

## Liebe Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter,

der Rahmen steht, das Spielfeld ist abgesteckt, die Spieler sind benannt, die Spielzeit ist bekannt. Die Stadt arbeitet mit Hochdruck an den 55 Maßnahmen zu Rüsselsheim 2020. Wie im Sport kommt es nun auf gezielte Koordination und geschickte Strategien für eine erfolgreiche und termingerechte Umsetzung an:

Magistrat (23.10.07) und Stadtverordnete (26.10.07) trafen diese Woche weitere Entscheidungen zu Rüsselsheim 2020:

### Projektplan Rüsselsheim 2020

Um trotz unterschiedlicher Zuständigkeiten und Zielvorgaben jederzeit den Überblick zum aktuellen Stand der 55 Maßnahmen haben, wird künftig ein Projektplan (Maßnahmenmatrix) als Instrument für das Projektmanagement und Berichtswesen genutzt.

Momentan ist eine Website zu Rüsselsheim 2020 in Arbeit, auf der eine vereinfachte Form dieser Matrix stehen wird. Wie bei einer Ampel sind dort die einzelnen Projekte grün (im Plan liegend), gelb (verzögert), rot (gestoppt) oder mit einer Zielfahne (realisiert) gekennzeichnet. Ab 1. Dezember soll diese Website im Netz stehen.

Grundsatzentscheidungen betrafen auch die beiden Maßnahmen

- „Eigentumsbildung durch preiswerte Grundstücke für Familien und Bauherrengruppen“
- „Neugestaltung des Mainvorlandes in mehreren Bauabschnitten“.

Für beide Maßnahmen soll die Zielgruppe „Familie“ um weitere Bevölkerungsgruppen wie junge Menschen, Studenten, Senioren etc. erweitert werden – ganz im Sinne einer ausgewogenen Bevölkerungsstruktur in Rüsselsheim.

Weiter stimmten die Stadtverordneten zu,

- Konzeptstudien für die Maßnahme „Sichtbar- und Erlebbarmachen der Innenarchitektur“ in Auftrag zu geben.
- Für die Maßnahme „Stadtmarketing und Tourismus“ sind erste Vorarbeiten für eine touristische Vermarktung beschlossen.

Das Selbstverständnis der Stadt, die künftige Positionierung und das Bild in der Öffentlichkeit sind ein Schwerpunktthema der Studie Rüsselsheim 2020. Unterschiedliche Aspekte dieses umfassenden Themas kamen diese Woche vor dem Magistrat und den Stadtverordneten zur Sprache.

### Strategisches Stadtmarketing

Mit viel Drive erarbeitete der städtische Arbeitskreis „Stadtmarketing“ gemeinsam mit Rüsselsheimer Experten und Verbandsrepräsentanten unter Moderation von Erika Caspari-Löwe in nur neun Sitzungen ein Grundlagenpapier zur Positionierung der Stadt. Die Stadt wird dabei wie eine Marke behandelt. In den Arbeitssitzungen kristallisierte sich nach intensiven, konstruktiven Diskussionen folgende Kernaussage heraus:

*„ Rüsselsheim – traditioneller Automobilstandort, internationales Zentrum für technische Entwicklung und Dienstleistungen ... im Sinne Adam Opels.“*

Diese Aussage ist kein Slogan, der nach außen kommuniziert wird, sondern dient als Basis für die Ausrichtung künftiger Kommunikationsmaßnahmen.

Am 13.9. waren die Ergebnisse des Arbeitskreises der Öffentlichkeit vorgestellt worden; jetzt nahmen die Stadtverordneten davon Kenntnis.

Der volle Wortlaut wird in diesen Tagen als Download auf [www.stadt-ruesselsheim.de](http://www.stadt-ruesselsheim.de) gestellt.

Der Arbeitskreis wird unter dem Namen „Marketing-Werkstatt“ die Umsetzung der Maßnahme „Strategisches Stadtmarketing-Konzept“ und weitere Maßnahmen ehrenamtlich bis Sommer 2008 bearbeiten.

### Ausblick: Standortmarketing lokal, national und international

Standortmarketing ist ein wichtiger Eckpfeiler für die Arbeit der Wirtschaftsförderung. Die inhaltlich eng verbundenen Maßnahmen 11 „Regionale Kooperationen: maßgeblich in bestehenden Initiativen mitarbeiten“ und 12 „Strategische Städte-partnerschaftliche und internationale Beziehungen eingehen“ wurden gemeinsam in einem Bericht dem Magistrat vorgestellt. Danach sind die Schwerpunkte des künftigen Standortmarketings:

- Lokales Marketing - Bestandspflege
- City-Marketing - Innenstadtaktivitäten
- Regionales und nationales Marketing
- Internationales Marketing

Ihr



Stefan Gieltowski  
Oberbürgermeister