

Einladung

Sehr geehrte Damen und Herren,

die 18. öffentliche Sitzung der Wahlperiode 2008 – 2013 für das Gremium
Hauptausschuss der Stadt Bad Oldesloe findet statt am

**15.03.2010, um 19:00 Uhr
im Sitzungszimmer 2.09 des Verwaltungsgebäudes,
Markt 5 .**

Ich lade Sie hiermit zu dieser Sitzung ein und überreiche Ihnen die Tagesordnung mit
Vorlagen.

Sollten Sie verhindert sein, benachrichtigen Sie bitte den Ausschussvorsitzenden und
Ihre Stellvertretung durch Übermittlung der Sitzungsunterlagen.

Mit freundlichen Grüßen
Im Auftrag

Koopmann

Tagesordnung

Öffentliche Tagesordnungspunkte

1. Eröffnung der Sitzung
2. Feststellung der ordnungsgemäßen Ladung und Beschlussfähigkeit, Feststellung der Tagesordnung
3. Einwendungen gegen die Niederschrift der letzten Sitzung - öffentlicher Teil
4. Einwohnerfragestunde
5. Zukünftige Ausrichtung des Stadtmarketings in Bad Oldesloe 0725/2008-2013
6. Kultur- und Bildungszentrum, mündlicher Bericht
7. Mitteilungen/Anfragen

Nicht öffentliche Tagesordnungspunkte

8. Mitteilungen/Anfragen
9. Einwendungen gegen die Niederschrift der letzten Sitzung - nicht öffentlicher Teil
10. Neuausrichtung der Vereinigte Stadtwerke GmbH 0720/2008-2013
11. Beschlusskontrolle 0721/2008-2013

Die Punkte - bis - werden in nicht öffentlicher Sitzung beraten (§ 5 Geschäftsordnung).

Darüber hinaus schlägt die Verwaltung vor, die Punkte 8 bis 11 nicht öffentlich zu beraten.

Stadt Bad Oldesloe Der Bürgermeister		Drucksachen-Nr. 0725/2008-2013
Datum 02.03.2010	Aktenzeichen BGM 023.114	TOP
Sitzungsvorlage öffentlich		
Beratungsfolge Hauptausschuss Stadtverordnetenversammlung		Sitzungsdatum 15.03.2010 22.03.2010

Zukünftige Ausrichtung des Stadtmarketings in Bad Oldesloe

vgl. Hauptausschuss vom 15.06.2009, 26.10.2009 und 15.02.2010
Drucksachen-Nr. 0448/2008-2013 vom 24.04.2009 und Drucksachen-Nr. 0500/2008-2013 vom 03.06.2009 sowie Präsentationen der CIMA auf den Hauptausschusssitzungen vom 26.10.2009 und 15.02.2010

1. Sachverhalt

Unter Berücksichtigung der in den letzten Jahren erarbeiteten Vorschläge und Arbeitsergebnisse zum Stadtmarketing Bad Oldesloe hat das Beratungsbüro „CIMA“ die Ziele und Erwartungen der örtlichen Akteure in eine Bestandsaufnahme zur strategischen und organisatorischen Neuordnung eingebunden und die Ergebnisse auf der Sitzung des Hauptausschusses am 15.02.2010 mit Handlungsempfehlungen präsentiert.

Es wird im Interesse einer zügigen Realisierung vorgeschlagen, folgende Umsetzungsschritte für die zukünftige Aufgabenerledigung vorzunehmen:

Baustein 1 „Marke Bad Oldesloe“:

Damit alle auf Bad Oldesloe bezogenen Kommunikations- und Marketingaktivitäten unterschiedlicher Akteure einem einheitlichen Ziel dienen, müssen sie sich an einem Profil „Marke Bad Oldesloe“ ausrichten. Die damit verbundenen Kernaufgaben

- Betreuung des Stadtmarketing-Prozess
- Schärfung des Markenprofils
- Aufbau und Fortentwicklung des Marketing-Konzeptes
- Kreation von Werbungs- und Kommunikationsmaßnahmen
- Sonderprojekte (neue Projekte und Angebote)
- „Stimme des Marketing“

sollten bei einer Fachkraft „Stadtmarketing“ in der Verwaltung gebündelt werden. Die Besetzung kann in Form der Nachbesetzung der im Stellenplan unter laufender Nummer 6 zurzeit unbesetzten Stelle im Bereich der Stabsstelle Stadtmarketing erfolgen. Auf eine externe Unterstützung in Form eines begleitenden Coachings sollte nach der Wiederbesetzung der Stelle verzichtet werden.

Baustein 2 „Projektmanagement Innenstadtentwicklung“:

Aufgrund des gesamtwirtschaftlichen Trends stehen die Innenstädte insbesondere der Klein- und Mittelstädte vor einem erheblichen Anpassungs- und Entwicklungsdruck. Um diese Prozesse aktiv zu begleiten und strategisch zu unterstützen, ist ein professionelles Projektmanagement einzurichten. Als Kernaufgaben in Form von Impulsen, Strategien und Konzepten sind zu nennen:

- Wieder- und Weiternutzung von (innerstädtischen) Gebäuden und Brachflächen
- Städtebaulich vertretbare Zwischennutzungen
- die Aufwertung des öffentlichen Raumes
- die Bündelung und Aufbereitung standortbezogener Angebote und Analysen
- die umfassende Beratung von Eigentümern in Fragen der Objektentwicklung, Vermietung und zu Fördermitteln

Da die Wahrnehmung dieser Aufgabe im Rahmen der bisher zur Verfügung stehenden Ressourcen in der Stabsstelle Stadtmarketing nicht abzubilden war, ist hier ein zusätzliches Projektmanagement neu einzurichten. Aufgrund des besonderen Anforderungsprofils wird für die Umsetzung allerdings vorgeschlagen, auf eine befristete Stelle innerhalb der Verwaltung zu verzichten. Das Projektmanagement sollte vielmehr in Form einer Agenturlösung an einen externen Dienstleister vergeben werden. Zu den Vor- und Nachteilen wird erläuternd auf die Drucksache Hauptausschuss Nr. 0448/2008-2013 vom 24.04.2009 verwiesen.

Baustein 3 „Veranstaltungen“

Bis zur endgültigen Konzeption des Kultur- und Bildungszentrums (KuB) im ehemaligen Amtsgericht sollten die vom Stadtmarketing begleiteten und betreuten Publikumsveranstaltungen an den Sachbereich Kultur und Bildung übertragen werden. Die dafür erforderliche Assistenzstelle sollte aus der Stabsstelle Stadtmarketing (vgl. Stellenplan laufende Nummer 7) organisatorisch der Kulturabteilung angegliedert werden. Damit können bereits im Vorfeld mögliche Synergien gehoben werden.

2. Finanzielle Auswirkungen

Baustein 1 „Marke Bad Oldesloe“:

Die entsprechende Stelle ist bereits über den Stellenplan (laufende Nummer 6) eingestellt. Die Personalkosten sind über die Produkte 11135, 57100, 57303 und 57500, die Kosten des Arbeitsplatzes über das Produkt 11170 und das Budget für Maßnahmen und Aktivitäten über das Produkt 57100 im Haushaltplan 2010 veranschlagt. Bei einer zusammenfassenden Betrachtung ergibt sich folgende Kostenaufstellung:

Personalkosten EG 11 (inkl. Nebenkosten) ca.	52.000 €
Arbeitsplatz- und Sachkosten ca.	15.000 €
Jahresbudget aus .57100 (inkl. freigegebener Mittel) ca.	30.000 €

Eine genaue Kostenaufteilung für das Stadtmarketing-Jahresbudget ist nach Entscheidung zur organisatorischen Trennung der Publikumsveranstaltung auf der Basis der Vorjahre vorzunehmen.

Baustein 2 „Projektmanagement Innenstadtentwicklung“:

Insgesamt sollte die Agenturlösung auf maximal 110 T€ begrenzt werden. Davon sollten ca. 70 T€ auf Personal- und Overheadkosten, 15 T€ auf Arbeitsplatz- und Sachkosten sowie 25 T€ auf das maßnahmen- und aktionsbezogene Jahresbudget entfallen.

Baustein 3 „Veranstaltungen“:

Die Umsetzung kann organisatorisch im Personalpool abgebildet werden. Die erforderlichen Sachkosten sind bereits im Haushalt im Produkt 57100 veranschlagt und wären über den Nachtrag zu ordnen. Zusätzliche Mittel werden nicht benötigt.

3. Leitwerte

Bad Oldesloe – die lebendige und mobile Stadt mit hoher Wirtschaftskraft

Der nachhaltigen Sicherung des Wirtschaftsstandortes Bad Oldesloe und der Stärkung der Mittelzentrumfunktion kommt für die zukünftige Stadtentwicklung eine zentrale Bedeutung zu. Im Interesse der innerstädtischen Entwicklung ist der Aufbau eines Netzwerkes einschließlich der Positionierung und wettbewerbsfähigen Darstellung im Sinne des Standortmarketings leitwertorientiert.

4. Vorschlag zum Beschluss

Der Hauptausschuss empfiehlt der Stadtverordnetenversammlung zu beschließen:/
Die Stadtverordnetenversammlung beschließt:

Der Bürgermeister wird auf der Grundlage und unter Berücksichtigung der Empfehlungen des Beratungsbüros CIMA vom 16.10.2009/15.02.2010 beauftragt:

4.1

Die freie Stelle in der Stabsstelle Stadtmarketing ist umgehend mit einer Fachkraft „Stadtmarketing“ im Rahmen des Stellenplans wiederzubesetzen. Die Stelle ist unbefristet auszuschreiben und das erforderliche Besetzungsverfahren zeitnah durchzuführen.

4.2

Der Sperrvermerk beim Sachkonto .5271000 im Produkt 57100 Stadtmarketing und Wirtschaftsförderung in Höhe von 18.000 € wird aufgehoben.

4.3

Es ist umgehend ein Projektmanagement zur Innenstadtentwicklung einzurichten. Die Aufgabe soll in Form einer Agenturlösung zunächst befristet für 3 Jahre an einen externen Dienstleister vergeben werden. Dafür sind jährlich 110 T€ im Haushalt einzustellen. Die Ordnung ist über den 1. Nachtragshaushalt 2010 vorzunehmen.

4.4

Die von der Stadt eigenverantwortlich durchgeführten sowie begleiteten Publikumsveranstaltungen sind bis zur endgültigen Konzeption des KuB im Fachbereich Hauptamt, Sachbereich Kultur und Bildung, zu bündeln. Die dafür erforderliche Assistenzstelle ist aus der Stabsstelle Stadtmarketing (vgl. Stellenplan laufende Nummer 7) herauszulösen und organisatorisch dort anzugliedern.

Tassilo von Bary
Bürgermeister