

Beteiligungsbericht der Stadtmarketing Bruchköbel GmbH 2019
Erarbeitet durch Stadtverwaltung und Stadtmarketing Bruchköbel GmbH

Innerer Ring 1
63486 Bruchköbel

Telefon: (06181) 3646710
Telefax: (06181) 3646720
Internet: www.stadtmarketing-bruchköbel.de
E-Mail: info@stadtmarketing-bruchköbel.de

- 1. Allgemein:** Unterjähriges Berichtswesen
- 1.1 Gründung:** 17.12.2009/25.03.2010
- 1.2 Gesellschaftsvertrag/Satzung:** Gültig in der Fassung vom 16.04.2014
- 1.3 Stammkapital:** 25.000,00 €
- 1.4 Gesellschafter:** Stadt Bruchköbel

<u>Name</u>	<u>Anteil in %</u>	<u>Anteil in EUR</u>
Stadt Bruchköbel	100	25.000,00

2. Organe der Gesellschaft

2.1 Geschäftsführung: **Andrea Weber**

2.2 Aufsichtsrat:

- Günter Maibach, Bürgermeister
- Ingrid Cammerzell, Angestellte
- Edwin Jessl, Pensionär
- Reiner Keim, Angestellter
- Josef Pastor, Pensionär
- Michael Roth, Rechtsanwalt
- Volker Schadeberg, Selbständiger
- Jürgen Schäfer, Prokurist
- Wolfgang Kuss, Pensionär
- Volker Meyer, Optiker
- Hans-Joachim Legorjé, Pensionär
- Norbert Viehmann, Angestellter

2.3 Aufwandsentschädigungen: Die Geschäftsführerin erhält ein Gehalt in Höhe 75.787,57 Euro. Es werden keine Tantiemen gezahlt. Die Mitglieder des Aufsichtsrates erhalten gemäß § 9 Abs. 7 der Gesellschaftersatzung eine Aufwandsentschädigung. Gem. § 6 der Geschäftsordnung des Aufsichtsrats und der Geschäftsführung wird die Tätigkeit in Anwendung der Regeln der Entschädigungssatzung der Stadt Bruchköbel in der jeweilig gültigen Fassung entschädigt. Im Jahr 2019 betragen die Entschädigungen insgesamt 592 Euro für zwei Sitzungen.

3. Von der Gemeinde gewährte Sicherheiten:

Keine

4. Auswirkungen auf die Haushaltswirtschaft:

Dienstleistungsentgelt, Projekte sowie Personalkosten in Höhe von insgesamt 614.858,59 Euro.

5. Grundzüge des Geschäftsverlaufs:

5.1 Unternehmensaufgaben:

Gegenstand des Unternehmens ist das ganzheitliche Stadtmarketing. Hierbei soll einvernehmlich zu den weiteren mittelfristigen und kurzfristigen Beschlüssen der Politik zur Umsetzung der Leitbildziele „Bruchköbel 2025“ deren Umsetzung als Querschnittsaufgabe wahrgenommen werden. Instrumente hierzu sind u.a. Standortmarketing, Stadtentwicklung, Citymanagement, Veranstaltungsmanagement, Bürgerbeteiligung, Moderation, Workshops, Wirtschaftsförderung, Presse- und Öffentlichkeitsarbeit sowie die Einrichtung und das Betreiben von Kommunikationsplattformen der Stadt.

Zu diesem Zweck wird die Gesellschaft im Einzelnen beauftragt, im Sinne der gefundenen Positionierung, Bruchköbel als „bevorzugten Lebensmittelpunkt“ zu etablieren, mittelfristige Ziele umzusetzen. Insbesondere beispielsweise

- Konzepte zu entwickeln und umzusetzen, die die Erhöhung der Attraktivität der Stadt und ihrer Stadtteile forcieren, um Bürgerinnen und Bürger, Besucher, Kunden und Kaufkraft nach Bruchköbel zu holen und an den Standort zu binden
- alle werblichen Maßnahmen der Stadt unter dem Kommunikationsdach der Gesamtvermarktung zu steuern und überwachen
- Prozesse zur Umsetzung der Ziele des Leitbilds vorzubereiten, zu koordinieren und kommunikativ zu begleiten
- neue Foren und Möglichkeiten zu entwickeln, Bürgerinnen und Bürger aktiv an den Prozessen der Stadt zu beteiligen
- die gezielte Vermarktung neuer und bestehender Gewerbeflächen in Richtung Investoren zu betreiben und solche Flächen aktiv mit zu entwickeln
- Die Stadt bei der Entwicklung neuer Wohnbaugebiete hinsichtlich der Vermarktung und der Anforderungen der Zielgruppen zu beraten
- die (Innen)Stadtentwicklung in Richtung geeigneter Investoren und Umsetzungsverfahren aktiv zu begleiten und zu steuern
- Ansprechpartner insbesondere des Gewerbes und der Vereine sowie aller Bürgerinnen und Bürger zu sein
- überparteilich zu arbeiten und als Schnittstelle zu Politik und Verwaltung zu agieren

Die Gesellschaft ist zu allen Maßnahmen und Geschäften berechtigt, die mit dem genannten Gesellschaftszweck zusammenhängen oder ihn fördern. Sie kann sich zur Erfüllung ihrer Aufgaben Dritter bedienen und sich an anderen Unternehmen, die den Geschäftszweck fördern, beteiligen. Zudem kann die Gesellschaft auch für Unternehmen tätig werden, an denen die Stadt beteiligt ist.

5.2 Erfüllung öffentlicher Zweck:

Die Stadt Bruchköbel ist gemäß § 121 Abs. 7 HGO dazu verpflichtet, mindestens einmal in jeder Wahlzeit zu prüfen, inwieweit ihre wirtschaftliche Betätigung noch die

Voraussetzungen des § 121 Abs. 1 HGO erfüllt und inwieweit die Tätigkeiten privaten Dritten übertragen werden können. Die Prüfung hat folgendes ergeben:

Rechtfertigung der wirtschaftlichen Betätigung durch einen öffentlichen Zweck

Die Aufgaben der Gesellschaft und der durch diese wahrzunehmenden Zwecke bilden einen zulässigen Ausschnitt aus dem Kanon kommunaler Aufgabenwahrnehmung und deren Erfüllung.

Die Gesellschaft ist zur Stärkung und Entwicklung des örtlichen und überörtlichen Wirtschaftspotentials, zur Sicherung und Entwicklung von Arbeitsplätzen im Gesellschaftsgebiet, zur Steigerung und Attraktivität des Standortprofils der Stadt Bruchköbel im Interesse der Allgemeinheit sowie zur Koordinierung des städtischen Marketings und der Stadtentwicklung für die Stadt Bruchköbel gegründet worden. Diese zur kommunalen Daseinsvorsorge zählenden freiwilligen kommunalen Aufgaben zielen darauf ab, das wirtschaftliche und soziale Wohl einschließlich kultureller Belange der Einwohner in der Stadt Bruchköbel durch die Schaffung und die Verbesserung der Standortbedingungen für die Wirtschaft sowie die Bekanntmachung attraktiver Standortbedingungen zu sichern und zu steigern.

Diese Aufgaben werden von privaten Unternehmen, die im eigenen gewerblichen Interesse handeln, nicht oder nicht in gleichem Umfang oder nicht zu den gleichen Bedingungen erbracht. Die hier relevanten Tätigkeiten werden also vom Markt nicht bereitgestellt, gleichwohl besteht an deren Erbringung ein allgemeines öffentliches Interesse. Es besteht für die Stadt

der Bedarf, dass diese Aufgaben hinreichend sicher durch eine städtische Gesellschaft wahrgenommen werden.

Damit rechtfertigt der öffentliche Zweck die wirtschaftliche Betätigung.

Angelegenheit der örtlichen Gemeinschaft

Die wirtschaftliche Betätigung der Gesellschaft ist als Angelegenheit der örtlichen Gemeinschaft zulässig. Berechtigte Interessen von betroffenen Gebietskörperschaften oder von landkreiszugehörigen Gemeinden sind gewahrt.

Angemessenheit der Betätigung im Verhältnis zu Leistungsfähigkeit und dem Bedarf der Stadt

Die mittel- bis langfristigen Ziele und damit der Bedarf der Stadt für eine positive Zukunftsausrichtung sind im Leitbild „Bruchköbel 2025“ festgelegt. Gegenstand des Unternehmens ist daher das ganzheitliche Stadtmarketing. Hierbei soll einvernehmlich zu den weiteren mittelfristigen und kurzfristigen Beschlüssen der Politik die Umsetzung der Leitbildziele „Bruchköbel 2025“ durch die Gesellschaft als Querschnittsaufgabe wahrgenommen werden. Hierzu soll die Gesellschaft u.a. Wirtschaftsförderung, Stadtmarketing, Stadtentwicklung und eine umfassende Bürgerinformation betreiben.

Diese Instrumente werden damit als unerlässlich angesehen, den Standort zukunftsgerecht auszurichten. Bruchköbel will als Mittelzentrum im Rahmen der Daseinsvorsorge auch dafür sorgen, dass ein angemessenes Nahversorgungsangebot und Arbeitsplätze in der Stadt erhalten bleiben und ausgebaut werden. Die Wahrnehmung der Aufgaben in Form einer städtischen Gesellschaft ist erfolgreich, da sie mit größerer Flexibilität auf die Anforderungen z.B. von Wirtschaftsbetrieben und Investoren eingehen kann. Ohne gezielte Förderung von Ansiedlungen, Innenstadt- und Stadtteilaktivitäten würde sich die Stadt in vielen Belangen negativ entwickeln und eine einsetzende Abwärtsspirale das Gemeinwesen beeinträchtigen. Die Anstrengungen, die die Stadt durch die Gesellschaft betreibt, sind daher gemessen am Ergebnis und Bedarf angemessen.

Berechtigte Interessen Dritter

Die Stadt Bruchköbel hat bereits im Jahr 2003 nach einem umfangreichen Meinungsfindungsprozess auch mit den privaten Organisationen der Wirtschaft Stadtmarketing als Tätigkeitsbereich in der Stadtverwaltung angesiedelt und am 1.7.2003 die Arbeit aufgenommen. Sowohl die Tätigkeit der Stadt unmittelbar, als auch die Tätigkeit der Stadtmarketing GmbH sind der Stadt zuzurechnen. Die Prüfung der

strikten Subsidiaritätsklausel - nämlich ob der Zweck nicht ebenso gut und wirtschaftlich durch einen privaten Dritten erfüllt wird oder erfüllt werden kann – kann somit entfallen, da die Stadt bereits vor dem 1. April 2004 die Tätigkeit Stadtmarketing aufgenommen und ausgeübt hat.

Gleichwohl ergibt die Prüfung, dass der Zweck, Stadtmarketing zu betreiben und als Querschnittsaufgabe zur Erreichung mittel-bis langfristiger Ziele in einer Stadt auszuüben, sinnvoll und effektiv nur von der Stadt nahestehenden oder in der Stadt angesiedelten Arbeitseinheiten erfüllt werden kann. Wichtigster Grund hierfür ist neben der Nähe zur Stadt und deren strategischen Ausrichtung, dass Handlungsmotiv des öffentlichen Interesses, das in allen Handlungsfeldern der Gesellschaft als erste Priorität vorne ansteht. Entsprechend wird beim Handeln Privater das dem Handeln zugrundeliegende Motiv regelmäßig ein wirtschaftliches Interesse sein.

Auch wenn es sich bei sich bei einzelnen Aufgaben des Stadtmarketings, der Gewerbeflächen- und Stadtentwicklung, Bürgerinformation und Kommunikation sowie Wirtschaftsförderung um Tätigkeiten handelt, die den Kommunen nicht als Pflichtaufgaben obliegen und damit auch im allgemeinen Wettbewerb durch andere Wirtschaftsteilnehmer wahrgenommen werden können, verbleibt jedoch die sie umklammernde Funktion, nämlich diese Instrumente stets zum Wohl der Stadt und entsprechend dem Leitbild zur mittel bis langfristigen Ausrichtung und Entwicklung der Stadt und nach Vorgabe der politisch Verantwortlichen einzusetzen. Dieses Motiv oder dieser Zweck von Stadtmarketing kann nicht durch private Dritte ebenso gut erfüllt werden. Zudem schützt das Gesetz private Dritte grundsätzlich auch nicht vor der Marktteilnahme öffentlicher Anbieter.

Ausweislich der Protokolle der Ausschuss- und Stadtverordnetenversammlung hat auch im Vorfeld der Gründung der Gesellschaft in Bruchköbel 2009 erneut ein breit angelegter Beteiligungs- und Moderationsprozess zwischen der Stadt und privaten Trägern stattgefunden. Die Interessen des privaten Handwerker- und Gewerbevereins und die der Arbeitsgemeinschaft Stadtmarketing wurden und werden umfassend gehört. Demnach lag es auch in deren Interesse, die Gesellschaft zu gründen und mit den übernommenen Aufgaben nach der Satzung zu betrauen. Der Stadtmarketingverein, der auch mit der Gesellschaft im Wettbewerb stehende Wirtschaftsteilnehmer der privaten Wirtschaft vertritt, wurde und wird seit Gründung der Gesellschaft auch durch die Wahrnehmung von Kontroll- und Beratungsfunktionen im Aufsichtsrat der Stadtmarketing Bruchköbel GmbH hinreichend beteiligt und informiert. Zusätzlich werden durch Lenkungsgruppen und Dialogangebote im Sinne einer gesamtstädtischen Beiratsfunktion die Arbeitsinhalte weiter verdeutlicht. Berechtigte Interessen von Dritten, die Aufgaben der Stadtmarketing Bruchköbel GmbH als private Geschäftsmodelle betreiben zu wollen, sind aktuell nicht vorhanden, bekannt und daher auszuschließen.

Damit bestehen unverändert zur Gründungssituation keine berechtigten Interessen Dritter im Sinne des Gesetzes.

5.3 Fazit:

Die Stadtmarketing Bruchköbel GmbH konnte aufgrund der Vorgaben des Gemeindeförderungsgesetzes 2009 nur gegründet werden, nachdem die erforderliche Anhörung und angemessene Berücksichtigung der Interessen Dritter erfolgte und diese keine Einwände gegen die Gesellschaftsgründung ergeben hat. Bereits im Mai 2003 nahm die Stadt die Tätigkeit Stadtmarketing voll umfänglich auf.

Ausweislich des jährlich für die Stadtverordnetenversammlung zu erstellenden Beteiligungsberichts steht die Betätigung nach Art und Umfang in einem angemessenen Verhältnis zur Leistungsfähigkeit der Stadt Bruchköbel und zum voraussichtlichen Bedarf.

Mithin wird als Ergebnis der Prüfung unterstellt, dass das genannte Beteiligungsunternehmen der Stadt Bruchköbel die engen Voraussetzungen des § 121 Abs. 1 HGO weiterhin erfüllt und eine Übertragung der von diesem Unternehmen wahrzunehmenden Tätigkeiten auf private Dritte nicht erfolgen kann. Der öffentliche Zweck kann nicht ebenso gut und wirtschaftlich durch einen privaten Dritten erfüllt werden.

Aufgrund dessen beschließt die Stadtverordnetenversammlung den nach § 121 Abs. 7 HGO formal erforderlichen Beschluss, dass in dem genannten Fall der vorgenannten wirtschaftlichen Betätigung die Voraussetzungen des § 121 Abs. 1 HGO erfüllt sind.

6. Bilanz und Gewinn- und Verlustrechnung des Unternehmens

Die Gesellschaft hat im Jahr 2019 einen Jahresüberschuss in Höhe von Euro 806,05 erwirtschaftet. Die Gesellschaft weist insgesamt ein positives Eigenkapital in Höhe von Euro 61.989,39 aus.

Bilanz	31.12.2019	31.12.2018
	Euro	Euro
AKTIVA		
A. Anlagevermögen	13.728,00	8.845,00
B. Umlaufvermögen	103.188,61	92.222,90
C. Rechnungsabgrenzungsposten	1.543,80	0,00
Bilanzsumme	118.460,41	101.067,90
PASSIVA		
A. Eigenkapital	61.989,39	61.183,34
B. Rückstellungen	14.684,01	11.811,16
C. Verbindlichkeiten	41.787,01	28.073,40
Bilanzsumme	118.460,41	101.067,90
GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG		
	31.12.2019	31.12.2018
	Euro	Euro
1. Umsatzerlöse	612.307,09	501.779,44
2. Bestandsverminderung unfertige Leistungen	0,00	12.005,20
3. Sonstige betriebliche Erträge	1.262,97	0,00
4. Materialaufwand	271.052,57	197.861,96
5. Personalaufwand	276.948,94	225.252,54
6. Abschreibungen	6.996,24	4.329,59
7. Sonstige betriebliche Aufwendungen	57.777,18	61.583,16
8. Sonstige Zinsen und ähnliche Erträge	10,92	221,34
9. Ergebnis nach Steuern	806,05	968,33
10. Jahresüberschuss	806,05	968,33

Die Jahresabschlüsse bis einschl. 2019 wurden durch einen Abschlussprüfer geprüft und testiert.

7. Auszug aus dem Lagebericht

Vermögens-, Finanz- und Ertragslage:

Bei einer von TEUR 101 um TEUR 17 auf TEUR 118 gestiegenen Bilanzsumme weist die Gesellschaft auf der Aktivseite insbesondere Bankguthaben von TEUR 100 (i.Vj. TEUR 72) sowie Anlagevermögen in Höhe von TEUR 14 (i.Vj. TEUR 9) aus. Darüber hinaus stehen auf der Aktivseite der Bilanz Forderungen aus Lieferungen und Leistungen in Höhe von TEUR 2 (i.Vj. TEUR 1) sowie aktive Rechnungsabgrenzungsposten und sonstige Vermögensgegenstände von je TEUR 1 (i.Vj. TEUR 19).

Auf der Passivseite werden neben dem Eigenkapital in Höhe von TEUR 62 (i.Vj. TEUR 61), sonstige Verbindlichkeiten in Höhe von TEUR 26 (i.Vj. TEUR 13), Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen in Höhe von TEUR 16 (i.Vj. TEUR 15) sowie Rückstellungen in Höhe von TEUR 14 (i.Vj. TEUR 12) ausgewiesen. Für weitere Erläuterungen bzgl. der Verbindlichkeiten und Rückstellungen verweisen wir auf den Anhang.

Die Umsatzerlöse wurden in Höhe von TEUR 513 (i.Vj. TEUR 406) durch Aufträge der Gesellschafterin erzielt. Die Einnahmen von externen Dritten haben sich von TEUR 96 im Vorjahr auf TEUR 99 im Berichtsjahr erhöht. Bei den Materialaufwendungen (TEUR 271) handelt es sich um projektbezogene Kosten. Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen (TEUR 58) beinhalten die allgemeinen Kosten. Die Abschreibungen betragen im Jahr 2019 TEUR 7.

Die Personalaufwendungen (TEUR 277) beinhalten unter anderem auch die Kosten für eine von der Gesellschafterin überlassene Angestellte.

Bei Aufwendungen von insgesamt TEUR 612,8 und Erträgen von TEUR 613,6 ergab sich ein Jahresüberschuss in Höhe von TEUR 0,8.

Risiken, Resumée und Ausblick:

Die Prognose für die Gesellschaft und ihre Aufgaben ist positiv. Das Stadtentwicklungs- und Fördermittelmanagement sowie die Baustellenkommunikation werden dringend benötigt. Die gute Vernetzung und Jahre der Planungs- und Aufbauarbeit zahlen sich jetzt aus. Die digitale Stadt mit der neuen Stadtwebsite, dem Onlinezugangsgesetz und der Umsetzung der dazu nötigen sowie weiteren digitalen Anforderungen sowie die Programmierung und Umsetzung von attraktiven Anwendungen auf der Stadt-APP stellen eine große Herausforderung dar die in Kooperation mit allen Verwaltungsstellen von der Gesellschaft hervorragend vorbereitet und umgesetzt werden. Das betrifft auch die Integration und Weiterentwicklung bestehender Webauftritte. Projektmanagementaufgaben, wie 2019 der Wandertag am 1. Mai, die Fair-Trade-Arbeitsgruppe oder das Wochenmarktjubiläum können in der Gesellschaft kurzfristig projektiert und umgesetzt werden. Die enge Kooperation mit dem Marketing- und Gewerbeverein stellt die Vernetzung zu Unternehmen und Interessensvertretern her.

Die Stadtmarketing Bruchköbel GmbH steht zudem für eine mittel- bis langfristig ausgerichtete und kontinuierliche Stadtentwicklung. Hierbei kann sie neben der Wahrnehmung dauerhafter Aufgaben, auch temporäre Aufträge - wie die Gewerbeflächenvermarktung „Im Lohfeld“ von 2013 – 2015 oder die Betreuung des Prozesses zur Fair-Trade-Stadt, effektiv und erfolgreich umsetzen. Rund 15 Prozent ihrer Ausgaben refinanziert die Gesellschaft aus Geschäften mit Dritten.

Die Einsatzbereiche der Gesellschaft werden durch die Satzung und den Betrauungsakt vorgegeben und durch den Aufsichtsrat der Gesellschaft konkretisiert und festgelegt. Die politischen Vertreter des Magistrats und der Stadtverordnetenversammlung prüfen und bestätigen die Projekte und Inhalte der Wirtschaftspläne im Rahmen der Haushaltsberatungen.

Seit 2019 betreut das Stadtmarketing die Bewerbung, Öffentlichkeitsarbeit und das Fördermittelmanagement des auf zehn Jahre ausgelegten Städtebauförderungsprogramms „Zukunft Stadtgrün“. Die erfolgreiche Aufnahme in das Programm ermöglicht es der Stadt nun wichtige Projekte zur Steigerung der Attraktivität zu planen und umzusetzen. Das integrierte Entwicklungskonzept für das gewählte Fördergebiet mit breiter Bürgerbeteiligung wird vom Stadtmarketing aktuell vorbereitet. Die Standortvermarktung der ganzen Stadt u.a. durch Stadtteilkonzepte, touristische Projekte und Publikationen wird nach und nach aktiv vorangetrieben.

Die Weiterentwicklung und Betreuung des digitalen Stadtauftritts aus einer Hand ermöglicht es künftig in Bruchköbel zielgruppengerecht Informationen der Stadt, der Verwaltung, der Vereine und Unternehmen im Netz gut zu finden online Services abzurufen. Ein zukunftsreicher und innovativer Ausbau wird von Anfang an mitgedacht. Die Website Bruchköbel.de erfährt aktuell einen Relaunch.

Ihr Netzwerk aus Vereinen, Interessenvertretern und Unternehmen der Stadt nutzt die Geschäftsstelle für stete Informations- und Ideensammlung und bietet sich als Kommunikationsplattform und Schnittstelle zu Verwaltung, Unternehmen, Handel und Vereinen an. Sie unterstützt und kümmert sich um Unternehmen und deren Entwicklungsabsichten. Das Stadtmarketing unterstützt u.a. bei der Entwicklung neuer oder der Sanierung bestehender Objekte und Vorhaben.

Die Gesellschaft vermarktet die Stadt und ihre Standortvorteile. Sie arbeitet hierzu auch an der Schaffung neuer Alleinstellungsmerkmale und dem Ausbau attraktiver Standortvorteile hin. So konnte z.B. 2019 u.a. ein Open Air Kino im weitestgehend umgenutzten Krebsbachpark mit Sponsoren ins Leben gerufen werden. Die Belebung der Innenstadt, die von zentraler Bedeutung für die Zukunft der Stadt insgesamt ist, wird vom Stadtmarketing seit Jahren in Kooperation mit vielen Beteiligten beharrlich verfolgt und umgesetzt.

Ein kombiniertes Stadt- und Verkehrsleitsystem wird erfolgreich vermarktet, gebaut und betreut. Ein digitaler Marktplatz entwickelt, erneuert, vermarktet und redaktionell betreut.

Neben den Aufgaben für die Stadt Bruchköbel arbeitet die Gesellschaft auch für den Zweckverband Fliegerhorst und es werden gemeinsame Marketingprojekte in interkommunaler Zusammenarbeit mit der Stadt Erlensee realisiert.

Der Einsatzbereich der Stadtmarketing Bruchköbel GmbH hat sich seit Geschäftsstart im Januar 2010 konstant weiterentwickelt. Die Gesellschaft beschäftigt ab 2019 sechs Mitarbeiter, davon vier in Teilzeit und einen Jahrespraktikanten.

Projekte 2019:

- **Kommunikation Innenstadtentwicklung**
 - Kampagne „Auf Bruchköbel“
 - Infostände, Führungen
 - Film, Drohne, Bilderstreifen
 - 3 D Animation
 - Broschüre, Historie, Ansichten Zukunft
 - Bürger-Infoabende, Vorträge
 - Begleitung der Leitungsgruppe
 - Betreuung Investoren
 - Konzept zur Nutzung des Stadthauses
- **Fördermittelakquise „Zukunft Stadtgrün“, Digitale Dorflinde, E-Mobilität etc.**
- **Vorbereitung Stadtentwicklungskonzept, Fördermittelmanagement**
- **Wochenmarktvermarktung, Jubiläum**
- **Weg zur Fair-Trade-Stadt**
- **Stadtmarketing und Wirtschaftsförderung**
 - Open-Air-Kino im Park,
 - Sponsoring u.a. Kino
 - Vorbereitung Relaunch Homepage Bruchköbel und Onlinezugangsgesetz, Anforderungen, Ausschreibung, Fördermittel etc.
 - Redaktion Stadt-APP, Facebook, Eventkalender, Instagram
 - Redaktion Stadtinfos und vier Jahreszeiten-Programmhefte
 - Einführung und Montage kostenloses WLAN an zwölf Punkten der Stadt
 - Redaktion Marktplatz Bruchköbel z.B. Adventskalender, Immobilienportal
 - Terminkoordination und Vernetzung der städtischen Vereine
 - Jahreszeitenmärkte Frühling (Ostern) und Herbst (Mais und Kürbis)
 - Verkaufsaktionen – VOS, Afterworkshopping
 - Zwei Stadtdinner
 - Citymanagement, Leerstandsmanagement und Projektierung neuer Belegungen wie z.B. beim Alten Rathaus, Weinhaus etc.
 - Stadt- und Gewerbebeschilderung
 - Organisation Ausbildungsplatzbörse „Zwei Städte für Deine Zukunft“ in Kooperation mit Erlensee und Website www.twofortalents.de
 - Weihnachtsmarkt Bruchköbel „Ich schenke Dir ein Licht“ u.a. Ausstellung der Historischen Handwerker, Lichtergang und Bäume, Bühnenprogramm, Vermarktung, Christkindwecken, Lichterlabyrinth, Künstlerausstellung etc.
 - Marketingaufgaben für den Zweckverband Fliegerhorst – Website und Verkehrsleitsystem
- **Baustellenmarketing**
 - Shuttlevorbereitung
 - Vorbereitung Fahrradaktion
 - Parkplatzinfos und Werbung
 - Baustellenaktionen am Festplatz und in der Stadt
 - Flyer und Newsletter
 - Infoabende und Workshops für Handel und Bürgerinnen und Bürger
 - Relaunch Bruchköbel baut
 - Bannerwerbung

Insgesamt plant die GmbH zur Durchführung der geplanten Projekte in 2020 375 TEUR + 53,8 TEUR + 220 TEUR ein.

Davon wurden für den städtischen Haushaltsplan 2020 375.000 Euro für die Stadtmarketing- und Wirtschaftsförderungsaufgaben und 53.800 Euro für die Umsetzung des neuen digitalen Auftritts, WLAN und Stadtbeschilderung angemeldet.

Zudem wurde die Gesellschaft von der Stadt in Höhe von 220.000 Euro für die Begleitung des Innenstadumbaus und für Teile des Fördermittelmanagements beauftragt.