstaltungsflyer/-folder	60.000
Faltpläne	1.000
Stadt-DVD	1.000
Etwa 40.000 Besucher kamen zu den genannten Veranstaltungen	
Ca. 25.000 € jährliches Budget für Werbung und Veranstaltungen	

