

Amt: Stabsstelle Wirtschaftsförderung

Datum: 2006-12-22

Beschlussvorlage

Drucksachen-Nr.
B-4517/2006

Beratungsfolge	Sitzungstermin
Stadtverordnetenversammlung	30.01.2007
Hauptausschuss	16.01.2007
Ausschuss für Bildung, Kultur und Sport	10.01.2007
Wirtschaftsausschuss	09.01.2007
Finanzausschuss	08.01.2007

Titel:

Fortführung des Kooperationsvertrages zwischen der Stadt Luckenwalde und dem Stadtmarketing Luckenwalde e. V.

Beschlussvorschlag:

~~1. Die Stadtverordnetenversammlung möge der Fortführung des o. g. Kooperationsvertrages zwischen der Stadt Luckenwalde und dem Stadtmarketing Luckenwalde e. V. zustimmen.~~

~~2. Einem Zuschuss gemäß einer noch zu schließenden Fortführungsvereinbarung zum Kooperationsvertrag wird zugestimmt.~~

~~Die Stadtverordnetenversammlung möge beschließen:~~

~~Der Zuschuss wird für die Dauer von drei Jahren auf 50.000,00 € festgesetzt. Die Zahlung beginnt 2007 und endet nach drei Jahren. Sie wird jährlich gewährt.~~

~~Voraussetzungen für die Zahlung des Zuschusses sind:~~

- ~~1. die Vorlage des Wirtschaftsplanes im Dezember des laufenden Wirtschaftsjahres für das darauf folgende,~~
- ~~2. die betriebswirtschaftliche Abrechnung des zu Ende gegangenen Wirtschaftsjahres zum 31. Januar des darauffolgenden Jahres,~~
- ~~3. Die Änderungen und Ergänzungen sind im Kooperationsvertrag einzufügen.~~

Finanzielle Auswirkungen:

ja 2007

505.000,00 €

Gesamtkosten

505.000,00

jährliche Folgekosten

EUR 505.000,00 EUR

Haushaltsstelle

79150.71800

Bestätigung Kämmerin/Abt.-Ltrn. 20.1:

Bürgermeisterin

Leiterin Stabsstelle
Wirtschaftsförderung

Ursprüngliche Erläuterung/Begründung:

Mit Hilfe des URBAN-Programms ist ein erfolgreiches Innenstadtmarketing zur Belebung des Stadtzentrums installiert worden, dessen Fortsetzung nach Ablauf der Förderung von vielen gewünscht wurde. Der bereits bestehende Stadtmarketingverein erklärte sich bereit, diese Aufgabe wie auch die Organisation und Ausrichtung des Luckenwalder Weihnachtsmarktes zukünftig zu übernehmen. Allerdings war den Beteiligten klar, dass eine qualifizierte Arbeit nur mit finanzieller Unterstützung durch die Stadt gelingen könnte. Die Stadtverordneten beschlossen eine Testphase bis Ende 2006, in der sich entscheiden müsse, inwieweit der Verein in der Lage sei, die gemeinsam verabredeten Aufgaben tatsächlich zu erfüllen. Insbesondere müsse sich auch beweisen, ob es dem Verein gelinge, Eigenmittel zu beschaffen, um das für die Tätigkeit benötigte Finanzvolumen aufzubringen. Dieses wurde auf ca. 80.500 EUR kalkuliert. Hiervon trägt die Stadt inklusive der Durchführung des Weihnachtsmarktes 55.000 EUR.

Die Verwaltung schätzt ein, dass der Verein den Test bestanden hat und seinen Aufgaben gerecht geworden ist. Mehrfach ist über die laufende Arbeit in Gremien der Stadtverordnetenversammlung berichtet worden (Wirtschaftsausschuss am 04.04.2006, 09.05.2006, 06.06.2006 und Hauptausschuss am 11.07.2006). Im Jahresrückblick „Luckenwalder Stadtblatt“ vom November 2006 werden die Höhepunkte der Vereinsarbeit in Erinnerung gerufen (siehe Anlage 2).

Dem Verein ist es gelungen, mit den Aktionen Kneipennacht im April und Oktober, mit der Automeile, den Flohmärkten und den Mitgliedsbeiträgen den Eigenanteil beizubringen und damit das für die Arbeit erforderliche Finanzvolumen zu komplettieren. Gemäß beiliegendem Wirtschaftsplan (Anlage 1) wurden per 30.11.2006 Ausgaben in Höhe von 101.303,46 € geplant bzw. teilweise getätigt, denen Einnahmen in Höhe von 108.980,07 € gegenüberstehen.

Weiterhin ist zu festzustellen, dass die Mitgliederzahl von 16 auf 36 gesteigert werden konnte. Dieser Zuwachs setzt sich im Wesentlichen aus Vertretern lokaler Betriebe zusammen. Die Steigerung und die Struktur der Neuzugänge wird als Indikator für die Wahrnehmung und Wertschätzung der Aktivitäten des Vereins gewertet.

Öffentlichkeitsarbeit –auch über die Stadtgrenzen hinweg- ist ein weiterer Schwerpunkt. So wurden Werbespots für Luckenwalder Veranstaltungen im BB Radio und im teltowkanal/luck-tv platziert, der Lückenschluss der Regionalbahn im Mai 2006 über eine groß angelegte Marketingoffensive in Berlin beworben, Messebesuche durchgeführt wie auch die Netzwerktätigkeit und der Austausch mit Akteuren aus anderen Regionen gepflegt.

Im Land Brandenburg gilt das Luckenwalder Stadtmarketingmodell als beispielhaft, insbesondere auch das Konstrukt der Mischfinanzierung aus öffentlichen und Vereinsmitteln.

Die Verwaltung schlägt deshalb vor, den Kooperationsvertrag nun als unbefristeten Vertrag fortzuführen. Der Vertrag ist gemäß § 6 Abs. 2 von beiden Seiten mit einer Kündigungsfrist von drei Monaten kündbar.

Anlagen:

Anlage 1 Wirtschaftsergebnis 2006 per 30.11.2006 - Stadtmarketing Luckenwalde e.
V.

Anlage 2 Luckenwalder Stadtblatt November 2006