



Stadtbezirks Marketing Dortmund

Das Marketing für die Dortmunder Stadtbezirke

HEIMVORTEIL

zusammen wachsen

Ziele

Aufwertung und Attraktivitätssteigerung der Bezirke

- **Stützung und Stärkung der
eigenständigen Standortprofile der
Nebenzentren**
- **Entwicklung der Stadtbezirke in
Kooperation**
- **Ermutigung und Akquisition von
stadtteilbezogenem Engagement und
Kooperationen**





Der Verein

- **Gründung 2003**
- **Mitglieder sind die Stadt Dortmund und jeweils 2 Personen aus den Stadtbezirken**
- **WF Do, IHK, HWK und HV NRW bilden den Beirat**



Vereinszweck (§ 2 der Satzung)

Förderung des bürgerschaftlichen Engagements von Einzelpersonen, sowie von öffentlichen und privaten Unternehmen, Vereinen, Organisationen und Institutionen in Dortmund zur Mitgestaltung der Stadtbezirke

Dortmund



Vereinsstruktur

Geschäftsstelle

- Ausführung der Vorstandsbeschlüsse
- Budgetverwaltung
- Planung und Koordination
- Beratung der Gremien
- Controlling und Berichterstattung
- Informationstransfer
- Kontinuierliche Evaluation
- Öffentlichkeitsarbeit
- Externe und interne Kommunikationssicherung
- Organisation bezirksübergreifender Veranstaltungen

Vorstand

berät

wählt

Beirat

WF DO
IHK
HV NRW
HWK

Mitglieder- versammlung

Beschlussfassendes Organ
für alle Vereinsaufgaben

- Ausführung der Beschlüsse der Mitgliederversammlung
- Aufstellen des Haushaltsplanes
- Abschluss und Kündigung von Arbeitsverträgen

- Haushaltsplan
- Rechnungsprüfung
- Entlastung und Wahl des Vorstands
- Mitgliedsbeiträge
- Aufnahme neuer Mitglieder
- Bestellen der Geschäftsführung
- Satzungsänderungen
- Auflösung des Vereins

12 Stadtbezirke

Lenkungsgruppen

Marketinggruppen

Projektgruppen

- Mitglieder im Verein
- Organisieren StadtbezirksMarketing auf Bezirksebene
- Legen Ziele und Schwerpunkte im jeweiligen Bezirk fest
- Entwickeln Projekte/Maßnahmen



Struktur in den Bezirken

Zentrale Ansprechpartner/innen sind die Geschäftsführer/-innen der Bezirksvertretungen

- Lenkungsgremium
- Marketinggruppe
- Bürgerforen
- Projektgruppen



Entwicklung bis 2015

- In 2003 = 121 Projekte
- In 2015 = 268 Projekte
- ca. die Hälfte davon mit Drittmitteln finanziert
- Handlungsschwerpunkte in 2015
 - ✓ Geschichte
 - ✓ Integration und Demokratieverständnis
 - ✓ Kunst und Kultur
 - ✓ Soziales und Jugend
 - ✓ Wirtschaft
 - ✓ Feste und Märkte



Neuordnung des Stadtbezirksmarketings Ratsbeschluss vom 10.12.2015

- Das StB-Marketing wird von den Bürgerdiensten in die Wirtschaftsförderung verlagert
- Die Vereinsstruktur bleibt erhalten
- Als neues Ziel des Stadtbezirksmarketings wird die „Steigerung der Wertschöpfung in den Stadtteilen“ definiert. Darüber hinaus sollen stadtbezirksübergreifende Projekte/Maßnahmen ein Förderkriterium sein
- Neues 2-Säulen-Modell:
 - 12.000 je StB (bisher ca. 20.000 €) zur eigenen Verwendung
 - 80.000 € für besondere/stadtbezirksübergreifende Projekte
 - 16.000 € für Gemeinkosten

Ratsbeschlüsse zum Stadtbezirksmarketing 2015

19.02.2015 „Einsparung“

Einsparung der personellen Unterstützung ab 2016

Einstellung der finanziellen Unterstützung ab 2015

Bezirksvertretungen finanzieren ihr StbM selbst

Auftrag zur Neustrukturierung bis Ende 2015

10.12.2015 „Neuordnung“

Verlagerung des StbM in die WF

Vereinsstruktur bleibt erhalten

Gesamtbudget bleibt erhalten

$\frac{3}{4}$ Stelle für die Geschäftsführung

Neues Ziel „Steigerung der Wertschöpfung in den Stadtteilen“

Neues 2-Säulen-Modell



Das bleibt wie gehabt

- **Vereinsstruktur**
- **Satzungsbestimmungen**
- **Autonomie der Lenkungsgruppen**
- **Höhe der Zuwendung**

*StadtbezirksMarketing
Dortmund*



Das ändert sich

- **Sitz der Geschäftsstelle**
- **Stadtbezirksberater/innen des DLZW sind Mitglieder der Lenkungsgruppen**
- **Mittelverteilung im „Zwei Säulen-Modell“**
- **Zusätzliches Ziel „Steigerung der Wertschöpfung in den Stadtteilen“**

*StadtbezirksMarketing
Dortmund*



Zwei Säulen

Säule 1: 80.000 €

Mittelverteilung auf Antrag

Für stadtbezirksübergreifende Projekte und für Projekte von besonderer Bedeutung

Jury entscheidet über die Budgetverteilung, Entscheidung wird der Mitgliederversammlung zur Kenntnis gegeben

Restmittel verbleiben in Säule 1

Säule 2: 144.000 €

Je Stadtbezirk 12.000 €

Für stadtbezirksbezogene Projekte

StbM-Lenkungsgremien entscheiden eigenverantwortlich über die Budgetverteilung

Restmittel 2 Jahre als zweckgebundene Rückstellung übertragbar, danach Übergang in Säule 1



Säule 1: 80.000 €

stadtbezirksübergreifende Projekte und Projekte von besonderer Bedeutung

Lenkungsgruppen entscheiden über Projektbeantragung (ob und was)

Anträge nach Vordruck bis 31.03. eines Jahres an StbM-Geschäftsstelle

Jury entscheidet über die Mittelvergabe



Die Jury

Aufgabe:
Priorisierung der Projekte

Mitglieder:

- **Verein StbM: 2 Vorstandsmitglieder (Vors. +. stv. Vors.)**
- **Wirtschaftsverbände: IHK und HV NRW**
- **Wirtschaftsförderung Dortmund: Geschäftsführer**
- **Vier weitere Personen, z.B. Vertreter/innen von Dortmunder Unternehmen, (Gewerbe-)Vereinen, aus der freien Wohlfahrt, Gewerkschaft, Kirche und Kultur**



Zusätzliches Ziel:

Steigerung der Wertschöpfung in den Stadtteilen

Stadtteilprofil in Bezug auf die Wirtschaft schärfen

Unternehmerstandort stärken

Unternehmen strategisch beteiligen (Verantwortung)

Standortgefühl steigern

Beispiele:

Einzelhandelsgutachten Aplerbeck, Themenmärkte/-
wochen (Br, Hu, Lü), Nette Toilette Hörde,
Unterstützung von Aktivitäten der Gewerbevereine,
Imagekampagnen



Ihre Ansprechpersonen

Andreas Eller
Geschäftsführer StadtbezirksMarketing

Susanne Kerschek
Geschäftsstelle StadtbezirksMarketing

T: 0231.50 29955

E: stadtbezirksmarketing@stadtdo.de

www.wirtschaftsfoerderung-dortmund.de

www.stadtbezirksmarketing.dortmund.de

