

Beschlussvorlage

Geschäftszeichen:
II/WA

Verantwortliche/r:
Referat für Wirtschaft und Finanzen
Abteilung Wirtschaftsförderung

Vorlagennummer:
II/071/2015

Erlanger Tourismus und Marketing Verein e. V. ; Geplanter Umzug der Tourist-Information und Zuschusserhöhung

Beratungsfolge	Termin	Ö/N	Vorlagenart	Abstimmung
Haupt-, Finanz- und Personalaus- schuss	22.04.2015	Ö	Beschluss	

Beteiligte Dienststellen

I. Antrag

1. Die Verwaltung wird beauftragt,

die **Variante A** (Umzug der Tourist-Information in Bahnhofsnähe verbunden mit einer Erhöhung des städtischen Zuschusses an den Erlanger Tourismus und Marketing Verein e.V./ETM)

oder

die **Variante B** (nur Auslage von Broschüren im neuen Kundenbüro der Erlanger Stadtwerke Stadtverkehr GmbH ohne Untermietverhältnis)

umzusetzen.

2. Bei Beschluss der Variante A ist der jährliche Zuschuss aus dem städtischen Haushalt ab 2016 an den ETM um 24.000 € für Miete und Umzugskosten auf 520.000 € anzuheben. Eine weitere Zuschusserhöhung um 33.000 € für Personal- und betriebliche Aufwendungen auf 553.000,- € ist für die HH-Beratungen für 2016 anzumelden. Bei Variante B ist vorerst keine Zuschusserhöhung erforderlich.

II. Begründung

Vorbemerkung:

Der Erlanger Tourismus und Marketing Verein e.V. ist aktuell in Mieträumlichkeiten mit 143 qm am Rathausplatz 3 mit gesamt acht Mitarbeitern untergebracht. Mit dem Umzug des Kundenbüros der Erlanger Stadtwerke Stadtverkehr GmbH in die ehemaligen Gundelhäuser (Goethestraße 21 – 23) besteht nun Anfang des nächsten Jahres die Möglichkeit, im Rahmen eines Untermietverhältnisses die Tourist-Information in die Bahnhofsnähe zu verlagern. In diesem Zusammenhang wurden vom Vorstand des Vereins in seiner Sitzung vom 23.03.2015 zwei Varianten diskutiert, die nachfolgend dargestellt werden. Das City-Management soll in den bisherigen Räumlichkeiten am Rathausplatz 3 verbleiben.

1. Ergebnis/Wirkungen

(Welche Ergebnisse bzw. Wirkungen sollen erzielt werden?)

Aufgrund der zentralen Lage am Bahnhof ist zu erwarten, dass der neue attraktive Standort auch zu steigender Kundenfrequenz führt. Obwohl die potentiellen Mehr-Einnahmen (z.B. durch den vermehrten Verkauf von Souvenir-Artikeln) im Vergleich zu den Mehr-Kosten wohl

nur marginal sein dürften, ergeben sich nach Einschätzung der Geschäftsführung des ETM durch den neuen Standort insbesondere folgende (nicht monetäre) Vorteile:

- Der Standort am Bahnhof ist für Kunden und Gäste, die mit der Bahn anreisen bzw. am Großparkplatz parken, die erste Wahrnehmung unserer Stadt. Die zentrale Lage im Herzen der Stadt soll zu einem positiven ersten Gesamteindruck beitragen.
- Der neue Standort führt potentiell zu erhöhter touristischer Nachfrage, wie u.a. nach Stadtführungen etc.
- Die Verlegung kann als positives Signal an die Altstadt gewertet werden.
- Der Tourismus als ein Dienstleistungssektor einer Stadt leistet einen wichtigen Beitrag zur Wertschöpfung (Hotelübernachtungen, Einkäufe im Einzelhandel, Gastronomie, Taxen etc.). Im Hinblick auf die Nachbarstädte Nürnberg, Fürth, Forchheim und Bamberg, die allesamt in diesem Sektor investieren, ist die Standortverlegung eine Wettbewerbsstärkung.

2. Programme / Produkte / Leistungen / Auflagen

(Was soll getan werden, um die Ergebnisse bzw. Wirkungen zu erzielen?)

Variante A:

Die Tourist-Information zieht mit bestehenden zwei Vollzeitstellen sowie einem vorhandenen Ausbildungsplatz (insgesamt drei Stellen) ab Anfang des nächsten Jahres in das neue Ladenlokal in der Goethestraße. Es wird zu Beginn versucht, die Dienstleistungen (operatives Tourismusgeschäft und Countertätigkeiten) mit diesem Personalbestand zu erbringen. Das zu erwartende höhere Kundenaufkommen sowie die negativen Folgen der räumlichen Trennung der kleinen Mitarbeiterschaft lassen nach Einschätzung der Geschäftsführung mit an Sicherheit grenzender Wahrscheinlichkeit erwarten, dass eine zusätzliche Arbeitskraft notwendig wird. Die Variante A wird von der Geschäftsführung des ETM befürwortet, führt aber zu Mehrkosten (Miete, Umzug, Büroausstattung und ggf. zusätzliche Personalkosten). Die Finanzierung des neuen Standortes ist nur über eine Erhöhung des jährlichen städtischen Zuschussbetrages möglich (siehe TOP 4 Ressourcen).

Variante B:

Bei dieser Variante wird im Kundenbüro der Erlanger Stadtwerke Stadtverkehr GmbH nur Prospektmaterial ausgelegt. Bei Nachfragen wird auf die Tourist Information am Rathausplatz verwiesen. Eine Kostenverrechnung der Erlanger Stadtwerke erfolgt nach Aussage des Vorstandes nicht.

3. Prozesse und Strukturen

(Wie sollen die Programme / Leistungsangebote erbracht werden?)

Die Diskussion im Vorstand des ETM ergab das Meinungsbild, dass beide Varianten vorstellbar sind. Die größeren Werbe- und Wahrnehmungseffekte sind natürlich mit Variante A zu erwarten. Die dafür notwendigen Aufwendungen (einmalig und laufend) lassen aber keine Gegenfinanzierung Höhe erwarten, die der ETM in nennenswerter Höhe aus seinem operativen Geschäft erwirtschaften kann. Nur durch eine Erhöhung des Stadt-Zuschusses und damit einer zusätzlichen Belastung des städtischen Haushalts kann die Variante A dargestellt werden. Eine mit der Stadt gemeinsame Verständigung auf Weg und Ziele des Umzuges vorausgesetzt begrüßt der ETM-Vorstand die Variante A, kann bei gegenteiliger Meinungsbildung aber auch die Variante B akzeptieren.

Wegen des jetzt unmittelbar anstehenden Ausbaus des „neuen“ Ladenlokals in der Goethestraße müssen jetzt verbindliche Zusagen zur Anmietung seitens der Geschäftsführung abgegeben werden. Da dies aus dem laufenden Etat des ETM nicht darstellbar ist, muss die Stadt einen Beschluss über eine Zuschusserhöhung bereits jetzt herbeiführen.

4. Ressourcen

(Welche Ressourcen sind zur Realisierung des Leistungsangebotes erforderlich?)

Investitionskosten:	€	bei IPNr.:
Sachkosten:	€	bei Sachkonto:
Personalkosten (brutto):	€	bei Sachkonto:
Folgekosten	€	bei Sachkonto:
Korrespondierende Einnahmen	€	bei Sachkonto:
Weitere Ressourcen		

Im Rahmen der institutionellen Förderung wurde dem ETM e.V. im Haushaltsjahr 2015 ein Zuschuss in Höhe von 496.000 € bewilligt. Der Zuschuss setzt sich wie folgt zusammen:

Personal, Betriebs- und Sachkosten	430.000 €
Marketingmaßnahmen	35.000 €
Tagungswesen	10.000 €
Weihnachtsbäume	6.000 €
Vermarktung Bergkirchweih	10.000 €
Bergkirchweihbroschüre	5.000 €

Variante 1:

Die Umsetzung der **Variante A** führt **ab dem Haushaltsjahr 2016** zu einem zusätzlichen Zuschussbedarf in Höhe von kalkuliert 57.000 €, der sich wie folgt zusammensetzt (Angaben der ETM-Geschäftsführung):

Einmalige Kosten:

Umzug und Investitionen (Büroausstattung, Server, Telefon etc.)	12.000 €
--	----------

Wiederkehrende jährliche Kosten:

Miete	12.000 €
Personalkosten	30.000 € (ab April gerechnet)
Betriebliche Aufwendungen (z.B. erhöhte Druckkosten)	3.000 €

Die Aufwendungen für Umzug und Miete mit ges. 24 T€ sind wegen des sofortigen Eingehens von Verpflichtungen/Aufträgen dem ETM i. R. einer Zuschusserhöhung sofort zuzusagen, die Aufwendungen für Personal- und betriebliche Aufwendungen mit ges. 33 T€ im Rahmen der HH-Beratungen für 2016.

Variante B:

Die Umsetzung der **Variante B** kann vorerst ohne Erhöhung des Zuschusses umgesetzt werden. Für die voraussichtlichen Mehrkosten für höhere Druckauflagen von Broschüren aufgrund der erhöhten bzw. zusätzlichen Nachfrage werden geschätzt 3.000 € bis 4.000 € anfallen, die aber aus dem laufenden Budget nicht dauerhaft dargestellt werden können.

Haushaltsmittel

- werden nicht benötigt
- sind vorhanden auf IvP-Nr.
bzw. im Budget auf Kst/KTr/Sk
- sind nicht vorhanden

Anlagen:

III. Abstimmung
siehe Anlage

IV. Beschlusskontrolle

V. Zur Aufnahme in die Sitzungsniederschrift

VI. Zum Vorgang