

0518 Postulat (jfk) "Ganzheitliches Marketing der Gemeinde Köniz"

Abschreibung; Direktion Präsidiales und Finanzen

Bericht des Gemeinderates

Der Vorstoss wurde als Motion eingereicht und am 13. Februar 2006 vom Parlament als Postulat erheblich erklärt.

Ausgangslage

Der Gemeinderat ging mit den Unterzeichnenden des Vorstosses einig, dass Gemeindemarketing oder Standortförderung wichtige Massnahmen zur Entwicklung der Gemeinde darstellen. Im Jahr 2006 hat der Gemeinderat das Kommunikationskonzept genehmigt, worauf die Information und Kommunikation der Gemeinde erfolgreich verstärkt werden konnte. Im Rahmen der intensivierten Gemeindekommunikation wurden auch punktuelle Massnahmen im Bereich des Standortmarketings umgesetzt (z. B. Wirtschaftstreffen, Aktionen für Wohnstandort Köniz). Der zunehmende Standortwettbewerb verlangt jedoch zusätzliche Anstrengungen.

Anfang 2008 gab der Gemeinderat den Auftrag zur Erarbeitung des Konzeptes Standortmarketing. Begleitet von einer externen Fachperson, erarbeitete in der Folge eine Steuerungsgruppe mit Vertretern aus verschiedenen Direktionen das Konzept in mehreren Schritten. Im Dezember 2008 hat der Gemeinderat das Konzept und die für die Umsetzung beantragten finanziellen und personellen Ressourcen genehmigt. Ab 2009 soll das Konzept Standortmarketing schrittweise umgesetzt werden.

Ziele

Standortpolitik und Standortmarketing müssen Hand in Hand arbeiten. Gemeinsam schaffen und vermarkten sie massgeschneiderte Standortangebote. Damit legt die Politik die Entwicklungsstrategien fest, plant und fördert den Standort. Aufgabe des Marketings ist es, den Standort darzustellen und letztlich als Produkt zu verkaufen. Was die Politik schafft, verkauft das Marketing. Am besten verkaufen sich gute Angebote und Leistungen. Es ist wichtig und richtig, dass sich die gleichen Akteure sowohl um Politik als auch um deren Vermarktung kümmern. Damit ist das eingangs erwähnte „Hand in Hand“ gewährleistet.

Beim Standortmarketing geht es nicht nur um neue Einwohner und neue Unternehmen. Mindestens ebenso wichtig ist das Halten der bereits ansässigen Bewohner und Unternehmen. Standortmarketing stellt sich in den Dienst der Entwicklung der Gemeinde. Und diese Entwicklung kann nur ein Ziel haben: Die Optimierung der Lebensqualität für die Menschen.

Das Standortmarketing in Köniz will die Lebensqualität der Menschen optimieren. Erreicht wird dieses Ziel:

- mit einer Stärkung des Wohnstandortes (minimal: Erhalten des status quo, maximal: Zuwachs um 200 Personen/Jahr)
- mit einer Stärkung des Wirtschaftsstandortes (Erhalt und Ansiedlung von Arbeitsplätzen durch stete Optimierung der Rahmenbedingungen)
- mit Attraktivitätssteigerungen des Freizeitstandortes (wie sie für die Bereiche Kultur und Sport in der Legislaturplanung 2006-2009 skizziert sind).

Stärken – Schwächen

Standortmarketing heisst, sich über Stärken, Chancen, Schwächen und Bedrohungen eines Standortes bewusst zu sein und daraus Handlungsbedarf für die Standortpolitik und das Ortsmarketing abzuleiten.

Als Stärken der Gemeinde Köniz werden unter anderem das insgesamt positive Image, das umfassende Angebot, die Vielfalt, gute Erreichbarkeit, vorausschauende Bodenpolitik und das hohe Umweltbewusstsein eingestuft. Optimierungsbedarf sieht das Konzept beim diffusen Profil der Gesamtgemeinde, in der Ausgestaltung der Ortszentren, beim Verkehrssystem, in der Sportinfrastruktur und bei der Familienpolitik. Als Chancen bezeichnet werden die Bürgernähe der Verwaltung, das Entwicklungspotential der Gemeinde, gute Ausbildungsstätten, Ausbaupläne im öffentlichen Verkehr, solide Finanzen, das Schloss, der Park, das Vidmarareal sowie der Gurten. Zu Bedrohungen werden können eine ungenügende dezentrale Versorgung mit Gütern des täglichen Bedarfs, eine übermässige Belastung von einzelnen Quartieren (z. B. Verkehr, Ausländeranteil) sowie Vandalismus und ungenügende Sicherheit.

Zielgruppen

Mit dem Standortmarketing sollen einerseits Stellen innerhalb der Gemeinde angesprochen werden: Bevölkerung, Angestellte Gemeindeverwaltung, Gemeindebehörden, Partnerorganisationen, Unternehmen, Vereine, Parteien, Verbände.

Andererseits stehen auch Stellen ausserhalb der Gemeinde im Fokus: Medien, Unternehmungen, Investoren, Arbeitskräfte, potentielle Zuzüger, Familien, Ausbildungswillige.

Organisation

Das Standortmarketing wird in Köniz wie folgt organisiert:

Gemeinderat

Ist das Aufsichtsorgan. Legt die Strategie fest. Jede Gemeinderätin / jeder Gemeinderat ist mit ihrer / seiner Direktion verantwortlich für die Entwicklung der Produkte, die kundenorientierte Ausrichtung des Service Public und die entsprechende Verbreitung im Rahmen des Standortmarketings.

Gemeindepräsident

Ist Delegierter des Aufsichtsorgans, „Aushängeschild“ der Gemeinde und damit erster Träger des Standortmarketings. Er verantwortet die ressortübergreifenden Themen und Projekte und tritt, wo immer möglich, gemeinsam mit den zuständigen Direktionen persönlich auf. Er führt die Fachstelle Kommunikation und Standortmarketing.

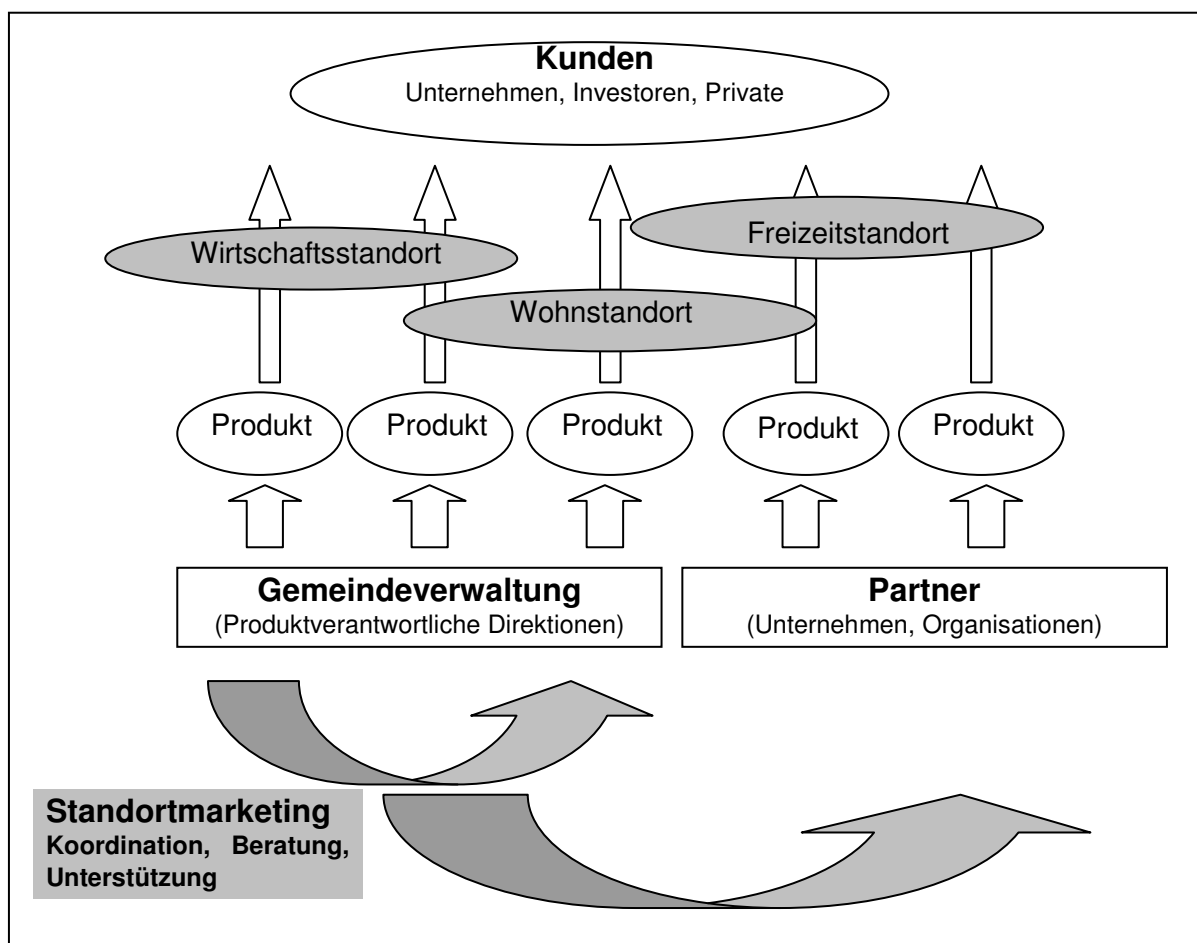
Leiterin/Leiter Standortmarketing

Die Leiterin/der Leiter Standortmarketing ist als ausgewiesene Fachperson zuständig für das Standortmarketing im engeren Sinn. Sie/er evaluiert Zielpublikum und Aktionen, koordiniert und bereitet die benötigten Unterlagen ausgerichtet auf die Zielgruppen auf. Die Leiterin/der Leiter Standortmarketing arbeitet eng mit der Kommunikation zusammen und ist dem Leiter Kommunikation unterstellt. Die Stelle Leiterin/Leiter Standortmarketing wird mit einem 50-Prozent-Pensum besetzt und Anfang 2009 ausgeschrieben. Das Standortmarketing und die Kommunikation werden zusätzlich durch eine Assistenz unterstützt. Das 80-Prozent-Pensum wird intern besetzt.

Die Stellenprozente werden aus dem Gemeinderats- und Direktionspool entnommen. Das heisst, es werden nicht mehr besetzte Stellenprozente der Direktion Präsidiales und Finanzen dafür eingesetzt. Auf einen Stellenbeschaffungsantrag kann deshalb verzichtet werden.

Kontaktgruppe

Eine informelle Kontaktgruppe, welche sich aus externen Persönlichkeiten zusammensetzt, soll das Standortmarketing der Gemeinde beratend unterstützen.



Standortmarketing im weiteren Sinn heisst: Kundenorientierte Ausrichtung des Service Public; politische Verantwortung beim Gemeinderat; Produktverantwortung bei den Direktionen.

Standortmarketing im engeren Sinn heisst: Konzeption und Umsetzung spezifischer Massnahmen zur Stärkung und aktiven Positionierung der Gemeinde als Wirtschafts-, Wohn- und Erlebnisstandort; Koordination der Akteure in- und ausserhalb der Verwaltung; Verantwortung bei Stabsabteilung (Fachstelle Kommunikation und Standortmarketing).

Instrumente

Eine Vielzahl an Instrumenten können im Standortmarketing eingesetzt werden. Beschränkte finanzielle Mittel verlangen innovative und partnerschaftliche Lösungen. Nachfolgend einige Beispiele:

- Bürgernahe Dienstleistungen und Kundenschalter
- Botschaften des Standortmarketings in der täglichen Kommunikation aufnehmen
- Auftritt der Gemeinde an den Ortseingängen optimieren
- Begrüssung Neuzuzüger
- Dokumentationen, Newsletter, Basisreferate
- Könizer Persönlichkeiten werben für Köniz (Ambassadoren)
- Direktkontakte, Veranstaltungen
- Webseite
- Messen
- Werbung, Plakate

Diese Instrumente werden zum Teil schon heute genutzt, sollen jedoch auf innovative Weise weiterentwickelt und ausgebaut werden.

Finanzen

Im Jahr 2009 sollen für das Standortmarketing Köniz rund Fr. 200 000.– eingesetzt werden (Fr. 160 000.– für Stellen und Fr. 40 000.– für Massnahmen). Dies entspricht 0,1 Prozent des Gemeindebudgets, was deutlich unter den Werten von Biel, Thun und Burgdorf liegt (0,4 – 0,5 Prozent).

Erfolgskontrolle

Der Erfolg des Standortmarketings lässt sich nicht in absoluten Zahlen messen. Dennoch ist eine kontinuierliche Erfolgskontrolle unabdingbar. Mögliche Instrumente sind: Entwicklung Einwohnerzahlen; Wirtschaftsdaten; Feedback von Zielgruppen, Veranstaltungen und Kontaktgruppe; Bevölkerungsbefragungen.

Die beiden Stellen wurden vorläufig befristet bis 2011 geschaffen.

Antrag

Der Gemeinderat beantragt dem Parlament, folgenden Beschluss zu fassen:

Das Postulat wird als erfüllt abgeschrieben.

Köniz, 7. Januar 2009

Der Gemeinderat

Beilagen

- Vorstosstext und Antwort des Gemeinderates vom 9. November 2005

Parlamentssitzung vom 13. Februar 2006

Beantwortung 0518

Motion jfk betreffend ganzheitliches Marketing der Gemeinde Köniz

Text der Motion

Der Gemeinderat wird aufgefordert, ein Konzept für ein umfassendes Gemeindemarketing zu erstellen. Der Gemeinderat soll interne und externe Möglichkeiten prüfen, um mittels eines erfolgreichen Gemeindemarketings die in der Begründung erwähnten Ziele erreichen zu können.

Begründung

Im immer härter werdenden Konkurrenzkampf um attraktive Steuerzahler (Privatpersonen und Firmen), vertrauen immer mehr Gemeinden auf ein aktives Gemeindemarketing. Die Gemeinde Köniz besitzt als einzige der grösseren Gemeinden im Kanton Bern kein Konzept für ein umfassendes Gemeindemarketing (Standortmarketing, Dienstleistungsmarketing etc.) und es ist auch nicht geplant, ein solches zu erstellen.

Die Gemeinde Köniz hat mit ihrer hervorragenden Infrastruktur und den vielen Naherholungsgebieten betreffend Lebensqualität überdurchschnittlich viel zu bieten. Dies zeigen auch die verschiedenen neutralen Rankings der Berner Wirtschaftsverbände. Köniz bietet heute einen schon fast einmaligen und sehr gesuchten Mix zwischen städtischer Nähe sowie ländlicher Ruhe und Erholung.

Dies reicht aber nicht aus, um in der heutigen, schnelllebigen und hektischen Zeit auf sich aufmerksam zu machen sowie bestehende Kundensegmente (Einwohner/innen, Arbeitgeber, Besucher etc.) zu binden und zu erhalten. Die Gemeinde muss aktiv auf potenzielle Zuzüger und neue Segmente zugehen.

Die Ziele eines ganzheitlichen Gemeindemarketings sehen die Initianten in mehreren Bereichen:

- Professionelle Präsentation der Vorzüge der Gemeinde einer breiteren Öffentlichkeit
- Generierung von finanzkräftigen Steuerzahlern (Privatpersonen oder Firmen)
- Mehreinnahmen für das lokale Gewerbe
- Verbesserung der finanziellen Situation der Gemeinde
- Verbreitung und Vermarktung der Marke „Köniz“
- Verbesserung von Dienstleistungsbewusstsein und -mentalität mit professionell betriebenen Dienstleistungsmarketing und -management
- Förderung der Tourismusbedeutung

Eingereicht am 27. Juni 2005

Bernhard Bichsel, Harald Henggi, Evelyn Bühler, Barbara Mooser, Christian Balz, Thomas Hänni, Valentin Lager, Beat Giger, Judith Ackermann, Ignaz Caminada (10)

Antwort des Gemeinderates

Die Erarbeitung des Konzepts fällt grundsätzlich in den Kompetenzbereich des Gemeinderats. Anders wäre zu entscheiden, wenn die Erarbeitung des Konzepts voraussichtlich mit einem Aufwand verbunden wäre, der CHF 200'000.00 übersteigt. Dies kann aber beim vorliegenden Vorstoss verneint werden. Der Vorstoss greift somit in den Kompetenzbereich des Gemeinderates ein. Er kann deshalb nicht als Motion behandelt werden (Art. 53 des Geschäftsregle-

menten des Parlamentes).

Der Gemeinderat verweist auf die Beantwortung der Interpellation jfk betr. ganzheitliches Gemeindemarketing vom 16. März 2005. Der Gemeinderat geht mit den Unterzeichnenden des Vorstosses einig, dass Gemeindemarketing oder Standortförderung wichtige Massnahmen zur Entwicklung der Gemeinde darstellen. Wichtiger aber als die Vermarktung ist das Produkt selber.

Der Gemeinderat hat im Oktober 2005 entschieden, unter Beizug eines externen Experten ein Kommunikationskonzept zu erarbeiten. Dieses Konzept wird auch für das Gemeindemarketing wichtige Erkenntnisse liefern. Im Budget 2006 sind zudem in der Präsidial- und Finanzdirektion finanzielle und personelle Mittel zur Verstärkung von Gemeindemarketing und Standortförderung vorgesehen.

Im Rahmen des Projekts Aufgabenüberprüfung hat der Gemeinderat entschieden, der Kommunikation und dem Gemeindemarketing in Zukunft eine höhere Bedeutung zuzuweisen. Das Projekt wurde im August 2005 zuhanden des Parlaments verabschiedet.

Die laufende Konsolidierung des Finanzhaushalts erfordert allerdings Zurückhaltung bei allen Aufgaben, namentlich den freiwilligen. Davon kann auch das Gemeindemarketing nicht ausgenommen werden.

Der Gemeinderat ist bereit, den Vorstoss als Postulat entgegenzunehmen.

Antrag

Annahme als Postulat.

Köniz, 9. November 2005

Der Gemeinderat