

Stadt Heidelberg

Federführung:
Dezernat I, Kämmereiamt

Beteiligung:

Betreff:

Zuschuss Einzelhandelsmarketing Heidelberg

Beschlussvorlage

Beschlusslauf

Die Beratungsergebnisse der einzelnen Gremien beginnen ab der Seite 2.2 ff.
Letzte Aktualisierung: 27. Juli 2009

Beratungsfolge:

Gremium:	Sitzungstermin:	Behandlung:	Zustimmung zur Beschlussempfehlung:	Handzeichen:
Haupt- und Finanzausschuss	23.07.2009	Ö	() ja () nein () ohne	

Beschlussvorschlag der Verwaltung:

Der Haupt- und Finanzausschuss bewilligt die vorgesehene Verwendung der Haushaltsmittel in Höhe von 76.000 €, die für das Einzelhandelsmarketing im Jahr 2009 bereitgestellt sind.

Anlage zur Drucksache:

Nummer:	Bezeichnung
A 01	Wirtschaftsplan PRO Heidelberg e.V. für 2009
	(Vertraulich – Nur zur Beratung im Gremium!)

Sitzung des Haupt- und Finanzausschusses vom 23.07.2009

Ergebnis: einstimmig beschlossen

A. Prüfung der Nachhaltigkeit der Maßnahme in Bezug auf die Ziele des Stadtentwicklungsplanes / der Lokalen Agenda Heidelberg

1. Betroffene Ziele des Stadtentwicklungsplanes

Nummer/n: (Codierung)	+ / - berührt:	Ziel/e:
SL 4	+	City als übergeordnetes Zentrum sichern
AB 5	+	Erhalt der Einzelhandelsstruktur

Begründung:
Die bereitgestellten Mittel für das Einzelhandelsmarketing sollen Aktivitäten fördern, die besonders die City in ihrer Bedeutung als übergeordnetes Zentrum und ihre Attraktivität als Einzelhandelsstandort hervorheben sollen.

Die bessere Wahrnehmung der Attraktivität als Einzelhandelsstandort soll auch ganz wesentlich zum Erhalt der Einzelhandelsstruktur, insbesondere in der Innenstadt, beitragen.

2. Kritische Abwägung / Erläuterungen zu Zielkonflikten:

keine

B. Begründung:

1. Konzept des City- Einzelhandelsmarketing

Die Bereitstellung der Fördermittel beruht auf dem Konzept des „Initiativkreises Stadtmarketing“ vom 18.05.2000 und dem Gemeinderatsbeschluss vom 26.07.2000 (Drucksache: 312/2000/V). Danach kommt dem Einzelhandelsmarketing im Rahmen eines ganzheitlichen Stadtmarketings eine zentrale Bedeutung zu. Hier soll durch geeignete Marketingmaßnahmen die Attraktivität des Einzelhandelsangebots vornehmlich im City-Bereich (Innenstadt) hervorgehoben werden.

Das Einzelhandelsmarketing wird vom Einzelhandel getragen, der sich zu diesem Zweck im Verein PRO Heidelberg e.V. organisiert hat, welcher die laufenden Kosten der Marketingprojekte trägt. Dabei besteht eine Kooperation zwischen der Heidelberg Marketing GmbH und Pro Heidelberg e. V., in deren Rahmen die Heidelberg Marketing GmbH die Geschäftsführung übernimmt und damit die Personalkosten der Geschäftsstelle von PRO Heidelberg e.V. trägt.

Wie in den Vorjahren sind auch im Haushaltsplan 2009 Zuschussmittel in Höhe von 76.000 € vorgesehen. Diese sollen wie in den Vorjahren wie folgt verwendet werden:

- Auszahlung von 51.000 € an die Heidelberg Marketing GmbH zur Bezuschussung der Personalkosten für die Geschäftsstelle von Pro Heidelberg e. V.
- Auszahlung von 25.000 € an PRO Heidelberg e.V. zur Bezuschussung der Projektkosten.

2. Anteil von 25.000 € für Pro Heidelberg e.V.

Für 2008 hat PRO Heidelberg e.V. wie in den Vorjahren einen Zuschussbetrag von 25.000 € erhalten (siehe Drucksache: 0388/2008/BV).

Nach dem Wirtschaftsplan waren für 2008 Einnahmen und Ausgaben von 110.000 € vorgesehen. Das tatsächliche finanzielle Engagement fiel demgegenüber mit Einnahmen von 121.048 € und Ausgaben von 124.552 € noch höher aus. Die Verwendung der Mittel wurde nachgewiesen.

Für 2009 hat PRO Heidelberg e.V. nun am 16.06.2009 die Auszahlung des Zuschusses von 25.000 € beantragt.

Nach dem Wirtschaftsplan 2009 rechnet der Verein mit Einnahmen und Ausgaben von jeweils 110.000 €. Bei den Einnahmen sind Mitgliedsbeiträge wie in 2008 von 68.000 €, Einnahmen aus Projektmaßnahmen von 17.000 € und der städtische Zuschuss von 25.000 € angesetzt. Damit sollen vor allem folgende Aktionen ausgerichtet werden:

- „Heidelberg im Frühling“ mit verkaufsoffenem Sonntag
- lange Einkaufsnächte
- Aktionen rund um die Schlossbeleuchtungen
- „Aktion Sterntaler“
- Weihnachtsbeleuchtung

Die Voraussetzungen für die Zusage und Auszahlung des Zuschusses von 25.000 € an PRO Heidelberg e.V. liegen damit vor.

3. Anteil von 51.000 € für die Heidelberg Marketing GmbH

Gleichzeitig soll auch der Zuschussbetrag von 51.000 € an Heidelberg Marketing GmbH ausgezahlt werden.

Mit diesem Betrag wird der Personalaufwand für Mitarbeiter bezuschusst, die - zum Teil auch mit Werkvertrag oder in Nebentätigkeit - bei der Heidelberg Marketing GmbH für die Geschäftsführung von PRO Heidelberg e.V. eingesetzt werden.

Für den Bereich „Geschäftsstelle Pro Heidelberg und Einzelhandelsmarketing“ der Heidelberg Marketing GmbH sind in 2008 Aufwendungen von 183 T€ entstanden (48 T€ unmittelbare Personalkosten, 48 T€ unmittelbare Sachkosten und 87 T€ Gemeinkosten, vor allem Steuerungs- und Serviceleistungen, z. B. Buchhaltung).

Die Voraussetzungen für die Zusage und Auszahlung des Zuschusses von 51.000 € an die Heidelberg Marketing GmbH liegen damit vor.

gezeichnet

Dr. Eckart Würzner