

Ref.: A-030/2013	Eingegangen im Sekretariat der Oberbürgermeisterin 15.11.2013	
	8681	Zie



Beschlussantrag Nr. BA-034/2013

Einreicher:

CDU-Ratsfraktion,
Fraktion BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN

Gegenstand:
Vermarktung der Stadt Chemnitz

Kostendeckungsvorschlag:
(Produktuntergruppe)

Beratungsfolge (Beiräte, Ortschaftsräte, Ausschüsse, Stadtrat)	Sitzungs- termine	Status öffentlich/ nichtöffentlich	Beratungsergebnis		
			bestä- tigt	abge- lehnt	ohne Empfeh- lung
Verwaltungs- und Finanzausschuss	16.01.2014	nicht öffentlich			
Stadtrat	22.01.2014	öffentlich			

Beschlussvorschlag:

Die Stadtverwaltung wird beauftragt, das Standort- und Stadtmarketing von Chemnitz als eigenständige Gesellschaft neu auszurichten.

Durch die Oberbürgermeisterin soll eine Arbeitsgruppe aus der Politik (fachlich qualifizierte Vertreter der Fraktionen) und der Wirtschaft (Centermanagements, IG Innenstadt, Handelsverband Sachsen, Hotel und Gaststättenverband, IHK) beauftragt werden, die dem Stadtrat bis Ende April 2014 ein nachhaltiges Konzept zur Vermarktung der Stadt zur Entscheidung vorlegt.

Bei der Konzepterarbeitung sind u.a. folgende Aspekte einzubeziehen:

- Bewertung der Arbeit und Ergebnisse im Stadtmarketing der letzten Jahren
- Darstellung der Vor- und Nachteile bei den bisherigen Betreiberrechtsformen in Chemnitz sowie im Vergleich zu anderen Modellen in anderen Städten
- Sicherung der finanziellen Grundlagen für ein zielführendes Stadtmarketing im Einklang mit den dafür am besten geeigneten Rechtsformen
- Künftige Anforderungen und Aufgaben an das Innen- und Außenmarketing
- Integration von Stadtmarketing in die bestehenden städtischen Strukturen

Dem Konzept soll unter anderem die Zusammenführung verschiedener in den letzten Jahren entstandener Aktivitäten, die Einwerbung von Drittmitteln und eine verstärkte Außenwirkung zu Grunde gelegt werden.

Begründung:

Das Stadtmarketing von Chemnitz steht seit einigen Jahren unter großer Kritik. Die Bürgerschaft, der Stadtrat als auch die Chemnitzer Unternehmen sind gleichermaßen unzufrieden. Das Stadtmarketing konnte kaum Akzente setzen, weder in der Stadt, noch in der Region. Die Eingliederung des Stadtmarketings aus der CMT in die CWE hat keine neuen Impulse ausgelöst.

Andere Städte mit gleicher Größenordnung haben schon seit Jahren mit großem Erfolg finanzielle Engpässe durch Kooperationen zwischen der öffentlichen Hand und der Privatwirtschaft (Public Private Partnership) gelöst. In Chemnitz kann Tourismusförderung, Veranstaltungsmanagement und Serviceleistungen für die Bürger nur durch eine marktorientierte Unternehmensführung effizienter umgesetzt werden. Dabei spielen in Zukunft nicht nur Schwerpunkte wie Messe- und Kongressstandort, Innenstadtvermarktung und Strategien für einheitliche Ladenöffnungszeiten eine Rolle, sondern auch die Zusammenarbeit aller öffentlichen und privaten Marketingeinrichtungen.

Unterschriften gemäß Quorum

Name, Vorname	Unterschrift
1. Saborowski-Richter, Ines	
2. Ulbrich, Falk	
3. Kempe, Christian	
4. Hochmuth, Margitta	
5. Leistner, Jürgen	
6. Höhnel, Wolfgang	
7. Dr. Müller, Ullrich	
8. Patt, Almut	
9. Walter, Michael	
10. Kempe, Solveig	
11. Höfler, Joachim	
12. Dr. Schultz, Gerhard	
13. Rösler, Kai	
14. Schmidt, Martin	
15. Lehmann, Thomas	