

ÖFFENTLICHE BESCHLUSSVORLAGE

Amt/Eigenbetrieb:

OB/A Amt des Oberbürgermeisters

Beteiligt:**Betreff:**

Änderung der Satzung des Stadtmarketing Hagen e.V.

Beratungsfolge:

30.03.2006 Rat der Stadt Hagen

Beschlussfassung:

Rat der Stadt Hagen

Beschlussvorschlag:

Der Rat stimmt den in der Anlage aufgeführten Änderungen der Satzung des Stadtmarketing Hagen e.V. zu.

Der Rat beauftragt die VertreterInnen der Stadt Hagen in der Mitgliederversammlung des Stadtmarketing Hagen e.V., der Satzungsänderung in der vorliegenden Form in der Mitgliederversammlung des Vereins am 06.04.2006 zuzustimmen.

Der Rat beschließt, folgende Vertreter in den Vorstand des Stadtmarketing Hagen e.V. zu entsenden:

- Herrn Oberbürgermeister Peter Demnitz

- _____
- _____
- _____
- _____
- _____

Der Rat nimmt die Entscheidung des Oberbürgermeisters, folgende Personen in den „Strategieverbund Stadtmarketing und Standortmarketing“ als Ausschuss des Stadtmarketing Hagen e.V. gem. § 15 der Vereinssatzung zu entsenden, zur Kenntnis:

- Christine Grebe
- Horst Flühöh
- Peter Mook



Der Stadtmarketing Hagen e.V. beabsichtigt, in seiner Mitgliederversammlung am 06.04.2006 die Vereinssatzung in einigen Bereichen zu ändern. Insbesondere beziehen sich die Änderungen auf die Zusammensetzung des Vorstandes und die Bildung eines „Strategieverbundes Stadtmarketing und Standortmarketing“ als Organ des Stadtmarketingvereins. Die Änderungen sind der Vorlage als Anlage beigelegt.

Der Rat der Stadt Hagen hat der Gründung des Stadtmarketing Hagen e.V. incl. der Vereinssatzung am 29.01.1998 zugestimmt (Drucksachen-Nr. RAT 100186/97). Der Verein beabsichtigt, in seiner nächsten Mitgliederversammlung am 06.04.2006 seine Satzung in einigen Teilen zu ändern. Die Änderungen sind im Detail in einer Gegenüberstellung der alten und der neuen Fassung dieser Vorlage als Anlage beigefügt.

Folgende drei Punkte sind aus Sicht der Verwaltung von besonderer Bedeutung:

a) Veränderung in der Besetzung des Vorstandes

Dem bisherigen Vorstand gehören 6 Personen an. Dies sind zwei VertreterInnen des Rates der Stadt Hagen (bisher Herr Oberbürgermeister Peter Demnitz und Frau Ellen Neuhaus), zwei VertreterInnen der Großsponsoren (mit einer jährlichen freiwilligen Zusatzzahlung in Höhe von mindestens 10.000 EURO) sowie zwei frei aus dem Kreis der Vereinsmitglieder zu wählende Personen.

Dem Vorstand sollen zukünftig zwölf Personen angehören, die sich wie folgt zusammensetzen:

- Der Oberbürgermeister
- 5 VertreterInnen des Rates der Stadt Hagen
- 3 VertreterInnen der Großsponsoren
- 3 frei gewählte Vorstandsmitglieder

Der Vorstand wählt aus diesem Kreis eine(n) Vorsitzenden, eine(n) StellvertreterIn und ein geschäftsführendes Vorstandsmitglied als vertretungsberechtigten Vorstand.

Der angedachten Vergrößerung des Vorstandes liegen insbesondere zwei Gedankengänge zu Grunde. Zum einen soll der Rat der Stadt Hagen stärker in die Entscheidungsebene des Stadtmarketingvereins eingebunden werden. Die inhaltliche Verbindung des Vereins zu den Leitsätzen der Hager Kommunalpolitik und die personelle Vernetzung werden dadurch nachhaltig optimiert. Insbesondere sind so die Ergebnisse der Arbeit von Politik und Verwaltung in bezug auf die demografische Entwicklung der Stadt (vgl. Grundsatzbeschluss „Hagen – lebendige Stadt mit Zukunft“) besser auf die Umsetzungsebene des Stadtmarketing zu transportieren.

Der Stadtmarketing Hagen e.V. hat seine Arbeit in den vergangenen Jahren im Rahmen der Entwicklung der „Neuen City Hagen“ auf den Innenstadtbereich fokussiert. Zukünftig möchte er einen stärker gesamtstädtisch geprägten Ansatz verfolgen. Auch hier ist eine bessere Vernetzung zur Kommunalpolitik von besonderer Bedeutung.

Ein zweiter Vorteil der Vergrößerung der Vorstandsebene ist die Möglichkeit, zusätzliche Persönlichkeiten aus der heimischen Wirtschaft für den Vereins ansprechen und gewinnen zu können. Damit kann in den Folgejahren eine starke Dreierbeziehung Stadtmarketing – Zukunftsforum – Demografische Entwicklung entstehen, die durch eine weitestgehende auch personelle Identität der handelnden Akteure eine bessere Abstimmung der Hager Stadtmarketing-, Leitbild- und Markenbildungsprozesse garantiert.

b) Wegfall des Marketing-Beirates als Organ des Stadtmarketing Hagen e.V.

Der Marketing-Beirat war bisher neben dem Vorstand und der Mitgliederversammlung drittes Organ des Vereins. Damit war bezweckt, dass sich die Mitglieder des Marketing-Beirates als Vorläufer des Stadtmarketing Hagen e.V. auch persönlich im Verein wiedergefunden haben. De facto war der Marketing-Beirat als eigenes Organ seit Bestehen des Vereins überflüssig, da er nie eigenständig in Erscheinung getreten ist. Die Mitglieder des Beirates waren von Anfang an den übrigen Mitgliedern gleichgestellt, so dass seit 1998 die beiden Organe „Mitgliederversammlung“ und „Marketing-Beirat“ immer gemeinsam getagt haben. Aus Gründen der Vereinfachung soll zukünftig nur noch die Mitgliederversammlung Organstatus besitzen.

c) Bildung eines „Strategieverbundes Stadtmarketing und Standortmarketing“ als Ausschuss des Stadtmarketing Hagen e.V.

Der Stadtmarketingverein hat in Zusammenarbeit mit der Stadt Hagen bereits vor mehreren Jahren einen Strategieverbund Stadt- und Standortmarketing gegründet, dem VertreterInnen des Vereins, der Wirtschaftsförderung Hagen GmbH und der Stadt Hagen angehören. Dieser Verbund soll zukünftig als fester Ausschuss des Stadtmarketingvereins noch stärker in die gemeinsame Arbeit integriert werden. Angedacht ist hier die Schaffung eines Netzwerkes aller am Stadtmarketingprozess beteiligten Institutionen. Neben einem regelmäßigen Gedanken- und Informationsaustausch soll im Strategieverbund zukünftig abgestimmt werden, welcher Träger sich schwerpunktmäßig mit welchen Inhalten und Maßnahmen beschäftigt. Insbesondere sollen in diesem Verbund gemeinsame gesamtstädtische Marketingstrategien und ein untereinander abgestimmter Leitbild- und Markenansatz für Hagen entwickelt werden.

Dem Strategieverbund sollen das geschäftsführende Vorstandsmitglied und der Geschäftsführer des Stadtmarketingvereins, ein(e) VertreterIn der Wirtschaftsförderung Hagen GmbH sowie drei vom Oberbürgermeister benannte Personen angehören.

Das Hagener Stadtmarketing hat sich in den vergangenen Jahren kontinuierlich weiter entwickelt. Zahlreiche Projekte konnten unter Beteiligung des Stadtmarketingvereins erfolgreich umgesetzt werden, hier sei beispielsweise an die Vermarktung der „Neuen City Hagen“, die Entwicklung neuer Angebote im Sport- und Kulturbereich, die Umsetzung neuer Veranstaltungskonzepte wie etwa dem Seegeflüster am Hengsteysee, die Sensibilisierung der Öffentlichkeit beim Thema „Stadtsauberkeit“ (Aktion „Saubere Stadt Hagen“) und die Beleuchtung von historischen Gebäuden im Stadtgebiet erinnert. Auch die Leitbilder für das Hagener Stadtmarketing konnten systematisch weiter entwickelt werden – nicht zuletzt dank der Unterstützung durch das vom Marketingclub Südwestfalen initiierte Zukunftsforum Hagen, einem Zusammenschluss von Spitzenkräften der heimischen Industrie und Wirtschaft.

Die Neuordnung des Stadtmarketingvereins wird ein wichtiger Schritt auf dem Weg zur Bildung einer „Marke Hagen“ sein. Der Vorstand wird sich zukünftig aus Personen zusammensetzen, die sowohl in Richtung Kommunalpolitik als auch in Richtung Wirtschaft und Industrie ideale Multiplikatoren sind.

Das gemeinsame Ziel des Hagener Stadtmarketing sollte die Erarbeitung von Strategien und Maßnahmen für die vier vom Zukunftsforum beschlossenen Handlungsfelder „Wirtschaft & Innovation“, „Mensch & Motivation“, „Natur & Wellness“ sowie „Impuls & Kultur“ sein, die

BEGRÜNDUNG

Teil 3 Seite 3

Drucksachennummer:

0233/2006

Datum:

13.03.2006

letztendlich die Marke „LEBENDIGES HAGEN“ Wirklichkeit werden lassen. Ein erster Schritt wird die Erarbeitung eines hochwertigen Bildbandes sein, der unsere Stadt aus den genannten vier Handlungsfeldern heraus betrachten wird. Dieser wird noch vor der Fußball-Weltmeisterschaft herausgegeben.

Auch das zur Verhinderung demografischer Bevölkerungsverluste zu entwickelnde Handlungsfeld „Image, Stadtidentität und Touristik“ im Rahmen des Maßnahmenpaketes „Hagen – lebendige Stadt mit Zukunft“ soll sich in diese Struktur einbinden. Damit ist sichergestellt, dass die verschiedenen Handlungsansätze letztendlich alle in eine Richtung laufen werden – und das unter Beteiligung möglichst vieler Akteure – Personen wie Institutionen – aus unserer Stadt.

**FINANZIELLE
AUSWIRKUNGEN**

Teil 4 Seite 1

Drucksachennummer:

0233/2006

Datum:

13.03.2006

☒ Es entstehen keine finanziellen und personellen Auswirkungen.

**VERFÜGUNG /
UNTERSCHRIFTEN**

Teil 5 Seite 1

Drucksachennummer:

0233/2006

Datum:

13.03.2006

Veröffentlichung:

Ja

Nein, gesperrt bis einschließlich _____

Oberbürgermeister

Gesehen:

Stadtkämmerer

Stadtsyndikus

Beigeordnete/r

Amt/Eigenbetrieb:

OB/A Amt des Oberbürgermeisters

Gegenzeichen:

Beschlussausfertigungen sind zu übersenden an:

Amt/Eigenbetrieb:

Anzahl:

