

Richtlinie des Stadtmarketing Rheinbach

- I. Der Rat der Stadt Rheinbach hat am 05. November 2001 durch Beschluss das Stadtmarketing institutionalisiert. Dabei ließ sich der Rat unter anderem von folgenden Überlegungen leiten:
 - Im Rahmen der Stadtentwicklung Rheinbachs kommt es jetzt darauf an, bisher Erreichtes zu sichern und zukunftsorientierte Maßnahmen zu planen und durchzusetzen. Die Entwicklung eines ganzheitlichen Stadtmarketings unter Beteiligung der Bürgerschaft soll diesen Prozess nachhaltig unterstützen.
 - Das Stadtmarketing muss sich an den Rheinbacher Voraussetzungen und Gegebenheiten orientieren. Rheinbach ist eine gewachsene Stadt mit deutlich definierten Perspektiven, die durch eine Reihe von Untersuchungen und Leitlinien (z.B. Stadtentwicklungskonzept, Studien zur Verkehrssituation und -planung, Grundsätze zur Wirtschaftsförderung) gestützt werden.
 - Die Wirtschaftsförderung und Entwicklungsgesellschaft (wfeg) und der für Fragen von Gewerbe, Wirtschaftsförderung und Tourismus zuständige Ausschuss decken bereits ein breites Spektrum derjenigen Aufgaben ab, die dem Stadtmarketing zuzuordnen sind.
 - Die WFEG befasst sich im Rahmen des Stadtmarketings vor allem mit den Themen Infrastruktur, Verkehr und Ansiedlungspolitik.
 - Zum Aufgabenspektrum des zuständigen Ratsausschusses gehören unter anderem die planerischen, politisch gebundenen Fragen des Citymarketing wie Attraktivitätssteigerung als Einkaufsstadt, Tourismus einschließlich Hotel- und Gastronomieangebot, Öffentlichkeitsarbeit und Werbung. Das heißt: Der zuständige Ausschuss stellt unter Einbeziehung der WFEG und der zuständigen Verwaltungsspitze die politisch mandatierte Seite dar, die sich in Rheinbach mit Stadtmarketing befasst.

II. Stadtmarketing Rheinbach

Der Rat spricht sich für die Bildung eines operativ unabhängigen Arbeitskreises (Stadtmarketing Rheinbach) aus, dessen Grundlagen nachfolgend festgelegt sind.

1. Der Arbeitskreis Stadtmarketing **sollte** nicht mehr als 20 Mitglieder* umfassen, von denen die Hälfte für Rheinbacher Organisationen reserviert wird, die durch ein Schreiben des Bürgermeisters zu einer Bewerbung aufgefordert werden.

Die anderen Arbeitskreismitglieder (Einzelpersonen) werden durch Aufruf in „Kultur und Gewerbe“ ermittelt und alle anschließend durch Entscheidung des zuständigen Ausschusses ausgewählt.

Die ausgewählten Organisationen sollen unter Beachtung dieses Gesichtspunktes eine Person innerhalb oder außerhalb ihres Hauses vorschlagen, die im Arbeitskreis eigenständig** mitarbeiten und im Sinne der Effizienz und Kontinuität nicht vertreten werden soll.

Von Organisationen oder aus dem Kreis der Bürger/innen nicht besetzte Plätze können der jeweils anderen Gruppe zugesprochen werden.

* Der Ausschuss kann diese Zahl bei entsprechender qualifizierter Bewerberzahl erhöhen.

** „eigenständig“ heißt, dass die Person sich generell engagiert und nicht nur, wenn die Interessen der Organisation berührt sind.

Dem Arbeitskreis darf kein Mitglied des Rates, seiner Ausschüsse und der Stadtverwaltung angehören.

Die Mitglieder müssen im Interesse der Kontinuität bereit sein, längerfristig mitzuarbeiten. Die Sitzungsperiode des Arbeitskreises beträgt 4 Jahre, gerechnet ab der konstituierenden Sitzung. Wiederwahl von Mitgliedern bei entsprechender Bewerbung im Rahmen der Ausschreibung ist möglich.

Wenn die Zahl der Arbeitskreismitglieder während einer Sitzungsperiode aufgrund von Austritten nicht zu halten ist, kann der Arbeitskreis Stadtmarketing sich durch interessierte Einzelpersonen/Organisationen eigenverantwortlich ergänzen. Der Bürgermeister und die/der Vorsitzende des zuständigen Ausschusses sind in Kenntnis zu setzen.

2. Der Bürgermeister lädt den Arbeitskreis zur konstituierenden Sitzung ein. Auf dieser Sitzung wählt der Arbeitskreis eine/n Sprecher und eine Vertretung. Er gibt sich eine Geschäftsordnung.

Der Arbeitskreis kann sich – eingeladen durch dessen Sprecher/-in – nach eigenem Ermessen beliebig oft zu eigenständigen Sitzungen treffen und alle seine Maßnahmen, Arbeitsziele und –verfahren selbständig festlegen.

Ein gegenseitiger Informationsaustausch des Arbeitskreises Stadtmarketing und der Politik der Stadt Rheinbach – vertreten durch den zuständigen Ausschuss – ist sinnvoll und notwendig. Neben der Möglichkeit gegenseitiger Teilnahme an Sitzungen soll wenigstens einmal im Jahr eine gemeinsame Sitzung beider Gremien mit einer abgestimmten Tagesordnung stattfinden. Dabei soll der Arbeitskreis einen Tätigkeits- und Erfahrungsbericht des vergangenen Jahres vortragen.

3. Dem Sprecher des Arbeitskreises sollen alle Unterlagen zu Rats- und Ausschusssitzungen zur Kenntnis gegeben werden, die für diesen von Interesse sind und den öffentlichen Teil der Sitzungen betreffen.
4. Durch diese „Verzahnung“ des Arbeitskreises mit Politik und Verwaltung soll – ohne Verlust der Eigenständigkeit des Arbeitskreises – eine besondere Effizienz der Arbeit gewährleistet werden. Vom Arbeitskreis erarbeitete Vorschläge z.B. können nach gemeinsamer Beratung mit dem zuständigen Ausschuss direkt und zügig weiterverfolgt und gegebenenfalls umgesetzt werden.
5. Eine enge Zusammenarbeit des Arbeitskreises mit anderen Organisationen, die im Sinne des Stadtmarketing tätig sind, ist erwünscht. Dies gilt vor allem für den gemeinnützig tätigen Verein „Stadtmarketing Rheinbach e.V.“. Eine Doppelmitgliedschaft im Arbeitskreis und Verein ist vorteilhaft, um die personellen Ressourcen Stadtmarketing optimal zu nutzen, eine einheitliche Willensbildung zu erreichen und die mit der Arbeit verbundenen finanzplanerischen und wirtschaftlichen Aspekte rechtswirksam zu lösen.
6. Um eine wünschenswerte breitere Bürgerbeteiligung sicherzustellen, wird einmal im Jahr ein für alle Bürger/innen offene Veranstaltung vom Arbeitskreis mit Unterstützung durch die Verwaltung organisiert. Die Themen sollten vom Arbeitskreis mit dem zuständigen Ausschuss und der Verwaltung festgelegt werden. Außerdem soll im Rahmen der Veranstaltung Zeit für Fragen und Anregungen der Teilnehmer eingeplant werden.

III. In dieser Form wird die Zielsetzung des Projektes „Rheinbacher Stadtmarketing“ am wirkungsvollsten erreicht.

Die Verwaltung gibt dem Arbeitskreis organisatorische und technische Unterstützung so weit möglich.

Der Rat sollte darüber hinaus für sonstige notwendige Maßnahmen des Arbeitskreises einen finanziellen Zuschuss im jeweiligen Haushalt einplanen. Die Bereitschaft von Organisationen und Einzelpersonen zu projektbezogenen Sponsoring des Arbeitskreises ist ausdrücklich gewünscht.