

## Vorlage Nr. 380/09

Betreff: **Pilotprojekt: Aufbau und Erweiterung eines Monitoringsystems für alle Teilbereiche des Stadtmarketing - Antrag der CDU-Fraktion**

Status: **öffentlich**

### Beratungsfolge

<b>Haupt- und Finanzausschuss</b>	<b>08.09.2009</b>	<b>Berichterstattung durch:</b>	<b>Herrn Niehues Frau Dr. Kordfelder Herrn Dr. Janssen</b>				
<b>TOP</b>	<b>Abstimmungsergebnis</b>				<b>z. K.</b>	<b>vertagt</b>	<b>verwiesen an:</b>
	<b>einst.</b>	<b>mehr.</b>	<b>ja</b>	<b>nein</b>	<b>Enth.</b>		

### Betroffene Produkte

02	Verwaltungsführung, Informations- und Öffentlichkeitsarbeit
----	---

### Betroffenes Leitbildprojekt/Betroffene Maßnahme des Integrierten Entwicklungs- und Handlungskonzeptes

--

### Finanzielle Auswirkungen

Ja       Nein

Gesamtkosten der Maßnahme	Finanzierung		Jährliche Folgekosten	Ergänzende Darstellung
87.500 €	Objektbezogene Einnahmen (Zuschüsse/Beiträge) €	Eigenanteil €	<input type="checkbox"/> keine 50.000 €	(Kosten, Folgekosten, Finanzierung, haushaltsmäßige Abwicklung, Risiken, über- und außerplanmäßige Mittelbereitstellung sowie Deckungsvorschläge) siehe Ziffer      der Begründung

Die für die o. g. Maßnahme erforderlichen Haushaltsmittel stehen

beim Produkt/Projekt \_\_\_\_\_ in Höhe von \_\_\_\_\_ € zur Verfügung.

in Höhe von \_\_\_\_\_ **nicht** zur Verfügung.

### mittelstandsrelevante Vorschrift

Ja       Nein

**Beschlussvorschlag/Empfehlung:**

01. Der Haupt- und Finanzausschuss stimmt der Einführung eines auf die Haushaltsjahre 2010/2011 befristeten Monitorings für das Stadtmarketing zu.
02. Der Haupt- und Finanzausschuss empfiehlt dem Rat der Stadt Rheine, im Haushalt 2010 insgesamt 87.500 € für das Monitoring sowie für die Entwicklung einer integrierten Standort- und Stadtmarketingstrategie bereitzustellen.
03. Der Haupt- und Finanzausschuss beauftragt die Verwaltung, den Finanzbedarf für das Stadtmarketing zu den bevorstehenden Haushaltsberatungen 2010 zu konkretisieren.

**Begründung:**

**Ausgangssituation**

Der Rat der Stadt Rheine hat in seiner Sitzung am 30. Juni 2009 einvernehmlich folgenden Beschluss gefasst:

*„Die von allen Akteuren im Workshop der Wirtschaftsförderungsgesellschaft benannten drei Punkte, nämlich ein umfassendes Monitoring, verbesserte Vermarktung und Zurverfügungstellung weiterer Gelder sowie die Herstellung des Kontaktes zu einer möglichen Beratungseinrichtung zur Verbesserung von Stadtmarketingaktivitäten werden im Grundsatz bestätigt. In einer zeitnah einzuberufenden Sitzung der Strategie- und Finanzkommission soll sich diese mit den Aspekten weitergehend beschäftigen“.*

In der Sitzung der Finanz- und Strategiekommission am 3. August 2008 hat die Verwaltung die bisherige Entwicklung von Stadtmarketing in Rheine sowie die aktuellen Entwicklungen im Stadtmarketing aufgezeigt. Um Wiederholungen zu vermeiden, wird auf die Vorlage zu der Sitzung verwiesen.

Nach intensiver Beratung fasste die Strategie- und Finanzkommission neben der Bestätigung der derzeit laufenden Entwicklung des Stadtmarketings die Empfehlungen:

*In einer Vorlage für die Sitzung des Haupt- und Finanzausschusses am 8. September 2009 stellt die Verwaltung das Angebot der EWG (umfassendes Monitoringsystem) nochmals dem CIMA-Angebot (Imageanalyse und Strategieprozess zur Ausrichtung des Stadtmarketings in Rheine) zur Beschlussfassung gegenüber.*

*Ermittlung zusätzlicher Haushaltsmittel zu den Haushaltsplanberatungen 2010*

In der Sitzung des Haupt- und Finanzausschusses bleibt zu entscheiden, ob in der Weiterentwicklung von Stadtmarketing dem Angebot der EWG oder dem Angebot der CIMA gefolgt werden soll.

### **Angebot der EWG**

Die EWG bietet an, das begonnene Monitoring (**regelmäßige einjährige** Befragung und Analyse in der Stadt und im Umland) zum Thema Einkaufsstadt – über ihr bestehendes Mandat hinaus als Dienstleistung für die Akteure in den verschiedenen Bereichen des Stadtmarketings (zunächst als Projekt bis Ende 2011) auszudehnen. Die EWG konkretisierte in der Strategie- und Finanzkommission am 03. August 2009 das Angebot wie folgt:

1. Eine permanente gezielte und regelmäßige Berücksichtigung von Fragen zum kulturellen Angebot, zu Events, zur Erlebnisqualität etc. der Stadt Rheine bei allen Erhebungen.
2. Die Auswertung und Aufbereitung dieser zusätzlichen Aspekte der verschiedenen Facetten des Stadtmarketings in Rheine als Dienstleistung.
3. Die Präsentation der Ergebnisse und – wenn gewünscht – Diskussion der Konsequenzen mit den Akteuren des Stadtmarketings in Rheine.
4. Die Unterstützung der Abstimmung koordinierter Stadtmarketingaktivitäten in der Stadt Rheine und permanente Weiterentwicklung der Methoden.
5. Panels für erweiterte Haushalts- und Umlandbefragungen, zusätzliche Passantenfrequenzmessungen bei Aktionen (Erfolgsmessungen), zusätzliche Einzugsgebietsmessung bei Aktionen (Erfolgsmessung)

Das Gesamtangebot ist in der Anlage 1 zu dieser Vorlage beigelegt.

Für diese Dienstleistung fordert die EWG 50.000 € p. a.. Diese Gelder beinhalten die Personalkosten für eine zusätzliche Stelle in der EWG sowie die dafür notwendigen Sachmittel.

### **Angebot der CIMA**

Nach Informationen der Verwaltung wird das von der EWG vorgeschlagene Monitoring in Vergleichsstädten in diesem Umfang und in diesem Zeitrhythmus bislang nicht eingesetzt. Rheine wäre damit in dieser Entwicklung ein Vorreiter.

Vor dem Hintergrund beschränkter finanzieller Ressourcen holte die Verwaltung ein Angebot der CIMA (City-Marketing)-Beratung + Management GmbH ein. Die CIMA führt für zahlreiche deutsche Städte Imageanalysen und Strategieberatungen für Stadt- und Citymanagement in einem **Regelabstand von 5 Jahren** durch. Das Angebot der CIMA beinhaltet folgende Leistungen:

1. 1.200 Telefoninterviews mit repräsentativer Haushaltsstichprobe mit je 12-14 mit dem Auftraggeber abgestimmten Fragen.
2. Auswertung der Berichte in prägnanter Chartform (ca. 20-30 Seiten) ohne Volltext. Berichte werden in pdf-Dateien und offenen Powerpoint-Dokumenten übergeben.

3. Präsentation, Zusammenführung und Gesamtanalyse aller Einzelergebnisse mit Schlussfolgerungen und Empfehlungen für den anschließenden Prozess und Dokumentation in Chartform.
4. Abschließender Strategieprozess zur Ausrichtung des Stadtmarketings in Rheine im Rahmen von vier Marketing-Konferenzen (1. Imageanalysen, 2. Positionierung und Markenprofil, 3. Strategie und Zielgruppen, 4. Maßnahmen und Empfehlungen).

Das Gesamtangebot ist in der Anlage 2 zu dieser Vorlage beigelegt.

Für diese Dienstleistung der CIMA sind jeweils Kosten in Höhe von rd. 48.000 € anzusetzen.

### **Beratungsleistungen zur Vernetzung von Stadtmarketing**

Neben dem v. g. Monitoring bzw. der Imageanalyse mit anschließendem Strategieprozess zur Ausrichtung des Stadtmarketings in Rheine wurde die Forderung erhoben, zur besseren Vernetzung der Stadtmarketingaktivitäten ein Beratungsbüro einzuschalten. Für die Annahme des von der EWG eingeholten Angebots für eine integrierte Standort- und Stadtmarketingstrategie sowie für ein darauf aufbauendes Handlungskonzept ist ein Mittelansatz in Höhe von rd. 37.500 € erforderlich.

Die Verwaltung schlägt vor, die Mittel im Haushalt 2010 zu veranschlagen und alternative Beratungsangebote einzuholen.

### **Aufstockung der Haushaltsmittel für Stadtmarketing**

Die Verwaltung hat in der Sitzung der Strategie- und Finanzkommission zugesagt, bis zu den Haushaltsplanberatungen 2010 den Mittelansatz für Stadtmarketing zu konkretisieren.

### **Anlagen:**

Angebot der EWG für ein umfassendes Monitoringsystem für alle Stadtmarketingbereiche

Angebot der CIMA für eine Imageanalyse und einen Strategieprozess zur Ausrichtung des Stadtmarketings in Rheine