

# Stadtmarketing erhält weiterhin 108 000 Euro

**Zuschuss** Falls die Finanzspritze nicht reicht, will der Verein im Fellbacher Rathaus nach mehr Geld fragen. *Von Dirk Herrmann*

Deutlich länger als erhofft musste Florian Gruner, Geschäftsführer des Fellbacher Stadtmarketings, in der jüngsten Gemeinderatssitzung warten, ehe seine Belange im Gremium verhandelt wurden. Das lag zum einen daran, dass die vorherige nichtöffentliche Sitzung weit überzogen wurde und alle interessierten Bürger und sonstigen Beobachter gut 40 Minuten vor den verschlossenen Türen des großen Sitzungssaals ausharren mussten. Zudem wurde, als es endlich mit dem öffentlichen Teil losging, ein anderer Tagesordnungspunkt noch vorgezogen.

Letztlich ging es dann allerdings beim für Gruner entscheidenden Punkt ziemlich zügig – und das Stadtmarketing kann mit weiteren Finanzspritzen durch die Stadt kalkulieren. Entsprechend des einstimmig getroffenen Beschlusses erhält der Verein Stadtmarketing wie bereits bisher vom Jahr 2018 an bis einschließlich 2022 jährlich einen städtischen Regelzuschuss in Höhe von 108 000 Euro.

In der Sitzung gab es einige Lobesworte für die Arbeit von Florian Gruner und seinen Mitarbeiterinnen. Erinnert wurde dabei an die Anfänge mit der Vereinsgründung des Stadtmarketings im Jahr 1999. Ziel war damals, verschiedene Akteure aus Wirtschaft, Gesellschaft und Kultur zu

sammelnzubringen, ihre Energie zu bündeln und dadurch „die wirtschaftliche Zukunft- und Wettbewerbsfähigkeit der Stadt Fellbach insgesamt zu fördern“. Die Marke „Fellbach“ sei in diesem Zusammenhang unter dem Slogan „Qualität erleben und genießen“ kontinuierlich weiterentwickelt worden.

Mit Aktionen wie dem „Jobmarktplatz“, mit der gerade wieder mit Fotoaufnahmen von Kunden angelaufenen Initiative „Persönlich für Sie da“, mit dem Fellbach Hopf-der Kneipentour in der Nacht zum Maifeiertag –, mit dem Maikäferfest, mit der Langen Nacht Kultur & Einkaufen, mit den Leistungsschauen, dem Weinsträßle beim

Fellbacher Herbst oder der Eislaufbahn während des Weihnachtsmarkts – mit all dem habe Gruners Team erfolgreiche Arbeit geleistet und bewiesen, wie wichtig der Verein für die Stadtentwicklung und für die Positionierung Fellbachs im interkommunalen Wettbewerb sei.

Aus diesem Grund halten es Verwaltung und Gemeinderat für angemessen, den seitherigen städtischen Zuschuss in gleicher Höhe beizubehalten. Jene 108 000 Euro machen derzeit etwa 38 Prozent des jährlichen Stadtmarketing-Etats aus. Etwa 22 Prozent tragen die Mitglieder mit ihren Beiträgen in Höhe von 64 000 Euro bei. Auf 115 000 Euro, umgerechnet 40 Prozent, summieren sich die sonstigen Einnahmen durch Teilnahmebeiträge oder Sponsoring. Der Eigenanteil des Vereins liegt demnach bei 62 Prozent und hat sich „in den vergangenen Jahren äußerst positiv entwickelt“,

heißt es in dem schriftlichen Statement der Rathausbeamten.

In der jüngsten Mitgliederversammlung hatte der Verein um Vorstand Friedrich Benz eine Anhebung der Mitgliederbeiträge um einen Betrag zwischen zehn und 150 Euro beschlossen, je nach Betriebsgröße. Das soll 12 000 Euro zusätzlich in die Kasse spülen. Gedacht war dies als Vorleistung, damit auch die Stadt ein wenig mehr als bisher zuschießt. „Wenn man von der Stadt etwas will, muss man auch etwas tun“, sagte Friedrich Benz, der Geschäftsführer der Fellbacher Weingärtner. Deshalb hat der Verein Stadtmarketing bereits bei der Stadt bezüglich eines Nachschlags angeklopft.

Die Reaktion der Stadt fällt etwas verhalten beziehungsweise defensiv aus: So heißt es in der entsprechenden Verwaltungsvorlage bezüglich des Wunschs des Stadtmarketing-Vereins auf ein paar mehr Euro: „Darüber hinaus kann sich im Laufe dieses Jahres ein finanzieller Mehrbedarf ab 2018 konkretisieren, der möglicherweise zu der Bitte um eine Erhöhung des städtischen Zuschusses führen kann.“ Mal sehen, ob Rathausbeamte und Gemeinderäte einlenken und dieses „möglicherweise“ in einigen Monaten in ein „tatsächlich“ verwandelt werden kann.



Florian Gruner

## STADTMARKETING-AKTIONEN IN DEN KOMMENDEN MONATEN

**Fellbach Hopf** Die nächste Initiative unter Regie des Stadtmarketings ist der Fellbach Hopf: An die 6000 Besucher werden wieder erwartet, die sich in der Nacht vom 30. April auf den 1. Mai, also von Sonntag auf Montag nächster Woche, in insgesamt acht Shuttle-Bussen zu den 18 Bands und 19 Locations kutschieren lassen.

**Maikäferfest** Knapp eine Woche später folgt das Maikäferfest: Am Sonntag, 7. Mai, ist von 12.30 bis 17.30 Uhr verkaufsoffener Sonntag. Vom Bahnhof bis zum „Oberdorf“ bieten die Fellbacher Werbegemeinschaften, die Fellbacher Einzelhändler und der Verein Stadtmarketing wieder unzählige Aktionen und Attraktionen.

**Lange Nacht** Genauer Titel des Ereignisses ist „Lange Nacht Kultur und Einkaufen“. Dieser Abend rund ums Fellbacher Rathaus-Carrée findet stets Mitte Juli, in diesem Jahr sogar genau am Samstag, 15. Juli, statt. In Anlehnung an den diesjährigen Europäischen Kultursommer lautet das Motto: „Auf nach Italien und Griechenland“. *her*