



Änderungsantrag

TOP:
Vorlagen-Nummer: **VI/2016/02540**
Datum: 10.11.2016
Bezug-Nummer.
PSP-Element/ Sachkonto:
Verfasser:
Plandatum:

Beratungsfolge	Termin	Status
Ausschuss für Finanzen, städtische Beteiligungsverwaltung und Liegenschaften	10.11.2016	öffentlich Vorberatung
Ausschuss für Finanzen, städtische Beteiligungsverwaltung und Liegenschaften	24.11.2016	öffentlich Vorberatung
Ausschuss für Finanzen, städtische Beteiligungsverwaltung und Liegenschaften	29.11.2016	öffentlich Vorberatung
Stadtrat	14.12.2016	öffentlich Entscheidung

Betreff: Änderungsantrag der Fraktion MitBÜRGER für Halle – NEUES FORUM zur Haushaltssatzung und Haushaltsplanung für das Haushaltsjahr 2017 sowie den Beteiligungsbericht 2015 (VI/2016/02283) – hier: Wissenschaftsmarketing der Stadt Halle (Saale)

Beschlussvorschlag:

Der Haushaltsplan für das Jahr 2017 wird dahingehend geändert, dass die im Produkt 1.57111 „Wirtschaft und Wissenschaft“ angesetzte Summe in Höhe von 286.200 EUR für die Umsetzung einer konkreten Marketinginfrastruktur zur Förderung des wissenschaftlichen Standortmarketings durch das Dienstleistungszentrum Wirtschaft und Wissenschaft in Kooperation mit dem Stadtmarketing Halle und der Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg um 64 TEUR aufgestockt wird.

Die Deckung erfolgt durch Einsparungen bei den sonstigen ordentlichen Aufwendungen des Produkts 1.52201 Daten- und Bauaktenverwaltung, die für die Erstellung eines neuen Mietspiegels vorgesehen waren.

gez. Tom Wolter
Fraktionsvorsitzender

Begründung:

Der Änderungsantrag fußt auf der [Mitteilung der Verwaltung zum Beschluss des Stadtrates vom 28.09.2016 zur Darstellung von Maßnahmen der Stadtmarketing Halle \(Saale\) GmbH, des Dienstleistungszentrums Wirtschaft und Wissenschaft und der Entwicklungs- und Verwaltungsgesellschaft Halle-Saalkreis mbH.](#)

Durch die Umwandlung der Haushaltsposition „Willkommens-Bonus für Studierende“ schlägt die Verwaltung in Absprache mit dem Rektor der MLU die Finanzierung von Marketingmaßnahmen zur Positionierung der Stadt Halle als attraktiver Wissensstandort sowie die Entwicklung zielgruppengerechter Mehrwert- und Serviceangebote für Studierende vor.

Die Notwendigkeit der Erhöhung dieser geplanten Summe begründet sich aus dem Wegfall der finanziellen Mittel für das Marketing der Universität aus dem Hochschulpakt nach dem Jahr 2020, der für die Universität eine besondere Herausforderung darstellen wird.