

Datum: 17.12.2013

Informationsvorlage

Geschäftsbereich Oberbürgermeister
Wirtschaftsförderer

Beratungsfolge Ausschuss - Stadtrat	Termin	Tagesord- nungsart	TOP
Bürgermeisterberatung	06.01.2014	nicht öffentlich	
Wirtschaftsförderungsausschuss	13.01.2014	öffentlich	

Inhalt Sachstandsbericht Dachverband Stadtmarketing Plauen e.V.

Grundlage:

Beraten und abgestimmt: Vorstand Dachverband Stadtmarketing Plauen e.V.

Beschlüsse die aufzuheben bzw. zu ändern sind:

Verantwortlich für Durchführung:

Information:

Der Wirtschaftsförderungsausschuss nimmt den Sachstandsbericht zum Dachverband Stadtmarketing Plauen e.V. zur Kenntnis.

Sachverhalt/ Begründung:

Begriff und Inhalte des Stadtmarketing:

Stadtmarketing ist die zielgerichtete **Gestaltung und Vermarktung** einer Stadt zur nachhaltigen Sicherung und Steigerung der Lebensqualität der Bürger und der Attraktivität der Stadt im Standortwettbewerb. Dabei werden die vielfältigen und häufig **unterschiedlichen Interessen** aus dem öffentlichen (Stadtrat und Verwaltung) wie privaten Bereich (z.B. Gastronomie, Hotellerie, Einzelhandel, Industrie, Sport, Kultur und andere Wirtschaftszweige und Interessengruppen einer Stadt), die zusammen für das Aussehen und Auftreten der Stadt sorgen und damit die Ausstrahlung der Stadt ausmachen, **zusammengeführt und die Kräfte gebündelt**. Dies setzt die Vereinbarung von Zielvorstellungen voraus, zum Beispiel in Form eines ganzheitlichen Stadtleitbildes (Stadtkonzept). *Quelle: Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e.V., Wikipedia*

Stadtmarketing in Plauen:

In Plauen war das Stadtmarketing in den 1990er Jahren durch Aktivitäten verschiedener Vereine vor allem hinsichtlich der Durchführung von Events (z.B. Plauen Frühling, Plauener Herbst, Plauener Spitzenfest, Modeball) geprägt. In der Innenstadt etablierten sich daneben örtliche Interessengemeinschaften der Gewerbetreibenden im Interesse der Entwicklung des eigenen Standortes.

In 2000 wurde von den verschiedenen Akteuren die Notwendigkeit der Koordinierung und Verbindung ihrer Aktivitäten und des Erreichens einer höheren Qualität im Stadtmarketing Plauen erkannt und die Absicht erklärt, sich zu einem Dachverband Stadtmarketing (DV) zusammenzuschließen – bei Beibehaltung der Selbständigkeit ihrer Vereine und Interessengemeinschaften.

Im gleichen Zeitraum erarbeiteten mehr als 70 Vertreter aus den verschiedenen Bereichen des öffentlichen Lebens der Stadt das „Stadtkonzept Plauen 2011“, das sowohl konzeptionelle Aufgaben für die Stadtverwaltung, als auch vielfältige Maßnahmen, die nur in der Zusammenarbeit von öffentlichen und privaten Akteuren zu realisieren sind, beinhaltet.

Am 01.03.2001 gründeten 26 Vereine, Interessengemeinschaften, Unternehmen und Institutionen den Dachverband Stadtmarketing Plauen e.V. mit dem Anspruch, „in der Partnerschaft von privaten und öffentlichen Entscheidungsträgern Ziele und Maßnahmen der Entwicklung der Stadt Plauen konzeptionell und aktiv zu bestimmen und umzusetzen, um die Attraktivität und das Image der Stadt sowohl als Wirtschafts- und Lebensraum für die Bewohner, als auch für Investoren und Besucher der Stadt zu verbessern“
(Satzung des Dachverband Stadtmarketing Plauen e.V.).

Damit wurde auch die notwendige Plattform geschaffen, die das Plauener Stadtkonzept in der Verbindung von öffentlichen und privaten Trägern konstruktiv begleitet und umsetzt.

Zweck des Vereins ist es, ein ganzheitliches Stadtmarketing zu realisieren, d.h.

- alle für die Stadt relevanten Themenfelder mit seinen Mitgliedern (s. Anlage) zu besetzen,
- zwischen den weiterhin selbständig agierenden Mitgliedern Netzwerke zu schaffen,
- durch gegenseitige Unterstützung die Mitglieder zu stärken und
- mit der Erarbeitung gemeinsamer neuer Projekte eine neue Qualität des städtischen Lebens zu schaffen, die nach innen und außen zu vermarkten ist.

Gegenwärtig verweist der Dachverband auf 50 Mitgliedsvereine, -unternehmen und -institutionen. Die Stadt Plauen und die Industrie- und Handelskammer sind lt. Satzung gesetzte Vorstandsmitglieder, der Verein Initiative Plauen e.V. stellte von Beginn an den 1. Stellvertreter des Vorsitzenden.

Interessen zusammen führen und Kräfte bündeln, Mitglieder unterstützen:

Das Ausgestalten des Netzwerkes im Verein und darüber hinaus, die Verbindung und Unterstützung des vielfältigen ehrenamtlichen Engagements prägt die Arbeit des Dachverbandes.

Ausgewählte Beispiele dafür sind:

- die Entwicklung der preisgekrönten Plauener „Ab in die Mitte-Projekte“ in 2005 und 2011 in enger Zusammenarbeit mit der Verwaltung: Unterstützung der Plauener Bergknappen im Rahmen des Projektes „Plauen – über und unter Tage erleben“ durch Vereinsmitglieder aus Wirtschaft, Kultur und Verwaltung, mit Ausstellung des Projektes in der Stadt-Galerie. Das Konzept für die zukünftigen „Plauener Schlossterrassen“ basiert auf einem DV-Netzwerk in enger Zusammenarbeit mit der Verwaltung,
- die vielfältige Unterstützung des Mitgliedsvereins Plauener Spitzenfest e.V. bei der Durchführung des 50. Plauener Spitzenfestes,
- die seit 2001 agierende Arbeitsgruppe Innenstadt-Handel: die AG hat sich in der Zusammenarbeit mit der Stadtverwaltung als stabiler Ansprechpartner und Standortvertretung etabliert. Eigene Aktivitäten werden gemeinsam „kreiert“ und mit Unterstützung der Geschäftsstelle des DV umgesetzt,

- die Arbeitsgruppe der Plauer Hoteliers: in Koordinierung mit Events anderer DV Mitglieder werden eigene Aktivitäten in Zusammenarbeit mit der Stadtverwaltung abgestimmt (z.B. Pauschalangebote zur Vermarktung über die Tourist-Information der Stadt). Themen, die beide Arbeitsgruppen betreffen, wie die Erhöhung der Attraktivität der Innenstadt, werden gemeinsam beraten und Aktionen abgestimmt,
- die finanzielle Unterstützung des Kulturbetriebes für die Durchführung der Straße der Skulpturen,
- die Unterstützung für die IG Klostermarkt und die Stadt bei der weihnachtlichen Gestaltung der Altstadt,
- das Einbringen beim Projekt „Wochenmärkte und Events“ und dessen Umsetzung im Rahmen der thematischen Gestaltung der Samstagsmärkte auf dem Altmarkt,
- die finanzielle Unterstützung des Kulturbetriebes durch die Wohnungsbaugesellschaft Plauen mbH bei der Durchführung der Nacht der Museen,
- die Unterstützung der Stadt bei der Installation der Weihnachtsbeleuchtung im Stadtzentrum durch umfangreiches Sponsoring seitens der Werbegemeinschaft der Stadt-Galerie,
- die Unterstützung der Mobilen Jugendarbeit bei verschiedenen Projekten auch durch materielle Zuwendungen von IHK und Wirtschaftsunioren.

Gestaltung und Vermarktung, Erarbeitung gemeinsamer neuer Projekte:

Die Stadt in ihrer Attraktivität und Lebendigkeit gegenüber den eigenen Bürgern und nach außen positiv zu vermarkten, ist Ziel der unter Nutzung des DV-Netzwerkes entstandenen eigenen Projekte, z.B.:

- der vom Dachverband mit Unterstützung der Stadtverwaltung initiierte jährliche Frühjahrsputz. In die Durchführung werden über das eigene Netzwerk hinaus auch andere Vereine, Institutionen und Unternehmen der Stadt einbezogen,
- der Schaufensterwettbewerb im Advent,
- die Schaufenstergestaltung und „Spitzen-Gewinnspiel“ zum Plauer Spitzenfest,
- der „Freundlichkeits-Award - ein Lächeln für Plauen“,
- die Herausgabe des Flyers „Spaß in der City“ in 4 Auflagen,
- die Herausgabe des Einkaufs- und Erlebnisführers in tschechischer Sprache,
- die Abstimmung der verkaufsoffenen Sonntage in der Stadt
- die überregionale Werbekampagne für die gesamtstädtischen verkaufsoffenen Sonntage im Advent,
- die Spitzenmodenschau auf dem Altmarkt anlässlich der 150-Jahre-Sternquell-Tour,
- die Gestaltung des „Spitzen-Giebels“ an der Marktstraße
- die thematische Ausgestaltung der gesamtstädtischen verkaufsoffenen Sonntage (Jahrestag der friedlichen Revolution, Winterspiele),
- das mit Unterstützung der Tourist-Information entwickelte „Plauen-Spiel“,
- das Gutscheineheft für Neu-Plauer,
- Gastgeber des Jahresempfanges der Initiative Südwestsachsen 2003,
- Präsentation des DV-Netzwerkes unter Einbeziehung der Mitglieder anlässlich der Westsachsenschau 2003 und der VOREA 2004 und 2008.

Unter dem „Dach“ des Stadtmarketing Plauen e.V. agieren darüber hinaus die Mitglieder im Rahmen ihrer Vereine, Unternehmen und Institutionen mit eigenen Aktivitäten und Projekten im Interesse der Gestaltung und Vermarktung der Stadt – haupt- oder ehrenamtlich.

Dachverband und Stadtkonzept:

Die Mitglieder des Dachverbandes Stadtmarketing Plauen e.V. waren 2000/2001 beim Entstehen des Stadtkonzeptes Plauen 2011 intensiv involviert.

- Im Rahmen der Mitarbeit in den thematischen Arbeitsgruppen formulierten sie in Zusammenarbeit mit der Stadtverwaltung und weiteren Akteuren die konzeptionelle Grundlage für die Arbeit des Dachverbandes.
- In den Folgejahren – auch im Rahmen des „Stadtkonzeptes Plauen 2022“- brachten sich die Verbandsmitglieder aktiv in die Arbeit der Arbeitsgruppen und öffentliche und verbandsinterne Diskussionen zum Konzept und dessen Umsetzung ein.
- Die Arbeitsgruppe Innenstadt-Handel setzt seit 2001 mit Unterstützung der Geschäftsstelle des DV eigene aus dem Stadtkonzept (Innenstadtkonzept, TFK Einzelhandelskonzept) abgeleitete Maßnahmen um,
- Die Arbeitsgruppe der Hoteliers agiert ebenso auf Basis des TFK Tourismus.
- Das Thema Ordnung und Sicherheit in der Innenstadt wurde im Netzwerk unter Einbeziehung der Verantwortlichen mehrfach umsetzungsorientiert diskutiert und gegenüber dem Sächsischen Staatsminister des Innern kommuniziert.

- In 2007 positionierte sich der DV begründet gegenüber der sächsischen Regierung zum Erhalt der Kreisfreiheit der Stadt.
- Um die städtebauliche Entwicklung der Stadt mehr in den Fokus der Verbandsarbeit zu rücken, wurde 2006 das Forum Baukultur in den DV aufgenommen und ist seit einigen Jahren Mitglied des Vereinsvorstandes.

Der Verein ist bestrebt, die Kommunikation zwischen Stadtrat, Stadtverwaltung und DV kontinuierlich zu gewährleisten.

- Neben der permanenten Zusammenarbeit mit der Verwaltung nehmen Vertreter des Vorstandes an den Sitzungen der Ausschüsse für Wirtschaftsförderung und Stadtmarketing sowie für Stadtbau und Umwelt teil.
- Mit den Stadträten selbst finden individuelle Gespräche und Treffen zu verschiedenen städtischen Themen statt.

Etat des Dachverbandes:

Nachdem der Stadtrat in seiner Sitzung am 22.02.2001 den Beitritt der Stadt Plauen zum Dachverband Stadtmarketing Plauen e.V. beschloss, unterstützt die Stadt seitdem die Verbandsstätigkeit mit jährlichen Zuweisungen aus dem städtischen Haushalt in Höhe von durchschnittlich ca. 23 T€. Eine Kofinanzierung der Vereinstätigkeit erfolgt über die Einnahmen aus Mitgliedsbeiträgen (50 €/Mitglied) und Sponsorenleistungen. Letzteres erfolgt vor allem in den letzten Jahren unmittelbar zur Finanzierung von einzelnen Projekten (z.B. Unterstützung der Nacht der Museen, überregionales Bewerben der gesamt-städtischen verkaufsoffenen Sonntage im Advent, materielle Unterstützung der Mobilen Jugendarbeit, Flyer „Spaß in der City“, Weihnachtsbeleuchtung Postplatz), für die der Dachverband koordinierend bzw. organisierend wirkt. Die Finanzierung der Geschäftsstelle des Dachverbandes (Teilzeitstelle, 32 h) macht i.d.R. mehr als 2/3 der Gesamtausgaben aus.

Probleme:

- Die Geschäftsstelle des DV war ausgehend von dem zur Verfügung stehenden Etat von Beginn an mit einer Teilzeitstelle besetzt. Der Anspruch des Vereins war, möglichst gut Qualifizierte für diese Teilzeitstelle zu gewinnen. Das führte dazu, dass in den vergangenen 12 Jahren 6 junge Menschen als Assistent(in) des Vorstandes des DV tätig waren.
- Insbesondere in den letzten beiden Jahren konnten durch Krankheit und Elternzeit der Assistentin Stabilität und Kontinuität der Arbeit nicht gewährleistet werden. (Gegenwärtig ist die Geschäftsstelle nur mit 10 Wochenstunden besetzt.) Die Realisierung von Projekten verzögerte sich, die Kommunikation innerhalb des Vereins und nach außen war deutlich reduziert.
- Die Entwicklung von PPP-Projekten abgeleitet aus dem Stadtkonzept konnte im satzungsgemäßen Umfang nicht erfolgen: Während das Stadtkonzept Plauen 2011 Gründungs- und echte Arbeitsgrundlage für den Dachverband war, wurde diese enge Verbindung zwischen dem Stadtkonzept Plauen 2022 und der DV-Arbeit nicht erreicht.
- Kontinuität in der Umsetzung der Zielstellungen des Stadtkonzeptes in der Partnerschaft von öffentlichen und privaten Akteuren kann lediglich die AG Innenstadt-Handel und in ähnlicher Weise die AG der Hoteliers aufweisen.
- Im letzten Jahr war die Vorstandarbeit vor allem von vereinsinternen Problemen geprägt (Austrittserklärung des Initiative Plauen e.V., Personalprobleme in der Geschäftsstelle).

In Absprache mit dem Vorstand beauftragte der Oberbürgermeister die Stadtverwaltung, Stadtmarketing-Strukturen in vergleichbaren Städten zu untersuchen, um Schlussfolgerungen für das Stadtmarketing in Plauen abzuleiten. Im Ergebnis beschloss der Vorstand des Dachverband Stadtmarketing Plauen, das Stadtmarketing (entsprechend der Definition) in Plauen in der Struktur des Vereins auf der Basis des Netzwerkes seiner Mitglieder mit der in der Vereinsatzung formulierten Zielstellung weiterzuführen und gleichermaßen die Arbeit des Dachverbandes zu optimieren. Allein über das ehrenamtliche Engagement der Vorstandmitglieder ist das nicht zu realisieren.

Anlage: Mitglieder Dachverband Stadtmarketing Plauen e.V.

