

Vorlage

Beratungsfolge	Zuständigkeit	Termin
Ausschuss für Stadtentwicklung und Wirtschaftsförderung	Entscheidung	13.03.2014

Organisation des Stadtmarketings in Geilenkirchen

Sachverhalt:

Der Ausschuss für Stadtentwicklung und Wirtschaftsförderung hat in seiner Sitzung vom 14.03.2013 die Verwaltung aufgefordert, ihm eine neue Organisationsform für das Stadtmarketing in Geilenkirchen vorzuschlagen.

Bei dem im folgenden beschriebenen Vorschlag der Verwaltung eine neue Organisationsform für das Stadtmarketing in Geilenkirchen zu koordinieren, soll die Chance genutzt werden, die bisherigen Tätigkeiten im Bereich Stadtmarketing neu zu analysieren und zu organisieren, um die Fortschreibung des bisher praktizierten Stadtmarketingkonzeptes gewährleisten zu können. Die Aufgaben, die ein Stadtmarketingkonzept zu leisten hat, gehen sicherlich über die bisherigen Leistungen der Verwaltung, der Politik und des Aktionskreises hinaus.

Der Begriff Stadtmarketing umfasst sowohl die Förderung der lokalen Wirtschaft und des Tourismus als auch Öffentlichkeitsarbeit, Kulturförderung und die Steigerung der Einwohnerzahlen. Werden jedoch nur die im Rahmen dieser Definition genannten Ziele im Stadtmarketing verfolgt, wird man dem ganzheitlichen Denkansatz des Stadtmarketings allerdings nicht gerecht.

Eine sehr treffende Definition liefert der Stadtmarketing-Experte Markus Fußhüller:

„Als Stadtmarketing wird der geplante Prozess und die Summe aller Aufgaben und Aktionen bezeichnet, mit dem erfolgreiches Interessenmanagement im Unternehmen Stadt geleistet wird. Stadtmarketing gibt die Möglichkeit, in einem geordneten, offenen Verfahren aus individuellen Wünschen, Zielen und Interessen durch offene Kommunikation die gemeinsame Vision und die Ziele für die Entwicklung des Unternehmens Stadt zu vereinbaren. Auf der Basis dieser gemeinsamen Ziele ist für jeden einzelnen Entscheider individuelles, jetzt aber abgestimmtes Handeln möglich.“ (vgl. Fußhüller M., Leitfaden, 1997, S. 27)

Beim Stadtmarketing betrachtet man die Stadt wie ein Produkt. Das Produkt „Stadt“ soll ein attraktives und vielfältiges Angebot schaffen. Diese Aufgabe liegt nicht nur bei der Verwaltung und den politischen Gremien, sondern genauso beim Hotel- und Gastgewerbe, dem örtlichen Einzelhandel und weiteren Wirtschaftszweigen, die zu-

sammen für das Aussehen und Auftreten der Stadt sorgen und damit das sogenannte Ansehen der Stadt als Corporate Design und als Marke bilden.

Die wichtigsten Aufgaben und Ziele im Stadtmarketing sind, Handlungsempfehlungen zur Stadtentwicklung zu geben, um die Attraktivität und das Image der Stadt zu stärken. Das Bild der Stadt soll sowohl als Wirtschafts- und Lebensraum für die Bewohner als auch als Ziel für Besucher verbessert werden und somit die Multifunktionalität der Stadt erhalten. Idealerweise muss jeder einzelne Bewohner von Geilenkirchen zum Botschafter seiner eigenen Stadt werden.

Handlungsfelder des Stadtmarketings:

- Einzelhandel
- Wirtschaft
- Tourismus
- Kultur
- Soziales und Gesundheit
- Bildung
- Wohnen
- Freizeit & Sport
- Öffentlichkeitsarbeit

Es ist Aufgabe der Akteure des Stadtmarketings, die Handlungsfelder zu definieren, die einer besonderen Förderung und Stärkung bedürfen. Mit den Handlungsfeldern können folgende Ziele verbunden werden:

- Steigerung der Attraktivität der Stadt als Wirtschaftsstandort, Wohn-, Einkaufsort und touristische Destination
- Aufbau, Korrektur und Pflege eines Stadtimages
- Steigerung der finanziellen Handlungsspielräume der Akteure
- Ausrichtung der städtischen Leistungen auf die Bürger
- Schaffung und Erhöhung eines überregionalen Bekanntheitsgrades
- Steigerung der Identifikation der Bürger mit der Stadt
- Steigerung der Zufriedenheit der unterschiedlichen Anspruchsgruppen mit der Stadt
- Förderung der Zusammenarbeit wichtiger Handlungsträger der Stadt
- Erhalt bzw. Steigerung der Einwohnerzahl („Kundenbindung“)
- Verminderung städtischer Probleme durch ruhenden und/oder fließenden Verkehr, Müllentsorgung, Abwasser etc.

Für die Entwicklung eines Stadtmarketingkonzeptes für Geilenkirchen ist zunächst ein Stadtmarketingprozess notwendig, der in die drei Schritte Analyse, Konzeption und Umsetzung zu unterteilen ist.

Um den Stadtmarketingprozess in Geilenkirchen erneut zu revitalisieren, wird auf Einladung des Bürgermeisters eine Arbeitsgruppe aus je einer Person aus den Ratsfraktionen sowie einer gleichen Anzahl von Personen, die entweder eine Expertise im Bereich Marketing aufweisen oder ein besonderes Interesse an den jeweiligen Handlungsfeldern mitbringen, gebildet.

So kann durch ein enges Zusammenwirken der Politik als Impulsgeber gemeinsam mit den anderen Akteuren der Arbeitsgruppe Stadtmarketing mit der ersten Phase des Stadtmarketingprozesses in Form einer Analyse begonnen werden.

Stadtmarketing ist ein Prozess, der neben vermeintlich „weichen“ Faktoren wie Kommunikation, Kooperation und Engagement, als harten Faktor auch eine Finanzierung benötigt. Die Finanzmittel werden hier für Beratungsleistungen, Projekte und Aktivitäten benötigt. Die Verwaltung sieht deshalb die Notwendigkeit, dass gerade in der oben dargestellten ersten Phase nach Finanzierungsmöglichkeiten gesucht wird, die mit dem Status der Haushaltssicherung kompatibel sind (Akquisition Fördermittel, Partnerschaften, Veranstaltungssponsoring).

Die Verwaltung wird den hier beschriebenen Vorschlag zur Organisation des Stadtmarketings für Geilenkirchen in der Sitzung für Stadtentwicklung- und Wirtschaftsförderung am 13.03.2014 mündlich erläutern.

Beschlussvorschlag:

Die Verwaltung wird damit beauftragt, eine Arbeitsgruppe Stadtmarketing zu koordinieren. Die Gruppe besteht zum einem aus dem Bürgermeister sowie aus je einer Person aus den Ratsfraktionen. Der Ausschuss für Stadtentwicklung und Wirtschaftsförderung fordert die Arbeitsgruppe auf, weitere Experten (je nach Themenschwerpunkt) in die Arbeitsgruppe einzuladen. Die Arbeitsgruppe berichtet regelmäßig (mind. zweimal jährlich) dem Ausschuss für Stadtentwicklung und Wirtschaftsförderung. Dem Ausschuss für Stadtentwicklung und Wirtschaftsförderung obliegen die notwendigen Beschlussfassungen.

(Stabstelle Wirtschaftsförderung, Frau Köppl, 02451/629108)