



# Vier-Tore-Stadt Neubrandenburg

## Beschlussvorlage

Drucksachen Nr.: BV/VII/0279      Beschlussdatum: 28.04.22  
Beschluss-Nr.: STV 24/17/2022

Gegenstand: Stadtmarketingkonzept der Vier-Tore-Stadt Neubrandenburg und dessen Umsetzung;  
hier: Grundsatzbeschluss und Prüfaufträge zum Organisationsmodell

Behandlung: öffentlich

Einreicher: Oberbürgermeister

Beratung	Sitzungsdatum	Abstimmungsergebnis				Bemerkungen
		Ja	Nein	Enth.	Bef.	
Hauptausschuss	16.09.21	13	-	-	-	verwiesen
Kulturausschuss	21.09.21	5	-	2	-	beraten
	16.11.21	5	1	2	-	
Finanzausschuss	22.09.21					Aussprache für Verschiebung
	17./18.11.21	-	4	5	-	
Ausschuss für Generationen, Bildung und Sport	22.09.21	11	-	-	-	beraten
	17.11.21	6	4	-	-	
Stadtentwicklungsausschuss	23.09.21	7	-	2	-	beraten
	18.11.21	1	5	3	-	
Finanzausschuss	06.04.22					
Hauptausschuss	14.04.22	10	-	2	-	verwiesen
Stadtvertretung	28.04.22	31	-	6	-	beschlossen

Neubrandenburg, 08.09.21  
gez. Silvio Witt  
Oberbürgermeister



## Beschlussvorschlag:

Auf der Grundlage des § 22 Abs. 2 der Kommunalverfassung für das Land Mecklenburg-Vorpommern (KV M-V) wird durch die Stadtvertretung Neubrandenburg nachfolgender Beschluss gefasst:

1. Das „Stadtmarketingkonzept für die Vier-Tore-Stadt Neubrandenburg“ des Büros slapa & die raumplaner gmbh (Anlage 1) wird zur Kenntnis genommen und mit nachstehenden Änderungen als weitere Handlungsgrundlage bestätigt:
  - Maßnahme 2 „Koordinierungsstelle Stadtmarketing“ entfällt. Die Koordinierung und Umsetzung des Stadtmarketingkonzeptes erfolgt durch die VZN als künftige Veranstaltungs- und Stadtmarketing GmbH. Die Verwaltung hält als Schnittstelle und für die Ausübung der Auftraggeberfunktion für das Stadtmarketing 0,25 VZÄ vor. Neu aufzunehmen ist eine Maßnahme „Verwaltungsmarketing“ als Verwaltungsaufgabe mit folgendem Inhalt: effiziente Bereitstellung der Verwaltungsleistungen orientiert an Bürgernutzen (Kollektivbedürfnisse) und Bürgerfreundlichkeit. Auf- und Ausbau eines positiven Images der Verwaltung und damit zufriedenen Einwohnern und Einwohnerinnen sowie Nutzern und Nutzerinnen.
  - Maßnahmen 3 und 4 (Standortmarketing Wirtschaft, Bildung, Arbeitskräfte) werden zu einer Maßnahme „Wirtschaftsmarketing“ zusammengefasst.
  - Maßnahmen 6 bis 8 (Standortmarketing Innenstadt) werden zu einer Maßnahme „Innenstadtmarketing“ zusammengefasst.
  - Maßnahme 9 (Standortmarketing Stadtteile) wird als Maßnahme „Stadtteilmarketing“ geführt.
  - Die Maßnahmen 11 bis 16 (11 und 12 Standortmarketing, 13 bis 16 Erlebnismarketing) werden zu einer Maßnahme „Digitalmarketing“ mit Untergliederungen zusammengefasst. Auch für Maßnahme 16 ist der unter Maßnahme 14 vorgesehene Veranstaltungskalender zu berücksichtigen. Er soll als offener Kalender geführt werden mit Registrierung und Freigabe durch die VZN.
  - In Maßnahmen 3 bis 5 wird der Partner NEUWOGES namentlich aufgeführt.
  - Für die Umsetzung des Konzepts sind Fördermittel einzuwerben.
  - Sofern mit vertretbarem finanziellen Aufwand machbar, ist die Genderschreibweise im Konzept durch den Gutachter zu berichtigen.
  - Es ist vorzusehen, bei der Umsetzung Kooperationsvereinbarungen zu schließen und fehlende Partner zu ergänzen.
  - Zur Umsetzung des Konzepts ist ein jährlicher Bericht bzw. eine Tagung vorzusehen (ggf. im Wechsel).
  - Das Konzept soll alle drei Jahre fortgeschrieben werden.
  
2. Die Ergebnisse der Untersuchung „Organisationsgutachten für das Stadtmarketing in Neu-brandenburg“ der CIMA Beratung + Management GmbH (Anlage 2) werden zur Kenntnis genommen und der Organisationsvorschlag Modellvariante 3 favorisiert. In Vorbereitung weiterer Entscheidungen zur Organisation werden nachstehende Prämissen und Prüfaufträge festgesetzt:
  - Die Leitung des Stadtmarketings erfolgt durch die VZN als künftige Veranstaltungs- und Stadtmarketing GmbH (siehe auch zuvor Punkt 1, erster Anstrich).
  - Zur klaren Abgrenzung zwischen Marketing- und Verwaltungsaufgaben in den Maßnahmen 11 und 12 (Bestandteil der neuen Gesamtmaßnahme „Digitalmarketing“)

sind die vorhandenen Verwaltungsaufgaben aus dem Stadtmarketingkonzept zu streichen.

- Die Maßnahmen „Wirtschaftsmarketing“ (zusammengefasste Maßnahmen 3 und 4) werden nach Evaluation erster Ergebnisse in einem späteren Schritt implementiert.
  - Die Entwicklung der VZN als Veranstaltungs- und Stadtmarketing GmbH erfolgt mit einem weiteren Geschäftsführer bzw. Geschäftsführerin und einem Aufsichtsrat. Für die Beteiligung gesellschaftlicher Akteure wird ein Beirat vorgesehen. Die Stelle des weiteren Geschäftsführers bzw. Geschäftsführerin soll ausgeschrieben werden. Die künftig erforderliche Stellenausstattung ist durch die VZN anhand der übertragenen Aufgaben zu prüfen.
  - Erforderliche vergabe-, steuer-, beihilfe- und personalrechtliche Prüfungen in Vorbereitung des Organisationsmodells sind auf der Grundlage des angestrebten Aufgabenprofils der VZN durchzuführen. Für abschließende Entscheidungen zur künftigen Organisation und Aufgabenausstattung ist eine steuerliche Optimierung zu beachten.
3. Der Oberbürgermeister wird beauftragt, entsprechend der Ergebnisse des Prüfauftrages weitere erforderliche Beschlüsse der Stadtvertretung zur Umsetzung des Konzeptes und des Organisationsmodells vorzubereiten und zur Entscheidung vorzulegen.

### **Finanzielle Auswirkungen:**

Der Grundsatzbeschluss hat keine unmittelbaren Auswirkungen auf den Haushalt der Vier-Tore-Stadt Neubrandenburg, da entsprechende Umsetzungsbeschlüsse noch ausstehen.

Für die Umsetzung der in dem „Stadtmarketingkonzept für die Vier-Tore-Stadt Neubrandenburg“ empfohlenen Maßnahmen ist ein jährliches Budget vorzusehen. Über die zeitliche Reihenfolge und Bemessung der entsprechenden finanziellen Ressourcen ist anhand einer Maßnahmenplanung zu befinden. Die Einordnung von Ausgaben für das Stadtmarketing wird mit der jährlichen Haushaltsplanung entschieden. In dem „Organisationsgutachten für das Stadtmarketing in Neubrandenburg“ ist ein Vorschlag enthalten, die Umsetzung der Maßnahmen auf einen Zeitrahmen von fünf Jahren zu verteilen.

### **Klimarelevanz:**

- Auswirkungen auf den Klimaschutz
- ja, positiv\*
- ja, negativ\*
- nein

\*Erläuterung: -

### **Begründung:**

Gemäß Beschluss Nr. 167/09/20 vom 25.06.20 zur Drucksache Nr. VII/240 „Sicherung der mittelfristigen Haushaltsdurchführung; hier: Festsetzung von Prüfaufträgen“ besteht ein Auftrag, in Verbindung mit einem Leitbild der Vier-Tore-Stadt Neubrandenburg und der Erstellung eines Stadtmarketingkonzeptes die Entwicklung der Veranstaltungszentrum Neubrandenburg GmbH (VZN) zu einer Veranstaltungs- und Stadtmarketing-Gesellschaft zu prüfen. Die Stadtvertretung hat mit Beschluss Nr. 168/09/20 vom 25.06.20 zur Drucksache Nr. VII/260 über das „Leitbild für die Vier-Tore-Stadt Neubrandenburg“ entschieden. Auf dessen Grundlage wurden Aufträge zur Erstellung eines Stadtmarketingkonzeptes sowie zu einem Organisationsgutachten für das Stadtmarketing in Neubrandenburg vergeben und in Bearbeitung genommen.

Das Auftaktgespräch mit beiden Gutachtern fand am 06.08.20 in Neubrandenburg statt. In einem abgestimmten, jeweils mehrstufigen Verfahren erfolgte die parallele Bearbeitung beider Aufträge, im Zeitraum August 2020 bis Juli 2021. Bei der Bearbeitung wurden die Erfahrungen der heutigen Akteure innerhalb und außerhalb der Verwaltung im Stadtmarketing aufgenommen, Stärken und Schwächen analysiert, neue Überlegungen diskutiert und abgeglichen. Es fanden öffentliche Beteiligungsverfahren sowie Fachkonferenzen und mehrfache Einzelgespräche mit den Akteuren statt.

Mit dem vorliegenden Beschlussvorschlag sollen nunmehr Grundsatzbeschlüsse zu den Ergebnissen beider Untersuchungen herbeigeführt werden. Damit werden die Gutachten mit den darin gegebenen umfangreichen Empfehlungen die Grundlage für die weitere Vorbereitung auf die Umsetzung der Maßnahmen im Stadtmarketing und des Organisationsvorschlages für eine Einrichtung entsprechender Organisationsstrukturen im Stadtmarketing bilden.

Der von den Gutachtern im Ergebnis einer Variantenabwägung empfohlene Organisationsvorschlag, das sogenannte 2-Säulen-Modell sowie die Rechtsform einer GmbH, sieht vor, dass Aufgaben im Stadtmarketing, insbesondere im Bereich des Erlebnismarketings mit den Handlungsfeldern Sport, Kultur und Events sowie Tourismus, künftig auf die VZN übertragen werden. Damit entwickelt sich die Gesellschaft von einem heute im Wesentlichen Veranstaltungshäuser betreibenden und Veranstalter unterstützenden Unternehmen zu einer Veranstaltungs- und Marketinggesellschaft, wie sie auch in anderen größeren Städten anzutreffen ist und dort erfolgreich agiert. Für die Erledigung der erweiterten Aufgaben im Bereich des Stadtmarketings ist ein neuer Geschäftsbereich bei der VZN einzurichten. Gleichzeitig werden andere wesentliche Aufgaben im Stadtmarketing in einem neu zu bildenden zentralen Bereich beim Oberbürgermeister konzentriert. Dieser Bereich nimmt eine Auftraggeberstellung gegenüber der VZN GmbH ein. Die Leitung des neuen Geschäftsbereichs in der VZN und des Bereichs Stadtmarketing und Öffentlichkeitsarbeit soll in Personalunion erfolgen, sowohl um Synergien zu bewirken und Kosten zu sparen, aber vor allem um die Schnittstelle zwischen Verwaltung und GmbH effizient, das heißt mit möglichst geringem Abstimmungsaufwand und „Reibungsverlusten“, zu betreiben. Aufgrund der Aufgabenmehrung und -verantwortung der VZN soll diese mit einem eigenen Aufsichtsrat als Kontroll- und Beratungsorgan ausgestattet und die bisherige beratende Zuständigkeit des Aufsichtsrates der NEUWOGES beendet werden.

Die Leitungsstelle für den Bereich Stadtmarketing und Öffentlichkeitsarbeit ist im Stellenplan 2021 enthalten. Sie soll in Vorbereitung und Umsetzung der weiteren Beschlüsse zeitnah auf dem Wege der öffentlichen Ausschreibung besetzt werden.

Die Ergebnisse beider Untersuchungen sind der Drucksache beigelegt. Die vollständigen Unterlagen können in der Abt. Zentrale Steuerung eingesehen werden.

Ergänzung der Begründung:

Die unter Ziff. 1 und 2 beschlossenen Änderungen ergeben sich aus dem Diskussionsprozess innerhalb der Fraktionen sowie mit der Verwaltung im Geschäftsgang der Drucksache in der Stadtvertretung. Im Ergebnis sind in der Abwägung innerhalb der bestehenden Organisationsvarianten weitere Prüfungen erforderlich, ehe abschließende Entscheidungen zur Umsetzung herbeigeführt werden können.

## **Anlage**

Anlage 1: Stadtmarketingkonzept für die Vier-Tore-Stadt Neubrandenburg

Anlage 2: Organisationsgutachten für das Stadtmarketing in Neubrandenburg (Kurzfassung)