



BV/XXXX/2019

Eberswalde, 26. November 2019

Beschlussvorlage zur Behandlung in öffentlicher Sitzung

Betreff: Zusätzliche Stellen im Stadtmarketing**Beratungsfolge:**

| | |
|---------------------------------------|------------|
| Ausschuss für Wirtschaft und Finanzen | 10.12.2019 |
| Hauptausschuss | 12.12.2019 |
| Stadtverordnetenversammlung | 17.12.2019 |

Beschlusstext:

Die Stadtverordnetenversammlung beschließt:

1. Die Stadtverordnetenversammlung erkennt die gestiegene und zentrale Bedeutung des Handlungsfeldes Stadtmarketing für die gedeihliche und positive Entwicklung der Stadt Eberswalde an.
2. Die Stadtverordnetenversammlung beauftragt die Verwaltung mit der Ergänzung von zwei zusätzlichen Stellen im Amt für Stadtmarketing und Tourismus im Stellenplan.

Zur Deckung schlagen wir eine Entnahme aus der allgemeinen Rücklage vor.

Begründung:

Da sich die harten Standortfaktoren zunehmend weniger deutlich unterscheiden, werden weiche Standortfaktoren immer wichtiger. Dazu gehören bspw. das Image einer Kommune, Lebensqualität für Familien, Willkommenskultur, Netzwerke, die Nähe zu Forschungs- und Bildungseinrichtungen, das Vorhandensein kreativer Milieus, attraktive Innenstädte mit hoher Aufenthaltsqualität im öffentlichen Raum, gute Einkaufsmöglichkeiten im Einzelhandel, attraktive Gastronomie- und Wochenmarktangebote etc. Diese Bausteine stellen somit wichtige Aspekte im Standortwettbewerb dar. Explizit schließt das auch den „öffentlichen Raum“ im digitalen Bereich mit ein.

Die weichen Standortfaktoren aktiv zu entwickeln und gegenüber verschiedenen Zielgruppen nach innen und außen zu kommunizieren ist Aufgabe des Stadtmarketings. Deshalb werden im Stadtmarketing auch Teilstrategien in der internen wie an eine Öffentlichkeit gerichteten Kommunikation zusammengeführt. Sie unterscheiden sich nach Akteuren, Zielgruppen und räumlichen Schwerpunkten: z.B. Standortmarketing, Tourismusmarketing oder City-Marketing / City-Management.

Aktuell ist die Position Stadtmarketing in Eberswalde mit einer Vollzeitstelle ausgestattet. Andere Städte im Brandenburger Umland haben die wachsende Bedeutung des Themas Stadtmarketing bereits erkannt und mit entsprechenden personellen Ressourcen unterlegt: bspw. vier Stellen in Neuruppin, vier Stellen in Brandenburg oder ca. acht Stellen in Bernau.

Das neue Amt für Stadtmarketing und Tourismus muss in die Lage versetzt werden, die vielen Handlungsfelder (u.a. Innenstadtentwicklung in Eberswalde, Finow und in Brandenburgischen Viertel, Einzelhandels- und Gastronomieförderung, Weiterentwicklung des Wochenmarktes, Digitalisierung, Stadtmarketing, Citymanagementmaßnahmen, Potenzialflächenentwicklung etc.) adäquat zu betreuen. Der Raum für die Entwicklung neuer Ansätze muss in der quantitativen personellen wie finanziellen Ausstattung ermöglicht werden.

Ziel muss sein, dass das Stadtmarketing die Zukunftsthemen der Stadt identifiziert und hilft, über das Bestehende hinaus zu denken. Es muss das Potenzial haben, den Menschen zu zeigen, was ihre Stadt sein könnte und es muss den wichtigsten Kräften Lust darauf machen, die Möglichkeiten der Stadt auszuprobieren. Dafür muss dieses Handlungsfeld mit den notwendigen Ressourcen personell wie finanziell ausgestattet werden.

gez.
Hardy Lux
Fraktionsvorsitzender
Fraktion SPD|BFE