



# die UNABHÄNGIGEN Hilden

## Fraktion im Rat der Stadt Hilden

Geschäftsstelle: Warrington Platz 5 – 40721 Hilden  
Der Vorsitzende: Prof. Dr. Ralf Bommermann – Hummelsterstr. 9 – 40724 Hilden  
☎ 0 21 03 – 4 71 71, FAX 0 21 03 – 4 71 70, Email: [r@bommermann.de](mailto:r@bommermann.de)

die UNABHÄNGIGEN Hilden - Postfach 10 10 07 - 40710 Hilden

EINGEGANGEN  
15. Feb. 2012

Postanschrift: Postf. 10 10 07, 40710 Hilden

Öffnungszeiten der Geschäftsstelle

Montag, Mittwoch, Freitag 9.00 bis 13.00 Uhr

Dienstag und Donnerstag 15.00 bis 19.00 Uhr

☎ (02103) - 91 02 15

Fax: (02103) - 9 10 93 18

Internet: [www.d-u-h.de](http://www.d-u-h.de)

Email: [info@d-u-h.de](mailto:info@d-u-h.de)

### ANTRAG:

1. Die Verwaltung wird beauftragt, einen klaren Aufgabenkatalog ihrer Wirtschaftsförderung in Abgrenzung zu den satzungsmäßigen Aufgaben der Stadtmarketing GmbH vorzulegen.
2. Die Gesellschafterversammlung der Stadtmarketing Hilden GmbH wird gebeten, mit ihrem Geschäftsführer verbindliche Festlegungen über dessen Arbeitsziele und -ergebnisse in Verfolgung sämtlicher satzungsmäßiger Gegenstände der Gesellschaft zu vereinbaren. Hierbei sind insbesondere die Strategiepapiere Kultur und VHS und das City- und Lichtkonzept zu berücksichtigen.

### Begründung:

Der aktuelle und von den UNABHÄNGIGEN Hilden (dUH) oft kritisierte Zustand ist, dass sich die Stadtmarketing GmbH um Leerstandsmanagement in der City kümmert, das nach unserem Verständnis zur originären Aufgabe der kommunalen Wirtschaftsförderung gehört. Dadurch fehlen bei der Stadtmarketing GmbH natürlich die Kapazitäten, sich den satzungsmäßigen Aufgaben des städtischen Marketings vollständig zu widmen.

So berichtete jüngst die Presse über das „Ex-Hertie-Haus“ an der Mittelstraße und darüber, dass dort sowohl der Geschäftsführer der Stadtmarketing GmbH als auch der städtische Wirtschaftsförderungsdezernent am Werk waren. Beide Herren haben offenbar den Kontakt zum Inhaber der Immobilie, der britischen Firma Dawnay Day, gesucht. Nach dem Motto „Viele Köche verderben den Brei“ ist dies für eine optimale Ansiedlungspolitik schädlich. Jeder potentielle Investor und auch jeder Eigentümer verlangt einen und zwar einen kompetenten Ansprechpartner. Zwei getrennte Aktionen verschrecken jeden zumal ausländischen Eigentümer; für Hilden ist dies fatal.

Zudem gehört die kommunale Wirtschaftsförderung in Form von Ansiedlungspolitik und Bestandspflege nach der Satzung gerade nicht zu den Aufgaben der Stadtmarketing GmbH.

Marketing ist also nicht die beliebige Anhäufung von Veranstaltungen; zum Marketing gehört auch nicht originär das Leerstandsmanagement, sondern die Vermarktung der Marke „Stadt Hilden“ mit seinen vielfältigen Angeboten in jeder Hinsicht. Hilfsmittel zur Erarbeitung eines ganzheitlichen Konzeptes sind das City- und Lichtkonzept ebenso wie die Strategiepapiere Kultur und VHS und auch die von der Bergischen Universität Wuppertal erarbeiteten Teilergebnisse.

**Aus Wikipedia:** Der Begriff Marketing oder (veraltet) Absatzwirtschaft bezeichnet zum einen den Unternehmensbereich, dessen Aufgabe (Funktion) es ist, Waren und Dienstleistungen zu vermarkten; zum Anderen beschreibt dieser Begriff ein Konzept der ganzheitlichen, marktorientierten Unternehmensführung zur Befriedigung der Bedürfnisse und Erwartungen der Kunden und anderer Interessengruppen (Stakeholder).

Dementsprechend heißt es In § 2 Abs. 1 der Satzung der Stadtmarketing GmbH unmissverständlich:

„Gegenstand des Unternehmens ist die Vorbereitung und Durchführung von Konzepten und Maßnahmen zur Förderung der Attraktivität und des Images der Stadt Hilden unter Berücksichtigung aller innerstädtisch relevanten Funktionen, insbesondere der wirtschaftlichen, kulturellen und stadtmakingbezogenen Aspekte.“

Und weiter in Absatz 4 der Satzung:

„Gegenstand des Unternehmens ist ferner die Förderung, die Betreuung und das Betreiben von Einrichtungen und Veranstaltungen im Bereich des Fremdenverkehrs und der damit im Zusammenhang stehenden Geschäfte. Dazu gehört insbesondere die Verbesserung des touristischen und des gastronomischen Angebots, die Besucher- und Gästebetreuung, Zimmervermittlungen, die Durchführung von Stadtführungen, der Betriebs eines Informationsbüros sowie der Vertrieb von touristischen Produkten und Dienstleistungen.“

(Unterstreichungen hinzugefügt).

Von diesen satzungsmäßigen Aufgaben nimmt die Stadtmarketing GmbH nur einen geringen Bruchteil wahr. Der wesentliche Teil der Zeit wird auf das Leerstandsmanagement verwendet, das gerade nicht satzungsmäßige Aufgabe der GmbH ist, sondern der städtischen Wirtschaftsförderung obliegt. Hieran kann auch der Beschluss eines Ausschusses eines der beiden Gesellschafter nichts ändern.

Zum kommunalen Stadtmarketing gehörte daher nach unserem Verständnis auch die Teilnahme an der Tourismusmesse in Utrecht, an der sich u.a. der Kreis Mettmann und die Velbert Marketing GmbH, nicht aber die Hildener Stadtmarketing GmbH beteiligt haben.

Aus diesen Gründen ist es geboten, eine klare Definition der Aufgaben der städtischen Wirtschaftsförderung in Abgrenzung zu den satzungsmäßigen Zwecken der Stadtmarketing GmbH zu fixieren und andererseits den Geschäftsführer der Stadtmarketing Hilden GmbH auf die Ziele der Gesellschaft zu verweisen (und seine Aktivitäten darauf zu begrenzen).

die UNABHÄNGIGEN Hilden  
Prof. Dr. Ralf Bommermann