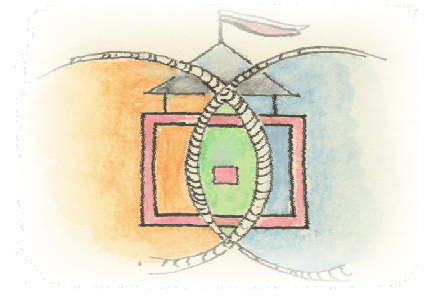


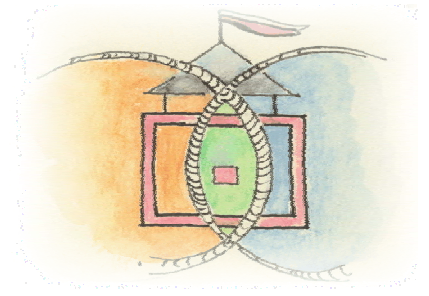
# Gemeinsam für Kronach



1. Entwurf: Dr. Kerstin Löw, Soziale Stadt Kronach, Thomas Gehring, Fa. 4mIT

<b>1. VISION</b>	<b>2</b>
<b>2. LEITLINIEN</b>	<b>3</b>
<b>3. STRATEGIE</b>	<b>5</b>

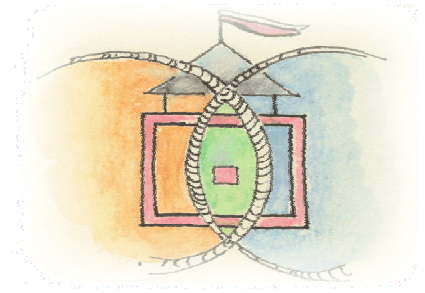
# Gemeinsam für Kronach



## 1. Vision

### **Kronachs Einzigartigkeit nutzen und fördern**

Die Vision der Initiative „Gemeinsam für Kronach“ ist es, Kronach zu einem unverwechselbaren Standort zu entwickeln. Sowohl Kronacher Bürger wie auch auswärtige Besucher sollen in Kronach einzigartige Angebote vorfinden, die zum Wiederkommen einladen. Alle verantwortlichen Akteure vor Ort, seien sie aus dem kulturellen, gewerblichen oder öffentlichen Bereich sind eingeladen, die Initiative „Gemeinsam für Kronach“ als offenen Marktplatz zu nutzen, auf dem sie ihre Projekte vor dem Hintergrund der gemeinsamen Vision verwirklichen können.



## 2. Leitlinien

### **sich gemeinsam entwickeln**

“Gemeinsam für Kronach“ heißt, daß Entwicklung auf dem Prinzip des Miteinanders ruht. Das Ziel, Kronach einzigartig zu machen, soll das Band bilden, welches alle Akteure vereint. Innovationen einzelner sollten also immer im Bewußtsein der Gesamtwirkung und des gemeinsamen Zieles vorangetrieben werden.

### **sich austauschen und kooperieren**

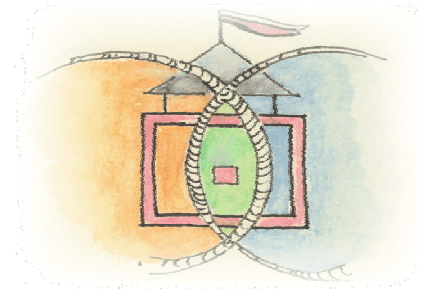
Alle Akteure sollen zu Kommunikation und Kooperation bereit sein. Im einzelnen bedeutet dies:

- Erfolge, Anregungen und Ideen weiterzugeben;
- Offen zu sein für Kritik und Kritik konstruktiv zu formulieren;
- Probleme einzugestehen und Hilfe einzufordern;
- Hilfestellungen zu geben und gemeinsame Lösungen zu finden;
- Risiken frühzeitig zu benennen, sie zu minimieren und ihnen entgegenzusteuern;
- Bereit sein, sich fachlich auszutauschen und gemeinsam fortzubilden;
- Dauerhafte Kommunikationsstrukturen für einen Austausch zwischen Publikum, Behörden, Bürgern, Gewerbe, Initiativen, Medien, Politik, Vereinen einzurichten.

### **für sich und andere werben und Wettbewerb zulassen**

“Gemeinsam für Kronach“ versteht sich als Initiative, die die Positionierung des jeweils Anderen zuläßt und für dessen Rolle Verständnis aufbringt. Das Prinzip des Wettbewerbs schließt es ein, für sich und andere zu werben.

# Gemeinsam für Kronach



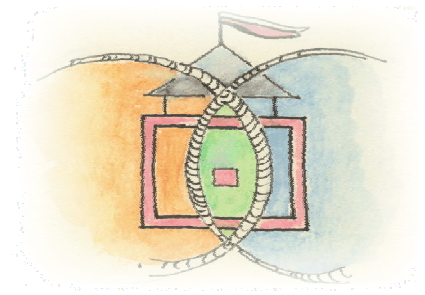
**eine gemeinsame Einkaufskultur gegenüber dem Besucherpublikum  
verantworten**

Entwickeln, Schützen, Anbieten, Pflegen

**!!! ToDo Erarbeiten!!!**

**Fehlschläge als Erfahrungen positiv nutzen**

Mißerfolge und Fehlschläge sollen nicht als Niederlage verstanden werden, sondern im Gegenteil als Erfahrung positiv für einen Neustart genutzt werden.



## 3. Strategie

Um die Vision zu erreichen, wird in der ersten Phase ein Kernteam gebildet, das sich mit dem Image der Marke "Kronach" befaßt. Hierbei steht zum einen die Identifizierung des Marktes mit dessen Zielgruppen, zum anderen die globale Positionierung von Kronach im Vordergrund. Der Zugang zu Kronach soll für den Außenstehenden einheitlich und leicht verständlich sein.

Anhand von mehreren einzelnen Beispielprojekten werden praxisnah Problemlösungen erarbeitet, dokumentiert und weitergeben.

Aus beiden Arbeiten erfolgt eine Zusammenführung der angestrebten und erlernten Qualität für die Marke "Kronach".

Als wichtiger Faktor für die Außenwirkung der Stadt ist ein Bewertungsschema des Kronacher Images in den überregionalen Medien und Netzwerken zu erarbeiten. Hierzu sind Kommunikationswege in die einzelnen Zielgruppen aufzubauen und zu nutzen.

Die Strategie wird in regelmäßigen Intervallen fortgeführt bzw. aufgrund von Erfahrungen weiterentwickelt.