



Drucksache

- öffentlich -

Datum: 07.02.2023

Fachbereich	Stabsstelle
Fachdienst	Stabsstelle Wirtschaftsförderung und Liegenschaften

Beratungsfolge	Termin	Beratungsaktion
Ausschuss für Liegenschaften und Wirtschaftsförderung	28.02.2023	vorberatend
Haupt- und Finanzausschuss	21.03.2023	vorberatend
Stadtrat	28.03.2023	beschließend

Neuorganisation des Stadtmarketing Voerde

Antrag der SPD – Fraktion vom 12.07.2021

Beschlussvorschlag:

1. Der Rat der Stadt Voerde stimmt dem Konzeptvorschlag der gemeinsamen Arbeitsgruppe zu und beauftragt den Bürgermeister, die Vorbereitungen zur Gründung einer Stadtmarketing Voerde GmbH einzuleiten sowie die notwendigen Abstimmungen mit potenziellen privaten Partnern und weiteren Gesellschaftern vorzunehmen.
2. Der noch auszuhandelnde Gesellschaftsvertrag einschl. der von den privaten Partnern zu erbringenden Anteile ist dem Rat der Stadt Voerde zum zweiten Sitzungszug 2023 vorzulegen. Die Erarbeitung der Voraussetzungen ist in juristischer und wirtschaftlicher Hinsicht extern zu begleiten. Ebenso ist nach Fassung dieses Grundsatzbeschlusses das kommunalrechtliche Beteiligungsverfahren vorzubereiten.
3. Die Gründung dieser Gesellschaft soll möglichst zum Beginn des Jahres 2024 erfolgen und zunächst für die Dauer von fünf Jahren, d.h. bis einschl. zum Jahr 2028 angelegt werden. Voraussetzung für die Gründung ist, dass die Bereitstellung der notwendigen Finanzmittel sichergestellt werden kann (s. auch 2. und 6.).
4. Zu Beginn des Jahres 2027 ist auf der Grundlage der Erfahrungen der ersten drei Jahre des Bestehens der Gesellschaft einen Diskussionsprozess über den dauerhaften Fortbestand der Gesellschaft zu führen.
5. Die Gesellschaft soll mit einem Personalbestand von 2,5 Vollzeitäquivalenten (1,0 Geschäftsführung / Citymanagement, 1,0 Veranstaltungsmanagement, 0,5 Assistenzkraft) ausgestattet werden.
6. Neben den zu deckenden Personal- und Betriebsaufwendungen ist ein Budget für Veranstaltungen und ein Verfügungsfond für Aktionen/Projekte im Aufgabenbereich Citymanagement vorzusehen, dass die Sponsoringeinnahmen der Gesellschaft sowie noch auszuhandelnde lfd. Zuschüsse weiterer Gesellschafter ergänzt. Ergänzend ist zu prüfen, inwieweit Fördermittel zur anteiligen Finanzierung akquiriert werden können. Der Bürgermeister wird bereits jetzt ermächtigt, ggf. entsprechende Förderanträge (unter dem Vorbehalt des endgültigen Ratsbeschlusses) zu stellen.
7. Auf Basis der Prämissen unter 5. und 6. ist ein Businessplan zu erstellen und im Rahmen der Mittelbedarfsanmeldung für die Haushaltsjahre 2024 ff. einzureichen. Der Kämmerer wird beauftragt, Möglichkeiten zur Mittelbereitstellung zu prüfen und ggf. mit dem Haushaltsplanentwurf zur Beratung zu bringen.

8. Voraussetzung für die Gründung der Gesellschaft ist, dass sich der Stadtmarketing Voerde e.V. zum 31.12.2023 auflöst und die vorhandenen Vermögenswerte des Stadtmarketing Voerde e.V. auf diese neu zu gründende Gesellschaft übertragen werden. Diese tritt dann ihrerseits in die bestehenden Verpflichtungen ein (insb. Erfüllung der Voerder Einkaufsgutscheine).

Finanzielle/Bilanzielle Auswirkungen:

- Im 2. Sitzungszug 2023 wird eine weitere Ergebnispräsentation stattfinden mit einer Konkretisierung des Budgetbedarfs.

Klimaschutzrelevanz:

Auswirkungen auf den Klimaschutz:	<input type="checkbox"/> ja, positiv	<input type="checkbox"/> ja, negativ	<input checked="" type="checkbox"/> keine
-----------------------------------	--------------------------------------	--------------------------------------	---

Sachdarstellung:

Im Jahre 2004 wurde der Stadtmarketing Voerde e.V. gegründet. Er wurde rein ehrenamtlich geführt. Die geschäftsführende Vorstandsarbeit wurde seitdem von einem Vertreter der NISPA (zuvor Sparkasse Dinslaken-Voerde-Hünxe) als 1. Vorsitzenden, von einem Vertreter der Volksbank Rhein-Lippe e.G als Schatzmeister und der Stadt Voerde mit Stellung eines Geschäftsführers (angesiedelt in der Wirtschaftsförderung) und Stellung des 2. Vorsitzenden (Beigeordneter) geleistet. Der Bürgermeister übernahm die Position eines Beisitzers.

Darüber hinaus waren der Stadtsportverband Voerde, der Heimat- und Verkehrsverein sowie die vier Werbegemeinschaften Voerde, Friedrichsfeld, Spellen und Möllen Mitglieder.

Seit mehreren Jahren führt der Verein einen Prozess zur strategischen Neuausrichtung. Dieser Prozess war geleitet durch die Erkenntnis, dass die vielfältigen satzungsmäßigen Aufgaben nur zum Teil und mit dem Schwerpunkt der Durchführung von eigenen Veranstaltungen wahrgenommen werden, dass diese Veranstaltungen neben eigenständig von den Werbegemeinschaften durchgeführten Veranstaltungen stehen sowie, dass die Positionierung neben Verwaltungsaufgaben der Stadt Voerde in den Bereichen Einzelhandel, Gastronomie und Tourismus nicht ausgeprägt waren. Zuletzt haben auch die Werbegemeinschaften zunehmend thematisiert, dass sie im Handeln des Stadtmarketingvereins keinen echten Mehrwert für die Werbegemeinschaften und die durch diese vertretenen Ortsteile erkennen könnten. Dies führte dann dazu, dass die Werbegemeinschaften Möllen und Spellen zum Ende des Jahres 2019 aus dem Stadtmarketingverein ausgetreten sind.

Der Antrag der SPD-Fraktion vom 12.07.2021 beinhaltete den Auftrag an die Verwaltung, anhand verschiedener Leitfragen einen grundlegenden Strukturentwicklungsprozess für das Stadtmarketing Voerde zu starten und einen entscheidungsreifen Vorschlag vorzulegen. Dabei wurde bereits herausgestellt, dass insbesondere der Einzelhandel sowie die Gastronomie stärker in den Fokus gerückt werden müssen, um den Einflüssen / Folgewirkungen aus der Corona-Pandemie sowie der zunehmenden Bedrohung des Einzelhandels durch den Online-Handel zu begegnen.

Zur externen Begleitung und Moderation dieses umfassenden Reformprozesses konnte das „Netzwerk Innenstadt NRW“ gewonnen werden. Insgesamt fanden zwischen Mai und November 2022 unter Begleitung des Netzwerkes 3 Workshops zur Neustrukturierung des Stadtmarketings statt. Eingeladen zu den Workshops waren die aktuellen Mitglieder des Stadtmarketing Voerde e.V., die Werbegemeinschaften Spellen und Möllen, die Fraktionen des Voerder Stadtrates sowie die BIG Spellen und BIG Rheindörfer als zusätzliche Vertreter aus den Stadtteilen.

Im ersten Workshop wurde dabei über Erwartungen an das Stadtmarketing und aktuelles Selbstverständnis ebenjenes diskutiert. Hierbei wurde auch abermals deutlich, dass das Ehrenamt mit den einem Stadtmarketing eigentlich zugedachten Aufgaben überfordert ist. Im zweiten Workshop wurde das Verhältnis und die Aufgabenverteilung zwischen den Akteuren, besonders aber zwischen den Werbegemeinschaften und dem Stadtmarketing herausgearbeitet.

Es wurde beschlossen, dass eine kleine Arbeitsgruppe aus den bis dahin erreichten Erkenntnissen die Aufgabenverteilung zwischen Stadtverwaltung, Werbegemeinschaften und Stadtmarketing weiter ausdifferenzieren soll und im Ergebnis daraus einen Vorschlag für die zukünftige Struktur und Gesellschaftsform der "größeren" Arbeitsgruppe vorlegen soll.

Im dritten Workshop hat der folgende Vorschlag für die zukünftige Struktur und Gesellschaftsform sowie die Aufgaben- und Rollenverteilung von der Arbeitsgruppe Zustimmung erhalten, mit der Bitte, diesen zur weiteren Beratung in den politischen Entscheidungsprozess zu geben:



Abbildung 1: Zukünftige Aufgabenverteilung zwischen Stadtmarketing, Werbegemeinschaften und Stadtverwaltung

In obenstehender Abbildung 1 wird die zukünftige Aufgabenverteilung schematisch dargestellt. Das Stadtmarketing Voerde soll dabei die drei Aufgabenfelder „Veranstaltungen“, „Citymanagement“ und „Stadtmarketing“ verantworten.

Bei Veranstaltungen ist dabei wichtig zu betonen, dass das Stadtmarketing Veranstaltungen mit gesamtstädtischer Zielrichtung organisieren soll, während Werbegemeinschaften wie gewohnt Veranstaltungen in den jeweiligen Ortsteilen durchführen. Neben der eigenständigen Organisation von Veranstaltungen übernimmt das Stadtmarketing die stadtweite Terminkoordination von Veranstaltungen Dritter (z.B. Werbegemeinschaften, private Organisatoren) und steht diesen als Berater zur Verfügung. Im weiteren Prozess wäre hier auch zu prüfen, wie eine Zusammenarbeit mit dem städtischen Kulturbereich aussehen kann.

Durch die Besetzung des Aufgabenbereiches „Citymanagement“ soll eine aktive Betreuung und Unterstützung des Einzelhandels und der Gastronomie in allen Stadtteilen durch zielgerichtete Kampagnen/Aktionen stattfinden um besonders den Einflüssen / Folgewirkungen aus der Corona-Pandemie sowie der zunehmenden Bedrohung des Einzelhandels durch den Online-Handel zu begegnen.

Im Aufgabenbereich „Stadtmarketing“ soll verstärkt das Marketing (nach Außen und Innen), die Netzwerkarbeit mit Akteuren der Stadtgesellschaft sowie das Führen von Sponsorenverhandlungen im Fokus stehen.

In Abgrenzung zum Stadtmarketing ist die Tourismusförderung (mit dem Schwerpunkt auf Tourismusinfrastruktur) weiterhin in der Stadtverwaltung angesiedelt, gerade da sich hier Synergien mit dem Fachdienst Stadtentwicklung und dem Baubetrieb ergeben.

Abschließend bleibt festzuhalten, dass die Stadt weiterhin durch eine Vielzahl an Schnittpunkten z.B. durch die Wirtschaftsförderung, Stadtentwicklung oder im Rahmen von Genehmigungen mit dem Stadtmarketing verbunden ist. Durch die inhaltliche und strukturelle Neupositionierung des Stadtmarketing werden insbesondere wichtige Impulse zur strukturellen Entwicklung der Zentrenlagen erwartet.

Zur Erfüllung der skizzierten Aufgaben für ein zukünftiges Stadtmarketing empfiehlt die Arbeitsgruppe die Gründung einer Stadtmarketing Voerde GmbH. Ihr Aufbau soll sich dabei an untenstehender Abbildung 2 orientieren. Neben der Stadt Voerde als Gesellschafter sowie der Niederrheinischen Sparkasse RheinLippe und der Volksbank Rhein-Lippe sind die Werbegemeinschaften eingeladen, sich als Gesellschafter an der Stadtmarketing Voerde GmbH zu beteiligen, gerade da sie auch weiterhin als Interessenvertretung der Unternehmen wichtige Partner und Impulsgeber für das Stadtmarketing sind. Darüber hinaus wird die Verwaltung aktiv Gespräche mit weiteren ansässigen Firmen führen. Neben der durch die Gesellschafter besetzten Gesellschafterversammlung, die Impulse und strategische Zielrichtungen vorgibt, wird ein Aufsichtsrat implementiert, welcher als Kontrollorgan für die Stadtmarketing Voerde GmbH fungiert. In diesen entsenden die Gesellschafter ebenfalls Vertreter, darüber hinaus soll dieser mit politischen Vertretern des Stadtrates sowie dem Bürgermeister besetzt werden, um den direkten Kontakt zur Politik zu gewährleisten. Auf der Arbeitsebene wird sowohl der Bürgermeister als auch die Wirtschaftsförderung im direkten Austausch mit dem Stadtmarketing stehen.

Organisation

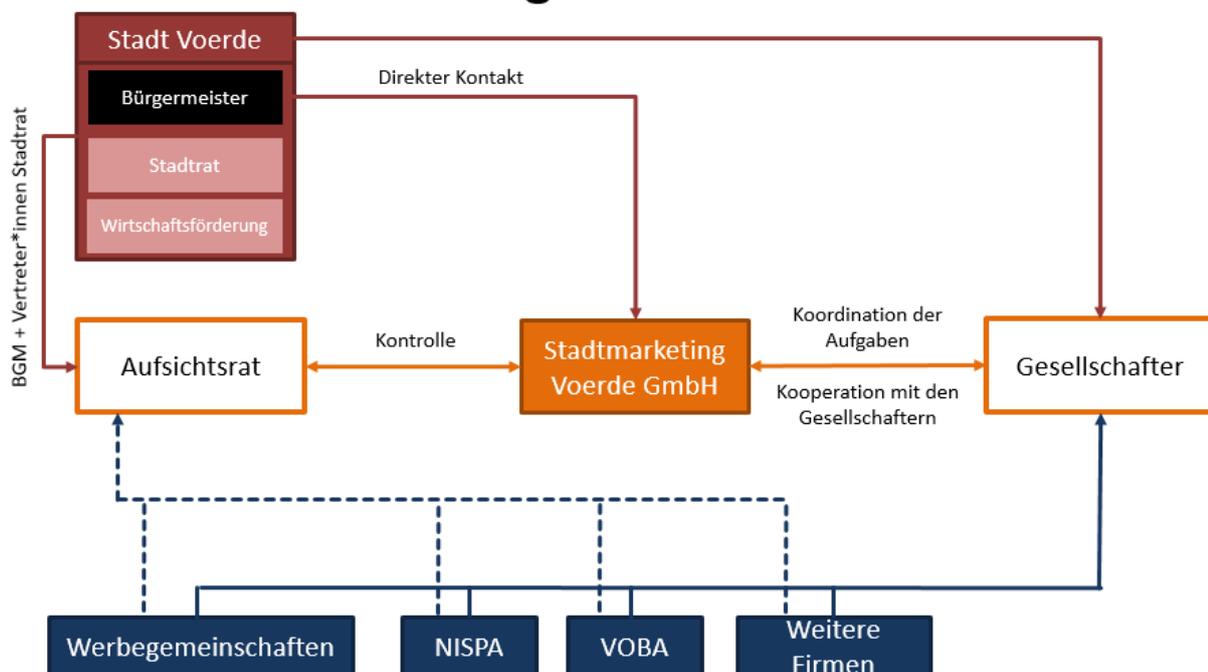


Abbildung 2: Zukünftige Organisationsform der Stadtmarketing Voerde GmbH

Um die aus Abbildung 1 ersichtlichen Aufgaben umsetzen zu können, wird vorgeschlagen, die Stadtmarketing Voerde GmbH mit 2,5 vollzeitäquivalenten Stellen auszustatten. Eine volle Stelle soll hierbei die Geschäftsführung sowie den Arbeitsbereich „Citymanagement“ übernehmen, während die andere Vollzeitstelle mit dem Aufgabenbereich „Veranstaltungsmanagement“ betraut wird. Darüber hinaus ist beiden Stellen der Arbeitsbereich „Stadtmarketing“ als Querschnittsbereich zugeordnet. Zur Unterstützung bei verwaltungstechnischen Aufgaben wird eine halbe Stelle als Assistenzkraft als erforderlich betrachtet.

Nach dem hier skizzierten Grundsatzbeschluss zur Umwandlung des Stadtmarketing Voerde e.V. in die Stadtmarketing Voerde GmbH ergeben sich die folgenden weiteren Prozessschritte:

- Verhandlungen mit potenziellen privaten Partnern als Gesellschafter.
- Angebot und Einladung aller Werbegemeinschaften als Gesellschafter einzutreten
- Mit den aktuellen Mitgliedern Stadtsportverband und Heimatverein sollen Gespräche geführt werden, mit der Fragestellung, wie diese weiterhin als wichtige Partner der Stadtgesellschaft eingebunden werden können (z.B. über Arbeitskreise, Runde Tische etc.).
- Erstellung eines Letter of Intent „Voerder Erklärung“ zur Gründung der Stadtmarketing Voerde GmbH.
- Im 2. Sitzungszug 2023 wird eine weitere Ergebnispräsentation stattfinden mit einer Konkretisierung des Budgetbedarfs.
- Das dort entschiedene Budget wird anschließend im Planungsprozess zum Haushalt 2024 ff. verarbeitet.
- Sofern die notwendigen Budgetanteile im Haushaltsplan darstellbar sind und beschlossen werden, können die Verträge über die Gründung der GmbH geschlossen und mit Zieldatum 1.1.2024 beurkundet werden.
- Anschließend wird der Stellenbesetzungsprozess gestartet, sodass die GmbH spätestens zum 1. Juli 2024 ihre operative Arbeit aufnehmen kann.

Haarmann

Sichtvermerk der Ersten Beigeordneten:

Sichtvermerk des Beigeordneten:

Sichtvermerk des Kämmerers: