

CIMA Beratung + Management GmbH

# Grenzüberschreitendes Stadt- und Standortmarketing für Laufen-Oberndorf



Mag. Roland Murauer CIMA Austria Beratung + Management GmbH

21. Juni 2018





Stadtentwicklung

Marketing

Regionalwirtschaft

Einzelhandel

Wirtschaftsförderung

Citymanagement

Immobilien

Organisationsberatung

Kultur

Tourismus

# 1. Ziele und Auftragsinhalte





 offene Diskussion über die Notwendigkeit einer gemeinsamen Marketingplattform zwischen Laufen und Oberndorf

 Identifikation sinnvoller Kooperations- und Aufgabenfelder

• Entwicklung eines **realistisch**, **umsetzbaren** Modells





# 2. Chancenpotenziale und mögliche Leistrategien





# 3. Zielgruppen eines Stadt- und Standortmarketings



Stadtpolitik

Wirtschaftsverbände regionale Leitinstitutionen

Innenstadt-Betriebe



Gewerbe, Industrie, DL

NeubürgerInnen

Sport-, Kultur-Freizeitvereine





# 4. wesentliche Vorteile eines Stadt- und Standortmarketings





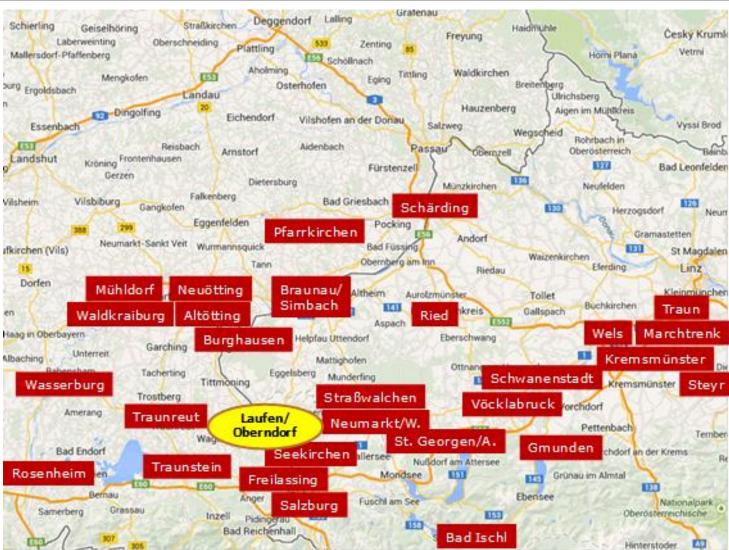
- generelle **Professionalisierung** des "Außen"-Auftritts und der Standortpositionierung der beiden Städte
- effektives Instrument der Städte zur proaktiven Steuerung bzw. Weiterentwicklung der wirtschaftlichen Attraktivität
- personelle Entlastung bzw. gezielte Unterstützung der Stadtverwaltungen durch Ubernahme bzw. Auslagerung von bislang nicht oder in zu geringem Ausmaß erfolgten Tätigkeiten
- nachhaltige Unterstützung der lokalen Wirtschaft bei der Umsetzung bzw. Organisation von diversen Projekten
- Möglichkeit zur breiten Einbindung der lokalen Wirtschaft (Leitbetriebe) aufgrund einer professionellen Struktur
- rasches und flexibles Reagieren auf unterschiedliche Aufgabenstellungen durch eine professionelle Struktur





# 5. Stadt- und Standortmarketingeinheiten im reg. Umfeld









# 6. Grundvoraussetzungen für ein gemeinsames STAMA





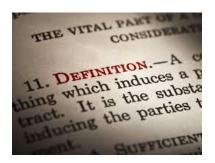
- klares Bekenntnis der lokalen Wirtschaft zur Unterstützung einer gemeinsamen Stadt- und Standortmarketingplattform
- Vorhandensein einer gemeinsamen Werbegemeinschaft auf breiter Basis
- inhaltliche Zusammenarbeit mit dem TVB Oberndorf
- anzustrebende Drittel-Finanzierung eines gemeinsamen Stadtund Standortmarketings zwischen den beiden Städten und der lokalen Wirtschaft
- klares Organisations-, Aufgaben- und Kompetenzprofil eines gemeinsamen Stadt- und Standortmarketings





# 7. Stadt-/Standortmarketing in Laufen-Oberndorf





- Stadt- bzw. Standortmarketing in Laufen-Oberndorf umfasst den Kommunikations- bzw. Gestaltungsprozess nach "Innen" sowie nach "Außen". Dieser Prozess wird von allen wesentlichen Organen und Institutionen der Städte Laufen und Oberndorf.
- Die Stadt-/Standortmarketingplattform Laufen-Oberndorf versteht sich als ein von den bestehenden partei- und interessenspolitischen Strukturen und Abläufen der beiden Städte losgelöste, wirtschaftlich eigenständig agierende und nach privat-wirtschaftlichen Gesichtspunkten geführte Unternehmung.
- Die Stadt-/Standortmarketingplattform Laufen-Oberndorf erhält ihre Weisungen bzw. generellen Leitlinien ausschließlich vom zuständigen Gremien.





# 8. Grundsätzlich mögliche ORGA-Modelle



# mögliche Organisations- und Rechtsmodelle

Modell 1 "kom munale Stabsstelle"



Installierung einer Stabsstelle bei einer der beiden Stadtverwaltungen samt finanziellen Zuschüssen der jeweiligen Städte und ggf. auch Wirtschaftsverbände

Modell 2 "Verein"



Gründung eines Trägervereins mit breiter Beteiligungsbasis der beiden Städte, Wirtschaftsverbände sowie ggf. auch Leitbetriebe

Modell 3 "ARGE nach bgl. Recht"



Städte gründen gemeinsam mit einer Wirtschaftsplattform, dem Tourismusverband Oberndorf eine Arbeitsgemeinschaft nach bürgerlichen Recht

Modell 4 "Stadt- und Standortm arketing Gm bH"



Gründung einer GmbH durch die beiden Städte und den Wirtschaftsverbänden

Aufgabenfokus ausschließlich auf Stadt- und Standortmarketing

Modell 5 Stabsstelle "Stadtmarketing" innerhalb der WIFÖG Berchtesgadener Land



Installierung einer Stabsstelle "Stadtmarketing" innerhalb der WIFÖG Berchtesgadener Land; Stabsstelle betreut mehrere lokale Stadtmarketinginitiativen im Landkreis, darunter auch Laufen/Oberndorf; Zuzahlung durch beide Städte und Wirtschaftsverbände





# 9a. empfohlene Modell 4



# Laufen-Oberndorf Marketing GmbH (LOMaG)

### Gesellschafter

Stadt Laufen 30 % 3 Vertreter

TVB Oberndorf

10 % 2 Vertreter Stadt Oberndorf 30 % 3 Ventreter

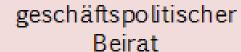
aktive Wirtschaft Laufen-Oberndorf (1) 30 % 2 Vertreter

bestellen, unterstützen, kontrollieren



# Geschäftsführung

(1): noch zu gründ ende gemeinsame Wirtschaftsplattform



Leitunternehmen Banken weitere wichtige Institutionen und Vereine der beiden Städte



unterstützen und beraten







# 9b. empfohlene Modell 3



# ARGE Stadt- und Standortmarketing Laufen-Oberndorf

#### ARGE Partner

Stadt Laufen 3 Vertreter

TVB Oberndorf 2 Vertreter Stadt Obemdorf 3 Vertreter

aktive Wirtschaft Laufen-Oberndorf (1) 2 Vertreter

bestellen, unterstützen, kontrollieren



# ARGE-"Kümmerer"

(1): noch zu gründende gemeinsame Wirtschaftsplattform



unterstützen und beraten



#### Beirat

Leitunternehmen Banken weitere wichtige Institutionen und Vereine der beiden Städte





### 10. Stimmverhältnisse





### bei einer GmbH-Lösung

### 34 Mehrheits-Beschlüsse (je 10 € Stammeinlage 1 Stimme)

- Änderung des Gesellschaftsvertrages
- Aufnahme neuer Gesellschafter
- Feststellung des Jahresabschlusses und die Verwendung der Ergebnisse
- Beschlussfassung der Jahresplanung
- ➤ Bestellung, Entlassung und Entlastung des/der Geschäftsführer(s)In

### einfache Mehrheits-Beschlüsse (je 10 € Stammeinlage 1 Stimme)

- > Auflösung der Gesellschaft
- Erwerb und Veräußerung von Unternehmen und Beteiligungen
- Übernahme neuer Aufgaben
- ➤ Nominierung von Beirats-Mitglieder
- Beschlussfassung der Beirats-Geschäftsordnung
- Nachschusspflichten

## bei einer ARGE-Lösung

2/3 Mehrheits-Beschlüsse analog zur GmbH (nach Stimmen) einfache Mehrheits-Beschlüsse analog zur GmbH (nach Stimmen)





# 11. Kernaufgaben



## Kernaufgabenfelder

Aufgabenfeld 1 "klassisches" Citymarketing

**\$** 

30 % der Arbeitszeit-Ressourcen pro Jahr

Aufgabenfeld 2 lokales Standortmarketing



20% der Arbeitszeit-Ressourcen pro Jahr

Aufgabenfeld 3 Organisation von "wirtschaftsnahen" Events



30 % der Arbeitszeit-Ressourcen pro Jahr

Aufgabenfeld 4 UnternehmerInnen-Service & Wohnortmarketing



10 % der Arbeitszeit-Ressourcen pro Jahr

Aufgabenfeld 5 administrative Aufgaben und Informationsmanagement sowie Pressearbeit



10 % der Arbeitszeit-Ressourcen pro Jahr





# 12. Aufgabenkooperationsfelder mit Berchtesgadener Land Wirtschaftsservice GmbH





- starke inhaltliche und arbeitstechnische Kooperation
  - Gewerbeflächenmanagement und Ansiedelungsservice
- lokale (Info-)Unterstützung bei
  - Gründerservice und Gründerzentrum
  - > Fördermittel- und Finanzierungsberatung
  - Netzwerke und Kontakte
  - Fachkräftemarketing
  - Übernahmeberatung für UnternehmerInnen
  - > Förderung der Unternehmen im Bereich "Digitalisierung"
  - Beratung zu Energie und Umweltschutz





# 13. weitere Rahmenbedingungen





### Basis-Budgetansatz

Minimumvariante 140.000 € pro Jahr

Normvariante 165.000 € pro Jahr

### Basisbudget-Finanzierungsvorschlag

> 1/3 jeweils durch Stadt Laufen, Stadt Oberndorf und gemeinsame Wirtschaftsplattform Laufen-Oberndorf

### Personalausstattung

> je nach Variante zw. Halbtags- und Ganztagskraft





# 14. CIMA-Empfehlung – nächste Schritte





- grundsätzliche Debatte und Diskussion in den Stadtgremien
- Entwicklung einer gemeinsamen Wirtschaftsplattform Laufen-Oberndorf mit klaren Nutzenprofil
- Auf- bzw. mittelfristige Sicherstellung des notwendigen Finanzierungsbeitrags seitens der lokalen Wirtschaft
- Einleitung nächster Schritte zur Gründung einer professionellen Stadt- und Standortmarketingplattform Laufen-Oberndorf



