

FREIER BÜRGERBLOCK FORCHHEIM



Grundlagen zur Schaffung eines ganzheitlichen Citymanagements verbunden mit der Anstellung eines Citymanagers.

Diskussionsgrundlage für den Stadtrat der Stadt Forchheim.

Citymanager

Aufgaben eines Citymanagers

1) Stärkung des Wirtschaftsstandortes Innenstadt

Ziel der Tätigkeit eines Citymanagers ist die Mitarbeit bei der Entwicklung und Umsetzung eines ganzheitlichen Citymanagements, das von den lokalen Akteuren und Betroffenen einer Stadt bzw. Innenstadt mitgetragen wird und diese einbindet. Im Mittelpunkt der Arbeit eines Citymanagers stehen Aktivitäten zur:

- Umfassenden Verbesserung der Attraktivität einer Stadt, insbesondere der Innenstadt
- Abstimmung, Bündelung und Stärkung von Aktivitäten der unterschiedlichen lokalen Akteursgruppen der Innenstadt
- Förderung und Stärkung der lokalen Potentiale und wirtschaftlichen Grundlagen (innerstädtischer Einzelhandel, Gewerbe, Tourismus, Kultur, Gastronomie u.a.)
- Profilierung von Image und Identität der Stadt bzw. Innenstadt

Es ist die Aufgabe eines Citymanagers, auf der Basis von zu erarbeitenden oder bereits vorliegenden Arbeitsergebnissen eines Citymarketingprozesses beschlossene Maßnahmen umzusetzen und damit die Attraktivität der Innenstadt zu steigern.

2) Funktionen und Handlungsfelder eines Citymanagers:

- Persönlicher Ansprechpartner für alle beteiligten Partner (Politik, Verwaltung, Wirtschaft, Bürger)
- Wichtigste Informationsschnittstelle für alle Innenstadtbelange, Kommunikator und Moderator

- Förderer und Lobby des „Innenstadtgedankens“; der Citymanager muss daher den Wert von Urbanität in allen Ausprägungen (Handel, Dienstleistungen, Kultur, Märkte, Treffpunkt usw.) verstehen und fördern
- Projektmanagement und umsetzungsorientiertes Innenstadtmanagement („Umsetzer“, „Macher“) – d.h. Organisation und Management von Innenstadt-Aktivitäten (z.B. Feste, Märkte und Veranstaltungen)
- Organisation (z.B. von Zusammenkünften, ggf. einschließlich Protokollführung)
- Förderung der Initiativen und Motivationen der lokalen Akteure der Innenstadt
- Werber und Motor (für kooperatives Handeln, für die Weiterführung des Citymarketingprozesses)
- Verbesserung und Profilierung des Images der Innenstadt

Aufgrund dieses Tätigkeitsprofils muss ein Citymanager eher Generalist als ein Spezialist sein. Da die Anforderungen an den Citymanager vielfältig sind, sollte der Schwerpunkt auf Schlüsselqualifikationen* gelegt werden.

*Als **Schlüsselqualifikationen** bezeichnet man überfachliche [Qualifikationen](#), die zum Handeln befähigen sollen. Innerhalb der [Personalwirtschaft](#) sind sie neben der [Fachkompetenz](#) der zweite zentrale Bereich der [Personalentwicklung](#). Sie sind daher *kein* Fachwissen, sondern ermöglichen den kompetenten Umgang *mit* fachlichem Wissen. Dabei setzen sich Schlüsselqualifikationen aus einem breiten Spektrum übergreifender Fähigkeiten zusammen, die sowohl aus dem [kognitiven](#) als auch aus dem [affektiven](#) Bereich stammen. Diese Kompetenzen können in verschiedenen Situationen und Funktionen flexibel und innovatorisch eingesetzt und übertragen werden

Persönliche Qualifikationen

Folgende Kenntnisse und Fähigkeiten sollten bei Bewerbern für die Stelle eines Citymanagers vorausgesetzt werden:

- Soziale Kompetenz
- Kommunikative und integrative Fähigkeiten
- Gewandtheit in Wort und Schrift
- Grundkenntnisse urbaner Strukturen und Funktionszusammenhänge
- Unternehmerisches Verständnis
- Grundkenntnisse im kaufmännischen Bereich
- Geistige Flexibilität und Kreativität
- Hohe zeitliche Flexibilität
- Persönliche Belastbarkeit und Stresstabilität
- Interesse und Fähigkeit, komplexe soziale Verhältnisse zu verstehen und ggf. zu lösen
- Berufs-/und Lebenserfahrung

Organisationsgrundlagen

Der Träger des Citymanagements könnte z.B. ein Förderverein oder eine Stadtmarketing GmbH, in Kooperation mit der Stadtverwaltung sein. Grundsätzlich sollten dabei wirtschaftsnahe Lösungen außerhalb der Stadtverwaltung bevorzugt werden. Wie z.B. in Bamberg. Die lokalen Banken und die Sparkasse sollten in diesen Prozess mit eingebunden werden.

Eine erforderliche Anschubfinanzierung sollte maximal für drei Jahre erfolgen. Nach dieser Zeit sollte Eigenwirtschaftlichkeit erreicht sein. Beispiele realisierter Finanzierungsideen im Rahmen von Stadtmarketing-Projekten zeigen, dass der langfristige Zwang zur Eigenwirtschaftlichkeit die Erschließung neuer Finanzierungsquellen fördert.

Der Citymanager sollte über ein eigenes Büro verfügen. Dieses sollte um seiner Neutralität und der Akzeptanz seiner Person willen, möglichst nicht bei der Stadtverwaltung oder bestimmten Interessengruppen angesiedelt sein. Optimal wäre die Lage im innerstädtischen Bereich, z.B. ein leerstehendes Ladenlokal.

Wir verweisen zu diesem gesamten Thema auf das *Deutsche Seminar für Städtebau und Wirtschaft (DSSW) im Deutschen Verband für Wohnungswesen, Städtebau und Raumordnung e.V.*

<http://www.deutscher-verband.org/aktivitaeten/netzwerke/dssw-plattform.html>

Aus dem DSSW-Konzept **Citymanager** wurden obige Ausführungen und Vorschläge teilweise entnommen.

Freier Bürgerblock Forchheim e.V.

Oktober 2016

gez. Heinrich Endres

Sprecher

gez. Manfred Mauser

stellvertr. Sprecher