

Unterlage zur Sitzung im öffentlichen Teil

Gremium	am	TOP
Wirtschaftsausschuss	22.01.2008	2.3

Anlass:

Mitteilung der Verwaltung

Beantwortung von Anfragen
aus früheren Sitzungen

Beantwortung einer Anfrage
nach § 4 der Geschäftsord-
nung

Stellungnahme zu einem
Antrag nach § 3 der Ge-
schäftsordnung

Anfrage der SPD-Fraktion/Fraktion Bündnis 90/Die Grünen zur Sitzung des Wirtschaftsausschusses am 26.11.2007

Optimierung des Standortmarketings

Frage 1.

Im Haushaltsplan 2007 wurden infolge des Veränderungsvorschlags von SPD und GRÜNE bekanntlich 300 T€ zusätzlich für Wirtschaftswerbung und Standortwerbung eingestellt. Welche Aktivitäten und Maßnahmen zur Optimierung und Verstärkung des Standortmarketings und Standortwerbung wurden in 2007 eingeleitet und wie ist der Stand der Umsetzung?

Antwort der Verwaltung:

Die zusätzlichen Sachmittel haben die Basis für eine wirkungsvolle „Wirtschaftswerbung Köln-Promotion 2007“, die vom Wirtschaftsausschuss auf seiner Sitzung am 07.05.2007 beschlossen wurde, erkennbar gestärkt. Wenn eine punktgenaue Zuordnung der zusätzlichen Mittel auf einzelne Projekte auch nur eingeschränkt möglich ist, so kann man doch feststellen, dass vor allem die Bereiche „Auslandsauftritte“ und „Informations- und Werbemedien“ wahrnehmbar profitiert haben. So konnten mit der Ausweitung des Etats die Aktivitäten im Bereich des internationalen Standortmarketings intensiviert werden, wie die Maßnahmen anlässlich der beiden Städtepartnerschaftsjubiläen (10 Jahre Köln - Istanbul und 20 Jahre Köln - Peking) und die im Rahmen der Indien-Initiative. Beispielhaft sei hier auf die achtseitige Köln-Beilage in der führenden chinesischen Tageszeitung Beijing Youth Daily und die begleitenden Aktivitäten zur ersten China-Tournee des Gürzenich-Orchesters verwiesen (vgl. separate Mitteilung). Über die Mittelverwendung wird auf der nächsten Sitzung des Wirtschaftsausschusses am 18.02.2008 mit der Vorlage Jahresbericht 2007 ausführlich berichtet.

Nach der Erarbeitung und verwaltungsinternen Abstimmung einer entsprechenden Dienst-

verteilung wurde mit der Vorlage „Intensivierung des Standortmarketing“ vom Rat außerdem auch personell eine Verstärkung dieses Bereich mit drei zusätzlichen Stellen beschlossen. Die Stelle zur Unterstützung der Standortmarketing-Aktivitäten im Rahmen der Köln-Promotion wurde dabei mit Verfügung von 01 und 11 zum 18.01.2008 besetzt. Für die beiden Stellen im Auslandsbereich mit den Schwerpunkten Indien und Türkei konnte das Besetzungsverfahren nach erfolgter Ausschreibung und Auswahlrunde am 9.01.2008 inzwischen abgeschlossen werden. Die Besetzung erfolgt zum 11.02.2008, sodass nunmehr die personellen Voraussetzungen für eine weitere Intensivierung der Marketing-Aktivitäten in diesem Jahr geschaffen wurden. Die angestoßenen Aktivitäten entfalten ihre volle Wirkung erst im laufenden Jahr. So hat der Wirtschaftsdezernent mit Spitzenvertretern der Kölner Wirtschaft im Dezember 2007 Fragen eines systematischen Standortmarketing erörtert. In diesem Zusammenhang ist für das Frühjahr 2008 ein Marktforschungsprojekt geplant, das Auskunft über Potential und Position Kölns aus internationalem Blickwinkel geben soll. Die hierfür notwendigen Mittel sollen von 2007 in 2008 übertragen werden.

Frage 2.

Infolge der bevorzugten Unterstützung des Ruhrgebiets durch Landes- und Bundesregierung wird sich der Wettbewerb verschärfen. Wie wird das zukünftige Standortmarketing auf diese Herausforderung ausgerichtet? Welche Möglichkeiten bietet eine regionale Zusammenarbeit und ein Auftritt als „Metropolregion Köln/Bonn“?

Antwort der Verwaltung

Eine Verschärfung des Standortwettbewerbs nicht nur unter den deutschen, sondern mehr und mehr unter den europäischen Städten und Regionen ist bereits seit Jahren festzustellen. Bei der Kölner Wirtschaftsförderung hat man auf diese Entwicklung mit einer intelligenten und effizienten Ausweitung der Marketingaktivitäten reagiert, soweit dies unter den schwierigen Rahmenbedingungen wie eingeschränkter Personal- und Finanzressourcen möglich war. Dazu zählt neben den eigenen offensiven Aktivitäten in Richtung wichtiger Zielländer wie China, Indien und der Türkei auch eine verstärkte regionale Kooperation. Beispielhaft sei hier nur der seit Jahren erfolgende gemeinsame Auftritt der Region Köln Bonn auf den bedeutendsten Immobilienmessen Expo Real und Mipim angeführt, sowie die jüngst beschlossene Kooperation im Bereich des Kongresswesens.

Darüber hinaus wurde vom Verein Region Köln Bonn e.V. und der Wirtschaftsinitiative mit der Standortmarketing Region Köln/Bonn GmbH/Cologne Bonn Business eine eigene Institution beschlossen, deren Schlagkraft aber durchaus unterschiedlich beurteilt wird.

Zusätzlich stellt sich der Verein Region Köln Bonn e.V. gerade auch unter Berücksichtigung der veränderten Förderkulisse aktuell neu auf, so dass eine umfassende und abschließende Beantwortung dieser Frage auf einer der nächsten Sitzungen des Wirtschaftsausschusses erfolgen kann.

Frage 3.

Events, soweit sie von der Stadt Köln unterstützt und zuweilen auch initiiert werden, sind auch als Element des Standortmarketing zu betrachten. Im Rahmen der „Intensivierung des Standortmarketing“ wurde die Organisationsstruktur der Abteilung „Standortmarketing“ beim Amt für Wirtschaftsförderung geändert. Außerdem wurde kürzlich neben der Stabsstelle „Events“ beim Oberbürgermeister eine weitere Verwaltungseinheit „Sportevents“ beim Dezernat IV gebildet. Welche Aufgaben haben jeweils diese verschiedenen Abteilungen für das „Standortmarketing“ und für welche Aufgabenbereiche wirken sie zusammen? Welche zukünftigen „Großevents“ haben die diversen Stabsstellen im Fokus?

Antwort der Verwaltung

Die in der Anfrage getroffene Aussage, dass kürzlich bei Dezernat IV eine Verwaltungseinheit „Sportevents“ gebildet worden sei, trifft nicht zu. Vielmehr existiert dort seit über 10 Jahren der Bereich „Eventförderung“, der u. a. die Vorbereitung und die Premiere des Ford Köln-Marathon maßgeblich mit gestaltet und entwickelt hat, die Ruderweltmeisterschaften am Fühlinger See 1998 abgewickelt hat und darüber hinaus die städtische Federführung beim FIFA Confederations Cup 2005 und der FIFA WM 2006, sowie der Handball-WM zu Beginn 2007 inne hatte. Des Weiteren begleitet diese Abteilung sportfachlich die Vorbereitung und Durchführung der Eishockey-WM 2010 sowie der Gay Games 2010.

Aktuell bemüht sich diese Abteilung darum, die verwaltungsinternen Absprachen und die erforderlichen politischen Gremienbeschlüsse zur eventuellen Durchführung des Deutschen Turnfestes 2013 in Köln entsprechend herbeizuführen.

Auch bestehen konkrete Planungen, sich für die Durchführung einer Europameisterschaft im Rudern zu bewerben.

Weitere, wesentliche Veranstaltungen, die einer intensiven sportfachlichen Begleitung bedürfen, sind der nachfolgenden Auflistung zu entnehmen:

- 125 Jahre Deutscher Ruderverband 13.03. - 16.03.2008
- Deutsche Mannschaftsmeisterschaft in der Leichtathletik 17.05.2008
- Kölner Kinder und Jugendolympiade 07.06.2008
- Deutsche Meisterschaften im Rudern U17/U19/U23 12.06. - 15.06.2008
- Doppelveranstaltung des Deutschen Handballbundes:
- Länderspiele Damen- und Herrenteam in der Kölnarena Juni 2008
- Gay Games 2010 31.07. - 07.08.2010
- Eishockey WM 2010 07.05. - 23.05.2010
- Deutsche Kanumeisterschaft Sommer 2010

Darüber hinaus gibt es jährlich wiederkehrende Sportevents in Köln, die von der Abteilung Eventförderung, je nach Anforderungsprofil unterschiedlich stark sportfachlich begleitet werden. Zu diesen Veranstaltungen zählen nach momentanem Planungsstand in 2008 folgende Events:

- Rund um Köln – Radklassiker 24.03.2008
- Come Together Cup 22.05.2008
- Köln Triathlon September 2008
- DKV Brückenlauf September 2008
- Ford Köln Marathon und Sparkassen-Halbmarathon 05.10.2008
- Großer Preis von Europa (Pferderennsport) Herbst 2008

Die Stabsstelle Events im Presseamt wirkt zum einen als Koordinationsstelle der Verwaltung für Großveranstaltungen, wie sie in den vergangenen Jahren mehrfach in Köln stattgefunden haben. Zum anderen fungiert sie als Kooperationspartner, (Mit-) Veranstalter sowie Förderer und Unterstützer diverser Veranstaltungen. Dabei erstreckt sich das Handlungsfeld der Stabsstelle Events über kultur-, medien-, wirtschafts- und sozialpolitisch bedeutsame Veranstaltungen. Als Beispiel für diese Vielfalt seien hier nur genannt: Jeck Dance, Lit.Cologne, Sommer Köln, Kölner Herztag, Kölner Musiknacht, Bürgermeisterkongress, Themenreihen wie bspw. Senioren- oder Bildungsjahr, c/o Pop oder Klassik im Park.

Angesichts dieses sehr breiten Themenspektrums und der unmittelbaren Öffentlichkeits-

wirksamkeit der Veranstaltungen ist der Stabsstelle Events für das Standortmarketing eine nicht zu unterschätzende Bedeutung beizumessen. Denn die Stabsstelle Events im Amt für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit nimmt nicht nur eine informationsvermittelnde Aufgabe wahr, sondern gestaltet den zu vermittelnden Gegenstandsbereich hinsichtlich der politisch gewünschten Facetten aktiv mit.

Im Übrigen wird hinsichtlich der Frage nach weiteren Großevents der kommenden Jahre auf die Beantwortungen mündlicher Anfragen der FDP-Fraktion in den Sitzungen am 3. September sowie am 26. November verwiesen.

Im Rahmen der einzelnen Events arbeiten die angesprochenen Fachabteilungen des Sportamtes und des Presseamtes sowie je nach Wirtschaftsbetroffenheit auch das Standortmarketing der Wirtschaftsförderung selbstverständlich zum Teil schon in der Akquisitionsphase koordiniert zusammen. Hinzu kommen im Einzelfall auch noch weitere Bereiche der Verwaltung wie die Stabsstelle Medien oder das Musikreferat sowie die KölnTourismus GmbH selbstverständlich koordiniert zusammen. Als Beispiele seien hier die erfolgreiche Bewerbung um die diesjährige Ausrichtung der World Cyber Games oder die gemeinsamen Aktivitäten im Rahmen der Fußballweltmeisterschaft z.B. im Hinblick auf die brasilianischen Fans genannt.