

An den Vorsitzenden
des Ausschusses für Digitalisierung Wirtschaftsförderung
und Stadtmarketing
Herrn Nils Wittenbrink
– per Mail –

Gütersloh, 15.02.2024

Schaffung einer Informationsgrundlage zur Erreichung des strategischen Ziels der Wirtschaftlichkeit der Gütersloh Marketing GmbH mit Hilfe von Werbe- und Veranstaltungsflächen

die Fraktionen BfGt, Bündnis 90 Die Grünen, CDU, FDP und SPD im Rat der Stadt Gütersloh stellen für die Sitzung des ADWS am 15.02.2024 zum Tagesordnungspunkt 7 – Stadtmarketing – den folgenden Antrag: Die Verwaltung wird beauftragt, eine Analyse aktueller und künftiger Potenziale von Werbefläche sowie Veranstaltungsflächen im Stadtgebiet anzufertigen. Diese soll auf die folgenden Fragen Bezug nehmen:

- Wie viele Werbeflächen sind aktuell im Stadtgebiet platziert?
- Wo befinden sich die Werbeflächen?
- Besteht eine Differenzierung nach digitalen und analogen Werbeflächen?
- Welche und wie viele Veranstaltungsflächen gibt es im gesamten Stadtgebiet?
- Welche Kriterien müssen digitale und analoge Werbeflächen erfüllen?
- Welche Kriterien müssen Veranstaltungsflächen erfüllen?
- Welche Veranstaltungsflächen kommen für welche Veranstaltungsarten in Abhängigkeit von Größe und Ausstattung in Frage?
- Gibt es neue Standorte, die diese Kriterien (in Bezug auf Werbeflächen bzw. Veranstaltungsflächen) erfüllen?
- Mit welchen Dienstleistern wird im Bereich der Werbeflächenvermarktung zusammengearbeitet?
- Wie sehen die Verträge aus und auf welche Dauer wurden sie geschlossen?

Die Ergebnisse dieser Analyse sollen dem Ausschuss für Digitalisierung Wirtschaftsförderung und Stadtmarketing in der Sitzung am 30.04.2024 vorgestellt und in geeigneter Form der Gütersloh Marketing GmbH zur Verfügung gestellt werden.

Begründung

In der Zusammenarbeit mit der Stadtmanufaktur GmbH zur Neuaufstellung und Neuausrichtung der Gütersloh Marketing GmbH wurde unter anderem die Zielsetzung der Wirtschaftlichkeit fokussiert. Dazu ist es erforderlich, dass neue Geschäftsmodelle entwickelt werden, die zu Mehrerträgen führen. In anderen Städten wurden hier durch den gezielten Ausbau von Werbeflächen sowie einer engeren Begleitung der Vermarktung gute Ergebnisse erzielt, die auf dieses Zielbild einzahlen. Das wurde in den gemeinsamen Ausrichtungsworkshops mit der Stadtmanufaktur GmbH deutlich.

Darüber hinaus sind auch Veranstaltungen und neue Veranstaltungsformate ein kritischer Erfolgsfaktor zur Erreichung der strategischen Ziele. Für die Entwicklung erfolgreicher Formate

sind Veranstaltungsflächen im gesamten Stadtgebiet in den Blick zu nehmen (und nicht nur Flächen in der Innenstadt). Die Gesamtanalyse ist wichtig, um von einem Citymarketing zu einem ganzheitlichen Stadtmarketing zu gelangen.

Die Analyse der aktuellen Lage sowie gegebener Rahmenbedingungen sind dabei von Bedeutung, um operative Maßnahmen zur Zielerreichung abzuleiten. Diese Informationsgrundlage soll bereits jetzt – parallel zur Suche eines neuen Geschäftsführers bzw. einer neuen Geschäftsführerin – erfolgen, sodass eine fundierte Informationsbasis vorliegt, mit der in die Arbeit gestartet werden kann.

Klaus Sperling

– Mitglied für die BfGt im ADWS –

Can Erdal

– Sprecher Bündnis 90 Die Grünen
im ADWS–

Lara Farwick

– Sprecherin CDU im ADWS –

Claudio Flocke

– Sprecher FDP im ADWS –

Matthis Haverland

– Sprecher SPD im ADWS –