

Niederschrift
der 02. Sitzung des Ausschusses für Stadtmarketing

Sitzungsdatum: Donnerstag, den 17.12.2020
Beginn: 17:00 Uhr
Ende 17:40 Uhr
Raum: Hansestadt Stralsund, Rathaus, Löwenscher Saal

Anwesend:

Vorsitzende/r

Herr Michael Liebeskind

stellv. Vorsitzende/r

Frau Christa Labouvie

ab 17:02 Uhr

Herr Michael Philippen

Mitglieder

Frau Sandra Heischkel

Herr Bernd Röhl

Herr Maximilian Schwarz

Frau Anne Zabel

Vertreter

Herr Rocco Pantermöller

Vertretung für Herrn Thomas Haack

Protokollführer

Frau Gaby Ely

von der Verwaltung

Frau Conny Eisfeldt

Herr Peter Fürst

Gäste

Herr Peter Sobottka

Tagesordnung:

- 1 Bestätigung der Tagesordnung
- 2 Bestätigung der Niederschrift der 01. Sitzung des Ausschusses für Stadtmarketing vom 29.10.2020
- 3 Beratung zu Beschlussvorlagen
- 4 Stadtmarketing Stralsund mit Anhörung der Vertreter der beteiligten Institutionen
- 4.1 Beratung über das Stellenprofil der zu besetzenden Planstelle
- 5 Verschiedenes

9 Wiederherstellung der Öffentlichkeit und Bekanntgabe von Empfehlungen aus dem nichtöffentlichen Teil

zu 1 Bestätigung der Tagesordnung

Die Tagesordnung wird ohne Änderungen / Ergänzungen zur Kenntnis genommen.

Abstimmung: 7 Zustimmungen 0 Gegenstimmen 0 Stimmenthaltungen

zu 2 Bestätigung der Niederschrift der 01. Sitzung des Ausschusses für Stadtmarketing vom 29.10.2020

Die Niederschrift der 01. Sitzung des Ausschusses für Stadtmarketing vom 29.10.2020 wird ohne Änderungen / Ergänzungen bestätigt.

Abstimmung: 6 Zustimmungen 0 Gegenstimmen 1 Stimmenthaltung

zu 3 Beratung zu Beschlussvorlagen

zu 4 Stadtmarketing Stralsund mit Anhörung der Vertreter der beteiligten Institutionen

zu 4.1 Beratung über das Stellenprofil der zu besetzenden Planstelle

Herr Liebeskind nimmt Bezug zum vorliegenden Stellenprofil und regt folgende Ergänzungen/Änderungen an:

Arbeitsvorgang 1 – Konzepterarbeitung und -fortschreibung

- *Konzepterarbeitung, -fortschreibung und Konzeptumsetzung*
- *Entwickeln von Produkten und Marketingmaßnahmen und deren Umsetzung*

Arbeitsvorgang 2 – Stärkung der *Marke Stralsund*

- *Koordinierung der gemeinschaftlichen Marketingaktivitäten von Behörden, Vereinen, Verbänden und Unternehmen*

Herr Röll weist darauf hin, dass es auch um einzelne Aktivitäten der genannten Beteiligten gehe und insofern die Ergänzung als unnötige Einschränkung entbehrlich ist.

Im Ergebnis wird folgende Ergänzung formuliert:

- Koordinierung der *einzelnen und gemeinschaftlichen* Marketingaktivitäten von Behörden, Vereinen, Verbänden und Unternehmen

Arbeitsvorgang 4 – Weiterentwicklung / Anpassung der Stralsund Marke

- Abstimmung des Prozesses mit zuständigem Ausschuss und *lokalen Interessenverbänden*

Die Mitglieder des Ausschusses stimmen der Ergänzung des Stellenprofils in den genannten Punkten zu.

Herr Liebeskind weist darauf hin, dass die Stelle mit der entsprechenden Eingruppierung finanzielle Mittel bindet, die für das Budget des Marketingprozesses verwendet werden könnten, sofern die Aufgaben auf bereits vorhandenes Personal verteilt werden. Hier bittet er um Prüfung durch die Verwaltung, inwiefern dieser Vorschlag umsetzbar ist.

Herr Röll ist der Auffassung, dass die Kernkompetenz der Verwaltung nicht in Marketingaktivitäten liegt und eine Besetzung von außen notwendig ist. Das ist der Grund, aus dem diese Stelle geschaffen worden ist. Herr Sadewater bestätigt diese Auffassung auch im Ergebnis der bislang geführten Gespräche. Der Sachverstand ist in der Verwaltung nicht in der erforderlichen Breite gegeben, so dass die Aufgabenwahrnehmung mit Expertise zum Thema Marketing mehr Sinn ergibt.

Herr Philippen entgegnet, dass eine Prüfung pro Einsparungen unschädlich sei und ggf. die Aufgaben in der Tourismuszentrale angesiedelt werden könnten. Als Kompromiss schlägt Herr Schwarz eine interne Prüfung durch das Amt 80 bzw. durch den Eigenbetrieb Tourismuszentrale vor. Dadurch sei zudem die Möglichkeit gegeben, den Bereich Tourismuszentrale durch den Bereich der Marketingaktivitäten zu stärken. Sollte im Ergebnis der Prüfung keine Möglichkeit der internen Aufgabenwahrnehmung möglich sein, bliebe weiterhin die externe Ausschreibung der Stelle.

Herr Röll kann sich vorstellen, die Stelle gleichzeitig intern und extern auszuschreiben.

Mit Bezug zur Aussage, die Stralsunderinnen und Stralsunder am Prozess zu beteiligen, regt Herr Sobottka an, zunächst die geschichtlichen Hintergründe und den derzeitigen Stand zu erfassen, bevor mit neuen Marketingaufgaben begonnen wird. Herr Liebeskind verweist auf das bestehende, mit Bürgerinnen und Bürgern erarbeitete Konzept. Aufgabe ist nun, die sich daraus ergebenden Ziele und Ideen umzusetzen.

Auf die Frage von Herrn von der Lieth ob das Konzept der beauftragten Agentur eine Art Pflichtenheft für den/die zukünftige/n Stelleninhaber/in sein wird erklärt Herr Liebeskind, dass das Konzept Grundlage für die Aufgabenerfüllung ist und sich daraus die weiteren eigenständigen Tätigkeiten ergeben werden.

Herr Harnisch merkt an, dass es bei einer möglichen Ansiedlung der Aufgaben in der Tourismuszentrale nicht nur um touristische Vermarktung gehen dürfe, sondern Augenmerk auf die umfassende Stadtmarke gelegt wird. Ansonsten sei der Gedanke der Aufgabenwahrnehmung durch bestehende Strukturen, sofern Qualifikation vorhanden ist, nicht abwegig.

Frau Labouvie regt an, die Begrifflichkeit eines City-Managers zu verwenden. Dies könnte auch durch den neuen Stelleninhaber als Schlagwort verwendet werden. Herr Philippen entgegnet, dass es bereits vor einiger Zeit einen City-Manager für die Altstadt gab, die erhofften

Ergebnisse wurden jedoch nicht erreicht. Insofern sieht er keine Notwendigkeit zur Verwendung dieses Begriffes.

Herr Liebeskind fasst im Ergebnis folgenden Prüfauftrag zusammen:

Der Oberbürgermeister wird beauftragt zur prüfen, ob die im Stellenprofil zusammengefassten Aufgaben durch bereits vorhandene Stellen in der Verwaltung übernommen werden können, womit das Budget für das Marketing entsprechend erhöht werden kann. Das Ergebnis mit der Aussage, durch welches Amt oder welchen Eigenbetrieb die Aufgabenwahrnehmung möglich ist, ist dem Ausschuss für Stadtmarketing bis zu dessen Sitzung im März 2021 bekannt zu geben.

Zu diesem Vorschlag gibt Herr Röhl zu bedenken, dass eine Personalkosteneinsparung bezweifelt werden muss, da die Aufgaben aus dem Stellenprofil grundsätzlich zusätzlich zu erledigen wären. Es wird daher zwangsläufig neues Personal benötigt, insofern bekräftigt Herr Röhl seinen Vorschlag einer Ausschreibung, die ggf. bei Vorliegen der Voraussetzungen auch mit internen Bewerbern besetzt werden kann. Ein Prüfauftrag würde lediglich den Besetzungsprozess verzögern.

Herr Sadewater schließt sich den Bedenken an und er verweist darauf, dass nach seiner Auffassung die Kapazitäten innerhalb der Verwaltung nicht vorhanden sind. Tenor bisheriger Beratungen war, dass eine Stelle zu schaffen ist, die mit den Aufgaben des Marketings betraut werden müsse. An dem so abgestimmten Verfahren sollte entsprechend festgehalten werden.

Herr Liebeskind sieht dennoch weiterhin Potenzial und Anknüpfungspunkte innerhalb der Verwaltung und verweist auf bereits derzeit wahrgenommene Aufgaben, z. B. im Bereich Social-Media.

Zu dem zur Diskussion gestellten Prüfauftrag merkt Herr Harnisch an, dass er prinzipiell den Argumenten von Herrn Röhl und Herrn Sadewater folgen kann. Ist ein Prüfauftrag mehrheitlich gewünscht, sollte der Zeitraum jedoch kürzer gefasst sein.

Herr Liebeskind erklärt, dass der Ausschuss an den Oberbürgermeister keinen Auftrag zur Prüfung erteilen kann, sondern dies lediglich der Bürgerschaft empfehlen kann, die wiederum einen entsprechenden Beschluss fassen müsse.

Für Herrn Fürst ist zunächst wichtig, dass die Aufgaben der Stelle, die einvernehmlich als erforderlich angesehen wird, klar definiert werden. Im Vergleich zu bereits existierenden Stellen in anderen Kommunen werden folgende Tätigkeiten als prioritär angesehen:

- Unterstützung der Gewerbetreibenden im Stadtgebiet
- Veranstaltungen wiederbeleben
- Netzwerke der Akteure neu ausrichten
- Digitalisierung im Servicebereich der Unternehmen
- Reaktion auf neues Verständnis von Lebensqualität und
- Innerstädtischen Strukturwandel begleiten und steuern (Kultur, Freizeit, Gastronomie)

Unter Betrachtung dieser Anforderungen sieht Herr Fürst keine Ressourcen bzw. Kompetenzen innerhalb der Verwaltung, sondern Erfordernis von externer Qualifikation.

In diesem Tenor wäre auch der vorgeschlagene Prüfauftrag zu beantworten.

Herr Grundke schließt sich den Ausführungen an und betont, dass die Stelle für das Marketing an sich mit entsprechenden Freiheiten ausgestattet sein müsse und keine feste Anbindung an bestehende Strukturen vorgesehen ist.

Herr Liebeskind kann den Argumentationen pro Ausschreibung der Stelle folgen, betont aber, dass auch die ausreichende finanzielle Budgetierung des Marketingprozesses sichergestellt sein muss.

Herr Harnisch geht davon aus, dass ein entsprechendes Budget vorgesehen ist. Zudem wäre es möglich, die von den Unternehmen intern verwendeten Ausgaben für Marketing in entsprechenden Teilen dem Stadtmarketing zur Verfügung zu stellen.

Frau Labouvie stellt die Frage, ob der Prüfauftrag von Herrn Liebeskind weiterhin Bestand habe oder aufgrund der vorgetragenen Argumente die Stelle ausgeschrieben werden soll. Herr Fürst erläutert, dass bei Betrachtung der im vorliegenden Stellenprofil genannten Aufgaben eine Erledigung innerhalb der Verwaltung nicht möglich sein wird.

Herr Schwarz fasst zusammen, dass zunächst externe Kompetenz für erforderlich gesehen wird. Eine Prüfung, inwieweit die Aufgaben in der Verwaltung intern angesiedelt werden können, hält Herr Schwarz für unschädlich. Ein kurzer Zeithorizont für Entscheidungen ist nachvollziehbar, jedoch sieht Herr Schwarz aufgrund des unbestätigten Haushaltes und der Verfahrensdauer eine Besetzung der Stelle vor Sommer 2021 als unrealistisch an. Von daher plädiert er für die Empfehlung des Ausschusses an die Bürgerschaft, entsprechend zu prüfen und mit anhand der dann vorliegenden konkreten Ergebnisse den Prozess im März durch den Ausschuss weiter zu betreiben.

Herr Röhl äußert sein Unverständnis über die nun vorgesehenen neuerlichen Prüfungen und Verzögerungen. Seiner Ansicht nach war Ziel der Sitzung, die bereits als notwendig gesehene Stelle im Profil abzustimmen, damit die Ausschreibung zügig vorgenommen werden kann. Dass eine Ansiedlung an Amt 80 erfolgen soll, sei ebenfalls bereits im Ausschuss besprochen.

Herr Liebeskind stellt abschließend den folgenden Antrag zur Abstimmung:

Der Ausschuss für Stadtmarketing empfiehlt der Bürgerschaft, nachfolgenden Antrag zu beschließen:

Der Oberbürgermeister wird beauftragt zu prüfen, ob die Besetzung der Stelle SB Stadtmarketing intern besetzt werden kann. Ist im Ergebnis die Stellenbesetzung intern nicht möglich, ist diese extern auszuschreiben. Gleichzeitig ist durch den Oberbürgermeister zu prüfen, in welchen Teil der Verwaltung/Eigenbetrieb die Stelle anzusiedeln ist.

Abstimmung: 6 Zustimmungen 1 Gegenstimme 1 Stimmenthaltung

Der entsprechende Antrag wird der Bürgerschaft zur Sitzung am 21.01.2021 vorgelegt.

zu 5 Verschiedenes

Es besteht kein Redebedarf.

**zu 9 Wiederherstellung der Öffentlichkeit und Bekanntgabe von Empfehlungen
aus dem nichtöffentlichen Teil**

Herr Liebeskind beendet die Sitzung, er dankt den Mitgliedern für die engagierte Arbeit und wünscht ein besinnliches Weihnachtsfest.

gez. Michael Liebeskind
Vorsitzender

gez. Gaby Ely
Protokollführung