



Stadt T E T T N A N G

**Verwaltungsausschuss**  
- öffentlich am 07.11.2019

Sitzungsvorlage 216/2019

Bürgermeister  
Walter, Bruno

**Stadtmarketing Tett nang e.V.  
Durchführung eines Prozesses über die zukünftige Ausrichtung**

Beschlussvorschlag

Der Verwaltungsausschuss stimmt der Durchführung eines Prozesses über die zukünftige Ausrichtung des Stadtmarketing e.V. mit Begleitung durch die imakomm AKADEMIE GmbH zum Preis von maximal 38.318,00 € zu. Die Beauftragung soll getrennt nach einzelnen Phasen und entsprechend dem Bedarf erfolgen.

## Finanzierung

Finanzielle Auswirkungen:  Ja  Nein

### Ausgaben:

Vorhandener Planansatz:	Betrag eingeben EUR
Produkt, Sachkonto, Auftrag; ggfs. mehrere	Betrag eingeben EUR
Benötigte Mittel insgesamt:	Betrag eingeben EUR
Benötigte Mittel über dem Planansatz (Über-/außerplanmäßige Ausgaben):	Betrag eingeben EUR
Folgekosten: - laufende Sachkosten - Personalkosten	Betrag eingeben EUR Betrag eingeben EUR
<b>Einnahmen:</b>	
Vorhandener Planansatz:	Betrag eingeben EUR
Produkt, Sachkonto, Auftrag; ggfs. mehrere	Betrag eingeben EUR
Tatsächliche Einnahmen:	Betrag eingeben EUR

### Genehmigung der überplanmäßigen/ außerplanmäßigen Ausgaben:

Mehrausgaben gegenüber Planansatz: Betrag eingeben EUR

Die Voraussetzungen für über-/außerplanmäßige Ausgaben gemäß § 84 GemO liegen vor:

Ja  Nein

Diese können abgedeckt werden durch: Verbuchungsort eingeben

Zuständigkeit (Wertgrenze) laut Hauptsatzung liegt beim

VA/TA (10.000 EUR bis 50.000 EUR)

GR (über 50.000 EUR)

### Ergänzende Erläuterungen:

## 1. Bisherige Entwicklung

Im Jahr 2009 wurde der Stadtmarketing e.V. gegründet. In diesem Verein gingen die bisherigen Akteure Stadtmarketing, Tettninger Wirte Verein und Netzwerk (ehemals HGV) in einer gemeinsamen Struktur auf. Ziel war die Bündelung der jeweiligen Interessen und die Professionalisierung angesichts der Bedeutung des Themas Stadtmarketing im Gesamten.

Der Verein finanziert sich im Wesentlichen aus den Mitgliedsbeiträgen sowie einem Zuschuss der Stadt Tettning in Höhe von 40.000,00 € jährlich. Außerdem fallen ggf. Einnahmen im Rahmen der Durchführung von Veranstaltungen an.

In den Folgejahren wurden im Stadtmarketing die städtischen Bereiche Tourist-Info sowie städtische Veranstaltungen angegliedert.

Im Jahr 2017 wurden die Bereiche wieder voneinander getrennt. Seit diesem Zeitpunkt werden die städtischen Veranstaltungen durch die Tourist-Info, welche dem Geschäftsbereich Finanzen zugeordnet ist, organisiert und durchgeführt.

Im Bereich Stadtmarketing stehen 1,0 Stellenanteile zur Verfügung, die sich zum einem aus der Stelle der/ des Beauftragten für Stadtmarketing sowie einer entsprechenden Stelle im Verwaltungsbereich zusammensetzt. Zuletzt betrug der Anteil der Beauftragten 0,75 Stellenanteile.

Mit Ablauf des Monats September 2019 endete das Beschäftigungsverhältnis mit der bisherigen Beauftragten für das Stadtmarketing. Die Stelle selbst ist bereits seit Mitte Mai 2019 nicht mehr besetzt.

## 2. Zukünftige Ausrichtung

Bereits in den zurückliegenden Monaten wurde im Vorstand des Stadtmarketingvereins intensiv über die zukünftige Ausrichtung diskutiert. Bedingt durch den jetzigen Personalwechsel soll nun ein Prozess durchgeführt werden. In diesem soll gemeinsam mit den Mitgliedern des Vereins sowie der Stadt die zukünftige Struktur und das zukünftige Gesamtkonzept neu ausgerichtet werden.

In der letzten Sitzung des Vorstands des Stadtmarketingvereins stellte die imakomm AKADEMIE GmbH, Herr Dr. Markert, das Ursprungsmodell sowie den heutigen Entwicklungsstand im Stadtmarketingbereich insgesamt dar.

Hieraus ergibt sich, dass nach den Vergleichswerten auch in anderen Städten und Gemeinden für die Bereiche Stadtmarketing im engeren Sinne sowie Innenstadt-/ City-Marketing insgesamt 2,0 Stellenanteile zur Verfügung stehen.

Grundsätzlich sei festzustellen, dass die Themen Wirtschaftsförderung, City-Marketing und Stadtmarketing im engeren Sinne eine weitere Bedeutungszunahme erfahren hätten.

Dabei sei auch festzustellen, dass in vielen Städten die Akteure beim City-Marketing ausgehen würden. Vor diesem Hintergrund müsse der Nutzen für die verschiedenen Akteure neu dargestellt werden.

Teil des Prozesses sei auch die Analyse des Ist-Zustandes, in dem die aktuellen Inhalte und die bestehenden Strukturen bewertet und überdacht werden sollen.

Dieser Prozess soll, so der Vorschlag des Stadtmarketingvereins e.V., gemeinsam mit der imakomm AKADEMIE GmbH als externem und sachkundigem Begleiter durchgeführt werden. Ziel ist es, den Prozess bis Ende Juli 2020 abzuschließen. Bis zu diesem Zeitpunkt soll die Stelle der/ des Stadtmarketingbeauftragten nicht wiederbesetzt werden.

Die so eingesparten Personalmittel sollen für die Entwicklung des Neukonzeptes aufgewendet werden. Die bisherigen Aufwendungen lagen bei durchschnittlich 4.200,00 €/monatlich.

Die Stadtverwaltung schlägt vor, der Durchführung des Prozesses und der Vergabe der Begleitung durch die imakomm AKADEMIE GmbH zuzustimmen.