

Herrn Stadtverordneten
Christopher Nübel

über

Büro der Stadtverordnetenversammlung

Berliner Platz 1
35390 Gießen

- Auskunft erteilt: Herr Scherer
Zimmer-Nr.: 02-021
Telefon: 0641 306-1007
Telefax: 0641 306-2519
E-Mail: dezernat4@giessen.de

Ihr Zeichen

Unser Zeichen
IV – KI

Ihr Schreiben vom

Datum
15.11.2010

**Berichts Antrag: Gießen Marketing GmbH;
Antrag der SPD-Fraktion vom 16.08.2010 – STV/3254/2010**

Sehr geehrter Herr Nübel,

zum o.g. Berichts Antrag nehme ich wie folgt Stellung:

Frage 1:

Welche Aufgaben und Leistungen werden derzeit von der Gießen Marketing GmbH ausgeführt, die zuvor von der Stadt Gießen wahrgenommen wurden?

Antwort:

Bis zur Gründung der Gießen Marketing GmbH bestand im Rahmen der Stadtverwaltung eine Abteilung Stadt-Marketing, die mit zwei Mitarbeitern besetzt war und deren Aufgabenstellung im Wesentlichen in der Durchführung von Veranstaltungen in der Innenstadt und auf dem Messeplatz Ringallee bestand (u.a. Stadtfest, Krämermarkt, Weihnachtsmarkt, Herbst- und Frühjahrsmesse). Daneben gehörte auch die Mitwirkung bei der Planung und Festsetzung der verkaufsoffenen Sonntage oder anderer Sonderaktivitäten des Handels sowie die Unterstützung des Vereins Gießen Aktiv bei dessen Geschäftsführung zu den Aufgaben.

Frage 2:

Welche früheren Aufgaben und Leistungen Dritter werden von der Gießen Marketing GmbH derzeit wahrgenommen?

Antwort:

Die Gießen Marketing GmbH nimmt die Aufgabe der Tourismusförderung wahr, welche zuvor der Stadthallen GmbH oblag.

Frage 3:

In welcher Höhe sind der Stadt Gießen für die frühere Aufgabenverteilung (siehe Frage 1 u. 2) Kosten entstanden?

Antwort:

Im Vorfeld der GmbH-Gründung waren die jeweiligen Aufgaben der Abteilung Stadt-Marketing und der Abteilung Tourist-Information (Stadthallen GmbH), die beide in die neu zu gründende Marketing GmbH überführt werden sollten, unter Berücksichtigung aller Personal- und Sachaufwendungen und der Erlöse, wie folgt ermittelt worden:

Ermittelter jährlicher Finanzierungsbedarf für die Abteilung Stadt-Marketing: 224.500 €

Ermittelter jährlicher Finanzierungsbedarf für die Abteilung Tourist-Information: 270.845 €

In der Summe wurde ein Zuschuss an die Gießen Marketing GmbH von 495.345 € ermittelt.

Außerdem wurde mit dem Gründungsbeschluss (Vorlagennummer STV/1150/2007) eine zusätzliche Position von 30.000 € (sog. Projektmittel) ab dem Haushaltsjahr 2008 eingestellt, die die Gießen Marketing GmbH per Rechnungsstellung für Leistungen abrufen sollte, die über ihre bisherigen Tätigkeiten hinausgehen.

Frage 4:

Wie hoch sind die jährlichen Beträge, die die Stadt Gießen an die Gießen Marketing GmbH derzeit leistet?

Antwort:

Der städtische Zuschuss hat sich seit der Gründung der Gießen Marketing GmbH wie folgt verändert:

| Haushaltsjahr | Zuschusshöhe | Anmerkungen |
|---------------|--------------|---|
| 2008 | 485.645,83 € | |
| 2009 | 495.345 € | |
| 2010 | 470.580 € | Die Festlegung der Zuschusshöhe gem. des o. g. StaVo-Beschlusses wurde mit dem Beschluss vom 22.6.2009 (STV/2455/2009) aufgehoben und die 5%ige Kürzung im Zuge der Haushaltskonsolidierung auch auf den Zuschuss an die Gießen Marketing GmbH angewandt. |
| 2011 | 447.050 € | Auch für das Haushaltsjahr 2011 ist eine erneute 5%ige Kürzung des Zuschusses vorgesehen |

Die o. g. Haushaltsposition „Projektmittel“ unterlag ebenfalls der 5%igen Kürzung. In 2009 betrug dieser Posten noch 30.000 €, im Haushaltsjahr 2009 nur noch 28.500 €. 2010 stehen lediglich noch

Projektmittel in Höhe von 27.080 Euro zur Verfügung. Ausgezahlt wurden die Projektmittel jedoch lediglich 2008 (anteilig) und 2009.

Frage 5:

Welche Einnahmen bzw. Gebührentatbestände, die früher die Stadt Gießen erhoben hat werden nun von der Gießen Marketing GmbH erhoben?

Antwort:

Gebühren werden ausschließlich von der Stadt Gießen erhoben und der Gießen Marketing GmbH in Rechnung gestellt. Es handelt sich dabei um Gebühren aus Festsetzungen & Sondernutzungserlaubnissen für die Veranstaltungen im öffentlichen Raum. Diese Gebühren belaufen sich i. d. R. auf rund 18.000 € im Jahr.

Die Gießen Marketing GmbH erzielt Einnahmen aus der Vermietung von Standplätzen im Rahmen von Veranstaltungen wie Stadtfest, Krämermarkt oder Weihnachtsmarkt. Diese Einnahmen bilden im Bereich der eigenwirtschaftlichen Aktivitäten die wichtigste Einnahmequelle der Gießen Marketing GmbH und dienen in erster Linie der Refinanzierung der Kosten, die mit der Organisation, Bewerbung und Durchführung der o. g. Veranstaltungen verbunden sind. Diese Einnahmen belaufen sich i. d. R. auf rund 80.000 € im Jahr.

Ferner werden Einnahmen durch die Vermietung des Messeplatzes erzielt, etwa im Rahmen der Frühjahrs- und Herbstmesse oder bei Zirkusgastspielen. Diese Einnahmen betragen im Jahr ca. 45.000 €. Davon müssen rund 25.000 bis 30.000 € an die Stadt Gießen abgeführt werden. Der Überschuss aus den Mieteinnahmen dient auch hier der Kostendeckung.

Weitere Einnahmen erzielt die GmbH im Bereich Touristik. Diese resultieren aus dem Kartenvorverkauf, Provisionsanteilen bei der Bestellung von Stadtführungen und dem Verkauf von Souvenirartikeln. Diese Einnahmen belaufen sich i. d. R. auf rund 10.000 € im Jahr.

Frage 6:

Wie hoch sind diese jährlichen Einnahmen?

Antwort:

In der Summe bewegen sich die Einnahmen normalerweise in einer Größenordnung von ca. 135.000 € jährlich.

Im Wirtschaftsjahr 2010 erreichten die Einnahmen mit ca. 367.000 € ein deutlich höheres Volumen, weil bei den zwei Großprojekten „Dinos entdecken“ und „Stadt der jungen Forscher“ privatwirtschaftliche Sponsorenmittel bzw. Fördermittel in großem Umfang eingeworben werden konnten. So konnte die Dino-Ausstellung durch rund 130.000 € privatwirtschaftliche Sponsorenmittel weitgehend refinanziert werden. Für „Stadt der jungen Forscher“ konnte die Gießen Marketing GmbH allein 65.000 € an Fördermitteln und weitere 30.000 € an Sponsorenmitteln einnehmen. Diese beiden Projekte haben nicht nur einen großen Effekt auf die positive Imagebildung der Stadt Gießen bewirkt, sondern auch deutlich gemacht, welche Leistungsfähigkeit die Gießen Marketing

GmbH nach 2-jährigem Bestehen bereits erreicht hat und welche Chancen dieses Gemeinschaftsprojekt aus öffentlicher und privater Hand auch in Zukunft für Gießen eröffnet.

Die Gießen Marketing GmbH zahlt jährlich einen Betrag von rund 82.000 € an die Stadt Gießen. Dieser Betrag setzt sich zusammen aus den o.a. Gebühren sowie entgeltlichen Dienstleistungen, die die Gießen Marketing GmbH von städtischen Ämtern bezieht, wie z. B. Raummieten, Reinigungskosten nach Veranstaltungen oder die Informationstechnische Versorgung und Betreuung.

Frage 7:

Bezahlen alle Gesellschafter der Gießen Marketing GmbH ihre satzungsmäßigen Beiträge in voller Höhe?

Antwort:

Eine jährliche Zuschussverpflichtung im Sinne eines festen Betrages besteht nur für Universitätsstadt Gießen und der Verein Gießen aktiv e. V. Beide erfüllen ihre vertraglichen Verpflichtungen.

Die BiDs tragen mit entgeltlichen Management- und Projektaufträgen zur Finanzierung der Gießen Marketing GmbH bei. Dieser operative Finanzierungsbeitrag wird von den BiDs selbst mit rund 250.000 € jährlich beziffert.

Frage 8:

Inwiefern wird mit anderen Marketing-Gesellschaften/-Vereinen der Region (bspw. MitteHessen e. V.) zusammengearbeitet?

Antwort:

Stadtmarketingprozesse basieren auf einer intensiven Vernetzung und Kooperation. Deshalb pflegt die Gießen Marketing GmbH die Zusammenarbeit mit einer Vielzahl von Organisationen auf lokaler, regionaler und überregionaler Ebene. Hierzu sind beispielhaft anzuführen:

Auf lokaler Ebene:

- Business Improvement Districts (BiDs) sowie weitere Händlergemeinschaften in der Gießener Innenstadt und in den Gewerbegebieten;
- Gießen Aktiv;
- vielfältige Kooperationen mit Fachämtern der Stadtverwaltung Gießen (z. B. Wirtschaftsförderung, Büro Landesgartenschau, Kulturamt, Umweltamt, Koordinierungsstelle Lokale Agenda u. a.);
- Universität und Fachhochschule Gießen;
- Gießener Museen und kulturellen Institutionen (Mathematikum, Liebig-Museum, Botanischer Garten, Stadttheater, Literarisches Zentrum Gießen, Forum Kultur im Dialog u. a.).

Auf regionaler und überregionaler Ebene:

- Mitgliedschaft im Lahntal Tourismusverband;
- Mitarbeit in der Interkommunalen Tourismus-AG Gießener Land;
- Mitgliedschaft in der Arbeitsgemeinschaft Städtetourismus Hessen;
- Mitarbeit im Netzwerk der Wissenschaftskoordinatoren und Hochschulbeauftragten;

- Projektorientierte Kooperation mit dem Regionalmanagement MitteHessen e. V.

Frage 9:

Wie oft hat seit Gründung der GmbH der Beirat getagt?

Antwort:

Am 6.5.2008 tagte ein „Rumpf“-Beirat, der nur aus Vertreterinnen und Vertretern der Gesellschafter sowie der Fraktionen der Stadtverordnetenversammlung bestand. Die übrigen Mitglieder des Beirats waren zu dem Zeitpunkt noch nicht benannt.

Danach fanden vier Beiratssitzungen statt:

1. Beiratssitzung am 11.9.2008

2. Beiratssitzung am 5.11.2008

3. Beiratssitzung am 1.9.2010

4. Beiratssitzung am 10.11.2010

Für das Jahr 2011 sind Beiratssitzungen für den 15. Juni 2011 und 9. November 2011 vorgesehen.

Mit freundlichen Grüßen



Harald Scherer
Stadtrat

Verteiler:

CDU-Fraktion

SPD-Fraktion

FDP-Fraktion

Fraktion Bündnis 90/Die Grünen

FW-Fraktion

Die LINKE.Fraktion

BLG

Magistrat