



BESCHLUSSVORLAGE

Federführung:

FB Organisation und Personal

VORL.NR. 284/11

Sachbearbeitung:

Nitzsche, Robert
Eckstein-Benke, Renate

Datum:

20.06.2011

Beratungsfolge

Ausschuss für Wirtschaft, Kultur und Verwaltung
Gemeinderat

Sitzungsdatum

05.07.2011

Sitzungsart

NICHT ÖFFENTLICH
ÖFFENTLICH

Betreff:

Einrichtung eines Zentralen Veranstaltungsstättenmanagements innerhalb des neuen Fachbereichs Stadtmarketing, Tourismus und Veranstaltungsmanagement

Bezug:

Vorl. Nr.098/09

Anlagen:

Ausschreibungsentwurf

Beschlussvorschlag:

1. Der bisherige Fachbereich Film, Medien und Tourismus wird neu strukturiert. Es wird für den Betrieb von Forum, ARENA, Musikhalle und weiteren Veranstaltungslokationen ein zentrales Veranstaltungsstättenmanagement in den künftigen Fachbereich Stadtmarketing, Tourismus und Veranstaltungsmanagement integriert. Die Film- und Medienförderung wird mit der Wirtschaftsförderung des Referats für Nachhaltige Stadtentwicklung zusammengeführt.
2. Die Stelle der Fachbereichsleitung wird auf der Grundlage dieser künftigen Struktur zur Wiederbesetzung in EG 15 einschließlich leistungs- und ergebnisbezogener Vergütungskomponenten freigegeben.

Sachverhalt/Begründung:

1. Für den eiligen Leser

Mit der Bündelung der Aufgaben Tourismus/Marketing und Stadtmarketing/Veranstaltungen und des Veranstaltungsstättenmanagements in einer Organisationseinheit bieten sich eine Vielzahl von Chancen für Ludwigsburg.

2. Ausgangslage und Ziele

Ludwigsburg bietet ein vielfältiges Angebot an attraktiven Veranstaltungsstätten und publikumswirksamen Veranstaltungen in der barocken Innenstadt.

Die erfolgreiche Vernetzung von Forum am Schlosspark, der Musikhalle sowie dem Louis-Bührer-Saal der Kreissparkasse und der neuen ARENA soll im weiterentwickelten Fachbereich organisatorisch gebündelt werden. Auf dieser Grundlage soll die Kooperation mit anderen Veranstaltungsstätten weiter ausgebaut werden.

Mit der Verbindung von geschlossenen Veranstaltungsstätten mit den Open-Air-Veranstaltungen entstehen neue Bündelungseffekte für den städtischen Technikpool.

Die Zusammenfassung des Marketings für Tourismus und Veranstaltungsstätten ist ein weiterer

Einrichtung eines Zentralen Veranstaltungsstättenmanagements innerhalb des neuen Fachbereichs Stadtmarketing, Tourismus und Veranstaltungsmanagement

entscheidender Beweggrund das Profil, die Angebote und Möglichkeiten Ludwigsburgs überregional noch stärker zu positionieren.

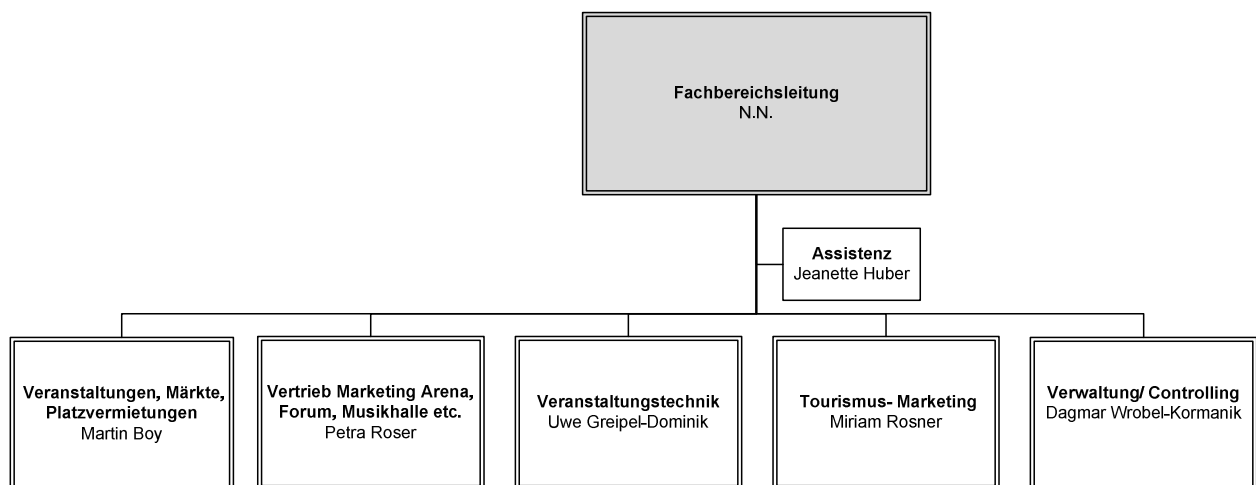
3. Film- und Medienförderung

Ludwigsburg hat sich in den vergangenen Jahren insbesondere mit der Filmakademie Baden-Württemberg und dem Animationsfilminstitut international einen hervorragenden Ruf in den einschlägigen Fachkreisen erarbeiten können. Im Film- und Medienzentrum und weiteren medienaffinen Standorten der Wohnungsbau Ludwigsburg, aber in erheblichem Umfang auch in der Weststadt verfügt die Stadt über eine beachtliche gebündelte Infrastruktur, in denen sich zahlreiche Film- und Medienfirmen in einem dynamischen Veränderungsprozess der Branche strukturell sehr wohl fühlen.

Mit der neuen Akademie für darstellende Kunst, der von der bisherigen Landesregierung beschlossenen Filmkonzeption II und der von der neuen Landesregierung angekündigten Aufstockung der Filmförderung entstehen in gewissem Umfang weitere Herausforderungen und Chancen.

Um einer zu starken Diversifizierung des Fachbereiches mit dem Veranstaltungsstättenmanagement zu begegnen und um dem Umstand Rechnung zu tragen, dass das Referat für Nachhaltige Entwicklung inklusive der Wirtschaftsförderung bislang schon den Aufbau der Akademie für darstellende Kunst entscheidend mitgeprägt hat, dabei auch intensive Kontakte zur Filmakademie entwickelt hat, ist es konsequent, die Film- und Medienförderung mit der Wirtschaftsförderung innerhalb des Referats zu verbinden.

4. Organigramm des Fachbereichs Tourismus, Stadtmarketing und Veranstaltungsstättenmanagement



5. Aufgaben

Abteilung Veranstaltungen, Märkte, Platzvermietungen (2,95 Vollzeitstellen):

- Stadtmarketing in Form von Eigenveranstaltungen (z.B. Weihnachtsmarkt, Venezianische Messe) und Zusammenarbeit mit LUIS;
- Platzvermietungen,
- Betrieb von Wochenmärkten und Jahrmärkten;

Abteilung Vertrieb Marketing Häuser (8,6 Stellen zzgl. Garderobenpersonal):

- Marketing/ Vermarktung Veranstaltungshäuser, wie z.B. Konzeption und Umsetzung Kommunikationsmittel, Sicherstellung Vorgaben aus Markenkonzeption, Durchführung Vermarktungsaktivitäten (Website, Messen, Anzeigenschaltung etc.), Neukundenakquise sowie Kundentermine;

Einrichtung eines Zentralen Veranstaltungsstättenmanagements innerhalb des neuen Fachbereichs Stadtmarketing, Tourismus und Veranstaltungsmanagement

- Vertriebsinnendienst/Belegungsmanagement, wie z.B. Aktivitäten Entwicklung und Pflege Preislisten, Optionsterminierung, Angebotserstellung, Vertragsabwicklung und Raumbelagung;
-Service/ Controlling zur Abwicklung der administrativen Belange des Veranstaltungsmanagements.

Abteilung Veranstaltungstechnik (15,25 Stellen, zzgl. 2,0 Stellen Hausmeister Musikhalle, zzgl. 1,28 Stellen Reinigungspersonal Musikhalle, zzgl. 4,0 Umstuhler auf geringfügiger Beschäftigungsbasis, zzgl. 1,0 Auszubildender Veranstaltungstechniker):

- Überprüfung technische Machbarkeit
- Zurverfügungstellung von personellen Ressourcen (u.a. Dienstpläne erstellen), Equipment (z.B. Angebotseinholung von Fremdgewerken und Mietequipment)
- Veranstaltungsabwicklung in enger Zusammenarbeit mit dem Bereich Marketing/ Vermarktung
- Wahrnehmung der Rolle als „Vermarktungsasset“ (Teilnahme an Akquisegesprächen)

Abteilung Tourismus-Marketing (5,46 Stellen incl. Tourist-Information):

- Marketingmaßnahmen für Außenveranstaltungen,
- Planung und Umsetzung von Printpublikationen,
- Touristische Dachwerbung,
- Einzelmarketingmaßnahmen und Messen,
- Tourismuskonzeption,
- Einzelmaßnahmen Tourismus;
- Touristinformation inkl. Kartenvorverkauf

Abteilung Zentrale Rechnungsstelle, Controlling (1,08 Stellen)

- Generelle Administration
- Rechnungsabwicklung
- Internes Finanzcontrolling
- Debitorenmanagement

Stadtmarketing

Ludwigsburg hat in den vergangenen Jahren die bislang schon gute Entwicklung weiter fortsetzen können.

Mit wichtigen Themen der nachhaltigen Stadtentwicklung konnte sich die Stadt zusätzlich auf neuen Feldern erfolgreich national und international positionieren, z. B. auf dem Energiesektor und bei der nachhaltigen Mobilität oder auch bei der Bildung.

Die bisherigen und neuen Profilstärken Ludwigsburgs sollen mit der weiterentwickelten Aufgaben- und Organisationsstruktur des Fachbereiches noch stärker als bislang überregional positioniert werden, um den Zielen der nachhaltigen Stadtentwicklung im ökonomischen, ökologischen und sozialen Bereich Rechnung zu tragen.

Verteiler: 14, 20, 41, 89, 10