



HALLE ★ *Die Stadt*

Beschlussvorlage

TOP:
Vorlagen-Nummer: **IV/2007/06520**
Datum: 28.06.2007
Verfasser: Stadtmarketing Halle (Saale)
GmbH

Beratungsfolge	Termin	Status
Ausschuss für Wirtschaftsförderung und Beschäftigung	17.07.2007	öffentlich Vorberatung
Ausschuss für Finanzen, städtische Beteiligungsverwaltung und Liegenschaften	11.09.2007	öffentlich Vorberatung
Stadtrat	19.09.2007	öffentlich Entscheidung

Betreff: Wirtschaftsplan der Stadtmarketing Halle (Saale) GmbH für das Jahr 2008

Beschlussvorschlag:

Der Wirtschaftsplan der Stadtmarketing Halle (Saale) GmbH für das Jahr 2008 wird bestätigt.

Finanzielle Auswirkung:

Haushaltsstelle: VerwHH : 1.8400.715600
VermHH :

Dagmar Szabados
Oberbürgermeisterin

Begründung:

Die Grundlage des Wirtschaftsplans 2008 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 ein "nachhaltiges und ganzheitliches städtisches Marketing auf der Basis kooperativer und partizipativer partnerschaftlicher Strukturen in operativer und in strategischer Hinsicht" verwirklicht.

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. Darüber hinaus werden die Vermarktungsschwerpunkte der SMG in Korrespondenz mit den von den Frankeschen Stiftungen moderierten Themenjahren der Stadt Halle sowie den Vermarktungsschwerpunkten der Investitions- und Marketinggesellschaft mbH Sachsen-Anhalt (IMG) und der Deutschen Zentrale für Tourismus (DZT) sowie nicht zuletzt unter Berücksichtigung objektiver Kommunikationshöhepunkte der Stadt Halle konzipiert.

Ereignisse mit überdurchschnittlicher Bedeutung für die Außenwahrnehmung der Stadt Halle sind im Jahr 2008:

- a) Das Festival „Theater der Welt“
- b) Die Rückkehr der „Himmelsscheibe von Nebra“ in das umgebaute Landesmuseum
- c) Die Landesausstellung „Luther privat“ im Landesmuseum, sowie
- d) die Wiedereröffnung der Dauerausstellung Klassische Moderne in der umgestalteten Moritzburg

Neben den punktuellen Ausstellungs-Ereignissen dürfte insbesondere die Präsentation der Himmelsscheibe sowie die Vernetzung mit der Marketingkooperation „Himmelswege“ im südlichen Sachsen-Anhalt eine nachhaltige touristische Popularität gewährleisten. Seit 2007 werden die hier dargestellten Veranstaltungen auch bereits intensiv über die großen deutschen Reiseveranstalter mit begleitenden Insertionen beworben, die Kooperationen sollen 2008 ausgebaut und dann auf den Vermarktungsschwerpunkt 2009 (Händel) bezogen werden.

Darüber hinaus werden die bereits bestehenden Kooperationsverbände weiterentwickelt werden können; für den seit drei Jahren bestehenden Marketingverbund „Tagungsdreieck“ der Städte Magdeburg, Halle und Dessau hat das Land Sachsen-Anhalt im Sinne der Belebung des Kongressmarktes in Sachsen-Anhalt für 2008 umfangreiche finanzielle Unterstützung angekündigt.

Analog zum Tagungsdreieck wird die, mit dem Tourismuspreis des Landes ausgezeichnete Kooperation „Stadtsprung“ (Dessau, Halberstadt, Halle, Magdeburg, Naumburg, Quedlinburg, Wernigerode, Wittenberg) intensiviert. Ziel des „Stadtsprungs“ ist neben der Generierung zusätzlichen Reiseklientels und der Erarbeitung ergänzender Quellmärkte auch und gerade die Erzeugung von Aufmerksamkeiten für die Anliegen des Städtetourismus.

Über diese Aufgaben hinaus, realisiert die SMG projektbezogene Aufgaben, die zur Erreichung der skizzierten Ziele relevant sind und die in jedem Jahr neu definiert und den aktuellen Aufgaben angepasst werden.

Erlössituation

Der Zuschuss der Stadt wird wie in den Jahren 2005 bis 2007 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 511.300,- € aus dem ehemals für den Verein „Halle-Tourist e.V.“ gezahlten städtischen Zuschuss zur Realisierung des Tourismusmanagement. Weiterhin werden im Jahr 2008 (wie auch in den Jahren 2006 und 2007) 200.000 € für projektbezogene Maßnahmen beantragt.

Für das Wirtschaftsjahr 2008 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. 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 projektgebundenen Maßnahmen. Hierfür wird 2008 ein Potential von 60.000,- € angenommen.

Die Höhe der Erlöse aus Warenverkauf und gruppentouristischen Leistungen steigt gegenüber dem Vorjahr um 10.000,- € auf 160.000,- € an, bedingt durch den Ausbau des Merchandisingssortiments und der höheren gruppentouristischen Leistungen durch die Rückkehr der Himmelscheibe

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. Im Jahr 2007 wird die Betreuung der Jahrestagung der HAVAG mit ca. 800 Teilnehmern und der Deutschen Gesellschaft für Völkerkunde mit ca. 400 Teilnehmern realisiert.

geplante Aufwendungen

Auf der Grundlage des Stellenplans für 2008 (siehe Anlage) werden sich die geplanten Personalkosten in Höhe von 580.300,00 € und die Personalkosten für projektbezogene Maßnahmen in gleicher Höhe wie 2007 belaufen. Der Stellenplan 2008 entspricht vom Volumen her dem des Vorjahres. Sollte zum 1.1.2008 ein neuer Geschäftsführer der SMG seine Tätigkeit aufnehmen, werden sich die Personalkosten voraussichtlich nicht verändern. Ansonsten wird eine Verlängerung des Geschäftsbesorgungsvertrags mit dem jetzigen Geschäftsführer, Herrn Meyer-Mertel, angestrebt und gleichzeitig entweder eine bereits vorhandene Person als neuer Geschäftsführer aufgebaut oder eine neue Person dafür gewonnen. Dieser Prozess wird sich aufwandsneutral vollziehen. Diese 30.000,00 € für projektbezogene Personalleistungen werden insbesondere für die Gestaltungen, Texterstellung und begleitende Organisation benötigt. Durch die verlängerten Öffnungszeiten der Tourist-Information (angepasst an die Öffnungszeiten des Halloren Cafés), zur Absicherung der Sonderöffnungszeiten z. B. an verkaufsoffenen Sonntagen und zur Standbesetzung bei Feierlichkeiten und besonderen Anlässen wird auch 2008 verstärkt mit geringfügig Beschäftigten gearbeitet werden müssen, hierfür sind 8.000,00 € vorgesehen.

Die geplanten Neuausstattungen in Höhe von insgesamt 10.000,00 € sind in der Anlage Investitionsplan 2008 unterlegt.

Unter der Position "Werbekosten" sind die unmittelbaren Aufwendungen für werbliche Leistungen der SMG zusammengefasst (115.500,00 €), im selben Zusammenhang sind Aufwendungen für Messepräsenzen (25.000,00 €) und Reisekosten (13.000,00 €) 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 multiplikativer 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 auch 2008 mit den Themenjahren der Stadt Halle sowie den gesetzten Vermarktungsschwerpunkten umgesetzt werden wird.

Das Jahr 2008 ist darüber hinaus sehr stark zum einen vom Ausbau der Aktivitäten im Bereich Eventmanagement und insbesondere der Veranstaltungsakquise für die Folgejahre geprägt, zum anderen wird das 2007 fertig gestellte touristische Information- und Begegnungszentrum in der Fährstraße unter dem Titel „Infozentrum Fährstraße“ mit Leben gefüllt und den Reiseveranstaltern vertraut gemacht werden müssen. (Das Projekt befindet sich zum Zeitpunkt dieser Darlegung noch in der unmittelbaren Vorbereitungsphase. Sobald dies abgeschlossen ist, kann es zu einer Präzisierung des Wirtschaftsplans 2008 in den Unterpositionen auf der Einnahmen- und Ausgabenseite kommen. Das Gesamtergebnis wird davon nicht berührt, da angestrebt wird, dass die Infozentrale Fährstraße kostendeckend arbeitet, jedoch keine Gewinne erzielen wird.)

Die Werbe- und Messekosten setzen sich zu einem Teil aus den Maßnahmen zusammen, wie sie im Tourismusmarketingkonzept 2006-2010 dargestellt sind (das bereits 2007 übergeben wurde), 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 wie eingangs skizziert 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".

Weiterhin ist mit den Kosten die Weiterführung einer Innenstadt-Kampagne erfasst, die von der SMG gemeinsam mit der Wirtschaftsförderung und der Citygemeinschaft zur Belebung und Attraktivitätssteigerung der Innenstadt und der Erreichbarkeit der Stadt Halle (Saale) umgesetzt wird (Arbeitstitel „4-Punkte-Programm“). Ergänzend zu dieser Kampagne sind begleitende Veranstaltungen im Innenstadtbereich sowie die Fortsetzung eines Servicetrainings vorgesehen.

Eine 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.

Die Leasingkosten sind mit 25.000,00 € 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 2008 wird darüber hinaus die Erweiterung des Leasingvertrags notwendig, da auch in der Fährstraße ein Computer benötigt wird. Die hier nicht näher erläuterten Kosten (Betriebs- und Raumkosten, Versicherungen, Porto, Weiterbildung etc.) erklären sich aus den zur regulären Betriebsführung erforderlichen Aufwendungen.

Stadtmarketing Halle (Saale) GmbH

Lothar Meyer-Mertel
Geschäftsführer

Anlagen:

- Bilanz
- Finanzplan
- Gewinn- und Verlustrechnung
- Haushaltsrelevante Positionen für Träger aus dem Finanzplan
- Leistungsdaten
- Personal-, Investitions- und Instandhaltungsplan
- Budgetplan Projekte