

<p><b>Sitzungsvorlage</b></p> <p>Federführend: 3 Referat für Wirtschaft, Digitalisierung und Tourismus</p> <p>Beteiligt:</p>	<p><b>Vorlage- Nr:</b> VO/2020/3678-R3</p> <p>Status: öffentlich</p> <p>Aktenzeichen: Datum: 12.11.2020 Referent: Dr. Stefan Goller</p>						
<p><b>Stadtmarketing Bamberg e.V.: Ziele und Tätigkeitsschwerpunkte für das Jahr 2021 sowie Prozessvorschlag zur künftigen Abstimmung und Evaluation der Ziele des Vereins</b></p>							
<p>Beratungsfolge:</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="width: 20%;">Datum</th> <th style="width: 40%;">Gremium</th> <th style="width: 40%;">Zuständigkeit</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>02.12.2020</td> <td>Finanzsenat</td> <td>Entscheidung</td> </tr> </tbody> </table>		Datum	Gremium	Zuständigkeit	02.12.2020	Finanzsenat	Entscheidung
Datum	Gremium	Zuständigkeit					
02.12.2020	Finanzsenat	Entscheidung					

## I. Sitzungsvortrag:

### 1. Bedeutung des Stadtmarketingvereins für Einzelhandel, Gastronomie und Innenstadt

Die Gründung des Stadtmarketing Bamberg in den 1990er Jahren war das Ergebnis eines Professionalisierungsprozesses der ehemaligen innerstädtischen Werbegemeinschaft. Das Stadtmarketing wurde dabei bewusst im Sinne einer Öffentlich-Privaten Partnerschaft (englisch: Public-private-Partnership – PPP) angelegt und arbeitet als Schnittstelle zwischen öffentlicher Hand und Privatwirtschaft. Die Finanzierung des PPP-Modells war von Anfang an darauf ausgelegt, dass jeder Euro Mitgliedsbeitrag aus der Privatwirtschaft durch einen Euro der öffentlichen Hand verdoppelt wird.

Seit Gründung des Vereins kann das Stadtmarketing Bamberg eine steigende Anzahl von Mitgliedern aus verschiedenen Branchen verzeichnen. Mit den wachsenden Herausforderungen hat auch das Aufgabenspektrum des Vereins deutlich zugenommen. Anfänglich ging es im Wesentlichen darum, den Kund\*innen das herausragende Angebot und die Aufenthaltsqualität in der Bamberger Innenstadt im Vergleich zu Einkaufsmärkten auf der „Grünen Wiese“ bewusst zu machen. Durch den wachsenden Online-Handel ist eine große Herausforderung hinzugekommen: Es geht darum, den Mitgliedern zu vermitteln, welche Chancen der Online-Handel mit sich bringt und gleichzeitig weiter am positiven Image Bambergs zu arbeiten. Das schafft der Verein mit unterschiedlichsten Angeboten, die neben der Betreuung der Mitglieder hier beispielhaft genannt werden sollen:

- City-Schexs – Der Bamberger Einkaufsgutschein
- BALOCA – Das online Portal für alle Bamberger Unternehmen
- Bamberg-Gutschein – Der online Gutschein für alle Bamberger Geschäfte
- „Qualifizierungsoffensive Einzelhandel“ seit 2013 (zunächst nur mit Wirtschaftsförderung, mittlerweile auf Ebene der Wirtschaftsregion Bamberg-Forchheim WiR.)
- Veranstaltungen mit überregionaler Ausstrahlungskraft
- Caritative Aktionen wie der „Baum der Hoffnung“, „Gute Fee“
- Unternehmernetzwerk – Unternehmerfrühstück

- Corona-Arbeitskreis Handel
- Lokalengel – Eine Übersicht von Abhol- und Lieferangeboten in Bamberg
- Imagekampagnen wie z.B. „Bamberg - Deutschlands schönstes Kaufhaus“, „denk! lokal! handel! lokal!“, „Sei ein\*e lokal Schenker\*in“)

Der Stadtmarketingverein hat sich dadurch in den letzten Jahren einen außerordentlich guten Ruf innerhalb Deutschlands erarbeitet und gilt vielerorts als Vorbild im Hinblick auf die Aktionen und das positive Image Bambergs.

Positiv herauszustellen ist auch die Tatsache, dass das Stadtmarketing Bamberg auch bei hochwertigen Veranstaltungen wie bei „Bamberg Zaubert“, dem „Blues- & Jazzfestival“, den „Familientagen“ und dem „Bamberger Weinfest“ keinen Eintritt erhebt, wodurch auch finanziell schlechter gestellten Interessent\*innen der Besuch der attraktiven Innenstadtveranstaltungen ermöglicht wird. Diese Veranstaltungen sind aus dem städtischen Veranstaltungskalender nicht mehr wegzudenken. Für die großen kulturellen Leuchtturmveranstaltungen „Bamberg Zaubert“ und „Blues- & Jazzfestival“ wurde das Stadtmarketing sowohl zum Deutschen Kulturmanager ernannt als auch mit dem Stadtmarketingpreis ausgezeichnet.

Seit Beginn der Corona-Pandemie hat die Bedeutung des Stadtmarketingvereins als Sprachrohr der Gewerbetreibenden, Berater, Initiator und Kommunikator von Hilfsmaßnahmen und Kampagnen noch einmal dramatisch zugenommen. In enger und sehr guter Zusammenarbeit mit der Wirtschaftsförderung der Stadt Bamberg konnten vielfältige und zielführende Maßnahmen für den lokalen Einzelhandel, die ansässigen Gastronomiebetriebe und auch die Straßenkünstler\*innen umgesetzt werden.

Dies hat wesentlich dazu beigetragen, die schwierige Situation für das lokale Gewerbe und Straßenkünstler\*innen zu entschärfen. Insgesamt wurden über 200 Einzelgespräche mit Unternehmer\*innen geführt. Lokale Imagekampagnen haben dazu beitragen, die Bevölkerung für die Notlage der regionalen Wirtschaft zu sensibilisieren und insbesondere den Weihnachtseinkauf lokal durchzuführen.

In der Sitzung des Finanzsenates am 27.10.2020 berichteten die beiden Vorstandsmitglieder Andreas Jakob und Mathias Baluses ausführlich über die aktuellen Herausforderungen, die Situation des Einzelhandels und die Rolle des Stadtmarketing Bamberg e.V. (VO/2020/3527-R3).

Im Rahmen dieses Vortrages wurde auch auf den Zuschuss der Stadt Bamberg sowie die jährliche Vereinbarung und Evaluation von Zielen des Stadtmarketingvereins eingegangen.

Angesichts der fortdauernden Beschränkungen der Corona-Pandemie wurde zudem angekündigt, in einer der nächsten Sitzungen des Stadtrates die konkreten Ziele und Tätigkeitsschwerpunkte des Stadtmarketingvereins für Jahr 2021 darzulegen. Dies gerade vor dem Hintergrund, dass die erheblichen Einschränkungen gerade im Veranstaltungsbereich die Tätigkeit des Stadtmarketingvereins zumindest noch im Jahr 2021 wesentlich beeinträchtigen werden. Auch wurde angekündigt, einen konkreten Vorschlag für einen künftigen Prozess zur Abstimmung und Evaluation von Zielen des Stadtmarketings mit dem Stadtrat zu unterbreiten. Auf beide Punkte wird im Folgenden eingegangen:

## 2. Ziele und Tätigkeitsschwerpunkte für das Jahr 2021

Bei den Zielen und Tätigkeitsschwerpunkten des Stadtmarketingvereins für das folgende Jahr 2021 wurde den Herausforderungen und Rahmenbedingungen durch die Corona-Pandemie und der Unsicherheit bezüglich der Abhaltung von Veranstaltungen in besonderer Weise Rechnung getragen. Die Ziele 2021 stellen sich aus Sicht des Vorstandes wie folgt dar:

*„Das oberste Ziel vom Stadtmarketing Bamberg bleibt auch für das Jahr 2021, den Wirtschaftsraum Innenstadt der Stadt Bamberg gegenüber seinen Mitbewerbern zu stärken. In diesem Zusammenhang soll insbesondere die Anziehungskraft der Innenstadt von Bamberg ausgebaut, die Wirtschaftskraft und das Kulturleben nachhaltig gesteigert werden.“*

Die übergeordneten Ziele vom Stadtmarketing Bamberg sind:

- Stärkung der Gastronomie, des Handels, der Dienstleistungs- und Freien Unternehmen im Wirtschaftsraum Bamberg durch Service-, Beratungs- und Veranstaltungsangebote
- Steigerung der Attraktivität der Einkaufsstadt Bamberg durch aktive Kommunikation
- Interessensvertretung der regionalen Wirtschaft durch lebendige Netzwerkarbeit
- Steigerung der Besucherfrequenz in der Innenstadt durch geeignete Maßnahmen
- Kundenbindung durch Gutscheinsysteme und Einkaufsportale
- Förderung, Ausbau und innenstadtverträgliche Optimierung der Kultur-, Event- und Freizeitangebote
- Verbesserung der Erreichbarkeit und der verkehrlichen Situation der Innenstadt durch geeignete Kommunikationsmaßnahmen
- Nachhaltiger Ausbau der Anziehungskraft des Wirtschaftsraumes Bamberg
- **Sonderziel:** Stärkung der regionalen Wirtschaft durch ein nachhaltiges „Corona-Maßnahmen-Paket“

Aus diesen übergeordneten Zielen ergeben sich folgende Handlungsfelder und Aktivitäten für den Stadtmarketing Bamberg e.V. im Detail:

### **Stadtmarketing als Citymanagement**

Das erklärte oberste Ziel der Arbeit des Stadtmarketingvereins Bamberg ist die Attraktivitätssteigerung der Einkaufsstadt Bamberg. Diesem Ziel liegt folgende Prämisse zugrunde: Die Innenstadt ist das Herz der Einkaufsstadt Bamberg. In Analogie zu einem Organismus lässt sich daraus folgender Schluss ziehen: Nur wenn das Herz kraftvoll schlägt, ist auch der Körper lebens- und leistungsfähig. Der Stärkung der Innenstadt („Citymanagement“) als Herz der Einkaufsstadt Bamberg wird daher in der Arbeit des Stadtmarketingvereins Bamberg höchste Priorität eingeräumt – ohne jedoch die Funktionsfähigkeit der anderen „Organe“ zu vernachlässigen. Stadtmarketing Bamberg entwickelt hierzu eigenverantwortlich Initiativen.

### **Stadtmarketing als Dienstleister und Netzwerk**

Der Verein will sich als anerkanntes Sprachrohr sowie Interessensvertretung der Einkaufsstadt weiter profilieren und als Ansprechpartner für die Belange der Einkaufsstadt akzeptiert werden. Als Interessensvertreter der Einkaufsstadt vertritt Stadtmarketing Bamberg damit deutlich mehr Akteur\*innen als ein klassischer Einzelhandelsverband. Gastronom\*innen, Dienstleister\*innen, die Stadtverwaltung und nicht zuletzt die Kund\*innen sind neben den Händler\*innen die Akteure, deren Interessen für Stadtmarketing Bamberg im Sinne einer florierenden Einkaufsstadt handlungsweisend sind. Stadtmarketing Bamberg vertritt damit im Rahmen eines übergreifenden Netzwerks, das die Attraktivitätssteigerung der Stadt Bamberg in all ihren Facetten (Kultur, Stadtgestalt, Standortfragen etc.) zum Ziel hat, die Belange der Einkaufsstadt. Aufgrund der mannigfaltigen Schnittstellen mit den Aufgabenbereichen der Netzwerkpartner\*innen werden Synergien bewusst gesucht und Doppelarbeit durch regelmäßige Abstimmungsgespräche vermieden.

### **Stadtmarketing als Veranstalter**

Eine wichtige Maßnahme zur Attraktivitätssteigerung der Innenstadt sind Events/Veranstaltungen. Events erzeugen eine Frequenzsteigerung und werden im Rahmen des „Stadt-Erlebnisses“ immer wichtiger. Dabei sind die Interessen der Innenstadtbewohner\*innen angemessen zu berücksichtigen. Das Stadtmarketing Bamberg fungiert in diesem Zusammenhang als Event-Manager, als Kooperationspartner oder tritt als Unterstützer auf. Den öffentlichen Raum als Bühne zu nutzen, um die Frequenz der Innenstadt zu stärken und um im Wettbewerb gegen den wachsenden Onlinehandel zu bestehen, ist eine der zentralen Aufgaben vom Stadtmarketing Bamberg.

### **Stadtmarketing als Kümmerer und Interessensvertretung**

Als Bindeglied zwischen Verwaltung und Wirtschaft steht das Stadtmarketing Bamberg seinen Mitgliedern und Partner\*innen als "Kümmerer" mit seiner Erfahrung und seinem Netzwerk zur Verfügung. Mittlerweile hat sich das Stadtmarketing mit über 270 Mitgliedern zum größten privatwirtschaftlichen Netzwerk für Unternehmer\*innen und Selbständige in Bamberg entwickelt. Dieses Netzwerk ist dabei die

*Grundlage für den nachhaltigen Erfolg von Unternehmen, Dienstleistungen und Ideen im Wirtschaftsraum Innenstadt.*

*Stadtmarketing Bamberg will seine Mitglieder bei Problemlösungen unterstützen und Hilfestellung geben und damit den Vorteil einer Mitgliedschaft unmittelbar machen. Es übernimmt daher für einen Teil seiner Mitglieder – für die Händler, Gastronomen und Dienstleister – eine Beratungs- und Dienstleistungsfunktion. Die Mitglieder vom Stadtmarketing Bamberg profitieren unmittelbar von dem bestehenden Netzwerk, dem Know-how, sowie durch die bestehende Netzstellenfunktion zwischen Verwaltung und Wirtschaft. In diesem Zusammenhang erstellt das Stadtmarketing Bamberg einen monatlichen Newsletter, der die Mitglieder regelmäßig über die anstehenden Termine des Stadtmarketing Bamberg e.V. und Aktionen von Stadtmarketingmitgliedern informiert. Zudem übernimmt das Stadtmarketing Bamberg eine koordinierende Rolle und organisiert kaufkraftbindende Aktionen, Events zur Frequenzsteigerung und entwickelt Beratungsangebote zur Qualitätsverbesserung in Service, Gestaltung, Sortimenten etc.*

*Voraussetzung für den deutlichen Ausbau an Angeboten und dem Zuwachs an Mitgliedern waren für den Verein die innovativen, qualitativ hochwertigen und zielgruppenorientierten Projekte. Sie haben dazu geführt, dass das Vertrauen der Wirtschaftsakteure seit der Gründung des Vereins konsequent gewachsen ist. Anzumerken ist an dieser Stelle, dass der städtische Anteil, trotz der großen Zunahme an Aktivitäten und dem Wachstum an Herausforderungen für den Wirtschaftsraum Bamberg, seit der Gründung des Vereins unverändert geblieben ist und somit gegenüber vergleichbaren Einrichtungen eher gering ausfällt.“*

Nach der Vorstellung der Ziele und Tätigkeitsschwerpunkte des Stadtmarketings Bamberg in der heutigen Sitzung ist als nächstes die Beratung und Beschlussfassung des Zielkatalogs in der Mitgliederversammlung des Stadtmarketingvereins am 17.12.2020 vorgesehen.

### 3. Vorschlag zur künftigen Abstimmung und Evaluation von Zielen des Stadtmarketingvereins

Wie oben ausgeführt, wird der Stadtmarketingverein in der Mitgliederversammlung im Dezember 2020 nach Abstimmung der Mitglieder die Ziele für 2021 auf den Weg bringen. Für die künftige Abstimmung mit dem Stadtmarketingverein ab 2021 wird folgende Vorgehensweise vorgeschlagen:

1. Der Vorstand des Stadtmarketingvereins wird regelmäßig einmal im Jahr in einer Finanzsenats-sitzung rechtzeitig vor den Haushaltsberatungen einen ausführlichen Tätigkeitsbericht des Vereins geben – analog der Berichterstattung in der Finanzsenatssitzung am 27.10.2020. Im Rahmen dieser Berichterstattung werden auch die Ziele und Tätigkeitsschwerpunkte für das Folgejahr vorgestellt.
2. Der Stadtmarketingvorstand behandelt die Zielvorschläge sowie die Rückmeldungen aus dem Finanzsenat im Rahmen der Mitgliederversammlung, die mehrheitlich über die Ziele beschließt.
3. Die Zielvereinbarung gilt dann für ein Jahr und wird im Zuge der nächsten Berichterstattung im Finanzsenat neuerlich evaluiert (siehe 1.).

Durch diese Vorgehensweise soll erreicht werden, dass die Arbeit des Stadtmarketingvereins für den Stadtrat transparent gemacht wird und bewertet werden kann.

Des Weiteren hätten die Stadtratsmitglieder dadurch auch die Möglichkeit, weitere zielführende Maßnahmen an den Verein heranzutragen, dessen unabhängige Gremien satzungsgemäß über die Vorschläge entscheiden werden.

### 4. Jährlicher Zuschuss der Stadt Bamberg

Die Stadt Bamberg hat sich in der Sitzung des Stadtrats am 31.07.1996 dazu bereit erklärt, einem damals noch zu gründenden City-Management beizutreten. Gleichzeitig wurde ein maximaler jährlicher Zuschuss von 150 TDM dauerhaft in Aussicht gestellt, sofern der Zuschuss der Stadt höchstens 50% des Vereins-etats beträgt. Mit dem Zuschuss der Stadt sollten zum Teil auch Aufgaben der Wirtschaftsförderung nachhaltig über den Verein finanziert werden (z.B. Professionalisierung des damaligen Gewerbevereins, „Kümmerer“ für die Einkaufsinnenstadt ...).

Die Höhe des Zuschusses ist – wie oben bereits dargelegt – trotz gestiegener Aufgaben des Vereins über 25 Jahre unverändert geblieben. Die positiven monetären Effekte hingegen, die vor allem die Veranstaltungen auf den Einzelhandel, die Gastronomie und die Tourismusbranche in Bamberg haben, liegen um ein Vielfaches höher als der städtische Zuschuss. Ein nicht unerheblicher Teil der Wertschöpfung aus den Stadtmarketing-Veranstaltungen fließt indirekt z.B. in Form der Gewerbesteuer zurück in den städtischen Haushalt. Gerade in der aktuellen Situation (Corona-Pandemie) trägt der städtische Zuschuss zur dringend benötigten Unterstützung der Wirtschaft bei.

Dem Stadtmarketingverein ist sehr wohl bewusst, dass die Auswirkungen der Corona-Pandemie auch für den städtischen Haushalt gravierende Folgen hat und die notwendige Haushaltskonsolidierung schmerzhaft Einschnitte in vielen Bereichen erfordert. Angesichts der dramatischen Haushaltslage besteht daher seitens des Stadtmarketingvereins die Bereitschaft, über eine moderate Minderung des Zuschusses einen Beitrag zur Haushaltskonsolidierung zu leisten.

Vorgeschlagen wird daher, die Höhe des Zuschusses – analog zur Höhe der Einsparung in anderen Bereichen und Einrichtungen der Stadt – um rd. 15 % von derzeit 70 T€ auf 60 T€ zu reduzieren.

Um dem Stadtmarketingverein aber die notwendige Planungssicherheit für die wertvolle Arbeit für die Bamberger Wirtschaft zu geben, sollte aus Sicht der Verwaltung weiterhin am bisherigen 3-Jahreszeitraum für die Gewährung des (auf 60 T€ verminderten) Zuschusses festgehalten werden.

In der **Anlage 1** ist die Kostenplanung des Vereins für die Jahre 2019 bis inklusive 2021 beigefügt. Hieraus wird ersichtlich, dass der städtische Zuschuss dazu beiträgt, zumindest einen Teil der Fixkosten zu decken, damit der Verein handlungsfähig bleiben kann.

Zur Gewährung des Zuschusses und dessen Höhe liegt auch ein Antrag der BBB-Fraktion vom 27.10.2020 vor (s. **Anlage 2**). Hinsichtlich der Behandlung des Antrags wird auf die o.g. Ausführungen verwiesen.

## II. Beschlussvorschlag:

1. Der Bericht der Verwaltung dient zur Kenntnis.
2. Dem Prozessvorschlag zur künftigen Abstimmung und Evaluation der Ziele des Stadtmarketingvereins wird zugestimmt.
3. Die finanzielle Unterstützung der Stadt wird mittelfristig mindestens auf die Dauer von drei Jahren (2021-2023) angelegt und entspricht mindestens einem Betrag in Höhe von 60.000 Euro jährlich.
4. Der Antrag der BBB-Fraktion vom 27.10.2020 ist geschäftsordnungsmäßig behandelt.

## III. Finanzielle Auswirkungen:

Der unter II. empfohlene Beschlussantrag verursacht

	<b>1.</b>	keine Kosten
<b>X</b>	<b>2.</b>	Kosten in Höhe von <b>60.000 €</b> für die Deckung im laufenden Haushaltsjahr bzw. im geltenden Finanzplan gegeben ist
	<b>3.</b>	Kosten in Höhe von für die keine Deckung im Haushalt gegeben ist. Im Rahmen der vom Antrag stellenden Amt/Referat zu bewirtschaftenden Mittel wird folgender Deckungsvorschlag gemacht:
	<b>4.</b>	Kosten in künftigen Haushaltsjahren: Personalkosten: Sachkosten:

Falls Alternative 3. und/oder 4. vorliegt:

In das **Finanzreferat** zur Stellungnahme.

Stellungnahme des **Finanzreferates**:

**Anlagen:**

1. Kostenplanung des Stadtmarketing Bamberg e.V. 2019 bis 2021
2. Antrag der BBB-Fraktion vom 27.10.2020 (Nummer 2020-203)

**Verteiler:**

Referat 2