



Niederschrift

28. Plenarsitzung des Gemeinderates
28. September 2021, 15:30 Uhr
öffentlich
Bürgersaal, Rathaus am Marktplatz
Vorsitzender: Oberbürgermeister Dr. Frank Mentrup

9.

Punkt 8 der Tagesordnung: Markenbildung Karlsruhe

Vorlage: 2020/0370

Beschluss:

1. Der Gemeinderat nimmt nach Vorberatung im Hauptausschuss die vorliegende Analyse zur Ist-Positionierung und die sich daraus ableitenden Aufgaben für ein Stadtmarketing auf Grundlage einer Marke „Karlsruhe“ zustimmend zur Kenntnis.
2. Der Gemeinderat beauftragt die Verwaltung, auf Basis der Ist-Positionierung die Marke „Karlsruhe“ zu fassen (Soll-Positionierung) und die Marke langfristig zu entwickeln.
3. Städtische Ämter und Dienststellen sowie die Gesellschaften sind verpflichtet, diese Markenstrategie zu beachten und die Marke „Karlsruhe“ mitzuentwickeln. Die Stabsstelle SAM koordiniert diesen Prozess und sorgt für eine Beteiligung und Abstimmung mit der Stadtgesellschaft.

Abstimmungsergebnis:

Einstimmige Zustimmung

Der Vorsitzende ruft Tagesordnungspunkt 8 zur Behandlung auf und verweist auf die erfolgte Vorberatung im Hauptausschuss.

Wie Sie wissen, ist eine Markenstrategie für Karlsruhe und eine fokussierte Positionierung der Stadt immer auch schon eine Forderung von Gemeinderäten aus verschiedenen Legislaturperioden gewesen und immer dann, wenn die Stadt sich dann möglicherweise auch unter externer Beratung auf dem Weg zu einer Positionierung, womöglich auch einem Claim, gemacht hat, ist das am Ende mitunter im, man hätte damals noch nicht Shitstorm gesagt, aber in der aufgeregten Debatte in der Stadtgesellschaft untergegangen, und von daher sind wir an der Stelle noch nicht wesentlich weiter als bei vielen Vorüberlegungen, die Ihnen ja auch noch mal in der Vorlage, aber auch im Hauptausschuss ausführlich dargestellt wurden. Das heißt, wir stehen nicht

am Anfang einer Diskussion, sondern wir stehen immer noch nicht am Ende einer Diskussion und wollen sie noch mal etwas grundsätzlicher mit Ihnen beginnen. 2018 ist deswegen die Stabstelle für Außenbeziehung und strategisches Marketing, das Thema strategisches Marketing war ja seinerzeit ein ausdrücklicher Wunsch des Gemeinderats, dass wir das hier einrichten, mit der Analyse und Neufassung der Positionierung beauftragt worden. Und jetzt legen wir Ihnen einen ersten grundlegenden Baustein vor. Es geht um eine Ist-Positionierung, wofür steht Karlsruhe eindeutig und nachweisbar. Da geht es um Alleinstellungsmerkmale, um die Stärken unserer Stadt und auch gegebenenfalls um echte Schwächen im Vergleich zu anderen deutschen Großstädten. Daran waren viele Akteure aus Verwaltung und städtischen Gesellschaften, aber auch viele Externe beteiligt. Die Anlage zur Beschlussvorlage für den Gemeinderat erläutert Ihnen noch mal diesen Prozess.

Die Analyse, die Sie jetzt heute hoffentlich mitgehen, führt zu einer Fokussierung, die sich dann in den künftigen Monaten und Jahren mit der Erarbeitung einer klaren Stadtmarke Karlsruhe beschäftigen soll und dabei natürlich auch Erwartungen, Wertvorstellungen und Gefühle der Stadtgesellschaft berücksichtigt, schaut, mit welchen Aspekten wir überregional, national oder auch international wahrgenommen werden und welche wir ansprechen sollten. Wir wollen langfristig ein Image von Karlsruhe auch im Bewusstsein der Menschen hier schaffen, und wir wollen natürlich alle Dienststellen und Gesellschaften in eine Gesamtinitiative packen, damit nicht die Marke Karlsruhe jede Gesellschaft so positioniert, wie es ihr gerade einfällt, sondern dass wir hier unter bestimmten Markenkernen auch ein gewisses übereinstimmendes Wording haben, und mit Letzterem sollten wir auch möglichst bald schon beginnen, unabhängig davon, ob wir dann irgendwann noch eine größere Markenstrategie aufsetzen oder nicht.

Heute geht es darum, dass Sie den bisherigen Stand hier so mittragen und auch zum Ausgangspunkt weitergehende Überlegungen machen. Recht und Demokratie, kluge Entwicklungen und Innovationen und das Thema Medienkunst sind ja auch mittlerweile schon vielen Menschen bekannt und auch mit Karlsruhe eindeutig verbunden. Schauen Sie sich gerade mal an, was um das Jubiläum des Bundesverfassungsgerichtes alles so passiert. Dieser Spruch, ich gehe bis nach Karlsruhe, ist auch der Titel eines ARD-Beitrags zu 70 Jahre Bundesverfassungsgericht, und von daher schöpfen wir hier nicht was völlig Neues, sondern wir strukturieren, wir priorisieren und wir polarisieren auf Dinge, die einfach eindeutig für unsere Stadt sind. Das und nicht mehr stellen wir Ihnen heute zur Abstimmung und würden uns über ein positives Votum freuen. Wir werden natürlich bei allen weiteren Schritten wieder auf Sie zukommen. Mir würde es als erster Schritt auch schon mal reichen, wenn wir zu diesen drei wichtigen Elementen des Markenkerns dann ein Wording finden, das von allen in der Stadt gemeinsam genutzt wird, weil das, glaube ich, der Wahrnehmbarkeit dieser drei besonderen Alleinstellungsmerkmale noch mal eine ganz neue Wucht gibt. Jetzt zur Debatte, Frau Stadträtin Weber.

Stadträtin Weber (GRÜNE): Wie wollen wir in der Region innerhalb Deutschlands und in der Welt wahrgenommen werden? Uns liegt hier eine klare Ist-Positionierung vor. Unverwechselbar macht Karlsruhe das ZKM, das KIT und der Sitz des Bundesverfassungsgerichts. Dass das Bundesverfassungsgericht einen wichtigen Teil der nationalen Bedeutung Karlsruhes ausmacht, zeigt der Beschluss zum Klimaschutz im März dieses Jahres. In Sachen Klimaschutz sind wir sicher noch nicht so weit, dass dies im Moment ein Kernthema ist. Allerdings haben wir uns bereits auf den Weg gemacht mit unserem Klimaschutzkonzept, der Klimaanpassungsstrategie und der Ausrufung des Klimanotstands. Viele Gruppen bewerten Orte daran, wie sie dem Klimanotstand entgegentreten. Das Engagement für Klimaschutz wird zu einem Schlüsselkriterium

für Menschen bei der Entscheidung, wohin sie in Urlaub fahren, wo sie leben, studieren, arbeiten, investieren oder ein Unternehmen gründen. Darauf reagiert auch die renommierte Unternehmensberatung Roland Berger, indem sie den Klimaschutz als zentralen Aspekt für die Wettbewerbsfähigkeit herausstellt. Das Engagement für Klimaschutz hat auch die Stadt Kopenhagen als Schlüsselkriterium für die Wettbewerbsfähigkeit erkannt. Kopenhagen will bis 2025 klimaneutral sein. Klimaschutz ist hier Teil der Marke. Diese strategische Vereinbarung drängt ihre Politik darauf, sich in diese Richtung zu entwickeln und schafft für diese Themen ein Bewusstsein. Mit unseren drei Kernthemen lässt sich eine Vision erzählen, die zur Identität auch in den nächsten Jahrzehnten passt. Mit dem Bundesverfassungsgericht ist Karlsruhe eine Stadt der Entscheidungen. Im KIT können diese Entscheidungen praktische Umsetzung in Form von klugen Entwicklungen gefunden werden und mit dem ZKM werden auch die gesellschaftlichen Veränderungen mittels Ausstellung und Symposium reflektiert diskutiert und vermittelt. Liebe Kolleginnen und Kollegen, wie wäre es, wenn Karlsruhe im Jahr 2030 von sich sagen könnte, wir sind die Stadt mit dem geringsten CO₂-Fußabdruck, einer menschenfreundlichen Innenstadt und einem klugen Mobilitätskonzept und haben damit Vorkehrungen für einen freiheitsschonenden Übergang in die Klimaneutralität getroffen und die Klimaauswirkungen für unsere Stadt und unsere Bürgerinnen abgemildert. Dies wäre sicher ein lohnendes Ziel für die Soll-Analyse und um uns in Karlsruhe einen Ruf aufzubauen, im Sinne von, wir sind auch weiterhin eine Stadt, in der es sich gut leben lässt, vielen Dank.

Stadtrat Hofmann (CDU): Ja, ich denke mal, die Vorlage ist hervorragend, das habe ich auch im Hauptausschuss schon klar gesagt. Es war für mich interessant, da ich ja schon sehr lange auch in dem Bereich dabei bin, mal gerade zu sehen, was in der Geschichte alles schon passiert ist, was wir alles schon gemacht haben. Da waren auch sicher viel gute Sachen dabei, aber dies noch mal im Vorfeld zu bündeln, das war sicherlich der richtige Weg, glaube ich einfach, das ist die richtige Strategie, auch wie es jetzt angegangen wird, und ich glaube, hier ist es eben nicht nur die Ist-Positionierung, die jetzt da ist, sondern auch der Weg dorthin war der Richtige, dass man einfach noch mal alles entsprechend beleuchtet. Wir werden auch diesen Stand natürlich heute mittragen, denn ich denke, hier muss man gucken, wie man jetzt entsprechend aufbaut. So ein bisschen, so ein kleines Mitnehmen vielleicht in die weiteren Prozesse. Ich denke, die Bestandteile dieses Markenkerns sind eindeutig auch rausgearbeitet worden. Jetzt der Begriff kluge Entwicklungen, der ist sehr allgemein, ob man da nicht vielleicht diese Innovation, gerade mit unserer Technologieregion und das Ganze wieder mitreinnehmen kann, das sollte vielleicht im Prozess noch mal überdacht werden, aber das ist jetzt nicht der Stand heute, sondern das passt eigentlich schon alles. Das Einzige, was uns wirklich wichtig ist, jetzt in dem Punkt und auch, das hatte ich mehrfach betont, ist, da werden natürlich auch wieder entsprechende Mittel auf uns zukommen, dass wir dies frühzeitig im jeweiligen Hauptausschuss dann vielleicht beraten, dass wir wissen, was wir dazu auch freigeben können, denn das müssen wir nachher natürlich politisch entscheiden, was ist uns dann auch was wert und ich glaube, dann kann da auch eine schöne runde Sache draus werden. Wir tragen die Vorlage so mit, danke.

Stadtrat Dr. Huber (SPD): Wir alle vertreten die Bürgerinnen und Bürger der Stadt Karlsruhe, und wir alle haben sicherlich ganz klare Gefühle und Assoziationen, wenn wir an unsere Stadt denken, aber mir geht es zumindest so, dass, wenn ich gefragt werde, wie ich meine Heimat beschreiben soll, ich mich immer ein bisschen schwertue, das in Worte zu fassen und es für mich persönlich eigentlich eine unmögliche Aufgabe ist, das in einen einzelnen Slogan zu pressen und wenn man sich die Geschichte anguckt, und der Kollege Hofmann hat es ja gerade gesagt, das ist wirklich spannend zu sehen, dann sieht man, dass auch wir als Stadt Karlsruhe da

nicht immer ganz erfolgreich waren sicherlich, zu mancher Zeit erfolgreich, aber nicht so, dass wir jetzt mal nachhaltig einen Slogan geschaffen hätten, der sich jetzt über die Jahrzehnte getragen hätte. Deswegen darf ich für unsere Fraktion anmerken, dass wir uns freuen, dass dieser Prozess wieder aufgenommen wurde, denn Stadtmarketing und vor allem die Markenbildung ist etwas, was unglaublich wichtig ist, wenn es darum geht, um nur ein Beispiel zu nennen, Fachkräfte zu gewinnen oder Unternehmen anzusiedeln. Ja, deswegen, wir freuen uns, wir finden die drei Themen sehr interessant, die sich da rausgestellt haben. Sie sind irgendwie offensichtlich, aber ich glaube, das ist ja Ziel des Ganzen, und ich persönlich möchte noch anmerken, dass ich vor allem diesen Kontrast zwischen einem analogen Thema wie Demokratie und Grundgesetz und Verfassungsgericht und in diesen digitalen Themen Innovation und Medienkunst durchaus ein besonderer Reiz inne liegt, der unsere Stadt ja auch sicherlich ein Stück weit ausmacht.

Stadträtin Böringer (FDP): Vielen Dank erst mal an die Beteiligten für die Vorlage dieses umfassenden, eben auch doch zu in Teilen prägnanten, Konzepts. Ich denke, es ist wichtiger denn je im Konzert der Großstädte, auch konkurrenzfähig zu sein. Von daher begrüßen wir die Vorlage. Ich möchte inhaltlich nur zwei Anmerkungen machen. Ich glaube, die Bereiche Sport und Soziales sind noch etwas unterrepräsentiert. Beide könnten doch in dem Komplex Chancen für alle stärker vorkommen. Wir haben noch Athleten bei Olympia dabei und Basketballer und den KSC und beim Sozialen könnten wir uns auch vorstellen, dass wir Vorreiterqualitäten der Stadt vielleicht doch wiederfinden, auch das Programm zur Obdachlosenhilfe und so weiter. Grüne Stadt, würde ich sagen, als Kern ist uns auch etwas zu kurz geraten, wenn wir die, ich glaube, Herr Hofmann hat es gesagt, wenn wir die exzellente Forschung am KIT zum Beispiel sehen, dann könnte die doch dazu dienen, diesen Markenkern als, ich nenne das mal, Öko-City bezeichnen zu können. Zum Abschluss möchte ich sagen, es stimmt, wir haben auch etwas Bauchschmerzen bei dem Begriff, glaube ich, Gesamtkosten, noch nicht bezifferbar und da bitten wir also wirklich die Verantwortlichen, sparsam und auch mit ökonomischem Feingefühl an die Finanzierung zu denken. Im Ergebnis werden wir natürlich der Vorlage der Verwaltung zustimmen, vielen Dank.

Stadtrat Cramer (KAL/Die PARTEI): Meine Fraktion hat heute keine Bauchschmerzen. Wir finden es nämlich gut, dass jetzt doch noch mal das Thema Positionierung und Markenstrategie der Stadt Karlsruhe aufgegriffen wurde und eben ganz klar ist, dass es heute um die Ist-Positionierung geht und nicht schon wieder um Einzelpunkte, die hier teilweise von meinen Vorrednerinnen und Vorrednern genannt wurden. Alles das, was da natürlich richtigerweise gesagt wurde, hat aber nicht die Relevanz für unseren Beschluss heute, sondern das ist das, was in den nächsten Jahren hier passieren wird und da geht es eben um die Soll-Positionierung und den Weg, den müssen wir zusammen gehen und ich gehe davon aus, dass aufgrund dieser Vorlage hier, aufgrund der Beschlussvorlage wir den Weg auch gehen. Für uns kommt es jetzt drauf an, wie wird es in der Praxis umgesetzt und da ist vor allem der dritte Punkt des Beschlussantrages extrem wichtig, und auf den wird es drauf ankommen, nämlich städtische Ämter und Dienststellen, so wie die Gesellschaft sich verpflichtet, diese Markenstrategie zu beachten und die Marke Karlsruhe mit zu entwickeln. Die Stabsstelle SAM garantiert diesen Prozess und solch eine Beteiligung und Abstimmung mit der Stadtgesellschaft. Also, das ist für uns ganz wichtig, dass es jetzt wirklich nicht wie in der Vergangenheit so ist, dass einzelne Gesellschaften immer wieder einzelne Konzepte und einzelne Marketingstrategien auf den Weg gebracht haben, die sich teilweise widersprochen haben und einen gemeinsamen Weg konterkariert haben. Von

daher stimmen wir heute dieser Vorlage zu, mit einem ganz starken Fokus auf den Punkt 3 der Beschlussvorlage.

Stadträtin Fenrich (AfD): Höher, schneller, weiter, könnte man zu diesem Tagesordnungspunkt Markenbildung Karlsruhe sagen. In einer schnelllebigen Zeit machen auch die Städte nicht davor Halt, sich weiterzuentwickeln, ihre Kernpunkte herauszuarbeiten und ihre Stärken zu formulieren. Es ist viel gesagt worden bisher, vieles können wir unterstützen. Ihre Ergänzungen, sehr geehrter Herr Oberbürgermeister, auch dafür herzlichen Dank. Aber wir als AfD-Fraktion hier in Karlsruhe sind ja auch bekannt für die Sparfraktion in diesem Hause, und da haben wir uns gefragt und frage ich mich, Roland Berger dieses Gutachten, 2000 ist es in Auftrag gegeben, das Ergebnis 2007. Kleinundpläcking hat das Ergebnis 2010 gegeben. Uns sind keinerlei Hinweise gegeben worden, was diese Gutachten gekostet haben, und es sind auch keine Hinweise gegeben worden, warum hat man denn bei diesen Unternehmensberatungsgesellschaften nicht nachgehakt. Ist das Leistungsverzeichnis, war es fehlerhaft. Hätte man es entsprechend nachsteuern können oder ist bezahlt worden, ohne dass man genau geprüft hat, was ist das Ergebnis. Sinn und Zweck einer Auftragsvergabe ist doch, dass man das bekommt, was man will. Wir haben den Eindruck, die Stadt hat nicht bekommen, was sie will, und jetzt bleibt eben nichts anderes übrig, als jetzt sehr viele städtische Stellen, andere Akteure und die städtischen Gesellschaften hier mit einzubinden, um es weiter zu verfahren. Aber aus der Vorlage geht auch nicht hervor, ob weitere Gutachten erforderlich sind. Sie schreiben hier auf der Seite 1, finanzielle Auswirkungen, ja, Gesamtkosten noch nicht bezifferbar. Auf der Seite 3 unten schreiben Sie, Finanzierung Gesamtkonzept, die erforderliche Finanzierung der Maßnahmen in 22/23 erfolgt durch den Beantragten mit Ansatz im Entwurf des Doppelhaushaltes 22/23. Wir sehen aber keine Zahlen. Das hätten wir eigentlich erwartet. Das kreiden wir der Stadtverwaltung an. Es wäre wirklich Not am Mann gewesen, da Ross und Reiter zu nennen und es nicht einfach mit Mist zuzudecken. Wir werden daher dieser Beschlussvorlage zustimmen, aber wir werden uns vorbehalten, entsprechender Beschlussvorlage im Doppelhaushalt, das abzulehnen bzw. kritisch nachzufragen. Denn das, was hier bisher wahrscheinlich, so würde ich das gerne jetzt formuliert wissen, verbrannt haben, sind die Gelder des Bürgers, sind Steuergelder. Ich danke Ihnen.

Stadtrat Kalmbach (FW|FÜR): Ich finde, es ist ein ganz spannender Prozess und es lohnt sich wirklich, da drin zu investieren. Man kann nur entwickeln, wirklich, was man kennt. Wenn man nicht die Kernkompetenz einer Person oder einer Stadt kennt, kann man sie auch nicht gut entwickeln. Deswegen glaube ich gar nicht, dass es zuerst eine Sache nach außen ist. Es ist eine Frage nach innen. Nur wenn wir tatsächlich wissen, wo wir stark sind, können wir auch miteinander zusammen Stärke entwickeln nach außen und es geht nicht nur um Marketing nach außen, sondern um das Selbstbewusstsein nach innen. Deswegen herzlichen Dank an das Team von E.W. Fischer, das ist eine starke Arbeit. Ich glaube, dass es wirklich viel Arbeit ist, so weit zu kommen und ich finde es auch toll, dass sie wieder den Faden aufgenommen haben und das so zusammengeführt haben. Ich denke, Herr Oberbürgermeister, wenn solche Wordings gefunden sind, das ist halt im Endeffekt wichtig, dass man es transportieren kann nach innen und nach außen. Dann können Sie zum Beispiel eine Haushaltsrede halten, ableiten von diesen Kernthemen. Dann können Sie eine Haushaltsrede von unseren Stärken ableiten und das kann alles da drin vorkommen, und auch in den Ämtern ist ein großer Vorteil, wenn wir das wissen und ich glaube, das, was DIE GRÜNEN vorhin gesagt haben, dass wir das wirklich in diesem Diagramm schon drin haben, wenn ich schaue, zum Beispiel Grüne Stadt oder Innovation, wie immer man das bezeichnet, sind ja genau die Dinge, die wir jetzt brauchen, um die Problematiken zu meis-

tern. Deswegen, ich bin sehr überzeugt, dass die Kernthemen so gut gewählt sind, dass die auch bleiben werden. Das ist kein Zeitgeschehen, sondern wenn wir die mal haben, dann haben wir die, weil eine Person ändert sich nicht, eine Stadt verändert sich auch nicht in einer Dekade oder in zwei Dekaden. Deswegen ist es eine gute Arbeit, vielen Dank dafür. Wir sind begeistert davon. Wir müssen nur konsequent bis zum Wording, von innen nach außen das umsetzen, dann wird es eine sehr, sehr gute Sache, herzlichen Dank.

Der Vorsitzende: Ja, vielen Dank. Ich möchte noch mal betonen, auch Frau Stadträtin Fenrich, die damaligen Dienstleister haben abgeliefert, nur vieles von den Ergebnissen ist dann weder von der Politik noch von der Stadtgesellschaft akzeptiert worden. Damals war man noch auf dieser Ebene, wir brauchen einen Claim, der alles versucht zu bündeln und sie konnten am Ende weder mit der Festlegung auf gelassener Fortschritt, noch mit der Festlegung auf Baden in Ideen etwas anfangen in der Öffentlichkeit und auch der Claim, Karlsruhe viel davor, viel dahinter, hat zwar hat eine gewisse Aufmerksamkeit erzeugt, hat aber letztlich dann nicht zum großen Durchbruch verholfen. Und genau diesen Weg gehen wir jetzt eben heute nicht und es war nicht Aufgabe dieser Vorlage, Ihnen noch mal zu erläutern, wann, wer, wie viel Geld für was ausgegeben hat. Da können Sie auch durchaus anderswo nachfragen, aber wir wollten darstellen, was schon alles passiert ist, und genau den Weg gehen wir jetzt nicht. Wir wollen kein Claim, sondern wir wollen auch den Menschen, die sagen, wir finden Karlsruhe am besten, weil es eine super grüne Stadt ist, denen wollen wir ja nicht das Gefühl geben, dass sie falsch liegen, aber das werden Menschen aus anderen Städten auch behaupten, und insofern ging es hier vor allem um die Alleinstellungsmerkmale, auf die wir uns fokussieren sollten, und diese Alleinstellungsmerkmale haben nur dann einen Sinn, wenn sie vor zehn Jahren gegolten haben, wenn sie heute gelten und wenn sie wahrscheinlich in zehn Jahren auch noch gelten.

Und insofern, Frau Stadträtin Weber, ich weiß nicht, wenn wir 35 uns so definieren, dass wir sozusagen die Ersten waren, die am besten die Klimaschutzziele umgesetzt haben, spätestens im Jahr 2040 werden das alle Städte von sich behaupten, nicht unbedingt, dass sie die Ersten waren, aber dass sie sie umgesetzt haben und selbst im Jahr 2035, ich habe mal ausgerechnet, wird mir dann der 63-jährige Langzeitoberbürgermeister Boris Palmer vorrechnen, dass er noch fünf Jahre früher dran war. Insofern müssen wir es schaffen, aus unseren Alleinstellungsmerkmalen solche Konsequenzen abzuleiten, wie Sie sie dargestellt haben und so habe ich es auch verstanden, und da haben wir auch gute Voraussetzungen dafür, aber wir müssen immer fragen, stellen wir was in den Mittelpunkt, was vielleicht in fünf Jahren schon jeder hat, oder stellen wir was in den Mittelpunkt, wo wir auch in fünf Jahren immer noch die Kompetenz haben, das gut zu vertreten. Und ich glaube, da kommen wir zu diesen drei Begriffen. Wobei der Begriff kluge Entwicklungen, das wird die längste Diskussion noch werden, wir wollten gerade nicht Innovation sagen, weil das im Moment jeder macht, und es gab ja auch den Vorschlag, Digitalisierung zu nehmen, das halte ich für ein absolutes Zeitgeistwort. Also, wir müssen hier versuchen zu beschreiben, was wir können, aber wir müssen auch versuchen, eine Qualität und eine Stimmung zu beschreiben, und das ist etwas, was die Stadtgeschichte seit 300 Jahren durchzieht, dass man immer sehr kluge Ideen gemacht hat für die Zukunft, die man versucht hat, hier umzusetzen. Nicht umsonst haben wir hier viele soziale Errungenschaften, viele Bildungsinstitutionen zum ersten Mal im damaligen deutschen Land hier in Karlsruhe mal installiert.

Ich darf mich noch mal ganz herzlich bedanken auch bei der Stabstelle und allen auch, die bei diesen Workshops daran beteiligt waren. Ich glaube, das ist der richtige Weg und wie viel Geld

wir dafür am Ende brauchen, das hängt von Ihnen ab. Wir werden auch, bevor wir irgendwelche zusätzlichen Gutachten einfordern, natürlich auf Sie zugehen. Bisher haben wir gar kein Geld dafür eingestellt, also können wir es auch nicht ausgeben und jetzt geht es um die nächsten Schritte und ich kann für Markenbildung nach oben unbegrenzt Geld ausgeben, ich kann aber mit einem vernünftigen Wording heute auch schon versuchen, mal wenigstens die Darstellung der Stadt durch alle Verwaltungseinheiten, städtische Gesellschaften und noch viele Institutionen mehr zu versuchen, in eine Richtung zu bringen, und das wollen wir uns als Nächstes vornehmen.

Damit kommen wir zur Abstimmung, und ich bitte um Ihr Votum. – Ja, vielen Dank, Einstimmigkeit und das bei einem solchen Thema, wer hätte das gedacht. Herzlichen Glückwunsch an die Autorinnen und Autoren und herzlichen Dank an Sie alle. Das wird uns sehr beflügeln.

Zur Beurkundung:
Die Schriftführerin:

Hauptamt - Ratsangelegenheiten –
26. Oktober 2021