



An den Vorsitzenden des Wirtschaftsausschusses  
Herrn Jörg van Geffen

Frau Oberbürgermeisterin  
Henriette Reker

**SPD-Fraktion  
im Rat der Stadt Köln**

Rathaus, Spanischer Bau  
50667 Köln

fon 0221. 221 259 50

fax 0221. 221 246 57

mail fraktion@koelnspd.de

web www.koelnspd.de

Eingang beim Amt der Oberbürgermeisterin:18.06.2019

**AN/0891/2019**

**Anfrage gem. § 4 der Geschäftsordnung des Rates**

<b>Gremium</b>	<b>Datum der Sitzung</b>
Wirtschaftsausschuss	24.06.2019

**Sachstand Markenprozess Köln - Wie wird die „Marke Köln,, fortgeführt und weiterentwickelt? Weitere Fragen zum Sachstand**

Sehr geehrter Herr Vorsitzender,  
sehr geehrte Frau Oberbürgermeisterin,

die ursprünglich eingereichte Anfrage zum Sachstand des Markenprozesses in Köln beinhaltete fünf Fragen mit zusammenhängenden Aspekten. Die Verwaltung hat unter Verweis auf die Geschäftsordnung gebeten, sich konsequent auf fünf singuläre Fragestellungen pro Anfrage zu beschränken. Gerne kommt die SPD-Fraktion dem nach. Um den Bearbeitungsstand zum Markenprozess in der notwendigen fachlichen Tiefe zu klären, sollen die weiteren Fragen in einem gesonderten Formular aufgeführt werden.

Die SPD-Fraktion bittet vor diesem Hintergrund um Beantwortung folgender Fragen:

1. Welche konkreten Aktivitäten wurden zur Stärkung der Marke Köln seit dem Beschluss des Rates in 2016 durchgeführt und was steht aktuell zur Umsetzung an?
2. Gibt es aktuelle Gespräche zur weiteren Vorgehensweise mit den relevanten Akteuren bei Stadt und Partnern im Markenprozess (u.a. Messe, Köln-Tourismus, Flughafen, Universität zu Köln, City-Marketing Köln und weiteren Mitgliedern im Markenbeirat)?
3. Findet das entwickelte „Markenzeichen“ noch Anwendung bei aktuellen Publikationen der Stadt sowie der weiteren Akteure des Markenprozesses? Wenn nein, was sind die Gründe hierfür und welche Überlegungen zum weiteren Vorgehen gibt es?

4. Wird der von KölnTourismus betriebene Markenshop mit integriertem Mediaserver entsprechend des Ratsbeschlusses fortgeführt bzw. weiterentwickelt und welche Aktivitäten gibt es hier zur Pflege und Nutzung „bewährter im Rahmen des Markenprozesses etablierter Marketing-Instrumente“ (vgl. Ratsbeschluss vom 15.03.2016)?
5. Der Verein Köln plus Partner e. V. hat mit Unterstützung von namhaften Kölner Unternehmen, darunter 4711, Deutz AG und LANXESS, einen Imagefilm für den Wirtschaftsstandort Köln erstellt. Vorsitzende von Kölner Unternehmen, Organisationen sowie der Universität zu Köln erklären in dem Film die Vorzüge und die Vielfalt der Metropole Köln. Dieser Film wurde zur weltweiten Unterstützung des Markenprozesses für die Stadt Köln realisiert.  
Wie setzt die Stadt Köln und die Wirtschaftsförderung den Imagefilm im Rahmen von Standortpräsentationen, Messeauftritten etc. ein und wie ist der Sachstand zur Entwicklung eines weiteren Köln-Imagefilms, für den im Rahmen der Kulturförderabgabe 2016 180.000 € bereitgestellt wurden?

Mit freundlichen Grüßen

gez. Dr. Barbara Lübbecke

SPD-Fraktionsgeschäftsführerin