



Köln · Leipzig · Lübeck · München · Stuttgart · Ried (A)

# **Evaluation der Unternehmensstruktur des Stadtmarketing Hilden und Entwicklung eines ,Stadtmarketing-Konzeptes Hilden 2015**

## ***Projektskizze und Angebot für die fachliche Begleitung***

**Sie werden betreut von:**

Michael Karutz, Büro Köln

Dr. Wolfgang Haensch, Büro Köln

Köln, den 12. Januar 2009

Dieses Angebot wurde eigens für die Stadtmarketing Hilden GmbH erarbeitet.

Die Rechte der Ausarbeitung liegen bei der CIMA Beratung + Management GmbH.

Jede Weitergabe an Dritte bedarf der schriftlichen Zustimmung.

## Evaluation Stadtmarketing Hilden GmbH

---

| Inhaltsverzeichnis   | Seite    |
|--|----------|
| <b>1 Ausgangslage und Aufgabenstellung</b>   | <b>3</b> |
| <b>2 Analysemodule</b>   | <b>4</b> |
| 2.1 Evaluation der Hilden Stadtmarketing GmbH  | 4        |
| 2.2 Stadtmarketing Hilden 2015   | 5        |
| 2.2.1 Überprüfung des derzeit gültigen Leitbildes (Aktualisierung des Stärken- und Schwächenprofils der Stadt Hilden)                            | 5        |
| 2.2.2 Zwischenergebnis: Erste Vorschläge zur Weiterentwicklung des Leitbildes des Stadtmarketings in Hilden (Stadtmarketing Konzept Hilden 2015) | 6        |
| 2.2.3 Positionierungsworkshops zur MARKE HILDEN  | 6        |
| 2.2.4 Bürgerwerkstatt  | 7        |
| 2.2.5 Pressearbeit   | 7        |
| 2.2.6 Berichtsfassung  | 7        |
| 2.2.7 Präsentation der Ergebnisse / Zeitliche Planung  | 7        |
| <b>3 Honorare und sonstige vertragliche Regelungen</b>   | <b>8</b> |
| 3.1 Honorare und Zahlungsmodalitäten   | 8        |
| 3.2 Weitere Vertragsbedingungen  | 9        |

## 1 Ausgangslage und Aufgabenstellung

Die Stadtmarketing Hilden GmbH agiert seit einigen Jahren in einem Umfeld intensiven regionalen Standortwettbewerbs. Aus unserer ‚externen‘ Beobachtung hat sich das Mittelzentrum Hilden nicht zuletzt aufgrund seiner Professionalisierung im Kreis Mettmann und in der unmittelbaren Nachbarschaft zum Oberzentrum Düsseldorf gut behaupten können. Dennoch stellen sich natürlicherweise immer wieder Fragen hinsichtlich einer weiter gehenden Optimierung der vorhandenen Strukturen. Das derzeit etablierte Organisations- und Unternehmensmodell ist seit einigen Jahren etabliert. Aus dem politischen Raum ergibt sich die Fragestellung, ob die Stadtmarketing Hilden GmbH zukunftsorientiert aufgestellt ist und welche Veränderungen ggf. für ein erfolgreiches Stadtmarketing in der Unternehmensstruktur vorgenommen werden müssen.

Über die unternehmensstrukturelle Evaluation hinausgehend, stellt sich die Frage nach einer nachhaltigen inhaltlichen, das Stadtprofil fördernden Positionierung für einen überschaubaren Horizont bis zum Jahr 2015. Die aktuelle globale Finanzkrise, einhergehend mit deutlichen Rezessionstrends in Deutschland sowie die sich verschärfende Krise im inhabergeführten, mittelständischen Einzelhandel erfordern ggf. neue Handlungsstrategien, die in den bisherigen Handlungsebenen und Umsetzung von Leitbildern nicht enthalten sind.

Zur Lösung der hier herausgearbeiteten Aufgabenstellung schlägt die CIMA GmbH ein zweistufiges Untersuchungskonzept vor. Beide Analysemodule können unabhängig voneinander beauftragt werden.

**In Bezug auf eine sachorientierte Diskussion der Evaluationsergebnisse empfehlen wir eine mögliche Beauftragung erst nach der Kommunalwahl 2009 ins Auge zu fassen. Die Evaluation kann nur seriös durchgeführt werden, wenn der Prozess nicht durch kurzfristige kommunalpolitische Argumentationsmuster gestört wird.**

## 2 Analysemodule

### 2.1 Evaluation der Hilden Stadtmarketing GmbH

In die Evaluation einbezogen werden sollen alle ‚organisatorischen Eckpfeiler‘ der GmbH. Erforderlich ist somit auch die Einbeziehung der einzelnen Gesellschafter. Außerdem soll ein Kennzahlenvergleich mit anderen Gesellschaften in Deutschland vorgenommen werden. Wir legen großen Wert auf eine frühzeitige und begleitende Einbeziehung der Gesellschafter einerseits und der Vertreter des Aufsichtsrates andererseits. Zu diesem Zweck bietet sich folgendes Untersuchungsdesign an:

- **Startgespräch** mit dem Oberbürgermeister
- **Expertengespräche** mit den politischen Fraktionen
- **Expertengespräche** mit Vertretern der sonstigen Gesellschafter
- **Expertengespräch** mit der Geschäftsführung der Stadtmarketing Hilden GmbH
- Überprüfung der **Tätigkeiten** der Stadtmarketing Hilden GmbH im Verlaufe der letzten zwei Jahre durch Analyse vorhandener Protokolle aus Gesellschafterversammlungen, Jahresberichte, Materialien über die Gesellschafter, Wirtschafts- und Finanzpläne, Unterlagen zu Maßnahmen und Konzepten,
- Analyse des Verlaufs des **Finanzaufkommens** der Gesellschafter, aus eigenwirtschaftlicher Tätigkeit und aus städtischen Zuschüssen
- **Kennzahlenvergleich** mit ausgewählten Stadtmarketing-Gesellschaften in Deutschland (optionaler Baustein)
- Präsentationstermin der Ergebnisse ‚vor Ort‘
- Erstellung eines **Untersuchungsberichts** mit den Ergebnissen der Evaluation sowie mit dem Kennzahlenvergleich, Empfehlungen mit organisatorischen, finanziellen und maßnahmenorientierten Ableitungen

Die CIMA GmbH ist davon abhängig, dass aussagefähige Materialien zur Auswertung zum Zeitpunkt der Beauftragung vorgelegt werden. Dabei wird insbesondere Wert auf Informationen über die einzelnen Gesellschafter sowie Daten zur Finanzierung der GmbH seit Ihrem Bestehen (Planzahlen, Istzahlen, aktuelle Zahlen).

Der **Kennzahlenvergleich** wird optional als ergänzender Baustein angeboten. Nur zum Teil sind in Bezug auf Hilden maßstäbliche Vergleichsdaten im Hause verfügbar. Die Auswahl der ‚Benchmarkstädte‘ erfolgt gemeinsam mit dem Auftraggeber. Vor dem Hintergrund der Sensibilität des Themas ist u.U. die Mitwirkung des Auftraggebers erforder-

lich. Der hierfür erforderliche Honoraraufwand kann nur überschlägig ausgewiesen werden.

Der Zeitplan für den Prozess wird nach der Auftragserteilung mit dem Auftraggeber abgesprochen. Die Bearbeitungsdauer beträgt ab dem Zeitpunkt der Beauftragung und gleichzeitiger Übergabe aller relevanten Informationen etwa 12 bis 14 Wochen.

## **2.2 Stadtmarketing Hilden 2015**

### **2.2.1 Überprüfung des derzeit gültigen Leitbildes (Aktualisierung des Stärken- und Schwächenprofils der Stadt Hilden)**

#### **2.2.1.1 Auswertung vorliegender Unterlagen**

Die CIMA GmbH wertet alle vorliegenden Unterlagen zur Umsetzung des Leitbildes der Stadt Hilden aus. Hierzu zählen relevante Gutachten, Publikationen, Arbeits- und Sitzungsprotokolle der Geschäftsführung sowie die Dokumentation von Veranstaltungen und Events

#### **2.2.1.2 Analyse der Standortpotenziale in Bezug auf die individuelle Profilierung der Stadt Hilden**

Die CIMA GmbH bewertet das Standortprofil der Stadt Hilden durch die ‚Vor Ort- Analyse‘ folgender Infrastrukturen

- Qualitative Bewertung des Einzelhandels in den Haupteinkaufslagen der Innenstadt von Hilden
- Qualitative Bewertung der Gastronomie- und Beherbergungsangebote in der Innenstadt von Hilden
- Standortbewertung maßgeblicher Gewerbeflächenpotenziale (qualitativ nach Standortfaktoren und Nutzungsstrukturen)
- Einschätzung der Wohnlagen im Stadtgebiet
- Überschlägige Analyse der Angebotsstruktur in den Segmenten Freizeit und Kultur

### 2.2.1.3 Expertengespräche

Die CIMA GmbH führt mit allen relevanten Akteuren im Rahmen der Gestaltung des Stadtmarketingprozesses Expertengespräche hinsichtlich der zukünftigen Positionierung der Stadt Hilden und der Weiterentwicklung des Leitbildes des Stadtmarketing bzw. der Positionierung der Stadt Hilden in der Region durch. Diese Gespräche dienen auch der Vorbereitung eines spezifischen Positionierungsworkshops zur strategischen Weiterentwicklung des Stadtmarketings in Hilden.

### 2.2.2 Zwischenergebnis: Erste Vorschläge zur Weiterentwicklung des Leitbildes des Stadtmarketings in Hilden (Stadtmarketing Konzept Hilden 2015)

Aus den bisher zusammengetragenen Befunden und Analysen leitet die CIMA GmbH erste Vorschläge zur inhaltlichen Darstellung des Stadtmarketing Konzeptes Hilden 2015 ab. Die Ergebnisse werden sowohl der Geschäftsführung der Stadtmarketing Hilden GmbH als auch den relevanten Aufsichtsgremien präsentiert. Die entsprechende Chartpräsentation ist maßgebliches Arbeitsmaterial für die weitere Konkretisierung

### 2.2.3 Positionierungsworkshops zur MARKE HILDEN

Die CIMA möchte im Rahmen eines ‚Positionierungsworkshops‘ den Kern der MARKE HILDEN herausarbeiten und diskutieren. Dieser Diskussionsprozess ermöglicht die Erarbeitung eines individuellen Markenprofils für die Stadt Hilden und ist Grundlage für ein nachhaltiges Stadtmarketing Konzept Hilden 2015.

Wir schlagen die Durchführung von zwei Workshopveranstaltungen vor. Der erste dient der Grundsatzdiskussion; im zweiten sollen konkrete Handlungsansätze zu einer Umsetzung des ‚Stadtmarketing Konzept Hilden 2015‘ diskutiert werden. Zwischen beiden Workshopsitzungen sollte eine ‚Bürgerwerkstatt‘ eingeflochten werden, um die erarbeiteten Ergebnisse mit der Öffentlichkeit zurück zu koppeln. Die Teilnehmer an den Positionierungsworkshops vereinbaren für Ihre Arbeit strikte Vertraulichkeit.

#### **2.2.4 Bürgerwerkstatt**

Die CIMA GmbH bereitet die bisher erarbeiteten Befunde im Rahmen einer Präsentation der Ergebnisse, der Ableitung von Arbeitshypothesen und der Ausstellung der Ergebnisse in Form eines Wanderganges auf. Die Veranstaltung wird so angelegt, dass eine hohe Motivation zur Beteiligung und Mitarbeit gegeben ist. Diese besteht in der Arbeit in Kleingruppen sowie der Kommentierung der Ausstellungsergebnisse.

#### **2.2.5 Pressearbeit**

Die Pressearbeit zur Weiterentwicklung des Stadtmarketing Hilden 2015 erfolgt gemeinsam mit dem Auftraggeber. Im Honorar sind die Mitarbeit an Pressemitteilungen sowie die Durchführung von bis zu drei Hintergrundgesprächen mit der örtlichen Presse enthalten.

#### **2.2.6 Berichtsfassung**

Basierend auf allen Analysen, Expertengesprächen, Workshops und der Bürgerwerkstatt wird ein Abschlussbericht mit maßgeblichen Empfehlungen und Handlungsansätzen des Stadtmarketing Konzeptes 2015 verfasst.

#### **2.2.7 Präsentation der Ergebnisse / Zeitliche Planung**

Es erfolgt eine Abschlusspräsentation der Ergebnisse in zwei politischen Gremien der Stadt Hilden.

Für den Prozess ist ein Zeitraum von sechs bis neun Monaten zu veranschlagen. Der genaue Zeitplan wird mit dem Auftraggeber nach Auftragserteilung abgestimmt.

### 3 Honorare und sonstige vertragliche Regelungen

#### 3.1 Honorare und Zahlungsmodalitäten

Die nachfolgend aufgeführten Honorare verstehen sich als Nett Honorare zzgl. der gesetzlich gültigen MwSt.

| Untersuchungsschritte   | Honorar (netto) in € |
|---|----------------------|
| Evaluierung der Stadtmarketing Hilden GmbH (ohne Kennzahlenvergleich); Abschnitte 2.1 der Leistungsbeschreibung <sup>1</sup>  | € 15.000.-           |
| Überprüfung des aktuellen Stadtmarketing-Leitbildes der Stadt Hilden (Auswertung aller relevanter Unterlagen, Qualitative Standortbewertungen ‚vor Ort‘, Expertengespräche); Abschnitte 2.2.1 der Leistungsbeschreibung | € 17.000.-           |
| Vorschläge zur Weiterentwicklung des Leibildes und strategische Stoßrichtungen (Erarbeitung entsprechender Präsentationsmaterialien, zwei Präsentationen ‚vor Ort‘); Abschnitt 2.2.2 der Leistungsbeschreibung          | € 5.500.-            |
| Durchführung und Dokumentation von zwei Profilierungsworkshops (Arbeitsprotokolle); Abschnitt 2.2.3 der Leistungsbeschreibung   | € 9.000.-            |
| Vorbereitung, Durchführung und Dokumentation einer BÜRGERWERKSTATT; Abschnitt 2.2.4 der Leistungsbeschreibung   | € 7.000.-            |
| Pressearbeit, Untersuchungsbericht, Präsentationen; Abschnitte 2.2.5 bis 2.2.7 der Leistungsbeschreibung  | € 7.000.-            |

<sup>1</sup> Der Kennzahlenvergleich wird optional angeboten. Eine Beauftragung erfolgt in gemeinsamer Konkretisierung mit dem Auftraggeber. Das hierfür anfallende Honorar dürfte sich auf zusätzlich € 4.000.- bis 8.000.-, netto, belaufen.



## Evaluation Stadtmarketing Hilden GmbH

---

Die Honorare umfassen alle Kosten einschließlich Sach- und Reisekosten und im Bearbeitungsprozess anfallender Arbeitsgespräche. Es gelten folgende Zahlungskonditionen als vereinbart:

- 30 % nach Auftragserteilung des jeweiligen Analysemoduls
- 20 % nach erster mündlicher Berichterstattung oder Präsentation
- 50 % nach Übergabe der Untersuchungsberichte

Weiterführende Beratungsleistungen werden aufwandsbezogen in Abstimmung mit dem Auftraggeber kalkuliert, wobei folgende Tagessätze Anwendung finden: Projektleiter € 1.000,-, Beratungsassistent: € 400,-.

An das Angebot halten wir uns gebunden bis zum 30.12.2009

### **3.2 Weitere Vertragsbedingungen**

Die Vertragspartner werden alle notwendigen Vorkehrungen treffen, damit die gutachterliche Unabhängigkeit der Mitarbeiter der CIMA gewährleistet ist. (z.B. Abwerbe- und Einstellungsverbot, keine Vorwegnahme von Analyseergebnissen und Empfehlungen).

Die CIMA Beratung + Management GmbH ist frei in der Bearbeitung des Auftrages. Unterschiedliche Auffassungen über Analyseergebnisse und Empfehlungen zwischen CIMA und Auftraggeber stellen keinen Sachmangel dar.

Soweit nichts anderes vereinbart ist, werden Gutachten und Berichte schriftlich dargestellt. Hat die CIMA die Ergebnisse der Tätigkeiten schriftlich darzustellen, so ist nur diese schriftliche Erklärung maßgebend. Mündliche Erklärungen und Auskünfte von Mitarbeitern der CIMA innerhalb und außerhalb des erteilten Auftrages sind stets unverbindlich.

Das geistige Eigentum und daher das Urheberrecht an den im Zusammenhang mit dem Beratungsauftrag erbrachten Leistungen verbleiben bei der CIMA. Der Auftraggeber erhält ein umfassendes Nutzungsrecht zur Gestaltung der örtlichen Stadtmarketingprozesse.



## Evaluation Stadtmarketing Hilden GmbH

---

Die Ergebnisse der CIMA sind ausschließlich für die Auftragsparteien bestimmt und dürfen ohne ausdrückliche schriftliche Zustimmung nicht weitergegeben werden, soweit sich nicht bereits aus dem Auftragsinhalt die Einwilligung zur Weitergabe an einen bestimmten Dritten (z.B. Aufsichtsratsmitglieder, Mitglieder des Rates der Stadt Hilden) ergibt.

Der Auftraggeber stellt die CIMA GmbH von Ansprüchen und Forderungen Dritter frei, die sich aus der Verwendung des Gutachtens ergeben und übernimmt ggf. die Kosten der Rechtsabwehr solcher Forderungen. Soweit sich Schutzrechte Dritter erst aus einer Veröffentlichung eines Gutachtens / Berichtes der CIMA GmbH ergeben, unterlässt der Auftraggeber solche Veröffentlichungen bzw. stellt anderenfalls die CIMA von allen Ansprüchen Dritter frei.

Soweit die CIMA im Rahmen des Auftrages Informationen vom Auftraggeber erhält, stellt dieser die CIMA von Ansprüchen Dritter frei, die sich aus der Verwendung der Informationen im Gutachten der CIMA ergeben. „Informationen“ sind insbesondere Angebote, Berichte, Analysen, Gutachter Dritter, die der CIMA ausgehändigt werden.

Die CIMA führt jeden Auftrag nach bestem Wissen und nach modernem Erkenntnis- und Methodenstand durch. Der Auftraggeber erklärt sich mit der Anwendung der Methoden, Kennziffern, Standards der CIMA einverstanden.