

**Beantwortung der Anfrage der Fraktion Unabhängige Bürger für Bad Hersfeld (U.B.H.) betreffend "Ausschreibung Stadtmarketingleitung"**

**Zu 1.** Die Stellenausschreibung ist als Anlage beigefügt.

**Zu 2.**

Die Ausschreibung wurde in der Zeit vom 27.02. bis 25.03.2020 auf folgenden Plattformen / Medien veröffentlicht:

- Homepage der Kreisstadt Bad Hersfeld
- Softgarden Network (Software für Bewerbermanagement und Jobportal)
- StepStone - Jobportal
- indeed - Jobportal
- cima. (Unternehmen für Beratung und Management von Städten und Regionen)  
→ Veröffentlichung auf der Homepage und im Newsletter
- destinet (Branchendienst für Tourismus- und Freizeitwirtschaft)  
→ Veröffentlichung auf der Homepage und im Newsletter
- bcsd (Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e.V.)  
→ Veröffentlichung auf der Homepage und im Newsletter
- XING - Jobportal
- LinkedIn - Jobportal
- Aktuelle Stellenanzeigen - Jobportal
- Glassdoor – Jobportal

**Zu 3.**

Die Entwicklung einer Dachmarke mit einer umfassenden Markenarchitektur für alle Aktionsfelder ist Bestandteil der Stellenausschreibung: „Das Konzept ist zu finalisieren und anschließend schrittweise in die operative Umsetzung zu bringen“.

**Zu 4.**

Sobald die neue Führungskraft ihre Stelle angetreten hat, ist zu entscheiden, ob die Fachbereichsleitung Stadtmarketing an der wöchentlichen Baubesprechung teilnimmt, um über Projekte der Stadtplanung und der Außengestaltung kontinuierlich informiert zu sein.

**Zu 5.**

Auch wenn die Vergleichbarkeit der Nachbarstädte Bebra und Rotenburg mit Bad Hersfeld nur sehr bedingt gegeben ist, so werden die intensiven Aktivitäten der Nachbarstädte genau beobachtet.

Es gibt in Deutschland ganz verschiedene Modelle zur Trägerschaft des Stadtmarketings (GmbH, Stadtmarketing-Vereine, Regiebetriebe, als Teil der Stadtverwaltung oder einer Wirtschaftsförderung etc.), die immer auf den jeweiligen lokalen Gegebenheiten beruhen. Bad Hersfeld sollte aber nicht auf fremde Organisationsformen reagieren, sondern das tun, was wir gerade tun: Uns auf unsere eigenen Stärken und Schwächen konzentrieren, einen gesamthaften Außenauftritt zur Dachmarke umsetzen und uns personell weiterentwickeln.

Und gegebenenfalls Kooperationen im "überlokalen" Zusammenhang eingehen, also im Hinblick auf regionale Partnerschaften: Es laufen Gespräche mit dem OB von Fulda, um zukünftig die Region Osthessen zu stärken und gemeinsam davon zu profitieren. Es ist die Absicht beider Bürgermeister (OB Fulda und Bgm Bad Hersfeld), dass Vorbehalte gegenüber dem vermeintlichen Konkurrenten der Vergangenheit gehören und nach vorne hin beide Städte zusammen mit dem Umland als attraktive Wirtschafts- und Tourismusregion entwickeln.