

# Konzeptentwurf

**Stadtmarketing Gettorf**  
**Oktober 2014**

Entwurf konzeptionelle Idee Stadtmarketing Gettorf

**Teilnehmer:** Wriedt, Grötsch, Borgmann

**Thema:** Aufgabenerfassung Stadtmarketing Gettorf  
Rahmenbedingungsmöglichkeit einer Stellenbeschreibung

---

## **Aufgaben Stadtmarketing Gettorf**

- Entwickeln einer corporate identity
  - um Wiedererkennung zu schaffen
  - Identität für die Gemeinde Gettorf schaffen
- Planung von Projekten auf der Basis der 2004 erstellten Dipl.Arbeit
  - z.B. Parkleitsystem
  - Aktionen, um Innenstadt zu beleben
  - Freiflächenmanagement
  - Anbindung/Ausbau der touristischen Attraktivität
- Planung von Projekten aufgrund der 2014 erfolgten Befragung
- Visuelle Aufbereitung, Printmedien und Webdesign
- Ansprechpartner und Netzwerkpflge für die verschiedenen Interessengruppen in Gettorf
  - Veranstaltungen zur Identifizierung der Bevölkerung mit der Gemeinde zur Kaufkraftbindung
  - Schnittstelle der Kommunikation zw. Handel, Gewerbe und Bevölkerung
  - Bilden von Werbegemeinschaften
  - Nutzen vorhandener Ressourcen (z.B. Vorteile für Gettorf durch Mitgliedschaft in LTO)

## **Inhaltliche Begründung**

Sowohl die Empfehlung aus der Diplomarbeit, als auch die Befragung zeigen die Notwendigkeit des Handlungsbedarfes auf.

Bei der Befragung ist aufgrund der minimalen Rückläufer zu beobachten, dass ein akutes Desinteresse der Mitgestaltung aufgrund von fehlender Identität mit dem Ort besteht. Diesen Rückschluss lässt die Auswertung der offenen Fragen der Fragebögen zu, innerhalb derer die Wunschformulierung abgebildet ist, es gäbe „zu wenig Aktionen“ für Gettorf.

Gleichzeitig besteht kein Vertrauen in die Kompetenz solch einer Stelle, hier ist zu vermuten, dass die Unkenntnis, welche Vorteile Stadtmarketing für alle Beteiligten (Gemeinde, Wirtschaft und Bevölkerung) bringt, die Vorbehalte nährt.

Folglich sollte bei einem Paradigmenwechsel an erster Stelle eine transparente Kommunikation in alle Richtungen stehen.

Die Bezeichnung „Kümmerer“ bietet sich zur Einführung an, da sie nicht bedrohlich und verständlich klingt.

Die oben genannten Themen sind als Vorschläge zu betrachten, in welchen Bereichen ein Stadtmarketing aufgrund der erschlossenen Informationen seinen Ansatz in Gettorf finden kann.

## **Rahmenbedingungen für Stelle als „Kümmerer“**

- Stadtmarketing
  - Die Instrumente des Stadtmarketings sollten bekannt sein, um eine souveräne Prozesssteuerung zu gewährleisten
- BWL
  - Um den wirtschaftlichen Aspekten ( Budgetkalkulation, Kosten-Leistungsrechnung etc.) gerecht zu werden
- Erfahrungen im Bereich Mediengestaltung und Konzeptionelle Entwicklung
  - Hilfreich zum Überlappen der oben genannten Themenfelder z.B. der optischen Präsentation Gettorfs, Infolyerentwicklung, Aufbau einer Außenwirkung
- Veranstaltungsmanagement

## **Entlohnung**

Übliche Ansiedlung solcher Stellen befinden sich in Anlehnung an den TöVD-VKA in der Gruppe 9, wobei die Berufserfahrung in den Stufen geregelt ist

- Zur Gewährleistung im Ablauf mit Genehmigungen, Sicherheitsaspekte, Risikoeinschätzungen, Identifikation der Teilnehmer etc. pp.

## **Wochenstunden**

Um den Anschluss an eine innovative Entwicklung zu finden, empfiehlt es sich, mit einer Wochenstundenanzahl von 25 einzusteigen und die Notwendigkeit neu zu bewerten, sobald regelmäßige Projekte fest installiert sind.

Gleichzeitig erscheint es sinnvoll, die gesamten Stunden als Monatsstundenkontingent zu deklarieren, um in Anspannungszeiten der Projektdurchführungsphasen einen Aufbau von Überstunden zu vermeiden. So können in Anspannungszeiten die Stunden vorgezogen und in Ruhephasen Stunden abgebaut werden.

## **Arbeitszeiten**

In Berücksichtigung der verschiedenen artigen Arbeitsfelder gerade im Bereich Projektarbeit, sollte auf feste Arbeitszeiten verzichtet werden. Allerdings sollte der Kümmerer eine hohe Bereitschaft aufweisen, auch an Wochenenden und ggf. in den Abendstunden zu arbeiten, falls es die Aufgaben verlangen.

Gleichzeitig sollten „Kernzeiten“ der Erreichbarkeit festgehalten sein, so dass in der Kommunikation nach außen, Ansprechbarkeit gewährleistet ist.

(siehe auch Punkt Wochenstunden)

## **Arbeitsort, Arbeitsplatz**

Hierzu gibt es zwei konträre, aber miteinander koppelbare Seiten:

- a) Aus Gründen der Ersparnis besteht die Möglichkeit im home-office zu arbeiten
- b) Zur Ansprechbarkeit und Präsenz sollte es einen Arbeitsplatz innerhalb Gettorfs geben

Mögliche Umsetzung könnte ein Kombimodell aus beiden sein, in welchem innerhalb der Kernzeiten eine Präsenz vor Ort gewährleistet ist. Frage: Gibt es beim HGV oder in der Gemeinde einen Büroplatz, bei dem ein Platzsharing möglich ist, so dass kein neuer geschaffen werden muss?

## **Position**

**Eine Einordnung der Stelle sollte auf jeden Fall erfolgen, um die Kompetenzen und Verantwortung zu klären.**

- Welche Zeichnungsbefugnis
- Wer ist Ansprechpartner
- Rechenschaftsabgabe
- usw.

- Welche Art von Vollmacht um Vereinbarungen zu treffen, Entscheidungen (projektbezogen) zu treffen), Budgetverantwortung usw.

## **Bewertungs- kriterien**

Da es sich um eine aktivierungsbezogene und in der Starphase nicht Gewinne erzielende Aufgabe handelt, müssen zu Beginn die Parameter einer Bewertung des Erfolges festgelegt werden. Diese sollten nicht im quantitativen sondern im qualitativen Sektor angesiedelt sein.

Die Erfahrung zeigt, dass die Anwendung des SMART-Modells hilfreich zur genauen Zieleffinition im Vorfeld ist.

Eine Verschriftlichung muss erfolgen, so dass die Nachprüfbarkeit im Rahmen einer Auswertung gegeben ist.