

Antwort auf Anfragen	Geschäftsbereich	Zentrale Dienstleistungen
	Ressort / Stadtbetrieb	Geschäftsbereich 4 - Kämmerer
	Bearbeiter/in Telefon (0202) Fax (0202) E-Mail	Dr. Johannes Slawig 563 - 5356 563 - 8012 daniela.riepe@stadt.wuppertal.de
	Datum:	28.06.2013
	Drucks.-Nr.:	VO/0558/13/1-A öffentlich
Sitzung am	Gremium	Beschlussqualität
03.07.2013	Ausschuss für Stadtentwicklung, Wirtschaft und Bauen	Entgegennahme o. B.
Antwort auf die Große Anfrage der FDP-Fraktion vom 12.06.2013 - Beteiligung des Rates an der Stadtentwicklung und dem Stadtmarketing		

Grund der Vorlage

Große Anfrage der FDP-Fraktion vom 12.06.2013 zur Beteiligung des Rates an der Stadtentwicklung und dem Stadtmarketing

Beschlussvorschlag

Der Ausschuss nimmt die Antworten der Verwaltung ohne Beschluss entgegen.

Einverständnisse

entfällt

Unterschrift

Dr. Slawig

Begründung

A) Stadtentwicklungskonzept "Wuppertal 2025"

1. Wie sieht der Zeitplan für die Erarbeitung des Stadtentwicklungskonzeptes "Wuppertal 2025" aus?

Antwort:

Die vier Arbeitskreise, deren namentliche Besetzung bereits in den Medien veröffentlicht worden ist, sind Mitte des Jahres gestartet.

Die Mitglieder der Arbeitskreise sind vom Oberbürgermeister berufen worden.

Die Arbeitskreise sollen in ihren jeweiligen vorab definierten Themenbereichen drei Schlüsselprojekte vorschlagen, mit denen ein Beitrag zur Steigerung der Lebensqualität unserer Stadt erreicht werden kann.

Ab 24. Juni 2013 ist eine online-Plattform zur Eingabe von Ideen und Anregungen für die Bürgerinnen und Bürger im Internet eingerichtet worden. Diese ist bis zum 15. Juli 2013 freigeschaltet.

Das Steuerungsgremium, das aus der Verwaltungsspitze sowie den Spitzen von Universität, Sparkasse und Stadtwerken besteht, übernimmt danach eine Bewertung und Kategorisierung der eingereichten Vorschläge und legt das weitere Verfahren fest.

Anschließend werden im Herbst alle eingereichten Vorschläge mit den vorgenommenen Bewertungen und Hinweisen auf den weiteren Umgang im Internet veröffentlicht.

Weiterhin wird im Herbst unter Einbeziehung der Schlüsselprojekte aus den Arbeitskreisen und der Ideen aus der Beteiligung der Bürgerinnen und Bürger der Entwurf eines Handlungsprogramms vorgelegt. Dieser wird ebenfalls öffentlich diskutiert – dafür wird im Internet eine Diskussionsplattform eingerichtet.

Der Rat der Stadt wird nach vorlaufender Beratung in den Fachausschüssen in seiner Sitzung im Dezember einen Beschluss über das Handlungsprogramm Wuppertal 2025 fassen.

2. Wie wird die Wuppertaler Kommunalpolitik - gemäß dem Ratsbeschluss VO/0421/11- in diese Beratungen eingebunden?

Antwort:

Der Rat der Stadt hat die Verwaltung am 23.05.2011 beauftragt, die Leitlinien zur Stadtentwicklung 2015 weiterzuentwickeln und dem Rat und seinen Ausschüssen zur Beschlussfassung vorzulegen. Dabei sollen die Leitlinien auch mit Vertretern der gesellschaftlich relevanten Verbände, Institutionen und Vereine diskutiert werden.

Der Strategieprozess 2025 setzt diesen Ratsauftrag um. Vertreter aller Fraktionen des Rates wurden im Rahmen mehrstündiger vorlaufender Informationsworkshops umfassend über den geplanten Prozess informiert. Ziel ist es, eine Perspektive zur Entwicklung der Stadt Wuppertal bis zum Jahre 2025 zu entwickeln und Schlüsselprojekte zu definieren, mit denen diese Perspektive erreicht werden kann.

Im Weiteren wird die Politik wie in der Antwort zu Frage 1 erläutert eingebunden.

3. Wer ist der Auftraggeber der Agentur Scholz&Friends? Welchen Kosten stehen welche Leistungen der Agentur gegenüber?

Antwort:

Die Initiative zum Strategieprojekt 2025 ist von den Spitzen der Universität, der Sparkasse und der Stadtwerke ausgegangen.

Diese haben auch in Abstimmung mit der Verwaltungsspitze die prozessbegleitende Agentur Scholz & Friends nach erfolgter Angebotseinholung unter mehreren Anbietern ausgewählt und beauftragt.

Die Gesamtkosten für den rd. 1-jährigen Prozess betragen rd. 200.000,-- Euro; die Finanzierung übernehmen Stadtwerke und Stadtsparkasse und zu einem geringeren Anteil die Stadt Wuppertal.

Die Agentur hat eine umfangreiche Bestandsaufnahme zu den Stärken und Schwächen unserer Stadt aufgenommen; dazu hat sie auch außerhalb Wuppertals Interviews geführt. Aufgabe der Agentur ist es, den gesamten Strategieentwicklungsprozess bis Ende d.J. zu begleiten und zu steuern.

Dies bedeutet Vor- und Nachbereitung der Sitzungen einschließlich Teilnahme; Dokumentation der Ergebnisse; Abgleich der Ergebnisse der Arbeitskreise untereinander und Zusammenführung der Ergebnisse; Betreuung der online-Bürgerbeteiligung einschließlich Auswertung der Ergebnisse und Einsteuerung in den weiteren Bearbeitungsprozess; Erstellung des Entwurfes des Handlungsprogramms Strategie 2025.

4. Welches städtische Gremium wird an welcher Stelle des Prozesses den "Claim" beschließen?

Antwort:

Das Motto „Wuppertal – macht was anders“ ist der Slogan für den jetzt laufenden Prozess: Vor allem soll er eine Haltung deutlich machen und die Bürgerinnen und Bürger zum Mitmachen – also zur Einbringung von Vorschlägen und Ideen – ermuntern. Zu einem späteren Zeitpunkt wird möglicherweise – im Zusammenhang mit dem Handlungsprogramm zur Strategie Wuppertal 2025 – vom Rat der Stadt ggfls. auch über einen „Claim“ zu entscheiden sein.

B) Corporate Design

5. Wer hat die Annahme dieser Schenkung beschlossen?

Antwort:

Die Verwaltungsleitung hat die Annahme beschlossen, da es sich um ein großartiges Social Sponsoring durch eine Wuppertaler Agentur handelt, die aus Verbundenheit mit dem eigenen Standort das Erscheinungsbild der Stadtverwaltung durch ihre engagierte Arbeit entschieden verbessert hat.

6. Welche Folgekosten entstehen für städtische Leistungseinheiten und Töchter, wenn sie dieses einheitliche Layout bei Drucksachen anwenden wollen?

Antwort:

Keine, da die Umstellung der Printmaterialien sukzessive und automatisiert erfolgt und die weitere Umsetzung des CDs durch dafür qualifizierte Mitarbeiter der Stadt vorgenommen wird. Zu erwarten sind ganz im Gegenteil sogar Kosteneinsparungen durch die Einheitlichkeit und Effektivität des neuen CDs sowie jetzt aufeinander abgestimmte Prozesse.

7. Welche städtischen Töchter beteiligen sich an diesem Corporate Design?

Antwort:

Es ist kein Tochterunternehmen der Stadt an das CD gebunden. Die Tochterunternehmen sollen allerdings das eigene CD mit dem Stadtlogo und Textzusatz „Ein Unternehmen der Stadt Wuppertal“ ergänzen.

8. Welche dieser städtischen Töchter hat in den vergangenen fünf Jahren selber eine Agentur mit der Erstellung eines eigenen CD beauftragt?

Antwort:

Dies ist der Verwaltung im einzelnen nicht bekannt, wäre aber auch nicht relevant, da das eigene Erscheinungsbild der Töchter durch das überarbeitete Stadtlogo lediglich ergänzt und ansonsten nicht berührt wird.

9. Wie ist die Wuppertal Marketing GmbH in die Erstellung des CD mit eingebunden worden?

Antwort:

Die Wuppertal Marketing GmbH hat die Erstellung des CDs mit angeregt und war von Anfang an umfassend eingebunden.

10. In wie weit sind bereits mögliche Ergebnisse des Stadtentwicklungskonzeptes und des Stadtmarketingkonzeptes im Corporate Design berücksichtigt?

Antwort:

Es wurden keine möglichen Ergebnisse des Strategieprozesses „Wuppertal 2025“ berücksichtigt, da die Ergebnisse selbst, wie auch eine mögliche Auswirkung auf das CD der Stadtverwaltung noch völlig offen sind, während die Erarbeitung des CDs Ende 2009 begonnen hat und die Umsetzung bereits seit November 2012 läuft.

C) Außendarstellung der Stadt

11. Ist im Rahmen des Stadtentwicklungskonzeptes auch ein neues Stadtmarketingkonzept geplant oder soll dies nachgelagert erstellt werden?

Antwort:

Die Strategie Wuppertal 2025 ist ausdrücklich keine Marketingkampagne – vielmehr handelt es sich um einen Strategieentwicklungsprozess, bei dem es darum geht, eine Perspektive zur Entwicklung der Stadt Wuppertal bis zum Jahr 2025 zu entwickeln und Schlüsselprojekte zu definieren, die zu einer Steigerung der Lebensqualität beitragen. Nach Beschluss über das Handlungsprogramm und die entsprechenden Schlüsselprojekte – aber auch erst dann - ist zu klären, ob und in welcher Form daraus ein Marketingkonzept abgeleitet werden soll.

12. Wie werden die im Rahmen des "Handlungsprogramms Wohnen" und der Kampagne "Meilenstein Wuppertal" geleisteten Vorarbeiten der WMG eingebunden und genutzt?

Antwort:

Das „Handlungsprogramm Wohnen“ und die ursprünglich geplante „Meilenstein-Kampagne“ decken nur einen Teilbereich, der für die Entwicklung unserer Stadt von Bedeutung ist, ab – nämlich die Steigerung der Attraktivität Wuppertals als Wohnstandort.

Der Strategieentwicklungsprozess 2025 ist dagegen ganzheitlich und übergreifend ausgerichtet.

Selbstverständlich fließen sowohl die Ergebnisse des – bereits von den Gremien beschlossenen – Handlungsprogramms Wohnen als auch die ersten Ideen einer Meilenstein-Kampagne in die Arbeit insbesondere des Arbeitskreises „Urbane Lebensräume“ ein.

13. Warum hat man ein Corporate Design erstellt, bevor das Stadtmarketingkonzept vorliegt?

Antwort:

Wie bereits bei Frage 11 ausgeführt, ist jetzt überhaupt nicht vorgesehen, ein gesondertes Stadtmarketingkonzept zu erarbeiten (s. auch Ausführungen zu B).

14. In wie weit ist die Bergische Entwicklungsagentur in diese Arbeiten eingebunden?

Antwort:

Die Bergische Entwicklungsagentur ist in den Strategieprozess nicht eingebunden, da strategische Stadtentwicklungsaufgaben nicht zum von der Gesellschafterversammlung festgelegten Aufgabenbereich der BEA gehören.

15. Werden die Partner im Bergischen Städtedreieck in die Entwicklung eines Stadtentwicklungskonzeptes eingebunden?

Antwort:

Die Einbindung der Partner im Bergischen Städtedreieck ist nicht vorgesehen, da es sich bei dem Strategieentwicklungsprozess nicht um eine Aufgabe mit regionalem Bezug handelt.

D) Stadtentwicklungsmaßnahmen Barmen und Elberfeld

16. In welcher Form sollen die geplanten und angedachten Einzelhandelserweiterungen in der Elberfelder Innenstadt koordiniert werden?

Antwort:

Mit der Drucksache VO/0973/12, dem Aufstellungsbeschluss für das Bauleitplanverfahren Nr. 1185 - Platz am Kolk/ Kipdorf (Erweiterung der City Arkaden), wurde bereits ein umfangreiches Beteiligungs- und Moderationsverfahren beschlossen. Über die Struktur und Inhalte dieses Verfahrens hat die Verwaltung mit der Drucksache VO/0354/13 den Ausschuss für Stadtentwicklung, Wirtschaft und Bauen informiert. Ziel ist es u.a., Wechselwirkungen zwischen der geplanten Erweiterung der City Arkaden und vorhandenem Einzelhandel zu beleuchten, stadtstrukturelle Problemstellungen lösungsorientiert aufzuarbeiten und Fragen nach der Verträglichkeit zu beantworten.

Für die übrigen zurzeit diskutierten Vorhaben gibt es bereits Planungsrecht. So ist beispielsweise die Anbindung der Projekte "Investorenkubus" und "Ehemalige Bahndirektion Döppersberg" an die Innenstadt wesentlicher Inhalt des Projektes Döppersberg. Weiterführender Prüfungen bedarf es insoweit nicht.

17. Wie werden daran Akteure wie die IG1 oder der BDA und die Politik beteiligt?

Antwort:

Die Beteiligung erfolgt im Rahmen des oben angeführten Beteiligungs- und Moderationsverfahrens.

18. Mit welchen städtischen Maßnahmen sollen die Aktivitäten der ISG Barmen-Werth befördert und unterstützt werden?

Antwort:

Die Verwaltung hat den Gründungsprozess der ISG Barmen-Werth intensiv begleitet und durch fachlich-inhaltliche und rechtliche Beratung unterstützt. Dieses kooperative Miteinander wird auch den nun anstehenden 5-jährigen Umsetzungsprozess kennzeichnen.

Mit der Gründung einer ISG auf der Grundlage des ISG-Gesetzes NRW sind die Ziele, Zuständigkeiten und Inhalte abschließend in einer Satzung (Drucksache VO/0667/12) geregelt. Die Stadt ist für Festsetzung und Einzug der Abgaben zuständig, während die inhaltliche Ausgestaltung der einzelnen Maßnahmen grundsätzlich der ISG obliegt (vgl. Anlage 4 zur Drucksache). Insofern bedarf es hier keiner zusätzlichen städtischen Maßnahmen, zumal hierfür auch keinerlei Haushaltsmittel zur Verfügung stehen.

Demografie-Check

Der Inhalt dieser Drucksache ist für den Demografie-Check nicht relevant.