

## I Sachliche Darstellung

Nach der erfolgreich abgeschlossen Neuausrichtung der Verwaltung ist es ein wichtiges Anliegen der Verwaltung ein einheitliches Verständnis über die strategische, organisatorische sowie inhaltliche Ausrichtung der Wirtschaftsförderung, des Stadtmarketings und Tourismus zu erzielen.

Die nachfolgenden Ausführungen beinhalten erste Richtungsüberlegungen der Verwaltung. Zunächst wird ein kurzer Abriss zur Historie gegeben.

### 1 Historie

Der Rat der Stadt Dinslaken hat am 16.03.2004 den Beschluss gefasst, eine Dinslakener Wirtschaftsförderungs-, Marketing- und Tourismusgesellschaft mbh zum nächstmöglichen Zeitpunkt zu gründen.

#### 1.1 Zielsetzung DINAMIT

Zielsetzung für eine Gründung war es, sich u.a. den Herausforderungen des Strukturwandels (absehbare Schließung Zeche Lohberg/ Osterfeld) zu stellen und einem möglichen Kaufkraftabfluss, bedingt durch Planungen in den Nachbarstädten (z. B. Projekt Multi Casa, Erweiterung CentrO), in der Innenstadt und den Stadtteilzentren, entgegen zu wirken. Hierzu, so die Aussage im seinerzeit erstellten Konzept, bedurfte es in den Bereichen Wirtschaftsförderung und Stadtmarketing neuer, effektiver und innovativer Strukturen.

#### 1.2 Aufgaben DINAMIT

Die Aufgaben der GmbH enthält in Kurzform die nachfolgende Übersicht.



Zusammengefasst sollte die GmbH von den bisher städtischen Aufgaben die Wirtschaftsförderung, die Vorbereitung und Durchführung der Wochenmärkte, der Jahrmärkte, der Volksfeste – insbesondere der Martini-Kirmes - und der DIN-Tage übernehmen. Wobei in der Nachbetrachtung nicht alle Aufgaben( z.B. Martinikirmes, Wochenmärkte) der GmbH übertragen wurden.

### **1.3 Personelle Ausstattung DINAMIT**

Zur Zeit sind in der GmbH die Geschäftsführerin und 7 weitere Kräfte zuzüglich einer Auszubildenden tätig, wobei davon 3 städtische Mitarbeiterinnen der Gesellschaft beigestellt sind.

## **2 Schwachstellen der bisherigen Struktur**

Die im Konzept zur Gründung einer Dinslakener Wirtschaftsförderungs-, Marketing- und Tourismusgesellschaft mbH gesehene Effizienz- bzw. Flexibilitätsgewinne durch Bündelung der Handlungsfelder Wirtschaftsförderung, Marketing und Tourismus unter Berücksichtigung neuer Strukturen sind nicht in dem Maße eingetreten.

Während von den Unternehmen vor Ort die Aktivitäten der Wirtschaftsförderung durch DINAMIT als sehr positiv wahrgenommen werden, können notwendige Akzente teilweise aus fachlichen bzw. personellen Ressourcen in den Themenfeldern Tourismusförderung und Stadtmarketing nicht in dem erforderlichen Rahmen gesetzt werden.

Darüber hinaus gibt es zahlreiche Schnittstellenprobleme und Redundanzen zwischen den Akteuren. Strategieansätze müssen kritisch hinterfragt bzw. weiterentwickelt werden. Unter dem Dach der jetzigen Gesellschaft ist dies nach Ansicht der Verwaltung nur bedingt möglich, da zumindest der Aufwand besteht, die strategische Ausrichtung der GmbH mit den Vorgaben der Verwaltung zu synchronisieren.

Ferner wurden insbesondere bei der Konzeption und Weiterentwicklung der DINAMIT GmbH die notwendigen Personalressourcen nicht ausreichend zur Verfügung gestellt, um die mit den angesiedelten Aufgaben gesetzten Zielen erfüllen zu können. Eine Einschätzung im Vergleich zu anderen kommunalen Gesellschaften zeigt, dass in der Regel eine weitaus umfangreichere Personalausstattung vorhanden ist. Eine erforderliche Personalaufstockung der DINAMIT GmbH scheidet aus Sicht der Verwaltung wegen der damit verbundenen finanziellen Belastungen aus. Vor diesem Hintergrund müssen andere organisatorische Wege beschritten werden.

## **3 Integrationsansatz DINAMIT**

### **3.1 Vorteile und Zielsetzung**

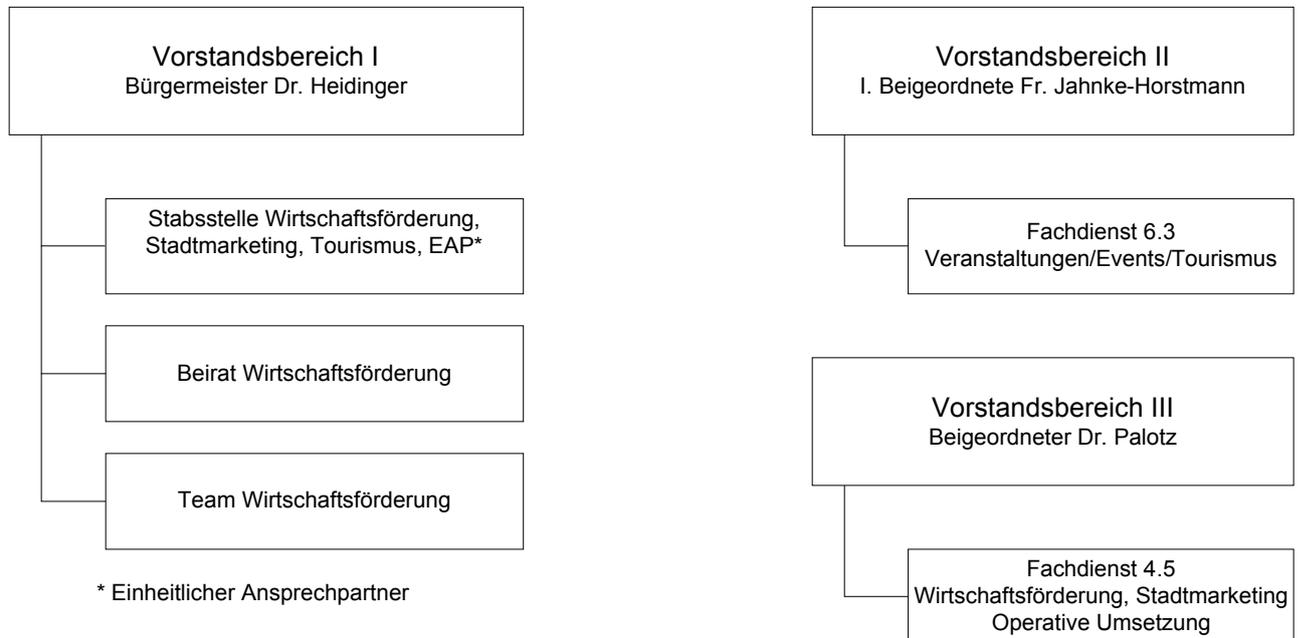
Die Rückführung der Aufgaben führt zu einer stärkeren Verzahnung der strategischen Ausrichtung der Handlungsfelder Wirtschaftsförderung, Marketing und Tourismus an der Entwicklung der Gesamtkommune (z. B. demographischer Wandel) und der örtlichen Wirtschaft (z. B. Innenstadtentwicklung, Zechengelände). Um dieser Zielsetzung gerecht zu werden, werden die Aufgaben künftig wieder unmittelbar bei der Kernverwaltung und damit auch unter enger Anbindung und Führung des Bürgermeisters wahrgenommen. Unter der Devise „Stadt der kurzen Wege“ steht die neue Aufbaustruktur für schnelle Entscheidungen unter anderem im Bereich der Wirtschaftsförderung.

Durch den Abbau der Redundanzen und Nutzung der vorhandenen Ressourcen der Verwaltung können zusätzliche Personalkapazitäten regeneriert werden, die zur Aufgabenerfüllung dringend benötigt werden.

Die Integration der Aufgabenfelder in die neue Aufbaustruktur der Verwaltung führt insbesondere durch die Einrichtung einer Stabsstelle zu einer engen Anbindung an den Bürgermeister und unterstreicht die Ausrichtung „Wirtschaftsförderung ist Chefsache“.

## 3.2 Organisatorischer Aufbau

### Aufbauorganisation Wirtschaftsförderung, Stadtmarketing, Tourismus



#### 3.2.1 Stabsstelle

Die neue Stabsstelle ist die zentrale Kontakt- und Anlaufstelle für Wirtschaftsförderung, Stadtmarketing und Tourismus. Ihr obliegen die Entwicklung und Umsetzung von Strategien in den genannten Aufgabenfeldern. Sie ist erste Anlaufstelle für ansiedlungswillige Unternehmen sowie Investoren und Projektentwickler; einheitlicher Ansprechpartner in der Funktion eines Verfahrenslotsen für Betriebe und Freiberufler, die eine Dienstleistungstätigkeit ausüben oder aufnehmen wollen. Ferner übernimmt sie die Koordinationsfunktion für die Aufgabenfelder innerhalb der Verwaltung und ist Kontakt- und Kooperationsstelle für den Stadtmarketing-Verein.

#### 3.2.2 Beirat Wirtschaftsförderung

Der neu zu gründende Beirat tagt vierteljährlich unter Leitung des Bürgermeisters. Der Beirat setzt sich aus den bisherigen Gesellschaftern und noch zu benennenden Mitgliedern (z.B. Vertreter der Arbeitsverwaltung) zusammen. Der Beirat soll die Verwaltung unter anderem bei der Entwicklung und Umsetzung einer Gesamtstrategie für den Wirtschaftsstandort Dinslaken unterstützen. Als Bindeglied zwischen Bürgerinnen und Bürgern, wirtschaftlichen Betrieben, öffentlichen Institutionen und der Politik ist er maßgeblich an der Entwicklung des Stadtmarketings beteiligt. Die Aufgabenstellung ist im Detail noch abzustimmen.

#### 3.2.3 Team Wirtschaftsförderung

Das bereits bestehende Team Wirtschaftsförderung tagt ebenfalls unter der Leitung des Bürgermeisters 14-tägig. Das Team unterstützt die Stelle des Wirtschaftsförderers in allen Verwaltungsangelegenheiten und sonstigen standortrelevanten Fragestellungen ortsansässiger Unternehmen bzw. ansiedlungswilligen Unternehmen sowie Investoren und Projektentwickler. Das Team setzt sich aus Vertreterinnen und Vertretern aller im Kontext der Wirtschaftsförderung erforderlichen Fachdisziplinen zusammen.

### **3.2.4 Fachdienst 4.5 Wirtschaftsförderung, Stadtmarketing**

Im Geschäftsbereich Planen sind bereits zahlreiche Aufgaben aus den betreffenden Handlungsfeldern angesiedelt (z.B. Citymanagement, Innenstadtentwicklung). Im Zuge der Zusammenführung von Aufgaben ist es daher folgerichtig, die operativ ausgerichteten Arbeiten in einem neuen Fachdienst innerhalb des Geschäftsbereiches 4 zu bündeln. Die strategischen Vorgaben kommen aus dem Vorstandsbereich I insbesondere über die Stabsstelle sowie den Beirat.

### **3.2.5 Fachdienst 6.3 Kultur**

Wie bekannt, deckt der Fachdienst weite Teile der Veranstaltungen und Events ab. Die bisher von der DINAMIT GmbH durchgeführten Veranstaltung wie z.B. DIN-Tage, Bürgerweihnachtsmarkt sollen künftig von diesem Fachdienst übernommen werden. Aufgrund der bisherigen parallelen Aufgabenstellung sind hier Synergien zu erwarten. Daneben werden die Aufgaben des Bereiches Tourismus in diesem Fachdienst gebündelt.

## **4 Personelle Auswirkungen**

Die neue Aufbauorganisation soll möglichst personalneutral über die Integration der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der DINAMIT erfolgen.

## **5 Zeitliche Umsetzung**

Zielsetzung ist, bis zum 31.7.2012 die Integration in die Verwaltung auf der Basis der vorgenannten Ausführungen umzusetzen und damit die GmbH zu diesem Zeitpunkt aufzulösen.

Ein entsprechender Ratsbeschluss wird für die Sitzungsfolge im März 2012 vorbereitet

## **II Finanzwirtschaftliche Auswirkungen**

Werden bis zur Beschlussvorlage im März 2012 zusammengestellt.