

I. Anmeldung

TOP: _____

Ausschuss für Recht, Wirtschaft und Arbeit

Sitzungsdatum 05.04.2017

öffentlich

Betreff:

**Neue Imagekampagne der Europäischen Metropolregion Nürnberg
hier: Antrag der SPD-Stadtratsfraktion vom 20.04.2016**

Anlagen:

- Anlage 1: Antrag der SPD-Stadtratsfraktion vom 20.04.2016
- Anlage 2: Sachverhaltsdarstellung der Geschäftsstelle Metropolregion
- Anlage 3: Imageanalyse, Markenkern und Profilierungsfelder
- Anlage 4: Mitmachpakete "Imagekampagne "Platz für ..."
- Anlage 5: Übersicht Co-Branding Motive 2017/2018
- Anlage 6: Reichweite Stand März 2017
- Anlage 7: Projekte der Metropolregion Nürnberg 2016/2017

Bisherige Beratungsfolge:

Gremium	Sitzungsdatum	Bericht	Abstimmungsergebnis		
			angenommen	abgelehnt	vertagt/verwiesen
RWA-Ausschuss	20.05.2015	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Sachverhalt (kurz):

Eine mehrjährige Imagekampagne (2016-2021) schärft das Image der Metropolregion Nürnberg und stärkt die regionale Identität. Die Kampagne ist als Mitmachkampagne angelegt, d.h. Kommunen, Unternehmen und andere Institutionen der Region sind eingeladen, aktiver Teil dieser Kampagne zu sein.

Mit Storytelling stellt die Kampagne unter dem Motto „Platz für ...“ talentierte und engagierte Menschen vor, die in der Metropolregion ihr Lebensmodell verwirklichen. Die Metropolregion Nürnberg präsentiert sich – und damit auch die Kommunen, Unternehmen und anderen Institutionen der Region – als Raum zur Entfaltung talentierter und engagierter Menschen aus aller Welt. Die Kommunikation der Innovations- und Wirtschaftskraft der Metropolregion aus dem Leitbild WaBe wird über ein neues MORO-Projekt unter Einbeziehung relevanter metropolregionaler Akteure besonders intensiv bearbeitet.

Dr. Christa Standecker, Geschäftsführerin der Metropolregion, und Peter Ottmann, fachlicher Sprecher des Forums Marketing der Metropolregion und CEO der NürnbergMesse, stellen die Kampagne vor.

Weiterhin wird über das Arbeitsprogramm der Metropolregion Nürnberg 2016 / 2017 berichtet.

Beschluss-/Gutachtenvorschlag:
entfällt, da Bericht

1. Finanzielle Auswirkungen:

- Noch offen, ob finanzielle Auswirkungen

Kurze Begründung durch den anmeldenden Geschäftsbereich:

(→ weiter bei 2.)

- Nein (→ weiter bei 2.)

- Ja

Kosten noch nicht bekannt

Kosten bekannt

Gesamtkosten

€

Folgekosten

€ pro Jahr

dauerhaft nur für einen begrenzten Zeitraum

davon investiv

€

davon Sachkosten

€ pro Jahr

davon konsumtiv

€

davon Personalkosten

€ pro Jahr

Stehen Haushaltsmittel/Verpflichtungsermächtigungen ausreichend zur Verfügung?

(mit Ref. II / Stk - entsprechend der vereinbarten Haushaltsregelungen - abgestimmt, ansonsten Ref. II / Stk in Kenntnis gesetzt)

Ja

Nein

Kurze Begründung durch den anmeldenden Geschäftsbereich:

2a. Auswirkungen auf den Stellenplan:

- Nein (→ *weiter bei 3.*)
- Ja
- Deckung im Rahmen des bestehenden Stellenplans
- Auswirkungen auf den Stellenplan im Umfang von _____ Vollkraftstellen (Einbringung und Prüfung im Rahmen des Stellenschaffungsverfahrens)
- Siehe gesonderte Darstellung im Sachverhalt

2b. Abstimmung mit OrgA ist erfolgt (Nur bei Auswirkungen auf den Stellenplan auszufüllen)

- Ja
- Nein

Kurze Begründung durch den anmeldenden Geschäftsbereich:

3. Diversity-Relevanz:

- Nein
- Ja

Kurze Begründung durch den anmeldenden Geschäftsbereich:
Aus den behandelten und vorgestellten Sachverhalten lässt sich keine Diversity-Relevanz ableiten.

4. Abstimmung mit weiteren Geschäftsbereichen / Dienststellen:

- RA** (verpflichtend bei Satzungen und Verordnungen)
- Pr**
- Ref. VII**
- Ref. VI**

II. Herrn OBM

III. _____

Nürnberg, 23.03.2017

(10511)