



Betreff: öffentlich
Bildung des Fachbereiches Wirtschaft, Marketing, Kommunikation

bezüglich
DS Nr.: 01/BGK/0324

Erstellungsdatum 19.11.2001

Eingang 02:

Geschäftsbereich/FB: Büro des Oberbürgermeisters

Beratungsfolge:

Datum der Sitzung Gremium

28.11.2001 Hauptausschuss

Inhalt der Mitteilung: Die Stadtverordnetenversammlung nimmt zur Kenntnis:

Der Oberbürgermeister hat im Rahmen der Reform der Stadtverwaltung die Bildung des Fachbereiches Wirtschaft, Marketing, Kommunikation aus den ihm direkt unterstellten Ämtern 80 (Amt für Wirtschaftsförderung) und 13 (Presse- und Informationsamt) verfügt.

Beratungsergebnis

Zur Kenntnis genommen:

Gremium:

Sitzung am:

zurückgestellt zurückgezogen

überwiesen in den Ausschuss:

Wiedervorlage:

Büro der Stadtverordnetenversammlung

Finanzielle Auswirkungen?

Ja

Nein

(Ausführliche Darstellung der finanziellen Auswirkungen, wie z. B. Gesamtkosten, Eigenanteil, Leistungen Dritter (ohne öffentl. Förderung), beantragte/bewilligte öffentl. Förderung, Folgekosten, Veranschlagung usw.)

ggf. Folgeblätter beifügen

Oberbürgermeister

Geschäftsbereich I

Dezernat II

Geschäftsbereich III

Geschäftsbereich IV

Die Bildung des neuen Fachbereichs trägt der Zielstellung für Potsdams Entwicklung Rechnung, die wirtschaftliche Leistungsfähigkeit unter besonderer Beachtung der Bereiche Wissenschaft, Medienwirtschaft/ Informationstechnologie und Tourismus zu steigern.

Dazu ist es erforderlich, dass die Stadtverwaltung ihrer zentralen Rolle bei der Wirtschaftsförderung und im Marketing gerecht wird. Vorrangige Aufgaben hierfür sind:

- die Definition eines attraktiven, den Besonderheiten Potsdams entsprechenden

Entwicklungsprofils;

- die Identifizierung der Stadtpolitik mit diesem Profil ;
- die Herausbildung und Erhaltung eines vertrauensvollen Klimas und einer leistungsfähigen Infrastruktur als notwendige Bedingungen für die Entwicklung ansässiger Firmen und für die Ansiedlung von Unternehmen;
- die besondere Förderung von innovativen Unternehmens- und Existenzgründungen, zum Beispiel von Instituts- und Ausgründungen der Hochschulen, die den definierten Entwicklungszielen entsprechen;
- die aktive Pflege des Erscheinungsbildes von Potsdam in den Medien;
- eine kontinuierliche und gezielte Lobbyarbeit bei Politik und Wirtschaft.

Mit der Bildung des neuen Fachbereichs werden die o. a. Ziele umgesetzt.

Die Bildung des Fachbereiches Wirtschaftsförderung, Marketing, Kommunikation folgt den für die Reform der Stadtverwaltung geltenden Grundsätzen, insbesondere die Anwendung des Prinzips der Produktlogik.

Die Bildung des Fachbereichs wird realisiert, indem das Amt für Wirtschaftsförderung und das Presse- und Informationsamt zusammengeführt und neu strukturiert werden. Aufgaben, die bisher in unterschiedlichen Bereichen angesiedelt sind, werden auf diese Weise sinnvoll zusammengefasst. Die Fähigkeiten und Erfahrungen der Mitarbeiter werden damit besser nutzbar gemacht. Außerdem lassen sich die Arbeits- und Führungsprozesse dadurch effektiv aufeinander abstimmen und stärker als bisher leistungsorientiert gestalten.

Durch die Zusammenfassung der bisherigen Ämter 13 und 80 wird es möglich, Aufgaben zielgerichteter und effizienter als zuvor zu erfüllen, zum Beispiel gezielte Akquisition, den Internet-Auftritt der Stadt, den Service für Investoren und Unternehmen. Möglich wird dies durch die Zusammenfassung bisheriger Angebote in der Arbeitsgruppe Unternehmensberatung, die Bildung der Arbeitsgruppe Information und durch die Koordinierung dieser Leistungen mit dem Service des Geschäftsbereichs Stadtentwicklung und Bauen. Die Arbeitsgruppen Information und Unternehmensberatung bilden das "Front-Office", in dem der direkte und der vermittelte Kontakt mit Unternehmen und Bürgern - den Kunden - wahrgenommen wird. Ziel und Aufgabe ist dabei die Durchsetzung des Prinzips "ein Investor - ein Ansprechpartner".

Der Fachbereich wird auch Aufgaben wahrnehmen, die in der Stadtverwaltung bisher noch nicht optimal ausgefüllt oder gar nicht wahrgenommen werden konnten. Dazu gehört das Stadtmarketing, das sich nicht auf die Wirtschaftsförderung reduzieren soll. Es beinhaltet die Vermarktung der Landeshauptstadt in ihrem charakteristischen Spektrum und die Etablierung Potsdams als Marke.

Bei der weiteren Ausgestaltung der Tätigkeitsfelder des Fachbereiches ist das gesamte Leistungsspektrum des OBM-Bereiches zu berücksichtigen, um Redundanzen zu vermeiden, Synergieeffekte zu nutzen und damit zur weiteren Erhöhung der Effizienz der Arbeit beizutragen.

Landeshauptstadt Potsdam
Der Oberbürgermeister

November 2001

Verfügung zur Bildung des Fachbereichs Wirtschaft, Marketing, Kommunikation im Bereich des Oberbürgermeisters

1. Die Bildung des Fachbereichs Wirtschaft, Marketing und Kommunikation erfolgt auf der Grundlage der Verfügung des Oberbürgermeisters vom 12. April 1999 zur Neugestaltung der Strukturen in der Stadtverwaltung. Die Neustrukturierung betrifft das den OBM direkt unterstellte Amt für

Wirtschaftsförderung (80) und das Presse- und Informationsamt (13).

2. Die Bildung des Fachbereichs dient den Zielen:

- die Arbeit der Stadtverwaltung auf den Gebieten Wirtschaft, Marketing und Kommunikation der Komplexität der Aufgaben anzupassen, die sich aus der Verpflichtung ergeben, die Leistungsfähigkeit und Attraktivität der Landeshauptstadt zielgerichtet zu entwickeln;
- die Struktur des Fachbereichs produktbezogen zu gliedern und die Arbeitsabläufe zu optimieren;
- die Dienstleistungen für die Unternehmen und Institutionen sowie für die Bürger zu verbessern und dazu die finanziellen und materiellen Ressourcen durch unternehmensähnliche Planung, Steuerung und Kontrolle optimal zu nutzen (Kosten- und Leistungsrechnung, Steuerung über Zielvereinbarungen), die Eigenverantwortung und Motivation der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sowie die Effizienz ihrer Arbeit zu steigern.

3. Der Fachbereich wird in die Bereiche

- Wirtschaftsförderung,
- Marketing,
- Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

gegliedert. Die Bereiche bestehen aus Arbeitsgruppen bzw. Teams.

4. Der Fachbereich wird von einem/einer Fachbereichsleiter/in geleitet, die Bereiche von Bereichsleitern/Bereichsleiterinnen.

5. Die Stelle des Fachbereichsleiters wird intern ausgeschrieben und vorerst befristet bis 31. 07. 2005 besetzt. Die weitere Besetzung erfolgt jeweils mit einer Befristung von fünf Jahren. Mit der kommissarischen Leitung des Fachbereichs wird Herr Dr. Axel Geiss beauftragt. Die kommissarische Besetzung endet nach dem regulären Besetzungsverfahren mit der Bestellung des Fachbereichsleiters durch die SVV.

Die Stelle des Bereichsleiters "Marketing" wird ebenfalls intern ausgeschrieben. Die Besetzung erfolgt ohne Befristung.

Die Leitung der Bereiche Wirtschaftsförderung sowie Presse- und Öffentlichkeitsarbeit wird den bisherigen Amtsleitern übertragen.

6. Die neue Struktur tritt mit Wirkung vom 1. Januar 2002 in Kraft.

Zum gleichen Zeitpunkt werden die Ämter 13 und 80 in ihrer bisherigen Struktur aufgelöst und deren Amtsleiter durch die Stadtverordnetenversammlung abbestellt.

7. Stellen und Stelleninhaber/innen unterhalb der Ebene Bereichsleiter werden in die neue Struktur übernommen und den entsprechenden Aufgaben zugeordnet.

8. Das gesamte Leistungsspektrum des Fachbereiches wird im Prinzip mit dem vorhandenen Stellenpotential erbracht. Die langfristig vom Presse- und Informationsamt beantragte Stelle für die Qualifizierung des Internetauftrittes der Stadt wird eingerichtet und nach interner Ausschreibung zum 01. 07. 2002 besetzt. Die z. Z. von Herrn Geiss besetzte Stelle wird als Fachbereichsleiterstelle ausgeschrieben. Da diese Stelle aber nur bis zum 31. 12. 2002 zur Verfügung steht (Ende der Abordnung von Frau Kleine-Große), ist zum 01. 01. 2003 eine neue Stelle mit dem Stellenwert II Fg 1a für Frau Kleine-Große einzurichten.

9. Zur inhaltlichen und organisatorischen Ausprägung der Fachbereichsstruktur sind folgende Aufgaben zu realisieren:

- die Gestaltung der Struktureinheiten innerhalb der Bereiche unter Berücksichtigung der Produktlogik sowie die Zuweisung der Produktverantwortung,
- die Beschreibung und Bewertung der Stellen der Fachbereichsleiterin/des Fachbereichsleiters und der Bereichsleiter/innen durch den kommissarischen Fachbereichsleiter in Zusammenarbeit mit der Projektgruppe "Neue Steuerung" als Voraussetzung für ihre Ausschreibung,

- die Beschreibung, Bewertung und Besetzung der Stellen unterhalb der verfügbaren Leitungsebenen,
- die Einführung weiterer Reformelemente laut der vom Oberbürgermeister verfügbaren "Umsetzung der nächsten Reformfelder: Maßnahme- und Zeitplan".

Für die Realisierung dieser Aufgaben wird ein Zeit- und Maßnahmenplan erarbeitet.

10. Gemäß § 68, Absatz 2, des Personalvertretungsgesetzes für das Land Brandenburg erfolgt ein Mitwirkungsverfahren des Personalrates.
11. Die Verfügung ist im Mitteilungsblatt der Landeshauptstadt bekannt zu machen.

Matthias Platzeck