



**Betreff:**

öffentlich

**Weiterführung der Betreuung Tourismus-und Kulturmarketing ab 2018**

Einreicher: FB Kommunikation, Wirtschaft und Beteiligung	Erstellungsdatum	13.04.2017
	Eingang 922:	31.05.2017

Beratungsfolge:	Empfehlung	Entscheidung
Datum der Sitzung		
Gremium		
03.05.2017 Stadtverordnetenversammlung der Landeshauptstadt Potsdam		
31.05.2017 Hauptausschuss		

**Beschlussvorschlag:** Die Stadtverordnetenversammlung möge beschließen:

1. Die PMSG Potsdam Marketing und Service GmbH (PMSG) wird ab 2018 **bis längstens 31.12.2027** mit der Wahrnehmung von Dienstleistungsaufgaben von allgemeinem wirtschaftlichen Interesse mit den Geschäftsfeldern Tourismus-und Kulturmarketing sowie Tourismusinformation betraut.
2. Der Oberbürgermeister wird beauftragt, die ProPotsdam GmbH zu ermächtigen, die in der Anlage 1 zu dieser Beschlussvorlage enthaltenen Beschlüsse zur Betreuung der PMSG Potsdam Marketing und Service GmbH zu fassen und umzusetzen.
3. Das an die PMSG für die im Rahmen der Betreuung zu erbringenden Dienstleistungsaufgaben von der Landeshauptstadt zu zahlende Entgelt wird jeweils mit den Beschlüssen zum Haushaltsplan und der mittelfristigen Finanzplanung entschieden.
4. Wesentliche Beratungsgegenstände, die das Tourismus- und Kulturmarketing während der Dauer der Betreuung betreffen und die für eine Beschlussfassung in der Gesellschafterversammlung vorgesehen sind, werden dem Hauptausschuss zuvor zur Kenntnis gegeben, dies betrifft insbesondere den Wirtschaftsplan und den Marketingplan.
5. Unabhängig davon informiert die PMSG den Hauptausschuss mindestens einmal jährlich über die Ergebnisse und die weiteren Schwerpunkte ihrer Arbeit bei der Umsetzung der Tourismuskonzeption 2025 der Landeshauptstadt Potsdam.
6. **Nach spätestens fünf Jahren wird der Stadtverordnetenversammlung ein extern erstellter Evaluationsbericht vorgelegt.**

Überweisung in den Ortsbeirat/die Ortsbeiräte:

Nein

Ja, in folgende OBR:

Anhörung gemäß § 46 Abs. 1 BbgKVerf

zur Information

**Finanzielle Auswirkungen?**

Nein

Ja

Das **Formular** „Darstellung der finanziellen Auswirkungen“ ist als Pflichtanlage **beizufügen**

**Fazit Finanzielle Auswirkungen:**

**Fazit finanzielle Auswirkungen:**

Im Haushalt 2017 sind im Produktkonto 5750000.5315000 für das Jahr 2017 1.230.000 € veranschlagt.

Über die Höhe des jährlichen Zuschusses an die PMSG ab 2018 ist mit den jeweiligen Haushaltplänen und mittelfristigen Finanzplanungen zu entscheiden. Die Veranschlagung erfolgt jeweils im Produktkonto Förderung des Fremdenverkehrs 5750000.5315000 Zuschüsse für laufende Zwecke an verbundene Unternehmen.

Der Zuschussbedarf steht jeweils unter dem Vorbehalt der Beschlussfassung über den jeweiligen Haushaltsplan.

Oberbürgermeister

Geschäftsbereich 1

Geschäftsbereich 2

Geschäftsbereich 3

Geschäftsbereich 4

## Berechnungstabelle Demografieprüfung:

Wirtschaftswachstum fördern, Arbeitsplatzangebot erhalten bzw. ausbauen Gewichtung: 30	Ein Klima von Toleranz und Offenheit in der Stadt fördern Gewichtung: 10	Gute Wohnbedingungen für junge Menschen und Familien ermöglichen Gewichtung: 20	Bedarfsgerechtes und qualitativ hochwertiges Betreuungs- und Bildungsangebot für Kinder u. Jugendl. anbieten Gewichtung: 20	Selbstbestimmtes Wohnen und Leben bis ins hohe Alter ermöglichen Gewichtung: 20	<b>Wirkungsindex Demografie</b>	<b>Bewertung Demografie-relevanz</b>
3	1	0	0	0	<b>100</b>	<b>große</b>

### Begründung:

Mit Beschluss der Stadtverordnetenversammlung vom 1. Juli 2015 (DS 15/SVV/0477) wurde die Betriebs- und Veranstaltungsgesellschaft in der Landeshauptstadt Potsdam mbH, jetzt PMSG Potsdam Marketing und Service GmbH (PMSG), mit der Wahrnehmung von Dienstleistungsaufgaben von allgemeinem wirtschaftlichen Interesse in den Geschäftsfeldern Tourismus- und Kulturmarketing und Tourismusinformation bis längstens zum 31.12.2017 betraut.

In 2015 erfolgten die Vorbereitungen für die Übernahme des Tourismusmarketing und -service in enger Abstimmung der PMSG mit der LHP und dem bisherigem Partner. Seit dem 1. Januar 2016 werden die Aufgaben durch die PMSG eigenverantwortlich wahrgenommen. Nach der Phase der Betriebsaufnahme und des Neuaufbaus der Gesellschaft konnte in 2017 insbesondere durch eine personelle Stärkung das gewohnte Leistungsniveau wieder gesichert werden.

Insgesamt ist festzuhalten, dass sowohl 2015 als auch 2016 aus touristischer Sicht sehr positiv verlaufen sind. Für die Gäste und Besucher Potsdams waren die organisatorischen Umstrukturierungen nicht spürbar. Die PMSG hat sich als vertrauensvoller und engagierter Partner der LHP erwiesen, der Bewährtes fortführt aber auch neue Akzente bei der touristischen Vermarktung der LHP setzt und eng mit den touristischen Leistungsträgern zusammenarbeitet.

Auch das 2015 begonnene Modell der Betrauung hat sich bewährt. In der Tourismuskonzeption 2025 der Landeshauptstadt wurde empfohlen die Betrauung der PMSG über das Jahr 2017 hinaus weiterzuführen. Alternative Varianten, wie die Ausschreibung oder die Ausschreibung von Teilleistungen bzw. die Lösung eines Eigenbetriebes wurden anhand der Erfahrungen aus den Vorjahren als nicht zielführend bewertet.

Es wird daher vorgeschlagen, die Betrauung der PMSG ab 2018 weiterzuführen.

### Wesentliche Inhalte der Betrauung:

Vorgeschlagen wird die Betrauung mit einer Laufzeit von zehn Jahren. Damit ist eine kontinuierliche, qualitativ hochwertige und strategisch ausgerichtete Arbeit möglich. Mit Blick auf die aktuelle Fachkräftesituation kann so auch den Mitarbeitern eine Perspektive und Entwicklungsmöglichkeiten geboten werden.

Der PMSG kommt bei der Umsetzung der Tourismuskonzeption 2025 der Landeshauptstadt Potsdam eine entscheidende Aufgabe zu. Sie muss einerseits so aufgestellt und ausgestattet werden, dass sie den Anforderungen/Aufgaben an eine moderne Tourismusorganisation gerecht werden und Potsdam im Wettbewerb der Reiseregionen/Städtedestinationen neue Potenziale erschließen kann. Dies könnte auch einen höheren Zuschussbedarf für die Zukunft zur Folge haben. Über die Höhe des Zuschusses ist daher jeweils mit dem Haushaltsplan und der mittelfristigen Finanzplanung zu entscheiden. Dies ermöglicht flexibel auf sich verändernde Rahmenbedingungen und Trends im Tourismus (gesellschaftliche, ökonomische, technische, ökologische und politische Veränderungen) zu reagieren ohne jeweils den Betrauungsakt anpassen zu müssen.

Die PMSG informiert den Hauptausschuss mindestens einmal jährlich über die Ergebnisse und die weiteren Schwerpunkte ihrer Arbeit bei der Umsetzung der Tourismuskonzeption 2025 der Landeshauptstadt Potsdam. In bewährter Weise sollen auch weiterhin wesentliche Beratungsgegenstände, die das Tourismus- und Kulturmarketing während der Dauer der Betrauung

betreffen und die für eine Beschlussfassung in der Gesellschafterversammlung vorgesehen sind, dem Hauptausschuss zuvor zur Kenntnis gegeben werden. Dies betrifft insbesondere den Wirtschaftsplan und den Marketingplan.

Sollte die PMSG im Verlaufe des Betrauungszeitraumes als eigenständige Gesellschaft geführt werden ist ein Aufsichtsrat zu bilden (gemäß Beschluss der SVV vom 01.03.2017 DS 17/SVV/0060).

**Anlage:**

Vereinbarung zur Betrauung

## Darstellung der finanziellen Auswirkungen der Beschlussvorlage

**Betreff:** Weiterführung Betrauung Tourismus- und Kulturmarketing ab 2018

1. Hat die Vorlage finanzielle Auswirkungen?  Nein  Ja
2. Handelt es sich um eine Pflichtaufgabe?  Nein  Ja
3. Ist die Maßnahme bereits im Haushalt enthalten?  Nein  Ja  Teilweise
4. Die Maßnahme bezieht sich auf das Produkt Nr. 5750000 Bezeichnung: Förderung des Fremdenverkehrs .

5. Wirkung auf den Ergebnishaushalt:

Angaben in EUro	Ist-Vorjahr	lfd. Jahr	Folgejahr	Folgejahr	Folgejahr	Folgejahr	Gesamt
<b>. Ertrag</b> laut Plan	0	0	0	0	0		0
<b>Ertrag</b> neu			0	0	0	0	
<b>Aufwand</b> laut Plan	1.205.116	1.412.600	1.223.100	1.226.300	1.175.600		5.034.400
<b>Aufwand</b> neu							
<b>Saldo Ergebnishaushalt</b> laut Plan	-1.205.116	-1.412.600	- 1.223.100	- 1.226.300	- 1.175.600		- 5.034.400
<b>Saldo Ergebnishaushalt</b> neu							
<b>Abweichung zum Planansatz</b>		0					

5. a Durch die Maßnahme entsteht keine Ent- oder Belastung über den Planungszeitraum hinaus bis in der Höhe von insgesamt Euro.

6. Wirkung auf den investiven Finanzhaushalt:

Angaben in Euro	Bisher bereitgestellt	lfd. Jahr	Folgejahr	Folgejahr	Folgejahr	Folgejahr	Bis Maßnahmeende	Gesamt
<b>Investive Einzahlungen</b> laut Plan								
<b>Investive Einzahlungen</b> neu								
<b>Investive Auszahlungen</b> laut Plan								
<b>Investive Auszahlungen</b> neu								
<b>Saldo Finanzhaushalt</b> laut Plan								
<b>Saldo Finanzhaushalt</b> neu								
<b>Abweichung zum Planansatz</b>								

7. Die Abweichung zum Planansatz wird durch das Unterprodukt Nr. Bezeichnung gedeckt.

8. Die Maßnahme hat künftig Auswirkungen auf den Stellenplan?  Nein  Ja

Mit der Maßnahme ist eine Stellenreduzierung von Vollzeiteinheiten verbunden.  
Diese ist bereits im Haushaltsplan berücksichtigt?

Nein  Ja

9. Es besteht ein Haushaltsvorbehalt.

Nein  Ja

Hier können Sie weitere Ausführungen zu den finanziellen Auswirkungen darstellen (z. B. zur Herleitung und Zusammensetzung der Ertrags- und Aufwandspositionen, zur Entwicklung von Fallzahlen oder zur Einordnung im Gesamtkontext etc.).

Im Haushalt 2017 sind im Produktkonto 5750000.5315000 für das Jahr 2017 1.230.000 € veranschlagt.

Über die Höhe des jährlichen Zuschusses an die PMSG ab 2018 ist mit den jeweiligen Haushaltplänen und mittelfristigen Finanzplanungen zu entscheiden. Die Veranschlagung erfolgt jeweils im Produktkonto Förderung des Fremdenverkehrs 5750000.5315000 Zuschüsse für laufende Zwecke an verbundene Unternehmen. Der Zuschussbedarf steht jeweils unter dem Vorbehalt der Beschlussfassung über den jeweiligen Haushaltsplan.

**Anlagen:**

- Erläuterung zur Kalkulation von Aufwand, Ertrag, investive Ein- und Auszahlungen  
**(Interne Pflichtanlage!)**
- Anlage Wirtschaftlichkeitsberechnung (anlassbezogen)
- Anlage Folgekostenberechnung (anlassbezogen)

# Vereinbarungen zur Betrauung Tourismus- und Kulturmarketing

## Präambel

I. Nach § 2 Abs. 2 BbgKVerf gehören zu den Aufgaben der örtlichen Gemeinschaft unter anderem die harmonische Gestaltung der Gemeindeentwicklung einschließlich der Standortentscheidungen unter Beachtung der Umweltverträglichkeit und des Denkmalschutzes, die Förderung von Wirtschaft und Gewerbe und die Entwicklung der Freizeit- und Erholungseinrichtungen. Die Gemeinde fördert das kulturelle Leben in ihrem Gebiet und ermöglicht ihren Einwohnern die Teilnahme am kulturellen Leben sowie den Zugang zu Kulturgütern.

II. Die Landeshauptstadt Potsdam ist im Bereich der Daseinsvorsorgen im Rahmen ihrer Leistungsfähigkeit verantwortlich für ein ausreichendes wirtschaftliches, soziales und kulturelles Angebot für die Bevölkerung auf ihrem Gebiet. Teil dieser Aufgabe ist auch, die touristischen und kulturellen Einrichtungen in der Landeshauptstadt Potsdam regional, national und international zu bewerben (Tourismus- und Kulturmarketing) und so den Tourismus- und Kulturbetrieb in der Landeshauptstadt Potsdam zu fördern. Zum Tourismusmarketing gehört der Betrieb touristischer Informationsstellen (Tourismusinformationen).

III. Die Landeshauptstadt Potsdam ist alleinige Gesellschafterin der ProPotsdam GmbH. Die ProPotsdam ist alleinige Gesellschafterin der Potsdam Marketing und Service GmbH.

IV. Die Potsdam Marketing und Service GmbH soll mit der Wahrnehmung von Dienstleistungsaufgaben von allgemeinem wirtschaftlichem Interesse in den Bereichen Tourismus- und Kulturmarketing (einschließlich Tourismusinformation) bis längstens 31.12.2027 betraut werden.

V. Nachdem der Beschluss der Kommission vom 20.12.2011 über die Anwendung von Artikel 106 Abs. 2 des Vertrages über die Arbeitsweise der Europäischen Union auf staatliche Beihilfen in Form von Ausgleichsleistungen zugunsten bestimmter Unternehmen, die mit der Erbringung von Dienstleistungen von allgemeinem wirtschaftlichem Interesse betraut sind (2012/21/EU – DAWI-Freistellungsbeschluss) den Mitgliedstaaten der EU erlaubt, die Form der Betrauungsakte festzulegen, unter denen Dienstleistungen vom allgemeinem wirtschaftlichem Interesse an Unternehmen übertragen werden, soll nach dem Willen der Landeshauptstadt Potsdam diese Dienstleistung vom allgemeinem wirtschaftlichem Interesse mit Wirkung vom 01.01.2018 allein auf einer gesellschaftsvertraglichen Grundlage (Gesellschafterbeschlüsse und Satzungsregelungen der Potsdam Marketing und Service GmbH) erfolgen.

### 1. Ermächtigungen der ProPotsdam GmbH – Zahlungsverpflichtungen der Landeshauptstadt Potsdam

1.1 Die Landeshauptstadt Potsdam ermächtigt und beauftragt die ProPotsdam GmbH, die nachstehend in dieser Urkunde enthaltenen Beschlüsse zur Betrauung der Potsdam Marketing und Service GmbH (Betrauungsbeschlüsse) zu fassen und umzusetzen.

1.2 Die Landeshauptstadt Potsdam übernimmt mit Wirkung für die Potsdam Marketing und Service GmbH die sich aus den Betrauungsbeschlüssen ergebenden, aus der Betrauung der Potsdam Marketing und Service GmbH bis zum Zeitraum ihrer Beendigung resultierenden Zuschusszahlungen gegenüber der Potsdam Marketing und Service GmbH. Die maximale Höhe der Zuschusszahlungen ergibt sich aus dem Haushaltsplan, inklusive der Mittelfristplanung, der Landeshauptstadt Potsdam.

### 2. Betrauungsakt

Unter dem Verweis auf den DAWI-Freistellungsbeschluss beschließt die ProPotsdam GmbH als alleinige Gesellschafterin der Potsdam Marketing und Service GmbH unter Verzicht auf Formen

und Fristen der Einberufung und Durchführung einer Gesellschafterversammlung, die Potsdam Marketing und Service GmbH mit der Erbringung der Dienstleistungen von allgemeinem wirtschaftlichem Interesse zu Gunsten der Allgemeinheit wie folgt zu betrauen (zusammengefasst Betrauungsakt).

2.1 Für die Geschäftsbereiche „Tourismus- und Kulturmarketing“ sowie „immobilienwirtschaftliche Dienstleistungen“ der Potsdam Marketing und Service GmbH sind getrennte Buchungskreise einzurichten. Der Unternehmensgegenstand der Potsdam Marketing und Service GmbH bleibt für die Dauer der Betrauung unverändert.

2.2 Die Geschäftsführung der Potsdam Marketing und Service GmbH darf das Tourismus- und Kulturmarketing und die Tourismusinformationen nur unter Beachtung der jeweiligen Vorgaben des Gesellschaftsvertrages und der folgenden Bestimmungen betreiben und sie bedarf der Zustimmung ihrer Gesellschafterin für den Abschluss abweichender Rechtsgeschäfte:

2.2.1 Für die Nutzung der Einrichtungen und der Dienste der Gesellschaft dürfen nur marktübliche Nutzungsgebühren, Provisionen und sonstige Entgelte erhoben werden; die allgemeinen Richtlinien hierfür werden von der Gesellschafterversammlung der Potsdam Marketing und Service GmbH beschlossen.

2.2.2 Das Angebot der Gesellschaft zur Nutzung ihrer Einrichtungen und Dienstleistungen an Dritte darf das nach Art und Umfang das für Einrichtungen und Dienstleistungen dieser Art verkehrsübliche Maß nicht überschreiten.

2.2.3 Das Tourismus- und Kulturmarketing haben kaufmännisch und unter Beachtung des Sparsamkeitsprinzips zu erfolgen.

2.2.4 Die Geschäftsführung hat der Gesellschafterversammlung spätestens bis zum 30.06. des Vorjahres für das nachfolgende Geschäftsjahr eine mit kaufmännischer Sorgfalt erstellte Wirtschaftsplanung (Ergebnis- und Liquiditätsplanung, aufbauend auf einer detaillierten Beschreibung der im jeweiligen Geschäftsjahr geplanten Maßnahmen) zur Beschlussfassung vorzulegen. Die Geschäftsführung ist angehalten, ihre Unternehmensplanung so aufzustellen, dass die sich aus dem Haushaltsplan ergebenden jährlichen Höchstgrenzen nicht überschritten und der Betrieb so geführt wird, dass bei der Umsetzung der Maßnahmen der Bedarf für Zuschüsse nur im geringstmöglichen Umfang entsteht. Die Gesellschaft führt nur die in der Unternehmensplanung genehmigten Maßnahmen und Investitionen aus.

2.2.5 Die Geschäftsführung hat vierteljährlich der Gesellschafterversammlung unter Vorlage eines Soll-/Ist-Vergleichs gegenüber der Unternehmensplanung über die Entwicklung der Geschäfte der Potsdam Marketing und Service GmbH zu berichten.

2.2.6 Die Vornahme von Investitionen, die nicht in der verabschiedeten Unternehmensplanung vorgesehen sind bedarf der Zustimmung der Gesellschafterversammlung.

2.2.7 Sollen Dritte von der Potsdam Marketing und Service GmbH mit der Wahrnehmung von Aufgaben im Zusammenhang mit der Tourismus- und Kulturmarketing beauftragt werden, bedarf dies eines zustimmenden Gesellschafterbeschlusses, sofern der Auftrag für eine Dauer von mehr als einem Jahr oder mit einem Wert von mehr als 20.000,00 € erteilt werden soll, und dieses Geschäft nicht bereits dem Grunde und der Höhe nach Gegenstand der genehmigten Wirtschaftsplanung ist. Soweit die Gesellschaft sich zur Wahrnehmung einzelner Aspekte der Dienstleistungen vom allgemeinem wirtschaftlichen Interesse Dritter bedient, stellt die Geschäftsführung der Potsdam Marketing und Service GmbH sicher, dass der Dritte im Einklang mit den Bestimmungen der Betrauungsbeschlüsse handelt.

2.3. Zur Deckung eines beim Tourismus- und Kulturmarketing sowie den Tourismusinformationen etwaig anfallenden Verlustes der Potsdam Marketing und Service GmbH werden der Potsdam Marketing und Service GmbH aus struktur- und allgemeinpolitischen Gründen der



Daseinsvorsorge und zur allgemeinen Förderung ihrer Tätigkeiten Barzuschüsse nach Maßgabe der nachfolgenden Bestimmungen (Parameter für Berechnung und Überwachung der Ausgleichsleistungen/Vermeidung von Überkompensation) gewährt (Zuschüsse):

2.3.1 Auszugleichen ist der während der Betrauung sonst entstehende Jahresfehlbetrag der Potsdam Marketing und Service GmbH (Pos. 17/16 der Gewinn- und Verlustrechnung gemäß § 275 Abs. 2./Abs. 3 HGB), abzüglich eines etwaigen Gewinnvortrages (der zur Verlustdeckung in Folgejahren zu verwenden ist) und zwar jeweils bereinigt um das Ergebnis aus dem Geschäftsbereich „immobilienwirtschaftliche Dienstleistungen“ und bereinigt um das Ergebnis der Potsdam Marketing und Service GmbH aus der Beteiligung an der Biosphäre Potsdam GmbH durch Zahlung des Jahreszuschusses auf der Grundlage des nach den geltenden gesetzlichen Vorschriften und den Grundsätzen ordnungsgemäßer Buchführung und Rechnungslegung aufgestellten handelsrechtlichen Jahresabschlusses der Potsdam Marketing und Service GmbH. Die Zuschüsse sind kein Gegenwert für Leistungen der Potsdam Marketing und Service GmbH und sind der Höhe auf den sich aus dem Haushaltsplan ergebenden Betrag begrenzt.

2.3.2 Die Höhe des Zuschusses darf nur die Nettokosten, die durch die Erfüllung der Dienstleistungen von allgemeinem wirtschaftlichen Interesse verursacht wurden, und einen angemessenen Gewinn berücksichtigen und ist der Höhe nach auf diesen Betrag begrenzt (auch wenn der Haushaltsplan einen höheren Zuschuss vorsehen sollte).

2.3.3 Die Potsdam Marketing und Service GmbH erhält im Voraus, spätestens zum ersten Kalendertag eines Quartals, der Höhe nach angemessene und dem Liquiditätsbedarf der Gesellschaft angepasste Abschlagszahlungen auf den erforderlichen Jahreszuschuss bis zu einer geplanten Höchstgrenze des nach der verabschiedeten Unternehmensplanung geplantes Jahreszuschussbetrags. Etwaige Überzahlungen sind nach Feststellung des Jahresabschlusses auszugleichen.

2.3.4 Übersteigt der Jahresfehlbetrag in einem Geschäftsjahr den geplanten Zuschussbetrag oder verfehlt die Gesellschaft die vom Gesellschafter mit der Unternehmensplanung verabschiedeten, mit kaufmännischen Sorgfalt geplanten Effizienzziele, kann die Gesellschaftsversammlung entscheiden, die Gesellschaft zu liquidieren und nach Ausgleich des Jahresfehlbetrages in der Liquidationseröffnungsbilanz die Zuschüsse ganz einstellen oder ohne Liquidation der Gesellschaft entscheiden, für die einem entsprechenden Gesellschafterbeschluss folgenden Geschäftsjahre keine Zuschüsse mehr zu leisten oder diese der Höhe nach zu begrenzen.

2.3.5 Eine Überkompensation der Potsdam Marketing wird durch die Bestimmung des Ausgleichsmechanismus als solchem, die mittelbare Kontrolle der Potsdam Marketing und Service GmbH durch die Landeshauptstadt Potsdam sowie die Anwendung der geltenden Rechnungslegungsgrundsätze und deren Prüfung im Rahmen des Jahresabschlusses vermieden.

2.3.6 Sämtliche Unterlagen, anhand derer sich feststellen lässt, ob die Zuschüsse mit den Bestimmungen des DAWI-Freistellungsbeschluss vereinbar sind, sind ab dem Ende der Betrauung mindestens für einen Zeitraum von 10 Jahren aufzubewahren.

### 3. Wirksamkeit

Die Beschlüsse und Bestimmungen der Ziffern 1 bis 2 sollen mit wirtschaftlicher Wirkung am dem 01.01.2018 (Beginn der Betrauung) in Kraft treten. Die für den Ausgleich der Nettokosten der bis zum 31.12.2017 zu zahlenden Zuschüsse für Tourismus- und Kulturmarketing sowie den Tourismusinformatoren werden nach Maßgabe des Betrauungsaktes vom [ ] ausgeglichen. Im Übrigen wird dieser Betrauungsakt vom [ ] durch den hiesigen Betrauungsakt mit Wirkung zum 01.01.2018 ersetzt.



- Änderungsantrag  
 Ergänzungsantrag  
 Neue Fassung

zur Drucksache Nr.

17/SVV/0371

öffentlich

**Einreicher:** Fraktion Bündnis 90/Die Grünen

**Betreff:** Weiterführung der Betrauung Tourismus-und Kulturmarketing ab 2018

Erstellungsdatum 28.04.2017

Eingang 922:

Beratungsfolge:		Empfehlung	Entscheidung
Datum der Sitzung	Gremium		
03.05.2017	Stadtverordnetenversammlung	X	

#### **Änderungs-/Ergänzungsvorschlag:**

Die Stadtverordnetenversammlung möge beschließen:

1. Der Oberbürgermeister wird beauftragt, die Potsdam Marketing und Service GmbH (PMSG) ab 2018 für zunächst drei Jahre mit der Wahrnehmung von Dienstleistungsaufgaben von allgemeinem wirtschaftlichen Interesse mit den Geschäftsfeldern Tourismus-und Kulturmarketing sowie Tourismusinformaton zu betrauen.
2. Vor einer geplanten weiteren Vertragsverlängerung soll der Stadtverordnetenversammlung eine Evaluierung der geleisteten Arbeit vorgelegt werden.
3. Vor der geplanten Auftragserteilung ist abschließend zu prüfen, ob das Tourismusmarketing mit dem vorgesehenen Leistungsumfang einer europaweiten Ausschreibung bedarf. Der StVV ist hier bis zur nächsten Sitzung zu berichten.

#### **Begründung:**

Auch, wenn sich das 2015 begonnene Modell der Betrauung der PMSG mit dem Tourismusmarketing bewährt hat, sollten die Beauftragungsschritte kürzer gefasst werden, um die Arbeit der PMSG in regelmäßigen Abständen evaluieren zu können. Damit soll der StVV die Gelegenheit gegeben werden, das Leistungsportfolio der PMSG im Blick behalten zu können und gegebenenfalls auch, dieses zu erweitern und zu ergänzen. In der Tourismuskonzeption 2025 der Landeshauptstadt wurde empfohlen die Betrauung der PMSG über das Jahr 2017 hinaus weiterzuführen. Alternative Varianten, wie die Ausschreibung oder die Ausschreibung von Teilleistungen bzw. die Lösung eines Eigenbetriebes wurden anhand der Erfahrungen aus den Vorjahren als nicht zielführend bewertet.

\_\_\_\_\_  
Unterschrift



- Änderungsantrag
- Ergänzungsantrag
- Neue Fassung

zur Drucksache Nr.  
17/SVV/0371

öffentlich

**Einreicher:** Fraktion Bündnis 90/Die Grünen

**Betreff:** Weiterführung der Betrauung Tourismus-und Kulturmarketing ab 2018

Erstellungsdatum 16.05.2017

Eingang 922:

Beratungsfolge:	Empfehlung	Entscheidung
Datum der Sitzung		
Gremium		

**Änderungs-/Ergänzungsvorschlag (Neue Fassung):**

Die Stadtverordnetenversammlung möge beschließen:

1. Der Oberbürgermeister wird beauftragt, die Potsdam Marketing und Service GmbH (PMSG) ab 2018 für zunächst fünf Jahre mit der Option zur Verlängerung um weitere fünf Jahre mit der Wahrnehmung von Dienstleistungsaufgaben von allgemeinem wirtschaftlichen Interesse mit den Geschäftsfeldern Tourismus-und Kulturmarketing sowie Tourismusinformaton zu betrauen.
2. Rechtzeitig, also mindestens 1,5 Jahre vor der Vertragsverlängerung soll der Stadtverordnetenversammlung ein extern erstellter Evaluierungsbericht über die geleistete Arbeit vorgelegt werden.

**Begründung:**

In der Tourismuskonzeption 2025 der Landeshauptstadt wurde empfohlen die Betrauung der PMSG über das Jahr 2017 hinaus weiterzuführen. Auch, wenn sich das 2015 begonnene Modell der Betrauung der PMSG mit dem Tourismusmarketing bewährt hat, sollten die Beauftragungsschritte kürzer gefasst werden, um die Arbeit der PMSG zwischenzeitlich evaluieren zu können. Damit soll der StVV die Gelegenheit gegeben werden, das Leistungsportfolio der PMSG im Blick behalten zu können und gegebenenfalls auch, dieses zu erweitern und zu ergänzen.

\_\_\_\_\_  
Unterschrift