

STADT FRIEDRICHSHAFEN Sitzungsvorlage Drucksache-Nr. 2021 / V 00064	Ausfertigungen: Stadt- und Stiftungspflege
Dienststelle: Stadt- und Stiftungspflege Aktenzeichen: STP BTV Asb/Bay	11.06.2021, Unterschrift:
Mitzeichnung (Datum, Kurzzeichen): <input type="checkbox"/> BM Stauber _____ <input type="checkbox"/> EBM Dr. Köhler _____ <input checked="" type="checkbox"/> BM Köster _____ <input checked="" type="checkbox"/> OB Brand _____	

Betreff: Stadtmarketing Friedrichshafen GmbH (STM): Freiwilligkeitsleistung für das Geschäftsjahr 2021 Anlage(n): Wirtschaftsplan 2021			
Medien: Bitte ankreuzen. Alles, was präsentiert werden soll, muss mindestens 1 Arbeitstag vor den jeweiligen Sitzungen der Geschäftsstelle des Gemeinderates zugeleitet werden, damit die Präsentation gewährleistet werden kann.			
<input type="checkbox"/> MS Office 2003 Dateien (inkl. ppt, .mpp)	<input checked="" type="checkbox"/> .pdf-, htm-Dateien	<input type="checkbox"/> DVD	<input type="checkbox"/> Video

Referent und Zeitdauer: Hr. Asbahr, GF Hr. Goldschmidt; 20 Min (davon 15 Min. Sachvortrag)

Gremium:	Datum:	Zuständigkeit:	Öffentlichkeitsstatus:
Finanz- und Verwaltungsausschuss	14.07.2021	Vorberatung	öffentlich
Gemeinderat	21.07.2021	Beschluss	öffentlich

Ggf. Hinweis auf frühere Behandlung des Beratungsgegenstandes (Gremium, Datum, Drucksache-Nr.):

FINANZIELLE AUSWIRKUNGEN ja nein

Kosten: einmaliger Aufwand (konsumtiv) Betrag: 2021: 360.000 EUR
 einmalige Auszahlung (investiv) Betrag:
 jährlicher Folgeaufwand: Personalkosten Betrag: EUR
Sachkosten Betrag: EUR

Zuschüsse einmalige Einzahlung Betrag: EUR
bzw.
Beiträge: laufende (jährlich) Betrag: EUR

MITTELBEREITSTELLUNG IM HAUSHALT:

Stadt Ergebnis-HH Finanz-HH Kontierungen: 5710000061 / 43150000
 Stiftung Ergebnis-HH Finanz-HH Kontierungen:

Zur Verfügung stehende Mittel

Planansatz in 2021: 360.000 EUR
Ermächtigungsübertrag aus dem Vorjahr: EUR
Noch bereitzustellen: EUR
Deckungsvorschlag: EUR

Beschlussantrag:

1. Der beigefügte Wirtschaftsplan 2021 wird zur Kenntnis genommen.
2. Die Stadt Friedrichshafen gewährt der Stadtmarketing Friedrichshafen GmbH (STM) für das Geschäftsjahr 2021 aus Mitteln des städtischen Haushalts einen Zuschuss zu den laufenden, nicht durch Drittmittel gedeckten Aufwendungen in Höhe von maximal 360.000,00 EUR im Jahr 2021.
3. Die Ziffer 2 steht unter dem Vorbehalt der Genehmigung des Haushaltsplans 2021/2022 durch das Regierungspräsidium Tübingen.

Begründung

Die Stadt Friedrichshafen ist an der Stadtmarketing Friedrichshafen GmbH mit einem Stammkapital in Höhe von 50 TEUR zu 100 % beteiligt. Gegenstand des Unternehmens ist die Konzeption, die Durchführung und die Koordination von Stadtmarketing für die gesamte Stadt Friedrichshafen mit den Schwerpunkten Standort-, City-, Tourismus- und Verwaltungsmarketing.

Der Erhalt der hohen Lebensqualität für die Bürger, die Steigerung der Standortqualität für die Wirtschaft sowie die Steigerung der Attraktivität der Stadt für Besucher stehen weiterhin im Fokus der Gesellschaft. Für die Erfüllung dieser Aufgaben ist die Gesellschaft auf Freiwilligkeitsleistungen angewiesen.

In seiner Sitzung am 21.10.2020 hat der Beirat der STM den Mittelbedarf für 2021/2022 und die mittelfristige Finanzplanung beraten sowie den beigefügten Wirtschaftsplan einstimmig beschlossen. Der Mittelbedarf wurde frühzeitig mit der Stadtverwaltung abgestimmt. Die notwendigen Mittel wurden im Haushaltsplanverfahren angemeldet.

Beantragt wird für das Geschäftsjahr 2021 ein Betriebskostenzuschuss in Höhe von 360.000 EUR. Gegenüber dem Geschäftsjahr 2020 bedeutet dies ein Minderbedarf von 16.250 EUR.

Im Einzelnen ergibt sich der Mittelbedarf durch

a) Einnahmeausfälle

Handel und Gastronomie können auch 2021 noch nicht im gewohnten Maße zur anteiligen Finanzierung der Stadtmarketingprojekte beitragen. Trotzdem ist ihr Beitrag zu Projekten wie Weihnachtsbeleuchtung zusammen mit der Projektunterstützung des Stadtforums ein wichtiger Baustein bei der Finanzierung des Stadtmarketings.

b) Spareffekte

In 2021 wird durch den Verzicht auf die Besetzung einer Stelle zur Elternzeitvertretung ein deutlicher Spareffekt erzielt.

c) Wichtige Akzente für 2021

Mit den folgenden Maßnahmen weitet die STM ihren Beitrag zum City- und Standortmarketing gezielt aus:

→ Innenstadtbelebung

Die Stärkung der Innenstadt als Ort der Begegnung, der Kultur, des Einkaufens und Genießens wird einer der zentralen Handlungsfelder für das Stadtmarketing in den nächsten Jahren sein. Wichtige Innenstadtakteure wie Handel, Gastronomie und Kultur leiden besonders stark unter den Auswirkungen der Corona-Pandemie. Umso wichtiger ist es gemeinsam mit allen Akteuren die Herausforderungen anzugehen, gemeinsam wieder nachhaltige Erlebnisse und Besuchsgründe zu schaffen und an Themen wie Nutzungsvielfalt oder Charme und Aufenthaltsqualität zu arbeiten.

→ Standortmarketing

Im Standortmarketing gewinnen Kooperationen und gemeinsame Aktionen, zum Beispiel in Zusammenarbeit mit Graf-Zeppelin-Haus, Kulturbüro und Tourist-Information an Bedeutung. Handlungsschwerpunkte sind neben der Präsenz in den Sozialen Medien, der Förderung der Digitalisierung für Handel und andere Branchen auch diverse Kampagnen, wie eine Fortführung der Aktion #meinHaFN oder auch eine Imagekampagne für die Kultur.

Folgende Übersicht zeigt die Entwicklung der Bezuschussung der letzten Jahre bis 2020 mit dem Ausblick auf 2021:

Jahr	städt. Zuschüsse
2021	360.000,00 €
2020	376.250,00 €
2019	375.000,00 €
2018	380.000,00 €
2017	360.000,00 €
2016	350.000,00 €
2015	330.000,00 € zzgl. USt-Nachzahlung i. H. v. 30.959,73 € (DS-Nr. 2015/61)
2014	330.000,00 €
2013	306.000,00 €
2012	306.000,00 €
2011	279.758,37 €
2010	339.941,45 €
2009	313.918,45 €
2008	296.096,82 €

Nachstehende Übersicht verdeutlicht die Einnahmen- und ausgewählte Kostensituation bis 2021:

Jahr	Umsatzerlöse	Personalkosten
2021 Plan	181.850,00 €	196.600,00 €
2020	91.622,91 €	226.858,52 €
2019	226.157,11 €	231.082,78 €
2018	203.516,64 €	216.343,16 €
2017	205.792,35 €	213.143,51 €
2016	199.935,70 €	198.608,00 €
2015	190.513,60 €	189.832,42 €
2014	201.833,29 €	169.913,57 €
2013	141.193,53 €	160.058,01 €
2012	128.795,64 €	152.643,74 €
2011	150.366,86 €	153.730,12 €
2010	143.970,22 €	146.052,87 €
2009	122.438,43 €	134.153,54 €
2008	135.404,02 €	128.655,19 €

Der vergleichsweise niedrige Planansatz bei den Umsatzerlösen in 2021 erklärt sich dadurch, dass bei den freiwilligen Projektumlagen sehr zurückhaltend kalkuliert wurde. Hier wird aufgrund der weiterhin bestehenden Coronabeschränkungen und der dadurch bedingten Liquiditätseingpässe von Handel und Gastronomie weiterhin mit einem deutlichen Rückgang gegenüber „normalen“ Jahren gerechnet. Bei den Personalkosten kommt durch den Verzicht auf die Besetzung einer Stelle als Elternzeitvertretung zu Einsparungen.

Coronabedingt konnten einige für den Winter 2020 eingeplante Projekte kurzfristig nicht durchgeführt werden. Aus diesem Grund wurden 25.286 EUR der für 2020 überwiesenen Freiwilligkeitsleistungen nicht verbraucht. Um eine Überkompensation zu vermeiden wurden diese 25.286 Euro zum 31.12.2020 als Verbindlichkeiten gegenüber dem Gesellschafter eingebucht. Das bedeutet, dass von den 360.000 Euro, die hiermit für 2021 als Freiwilligkeitsleistung bewilligt werden, nur 334.714 Euro ausbezahlt werden.

Gemäß Ziffer 3.1 des Zuständigkeitsverzeichnisses ist der Gemeinderat für Freiwilligkeitsleistungen ab 100 T€ zuständig, so dass ein Beschluss des Gemeinderates erforderlich ist.

Es wird um Beratung und Beschlussfassung im Sinne des Beschlussantrags gebeten.