

Stadt Bergisch Gladbach
Die Bürgermeisterin

Federführender Fachbereich Grundstückswirtschaft, Wirtschaftsförderung		Drucksachen-Nr. 677/2001
		☒ Öffentlich
		☐ Nicht öffentlich
Beschlussvorlage		
Beratungsfolge ▼	Sitzungsdatum	Art der Behandlung (Beratung, Entscheidung)
Hauptausschuss	30.10.2001	Beratung
Rat	08.11.2001	Entscheidung

Tagesordnungspunkt

Verbesserung der Rahmenbedingungen für das Stadtmarketing in Bergisch Gladbach

Beschlussvorschlag

1. Die Stadt Bergisch Gladbach begrüßt das ehrenamtliche Engagement von Bürgern, die den Verein Pro „GL“ e.V. – Initiative Bergisch Gladbach gegründet haben und tritt dem Verein als körperschaftliches Mitglied bei.
2. Die Bürgermeisterin wird beauftragt, die Voraussetzungen für die Gründung einer Veranstaltungs- und Stadtmarketing-GmbH unter Beteiligung des Vereins Pro „GL“ e.V. – Initiative Bergisch Gladbach zu prüfen und die Beschlussfassung für die Gründung der GmbH vorzubereiten.

Sachdarstellung / Begründung

I. Situationsanalyse

Seit Anfang der Neunziger Jahre wird Stadtmarketing in Bergisch Gladbach erfolgreich praktiziert und hat in dieser Stadt vieles positiv bewegt und gestaltet. Auch für andere Städte hat Bergisch Gladbach mit seinem Stadtmarketing schon Vorbildcharakter erlangt, gerade durch das hier entwickelte „Stadtmarketing-Handbuch“, welches unter tatkräftiger Mitwirkung der Bürgerschaft und der Fraktionen des Rates der Stadt Bergisch Gladbach entstanden ist. Rund 80 Prozent der 1994 entwickelten Maßnahmen und Projekte wurden bis heute umgesetzt.

Seit 1998 besteht das Forum Stadtmarketing, in dem einige Bürger und Interessierte ehrenamtlich für das Stadtmarketing tätig sind. Es sind nahezu ausschließlich Freiberufler und Unternehmer, Menschen also, deren zeitliche Ressourcen für das Ehrenamt begrenzt sind. Dieses ehrenamtlich tätige Team wird hauptamtlich durch die städtische Wirtschaftsförderung unterstützt und begleitet, wobei die dortigen personellen Ressourcen stark begrenzt sind.

Das Forum Stadtmarketing mit den Stadtmarketing-Moderatoren Fritz Roth und Ferdinand Linzenich an der Spitze ist ein juristisches Neutrum, da es weder dem Rat und seinen Ausschüssen zuzuordnen ist, aber auch keine rechtliche Selbstständigkeit besitzt. Im weitesten Sinne kann man das Forum als städtischen Beirat ansehen, auch wenn hierzu strenggenommen die formellen Voraussetzungen nicht vorliegen.

Sämtliche bisher durch das Forum Stadtmarketing durchgeführten Projekte wurden ausschließlich über Spenden und Sponsoring finanziert.

Durch diese Umstände wird die Handlungsfähigkeit eingeschränkt und viele Aufgaben und interessante Projektansätze, die auch von Bürgern an das Stadtmarketing herangetragen werden, müssen liegen bleiben. Deshalb ist das Stadtmarketing zunehmend auf die verstärkte Unterstützung der Verwaltung angewiesen, aber auch auf die Rekrutierung zusätzlicher engagierter Bürger und einem vermehrten Sponsoring.

II. Ziele

Derzeit stellen sich hauptsächlich folgende Ziele für das Stadtmarketing:

- Förderung der ehrenamtlichen Tätigkeit zum Wohle der Stadt und ihrer Bürgerschaft;
- Förderung der Verbundenheit der Bürgerschaft mit ihrer Stadt;
- Förderung von Kunst und Kultur in Bergisch Gladbach;
- Marketing für die Stadt nach innen (Bürgerschaft) und außen (Besucher).

III. Strategie

Die Mitglieder des Forum Stadtmarketing und die städtische Wirtschaftsförderung haben sich seit Herbst letzten Jahres intensiv mit den Möglichkeiten einer Verbesserung beschäftigt. Hierbei haben sich drei Aufgabenfelder herauskristallisiert, die aber wiederum ineinander verzahnt sind bzw. in einem engen Zusammenhang stehen:

- ehrenamtliches Engagement zum Wohle der Stadt Bergisch Gladbach;
- Organisation und Durchführung von Veranstaltungen und Marketingprojekten;
- sonstige Aufgaben des Stadt- und Citymarketing sowie Citymanagement.

Diese Aufgabenfelder werden wie folgt kurz vorgestellt. Das Forum Stadtmarketing bittet um die Möglichkeit, das Konzept in der Sitzung des Hauptausschusses durch einen Vertreter persönlich erläutern zu dürfen.

A. Ehrenamtliches Engagement

Die Mitglieder des Forum Stadtmarketing - verstärkt durch weitere, interessierte Personen - haben am 16.07.2001 den Verein **Pro „GL“ e.V. - Initiative Bergisch Gladbach** - gegründet. Dieser soll zukünftig den ehrenamtlichen Teil der Aufgaben des Stadtmarketing abdecken, d. h. die Aufgaben wahrnehmen, die von der Bürgerschaft in eigener Verantwortung übernommen werden können. Die wichtigsten Ziele des Vereins sind die Förderung des Ehrenamtes und der ehrenamtlichen Tätigkeit durch Beratung und ideelle Unterstützung von Vereinen und Bürgern sowie die Förderung der Lebensqualität der Stadt Bergisch Gladbach für ihre Bürgerschaft und ihre Besucher. Der Verein soll künftig auch den Wettbewerb „Gladbacher/in des Jahres“ durchführen und begleiten. Er ist die konsequente Alternative zum bisherigen Forum Stadtmarketing, das bis auf weiteres formell fortbestehen soll.

Die Satzung des Vereins ist als **Anlage** der Vorlage beigelegt. Der Mindestbeitrag für körperschaftliche Mitglieder beträgt € 150,00 (= DM 293,37).

Mit dieser Vorlage wird zunächst lediglich der Beitritt der Stadt Bergisch Gladbach zum Verein Pro „GL“ e.V. vorgeschlagen.

B. Möglichkeiten zur zukünftigen Organisation und Durchführung von Veranstaltungen und Marketingprojekten

Während der Verein Pro „GL“ e.V. neben der Bündelung des ehrenamtlichen Engagements vor allem auch Ideen sammelt und neue Projekte konzipiert, stellt sich die Frage nach deren Umsetzung. Aufgrund der steuer- und haftungsrechtlichen Vorschriften kommt eine Umsetzung für den Verein selbst selten in Frage, da allein das Risiko einer Schadenhaftung zu groß ist (Vorstandsmitglieder haften mit ihrem Privatvermögen). Darüber hinaus besteht für gemeinnützige Vereine eine enge steuerrechtliche Grenze, was die Durchführung von Veranstaltungen und zweckbetrieblichen Maßnahmen angeht.

Wie aber kann eine Veranstaltung für die bzw. in der Stadt (z. B. Löwen-Gala, Event-Point „Rund um Köln“, Kultur- und Stadtfest) konzipiert und durchgeführt werden, ohne die Punkte Gemeinnützigkeit und Haftung zu berühren? Hier bietet sich die Möglichkeit der Gründung einer gemeinsamen GmbH zwischen Stadt und Verein. Zum einen ist die Haftung - wie nach der Gemeindeordnung vorgeschrieben - begrenzt, zum anderen bietet der Gesellschaftsvertrag ideale Ausgestaltungsmöglichkeiten, um den Anforderungen beider Gesellschafter und der vorgenommenen Aufgabe genüge zu tun. Während der Verein seine Ideen und die Kreativität seiner Mitglieder einbringen kann, hat die Stadt weiterhin Steuerungsmöglichkeiten, um den Primat der Politik im Stadtmarketing zu erhalten.

Neben dem Veranstaltungsmanagement liegen weitere Aufgabenfelder der GmbH im Bereich der Werbung für das Ehrenamt, der inner- und außerstädtischen Werbung für Bergisch Gladbach (ohne in Konkurrenz zum Aufgabenbereich Lokale Agenda 21 zu

treten) und der Planung und Durchführung weiterer Marketingprojekte für die Stadt Bergisch Gladbach.

Es ist notwendig, dass gerade zu Beginn eine finanzielle Aufbauhilfe durch die Stadt geleistet werden muss. Diese wäre im Rahmen der Konzeption der GmbH in einem ersten Wirtschaftsplanentwurf zu ermitteln und zu diskutieren. Mittelfristig sollte aber angestrebt werden, dass sich die GmbH mit der Durchführung von Veranstaltungen (einschließlich der Vermietung von Stand- und Werbeflächen) selbst finanzieren kann, wobei Überschüsse wiederum dem Verein für seine gemeinnützige Tätigkeit zum Wohle der Stadt Bergisch Gladbach zufließen könnten. Dies hätte auch eine positive steuerliche Behandlung zur Folge. Die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen sind jedoch abhängig von den zu übernehmenden Aufgabenfeldern und den daraus zu erzielenden Einnahmemöglichkeiten.

Durch das Aufgabenspektrum „Stadtmarketing“ und „Kultur“ handelt es sich hier nicht um eine wirtschaftlich tätige GmbH, sondern um eine Einrichtung im Sinne des § 108 Abs. 1 Ziffer 2 i. V. m. § 107 Abs. 2 Ziffern 2 (Kulturförderung) und 3 (Wirtschaftsförderung) der Gemeindeordnung. Die hierin genannten Voraussetzungen sind gegeben. Des weiteren liegt ein wichtiges Interesse der Stadt an einer Beteiligung an der GmbH vor, da zum einen durch eine privatrechtliche Rechtsform unter betriebswirtschaftlichen Aspekten eine den heutigen Anforderungen entsprechende Betriebsführung möglich ist und zum anderen durch die Wahl der Rechtsform (GmbH) die Haftung auf einen bestimmten Betrag beschränkt wird, was im Falle der Wahrnehmung als eigenbetriebsähnliche Einrichtung nicht der Fall ist. Des Weiteren wird ein Dritter (der Verein) an der Gesellschaft beteiligt, was ebenfalls bei einer öffentlich-rechtlichen Rechtsform ausgeschlossen ist.

Sonstige Aufgaben des Stadt- und Citymarketing sowie Citymanagement

Ein weiterer Schritt, der mittelfristig angegangen werden kann und sollte, ist der Bereich des Citymarketing und Citymanagement. Welche Möglichkeiten bieten sich in der Zusammenarbeit der einzelnen Interessenverbände, der Händler und der Stadt zum Wohle der drei Zentren? Wie kann die bestehende Kaufkraft in Bergisch Gladbach gebündelt werden, um ein weiteres Abwandern z. B. nach Köln und Leverkusen zu vermeiden? Wie können die drei Zentren aufgewertet und „unverwechselbar“ gestaltet werden?

Diese Aufgabe kann und muss in enger Kooperation und Abstimmung mit den Interessenverbänden und Händlern in Bergisch Gladbach geschehen. Eine genaue Konzeption ist dann zu erstellen.

Folgende zeitliche Abfolge erscheint sinnvoll:

Schritt 1 - Vereinsgründung	ist erfolgt
Schritt 2 - GmbH-Gründung	sollte kurzfristig erfolgen
Schritt 3 - Citymarketing	ist mittelfristig anzustreben

Die ehrenamtlich Tätigen haben mit der Gründung des Vereins Pro „GL“ e.V. - Initiative Bergisch Gladbach die auf ihrer Seite möglichen Maßnahmen bereits umgesetzt und damit den Grundstein für eine konzeptionelle Neuorganisation des Stadtmarketing in Bergisch Gladbach gelegt. Für die Beschlussfassung zur Gründung der Veranstaltungs- und Stadtmarketing GmbH wird die Verwaltung eine entsprechende Vorlage erarbeiten, in der neben dem Konzept auch die finanziellen Auswirkungen dargestellt sind.