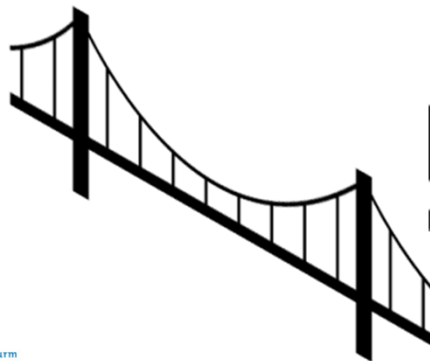
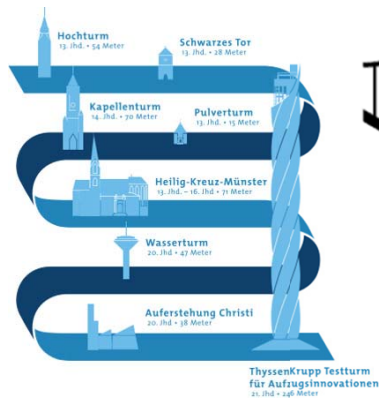


Gesamtkonzept der Stabstelle Stadtmarketing und Wirtschaftsförderung



RW2028
HÖHER. GRÜNER. WEITER.



Stadtentwicklung

Marketing

Regionalwirtschaft

Einzelhandel

Wirtschaftsförderung

Citymanagement

Immobilien

Organisationsberatung

Kultur

Tourismus

Gemeinderat, Rottweil
21. November 2018

Ausgangssituation

1. Handlungsfelder
2. Aufgaben Tourismus (Herr Seiz, Kohl & Partner)
3. Aufgaben Wirtschaftsförderung / Stadtmarketing
4. Personelle und finanzielle Ressourcen
5. Schnittstellenanalyse
6. Organisationsstruktur

- Empfehlungen für die zukünftige Gestaltung des Stadtmarketings und der Wirtschaftsförderung
 - schlanker Prozess mit kompakter Analyse, unter Berücksichtigung der Akteure und der spezifischen Ausgangsvoraussetzungen Rottweils
 - umfangreiche Dokumente der Stadt Rottweil als Grundlage für die Beurteilung der Ausgangslage
 - Personelle Ausstattung Wirtschaftsförderung und Stadtmarketing: 1,75 VZÄ
 - Programmatisch sehr umfangreiches und ambitioniertes Konzept
 - Deckt die meisten der einschlägigen Arbeitsfelder aus den Bereichen Stadtmarketing und Wirtschaftsförderung ab.
- Beurteilung der vorhandenen Ausstattung hinsichtlich
- Zielerreichung
 - Adäquater Besetzung wichtiger Zukunftsthemen
 - Nutzung aller Kooperations- und Effizienzspielräume

1. Handlungsfelder

Handlungsfelder



Wirtschaftsförderung, Tourismus und
Stadtmarketing

Wirtschaftsförderung

Stadt-
marketing

Tourismus

Bestandsmanagement

Standortentwicklung &
Ansiedlungsförderung

Fachkräftesicherung

Stadtmarketing

Führung und Planung

Produktentwicklung und -
management

Außenmarketing

Innenmarketing

Gästeservice (Tourist-Info)

Querschnittsaufgaben

1. Handlungsfelder

Strategische Ziele



1. Sicherung bestehender und Schaffung von Rahmenbedingungen für neue Arbeitsplätze
2. Schaffung eines – an den Stärken Rottweils ausgerichteten – guten Wirtschaftsklimas
3. Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit des Standortes
4. Schaffung und Pflege einer Dachmarke Rottweil als starkem Mittelzentrum an der Innovationsachse Stuttgart-Zürich
5. Sicherung und Stärkung von Rottweils Finanzkraft



3. Aufgaben Wifö/Stadtmarketing



Neue Herausforderungen & Anforderungen Rottweil

(Auswahl)

Bestandsmanagement

- aktuell keine zusätzlichen Aufgaben
- zunehmende Komplexität der Unternehmensentwicklungen erfordert erhöhte Lösungskompetenz der Wirtschaftsförderung

Standortentwicklung & Ansiedlungsförderung

- Flächenentwicklung und zielgerichtete Vermarktung → Entwicklung Berner Feld für kleinteilige, hochtechnisierte Gewerbetriebe
- vielfältige und mehrsprachige Marketing-Tools erstellen und dauerhaft am Markt platzieren

Fachkräftesicherung

- Ärzteversorgung
- Integriertes Innenstadtmarketing zur Steigerung der Attraktivität der Stadt Rottweil für Fachkräfte

Stadtmarketing

- Entwicklung eines Stadtmarketingkonzeptes mit entsprechender Dachmarke für die historische Innenstadt in Verbindung mit Rottweil als starkem Wirtschaftsstandort
- Aufbau eines City-/Innenstadtmanagements mit neuen Strukturen unter Beteiligung privater Akteure

3. Aufgaben Wifö/Stadtmarketing

Gestiegene Anforderungen an das Personal



- + Breiter werdende Aufgabenpalette
- + Höhere Komplexität der Aufgaben
- + Zunehmende Anforderungen an Koordination und Netzwerkbildung
- + Vermehrte Tätigkeit als Projektmanager

Qualifikationsanforderungen:

- Sprachkenntnisse
- Expertenwissen Wirtschaftsförderung
- Umgang mit neuen Kommunikationstechnologien
- Marketingkenntnisse
- Projektmanagementenerfahrung
- Teamfähigkeit
- Service- und Kundenorientierung
- Moderations- und Präsentationsqualifikationen
- Wirtschaftserfahrung
- Verwaltungs- und Rechtskenntnisse

→ Interdisziplinäre Zusammenarbeit von Mitarbeitern unterschiedlicher Qualifikationen

3. Aufgaben Wifö/Stadtmarketing

Kernaufgaben Wirtschaftsförderung



Bestandsmanagement

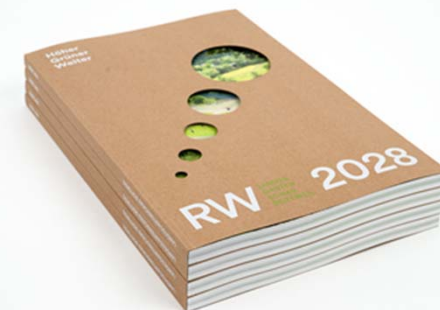
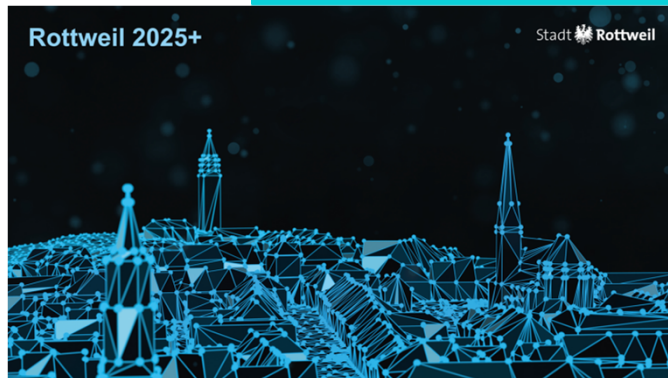
- Beziehungsmanagement / Erhalt bestehender Unternehmen
- Veranstaltungsformate zur Informations- und Wissensvermittlung

Standortentwicklung & Ansiedlungsförderung

- Strategische Positionierung des Wirtschaftsstandortes
- Ansiedlungsservice
- Standortentwicklung und -marketing
- Vernetzung mit Akteuren in Baden-Württemberg
- Flächenentwicklung und -bereitstellung sowie Vermarktung im Inland

Fachkräftesicherung

- starter Rottweiler Berufsmesse
- Ärzteversorgung



Quellen: <https://www.rottwel.de/de/Wirtschaft-Bauen/Wirtschaftsfoerderung/Standortberatung>; <https://www.starter-rottwel.de/>;
Jahresbericht der Stabstelle für Wirtschaftsförderung und Stadtmarketing. Ergebnisse 2013

3. Aufgaben Wifö/Stadtmarketing

Kernaufgaben Stadtmarketing und Querschnittsaufgaben

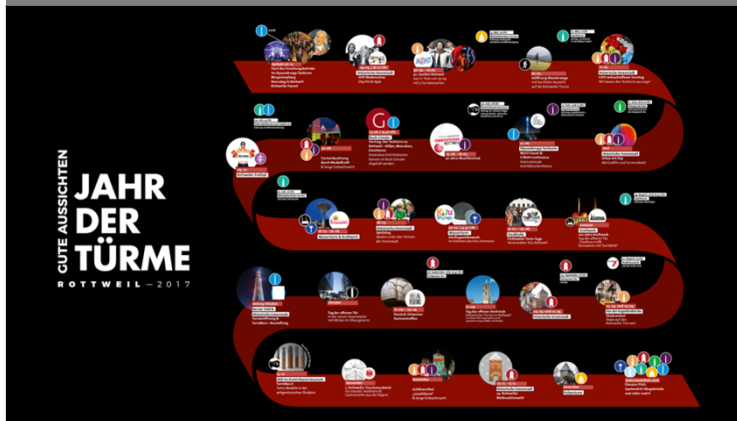


Stadtmarketing

- Positionierung Rottweils sichern und Profil weiter schärfen
- Entwicklung Stadtmarketingkonzept mit dem Aufbau einer geeigneten Dachmarke und Umsetzung

Querschnittsaufgaben

- Strategische Planung
- Leitbilder
- regelmäßige Analyse des Wirtschaftsstandortes
- Verfahrensmanagement, Controlling
- Netzwerkarbeit und Kooperation (lokal und regional)



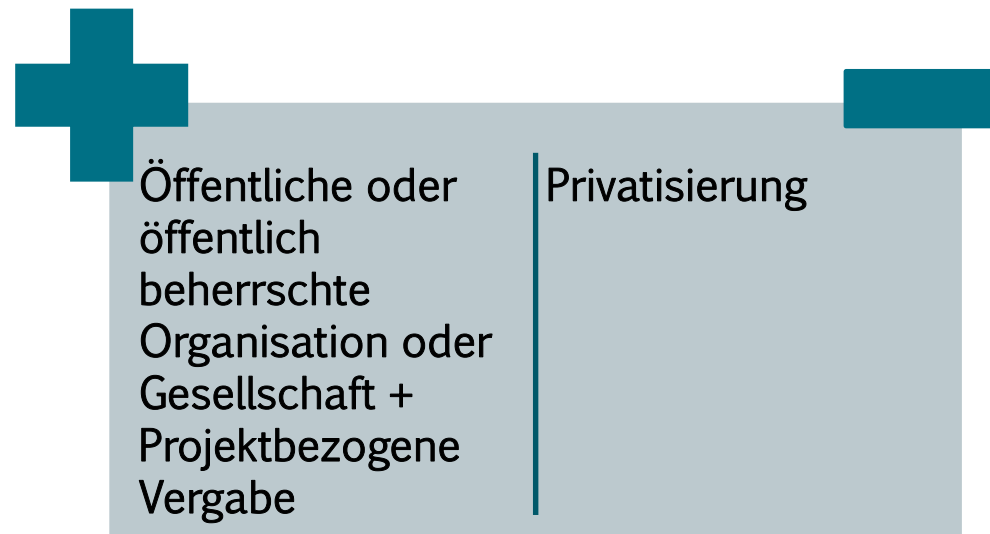
Quellen: <https://www.ipo-it.com/mediathek/meldungen/vollstaendige-meldung-lesen/news/auf-dem-weg-zur-wirtschaftsfreundlichen-verwaltung/>; Leitbild Wirtschaft der Stadt Rottweil 2014;

3. Aufgaben Wifö/Stadtmarketing

Outsourcing



- Prüfung der Kernaufgaben auf teilweise oder vollständige Übernahme durch private Unternehmen
 - Keine Erfahrungen aus anderen Standorten, da
 - Deutschlandweit nur ein Beispiel für die Privatisierung der Wirtschaftsförderung in vergleichsweise kleiner Kommune
- Regelfall und Empfehlung der cima
 - Wirtschaftsförderung und Stadtmarketing in öffentlicher oder öffentlich beherrschter Organisation oder Gesellschaft



3. Aufgaben Wifö/Stadtmarketing

Outsourcing



öffentliche oder öffentlich beherrschte Organisation oder Gesellschaft + Projektbezogene Vergabe

- Ermittlung externer Dienstleister durch transparente Vergabeverfahren
- Kein dauerhaftes Finanzierungsrisiko der Kommune
- Anpassungsmöglichkeit an die finanzielle Leistungsfähigkeit

Privatisierung

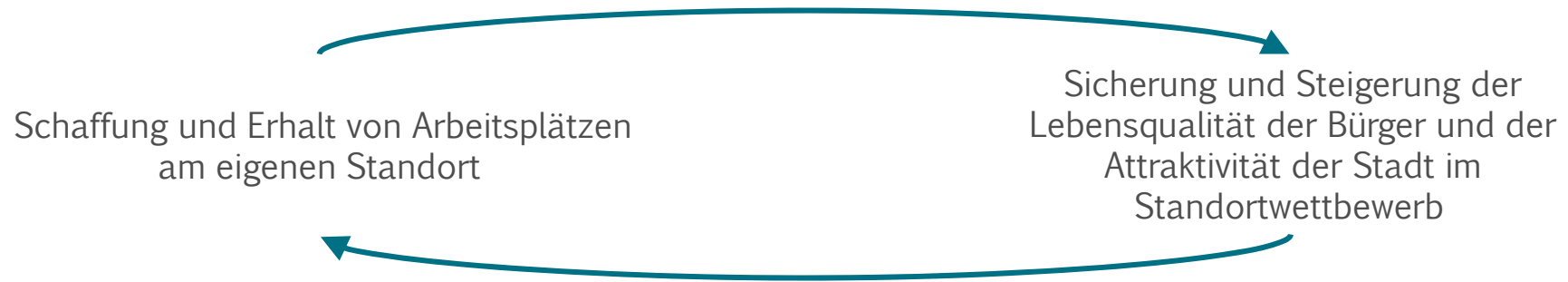
- Anspruch an neutrale, nicht von wirtschaftlichen Interessen geleitete Beratungsdienstleistungen
- Bedarf auf an den Interessen der Stadt und dem Gemeinwohl ausgerichteter Liegenschafts- und Ansiedlungspolitik
- Auslagerung könnte erhebliche Zweifel und Irritationen hervorrufen
- Externe Vergabe dieser Leistungen bedingt einen hohen Koordinations- Steuerungs- und „Begleitungsaufwand“ zur Wahrung der städtischen Ziele

3. Aufgaben Wifö/Stadtmarketing

Synergien zwischen Wifö, Stadtmarketing & Tourismus



- Ziele lassen sich leichter definieren, decken sich in Teilen oder bedingen sich gegenseitig



- Die Ausrichtung der Organisation und Maßnahmen auf die Ziele wird erleichtert
 - Präzise Definition der Schnittstellen und Aufgabenabgrenzungen
 - Stadtmarketing, Wirtschaftsförderung und Tourismus greifen auf die gegenseitigen Ergebnisse zu (Bsp. Ansiedlungsförderung, Events & Werbung)
- Stärkung der Kommunikation untereinander
- Einzelmaßnahmen verstärken sich aufgrund ihrer gemeinsamen Zielausrichtung in ihrer Wirkung → Synergien entstehen
- Kosten sinken
 - Personalkosten (bspw. Office)
 - Kosten für Räumlichkeiten

4. Personelle und finanzielle Ressourcen

Empfehlung Gutachter vs. Vorschlag Verwaltung



Sachgebiet	Personal (VZÄ)			Sachbudget		
	Ist	Empfehlung Gutachter	Vorschlag Verwaltung	Ist	Empfehlung Gutachter	Vorschlag Verwaltung
Wirtschaftsförderung	1,46	3,00	1,95 inkl. Gesamtleitung	96.150,00€	277.650,00€	150.150,00€
Stadtmarketing	0,29	1,70	0,8	195.000,00€	248.000,00€	185.500,00€
Summe	1,75	4,70 inkl. optionale Stellen	2,75	291.150,00€	525.650,00€	335.650,00€

4. Personelle und finanzielle Ressourcen

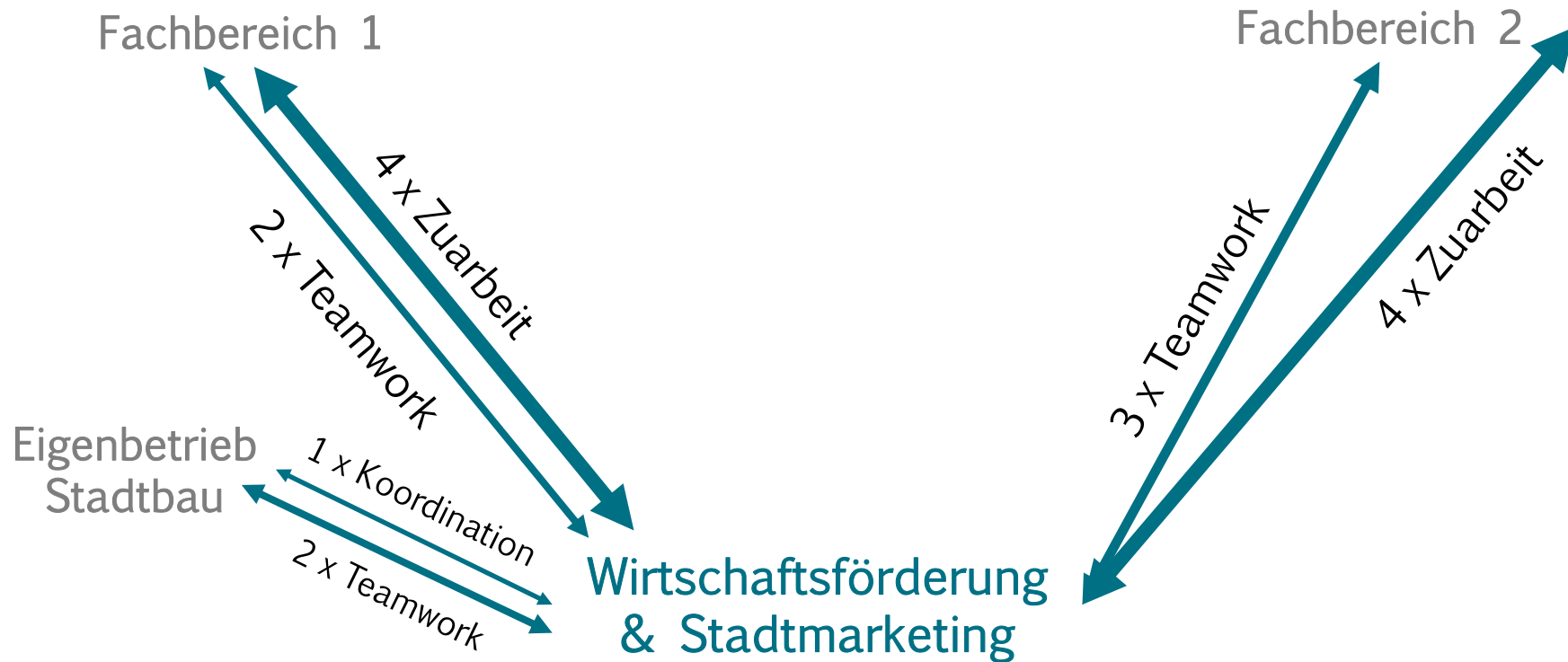
Schwerpunktsetzungen + Baukastensystem

- aktuelle Entwicklungen bewirken Änderungen bei der Wahrnehmung von Aufgaben
→ vorübergehende Schwerpunktsetzungen notwendig
- Weitere Aufgaben im Sinne des Baukastensystems mit getrennt ausgewiesenem Personal- und Finanzbedarf:
 - Ausbau des digitalen Marketings
 - Existenzgründerberatung
 - Maßnahmenentwicklung zur Landesgartenschau im Stadtmarketing



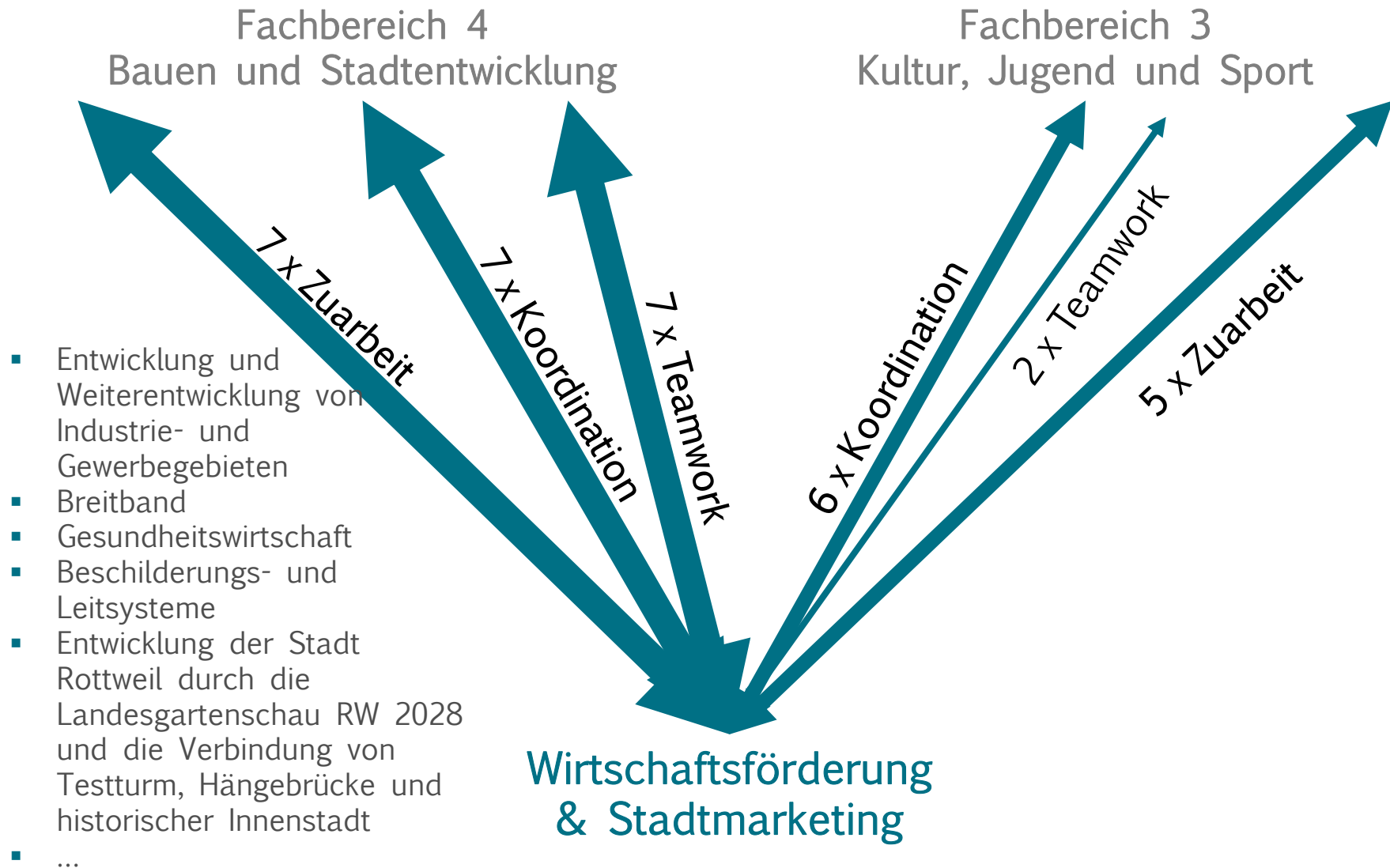
5. Schnittstellenanalyse

Fachbereiche und Eigenbetriebe



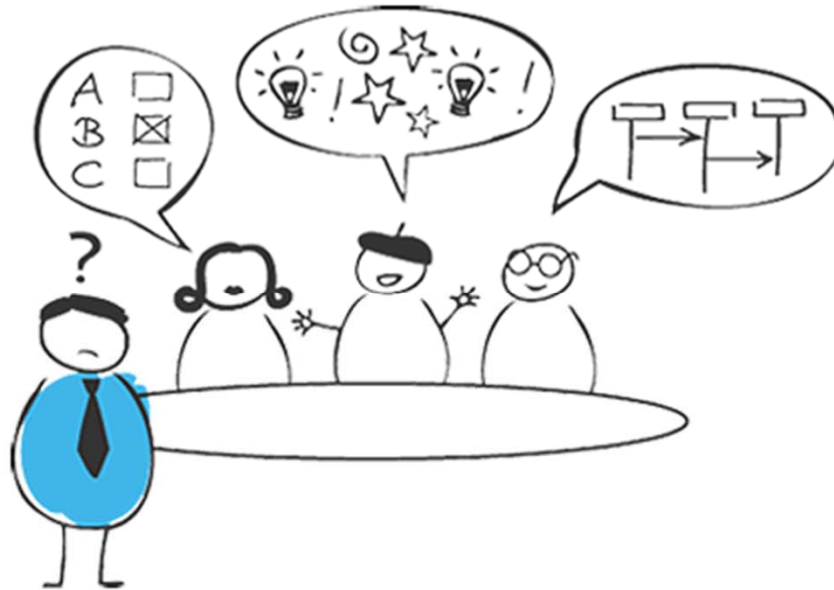
5. Schnittstellenanalyse

Fachbereiche und Eigenbetriebe

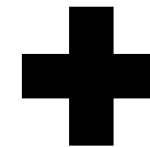


5. Schnittstellenanalyse

Umsetzung auf Arbeitsebene



gezielte
Einbindung
externer Akteure



kontinuierliches
Beteiligungs-
management

Bildung interdisziplinärer Arbeitsteams mit klarer
Aufgabenzuordnung

- Nutzen fachlicher Kompetenzen und Sichtweisen der
Mitarbeiter
- Stärkung der Identifikation mit den gemeinsamen
Aufgaben

6. Organisationsstruktur

Grundsätze der Auswahl einer Organisationsform

Wahl der Rechtsform für Wirtschaftsförderung / Stadtmarketing / Tourismus

„Die Rechtsform ist nicht der entscheidende Erfolgsfaktor!“

- „form follows function“
- Die Inhalte und Aufgaben stehen im Mittelpunkt!

Baukasten „Organisationsform“

Stadtverwaltung, Verein, GmbH, Kommunalunternehmen,
Städtischer Eigenbetrieb, AöR, Genossenschaft, Arbeitskreis,
BGB, externer Berater...



Kernpunkte bei der Entscheidung zw. „Inhouse- und Outsourcing-Lösung“

Ausmaß wirtsch. Orientierung / Eigenständigkeit /
vergabe-, beihilfe- & arbeitsrechtliche Aspekte

eigener Bereich „Wirtschaftsförderung, Tourismus und Stadtmarketing“ in der Verwaltung

- Zusammenführung personeller und finanzieller Ressourcen aus verschiedenen Fachbereichen und Abteilungen
- + direkte Einflussnahme durch Politik und Verwaltung
- + Aufwand für Buchhaltung etc. entfällt
- + Kommunalkreditkonditionen bilden Vorteil bei längerfristigen Projektfinanzierungen
- Gebunden an verwaltungsrechtliche Verfahren (unflexibleres Entscheiden und Arbeiten ggü. privatrechtlicher Lösung)
- Bürokratisierung (ggü. privatrechtlicher Lösung)
- Arbeiten auf Anweisung – fehlende Flexibilität
- Finanzierung allein über den städtischen Haushalt, keine Beteiligungsmöglichkeit für private Akteure

Auftraggeber
Stadt Rottweil
Wirtschaftsförderung/ Stadtmarketing
Hauptstraße 21
78628 Rottweil

Ansprechpartner:
André Lomsky

Auftragnehmer
CIMA Beratung + Management GmbH,
Standorte Stuttgart/ Lübeck

Stuttgart:
Neue Weinsteige 44
70180 Stuttgart
Tel.: 0711-64864-61
Fax: 0711-64864-69

Lübeck:
Glashüttenweg 34
23568 Lübeck
T 0451-38968-0
F 0451-38968-28
mantik@cima.de
www.cima.de

Bearbeiter: Uwe Mantik