

## Stadt Heidelberg

Federführung:  
Dezernat I, Kämmereiamt

Beteiligung:

Betreff:

**Gründung der Heidelberg Event GmbH  
(ersetzt die Drucksache: 0064/2012/BV)**

# Beschlussvorlage

Beratungsfolge:

Gremium:	Sitzungstermin:	Behandlung:	Zustimmung zur Beschlussempfehlung:	Handzeichen:
Gemeinderat	15.03.2012	Ö	( ) ja ( ) nein ( ) ohne	

**Beschlussvorschlag der Verwaltung:**

*Der Gemeinderat fasst folgenden Beschluss:*

- 1. Der Gemeinderat stimmt der Gründung der Heidelberg Event GmbH zu und ermächtigt den Vertreter der Stadt Heidelberg, alle in diesem Zusammenhang notwendigen Erklärungen abzugeben.*
- 2. Der Gemeinderat ermächtigt den Vertreter der Stadt Heidelberg, redaktionellen Änderungen an den Verträgen, die im Rahmen der Protokollierung notwendig werden, zuzustimmen.*
- 3. Der Gemeinderat stimmt der außerplanmäßigen Mittelbereitstellung von 25 T€ für das Stammkapital und 50 T€ für eine Kapitalrücklage zu.*
- 4. Der Gemeinderat stimmt der Übernahme der Gewährträgerschaft gegenüber der Zusatzversorgungskasse für die Heidelberg Event GmbH zu.*

**Anlagen zur Drucksache:**

<b>Nummer:</b>	<b>Bezeichnung</b>
A 01	Entwurf des Gesellschaftsvertrags der Heidelberg Event GmbH (Stand 28.02.2012)
A 02	Übernahme der Gewährträgerschaft für die ZVK
A 03	Stellungnahme der IHK Rhein-Neckar

## Begründung:

### 1. Gründung der Heidelberg Event GmbH

Die Geschäftsführung der Heidelberg Marketing GmbH hat mit Zustimmung des Aufsichtsrates der Heidelberg Marketing GmbH die dwif-consulting GmbH beauftragt, eine Analyse des Ist-Zustandes vorzunehmen und Empfehlungen für die strategische Weiterentwicklung der Heidelberg Marketing GmbH zu erarbeiten.

Die Ergebnisse wurden in einem Workshop unter Beteiligung des Aufsichtsrates, Vertreter der Stadtverwaltung sowie des Betriebsrates der Heidelberg Marketing GmbH in einem Workshop am 16.12.2011 präsentiert.

Wesentliche Aussage der Gutachter war, dass sich die Heidelberg Marketing GmbH auf das Kerngeschäft mit dem **Schwerpunkt Tourismus- und Kongressmarketing** konzentrieren sollte.

Nach den Aussagen der Gutachter gehören auch die Organisation von Veranstaltungen und Events nicht zu den Kerngeschäften einer Marketingorganisation und könnten von einer eigenständigen Gesellschaft durchgeführt werden. Diese könnte neben der Organisation der bisherigen „Traditionsveranstaltungen“ neue Veranstaltungs- und Eventkonzeptionen entwickeln und dadurch weitere Potentiale erschließen.

Der Aufsichtsrat der Heidelberg Marketing GmbH hat sich am 13.02.2012 und am 01.03.2012 für diese Veränderung ausgesprochen.

Die Stadt Heidelberg soll Alleingesellschafterin sein.

Die künftige Gesellschaft ist primär für die Konzeption und Durchführung der national und international relevanten „Traditionsveranstaltungen“ (Weihnachtsmarkt, Heidelberger Herbst, Schlossbeleuchtungen, Brauchtumsveranstaltungen) zuständig.

Die bereits von Heidelberg Marketing GmbH begonnenen strategischen Neuausrichtungen von Heidelberger Herbst und Weihnachtsmarkt sollen weitergeführt werden. Der Fokus liegt darauf, die kulturellen Inhalte zu verstärken und die Bürgerschaft stärker zu beteiligen.

Die Gesellschaft darf ausschließlich öffentliche Zwecke im Sinne der Gemeindeordnung für Baden-Württemberg verfolgen. Daraus ergibt sich, dass die Gesellschaft nur im Interesse der Stadt, städtischer Einrichtungen und Gesellschaften tätig werden darf.

Die Geschäftsstelle von Pro Heidelberg e.V. befindet sich derzeit auch bei Heidelberg Marketing GmbH. Die Gutachter befanden zwar, dass die Ansiedelung bei Heidelberg Marketing GmbH betriebswirtschaftlich unkritisch sei, eine Ansiedelung aber auch bei einer anderen Einrichtung möglich sei. Der Vorstand des Vereins hat gebeten, zu prüfen, ob die neue Gesellschaft auch die Geschäftsstelle von Pro Heidelberg e.V. übernehmen könnte, da einige Veranstaltungen gemeinsam geplant werden.

Die nach der Gemeindeordnung erforderliche Anhörung der IHK ist beigelegt.

Das Stammkapital der Gesellschaft soll 25 T€ betragen. Zur Sicherung der kurzfristigen Liquidität wird noch eine Kapitalrücklage in Höhe von 50 T€ benötigt. Die unregelmäßig eingehenden Erlöse (Schwerpunkt Weihnachtsmarkt) werden darüber hinaus möglicherweise auch eine kurzfristige Liquiditätshilfe der Stadt erfordern.

Es wird daher gebeten, der außerplanmäßigen Mittelbereitstellung von 25 T€ für das Stammkapital und 50 T€ für eine Kapitalrücklage zuzustimmen. Die Deckung erfolgt durch geringere Zinsaufwendungen.

Im Übrigen entspricht der Gesellschaftsvertrag dem städtischen Standard.

Aufgrund der überwiegend operativen Tätigkeit wird auf die Einrichtung eines Beirates oder Aufsichtsrates verzichtet. Entscheidungen von besonderer Bedeutung werden im Haupt- und Finanzausschuss behandelt, soweit nicht der Gemeinderat zuständig ist.

## **2. Wirtschaftliche Darstellung**

Für den Bereich Veranstaltung standen bei Heidelberg Marketing GmbH folgende Ressourcen zur Verfügung:

Als **Gesamtbudget** (Aufwendungen und Verwaltungsumlage) ist im Wirtschaftsplanentwurf der Heidelberg Marketing GmbH für 2012 ein Betrag von **643 T€** vorgesehen.

Für 1,5 VKZ, eine Auszubildende, Aushilfskräfte sowie Praktikanten sind Personalaufwendungen in Höhe von ca. 93 T€ zu finanzieren. Für die übrigen Sachaufwendungen sind 550 T€ eingeplant, die sich aus 424 T€ sonstige betriebliche Aufwendungen sowie 126 T€ Verwaltungsumlage zusammensetzen.

Im Wirtschaftsplanentwurf der Heidelberg Marketing GmbH für 2012 wird mit **Erträgen** in Höhe von **705 T€** gerechnet.

Vor Verwaltungsumlage wird ein **Überschuss von 188 T€** ausgewiesen. Nach der Verwaltungsumlage entsteht in der jetzigen Abteilung im aktuellen Wirtschaftsplan ein Überschuss in Höhe von 62 T€.

Der bei Heidelberg Marketing GmbH ausgewiesene Überschuss in Höhe von 188 T€ steht zur Finanzierung der Geschäftsführungsbezüge sowie der Übernahme zusätzlicher Beschäftigten der Heidelberg Marketing GmbH (Assistenz, eventuell Buchhaltung), Mietaufwendungen sowie Geschäftsausgaben (Buchhaltung, Wirtschaftsprüfer etc.) zur Verfügung. Leistungen der Heidelberg Marketing GmbH können gegen Kostenersatz zur Verfügung gestellt werden.

Der Budgetrahmen von 705 T€ kann durch Einwerben von weiteren Mitteln erhöht werden. Die Geschäftsführung kann dann weitere Verbesserungen und zusätzliche Events durchführen, wenn entsprechende Mittel eingeworben bzw. die Kosten durch entsprechende Entgelte gedeckt werden. Durch die Konzentration auf Veranstaltungen und Events sind bei der Geschäftsführung die Kapazitäten vorhanden, um weitere Mittel zu akquirieren. So kann zum Beispiel die Sponsorensuche für die Schlossbeleuchtung wieder intensiviert werden, da die Baumaßnahme Ziegelhäuser Landstraße beendet wurde.

Die Gesellschaft hat das Ziel, ein ausgeglichenes Ergebnis zu erreichen. Ein Verlustausgleich ist nicht vorgesehen.

### **3. Übernahme der Gewährträgerschaft für die ZVK**

Die Heidelberg Marketing GmbH ist Mitglied in der Zusatzversorgungskasse des Kommunalen Versorgungsverbandes Baden-Württemberg, die Stadt Heidelberg hat die Gewährträgerschaft übernommen. Um Nachteile für die Beschäftigten zu vermeiden, ist beabsichtigt, dass die Heidelberg Event GmbH die Mitgliedschaft erwirbt. Dies ist nur möglich, wenn die Stadt Heidelberg die Gewährträgerschaft gegenüber der Versorgungskasse übernimmt. Es wird gebeten, der Übernahme der Gewährträgerschaft zuzustimmen (Anlage 2).

gezeichnet

in Vertretung

Dr. Joachim Gerner