



Sitzungsvorlage Federführend: 3 Referat für Wirtschaft und Digitalisierung Beteiligt:	Vorlage- Nr: VO/2021/4959-R3 Status: öffentlich Aktenzeichen: Datum: 08.11.2021 Referent: Dr. Stefan Goller
Stadtmarketing Bamberg e.V.: Ziele und Tätigkeitsschwerpunkte für das Jahr 2022	
Beratungsfolge:	
Datum Gremium 01.12.2021 Finanzsenat	Zuständigkeit Entscheidung

I. Sitzungsvortrag:

Aus Sicht des Stadtmarketing Bamberg e.V. stellt sich die Sachlage wie folgt dar:

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.

Die vergangenen zwei Jahre standen maßgeblich unter dem Einfluss der „Corona-Maßnahmen“ für die regionale Wirtschaft. Durch die mehrmonatigen Geschäftsschließungen während der sog. „Lockdowns“ und den damit einhergehenden dramatischen Umsatz- und Frequenzverlusten, standen und stehen viele innerstädtische Unternehmen mit dem Rücken an der Wand. Das Stadtmarketing hat zusammen mit der städtischen Wirtschaftsförderung eine Reihe an Service- und Kommunikationsmaßnahmen ins Leben gerufen und damit als auch einer Vielzahl an Beratungsgesprächen zum Überwinden der Krise beigetragen. Viele Unternehmen haben diese Angebote genutzt und sind auch dem Verein beigetreten. Insgesamt bietet der Verein die unterschiedlichsten Angeboten, die hier beispielhaft genannt werden sollen:

- City-Schexs – Der Bamberger Einkaufsgutschein
- eBay Bamberg – Das online Portal für alle Bamberger Unternehmen
- Bamberg-Gutschein – Der online Gutschein für alle Bamberger Geschäfte
- Einkaufsnacht am 10. Dezember 2021
- Imagekampagne „Weihnachten findet statt“ – Kauft lokal Eure Weihnachtsgeschenke
- „Qualifizierungsoffensive Einzelhandel“ seit 2013 (zunächst nur mit der Wirtschaftsförderung der Stadt Bamberg, mittlerweile auf Ebene der Wirtschaftsregion Bamberg-Forchheim WiR.)
- Veranstaltungen mit überregionaler Ausstrahlungskraft mit BamLit, Blues- & Jazzfestival
- 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 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. Lokale Imagekampagnen haben dazu beigetragen, die Bevölkerung für die Notlage der regionalen Wirtschaft zu sensibilisieren und insbesondere den Weihnachtseinkauf lokal durchzuführen.

Dies hat wesentlich dazu beigetragen, die schwierige Situation für das lokale Gewerbe als auch Straßenkünstler:innen zu entschärfen. Insgesamt wurden über 200 Einzelgespräche mit Unternehmer:innen geführt.

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 das Jahr 2022 darzulegen. Dies vor dem Hintergrund, dass die erheblichen Einschränkungen gerade im Veranstaltungsbereich die Tätigkeit des Stadtmarketingvereins auch im Jahr 2021 wesentlich beeinträchtigt haben und wohl auch teilweise in 2022 beeinträchtigen werden. Ferner 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 2022

Bei den Zielen und Tätigkeitsschwerpunkten des Stadtmarketingvereins für das folgende Jahr 2022 wurde den Herausforderungen und Rahmenbedingungen durch die Corona-Pandemie und der Unsicherheit bezüglich der Abhaltung von Veranstaltungen in besonderer Weise Rechnung getragen. Die Ziele 2022 stellen sich aus Sicht des Vorstandes wie folgt dar:

„Das oberste Ziel vom Stadtmarketing Bamberg bleibt auch für das Jahr 2022, 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. Zudem gilt es, die Auswirkungen der „Corona-Krise“ für die städtischen Unternehmen bestmöglich aufzufangen.

Die übergeordneten Ziele vom Stadtmarketing Bamberg sind:

- **Sonderziel:** *Stärkung der innerstädtischen Wirtschaft durch ein nachhaltiges „Corona-Maßnahmen-Paket“*
- *Stärkung der Gastronomie, des Handels, der Dienstleistungs- und Freien Unternehmen im Wirtschaftsraum Innenstadt durch Service-, Beratungs- und Veranstaltungsangebote*
- *Steigerung der Attraktivität der Einkaufsstadt Bamberg durch aktive Kommunikation*
- *Interessensvertretung der lokalen Wirtschaft durch lebendige Netzwerkarbeit*
- *Steigerung der Besuchsfrequenz 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*

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 insbesondere der Innenstadt Bambergs in all ihren Facetten (Kultur, Stadtgestalt, Standortfragen etc.) zum Ziel hat, die Belange der Einkaufsstadt. Aufgrund der vielfältigen 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:innen, Gastronom:innen und Dienstleistungs:innen – eine Beratungs- und Dienstleistungsfunktion. Die Mitglieder vom Stadtmarketing Bamberg profitieren unmittelbar von dem bestehenden Netzwerk (insbesondere den engen Kontakt zur Verwaltung) als auch dem vorhandenem Know-how. In diesem Kontext ist auch der monatliche Newsletter des Stadtmarketing Bamberg e.V. als auch Aktionen seiner Mitgliedern informiert. Zudem übernimmt das Stadtmarketing Bamberg eine koordinierende Rolle, indem kaufkraftbindende Aktionen und Events zur Frequenzsteigerung organisiert als auch Beratungsangebote zur Qualitätsverbesserung in Service, Gestaltung, Sortimenten etc. entwickelt werden.

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.“

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

Wie oben ausgeführt, hat der Stadtmarketingverein in der Mitgliederversammlung am 18. November 2021 nach Abstimmung der Mitglieder die Ziele für 2022 auf den Weg gebracht. Für die künftige Abstimmung mit dem Stadtmarketingverein ab 2022 wird folgende Vorgehensweise vorgeschlagen:

1. Der Vorstand des Stadtmarketingvereins wird regelmäßig einmal im Jahr in einer Finanzsenatssitzung 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.

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 (Auswirkungen der Corona-Pandemie) trägt der städtische Zuschuss zur dringend benötigten Unterstützung der Wirtschaft in der Innenstadt bei.

Um dem Stadtmarketingverein die notwendige Planungssicherheit für die wertvolle Arbeit für den Wirtschaftsraum Innenstadt zu geben, sollte mindestens für eine Dauer von 3 Jahren die Gewährung des Zuschusses sichergestellt werden. – wie dies bereits in den vergangenen Jahren der Fall war.

II. Beschlussvorschlag:

1. Vom Bericht der Verwaltung und des Vereins Stadtmarketing Bamberg e.V. wird Kenntnis genommen.
2. Die finanzielle Unterstützung der Stadt i. H. v. 70.000 Euro jährlich wird auf die Dauer von drei Jahren (2022 – 2024) angelegt.

III. Finanzielle Auswirkungen:

Der unter II. empfohlene Beschlussantrag verursacht

	1.	keine Kosten
X	2.	Kosten in Höhe von 70.000 € für die Deckung im laufenden Haushaltsjahr bzw. im geltenden Finanzplan gegeben ist
	3.	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:
	4.	Kosten in künftigen Haushaltsjahren: Personalkosten: Sachkosten:

Falls Alternative 3. und/oder 4. vorliegt:

In das **Finanzreferat** zur Stellungnahme.

Stellungnahme des **Finanzreferates**:

Anlage/n:

Verteiler: