

Vorlage	Vorlage-Nr:	V 2010/059
	Status:	öffentlich
TOP:	Datum:	26.02.10
Überlegungen zur Organisationsstruktur des Borkener Stadtmarketings		
Beteiligte Fachbereiche:		
Verfasser/in:	Bernd Beßeling	
Beratungsfolge:	Sitzungsdatum	Gremium
	10.03.2010	Hauptausschuss

Erläuterung:

Sachstand:

In der Vorstands- und Beiratssitzung vom Borken Marketing e.V. am 04.02.2010 wurde einstimmig die Erarbeitung eines Stadtmarketingkonzeptes mit dem Schwerpunkt „Aufbau einer gemeinsamen Marketingorganisation unter Mitwirkung der Verwaltung und privater Kräfte“ empfohlen.

Dieser Entscheidungsprozess wird seit Januar 2009 von der Strategie-Marketing-Kommunikationsagentur „Die Etage GmbH“ aus Recklinghausen begleitet. Der Marketingverein erwartet nunmehr die entsprechenden Beschlüsse der städtischen Gremien, einschließlich einer angemessenen Kostenbeteiligung am Honorar der „Etage GmbH“.

Die Eckdaten der Zeitschiene lauten:

- Klärung der Umstrukturierungsanforderungen
ab März 2010
- Definition der Organisations- und Aufgabenstruktur
bis Juli 2010
- Geschäftsfeldplanung
bis September 2010
- Einbringung in den Haushaltsplan 2011
Oktober 2010

Rückblick:

Nachdem im Jahre 1996 ein Workshop zum Stadt- und Standortmarketing stattgefunden hat, in dem eine Vielzahl von Zielen für das Borkener Stadtmarketing defi-

niert wurde, wurden in der Folgezeit Arbeitsgruppen für verschiedene Handlungsfelder gebildet, in denen konkrete Handlungsempfehlungen ausgearbeitet wurden.

Mit der Entwicklung dieses Maßnahmenkataloges war die Arbeit der Projektgruppen zunächst abgeschlossen, so dass es in der Folgezeit darum ging, die vorhandenen Handlungsempfehlungen auch umzusetzen.

Die Umsetzung lag in den Händen der Stadtverwaltung, aber auch in der Hand des Werbekreises und des Unternehmensverbandes AiW.

Für die Koordinierung der Aktivitäten in dieser Phase, aber auch für die Fortsetzung der Projektarbeit, hatte sich der „Arbeitskreis Stadtmarketing“ gebildet, dem Vertreter aller wesentlichen Akteure (Stadt Borken, Werbekreis Borken, AiW, Werbegemeinschaft Vennehof) angehörten.

Die Arbeitsgruppe „Stadtmarketing“ verstand sich als Ideengeber für die Entwicklung der Stadt, in den Themenbereichen:

- Einzelhandel
- Marktplatz
- Tourismus
- Kultur und Sport
- Stadtplanung
- Industrie und Gewerbe.

Ab Mitte 2004 wurde im „Arbeitskreis Stadtmarketing“ verstärkt die Frage diskutiert, ob durch eine straffere Organisationsstruktur des Borkener Marketings weitere Impulse für dieses Aufgabenfeld erzeugt werden könnten.

Dem Arbeitskreis wurden als Alternativen eine GmbH-Lösung und eine Vereins-Lösung gegenüber gestellt. Im Ergebnis gaben die Arbeitskreis-Mitglieder dabei einer Vereinslösung den Vorzug, vor allem, weil Sie gegenüber der GmbH Lösung im Handling wesentlich einfacher ist.

Am 22. April 2004 wurde der Verein „Borken Marketing e.V.“ gegründet. Die Geschäftsstelle des Vereins wurde in der städtischen Abteilung „Stadtmarketing, Touristik und Stadthalle“ installiert.

Status:

Die Aufgabenbereich bzw. Produkte: Stadtmarketing, Tourismus und Stadthalle sind derzeit in einer Abteilung zusammengefasst und dem Fachbereich Bildung, Kultur und Freizeit zugeordnet.

Die Vielzahl der hier gebündelten Aktivitäten sind aus dem als Anlage beigefügten Schaubild zu ersehen.

Die Verschmelzung der Produkte: Veranstaltungen, Fremdenverkehrsförderung, Stadtmarketing und Stadthalle löste viele Synergien aus und führte zu einem effektiveren Einsatz der Personal- und Budgetressourcen.

So werden z.B. das Know-How der Stadthalle und die technischen Hilfsmittel, wie Bühnenelemente, Stellwände etc. auch außerhalb der Stadthalle für die städtischen Aktivitäten in den Bereichen Veranstaltungen, Kultur etc. genutzt. Im Gegenzug werden z.B. über die Tourist-Info auf den entsprechenden Werbemessen „Kunden“ für

Veranstaltungen in der Stadthalle Vennehof geworben. So ist z.B. die Zahl der Übernachtungsgäste in Borken gestiegen, die hier ihren Kurzurlaub nur in Verbindung mit entsprechenden Veranstaltungen in der Stadthalle oder auf dem Marktplatz verbringen.

Eine Trennung von Fremdenverkehr und Stadtmarketing bietet sich daher nicht an.

Umstrukturierung:

Seit geraumer Zeit wird innerhalb des Marketingvereins über die Gründung einer professionellen Stadtmarketingorganisation in Borken diskutiert. Dabei sollen aktuelle Stadtmarketingakteure (Stadt Borken mit marketingrelevanten Themenstellungen, Stadtmarketingverein und Werbekreis) in eine wirkungseffiziente Organisationsstruktur überführt werden. Potentielle Partner sollen darüber hinaus, hinsichtlich ihrer Beteiligungsfähigkeit „überprüft“ und gegebenenfalls in Tätigkeitsbereiche integriert werden, um das Modell einer „gemischten GmbH“ zu realisieren.

Die zukünftige Stadtmarketingorganisation soll, um möglichst viele Synergieeffekte zu erzielen, in der Lage sein, Aktivitäten zu bündeln und diese entsprechenden Akteuren eindeutig zuzuordnen. Vor diesem Hintergrund muss zunächst untersucht werden, inwieweit das Stadtmarketing auf den bestehenden Strukturen (Personen aufbauen kann, welche Strukturen neu geschaffen werden müssen und, um Tätigkeitsbereiche eindeutig zu definieren, wer in Borken, welche Stadtmarketingmaßnahmen mit welchen Zielsetzungen, welchem Aufwand, welchen Erfolgserwartungen und welchem Etat durchführen soll.

Zielsetzung:

Borken Marketing e.V. favorisiert für die neue Organisationsstruktur, die sogenannte „GmbH-Lösung“. Das „GmbH-Modell“ soll nun auf seine Umsetzbarkeit, unter Berücksichtigung der verwaltungsrechtlichen Notwendigkeiten, untersucht und gegebenenfalls konkretisiert, ergänzt oder neu erarbeitet werden.

Neben der Stadt Borken sollen auch private Akteure und Institutionen beteiligt werden. Dieser Umsetzungsprozess soll durch die Agentur „Die Etage GmbH“ begleitet werden.

Hierbei gilt es unter Beachtung der Anforderung des Kommunalrechts und der Landeshaushaltsordnung eine betragsmäßige Beschränkung der Haftung, bzw. der Verlustausgleichsverpflichtung der Stadt Borken als Gesellschafterin einer künftigen Organisation zu erreichen und Aspekte, wie Fragestellungen der Personalüberleitung und des Vergaberechtes zu berücksichtigen.

Kosten:

Für die in dieser Vorlage dargestellten Leistungen „Der Etage GmbH“ werden Honorarkosten in Höhe von rd. 30.000 € erwartet.

Der Marketingverein möchte sich an den finanziellen Aufwendungen mit einem Teil der Mittel beteiligen, die dem Verein durch die Auflösung des Verkehrsvereins zugeteilt wurden. Eingeplant sind hierfür rd. 10.000 €.

Die Stadt hat im Etat 2010 für das Honorar zur „Prüfung einer neuen Marketingorganisation“ 20.000 € veranschlagt.

Beschlussvorschlag:

Der Hauptausschuss nimmt den gegenwärtigen Stand der Überlegungen zur Organisationsstruktur des Borkener Stadtmarketings zur Kenntnis.

Anlage

Anlage 01 - Schaubild