



**Betreff:**

öffentlich

**Anpassung Betrauungsakt Potsdam Marketing und Service GmbH**

Einreicher: FB Kommunikation, Wirtschaft und Beteiligung	Erstellungsdatum	18.11.2016
	Eingang 922:	18.11.2016

Beratungsfolge:		Empfehlung	Entscheidung
Datum der Sitzung	Gremium		
07.12.2016	Stadtverordnetenversammlung der Landeshauptstadt Potsdam		

**Beschlussvorschlag:**

Die Stadtverordnetenversammlung möge beschließen:

Der Oberbürgermeister wird beauftragt, die ProPotsdam GmbH zu ermächtigen, die Beschlüsse zur Betrauung der Potsdam Marketing und Service GmbH dahingehend zu ändern, dass der maximale Zuschuss der Landeshauptstadt für das Jahr 2016 auf 990 T€ und für das Jahr 2017 auf 1.230 T€ erhöht wird. Damit ist auch der maximale Gesamtaufwand für den Gesamtzeitraum der Betrauung vom 01.07.2015 bis längstens 31.12.2017 auf 2.373.000 € anzupassen.

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:**

Die Finanzierung des zusätzlichen Zuschusses an die PMSG für 2016 in Höhe von 40 T€ wird im Rahmen des Budgets des Bereichs Wirtschaftsförderung abgedeckt.

Der erhöhte Finanzierungsbedarf für Tourismusmarketing und Touristeninformation 2017 von insgesamt 280.000 € wird durch Umverteilung im GB 9 bezogen auf den Entwurf des Haushaltsplan 2017 haushaltsneutral gesichert. Der Zuschussbedarf von 1.230 T€ ist im Entwurf des Haushaltsplans 2017 im Produktkonto 5750000.5315000 ausgewiesen.

Der erhöhte Zuschussbedarf für 2017 steht unter dem Vorbehalt der Beschlussfassung über den Haushaltsplan 2017.

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 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 den zwischen der Landeshauptstadt Potsdam (LHP), der ProPotsdam GmbH und der Betriebs- und Veranstaltungsgesellschaft in der Landeshauptstadt Potsdam mbH getroffenen Beschlüssen und Vereinbarungen zur Betrauung Tourismus- und Kulturmarketing vom 4. September 2015 hat sich die LHP zu Zuschusszahlungen in Höhe eines Maximalbetrages von 2,3 Mio. € für den Gesamtzeitraum der Betrauung vom 01.07.2015 bis längstens 31.12.2017 und für die Jahre 2016 und 2017 von jeweils maximal 950.000 € verpflichtet. Mit diesen Prämissen entwickelte die PMSG auf der Grundlage der Angaben und Erfahrungen des bisherigen Partners im Tourismusmarketing in Potsdam die Wirtschaftspläne für 2015 und 2016, die dem Hauptausschuss am 14.10.2015 zur Kenntnis gegeben wurden.

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

Im Ergebnis der Analyse der PMSG zum ersten Halbjahr 2016 und der Prognose zum 31. Dezember 2016 wurde jedoch deutlich, dass der Wirtschaftsplan 2016 die erforderlichen Aufwendungen und Maßnahmen nur unzureichend widerspiegelte:

- Aufgrund der Kombination von Landesmarketing und Stadtmarketing konnte der Partner, der bis 2014 für das Tourismusmarketing zuständig war, positive Effekte generieren, die die PMSG nicht in diesem Umfang nutzen kann. Daraus resultiert ein deutlich höherer Personalbedarf insbesondere in den Bereichen Marketing, Onlinemarketing und Pressearbeit. Dies betrifft auch die Einnahmen, insbesondere im Gruppenbereich und im Service Center, die geringer ausfallen.
- Die im Wirtschaftsplan enthaltenen Ansätze u. a. für die personelle Ausstattung in den Tourist Informationen, für den Erhalt und die Pflege der bestehenden Webseiten (einschließlich kleinerer Weiterentwicklungen und Anpassungen), für System-, Server- und Wartungsgebühren (z. B. Datenbankschnittstellen) und die Aufwendungen für Buchhaltung und Geschäftsführung waren unzureichend bzw. nicht geplant.

Dies führte 2016 dazu, dass im Marketingplan vorgesehene Maßnahmen nicht oder nur in reduziertem Umfang durchgeführt werden konnten (z. B. neuer Flyer „Potsdam für Gäste aus Berlin“).

Insbesondere waren durch die Übernahme einmalige zusätzliche Aufwendungen für die technische Infrastruktur/Software und deren Implementierung sowie die Ausstattung der Tourist

Informationen an den neuen Standorten im Umfang von rd. 40.000 € notwendig. Diese einmaligen Aufwendungen sollen der Gesellschaft zusätzlich zu den im Betrauungsakt für 2016 vorgesehenen 950.000 € zur Absicherung der wichtigsten Marketingmaßnahmen 2016 als Zuschuss bereitgestellt werden.

Mit dem Wirtschaftsplan 2017 der PMSG sollen die Voraussetzungen geschaffen werden, Tourismusmarketing und -service in Qualität und Quantität zu stabilisieren. Dies ist verbunden mit einem erhöhten Finanzierungsbedarf in Höhe von 280.000 €.

Dadurch können 2017 gesichert werden:

- der Betrieb der Tourist Information Im Hauptbahnhof im Jahr 2017
- der Bereich Online-Marketing personell und technisch (Internetredaktion, Datenpflege, Erhalt und Pflege der bestehenden Webseiten sowie kleine Weiterentwicklungen und Anpassungen)
- Auslandsmarketing: Basisbearbeitung der wichtigsten ausländischen Quellmärkte, Beteiligung an Marketingaktivitäten der TMB Tourismus-Marketing Brandenburg GmbH wie z. B. Messen
- Verkaufsförderung: Umsetzung von Vertriebsmaßnahmen und Verkaufsförderung für die Gruppenreiseangebote wie z. B. Studienreisen für Reiseveranstalter, Teilnahme RDA-Workshop, Werbung für Stadtführungen, Mediaschaltungen; diese Maßnahmen sind u. a. Voraussetzung für die Erzielung der geplanten Einnahmen
- Aktive Basis-Pressearbeit zur gezielten Generierung von Pressekontakten und Betreuung der touristischen Presseanfragen und -reisen, 1 Vollzeitstelle für Pressearbeit

Diese Aktivitäten und Maßnahmen werden mit dem Marketingplan 2017 inhaltlich untersetzt.

Die aufgezeigten erhöhten Finanzierungsbedarfe machen eine Änderung des Betrauungsaktes notwendig. Für das Geschäftsjahr 2016 ist der Betrauungsakt in Bezug auf den maximalen Zuschuss auf 990.000 € anzupassen. Der maximale Zuschuss der Landeshauptstadt für das Jahr 2017 ist auf 1.230.000 € zu erhöhen. Da für das Jahr 2015 der maximale Zuschuss von 400.000 € nicht ausgeschöpft wurde, ist der maximale Gesamtaufwand für den Gesamtzeitraum der Betrauung vom 01.07.2015 bis längstens 31.12.2017 von 2.300.000 € auf lediglich 2.373.000 € anzupassen.