

Sitzungsvorlage		Vorlage- Nr:	VO/2010/1191-80
Federführend: 80 Amt für Wirtschaft		Status:	öffentlich
Beteiligt:		Aktenzeichen:	
		Datum:	14.07.2010
		Referent:	Starke, Andreas
		Amtsleiter:	Wonka, Christian
		Sachbearbeiter:	Wonka, Christian
Stadtmarketing Bamberg e. V.			
Diskussion zu Bericht und Zielvereinbarungen 2010			
Beratungsfolge:			
Datum	Gremium	Zuständigkeit	
27.07.2010	Finanzsenat	Kenntnisnahme	

I. Sitzungsvortrag:

Am 23.03.2010 gab der Verein Stadtmarketing Bamberg e. V. (kurz SMB) durch seinen Sprecher, Herrn Distler, in der Sitzung des Finanzsenates einen umfassenden Bericht zu seiner Tätigkeit ab. Grundlage dafür wiederum bildete das am 13.11.2009 von SMB an die Fraktionen übermittelte Positionspapier samt Stellungnahmen des Handelsverbandes BAG und der CIMA.

In der Sitzung des Finanzsenates wurde der Vortrag der Verwaltung (und des Stadtmarketing-Vereins) zur Kenntnis genommen. Ergänzend zum Verwaltungsvorschlag wurde auf Antrag von Herrn Stadtrat Gack in Ziffer 2 beschlossen: „Über die weitere Zusammenarbeit des Stadtmarketing Bamberg wird der Finanzsenat noch vor der Sommerpause 2010 beraten.“ Der Antrag der GAL-Stadtratsfraktion vom 21.09.2009 wurde im Übrigen als erledigt angesehen.

Entsprechend diesem Wunsch des Senates wird heute die gewünschte Beratung neuerlich aufgerufen.

Aus Sicht der Verwaltung ist dazu folgendes festzuhalten:

1. Insbesondere viele außerhalb Bambergs mit Stadtmarketing befasste **Organisationen und Fachleute sehen die Arbeit von Stadtmarketing Bamberg in der mehr als 10 jährigen Zeit des Bestehens als äußerst positiv** (vgl. hierzu auch Anlage 1).
2. Stadtmarketing Bamberg trägt mit seiner Arbeit, seinen Aktionen und Veranstaltungen in erheblichem Umfang zur **Attraktivitätssteigerung unserer Innenstadt** bei. Hätten wir Stadtmarketing heute (noch) nicht, müssten wir es aus Sicht der Verwaltung schnellstmöglich haben. Andere Städte (z. B. Bayreuth, Coburg) sind derzeit damit beschäftigt, teilweise mit hohem finanziellem Engagement, entsprechende Organisationen erst aufzubauen. Daher ist Bamberg schon aus dieser grundsätzlichen Sicht hervorragend aufgestellt.
3. Alleine mit der bundesweit mittlerweile kopierten Initiative „**City-Schexs**“ wird jährlich rd. **1,0 Mio. € an Kaufkraft definitiv und nachweislich in der Innenstadt Bambergs gebunden** und damit eine der wichtigsten Aufgaben eines Citymanagements erfüllt.

4. SMB ist bewusst als Verein gegründet worden, in dem die Stadt Bamberg ein Mitglied ist und im Vorstand vertreten ist. Damit sollte die **Akzeptanz von Stadtmarketing in der Wirtschaft** erhöht werden; eine reine städtische Initiative hätte dies nicht erreichen können. **Der Mitgliederstand von über 220** bestätigt die Richtigkeit dieser Strukturrentscheidung des Stadtrates im Rahmen der Initiierung des Vereins durch die städtische Wirtschaftsförderung.
5. Der Verein kann dennoch ohne einen **städtischen Zuschuss** (derzeit bis zu 61.100,-€) nicht auskommen. Dieser Betrag erscheint aus Verwaltungssicht in Bezug auf die „Umwegrentabilitäten“ von Stadtmarketing (vgl. oben) aber als sehr **gut investiert**. Müsste die Stadt Bamberg selbst in Eigenregie Stadtmarketing aufbauen und betreiben, wäre dieser Betrag wohl nicht auskömmlich. Bestätigt wird dies durch die finanziellen Leistungen anderer Kommunen an die dortigen Organisationen (vgl. Anlage 2).
6. Auch wenn die Stadt Bamberg als Vereinsmitglied nur jeweils eine Stimme in der Mitgliederversammlung und im Vorstand hat, können – und sollten – **Anregungen und Vorschläge für die künftige Tätigkeit von SMB** dort eingebracht werden, wo dies sinnvoll erscheint.
 - 6.1 So sieht die Verwaltung gerade vor dem Hintergrund der Diskussionen um Innenstadtveranstaltungen auch SMB vor der Aufgabe, **Veranstaltungen mehr zu dezentralisieren**. Es muss nicht immer der Maxplatz sein, auf dem man sich trifft.
 - 6.2 Auch Bamberg-Ost mit dem Volkspark erscheint beispielsweise ohne weiteres für den ein oder anderen „Event“ geeignet.
 - 6.3 Oder: Die Landesgartenschau bringt 2012 eine Vielzahl von Besuchern in die Stadt. Hier gilt es Handel und Gastronomie der ganzen Stadt mit partizipieren zu lassen. Ein **Einkaufsführer anlässlich der Landesgartenschau** durch Stadtmarketing als Fachorganisation der Wirtschaft erarbeitet könnte hier hilfreiche Dienste erbringen – und entsprechend der originären Aufgabe von SMB Kaufkraft in Bamberg binden.
 - 6.4 Auch ist es zunehmend bedeutsam, dass SMB sich mehr als bisher auch der vielen **kleinen Werbe- und Straßengemeinschaften** annimmt und diese in ihren Aktivitäten mit dem bei SMB vorhandenen know-how unterstützt.
 - 6.5 Und schließlich – um nur einige Ideen der Verwaltung anzusprechen – wird die Wirtschaftsförderung Stadtmarketing auch bei **Reaktivierung von Leerständen** mehr in die Pflicht nehmen, um hier in den vorhandenen Problembereichen gemeinsam Fortschritte zu erzielen.
7. **Zusammenfassung: Stadtmarketing Bamberg ist für unsere Stadt zu einem Markenzeichen geworden und erfüllt erfolgreich die anstehenden Aufgaben. Die finanzielle Unterstützung der Stadt sollte mittelfristig mindestens in bisheriger Höhe angelegt sein, damit SMB auch entsprechend vorausschauend planen und sich zusätzlichen Aufgaben annehmen kann.**

II. Beschlussantrag:

Der Vortrag der Verwaltung dient zur Kenntnis.

III. Finanzielle Auswirkungen:

Der unter II. empfohlene Beschlussantrag verursacht

X	1.	keine Kosten
	2.	Kosten in Höhe von 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: 2011 ff. 61.100 €

Anlage/n:

2

Verteiler:

Oberbürgermeister
Mitglieder des Finanzsenates
Sitzungsdienst
Amt 20 – Beschlüsse