

Kooperationsvereinbarung zum Markenbildungsprozess

zwischen

Stadt Kitzingen, Kaiserstrasse 13/15, 97318 Kitzingen,
vertreten durch Herrn OB Siegfried Müller

und

Stadtmarketingverein Kitzingen e.V., Alte Burgstrasse 5, 97318 Kitzingen,
vertreten durch das Geschäftsführende Vorstandsmitglied Claudia Biebl

§ 1

Gegenstand der Vereinbarung

Die Vertragsparteien sind sich darüber einig, den begonnenen Markenbildungsprozess auf Basis der vom Institut für Stadt – und Regionalentwicklung präsentierten Ergebnisse gemeinsam fort zu führen und weiter zu entwickeln.

Sie sind bei diesem Umsetzungsprozess gleichberechtigte Partner, die sich im beiderseitigen Interesse zur Implementierung der „Marke Kitzingen“ gegenseitig unterstützen.

§ 2

Leistungen der Stadt

Die Stadt Kitzingen verpflichtet sich, im Rahmen ihrer finanziellen Leistungsfähigkeit und gemäß Stadtratsbeschluss vom 16.2.16, zur Umsetzung des Markenbildungsprozesses bis auf weiteres einen jährlichen pauschalen Haushaltsansatz in Höhe von 10.000 € bereit zu stellen.

Diese Mittel dienen der Finanzierung von Maßnahmen insbesondere aus dem Ideenhandbuch, soweit es sich dabei nicht unmittelbar um ureigene Maßnahmen des Stadtmarketingvereins handelt.

Die Entscheidung über **den Einsatz** der Mittel obliegt **dem Brandmanagement nach Abstimmung mit** der Leitung des Hauptamtes als Projektverantwortlichen der Stadt Kitzingen. Dabei ist auch der Personaleinsatz von Verantwortlichen, Mitgliedern oder Beauftragten des Stadtmarketingvereins ansetzbar und vom jeweiligen Einzelfall - nach Absprache - abhängig.

Für weitergehende Leistungen des Brandmanagement erhält der Stadtmarketingverein eine Erstattung nach Maßgabe des „Stellenprofil Brandmanagement“, welches Bestandteil dieser Kooperationsvereinbarung ist.

Für kostenintensivere Projekte und/oder Maßnahmen, die mit dem jährlichen Pauschalansatz nicht finanzierbar sind, können seitens der Stadt im Wege einer gesonderten Beschlussfassung durch das zuständige politische Organ weitere HH-Mittel bereitgestellt werden.

§ 3 Leistungen des Stadtmarketingvereins

Der Stadtmarketingverein erbringt Leistungen auf der Grundlage des „Stellenprofil Brandmanagement“ und übernimmt nach außen die Rolle des Markenbeauftragten (Brand Manager/in). Er stimmt die Umsetzung einzelner Maßnahmen mit dem Projektverantwortlichen Stadt Kitzingen ab. Hierzu sowie zur Weiterentwicklung des Markenbildungsprozesses treffen sich die Verantwortlichen beider Vertragsparteien zu regelmäßigen Abstimmungsgesprächen.

Der Stadtmarketingverein nutzt darüber hinaus seine Rolle, um insbesondere seine Mitglieder und weitere Akteure durch gemeinsame Aktionen an der Umsetzung zu beteiligen.

§ 4 Kündigung

Diese Vereinbarung ist jederzeit zum Ablauf des darauffolgenden Quartals von beiden Vertragspartnern kündbar, wenn ein Vertragspartner wesentliche Bestandteile dieser Vereinbarung nicht einhält. Dazu zählen u.a. die Nichteinhaltung von Terminen, inhaltlichen und formalen Absprachen sowie die grobe Verletzung der partnerschaftlichen Zusammenarbeit.

Sie gilt zunächst befristet für den Zeitraum von einem Jahr und tritt zum 15.05.2016 in Kraft. Sie verlängert sich um jeweils ein Jahr, wenn nicht eine der Vertragsparteien spätestens zum 31.12. des vorhergehenden Jahres kündigt.

§ 5 Sonstiges

Die Bildung eines sogenannten „Runden Tisches“ mit am Prozess interessierten und engagierten BürgerInnen und/oder Gewerbetreibenden wird angestrebt. Hierbei sind die am Ideenhandbuch beteiligten Marketingagenturen möglichst einzubeziehen.

Beide Partner sind sich einig, die Vereinbarung zum Wohle und Besten des Gemeinwesens der Stadt Kitzingen zu erfüllen.

Kitzingen, den _____

Kitzingen, den _____

Siegfried Müller
Oberbürgermeister
Stadt Kitzingen

Claudia Biebl
Geschäftsführendes Vorstandmitglied
Stadtmarketingverein Kitzingen e.V.

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
- 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. Serviceregenhalm; 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. **Juli** 2016 in Kraft.