



Stadt T E T T N A N G

**Ortschaftsrat Kau**

- öffentlich am 22.02.2021

**Ortschaftsrat Tannau**

- öffentlich am 22.02.2021

**Ortschaftsrat Langnau**

- öffentlich am 23.02.2021

**Verwaltungsausschuss**

- öffentlich am 25.02.2021

**Gemeinderat**

- öffentlich am 10.03.2021

Sitzungsvorlage 036/2021/1

Bürgermeister

Walter, Bruno

**Stadtmarketing Tett nang**

**Entscheidung über die künftige Ausrichtung und Förderung**

*Der Ortschaftsrat Kau hat dem Beschlussvorschlag bei 7 Ja-Stimmen und 2 Enthaltungen mehrheitlich zugestimmt.*

*Der Ortschaftsrat Tannau hat dem Beschlussvorschlag bei 11 Ja-Stimmen einstimmig zugestimmt.*

*Der Ortschaftsrat Langnau hat dem Beschlussvorschlag bei 11 Ja-Stimmen einstimmig zugestimmt.*

*Der Verwaltungsausschuss hat folgende Empfehlungsbeschlüsse gefasst:*

**Empfehlungsbeschluss (einstimmig beschlossen bei 8 Ja-Stimmen):**

- 1. Der Gemeinderat beschließt das in Zusammenarbeit mit der IMAKOMM Akademie ausgearbeitete Modell (Anlage 1) für eine Gesamtstrategie Standort Marketing Tett nang mit den Säulen Citymarketing und Stadtmarketing, Tourismus, Spectrum-Kultur, Öffentlichkeitsarbeit sowie Wirtschaftsförderung.*

**Empfehlungsbeschluss**

**(mehrheitlich beschlossen bei 6 Ja-Stimmen und 2 Enthaltungen):**

- 2. Der Stellenanteil von 0,75 für das Stadtmarketing wird um 0,25 auf 1,0 aufgestockt. Der Stellenanteil für die Verwaltung verbleibt zunächst bei 0,25 und wird im Stellenplan für 2022 von 0,25 auf 0,5 aufgestockt.*

**Empfehlungsbeschluss (einstimmig beschlossen bei 8 Ja-Stimmen):**

3. Der Gemeinderat beschließt den Verzicht auf die Rückzahlung der noch offenen Rechnungen über 30.000,00 € aus den Vorjahren.

**Empfehlungsbeschluss (einstimmig beschlossen bei 8 Ja-Stimmen):**

4. Der Stadtmarketingverein Tettng e.V., zukünftig City-Verein, erhält im Grundsatz für das Jahr 2021 einen Zuschuss von max. 60.000,00 € für die Schaffung einer Personalstelle, sowie die Durchführung von Aktivitäten im Sinne eines zielgerichteten Marketings für die Innenstadt (City-Marketing).

**Empfehlungsbeschluss  
(mehrheitlich beschlossen bei 7 Ja-Stimmen und 1 Enthaltung):**

5. Der Stadtmarketingverein Tettng e. V., zukünftig City-Verein, erhält im Grundsatz ab dem Jahr 2022 einen jährlichen Zuschuss von max. 100.000,00 €. Zentrale Aufgaben des Vereins sind die Kaufkraftbindung, Events und Marketing, Gestaltung und Erreichbarkeit der Innenstadt (City-Marketing).

**Empfehlungsbeschluss  
(mehrheitlich beschlossen bei 6 Ja-Stimmen und 2 Enthaltungen):**

6. Der Stadtmarketingverein Tettng e.V., zukünftig City-Verein, legt dem Gemeinderat einen jährlichen Bericht vor.

Beschlussvorschlag

1. Der Gemeinderat beschließt das in Zusammenarbeit mit der IMAKOMM Akademie ausgearbeitete Modell (Anlage 1) für eine Gesamtstrategie Standort Marketing Tettng mit den Säulen Citymarketing und Stadtmarketing, Tourismus, Spectrum-Kultur, Öffentlichkeitsarbeit sowie Wirtschaftsförderung.
2. Der Gemeinderat beschließt die Aufstockung der im Stellenplan vorgesehenen Stellenanteile im Bereich Stadtmarketing um 0,5 Stellen. Diese verteilen sich auf 1,0 Stadtmarketing und 0,5 Stellenanteile Verwaltung.
3. Der Gemeinderat beschließt den Verzicht auf die Rückzahlung der noch offenen Rechnungen über 30.000,00 € aus den Vorjahren.
4. Der Stadtmarketingverein Tettng e.V., zukünftig City-Verein, erhält für das Jahr 2021 einen Zuschuss von 60.000,00 € für die Schaffung einer Personalstelle, sowie die Durchführung von Aktivitäten im Sinne eines zielgerichteten Marketings für die Innenstadt (City-Marketing).
5. Der Stadtmarketingverein Tettng e. V., zukünftig City-Verein, erhält ab dem Jahr 2022 einen jährlichen Zuschuss von 100.000,00 €. Zentrale Aufgaben des Vereins sind die Kaufkraftbindung, Events und Marketing, Gestaltung und Erreichbarkeit der Innenstadt (City-Marketing).
6. Der Stadtmarketingverein Tettng e.V., zukünftig City-Verein, legt dem Gemeinderat einen jährlichen Bericht vor.

Anlagen:

Anlage 1: Auszüge aus der Präsentation "Zukunftsmodell Stadtmarketing" vom 10.11.2020

Anlage 2: Positionspapier Stadtmarketingsverein

Finanzierung

Finanzielle Auswirkungen:	<input checked="" type="checkbox"/> Ja	<input type="checkbox"/> Nein
---------------------------	--	-------------------------------

Ausgaben:	
Vorhandener Planansatz:	
Produkt, Sachkonto, Auftrag; ggfs. mehrere	
Benötigte Mittel insgesamt:	
Benötigte Mittel über dem Planansatz (Über-/außerplanmäßige Ausgaben):	
Folgekosten: City-Marketing	60.000 € für 2021 100.000 € ab 2022
Einnahmen:	
Vorhandener Planansatz:	
Produkt, Sachkonto, Auftrag; ggfs. mehrere	
Tatsächliche Einnahmen:	

Genehmigung der überplanmäßigen/ außerplanmäßigen Ausgaben:	
Mehrausgaben gegenüber Planansatz:	
Die Voraussetzungen für über-/außerplanmäßige Ausgaben gemäß § 84 GemO liegen vor: <input type="checkbox"/> Ja <input type="checkbox"/> Nein Diese können abgedeckt werden durch: Verbuchungsort eingeben Zuständigkeit (Wertgrenze) laut Hauptsatzung liegt beim <input type="checkbox"/> VA/TA (10.000 EUR bis 50.000 EUR) <input type="checkbox"/> GR (über 50.000 EUR)	
Ergänzende Erläuterungen:	

## 1. Bisherige Entwicklung

Im Jahr 2009 wurde der Stadtmarketingverein Tett nang e.V. gegründet. In diesem Verein gingen die bisherigen Akteure Stadtmarketing, Tett nanger Wirteverein und Netzwerk (ehemals HGV) in einer 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 Tett nang von 40.000,00 Euro jährlich. Außerdem fallen ggf. Einnahmen im Rahmen der Durchführung von Veranstaltungen an.

In den Folgejahren wurden das Stadtmarketing und der Städtischen Tourist-Bereich incl. der städtischen Großveranstaltungen zusammengefasst.

Im Jahr 2017 wurden die Bereiche wieder voneinander getrennt. Ab diesem Zeitpunkt wurden die Städtischen Veranstaltungen wie zuvor 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 einen aus der Stelle der / des Beauftragten für Stadtmarketing sowie einer entsprechenden Stelle im Verwaltungsbereich zusammensetzte. Zuletzt betrug der Anteil der Beauftragten 0,75 Stellenanteile und die Sekretariatsstelle 0,25 Stellenanteile.

Mit Ablauf des Monats September 2019 endete das Beschäftigungsverhältnis mit der bisherigen Stadtmarketingbeauftragten.

Nach intensiven Diskussionen im Vorstand des Stadtmarketingvereins über die zukünftige Ausrichtung stimmte der Verwaltungsausschuss in seiner öffentlichen Sitzung am 07.11.2019 der Durchführung eines Prozesses über die zukünftige Ausrichtung des Stadtmarketing e. V. mit Begleitung durch die IMAKOMM Akademie GmbH zu.

Das Projekt umfasste unter anderem eine Bestandsaufnahme, verschiedene Interviews, Online-Unternehmensbefragungen sowie die Ausarbeitung eines Konzeptes anhand der Analysen und Expertisen. Im weiteren Verlauf wurde dieses intensiv mit dem Stadtmarketingvorstand und verschiedenen Mitgliedern diskutiert und weiterentwickelt. Das so aufgestellte Zukunftsmodell wurde von Herrn Dr. Markert von der IMAKOMM Akademie dem Gemeinderat in einer Informations-Veranstaltung am 10.11.2020 vorgestellt.

## 2. Inhalt des Konzepts

Bei der Entwicklung des Konzepts wurden von der Imakomm Akademie die sich verändernden Rahmenbedingungen berücksichtigt und eine ganzheitliche Betrachtung vorgenommen.

Danach wird die Stadt heute als gesamter Einkaufs-, Wirtschafts- und Erlebnisstandort gesehen.

In einer Ist-Analyse wurden die einzelnen Säulen näher und die Stärken und Schwächen ausgewertet.

Deutlich wurde dabei, dass gemeinsame Ziele und Inhalte definiert werden müssen, um eine Orientierung für alle zu erhalten, und nicht nur Events veranstaltet werden. Derzeit fehlt eine Gesamtstrategie, die entwickelt, abgestimmt und koordiniert werden muss.

Ferner wurden konkrete Vorschläge ausgearbeitet, wie die zukünftige Struktur des Stadtmarketingvereins, zukünftig City-Verein, aussehen kann.

Die bei der Stadt zu schaffende Stelle hat folgende Aufgaben:

- Stadtmarketing
- Wirtschaftsförderung
- Koordination mit City-Marketing
- Koordination der Zusammenarbeit zwischen den verschiedenen Säulen

### 3. Positionspapier des Stadtmarketingvereins Tett nang e.V.

In der Anlage 2 ist das vom Vorstand des Stadtmarketingvereins Tett nang e.V. ausgearbeitete Umsetzungskonzept beigefügt.

Dieses stützt sich auf das von der IMAKOMM ausgearbeitete Grundkonzept mit folgenden Säulen:

- City-Verein: Vermarktung des Einzelhandels in der Innenstadt, unter anderem Kundenbindungsinstrumente, verkaufsoffene Sonntage, Aktionen
- Stadtmarketing: gesamtheitliche Vermarktung der Stadt, Image, Profilierung
- Wirtschaftsförderung: Unter anderem Bestandpflege, Ansiedlungsmanagement, Netzwerkarbeit
- Spectrum-Kultur: unter anderem Vernetzung Kulturszene, zielgruppenspezifische Angebote, Koordination
- Tourismus (TIB): unter anderem Betreuung touristischer Betriebe, touristische Infrastruktur, Tourist-Info, städtische Großveranstaltungen wie Montfortfest, Bähnlesfest, Hopfenwandertag, Open-Air-Konzerte im Schlosspark

Im Positionspapier sind darüber hinaus folgende Punkte ausgeführt:

- Ein klares Bekenntnis des Gemeinderats zum Gutachten der IMAKOMM durch einen Gemeinderatsbeschluss.
- Die Aufstockung der Stellenanteile für das Stadtmarketing um 0,5 Stellenanteile:  
1,0 Stadtmarketing – 0,75 bisher + 0,25 (Neu zu besetzen in 2021!)

+ 0,50 Verwaltung – 0,25 bisher + 0,25

- Erhöhung des Zuschusses an den Verein um 20.000,00 Euro auf 60.000,00 Euro im Jahr 2021.

Der Anteil des City-Vereins sieht wie folgt auf:

- Schaffung einer 0,50 Citymarketingstelle
- Schaffung einer 0,25 Verwaltungsstelle

Die Finanzierung des Vereins:

Vor dem Hintergrund der aktuellen Situation wird für das Jahr 2021 ein städtischer Zuschuss von 60.000,00 Euro beantragt. Dieser Zuschuss soll ab dem Jahr 2021 100.000,00 Euro betragen.

#### 4. Vorschlag der Verwaltung

Die Verwaltung unterstützt die Umsetzung des gemeinsam von der IMAKOMM Akademie und dem Stadtmarketingvorstand erarbeiteten Konzeptes zur Neuaufstellung des gesamten Stadtmarketings. Vor dem Hintergrund der aktuellen Situation wird eine Realisierung des Konzeptes in mehreren Schritten gesehen. Dies bedeutet, dass im Schritt 1 die Säule Wirtschaftsförderung von der neu zu besetzenden 1,0 Stelle Stadtmarketing mit aufgefangen wird.

Im Hinblick auf den noch offenstehenden Rechnungsbetrag von ca. 30.000,00 € (anteilige Personalkosten) aus Vorjahren wird empfohlen, auf die Rückzahlung zu verzichten, um den Verein einen Neuanfang zu ermöglichen.

Es wird vorgeschlagen, dem Stadtmarketingverein Tettwang e. V. künftig City-Verein, ab dem Jahr 2022 einen jährlichen Zuschuss von 100.000,00 Euro zu gewähren. Damit verbunden sind die Erstellung und Vorlage eines jährlichen Berichtes an den Gemeinderat.

Für die Unterstützung bei Aktionen und Veranstaltungen durch städtische Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sowie den städtischen Bauhof werden keine Kosten erhoben (Darstellung als innere Verrechnung) und der City-Verein zusätzlich gefördert.