



# Organisationskonzept Standortförderung in Traunreut





**Stadtrat Traunreut** 

21. Oktober 2014

Dipl.-Geogr. Achim Gebhardt B.Sc.-Geogr. Elisabeth Lotter Stadtentwicklung

Marketing

Regionalwirtschaft

Einzelhandel

Wirtschaftsförderung

Citymanagement

 $I\,m\,m\,o\,b\,i\,l\,i\,e\,n$ 

Organisationsberatung

Kultur

Tourismus

#### Haftungserklärung



CIMA Beratung + Management GmbH

Diese Folien fallen unter § 2 Abs. 2 sowie § 31 Abs. 2 des Gesetztes zum Schutze der Urheberrechte (D) und sind auch durch europäisches Recht geschützt.

Es wurden möglicherweise Fotos, Grafiken u.a. Abbildungen zu Layoutzwecken oder als Platzhalter verwendet, für die keine Nutzungsrechte für einen öffentlichen Gebrauch vorliegen. Jede Weitergabe, Vervielfältigung oder gar Veröffentlichung kann Ansprüche der Rechteinhaber auslösen.

Entwurfsvorlagen und Ausarbeitungen der CIMA können gutachterliche Ausführungen und Bewertungen enthalten, die bei unsachgemäßer Verwendung (z.B. Weitergabe, Vervielfältigung oder Veröffentlichung) einen Vermögensschaden verursachen können. Wer diese Unterlage – ganz oder teilweise – in welcher Form auch immer weitergibt, vervielfältigt oder veröffentlicht übernimmt das volle Haftungsrisiko gegenüber den Inhabern der Rechte, stellt die CIMA Beratung + Management GmbH von allen Ansprüchen Dritter frei und trägt die Kosten der ggf. notwendigen Abwehr von solchen Ansprüchen durch die CIMA Beratung + Management GmbH.

Diese Folien dürfen ohne gesonderte schriftliche Genehmigung weder ganz noch ausschnittsweise in Dokumentationen oder Protokollen wiedergegeben werden. Veranstalter von Vorträgen und Seminaren erwerben keinerlei Rechte am geistigen Eigentum der CIMA und ihrer Mitarbeiter.



"Aktive Zentren"-Citymanagement für Traunreut Aufgabenstellung

### "Aktive Zentren"-Projektmanagement Übergeordnete Ziele

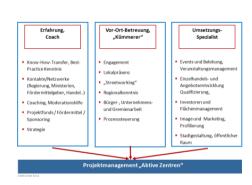


#### Ziele:

 Umsetzungsbegleitung der ISEK-Maßnahmen gemeinsam mit Verwaltung, Politik, Gewerbe und Bürgern, langfristige Sicherung der "Städtebauförderung"



- Optimierung der Nutzungs- und Versorgungsfunktion in der Innenstadt
- Aufbau von nachhaltigen Organisationsstrukturen für ein gemeinsam getragenes Innenstadt- bzw. Citymanagement (Stadtmarketingstruktur)
- Unterstützung der Innenstadt-Akteure bei der Planung und Umsetzung von Maßnahmen zur Belebung des Zentrums (Maßnahmenkatalog und Umsetzungsprogramm)



#### Jeder private Euro wird durch die Förderung verdoppelt

50% öffentlich	60% Städtebau- förderung	6.000 €			
	40% Stadt	4.000 €			
50% privat	50% privat	10.000 €			

# "Aktive Zentren"-Projektmanagement

### Bisherige Schritte



- Projektorganisation, Schaffung von Investitionssicherheit für die Versorgungsstandorte (Sortimentsliste, Zentraler Versorgungsbereich)
- Expertengespräche, Kennenlernen
- Vorbereitung spezifische Organisationsstruktur "Aktive Zentren" (Projektfonds, Leitlinien, …)

### Aktuell 2 Schwerpunktthemen:

- Nutzungsstruktur in der Innenstadt (> 35 Eigentümergespräche, Entwicklung Nutzungsstruktur Potenzialflächen, Abstimmung mit Planer, Investoren...)
- Organisationsentwicklung "Standortförderung Traunreut" als Grundlage für die weitere öffentlich-private Zusammenarbeit

# "Aktive Zentren"-Projektmanagement

### Bisherige Schritte





Maßnahmen- und Ideenkatalog - Projektmanagement "Aktive Stadt- und Ortsteilzentren" Traunreul

#### 3 Maßnahmenübersicht

			Priorität			Umsetzungsdauer		
Maßnahmen		hoch	mittel	gering	kurz	mittel	lang	
Handlu	ngsfeld Organisation							
1	Einrichtung eines Stadtentwicklungsausschusses zur Koordination der Stadtentwick- lungsaktivitäten							
2	Organisationskonzept zur öffentlich-privaten Kooperation							
3	Gewerbetreibende: Ansprechpartner definieren							
4	Stadt: Kooperationspartner bei Projekten							
Handlu	ngsfeld Stadtgestaltung und Stadtentwicklung							
5	Verschönerungen im öffentlichen Raum							
6	Etablierung einer einheitlichen Gestaltungsrichtlinie für die Traunreuter Innenstadt							
7	Einrichtung eines kommunalen Förderprogramms							
8	Weiterentwicklung des Besucherleitsystems							
9	Optimierung des Parkleitsystems							
10	Beleuchtungskonzept							
11	Erweiterung und Verbesserung des Stellplatzangebots im Zentrum							
12	Plakatierungskonzept							
Handlu	ngsfeld Angebot und Flächen							
13	Betreiber Potenzial-Check							
14	Aktives Flächenmanagement							
15	Optimierung der Warenpräsentation, "Store-Check"							
16	Attraktive Präsentation der vorhandenen Innenstadtunternehmen (inkl. Gastronomie)							
17	Serviceoffensive Einzelhandel – König Kunde							
18	(Laden-) Öffnungszeiten							
19	Mittagstischangebote							
20	Einkaufs- und Erlebnisführer							
21	Kostenlose W-LAN Hotspots							
22	Klare Positionierung der verkaufsoffenen Sonntage							
23	Open Air - Kochevent							
24	Internationales Treffen/Fest – Austausch der Kulturen							
Handlu	ngsfeld Identität / Image / Marketing / Kommunikation							
25	Projekt "Barrierefreie Stadt"							
26	Imagekampagne Traunreut							
27	CD/CI-Konzept							
28	Willkommenspaket für Neubürger							
29	Traunreuter Jobbörse (Unternehmens- und Absolventen-Messe)							
30	Frühzeitige, systematisierte Bürgerbeteiligung (z.B. bei Straßenumbau, relevanten entwicklungsfragen etc.)							

### Maßnahmenkatalog

- Über 30 Maßnahmen, abgeleitet aus den Empfehlungen des ISEK
- Schrittweise Umsetzung (Ressourcen?)



Aufgabenbereich

"Standortförderung Traunreut"

#### **Anlass**



- Stärkung der Standortförderung in Traunreut
- Ermöglichung neuer Projekte zur Standortstärkung
- Professionalisierung von bestehenden Strukturen

### Grundprinzip:

- 1. Aufgaben und Ziele definieren
- 2. Erforderliche und verfügbare Ressourcen abgleichen
- 3. Grundsätze der Organisation festlegen
- 4. Finanzierungssicherheit (mindestens 3 Jahre) sicherstellen

#### Welchen Rahmen brauchen wir?



- Verbindlichkeit und Verpflichtung zu gemeinsamen Zielen
- Gute Kooperation in/mit der Stadt für die ganze Stadt
- Verbindlicher Austausch Stadt und Wirtschaft
- Mehr Hauptamtlichkeit Qualitätsstandards/Professionalität
- Aktive Koordination und Kommunikation (in der gesamten Stadt)



Status Quo: Strategische Lücken aus Sicht der CIMA





### Bereich "Image/ Profilierung"

- Es ist bisher noch keine klare Definition erfolgt, welche eindeutigen "Markenbausteine" der Marke "Stadt Traunreut" zuzuordnen sind und wie diese kommuniziert werden sollen.
   → CD/CI/Imagekampagne
- Es gibt keine zentrale Stelle für Presse- und Öffentlichkeit, die bürgermeisternah agiert, als Schnittstelle aller Teilbereiche der Stadt fungiert und die Stadt regelmäßig positiv nach außen vermarktet präsentiert. → Multi-Channel-Öffentlichkeitsarbeit / Stadtsprecher

#### Bereich "Inhalte/ Stadtmarketingaktivitäten"

- Das gemeinsame Ziel der Stärkung Traunreuts als Wohn-, Lebens- und Einkaufsstandort wird aktuell nur bruchstückhaft verfolgt.
- Es fehlt eine systematische Vernetzung und ein übergreifendes "Dach" in den Projekten. Die Planung und Umsetzung erfolgt "intuitiv" und ist stark abhängig von den handelnden Akteuren.

### Strategische Lücken in Traunreut



### Bereich "Organisation/ Akteure/ Ressourcen"

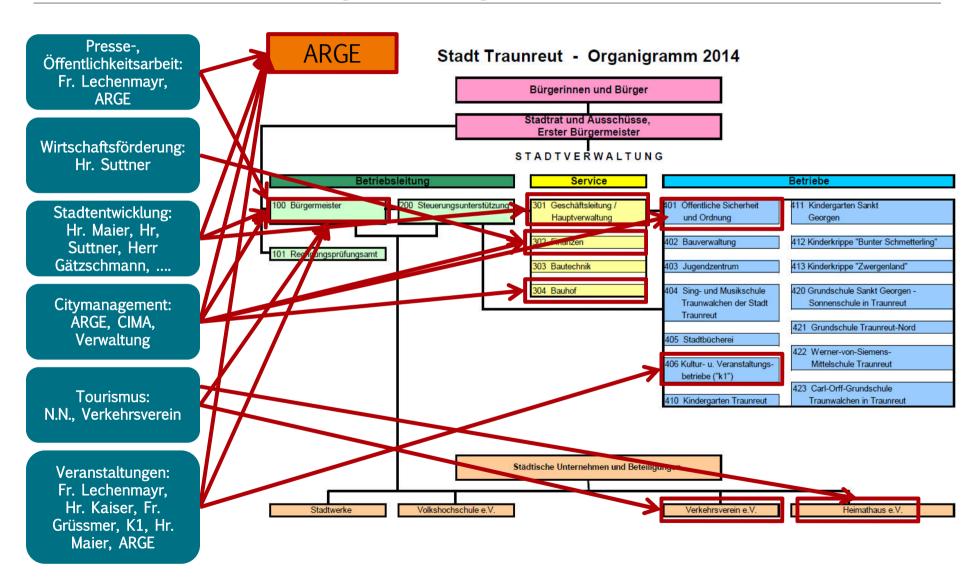
- Die Vernetzung und Kooperation zwischen verschiedenen Themenbereichen erfolgt v.a. auf Projektebene, eine institutionalisierte Abstimmung fehlt.
- Die stadtmarketingrelevanten Aufgaben werden zum Teil ehrenamtlich übernommen.
   Das Ehrenamt ist an der Belastungsgrenze angelangt, der Handel agiert ohne strategisches Konzept.
- Aktuell erlaubt die Vielzahl an Themen, Projekten und zuständigen Akteuren nur bedingt eine Konzentration auf die jeweiligen Kernaufgaben.
- Dementsprechend fehlen aktuell Ressourcen im Bereich
  - "Übergeordnete Standortförderungsstrategie und Koordination"
  - "Presse- und Öffentlichkeitsarbeit"
  - Unterstützung Ehrenamt/Innenstadtkümmerer
  - Events und Veranstaltungen
  - Besucherservice und Tourismus

Im.

Status Quo: Systemanalyse Organisation

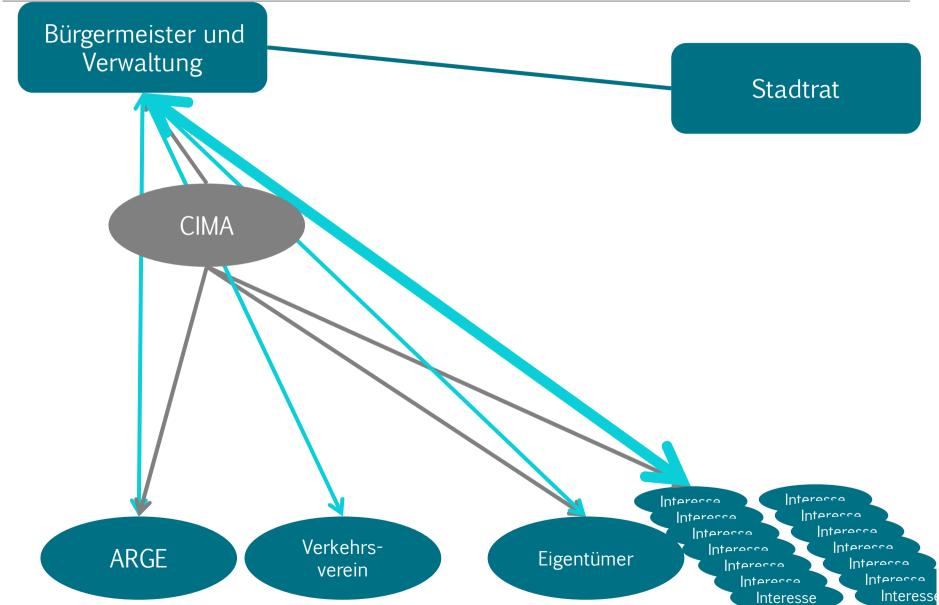


Aktuelle Kommunikationswege verwaltungsintern (Skizze)







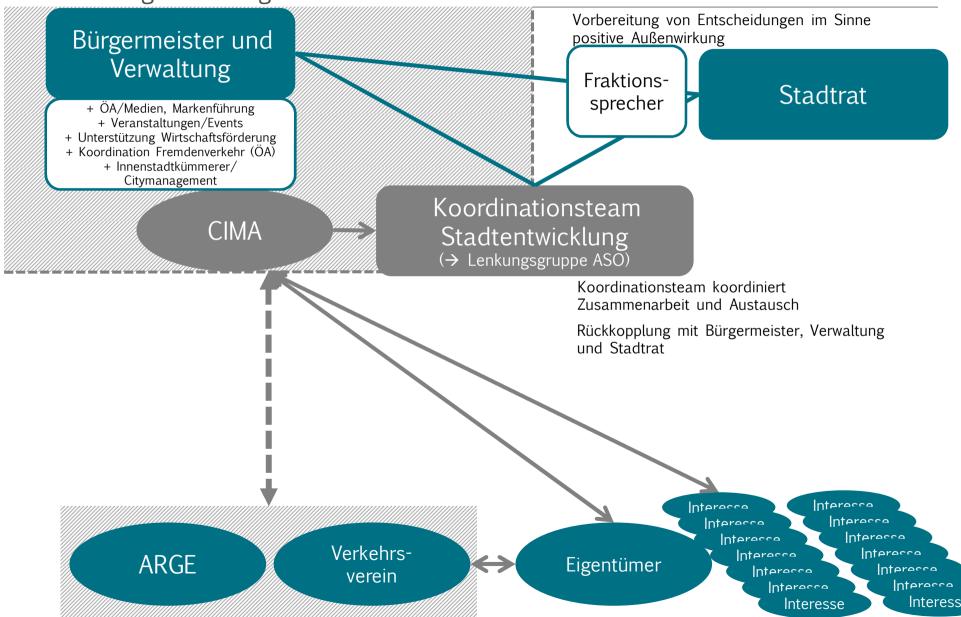




Entwicklungsperspektive Organisationsentwicklung

Zielstellung + Wirkung









Gründung eines Koordinationsteams aus Politik und Meinungsbildnern

### Standortentwicklung

Koordinationsteam, z.B. aus Wirtschaftsbeirat, Politik, Verwaltung, Eigentümer

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit Wirtschaftsförderung / Innenstadtkümmerer

Tourismus /
Veranstaltungen / Kultur

#### Übergeordnete Standortförderungsstrategie und Koordination:

- Begleitendes Gremium, welches konkrete Empfehlungen an die Verwaltung und den Stadtrat richtet
- Qualitätssicherung, Controlling, Erfolgskontrolle: "Supervision" der Strategie, d.h. regelmäßige Überprüfung von Standards
- Abstimmung wichtiger politischer Entscheidungen
- Einbindung der Bürgerschaft
- Definition von Standards
- Systematisierung der Standortförderung im Hinblick auf eine strategische Ausrichtung, Planung und Kontrolle
- Impulsgeber-Funktion im Hinblick auf die Einhaltung der Stadtentwicklungs-Ziele
- Regelmäßige Überprüfung aller stadtmarketingrelevanten Maßnahmen hinsichtlich ihrer Vorbereitung, Umsetzung und Wirkung anhand klarer Prüfkriterien
- Konsequentes Monitoring

Optimierung der Organisationsstruktur (Verwaltung)



+ 1 Stelle

### Standortentwicklung

Koordinationsteam, z.B. aus Wirtschaftsbeirat, Politik, Verwaltung, Eigentümer

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit Wirtschaftsförderung / Innenstadtkümmerer

Tourismus /
Veranstaltungen / Kultur

#### Presse- und Öffentlichkeitsarbeit/Markenführung:

- Klassische Aufgaben der rathausnahen Öffentlichkeitsarbeit
- Markenführung (u.a. Definition eines Markenkerns, Entwicklung einer regionalen bzw. überregionalen Kommunikationsstrategie, Weiterentwicklung der bestehenden CI-/CD-Linie zu einem um-fassenden CI-/CD-Manual)
- Entwicklung konkreter Vorgaben und Möglichkeiten zur Anwendung der Marke durch private Partner ("Markenpolitik")
- Enge Abstimmung und Zusammenarbeit mit allen relevanten Bereichen der Verwaltung (inkl. Standortförderung)
- Betreuung, systematische Pflege und Fortentwicklung der diversen Kanäle der Außen- und Innenkommunikation (Internet, Social Media, Print, etc.) im Sinne des CI/CD-Konzeptes
- Begleitung, Koordination der öffentlichen und privaten Partner im Außenmarketing (z.B. Messeauftritte)
- Ausbau des Innenmarketings
- Cross-Selling-Potenziale zwischen öffentlichen und privaten Partnern strategisch hinterlegen und gezielt ausbauen
- Aufstellen eines Jahresplans für die Abstimmung der wichtigsten Werbemaßnahmen

Optimierung der Organisationsstruktur (Verwaltung)



+ 1-1,5 Stellen

### Standortentwicklung

Koordinationsteam, z.B. aus Wirtschaftsbeirat, Politik, Verwaltung, Eigentümer

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit Wirtschaftsförderung / Innenstadtkümmerer

Tourismus /
Veranstaltungen / Kultur

#### Wirtschaftsförderung

- Bestandspflege Unternehmen: Unternehmensbesuche, Netzwerkpflege, Fördermittelberatung, Kontaktvermittlung, Ansprechpartner und Services für die (Groß-)Unternehmen, Newsletter
- Aufbau eines gesamtstädtischen Flächenmanagements
- Unternehmensansiedlungen: Vermarktung und Vermittlung von Gewerbegrund-stücken/-objekten, Standortwerbung
- Existenzgründerförderung: Beratung von Existenzgründern, Veranstaltungen
- Schnittstelle zwischen Handel und Verwaltung
- Beförderung relevanter Themen (Qualität und Serviceorientierung, Profilierung und Stärkung verschiedenen Handelslagen, gezielte Branchenmixentwicklung)
- Förderung der Aktivitäten der ARGE und weiterer privater Partner (Veranstalter etc.)
- Entwicklung und Durchführung von Werbemaßnahmen für den Innenstadtbereich im Abgleich mit den städtischen und privaten Leistungsträgern
- Betreuung der "Lenkungsgruppe"





Neuordnung der bestehenden Strukturen

### Standortentwicklung

Koordinationsteam, z.B. aus Wirtschaftsbeirat, Politik, Verwaltung, Eigentümer

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit Wirtschaftsförderung / Innenstadtkümmerer

Tourismus /
Veranstaltungen / Kultur

#### Veranstaltungen / Kultur:

- Anlaufstelle für Kulturschaffende, Kulturservice
- Weiterentwicklung und Förderung des kulturellen Angebotes im Abgleich mit kulturpolitisch aktuellen Fragestellungen (z. B. kulturelle Bildung, Interkultur, Kultur und Stadtentwicklung)
- Durchführung und Förderung kultureller Veranstaltungen
- Bereich Veranstaltungsdienstleistungen (z.B. Akquisition und Terminierung von Veranstaltungen, sowie Beratung, Kalkulation, Ablaufplanung, Logistik, Abwicklung, Abrechnung einschließlich Personalplanung)

#### Tourismus:

- Besucherservice, Betreuung von Besuchergruppen, Stadtführungen (themenbezogen, ...), Tagungen, Kongressen
- Ticketverkauf, Hotelreservierungen / Zimmervermittlung
- Internet: Produkte generieren, Management von Verlinkungen/Pflege von Tourismusseiten im Netz
- Produktentwicklung, Ideensammlung, Merchandising
- Qualitätssicherung durch Begleitung von Kategorisierungen etc.
- Präsenz: Klärung Verband-Mitgliedschaften, Vertretung, Auswahl relevanter Kooperationen, Messe- und Ausstellungs-präsenz, Kooperation mit Reiseveranstaltern, Reiseverlagen und Reisejournalisten
- → Weiterentwicklung abhängig von Kulturentwicklungsplanung; ggf. Bereichsentwicklung als "Servicestelle" mit Verortung K1 möglich





### Standortentwicklung

Koordinationsteam, z.B. aus Wirtschaftsbeirat, Politik, Verwaltung, Eigentümer

**ARGE** 

Verkehrsverein

#### Aufgaben:

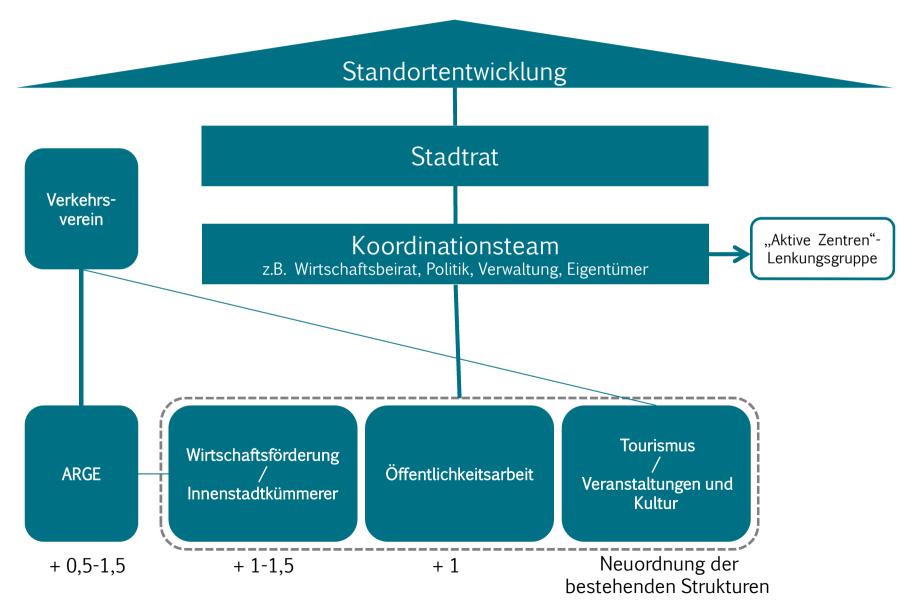
- Interessenvertretung
- Netzwerkarbeit
  - Mitgliederevents
- Gemeinschaftswerbung
  - thematisch, branchenbezogen
  - Gewinnspiele
- Veranstaltungen und Events
  - 4 Verkaufsoffene Sonntage
  - Märkte (z.B. Ostermarkt, Kunsttage, ...)
  - 2-3 Sonderveranstaltungen (Kulinarik, Familien, International
- → Möglichkeit der kommissarischen Übernahme bzw. Unterstützung durch die cima aus dem aktuellen Stundenbudget

#### Vorgehen:

- Basisarbeit: Touristische Kennzahlen, Zielgruppendefinition, Strategie- und Entwicklungskonzept
- Klärung Ressourcenbedarfe und organisatorische Schnittstellen
- ..

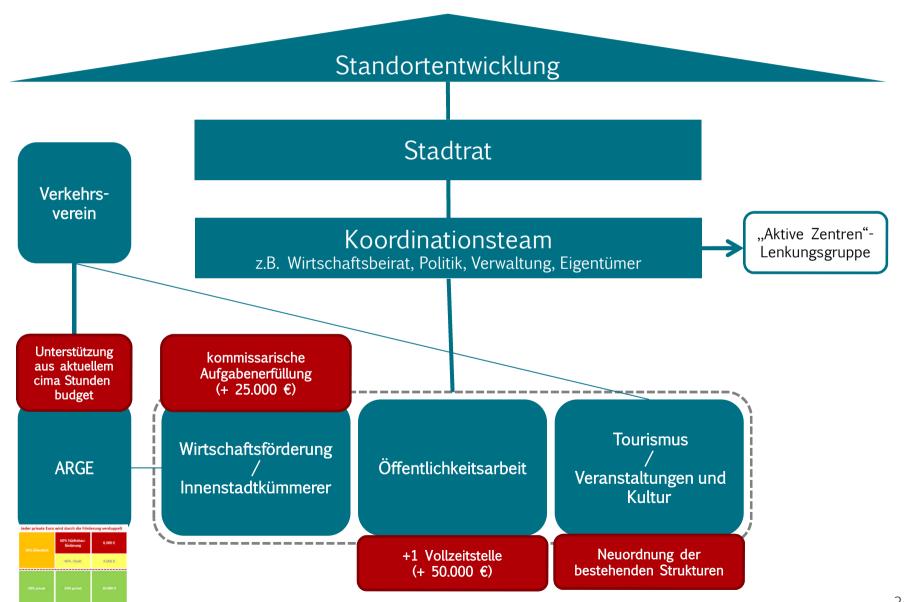








Optimierung der Organisationsstruktur - Zwischenschritt







Die cima empfiehlt dementsprechend folgendes pragmatische Vorgehen:

#### Bereich Koordinationsteam:

- Identifikation wichtiger Akteure zur Einrichtung des Koordinationsteams
  - > Start der Arbeit Anfang 2015

#### Bereich Presse- und Öffentlichkeitsarbeit:

- Entscheidung 1) Einrichtung einer Vollzeitstelle im Stellenplan der Stadt bzw. 2) "sortieren" der bestehenden Ressourcen
  - ➤ Kostenansatz: 50.000 €
  - > Start der Arbeit Anfang/Mitte 2015

#### Bereich Wirtschaftsförderung / Innenstadtkümmerer:

- Entscheidung 1) Einrichtung 1 bzw. 1,5 Stelle(n) im Stellenplan der Stadt bzw. 2) für 2015 kommissarische Aufgabenerfüllung durch die cima z.T. im Rahmen des bestehenden Stundenbudgets (Innenstadtkümmerer) sowie externe Auftragsvergabe Wirtschaftsförderung
  - ➤ Kostenansatz: 25.000 €
  - > Start der Arbeit Anfang 2015, Überleitung in Zielstruktur ab 2016



### Ihre Ansprechpartner:

Dipl.-Geogr. Achim Gebhardt T 089 55118-139, gebhardt@cima.de

B.Sc.-Geogr. Elisabeth Lotter T 089 55118-232, lotter@cima.de

Weitere Informationen zur cima und unseren Projekten finden Sie auf unserer Homepage

www.cima.de