

<b>Vorlage</b>  Federführende Dienststelle: Kulturbetrieb Beteiligte Dienststelle/n:	Vorlage-Nr: E 49/0027/WP16 Status: öffentlich AZ: Datum: 24.09.2012 Verfasser: Hans Poth						
<b>Verlagerung des Kulturmarketings vom Kulturbetrieb zum Fachbereich Presse und Marketing</b>							
Beratungsfolge: <span style="float: right;">TOP: __</span>  <table border="0" style="width: 100%;"> <tr> <td style="width: 20%;">Datum</td> <td style="width: 30%;">Gremium</td> <td style="width: 50%;">Kompetenz</td> </tr> <tr> <td>25.10.2012</td> <td>BaKu</td> <td>Kenntnisnahme</td> </tr> </table>		Datum	Gremium	Kompetenz	25.10.2012	BaKu	Kenntnisnahme
Datum	Gremium	Kompetenz					
25.10.2012	BaKu	Kenntnisnahme					

**Beschlussvorschlag:**

Der Betriebsausschuss Kultur nimmt die Organisationsänderung für das Kulturmarketing zur Kenntnis.

## **Erläuterungen:**

Die Aufgabenbereiche Presse und Marketing waren über einen längeren Zeitraum organisatorisch getrennt. Für die Aufgabenbereiche Presse- und Öffentlichkeitsarbeit war das Presseamt FB 13 zuständig, für das Stadtmarketing die Stabsstelle Aachen-Marketing B 04. Nachdem der Oberbürgermeister eine stärkere Zentralisierung der städtischen Marketingaufgaben als Ziel vorgab, begann ab Anfang 2011 ein Aufbauprozess, an dem neben dem Personalrat, dem Personalamt, der Stabsstelle Aachen-Marketing und dem Presseamt auch weitere städtische Ämter und Fachbereiche beteiligt waren. Im September 2011 wurden als Ergebnis dieses Aufbauprozesses die Bereich Aachen-Marketing und Presseamt zum Fachbereich Presse und Marketing zusammengelegt.

Die dafür ausschlaggebenden Gründe waren:

1. Die beiden Aufgabenbereiche sind nicht wirklich klar abzugrenzen und zu definieren. Es gibt zahlreiche Überschneidungen und Schnittstellen. Reibungsverluste können nur vermieden werden, wenn diese Aufgabenbereiche zusammengelegt werden.
2. Sowohl intern als auch extern war nicht klar, welche Einrichtung für welche Angelegenheiten zuständig war.

Die Verwaltung geht davon aus, dass sich Informations-, Image- und Pressearbeit, Internet/Neue Medien und Marketing ergänzen und unter einer Leitung die Arbeitsfelder ohne Reibungsverluste und auf kurzem Dienstweg besser aufeinander abgestimmt werden können. Außerdem wurde erwartet, dass die Einhaltung des Corporate Design der Stadt nach der Zusammenlegung der beiden Bereiche wesentlich einfacher zu gewährleisten ist. Die bisherigen Erfahrungen bestätigen diese Erwartung.

In weiteren Gesprächen zwischen FB 13, dem Kulturbetrieb, dem Personalrat und dem Personalamt wurden darüber hinaus die Möglichkeiten und die Sinnhaftigkeit einer Integration des bisher im Kulturbetrieb angesiedelten Bereiches Kulturmarketing in den neu gebildeten Fachbereich Presse und Marketing erörtert. Es wurde letztendlich Einigkeit darüber erzielt, dass es keinen Sinn macht, das Marketing des Kulturbetriebs losgelöst vom allgemeinen Marketing bestehen zu lassen. Auch zwischen dem Marketing des Kulturbetriebs und den im FB 13 zu erfüllenden Aufgabenbereichen sind die Verknüpfungspunkte bzw. Schnittstellen so eng, dass eine Zusammenlegung von Vorteil ist. Theater und VHS bleiben davon unberührt.

Im September 2012 wurde deshalb eine Vereinbarung zwischen dem FB 13 und dem Kulturbetrieb „zu den Modalitäten im Zusammenhang mit dem Wechsel des Kulturmarketings von E 49 zu FB 13 und der Arbeitsweise“ getroffen. Die Vereinbarung ist als Anlage beigefügt.

Nach deren Unterzeichnung und nach Zustimmung des Personalrates wechselte Herr Heidemann mit seiner Stelle und seinen Aufgaben von E 49 zu FB 13. Frau Dr. Bacher übernahm nach einem erweiterten Auswahlverfahren inzwischen die Leitung des Teams Marketing im FB 13. Nach einer internen und externen Ausschreibung wurde am 21.9.2012 Frau Dr. Jutta Göricke für die stellvertretende Leitung des Teams Marketing ausgewählt. Die Stelleninhaberin soll zukünftig u.a. für die strategische Planung und Steuerung der Marketingaktivitäten sowie der Presse- und

Öffentlichkeitsarbeit städtischer Museen einschl. des Ludwig-Forums und für die Weiterentwicklung und Umsetzung eines gesamtstädtischen Kulturkonzeptes zuständig sein.

Der Personal- und Verwaltungsausschuss hatte am 12. Juni einstimmig den Zielstellenplan für FB 13 verabschiedet.