

## ÖFFENTLICHE BESCHLUSSVORLAGE

**Amt/Eigenbetrieb:**

OB/A Amt des Oberbürgermeisters

**Beteiligt:****Betreff:**

Konsolidierung der Bereiche Stadtwerbung, Hagen Touristik, Stadtmarketing, Wirtschaftsförderung und Servicezentrum Wirtschaft (Konsolidierungsmaßnahme OB - 05)

**Beratungsfolge:**

12.03.2009 Haupt- und Finanzausschuss  
26.03.2009 Rat der Stadt Hagen

**Beschlussfassung:**

Rat der Stadt Hagen

**Beschlussvorschlag:**

1. Der Oberbürgermeister wird beauftragt, auf der Grundlage dieser Vorlage die Voraussetzungen zur Bündelung der Bereiche Stadtwerbung, Hagen-Touristik, Stadtmarketing, Wirtschaftsförderung einschließlich Servicezentrum Wirtschaft mit ihren Aufgaben in seinem direkten Zuständigkeitsbereich zu schaffen und die erforderlichen gesellschaftsrechtlichen und sonstigen Beschlüsse vorzubereiten.
2. Der Oberbürgermeister wird beauftragt, die Einbindung relevanter Kräfte des Stadtmarketings und der Wirtschaftsförderung künftig über einen „Wirtschaftsbeirat“ sicherzustellen.
3. Eine Umsetzung erfolgt zum 1.1.2010.
4. Bündelungsunabhängige Konsolidierungsmaßnahmen sind schnellstmöglich umzusetzen.

## Kurzfassung

Durch Bündelung der Bereiche Stadtwerbung, Hagen-Touristik, Stadtmarketing, Wirtschaftsförderung (WFG) einschließlich Servicezentrum Wirtschaft (SZW) kann die Einsparvorgabe von 500.000 € erreicht werden. Die hierzu notwendigen Voraussetzungen und die Rahmenbedingungen werden in der Vorlage dargestellt.

## Begründung

Mit Beschluss des Rates vom 19.6.2008 wurde der Oberbürgermeister beauftragt, die Aufgaben der oben genannten Bereiche in seinem direkten Zuständigkeitsbereich zu ordnen. Durch Bündelung, klare Zuständigkeiten und minimieren von Schnittstellen werden Optimierungen von 500.000 € erwartet.

In diesem Zusammenhang hat die Verwaltung im Rahmen einer Ist-Analyse die Personalausstattung und Finanzstruktur aller betroffenen Bereiche erhoben und eine Aufgaben- und Schnittstellenanalyse durchgeführt. Darüber hinaus sind die organisatorischen und rechtlichen Rahmenbedingungen untersucht worden, die für eine Bündelung aller Bereiche im unmittelbaren Zuständigkeitsbereich des Oberbürgermeisters beachtet werden müssen. Aus den so gewonnenen Erkenntnissen heraus hat die Verwaltung Konsolidierungsmaßnahmen entwickelt und die Konsolidierungseffekte beziffert.

Die wesentlichen Ergebnisse dieser Untersuchungen werden im Folgenden dargestellt.

### **1. Personal- und Finanzausstattung (Eckdaten)**

#### **A) WFG (Angaben lt. Wirtschaftsplan 2009)**

- Personal: 17 Beschäftigte (einschl. Geschäftsführer), 1 nebenamtlicher Geschäftsführer, 1 Auszubildender ( insgesamt 12,75 Stellen)
- Personalaufwand: 915.000 €
- Sachaufwand: 741.260 €
- Erträge: 742.450 € (ohne Betriebskostenzuschuss)
- Städt. Betriebskostenzuschuss: 920.000 €

#### **B) SZW (Angaben lt. Haushaltsplan 2008)**

- Personal: 6 Beschäftigte (insgesamt 5,5 Stellen)
- Personalaufwand: 364.871 €
- Sachaufwand: 54.248 €
- Erträge: 0 €
- Städt. Zuschuss: 419.119 €

C) Stadtwerbung (Angaben lt. Haushaltsplan 2008)

- |                    |  |
|--------------------|--|
| ● Personal:        | 2 Beschäftigte (insgesamt 1,0 Stellen) |
| ● Personalaufwand: | 74.631 €                               |
| ● Sachaufwand:     | 85.751 €                               |
| ● Erträge:         | 0 €                                    |
| ● Städt. Zuschuss: | 160.382 €                              |

D) Stadtmarketingverein e.V. (Angaben lt. Haushaltsplan 2008)

- |                    |   |
|--------------------|---|
| ● Personal:        | 3 Beschäftigte, 1 nebenamtlicher Geschäftsführer,               |
| ● Personalaufwand: | 196.000 €   |
| ● Sachaufwand:     | 203.600 €   |
| ● Erträge:         | 189.600 € (ohne städt. Zuschuss)                                |
| ● Städt. Zuschuss: | 160.000 € (+ 50.000 € einmalig für Kampagne „Lebendiges Hagen“) |

E) Hagen Touristik (Angaben lt. Haushaltsplan 2008)

- |                    |  |
|--------------------|--|
| ● Personal:        | 4 Beschäftigte (insgesamt 3,5 Stellen) |
| ● Personalaufwand: | 223.056 €                              |
| ● Sachaufwand:     | 81.373 €                               |
| ● Erträge:         | 23.500 €                               |
| ● Städt. Zuschuss: | 280.929 €                              |

2. Aufgabenschwerpunkte und Schnittstellenpotential

In den folgenden Übersichten werden die Aufgabenschwerpunkte der Bereiche Stadtwerbung, Hagen-Touristik, Stadtmarketing, WFG einschließlich SZW abgebildet:

**WFG**

- Unternehmensservice
- Flächenmanagement
- Innovation und Unternehmensnetzwerke
- Standortmarketing
- Internationalisierung / EU

**SZW**

- Unternehmensservice (Einzelhandel)
- Immobilienwesen (Koordinierung)
- Verwaltungslotse
- Beratung in Fragen des
  - Bauwesens
  - Ordnungswesens
  - Verkehrswesen
- Gewerbeanmeldungen

**Stadtwerbung**

- Entwicklung/Umsetzung von Marketing- und Öffentlichkeitskonzepten
- Unternehmenskommunikation
- Veranstaltungsorganisation
- Repräsentationsangelegenheiten

**Stadtmarketingverein e.V.**

- Entwicklung/Umsetzung von Konzepten zur Etablierung der Marke „lebendiges Hagen“
- Zukunftsforen /Zukunftsmeetings
- Veranstaltungsorganisation
- Netzwerkkoordination für sonstige Marketingprojekte

**Hagen Touristik**

- Entwicklung und Vermarktung von touristischen Programmen und Reiseangeboten
- Touristischer Informationsservice
- Vermittlung von Unterkünften
- Verkauf von Veranstaltungstickets (bundesweit)

Im Ergebnis ist festzustellen, dass deutliche Schnittstellenpotentiale zwischen der WFG und dem SZW in den Aufgabenschwerpunkten „Unternehmensservice“ und „Flächenmanagement/Immobilienwesen“ bestehen. Detailbetrachtungen haben hier insbesondere gezeigt, dass die bestehenden Zuständigkeitsabgrenzungen für die Unternehmen/Kunden der WFG und des Servicezentrums Wirtschaft nicht transparent bzw. bindend sind. Dies führt in der Praxis immer wieder dazu, dass häufig Doppelarbeiten geleistet werden und ein hoher Abstimmungsbedarf zwischen den beiden Bereichen besteht. Hier liegen erhebliche Rationalisierungspotentiale, die durch eine Bündelung der beiden Bereiche erschlossen werden können.

In den Bereichen Stadtwerbung, Stadtmarketingverein und Hagen Touristik bestehen Überschneidungen im Aufgabenschwerpunkt „Veranstaltungsorganisationen“. Von daher sind auch hier Synergieeffekte durch eine Bündelung dieser Bereiche zu erwarten.

**3. Voraussetzungen zur Realisierung des Ratsbeschlusses**

Die Bündelung der genannten Bereiche im unmittelbaren Zuständigkeitsbereich des Oberbürgermeisters setzt eine Auflösung der WFG und eine Neuordnung des Stadtmarketingvereins e.V. voraus.

**a) Auflösung der WFG**

Zur Auflösung der Gesellschaft sind 75 % der abgegebenen Stimmen der Gesellschafterversammlung erforderlich. Der städtische Gesellschaftsanteil beschränkt sich auf 50,08 %. Auch bei Berücksichtigung der Anteile der zum Konzern Stadt Hagen zählenden Gesellschafter addiert sich der Stimmenanteil auf maximal 71,11%, so dass ein Auflösungsbeschluss nur mit Stimme weiterer privater Gesellschafter herbeizuführen ist.

Zur Bewertung der finanziellen Konsequenzen einer Auflösung der Gesellschaft hat die Geschäftsführung der WFG im Auftrag des Aufsichtsrates eine simulierte Liquidationsbilanz zum 31.12.2008 aufgestellt. Die wesentlichen finanziellen Aspekte werden wie folgt dargestellt:

- Aus der Gegenüberstellung des vorhanden Eigenkapitals sowie des Verlustvortrages aus Vorjahren ergibt sich ein negatives Eigenkapital von rd. 460.000 €, dass durch die Stadt Hagen auszugleichen ist.
- Nach Ausgleich des negativen Eigenkapitals verbleibt noch ein einmaliger Liquidationsverlust in Höhe von rd. 2,0 Mio. €.
- Das Simulationsergebnis beruht auf Annahmen/Schätzungen bezüglich der Marktwerte bei Veräußerungen und der möglichen Rückzahlung von Fördermitteln.
- Außerdem beinhaltet das Simulationsergebnis Rückstellungen für lfd. Verpflichtungen über den Liquidationszeitpunkt hinaus. Dabei wurden u.a. Rückstellungen für Personalkosten in Höhe von rd. 900.000 € (= 1 Jahreslohnsumme) berücksichtigt.

Nach Auffassung der Verwaltung ist die Höhe des einmaligen Liquidationsverlustes durch Erzielen besserer Marktwerte und insbesondere durch Unterschreitung der Rückstellungswerte noch positiv beeinflussbar.

Darüber hinaus sind bei der Auflösung der WFG folgende personalwirtschaftlichen Rahmenbedingungen zu beachten oder zu entscheiden:

- Es bestehen Rückkehrrechte von 4 zugewiesenen Beamten/-innen zur Stadt mit einem Personalaufwand von 348.000 €.
- Für die 13 anderen Beschäftigten sowie 1 Auszubildenden der WFG ist zu entscheiden, ob der Personalaufwand mit einem Volumen von 555.000 € sofort bei Auflösung durch betriebsbedingte Beendigungskündigungen abgebaut oder durch Weiterbeschäftigung bei der Stadt sozialverträglich, ggf. jedoch zu veränderten Bedingungen, abgeschmolzen werden soll.

**b) Neuordnung des Stadtmarketingvereins e.V.**

Für eine Neuordnung des Stadtmarketingvereins e.V. sind zwei Alternativen denkbar; entweder der Verein wird aufgelöst, oder der Verein bleibt unter veränderten Rahmenbedingungen erhalten.

**➤ Auflösung des Stadtmarketingvereins e.V.**

Die Auflösung des Stadtmarketingvereins e.V. hätte folgende finanziellen Auswirkungen:

- Die Erträge aus Mitgliedsbeiträgen gehen verloren. Hierzu gehört
  - der Jahresbeitrag der Stadt Hagen in Höhe von 2.600 € und
  - der Jahresbeitrag anderer Mitglieder in Höhe von 27.000 €.
- Die Entwicklung der freiwilligen Sonderzahlungen ist ungewiss (nach dem Haushaltsplan 2008 war ein Betrag von 160.000 € kalkuliert).
- Der Vorteil der Vorsteuerabzugsberechtigung entfällt.

Darüber hinaus ist für die 3 Beschäftigten des Vereins zu entscheiden, ob der Personalaufwand mit einem Volumen von 196.000 € sofort bei Auflösung durch betriebsbedingte Beendigungskündigungen abgebaut oder durch Weiterbeschäftigung bei der Stadt sozialverträglich, ggf. jedoch zu veränderten Bedingungen, abgeschmolzen werden soll.

**➤ Erhalt des Stadtmarketingvereins e.V.**

Zur Erfüllung des Ratsauftrages ist die Auflösung des Stadtmarketingvereins nicht zwingend. Vielmehr kann der Abbau der Schnittstellen auch durch eine veränderte Aufgabenabgrenzung erreicht werden. Allerdings muss sich dann der Stadtmarketingverein e.V. auf veränderte Rahmenbedingungen einstellen. Zu diesen Rahmenbedingungen gehört insbesondere:

- Die Stadt Hagen stellt die Zahlung des jährlichen Zuschusses in Höhe von 160.000 € an den Stadtmarketingvereins e.V. ein.
- Die Stadt Hagen übernimmt (Teil-) Aufgaben vom Verein, insbesondere den Aufgabenschwerpunkt „Veranstaltungsorganisation“.
- Die Aufgaben/ ggf. Finanzierung von Aktivitäten zwischen der Stadt Hagen und dem Stadtmarketingvereins e.V. sind neu abzugrenzen.

Unter den neuen finanziellen Rahmenbedingungen wird der Stadtmarketingvereins e.V. entweder unter Reduzierung des Personalaufwandes oder „ehrenamtlich“ weitergeführt werden können.

#### **4. Konsolidierungsmaßnahmen/Konsolidierungseffekte**

Aus der bisherigen Analyse lassen sich folgende Konsolidierungsmaßnahmen und Konsolidierungseffekte ableiten und beziffern:

➤ **Personalaufwand**

- Durch Beseitigung direkter Schnittstellen in den Aufgabenfeldern Unternehmensservice und Flächenmanagement sowie im Bereich Veranstaltungsorganisation kann der Personalaufwand um rd. 80.000 € reduziert werden.
- Die derzeitige Personalausstattung der Hagen Touristik berücksichtigt wegen der Geldgeschäfte auch Sicherheitsaspekte. Durch räumliche Kooperation mit einem Dritten, z.B. Kundencenter Straßenbahn, wird die Chance gesehen, den sicherheitsbedingten Personalaufwand um rd. 40.000 € zu senken. Hierbei handelt es sich um eine bündelungsunabhängige Maßnahme, die sofort umgesetzt werden kann. Die Hagener Straßenbahn AG hat bereits grundsätzliches Interesse an einer Kooperation signalisiert.
- Bei einer Auflösung der WFG sowie des Stadtmarketingvereins können Aufwandsentschädigungen in Höhe von rd. 27.500 € eingespart werden.

➤ **Sachaufwand**

- Im Auftrag des Aufsichtsrates hat die Geschäftsführung der WFG ein Szenario zur Reduzierung des Zuschussbedarfes entwickelt. Nach diesem Konzept können die Sachkosten sofort und bündelungsunabhängig um 92.000 € reduziert werden. Auf Vorschlag der Verwaltung hat der Rat der Stadt Hagen diese Einsparmöglichkeit bereits aufgegriffen und am 12.2.2009 beschlossen, durch Änderung des Wirtschaftsplans die empfohlene Reduzierung der Sachkosten und damit der unmittelbaren Senkung des Betriebskostenzuschusses der Stadt Hagen umzusetzen (siehe Vorlage - Nr.: 0112/2009).
- Unter Berücksichtigung von Einnahmen aus Untervermietung entstehen der WFG im Objekt Fleyer Str. 196 Mietkosten in Höhe von rd. 92.000 € im Jahr. Eine Vergleichsberechnung für eine Unterbringung der WFG im Rathaus I hat ergeben, dass lediglich Jahresmietkosten in Höhe von rd. 50.000 € entstehen, so dass über die oben dargestellte Sackosteneinsparung hinaus eine Reduzierung der Jahresmietkosten um rd. 42.000 € realisierbar erscheint. Allerdings ist zu berücksichtigen, dass der Mietvertrag erst zum 31.12.2012 ausläuft. Die Einsparung könnte daher vor Ende 2012 nur dann erwirtschaftet werden, wenn eine vorzeitige Beendigung des Mietvertrages ausgehandelt oder die von der WFG genutzten Flächen mindestens kostendeckend untervermietet werden können. Da eine räumliche Zusammenführung von WFG und SZW auch unabhängig von einer organisatorischen Bündelung sinnvoll ist, wird die Umsetzung des Umzuges der WFG ins Rathaus I bereits

konkret geprüft.

- Im Bereich der Stadtwerbung besteht die Möglichkeit, die Sachkosten perspektivisch unter Rückführung des Leistungsangebotes um insgesamt 50.000 € zu senken. Eine entsprechende Anpassung der Haushaltsansätze ist zum Haushaltsplan 2010 vorgesehen. Im laufenden Haushaltsjahr soll unter Berücksichtigung bereits bestehender Zusagen und sonstiger Verpflichtungen eine restriktive Bewirtschaftung mit dem Ziel erfolgen, den geplanten Ansatz deutlich zu unterschreiten.
- Die Verwaltung geht davon aus, dass durch eine räumliche Kooperation der Hagen Touristik mit dem Kundencenter Straßenbahn neben den Personalkosteneinsparungen auch eine Reduzierung der Mietkosten möglich ist. Bei einer Kostenteilung und/oder einer wirtschaftlichen Verwertung der derzeitigen Räumlichkeiten der Hagen Touristik lassen sich die Mietkosten jährlich um rd. 10.000 € reduzieren.

In der Addition der dargestellten Konsolidierungsmaßnahmen und Konsolidierungseffekte ergibt sich eine Gesamteinsparsumme von rd. 350.000 €. Es verbleibt somit eine Differenz zu der Einsparvorgabe des Rates von rd. 150.000 €.

➤ **Sonstige Synergieeffekte**

Nach Überzeugung der Verwaltung ergeben sich durch die Bündelung der genannten Bereiche unter städtischem Dach eine Reihe von weiteren Synergieeffekten, insbesondere durch

- Hierarchieabflachung
- Anpassung der Besoldungs-/ Gehaltsstruktur
- Optimierung der Vertretungsregelungen
- Prozessoptimierung
- Nutzung zentraler Verwaltungsdienste
- Verwendung einheitlicher Hard- und Software
- Schnittstellenoptimierung zur Liegenschaftsverwaltung.

Die Umsetzung der Bündelung der genannten Bereiche erfordert ein organisatorisches und personalwirtschaftliches Detailkonzept. Erst im Zuge der Erarbeitung eines solchen Detailkonzeptes lassen sich diese weiteren Synergieeffekte konkret zuordnen und beziffern. Die Verwaltung geht aber davon aus, dass Effekte in Höhe von 150.000 € erzielbar sind. Darüber hinaus ist zu prüfen, inwieweit der derzeitige städtische Zuschuss an den Stadtmarketingverein in Höhe von 160.000 € bei Übernahme aller Aufgaben tatsächlich an Eigenkosten benötigt wird.

## 5. Zusammenfassung

Die Analyse der Verwaltung hat ergeben, dass durch Optimierung in den vorhandenen Strukturen bündelungsunabhängige Einsparmöglichkeiten im Gesamtvolumen von 240.000 € bestehen. Bei Bündelung der genannten Bereiche unter Integration in die städtische Infrastruktur sind weitere Einsparungen in Höhe von 260.000 € zu erwarten, so dass die Einsparvorgabe von 500.000 € erreichbar ist.

Die Amortisation des Liquidationsverlustes bei Auflösung der WFG ist in einem überschaubaren Zeitraum möglich.

Die Kompensation wegbrechender Vereinserträge bei Auflösung des Stadtmarketingvereins erscheint schwierig, ist aber durch Aufgabenverzicht möglich.

Kritischer Erfolgsfaktor für die Realisierung der Einsparsumme und für den Zeitraum der Amortisation des Liquidationsverlustes sind die zu treffenden personalwirtschaftlichen Entscheidungen bezüglich WFG bzw. Stadtmarketingverein e.V.

Strategische Fragen des Marketings und der WFG können künftig in regelmäßigen Gesprächsrunden eines Wirtschaftsbeirates (relevante Kräfte des Stadtmarketings und der Wirtschaftsförderung) erörtert und verzahnt werden.

Es wird empfohlen, die Bündelung der genannten Bereiche in dem direkten Zuständigkeitsbereich des Oberbürgermeisters zu realisieren und das entsprechende Detailkonzept zu erarbeiten.

## **Finanzielle Auswirkungen**

- Die finanziellen Auswirkungen sind in der Vorlage dargestellt.

## Verfügung / Unterschriften

**Veröffentlichung**

Ja

Nein, gesperrt bis einschließlich \_\_\_\_\_

---

**Oberbürgermeister****Gesehen:**

---

**Stadtkämmerer**

---

**Stadtsyndikus**

---

**Beigeordnete/r****Amt/Eigenbetrieb:**

OB/A Amt des Oberbürgermeisters

**Gegenzeichen:**

---

---

---

---

---

---

---

---

**Beschlussausfertigungen sind zu übersenden an:****Amt/Eigenbetrieb:****Anzahl:**

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---