

# Protokollauszug

## aus der

### Öffentliche/nichtöffentliche Sitzung des Ausschusses für Finanzen vom 19.10.2005

---

öffentlich

**Top 5 Finanzierung Kulturstandort  
04/SVV/0346  
vertagt**

Die TOP 5, DS 04/SVV/0346 "Finanzierung Kulturstandort" und 6, DS 05/SVV/0675 "Betriebs- und Marketingkonzept Schiffbauergasse / ZKS wurden gemeinsam diskutiert.

Zu Beginn der Diskussion bringt Herr Schubert nachfolgenden Änderungs-/Ergänzungsantrag zur Drucksache 05/SVV/0675 der SPD Fraktion ein.

„Der Oberbürgermeister wird beauftragt:

**Standortmanagement / Organisation**

1. In der Bauphase (2006 bis Ende 2007) des ZKS wird das Standortmanagement (Planung, Verwaltung und Bewirtschaftung und Vermietung von Gebäuden, Anlagen und Einrichtungen) durch den Sanierungsträger als Treuhänder der Stadt sichergestellt. Da der Sanierungsträger als Treuhänder der Stadt keine unendgeldlichen Leistungen, auch nicht für den Hauptgesellschafter, durchführen darf, sind die dazu notwendigen Kosten genau zu erfassen. Die Kosten für das Projekt sind dementsprechend umzuplanen.
2. Nach Entlassung der Objekte aus dem Treuhandvermögen, gehen die Objekte in die Bewirtschaftung durch den Kommunalen Immobilienservice (KIS) über.
3. In der Betriebsphase (nach Fertigstellung) übernimmt der Kommunale Immobilienservice das Standortmanagement (Planung, Verwaltung und Bewirtschaftung und Vermietung von Gebäuden, Anlagen und Einrichtungen) für den ZKS.
4. Statt der bisherigen Planung des Facility-Management ist eine bedarfsgerechte und einzelfallorientierter Kostenplan durch den KIS vorzulegen. Die Kosten sind dementsprechend zu überarbeiten.

Kosten:

	2006	2007	2008	2009	2010
Facility Management (einschl. Hausmeister)	19,3	19,3	98	98	98
Infrastrukturkosten	55	110	128	128	128
Gebäudeinstandhaltung	10	20	121	121	121
Ersatzinvestition f. Geräte		10	20	20	40
Standortmanagement Gesamt	84,3	159,3	288,3	288,3	308,3

## **B) Standortmarketing**

1. Das Konzept „Marketingstrategien und Dachmarke für den Standort Schiffbauergasse Potsdam“ bildet die Grundlage der weiteren Beratungen. Diese Studie wurde auch von den Nutzern vor Ort diskutiert und fand breite Zustimmung.
2. Auf der Grundlage der geplanten Mittel und des o.g. Konzeptes wird die Marketingleistung öffentlich ausgeschrieben. An der Ausschreibung können sich auch die Träger vor Ort einzeln oder als Marketinggemeinschaft beteiligen.
3. Aus dem Konzept „Marketingstrategien und Dachmarke für den Standort Schiffbauergasse Potsdam“ und der in dieser Beschlussvorlage vorgelegten Budgethöhe ist durch den Ausschreibungsteilnehmer Schiffbauergasse ein Standortmarketingkonzept zu entwickeln. Dieses muss die Marketinginstrumente und deren genaue
  - inhaltlichen
  - zeitlichen und
  - finanzielle Umsetzung enthalten.
4. Auf der Grundlage des Standortmarketingkonzeptes und der geplanten Besucherzahl p.a. wird zwischen dem Ausschreibungsgewinner Schiffbauergasse und LHP eine Zielvereinbarung getroffen, welche die jährliche Höhe des Marketingbudget festsetzt.

	2006	2007	2008	2009	2010
Marketing	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000

## **C.) Einnahmen des ZKS**

1. In Verträgen mit gewerblichen Nutzern (Gastro und Kulturgewerbe) an der Schiffbauergasse ist verbindlich sicherzustellen, dass sie sich an der gemeinsamen Vermarktung des Standortes Schiffbauergasse anteilig finanziell beteiligen.
2. Die Mitfinanzierung aus dem Hauptstadtvertrag mit dem Land ist zu verhandeln und zu sichern.
3. Der Ausschreibungsgewinner Schiffbauergasse erhält in einer noch näher zu definierenden Zielvereinbarung den Auftrag, Werbepartner für die Dachmarke Schiffbauergasse zu werben.

Gez.: Mike Schubert  
Vors. SPD-Fraktion

Unterschrift:“

Festgestellt wird durch die einzelnen Vertreter der Fraktionen, dass durch den o. g. Änderungs-/Ergänzungsantrag mehr Klarheit hinsichtlich des Ziels eingebracht werde.

**Dieser aber in den Fraktionen noch zu besprechen sei.**

In der Diskussion stellen sich immer wieder Fragen hinsichtlich der Finanzierung, des Standortmarketings und des Facility-Managements.

Ebenso stellt sich die Frage der Notwendigkeit eines/einer Standortbeauftragten.

Herr Wegener (Waschhaus e.V.) legt in seinen Ausführungen kurz die bestehenden Probleme dar und erklärt, dass aus seiner Sicht ein/e Standortbeauftragte/r/-verantwortliche/r notwendig sei.

**Abstimmungsergebnis:**

**Vertagung,  
Wiedervorlage Sitzung Finanzausschuss am  
16. November 2005**