HALLE ★ *Die Stadt*

# Beschlussvorlage

TOP:
Vorlagen-Nummer: **IV/2006/06096**
Datum: 15.01.2007
Bezug-Nummer.
Kostenstelle/Unterabschnitt:
Verfasser: Stadtmarketing Halle (Saale) GmbH

| **Beratungsfolge** | **Termin** | **Status** |
|---|---|---|
| Beigeordnetenkonferenz | 16.01.2007 | nicht öffentlich<br>Vorberatung |
| Ausschuss für Wirtschaftsförderung und Beschäftigung | 30.01.2007 | öffentlich<br>Vorberatung |
| Ausschuss für Finanzen, städtische Beteiligungsverwaltung und Liegenschaften | 20.02.2007 | öffentlich<br>Vorberatung |
| Hauptausschuss | 21.03.2007 | öffentlich<br>Vorberatung |
| Stadtrat | 28.03.2007 | öffentlich<br>Entscheidung |

**Betreff: Wirtschaftsplan der Stadtmarketing Halle (Saale) GmbH für das Jahr 2007**

**Beschlussvorschlag:**

Der Wirtschaftsplan der Stadtmarketing Halle (Saale) GmbH für das Jahr 2007 wird bestätigt.

**Finanzielle Auswirkung:**

Haushaltsstelle: VerwHH : 1.8400.715600
VermHH :

Ingrid Häußler
Oberbürgermeisterin

**Begründung:**

Die Grundlage des Wirtschaftsplans 2007 ist durch den im Gesellschaftsvertrag formulierten Gegenstand des Unternehmens gegeben, der “Konzeptionierung, Positionierung und Vermarktung eines unverwechselbaren Profils der Stadt Halle im nationalen und internationalen Rahmen.” Ergänzt wird der Gesellschaftszweck durch eine unternehmensinterne Festlegung, nach der die SMG versucht, ein “nachhaltiges und ganzheitliches städtisches Marketing auf der Basis kooperativer und partizipativer partnerschaftlicher Strukturen in operativer und in strategischer Hinsicht” zu verwirklichen.

Wichtige Ziele der Gesellschaft sind die Steigerung der Standortbekanntheit, die Verbesserung des Images sowie der Selbstwahrnehmung der Stadt Halle in der Meinung der Bürgerinnen und Bürger der Stadt Halle.

Zu diesem Zweck realisiert die SMG Aufgaben des in der Stadtmarketingstrategie “Halle verändert” festgelegten operativen und strategischen Marketings und der Public Relation sowie des Citymarketings, des Eventmanagements und nicht zuletzt des klassischen Destinations- und Tourismusmanagement, wie sie im Tourismusmarketingkonzept der Stadtmarketing Halle (Saale) GmbH bis zum Jahre 2010 festgelegt sind.

Über diese Aufgaben hinaus realisiert die SMG projektbezogene Maßnahmen, die zur Erreichung der skizzierten Ziele relevant sind, wie etwa die Kulturhauptstadtbewerbung der Stadt Halle sowie Maßnahmen im Rahmen des Stadtjubiläums.

**Erlössituation**

Der Zuschuss der Stadt wird wie in den Jahren 2005 und 2006 in Höhe von 911.300,00 € beantragt. Dabei resultieren 400.000 € aus einem im Jahr 2003 durch den Stadtrat der Stadt Halle festgelegten Zuschuss für das Stadtmarketing und 511.000,- € aus dem ehemals für den Verein “Halle-Tourist e.V.” gezahlten städtischen Zuschuss zur Realisierung des Tourismusmanagement. Weiterhin werden im Jahr 2007, wie auch im Jahr 2006, 200.000 € für projektbezogene Maßnahmen beantragt (siehe Anlage 1).
Für das Wirtschaftsjahr 2007 wird mit einem institutionellen Zuschuss aus der regionalen Wirtschaft in Höhe von 75.000,00 € gerechnet. Darüber hinaus beteiligt sich die Wirtschaft in ähnlicher Größenordnung an einzelnen Projekten (siehe Anlage 1); da diese Leistungen zumeist unmittelbar bei den Projektpartnern abgerechnet werden, erscheinen sie nicht im Wirtschaftsplan der SMG.
Zusätzlich bemüht sich die SMG um Einwerbung von finanziellen Mitteln im Rahmen von Werbeverträgen für die geplanten Werbemaßnahmen und projektgebundene Maßnahmen, hierfür wurde 2007 ein Potential von 60.000,- € angenommen. Der Betrag ist gegenüber 2006 deutlich reduziert, da die Zugkraft des Stadtjubiläums nicht mehr realisiert werden wird.

Die Höhe der Erlöse aus Merchandisingverkauf und gruppentouristischen Leistungen ist im Verhältnis lediglich ein wenig reduziert (auf 150.000 €), da davon auszugehen ist, dass trotz absehbarer touristischer Rückgänge nach dem Stadtjubiläum die verbesserte Verkaufsposition am Markt im Marktschlösschen zum Tragen kommt sowie insgesamt durch die Nähe zum Halloren Café und die Partnerschaft mit der Uni Synergien geschöpft werden können.

Die Position Provisionen auf der Einnahmenseite setzt sich aus Provisionen durch Zimmervermittlung und Provisionen aus der Betreuung von Tagungen und Kongressen zusammen. Die tatsächlichen Einnahmen sind stark abhängig von der Anzahl und dem Volumen einer Tagung (Anzahl der Tagungsteilnehmer). Durch die intensive Zusammenarbeit mit der Universität Halle konnten 2006 z.B. die Tagungen für die Rechtshistoriker und die Patentanwälte durch die SMG betreut werden. Für das Jahr 2007 wurden bereits Verträge für die Betreuung der Jahrestagung der HAVAG mit ca. 800 Teilnehmern und der Deutschen Gesellschaft für Völkerkunde mit ca. 400 Teilnehmern unterzeichnet.

**geplante Aufwendungen**

Auf der Grundlage des reduzierten Stellenplans für 2007 (siehe Anlage) werden die geplanten Personalkosten in Höhe von 580.300,00 € die Istkosten von 2005 (585.642,00 €) unterschreiten. Für die Realisierung projektbezogener Maßnahmen werden nochmals 30.000,00 € (2005 64.221,00 €) für Personalleistungen eingeplant, insbesondere für Gestaltungen, Texterstellung und begleitende Organisation. Durch die verlängerten Öffnungszeiten der Tourist-Information (angepasst an die Öffnungszeiten des Halloren Cafés) wird im kommenden Jahr verstärkt mit geringfügig Beschäftigten gearbeitet werden müssen, hierfür sind 5.000,00 € vorgesehen.
Die geplanten Neuausstattungen in Höhe von insgesamt 10.000,00 € sind in der Anlage 2 Investitionsplan 2007 unterlegt.

Unter der Position “Werbekosten” sind die unmittelbaren Aufwendungen für werbliche Leistungen der SMG zusammengefasst (106.500,00 €), im selben Zusammenhang sind Aufwendungen für Messepräsenzen (25.000,00 €) und Reisekosten (10.000,00 €) zu sehen. Dieser Betrag ist relativ gering und liegt weit unter den Aufwendungen vergleichbarer Einrichtungen und Städte, da der oben beschriebene Auftrag der SMG im wesentlichen über die Erzeugung multiplikatorischer Effekte der Öffentlichkeitsarbeit und Public Relation sowie der Kundendirektansprache erfolgen und nicht über wesentlich kostenintensivere Maßnahmen wie etwa Insertionen oder klassische Werbung. Darüber hinaus werden ergänzende Effekte über die “projektbezogenen Maßnahmen” (200.000,00 €) realisiert, wie diese etwa mit der Kulturhauptstadtbewerbung der Stadt Halle sowie dem Stadtjubiläum gegeben waren und wie dies ab 2007 mit den Themenjahren der Stadt Halle sowie gesetzten Vermarktungsschwerpunkten umgesetzt werden wird. Das Jahr 2007 ist darüber hinaus sehr stark zum einen von Anstrengungen bestimmt, die Effekte des Jubiläumsjahres insbesondere im Eventbereich in das Folgejahr zu tragen, zum anderen von der Einrichtung des touristischen und

Naherholungs-Bereich Fährstraße (siehe hierzu auch die Aufschlüsselung der Projekte in Anlage 3).

Die Werbe- und Messekosten setzen sich zu einem Teil aus den Maßnahmen zusammen, wie sie im Tourismusmarketingkonzept 2006-2010 dargestellt sind (siehe Anlage 4), zu einem anderen Teil handelt es sich um übergreifende Maßnahmen aus einzelnen Abteilungen.
Soweit diese Maßnahmen nicht in den anliegenden Papieren erscheinen, handelt es sich im Wesentlichen um Maßnahmen, die aus den Städtekooperationen “Stadtsprung” sowie dem “Tagungsdreieck Magdeburg – Halle –Dessau” entspringen, um mehrere Presseaktivitäten (Pressereisen und –konferenzen), sowie nicht zuletzt um Maßnahmen zur Fortführung der Kampagne “Halle verändert”, wozu auch die (Wieder)einrichtung des “Redaktionsbeirates Stadtumbau” gehört.

Weiterhin ist mit den Kosten eine Kampagne erfasst, die derzeit von der SMG gemeinsam mit der Wirtschaftsförderung und der Citygemeinschaft zur Belebung und Attraktivitätssteigerung der Innenstadt und der Erreichbarkeit der Stadt Halle (Saale) entwickelt wird. Ergänzend zu dieser Kampagne sind begleitende Veranstaltungen im Innenstadtbereich sowie die Fortsetzung eines Servicetrainings vorgesehen.

Die Zahlung an den Verband “Saale-Tourist” in Höhe von 60.000,00 € erfolgt im Sinne der Wahrnehmung der Mitgliedschaft der Stadt Halle durch die SMG aus dem touristischen Zuschuss zur Aufrechterhaltung der touristischen Stadt-Umlandkooperation. Der Betrag ist höher als im Vorjahr, da ein Teil des Beitrags zur Unterstützung der Maßnahmen zur 1200-Jahr Feier einbehalten wurde.
Die Leasingkosten sind mit 23.000,00 € relativ hoch, da (in der Folge der Übernahme touristischer Leistungsbereiche von Saale-Tourist e.V.) eine – über Leasing realisierte - vollständige Neuausstattung im EDV-Bereich umgesetzt werden musste. Für 2007 wird darüber hinaus das Leasing eines Firmenwagens für Transporte und Messereisen etc. angestrebt, was nötig wird, nachdem der bisher genutzte PKW aus dem Eigentum von Saale-Tourist nicht mehr zur Verfügung steht.
Die im Wirtschaftsplan 2007 eingeplanten Umzugskosten in Höhe von 5.000,00 € beziehen sich auf die geplante Einrichtung eines Welcome Centers in der Fährstrasse im Rahmen des bereits genannten Vermarktungsschwerpunktes “Kunst und Natur in Halle”.

Die hier nicht näher erläuterten Kostenstellen (Betriebs- und Raumkosten, Versicherungen, Porto, Weiterbildung etc.) erklären sich aus den zur regulären Betriebsführung erforderlichen Aufwendungen.