

PRESSEINFORMATION

Mannheim, 10. Dezember 2021

20 Jahre Marketing für Mannheim

Die Stadtmarketing Mannheim GmbH freut sich über ihr Jubiläum

20 Jahre ist es her, dass die Stadtmarketing Mannheim GmbH gegründet wurde. Die Stadt und die ansässigen Unternehmen machten sich 2001 zusammen dafür stark, die Wahrnehmung Mannheims als lebenswerte Stadt auf eine stabile Basis zu stellen. Seitdem hat die Stadtmarketinggesellschaft viel bewirkt. Beim Thema Talentgewinnung ist Mannheim vielen Städten voraus.

Die Stadtmarketing Mannheim GmbH feiert ihr 20-jähriges Bestehen: Am 11. Dezember 2001 wurde die Gesellschaft als Public Private Partnership in Mannheim gegründet. Stadt und Wirtschaft sahen die Chance, die Attraktivität des Standortes durch erfolgreiches Stadtmarketing zu erhöhen, und trieben das Ganze gemeinsam voran. Die Ziele, die man sich damals gesetzt hat, gelten noch heute: das Image der Stadt verbessern und Mannheim mit seinen Stärken überregional bekannter zu machen. Doch die Aufgaben, vor denen Städte heute stehen, haben sich geändert. Weitere Ziele kamen hinzu.

„Das Stadtmarketing hat entscheidend geholfen, Mannheim im Wettbewerb der Städte und Regionen um Talente und qualifizierte Fachkräfte konsequent und professionell zu positionieren. Mit der Gründung des Stadtmarketings begann die gezielte Vermarktung der Stärken unserer Stadt und zwar mit einem klaren Fokus auf die wichtige Zielgruppe der Nachwuchskräfte. Stadtmarketing ist deshalb für mich ein wichtiger Bestandteil der Standortentwicklung. Die Wirtschaft übernimmt im Stadtmarketing dauerhaft Verantwortung und stellt sich damit hinter die ‚Marke Mannheim‘ und die damit verknüpfte Programmatik. Im Stadtmarketing wird die Partnerschaft von Wirtschaft und Verwaltung modellhaft verwirklicht. Deshalb ist Stadtmarketing nicht einfach nur ‚mehr Werbung‘ für Mannheim. Und deshalb entwickeln sich auch immer wieder die Aufgaben des Stadtmarketings weiter. Für das Engagement der Unternehmen für unsere Stadt in dieser modellhaften öffentlich-privaten Partnerschaft möchte ich mich an dieser Stelle herzlich bedanken“, erklärt Oberbürgermeister Dr. Peter Kurz.

Mannheim ist beim Thema Talentgewinnung vielen Städten voraus. „Das Stadtmarketing verfolgt seit Jahren schon eine eigene Talentstrategie für unsere Stadt. Mit der neuen Online-Plattform ‚Mannheim My Future‘ bekommt diese Strategie jetzt ein neues Gesicht. Von Kultur über Forschung und Netzwerk bis hin zu Nachhaltigkeit und Lebensqualität zeigt sie die Vielfalt an positiven Faktoren, die bei der Entscheidung für Mannheim als Wohn- und Arbeitsort sowie als attraktiven Wirtschaftsstandort relevant sind. Diese Vielfalt überzeugt Talente, ein Teil von Mannheim zu werden“, findet Verena Eisenlohr, Aufsichtsratsvorsitzende der Stadtmarketing Mannheim GmbH.

Die Bedeutung des Destinationsmarketings wurde im Laufe der Jahre für Mannheim immer wichtiger. Die hohen Übernachtungszahlen vor Corona belegen diese Entwicklung. Die Vermarktung Mannheims als besuchenswertes Städtereiseziel konzentrierte sich anfangs auf die Tourist Information und wurde im Laufe der Jahre immer weiter ausgebaut. Seit Jahren schon präsentiert sich Mannheim auf allen wichtigen Tourismusmessen, wie der ITB in Berlin, der CMT in Stuttgart und beim Vakantiesalon in Brüssel. Die Gründung der Tourismus Stadt Mannheim GmbH im Januar 2021 und der Ausbau des Teams waren die logische Konsequenz.

In den 20 Jahren des Bestehens hat das Stadtmarketing für Mannheim vieles erreicht. Es wurde ein moderner und einheitlicher Markenauftritt für die gesamte Stadt etabliert, Netzwerke in den Bereichen Unternehmenskommunikation, Tourismus, Kultur, Mobilität, Innovationen und Musik aufgebaut und neue Veranstaltungsformate ins Leben gerufen. Zu den festen Event-Highlights im Jahr zählen neben dem Kinderfest die „Mannheim Music Week“, „Monnem Bike“ und das Innovationsfestival „innomake!“.

Mannheim setzte sich als Destination immer wieder attraktiv in Szene: Das nationale Kultur- und Musikprojekt „Der Klang der Quadrate“ in 2007 zum 400-jährigen Stadtjubiläum, die „Autosymphonic“ in 2011 anlässlich des 125. Jubiläums des Automobils in Mannheim, der „Radsalon“ in 2014, die „Allee der Innovationen“ in 2016, der „Deutscher Tourismustag 2017“ in Mannheim und die „Galerie der Innovationen“ in 2018 sind nur einige der aufmerksamkeitsstarken Beispiele.

Mit Blick auf das bereits Erreichte entwickelte sich die Stadtmarketinggesellschaft mit ihren kreativen Konzepten zu einem Impulsgeber für angenehme Aufenthalte und interessante Erlebnisse in der Stadt. „Ich kann zwei Entwicklungen beobachten: Wir haben auf der einen Seite eine sehr stabile Gesellschafterstruktur und auf der anderen Seite eine stark wachsende Zahl an Projektpartnern. Durch die Neukonzeptionierung vieler Projekte arbeiten wir mit immer mehr Partnern zusammen. Das zeigt, dass Mannheims Unternehmen die Wichtigkeit von strategischem Standortmarketing sehen und unser Vorhaben voll unterstützen. Dafür möchte ich danke sagen“, freut sich Karmen Strahonja, Geschäftsführerin der Stadtmarketing Mannheim GmbH.

Zu dieser Presseinformation bieten wir Ihnen ein Foto zur redaktionellen Verwendung an.

Abdruck honorarfrei – Die Verwendung der Fotos ist frei für journalistische Zwecke zur Berichterstattung im Zusammenhang mit dem Inhalt der Pressemitteilung bei Nennung der Quelle. Wir freuen uns sehr über ein Belegexemplar.

Über die Stadtmarketing Mannheim GmbH

Die Stadtmarketing Mannheim GmbH wurde 2001 gegründet, um Mannheims Wettbewerbsfähigkeit im konkurrierenden Umfeld weiter auszubauen, die Attraktivität des Images nach innen und außen zu steigern sowie die Profilierung und Positionierung der Stadt mit all ihren Stärken voranzutreiben. Sie wird zu 49 Prozent von der Stadt getragen, die Mehrheit von 51 Prozent der Anteile halten die 21 privaten Gesellschafter. Weitere Informationen unter www.visit-mannheim.de.