STELLENPROFIL BRANDMANAGEMENT

1. Der/Die Brandmanager/in

- koordiniert in enger Abstimmung mit der Stadt Kitzingen (Hauptamt) die Umsetzung der Ideen aus dem Ideenhandbuch
- stellt den jährlichen Umsetzungsplan auf und informiert einmal jährlich den Stadtrat
- ermittelt den finanziellen Aufwand (Budget) je Projekt und informiert die Stadt Kitzingen
- holt Angebote ein, führt falls nötig Agenturbriefings durch und begleitet eine fristgerechte Umsetzung
Anmerkung: die Agenturen „atelier zudem“ sowie „ORKA Partner für Kommunikation“ sind als Agenturen die Hauptpartner des Brandmanagement, da Mit-Urheber des „Treibhaus der Ideen“
- ist Anlaufstelle für BürgerInnen und alle am Prozess beteiligten Personen/ und Institutionen. Diese Funktion wird nach innen und außen kommuniziert
- koordiniert neue Ideen und ordnet diese in den Entwicklungsprozess stimmig ein
- koordiniert die Termine mit allen Prozessbeteiligten und Partnern
- lädt zu den Terminen des „Runden Tisches“ ein und koordiniert dessen Aktivitäten
- koordiniert die Public Relations (PR) und begleitende Werbung
- sucht Kontakt und akquiriert Sponsoren und potentielle Partner für den Umsetzungsprozess
- beschafft Fördermittel über die enge Zusammenarbeit mit öffentlichen Stellen (z.B. LEADER, LRA, Konversionsmanagement)
- ist Ansprechpartner für Schulen, Vereine, Verbände, etc., sucht und pflegt den Kontakt zu diesen
- ist verantwortlich für das Internetportal „Kitzingen kann's“ (Befüllung und Pflege der Inhalte)

2. Sonstige Hinweise

Das Brandmanagement ist beim Stadtmarketingverein angesiedelt, verantwortliche Brandmanagerin ist das geschäftsführende Vorstandsmitglied Claudia Biebl.

Das Aufgabenspektrum des Vereins erweitert sich um diese Aufgabe und fügt sich nahtlos ins Leistungsangebot des Stadtmarketingvereins ein.

Der Verein als Interessenvertreter von Einzelhandel, Unternehmen und Gastronomen kann durch seine Schnittstellenfunktion wertvolle Synergien herstellen.

Sowohl die bisherige Arbeit des Stadtmarketingvereins als auch die Umsetzung des Markenbildungsprozesses wirken letztlich auf die gesamte Stadt. Die bisherigen Aufgaben des Stadtmarketingvereins sowie die Umsetzung der Marke sind soweit als möglich voneinander abzugrenzen. Dies geschieht insbesondere durch die klare Zuordnung von Budgets für die einzelnen Ideen/ Projekte.

Bei Ideen mit deutlichem Bezug zum Einzelhandel (z.B. Serviceregenschirm; Nr. 19 des Ideenhandbuchs) wird eine Mitfinanzierung durch den Einzelhandel von Seiten der Brandmanagerin aktiv begleitet.

Um die umfangreichen Aufgaben des Brandmanagement wahrnehmen zu können, stellt der STMV eine Teilzeitstelle zur Verfügung.

Für die anfallenden Tätigkeiten (siehe Nr. 1) wird ein Bruttoentgelt i. H. v. 3500 €/Monat (39 Std.) als Berechnungsgrundlage angenommen. Angesichts der vielfältigen und ebenso verantwortungsvollen wie selbständig zu erbringenden Leistungen und ausgehend von der Qualifikation und Berufserfahrung der Brandmanagerin, erscheint die EG 9 TVöD als absolut angemessen. Bei einer wöchentlichen Arbeitszeit von 12 Stunden für den Markenbildungsprozess ergibt sich hieraus eine Erstattung i. H. v. von 1076,92 €. Evtl. notwendige Überstunden sind möglichst auszugleichen, ansonsten und soweit unabdingbar, entsprechend nachzuweisen.

Seitens der Stadt werden für die Tätigkeiten keine weiteren Erstattungen geleistet. Für die Vergütung der Leistungen der Brandmanagerin ist der Stadtmarketingverein selbst verantwortlich. Die Stadt Kitzingen rechnet ganzjährig mit einer wöchentlichen Arbeitszeit von 12 Std.

Im Falle von längeren Krankheitszeiten oder sonstiger Verhinderung ist der STMV dafür verantwortlich, die Vertretung zu regeln oder die notwendige Aussetzung der Leistungserbringung an die Stadt mitzuteilen. Eine Erstattung erfolgt für diesen Zeitraum nicht, es ist aber möglich, die ausgefallenen Stunden zu kompensieren.

3. Dieses **Stellenprofil ist Bestandteil der Kooperationsvereinbarung**, sie tritt zum 15.Mai 2016 in Kraft.