

<b>Vorlage</b>	
Federführende Dienststelle: Fachbereich Wirtschaftsförderung / Europäische Angelegenheiten Beteiligte Dienststelle/n:	Vorlage-Nr: FB 02/0022/WP17 Status: öffentlich AZ: Datum: 22.05.2015 Verfasser:
<b>Marketingstrukturen</b>	
Beratungsfolge:	<b>TOP: __</b>
Datum                      Gremium	Kompetenz
10.06.2015                  AAWW	Entscheidung

**Beschlussvorschlag:**

Der Ausschuss für Arbeit, Wirtschaft und Wissenschaft der Stadt Aachen nimmt die Berichte der Verwaltung zur Kenntnis und beschließt die vorgeschlagene Verfahrensweise entlang der vorgestellten Roadmap und die Gründung einer Strukturkommission. Die Fraktionen benennen folgende sechs Fraktionsmitglieder als Teilnehmer/-innen der Strukturkommission:

1. \_\_\_\_\_
2. \_\_\_\_\_
3. \_\_\_\_\_
4. \_\_\_\_\_
5. \_\_\_\_\_
6. \_\_\_\_\_

Weitere vorgesehene Teilnehmer:

7. Karl Schultheis, Vorsitz AAWW
8. Prof. Dr. Manfred Sicking, Dez VI
9. Bernd Büttgens, FB13
10. Thomas Hissel, FB02
11. Manfred Piana, MAC e.V.
12. Werner Schlösser, ats e.V.
13. Kristina Wulf, Eurogress

## **Marketingstrukturen**

Die Verwaltung wurde vom Ausschuss für Arbeit, Wirtschaft und Wissenschaft damit beauftragt, in der folgenden Sitzung einen Verfahrensvorschlag zur Optimierung des Marketings vorzulegen. Ziel des ergebnisoffenen Verfahrens soll es sein, eine möglichst optimale Struktur zu identifizieren, die es erlaubt, die Marketingziele der Stadt Aachen und der verschiedenen Marketingakteure effizient zu erreichen. Unter den vielfältigen Marketingakteuren soll dabei zunächst fokussiert werden auf das Städtische Marketing, das Eurogress, den ats e.v. und den MAC e.V.

Entsprechend der Diskussion in der Ausschusssitzung am 25.3.2015 soll zur Identifikation einer optimalen Struktur eine Strukturkommission gegründet werden, in der Vertreter aus Politik, Verwaltung und der o.g. Organisationen zusammenkommen. Diese Kommission soll extern moderiert werden und nach einer Bestandsaufnahme verschiedene Modelle beleuchten, bewerten und dabei alle vorhersehbaren spezifischen Auswirkungen berücksichtigen, bevor sie dem AAWW und dem Rat schlussendlich eine Strukturempfehlung ausspricht.

Voraussichtliche finanzielle Auswirkungen (nach entsprechender Recherche): außerplanmäßig 25.000,- Euro für Rechtsgutachten, Vortrags- und Moderationshonorare

### **1. Bestandsaufnahme**

Grundlage der Bewertung anderer Modelle soll eine vollständige Bestandsaufnahme der Situation in Aachen sein, die in einem ersten Termin der Strukturkommission zu leisten ist. Für die Marketingakteuren Stadt Aachen (FB13), Eurogress, ats e.v. und den MAC e.V sollen untersucht, eingeschätzt und dokumentiert werden ...

- a. Ziele: Welche Ziele verfolgen die Marketingakteure in Aachen? Schnittmenge?
- b. Kapazitäten: Mit welchen Kapazitäten und Budgets arbeiten die Marketingakteure?
- c. Resultate: Wie können die bisherigen Resultate bewertet werden?

Des Weiteren sollen im Rahmen einer SWOT-Analyse Stärken, Schwächen, Chancen und Risiken der bestehenden dezentralen Marketingstruktur in Aachen erarbeitet werden, um eine Vergleichbarkeit mit anderen Modellen herzustellen.

### **2. BestPractice**

Im Rahmen eines weiteren Termins / zwei weiterer Termine der Strukturkommission sollen folgende Kooperationsformen durch Referenten aus den entsprechenden Städte vorgestellt und analysiert werden:

- a) Modell Marketing GmbH, Beispiel Bielefeld Marketing GmbH
- b) Modell Beteiligungsgesellschaft, Beispiel mainzplus Citymarketing GmbH
- c) Modell Kommunaler Eigenbetrieb, Beispiel Münster Marketing
- d) Modell Dezentrale Kooperation, Beispiel Bonn

Auf Basis der Erkenntnisse sollen für jede Organisationsform jeweils eine SWOT<sup>1</sup>-Analyse aufgestellt werden.

<sup>1</sup>SWOT-Matrix: Die SWOT-Analyse (engl. Akronym für Strengths (Stärken), Weaknesses (Schwächen), Opportunities (Chancen) und Threats (Gefahren)) ist ein Instrument der Strategischen Planung; sie dient der Positionsbestimmung und der Strategieentwicklung von Unternehmen und anderen Organisationen

### 3. Konsequenzen

Bei einer Umorganisation zu einer GmbH, einem Eigenbetrieb oder einer eigenbetriebsähnlichen Kooperationsform gilt es zudem, zahlreiche Konsequenzen zu berücksichtigen, die wie folgt unterteilt werden können:

- a) Inhaltliche Konsequenzen, d.h. z.B. Konsequenzen auf die Strategiefähigkeit, auf die politische Mitwirkung, Beteiligung von privaten Partnern, ...
- b) Rechtliche und steuerliche Konsequenzen, d.h. z.B. Haftungsfragen der Geschäftsführungen und der Gesellschafter, Fragen des Europäischen Beihilfe- und Vergaberechtes, ...
- c) Finanzielle Konsequenzen, d.h. z.B. Auswirkungen einer Umorganisation auf das Gehaltsgefüge (TVöD), ...

Die Analyse und Beurteilung vor allem der rechtlichen und steuerlichen Konsequenzen bedürfen der Hinzuziehung von externem Sachverstand.

Die Resultate dieser Untersuchungen sind ebenfalls in die SWOT-Matrix einzuarbeiten.

### 4. Strukturvorschlag

Aufbauend auf den erarbeiteten Erkenntnissen besteht die letzte Aufgabe der Strukturkommission darin, dem Ausschuss für Arbeit, Wirtschaft und Wissenschaft einen Strukturvorschlag zu unterbreiten.

Für den Prozess wird folgende Roadmap vorgeschlagen:

