

Stuttgart, 17.06.2011

## Fortführung des Stadtteilmarketings und Schaffung einer Stelle eines Stadtteilmanagers

### Beschlußvorlage

Vorlage an	zur	Sitzungsart	Sitzungstermin
Ausschuss für Wirtschaft und Wohnen	Vorberatung	öffentlich	01.07.2011
Verwaltungsausschuss	Vorberatung	öffentlich	06.07.2011
Gemeinderat	Beschlussfassung	öffentlich	07.07.2011

### Beschlußantrag:

1. Vom Bericht zum Stadtteilmarketing in den Jahren 2008 bis 2011 wird Kenntnis genommen.
2. Der dauerhaften Fortführung der Aufgabe „Stadtteilmarketing“ bei der Wirtschaftsförderung wird zugestimmt.
3. Vom zusätzlichen Personalmehrbedarf (1,0 Stelle in Entgeltgruppe 12 TVöD) wird Kenntnis genommen. Über die Stellenschaffung wird zum Stellenplan 2012/2013 entschieden.
4. Die Abteilung Wirtschaftsförderung wird jedoch bereits jetzt ermächtigt, eine/-n Mitarbeiter/-in zu 100% ab 01.11.2011 ohne Blockierung einer Planstelle in Entgeltgruppe 12 unbefristet zu beschäftigen. Solange keine Kostenneutralität durch Fördermittel gewährleistet ist, werden die entstehenden Personalkosten (80.300 € p.a.) teilweise (i.H.v. 26.600 € p.a.) ab 2012 durch Kürzung des Budgets der Wirtschaftsförderung gedeckt.

### Begründung:

Für das "Stadtteilmarketing" hat der Verwaltungsausschuss des Gemeinderats am 9.5.2007 der Beschäftigung eines Mitarbeiters/einer Mitarbeiterin vom 1.11.2007 bis 31.10.2009 zugestimmt (vgl. GRDrs 236/2007). In der Sitzung am 1.7.2009 wurde einer Weiterbeschäftigung auf die Dauer von 2 weiteren Jahren bis 31.10.2011 ohne Blockierung einer Planstelle zugestimmt (vgl. GRDrs 344/2009).

## ***Bisherige Aufgaben***

Ziel der Stelle war, das EU-Projekt MANDIE (vgl. GRDRs 877/2008) fortzuführen und als Lead Partner bis zum Ende des Projekts zum 31.10.2011 zu koordinieren. Darüber hinaus wurden die begonnenen Aufgaben und Maßnahmen in Stuttgart weiter umgesetzt:

- Akquirierung von EU-Fördermitteln für Stadtteilmarketingmaßnahmen
- Entwicklung von Stadtteilmarketingkonzepten in Zusammenarbeit mit den Akteuren vor Ort (also dem Bund der Selbständigen BDS, den Handels- und Gewerbevereinen und Werbegemeinschaften, der CIS und der Verwaltung)
- Erfahrungsaustausch und Know-How-Transfer mit den Bezirksverantwortlichen
- Aufbau organisatorischer und finanzieller Strukturen für dauerhafte Stadtteilmarketingaktivitäten
- Anlaufstelle und Lotsenfunktion

Der Mitarbeiter hat individuelle Marketing- und Handlungskonzepte erarbeitet. Konkret wurden folgende Maßnahmen umgesetzt: Leerstandsmanagement, Stadtteil-Marktuntersuchungen, Baustellenmarketing, Positionierung jedes Stadtteils als Marke, Vernetzung mit anderen Stadtteilen, Steigerung der Attraktivität der Stadtteilzentren insbesondere im Hinblick auf den Branchenmix, Aufbau einer Identität und eines Wir-Gefühls, Veranstaltungen und Maßnahmen zur Stadtteilbelebung, diverse gemeinschaftliche Verkaufsförderaktionen, enge Zusammenarbeit mit den Handels- und Gewerbevereinen sowie dem Bund der Selbständigen, Kooperation mit Bezirksvorstehern und –beiräten. Erarbeitet wurde ein „Werkzeugkoffer“, der einen Leitfaden für Maßnahmen und zur Positionierung eines Stadtteils als Marke enthält.

Außerdem konnten mit dem Projekt MANDIE (Managing District Centres in North West Europe) EU-Fördergelder für Stadtteilmarketingmaßnahmen akquiriert werden. Die Landeshauptstadt Stuttgart ist Lead Partner des Projektes MANDIE. Ziel des Projektes ist, die negativen Entwicklungen in den Stadtteilzentren aufzuhalten und die Attraktivität und wirtschaftliche Wettbewerbsfähigkeit der Stadtteilzentren in NWE-Städten zu stärken. MANDIE endet planmäßig am 19.10.2011.

Auf den aktuellen Bericht zum Stadtteilmarketing (Anlage 1) wird verwiesen.

## ***Fortführung***

Das „Stadtteilmarketing“ soll dauerhaft fortgeführt werden. Für die bisher befristete Beschäftigung des Stadtteilmanagers muss dazu dauerhaft eine Stelle geschaffen werden, damit die erfolgreiche Arbeit weiterhin erfüllt werden kann. Dies ist auch der Wunsch der Stadtbezirke, des Bundes der Selbständigen BDS und der örtlichen Gewerbe- und Handelsvereine in den Stadtbezirken.

Beabsichtigt sind in den kommenden Jahren Anträge für Beteiligungen an weiteren EU-Projekten als Nachfolge von MANDIE und die Akquirierung von EU-Fördergeldern, mit denen weitere Maßnahmen und Konzepte in Stuttgart auf den Weg gebracht werden können. Im Falle erfolgreicher Anträge für EU-Projekte zum Stadtteilmarketing und entsprechender EU-Fördergelder werden zur

Ko-Finanzierung der Sachmittel (städtischer Anteil i.H.v. 50 %) die Personalkosten des Stadtteilmanagers eingerechnet, so dass entsprechende EU-Projekte für die Stadt kostenneutral wären. Über Anträge zu EU-Projekten wird jeweils durch eine entsprechende Beschlussvorlage die Zustimmung des Gemeinderats eingeholt.

Ohne eine dauerhafte Stellenschaffung kann die Aufgabe des Stadtteilmarketings nicht fortgeführt werden. Dazu fehlen der Wirtschaftsförderung die personellen Kapazitäten. Aus den Stadtbezirken (Bezirksvorsteher und –beiräte), den HGVs und von Seiten des BDS wird eine Fortführung des Stadtteilmarketings und insbesondere eine dauerhafte Anlaufstelle und Lotsenfunktion für die Stadtteile gewünscht.

### **Finanzielle Auswirkungen**

Solange keine Kostenneutralität durch Fördermittel gewährleistet ist, wird zur teilweisen Finanzierung der Personalmehrkosten von 80.300 € (EG 12) das Budget der Wirtschaftsförderung ab 2012 anteilig um 26.600 € im THH 810 Bürgermeisteramt - Auftrag 80571004000 Marketing und Akquisition - gekürzt.

### **Beteiligte Stellen**

Referate AK und WFB

i.V.  
Michael Föll  
Erster Bürgermeister

### **Anlagen**

Bericht zum Stadtteilmarketing