

# Inhaltsverzeichnis

Sitzungsdokumente	
Tischauflagen -öffentlich-	2
Vorlagendokumente	
TOP Ö 11.4 Städte- und Kulturtourismus hier: Antrag der CSU Fraktion, Grüne/GL-Fraktion und der Klimaliste vom 01.02.2023 Nr. 007/2023	
Beschluss Stand: 20.09.2023 II/026/2023	3
Schriftlicher Bericht zur Tourismusstrategie (Kurzfassung) II/026/2023	6
Antrag Nr. 007/2023 II/026/2023	24
TOP Ö 14 Änderungen in den Stadtteil- und Ortsbeiräten Büchenbach, Innenstadt und Tennenlohe – Berufung von Ersatzmitgliedern für die Amtszeit vom 01. Oktober 2023 bis 30. April 2026	
Beschlussvorlage 13-2/163/2023/1	26

# Stadtrat

Sitzung am Donnerstag, 28.09.2023

- Ergänzung der Unterlagen -

## Öffentliche Tagesordnung

- |       |   |                              |
|-------|---|------------------------------|
| 11.4. | Städte- und Kulturtourismus<br>hier: Antrag der CSU Fraktion, Grüne/GL-Fraktion und der Klimaliste<br>vom 01.02.2023 Nr. 007/2023<br><b>Tischauflage</b>  | II/026/2023<br>Kenntnisnahme |
| 14.   | Änderungen in den Stadtteil- und Ortsbeiräten Büchenbach,<br>Innenstadt und Tennenlohe – Berufung von Ersatzmitgliedern für die<br>Amtszeit vom 01. Oktober 2023 bis 30. April 2026<br><b>Geänderte Vorlage</b> | 13-2/163/2023/1<br>Beschluss |

## Beschlussvorlage

Geschäftszeichen:  
II/ETM

Verantwortliche/r:  
Erlanger Tourismus und Marketing Ver-ein  
e.V.

Vorlagennummer:  
**II/026/2023**

### **Städte- und Kulturtourismus**

**hier: Antrag der CSU Fraktion, Grüne/GL-Fraktion und der Klimaliste vom  
01.02.2023 Nr. 007/2023**

Beratungsfolge	Termin	Ö/N	Vorlagenart	Abstimmung
Haupt-, Finanz- und Personalaus- schuss	20.09.2023	Ö	Beschluss	einstimmig angenommen
Stadtrat	28.09.2023	Ö	Kenntnisnahme	

### Beteiligte Dienststellen

#### **I. Antrag**

- 1) Der Vortrag sowie der schriftliche Bericht der Kohl & Partner GmbH zur Tourismusstrategie werden zur Kenntnis genommen.
- 2) Der Antrag Nr. 007/2023 der CSU-Fraktion, GRÜNE/GL-Fraktion und der Klimaliste gilt hiermit als bearbeitet.

#### **II. Begründung**

##### **1. Ergebnis/Wirkungen**

(Welche Ergebnisse bzw. Wirkungen sollen erzielt werden?)

Der Erlanger Tourismus und Marketing e.V. (ETM)/ DMO (Destinationsmanagementorganisation) soll zukünftig eine veränderte Bedeutung erhalten und sowohl den Kultur- und Städtetourismus als auch den Tages- und Wochenendtourismus zunehmend ausbauen.

Eine der Zielsetzungen ist nicht zentral nur noch die Vermarktung der Destination, sondern auch deren ganzheitliches Management eines attraktiven Lebens- und Urlaubsraums zu schaffen. Die Zielsetzung ist eine Steigerung der überregionalen Wahrnehmung für die lokale Wirtschaft im Bereich Handel, Kultureinrichtungen, Gastronomie und Hotellerie zu verstehen. Als Grundlage hierfür dient die Tourismusstrategie und deren Handlungsfelder der Firma Kohl & Partner GmbH 2023. Gemeinsam wurde diese mit einem ausgewählten Fachgremium bestehend aus Vertretern der Politik, Stadtverwaltung (Wirtschaftsförderung, Kulturamt und Stadtplanungsamt), regionaler und überregionaler Hotellerie sowie Einzelhandel und Gastronomie erarbeitet.

##### **2. Programme / Produkte / Leistungen / Auflagen**

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

Grundlage für die weiteren Programme und Produkte ist ein gemeinsames Verständnis aller regionalen Akteure aus Politik, Kultur, Tourismus und Einwohnern, welches die Ressourcen, Kompetenzen und Strukturen für die DMO ermöglicht.

###### **1. Handlungsfeld Marke, Marketing und Image:**

- Das Erscheinungsbild der touristischen Marke verbessern und ein unverwechselbares Erlebnisprofil schaffen.
- Bereitstellen der finanziellen- und personellen Ressourcen für Marketing und Produktbausteine (Kultur und Wissenschaft).

- Tourismusakzeptanz und -bewusstsein aller Akteure (Politik, Kultur, Tourismus) in der Stadt erhöhen.
- Einbeziehung der städtischen Kultureinrichtungen und der Wissenschaft.

## 2. Handlungsfeld Angebots- und Qualitätsmanagement:

- Unverwechselbares Tourismus- und Freizeitangebot erarbeiten, Kultur und Städtetourismus ausbauen.
- Servicequalität berücksichtigen.

## 3. Prozesse und Strukturen

(Wie sollen die Programme / Leistungsangebote erbracht werden?)

Der Erlanger Tourismus und Marketing Verein e.V. (ETM) und das City-Management Erlangen e.V. (CM) werden eine Koordinierungsgruppe/Fachgremium (bestehend aus: Hoteliers, Gastronomie, Kultur, Stadtplanung und Einzelhandel) formieren und diese in regelmäßigen Sitzungen zukünftig mit bei Entscheidungen und Maßnahmen einbinden. Dabei wird die Umsetzung der Tourismusstrategie stufenweise erfolgen. Die jeweiligen Ergebnisse und Erkenntnisse werden dem Stadtrat einmal im Jahr vorgestellt.

## 4. Klimaschutz:

*Entscheidungsrelevante Auswirkungen auf den Klimaschutz:*

- ja, positiv\*  
 ja, negativ\*  
 nein

*Wenn ja, negativ:*

*Bestehen alternative Handlungsoptionen?*

- ja\*  
 nein\*

*\*Erläuterungen dazu sind in der Begründung aufzuführen.*

Falls es sich um negative Auswirkungen auf den Klimaschutz handelt und eine alternative Handlungsoption nicht vorhanden ist bzw. dem Stadtrat nicht zur Entscheidung vorgeschlagen werden soll, ist eine Begründung zu formulieren.

## 5. Ressourcen

(Welche Ressourcen sind zur Realisierung des Leistungsangebotes erforderlich?)

Investitionskosten:	€	bei IPNr.:
Sachkosten:	225.000 €	bei Sachkonto:
Personalkosten (brutto):	130.000 €	bei Sachkonto:
Folgekosten	€	bei Sachkonto:
Korrespondierende Einnahmen	€	bei Sachkonto:
Weitere Ressourcen		

### Haushaltsmittel

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

### Anlagen:

- Antrag der CSU-Fraktion, GRÜNE/GL-Fraktion und der Klimaliste vom 01.02.2023 Nr. 007/2023
- Schriftlicher Bericht zur Tourismusstrategie  
(Kurzfassung abgedruckt und Langfassung im Ratsinformationssystem hinterlegt)

### III. Abstimmung

Beratung im Gremium: Haupt-, Finanz- und Personalausschuss am 20.09.2023

#### Ergebnis/Beschluss:

- 1) Der Vortrag sowie der schriftliche Bericht der Kohl & Partner GmbH zur Tourismusstrategie werden zur Kenntnis genommen.
- 2) Der Antrag Nr. 007/2023 der CSU-Fraktion, GRÜNE/GL-Fraktion und der Klimaliste gilt hiermit als bearbeitet.

mit 13 gegen 0 Stimmen

Dr. Janik  
Vorsitzende/r

Solger  
Schriftführer/in

IV. Beschlusskontrolle

V. Zur Aufnahme in die Sitzungsniederschrift

VI. Zum Vorgang

# Erlangen-Tourismusstrategie



# Gliederung

1. Vorstellung des Projektteams und der Projektziele
2. Ist-Situation des Tourismus und seiner Strukturen in Erlangen
3. Ergebnisse und Empfehlungen für die touristische Entwicklung Erlangens

# Gliederung

1. **Vorstellung des Projektteams und der Projektziele**
2. Ist-Situation des Tourismus und seiner Strukturen in Erlangen
3. Ergebnisse und Empfehlungen für die touristische Entwicklung Erlangens

# Projektziele.

## 1. Vorstellung des Projektteams und der Projektziele

- **Beauftragung** der Tourismusstrategie im **November 2022** mit passender Ergänzung durch den Antrag der städtischen CSU-Fraktion, GRÜNE/GL-Fraktion und Klimaliste am 01.02.2023
- Ziel ist die Erzeugung eines **tourismusstrategischen Impuls** und dem Aufzeigen des aktuellen Standes mithilfe eines **Strategie Konzept** (Kurz: START) als Fundament für die mögliche Tourismuskonzeption
- **Erarbeitung von Themen und Angeboten**, der **Stabilisierung und Entwicklungspotenziale** des Tourismus sowie der Einbezug von Akteuren und Anbietern für die Zukunft
- Antworten gegeben:
  - Klärung der **touristischen Zukunft** für Erlangen
  - Klärung der **touristischen Produkte, Angebote und Infrastrukturen**

# Externes Projektteam.

## 1. Vorstellung des Projektteams und der Projektziele



**Diplom- Geograph Christopher Krull**  
Senior Berater & Standortleiter Bayern

✉ Christopher.krull@kohl-partner.eu  
🗨 +49 170 291 9623

Studium der Fremdenverkehrsgeographie (Universität) und 27 Jahre Erfahrung als leitender Destinationsmanager Schwarzwald, Weserbergland und Oberstaufen. Davon 21 Jahre Geschäftsführer und Entwickler der Marke Schwarzwald bei der Schwarzwald Tourismus GmbH. Hier auch u.a. Umsetzer der Vorteilskarten SchwarzwaldCard und KONUS Gästekarte (Freifahrt im ÖPNV). Zuvor Tätigkeiten für die Reiseanalyse Studienkreis für Tourismus, Busreiseveranstalter und einen Freizeitpark.

Seit 2020 bei Kohl & Partner.



**BA. Lars Hepke**  
Projektassistenz Standort Bayern

✉ Lars.hepke@kohl-partner.eu  
🗨 49 151 2023 9383

Mit fundiertem Wissen und kompetenter Teamarbeit eine zukunftsorientierte individuell nachhaltige Lösung erarbeiten. Dabei steht's den Fokus beibehalten und eine offene, humorvolle und leistungsorientierte Kommunikation innehaben, um das vereinbarte Ziel zu erreichen.

Seit 2022 bei Kohl & Partner.

# Internes Projektteam.

## 1. Vorstellung des Projektteams und der Projektziele

Vorname	Name	Funktion
Christian	Frank	ETM
Oliver	Timmermann	ETM
Anja	Friedl	ETM
Kerstin	Heuer	Stadtrat, Grüne
Valeria i.V. Clemens	Fischer Heydenreich	Stadtrat, SPD Stadtrat, SPD
Sophia	Schenkel	Stadtrat, CSU
Anne	Reimann	Amtsleitung Kulturamt Stadt Erlangen
Christian	Pöllmann	Landhotel 3 Kronen
Mathias	Schuch	Wirtschaftsförderung und Arbeit Stadt Erlangen
Bodo	Birk	Leiter Abt. Festivals und Programme Stadt Erlangen
Jörg	Hillebrecht	NH Hotel, General Manager
Thomas	Bühler	Betten-Bühler GmbH c/o HBE Ortsvorsitzender
Till	Stürmer	Geschäftsführer GHS Gastro GmbH
Marion	Cremer- Zwikla	Sachgebietsleitung- Amt für Stadtplanung & Mobilität



# Gliederung

1. Vorstellung des Projektteams und der Projektziele
- 2. Ist-Situation des Tourismus und seiner Strukturen in Erlangen**
3. Ergebnisse und Empfehlungen für die touristische Entwicklung Erlangens

# Touristische Kennziffern Erlangen 2022.

## 2. Ist-Situation des Tourismus und seiner Strukturen in Erlangen



**Gewerblich: 48 Betriebe** (> 9 Betten) mit **4.173** Betten  
gesamt



**584.234** Übernachtungen  
> 281.670 Übernachtungen in 2021



**75%** Übernachtungsgäste aus Deutschland  
> 25% aus dem Ausland



**272.476** Ankünfte  
> 141.038 Ankünfte in 2021



Ø Aufenthaltsdauer von **2,1 Tage**  
> 2,0 Tage in 2021



Schwerpunkt Businessreisen



Zahlreiche hochwertige Veranstaltungen wie  
Bergkirchweih, Comic Salon, etc.



Attraktive barocke Innenstadt



Hochwertige Kultureinrichtungen



Vielfältige Freizeitangebote und Attraktionen im  
Grünen

# Analysebewertung der Gegebenheiten.

## 2. Ist-Situation des Tourismus und seiner Strukturen in Erlangen

- Methodik von **Onlinebefragungen, Experteninterviews, vor Ort Besichtigungen** und **Workshops**
- Stadt verfügt über ein **durchschnittliches touristisches Angebot** mit **überdurchschnittlich guten Veranstaltungen** und einem **attraktiven barocken Stadtbild**
- **ETM e.V.** hat als zuständige DMO eine **geringe Bekanntheit und Bedeutung**
- ETM verfügt über **geringe Ressourcen an Personal- und Finanzmitteln**, leistet aber eine gute Arbeit, doch es **mangelt** jedoch wegen der Ressourcenknappheit **an Kooperationen**
- **Stadt verkauft sich unter Wert**
- **Leerstandsproblematik** im Einzelhandel, schlechtes **Parkraummanagement**
- **fehlende Willkommenskultur**
- Tourismus erfährt **wenig Rückhalt aus der Politik und auch in der Bevölkerung**



# Gliederung

1. Vorstellung des Projektteams und der Projektziele
2. Ist- Situation des Tourismus und seiner Strukturen in Erlangen
3. **Ergebnisse und Empfehlungen für die touristische Entwicklung Erlangens**

# Quantitative Ziele bis 2027.

## 3. Ergebnisse und Empfehlungen für die touristische Entwicklung Erlangens



 **Übernachtungen** um 10% auf 640.000

 **Ankünfte** um 10% auf 300.000

 **Ø-Aufenthaltsdauer** um 10% auf 2,3 Tage

 **Zimmerauslastung** um 12% auf 50%

 Anteil **ausländischer Gäste** auf 28%

 **Bettenkapazität** auf 4.400

 **Wertschöpfung** um 12% auf 320 Mio. €

 **Arbeitsplätze** um plus 200 auf 5.200

 Anteil **Städte- & Kultureisende** um 5% auf 8%

 Anteil **Freizeit- Umland, Sport** um 1% auf 3%



Erweiterung **Hotelbetriebe** um plus 2 auf 50



Entwicklung von 2 **WOMO-Stellplätzen**



Anteil **Geschäftsreisende & Monteure** minus 3% auf 67%



Anteil **Verwandtenbesuche** minus 1% auf 7%



Anteil **Patienten** minus 1% auf 4%

# Handlungsfelder, Ziele und neue Projekte.

## 3. Ergebnisse und Empfehlungen für die touristische Entwicklung Erlangens

- Ausbau eines **Freizeit- und Kulturtourismus an Wochenenden**
- Klassifizierung der Hotels, **Schaffung neuer Konzepthotels und WOMO Stellplätze**
- **Informations- und Imagekampagne** in der Bevölkerung zur **Tourismusakzeptanz und –bewusstsein**
- **Neues Erscheinungsbild** von Tourismus in Annäherung zum städtischen Erscheinungsbild (Markenlogo)
- Neugestaltung und **Serviceausweitung** der **Tourist Information** sowie Erweiterungsausbau der **Businesshotels** zu ebenfalls **Freizeithotels**



# Handlungsfelder, Ziele und neue Projekte.

## 3. Ergebnisse und Empfehlungen für die touristische Entwicklung Erlangens

- Kreieren, zusammenstellen und buchbar machen von **Erlebnisbausteinen**
- Schaffung einer **Gästeführungskonzeption mit Erlebnisführungen &** Entwicklung einer **Gästekarte** und BürgerInnenkarte
- Starke **Kooperation mit Wirtschaft und Kultur** sowie Zusammenarbeit Event- Tourismusmanagement und Stärkung in den Bereichen **Wissenschaft, Gesundheit, Medizin und Klimaschutz**
- Wahrnehmung Erlangens als **lebens- und liebenswerter Kultur- und Wissensort**
- **Lebensqualität der Bevölkerung** durch Infrastrukturen, Einrichtungen und Veranstaltungen erhalten und verbessern
- **DMO der Stadt soll Motor und Koordinationsstelle** der touristischen Aktivitäten werden



# Benchmark Städte.

## 3. Ergebnisse und Empfehlungen für die touristische Entwicklung Erlangens

Name	Ausrichtung	EW Tsd.	ÜN Tsd.	Form	Mitarbeiter	Marketingbudget Tsd.	€/ÜN
<b>Erlangen</b>	<b>Wissenschaft</b>	<b>117</b>	<b>580</b>	<b>e.V.</b>	<b>5</b>	<b>63</b>	<b>0,22</b>
Darmstadt	Wissenschaft	150	500	GmbH	12	500	1,00
Freiburg	Universität	210	2.000	GmbH	20	1.300	0,65
Tübingen	Universität	93	230	e.V.	10	300	1,30

# Prioritäre künftige Projekte

## 3. Ergebnisse und Empfehlungen für die touristische Entwicklung Erlangens

Handlungsfeld	Projekt	Beschreibung
Kultur und Städtetourismus	Gästekarte	Freizeitgästekarte mit Freizeitleistungsträgern, Bürgerkarte
	Erlebnisbausteine für Wochenenden	Kultur, Wissenschaft und Geschichte kreieren, zusammenstellen, buchbar machen
	Gästeführungskonzeption	Guide Qualifizierungen, Schauspielführungen
Angebots-, Qualitätsmanagement	WOMO Stellplätze	2 neue Stellplätze: 1 im Grünen, 1 in Stadt
Tourismusakzeptanz, Tourismusbewusstsein	Informationskampagne Bevölkerung	PR, Veröffentlichungen, Veranstaltungen, Amtsblatt
Marke, Marketing, Image	Markenarchitektur Tourismus	Erscheinungsbild von Tourismus und Stadt annähern
	Marketingkampagne Fokusthemen	Bisher lediglich 63.000 € auf 225.000 €

# Prioritäre Marketingprojekte.

## 3. Ergebnisse und Empfehlungen für die touristische Entwicklung Erlangens

Handlungsfeld	IST	SOLL	Umsetzung
Marke	Kein prägnantes touristisches Logo, kein guter Claim, keine klare Botschaft	Erscheinungsbild von Tourismus und Stadt annähern	Werbeagentur beauftragen
Marketing	Geringes Budget, geringe Sichtbarkeit Wenig PR, 63.000€	Mehr Mittel für Personal und Marketing für 3 Jahre	Benchmarks einholen z. B. Freiburg, Darmstadt
Innenmarketing	Geringes Bewusstsein in der Bevölkerung, wenig Aufmerksamkeit in der Politik, wenig Zusammenarbeit auf allen Ebenen	Die Bürger sind über die Bedeutung des Tourismus in Erlangen informiert und begleiten ihn positiv mit	Informationen in Amtsblättern und Online Foren

# Notwendige Ressourcenerweiterung

## 3. Ergebnisse und Empfehlungen für die touristische Entwicklung Erlangens

Benötigen wir

- die Unterstützung von Ihnen
- eine Aufstockung des Personals um **2 VZÄ** und damit **130.000,- €** (bei der ETM)
- eine Aufstockung des freien Marketingbudgets von 75.000,- (2024) um **150.000,- €** auf jährlich 225.000,- €

# Gemeinsam erfolgreich. Besten Dank.

© 2023 Kohl & Partner, [www.kohl.at](http://www.kohl.at). Alle Rechte vorbehalten. Rechte der Veröffentlichung, Übersetzung, Speicherung auf elektronischen Medien und dergleichen benötigen die schriftliche Genehmigung von Kohl & Partner.





**Antrag gemäß § 28/ § 29 GeschO**

Eingang: **01.02.2023**  
Antragsnr.: **007/2023**  
Verteiler: **OBM, BM, Fraktionen**  
Zust. Referat: **II/ETM**  
mit Referat:

Herrn Oberbürgermeister  
Dr. Florian Janik  
Rathausplatz 1  
91052 Erlangen

Erlangen, 01.02.2022

## **Antrag: Städte- und Kulturtourismus**

Sehr geehrter Herr Oberbürgermeister,

wir beantragen:

- Die ETM wird gebeten unter Beteiligung aller relevanten Ämter und Organisationen (z. B. Wirtschaftsförderung, Kultur- und Baureferat, Amt für Stadtteilarbeit), ein inhaltliches Konzept sowie Marketingstrategien für den Städte- und Kulturtourismus in Erlangen zu erarbeiten.
- Sie wird auch gebeten zu benennen, was ggf. an Personal und zusätzlichen Haushaltsmitteln erforderlich ist und welche Fördermittel in Anspruch genommen werden können.

Insbesondere sind Konzepte und Maßnahmen zu folgenden Bereichen zu entwickeln:

- Kulturtourismus (z. B. historische Altstadt und herausragende Baudenkmale, Ausstellungen in Museen oder Kunstpalais, Theater, Palais Stutterheim, Weihnachtsmarkt, gVe Konzerte)
- Städtereisen auch in Kooperation mit der Deutschen Bahn („Frankreich in Franken“, Tages- und Wochenendtourismus, Erlangen als zentral gelegener Standort um weitere Ziele in Franken zu erkunden, z. B. Bamberg, Nürnberg, Fränkische Schweiz ...)
- Es sind alternative Möglichkeiten für eine ggf. mobile und ohne dauerhaft anwesendes Personal funktionierende Tourist-Information an gut sichtbarer und frequentierter Stelle der Innenstadt zu prüfen, die auch am Wochenende für Gäste nutzbar und zugänglich ist.
- Die Sichtbarkeit der Tourismusinformation ist zu verbessern

**Begründung:**

Erlangens Innenstadt präsentiert sich als geschlossenes Barockes Ensemble mit weitgehend geschlossen und bis ins Detail erhaltener historischer Bausubstanz, das in Deutschland in dieser Größe, der Einheitlichkeit und dem Erhaltungszustand einzigartig ist.

Neben zahlreichen geschlossen barocken Straßenzügen und Plätzen gibt es herausragende Einzeldenkmale und Besonderheiten, wie das älteste Barocktheater Süddeutschlands, Stadtschloss und Orangerie und den Botanischen Garten, dessen Ursprünge bis ins 18. Jahrhundert reichen. Erlangen bietet eine Vielzahl an kulturellen Veranstaltungen in den verschiedensten Bereichen, hat ein reiches und vielfältiges Angebot an kleinteiligem, lokalem Einzelhandel und Gastronomie.

Dieses Potenzial kann und sollte Erlangen selbstbewusst nutzen, um Tages- und Wochenendtourismus insbesondere im Bereich Kultur- und Städtereisen zu intensivieren. Hierdurch wird die überregionale Wahrnehmung unserer Stadt verbessert und kann die lokale Wirtschaft im Bereich Handel, Gastronomie und Hotellerie durch Neuerschließung von Kaufkraft und Auslastung in Hotels und Gastronomie erheblich gestärkt werden. Dies wird nachdrücklich nach Rücksprache mit Menschen aus dem Kulturbereich, mit lokalen Einzelhändler\*innen sowie Hoteliers und Gastronomen als ein bisher viel zu wenig genutztes und gleichzeitig vielversprechendes Potenzial angesehen.

In Folge der Corona Pandemie haben sich die Reisegewohnheiten erheblich und nachhaltig geändert. Geschäftsreisen finden weniger statt. Reisen in Deutschland ist nachgefragt. Nachhaltige Reiseformen als Angebote mit der Deutschen Bahn sind zukunftsweisend und werden von zahlreichen bayerischen Städten bereits aktiv vermarktet (z. B. Regensburg, Kehlheim, Lindau).

Mit freundlichen Grüßen

*für die CSU-Fraktion*

gez. Birgitt Aßmus

Sprecherin für Kultur + Freizeit

gez. Christian Lehrmann

Fraktionsvorsitzender

*für die GRÜNE/GL-Fraktion*

gez. Kerstin Heuer

Sprecherin für Bildung,

Planen u. Bauen

gez. Dr. Birgit Marenbach

Fraktionsvorsitzende

*für die Klimaliste*

gez. Sebastian Hornschild

Stadtrat

gez. Prof. Martin Hundhausen

Stadtrat

F.d.R.: Wolfgang Most (Geschäftsführung GRÜNE/GL)

## Beschlussvorlage

Geschäftszeichen:  
OBM/13-2/RV001

Verantwortliche/r:  
Bürgermeister- und Presseamt

Vorlagennummer:  
13-2/163/2023/1

### Änderungen in den Stadtteil- und Ortsbeiräten Büchenbach, Innenstadt und Tennenlohe – Berufung von Ersatzmitgliedern für die Amtszeit vom 01. Oktober 2023 bis 30. April 2026

Beratungsfolge	Termin	Ö/N	Vorlagenart	Abstimmung
Stadtrat	28.09.2023	Ö	Beschluss	

Beteiligte Dienststellen  
CSU-Fraktion

#### I. Antrag

Für die CSU-Fraktion wird im Stadtteilbeirat Büchenbach Frau Carla Luisa de Oliveira Viegas als Nachrückerin von Herrn Rüdiger Endlich als Ersatzmitglied berufen.

Im Stadtteilbeirat Innenstadt steht das Ersatzmitglied Alexander Scranowitz nicht mehr zur Verfügung. Als neues Ersatzmitglied wird Herr Patrick Helmer benannt.

#### II. Begründung

##### 1. Ergebnis/Wirkungen

(Welche Ergebnisse bzw. Wirkungen sollen erzielt werden?)

Die Mitglieder der Beiräte werden nach § 3 Abs. 2 der Satzung der Stadt Erlangen über Orts- und Stadtteilbeiräte berufen.

##### 2. Programme / Produkte / Leistungen / Auflagen

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

Die Mitglieder und Ersatzmitglieder im Stadtteil- und Ortsbeirat sowie alle Betreuungsstadträte werden für die Amtszeit bis 30. April 2026 bestellt und namentlich genannt.

Im Falle des Ausscheidens von Mitgliedern aus dem Beirat rücken die Ersatzmitglieder nach, bzw. werden neue Ersatzmitglieder benannt.

##### 3. Prozesse und Strukturen

(Wie sollen die Programme / Leistungsangebote erbracht werden?)

##### 4. Klimaschutz:

*Entscheidungsrelevante Auswirkungen auf den Klimaschutz:*

- ja, positiv\*  
 ja, negativ\*  
 nein

Wenn ja, negativ:  
Bestehen alternative Handlungsoptionen?

- ja\*  
 nein\*

*\*Erläuterungen dazu sind in der Begründung aufzuführen.*

Falls es sich um negative Auswirkungen auf den Klimaschutz handelt und eine alternative Handlungsoption nicht vorhanden ist bzw. dem Stadtrat nicht zur Entscheidung vorgeschlagen werden soll, ist eine Begründung zu formulieren.

## 5. 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		

### Haushaltsmittel

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

III. Abstimmung  
*siehe Anlage*

IV. Beschlusskontrolle

V. Zur Aufnahme in die Sitzungsniederschrift

VI. Zum Vorgang