

## Vorlage

Drucksachen-Nr.:	<b>DR/BV/121/2008/BL/Gr</b>
Einreicher:	Fraktion Bürgerliste/ Die Grünen Fraktionen Bürgerliste/Die Grünen, CDU und SPD

Beratungsfolge	Status	Termin	Für	Gegen	Enthaltung	Bestätigung
Ausschuss für Wirtschaft, Stadtentwicklung und Tourismus	öffentlich	27.03.2008				

**Titel:**

Stadtmarketinggesellschaft

**Beschlussvorschlag:**

Die Stadtverwaltung wird beauftragt, ein Konzept zum Aufbau einer Stadtmarketinggesellschaft zu erarbeiten.

Gegenstand der Gesellschaft soll die Koordination, Durchführung und Umsetzung von Aktivitäten und Maßnahmen des Stadtmarketings in Dessau-Roßlau sein. Ziel ist es, alle Marketingaktivitäten aus einer Hand zu organisieren. Zu prüfen sind neben möglichen Betriebsformen und Finanzierung der Gesellschaft die Zusammenführung folgender Betriebszweige: Tourismus, Standortmarketing sowie Innenstadt- und Veranstaltungsmanagement.

Der Entwurf des Konzeptes ist spätestens im Juni 2008 dem Wirtschaftsausschuss vorzulegen.

Gesetzliche Grundlagen:	
Bereits gefasste und/oder zu ändernde Beschlüsse:	
Vorliegende Gutachten und/oder Stellungnahmen:	
Hinweise zur Veröffentlichung:	

**Finanzbedarf/Finanzierung:****Begründung:** siehe Anlage 1

Für den Einreicher:

Fraktionsvorsitzender

## **Anlage 1:**

### **Begründung**

Ein zentrales Stadtmarketing gibt es in Dessau-Roßlau nicht. Vergleichbare Städte haben in den vergangenen Jahren ihre Innen- und Außenwahrnehmung durch ein professionelles Stadtmarketing – verknüpft mit einer engen regionalen Zusammenarbeit - gestärkt und verbessert.

In Dessau-Roßlau dagegen sind für die genannte Aufgabe mehrere Ämter zuständig, Marketingmittel werden nicht zentral gesteuert und eingesetzt, Öffnungs- und Ansprechzeiten orientieren sich am öffentlichen Dienstrecht und nicht am Kunden, ein einheitliches koordiniertes Vorgehen ist nicht zu erkennen. Aber auch andere Institutionen wie Bauhaus, Kulturstiftung, Museen oder das Theater werben für Dessau-Roßlau ohne dass eine gemeinsame Strategie und Auftreten in ausreichendem Maße erkennbar sind.

Damit werden Chancen im regionalen, nationalen und internationalen Wettbewerb vertan und vor dem Hintergrund knapper Haushaltsmittel die finanziellen Ressourcen nicht effizient eingesetzt.

Ein gezieltes zusammengehörendes strategisches Marketing für Stadt und Region ist daher dringend nötig, wie auch der Abschlussbericht des Netzwerkes CityNet Dessau, die Auswertung der Stadtmarketinginitiative Citynet aus Fördermitteln URBAN-II durch das Amt für Wirtschaftsförderung, die Untersuchung der Stadtverwaltung zum Einsatz der hauseigenen Marketingmittel und -aktivitäten, oder die Vorstellungen des Anhaltischen Theaters vor dem Wirtschaftsausschuss unterstreichen.