

**Nr.: BV-084/2012****Lutherstadt Wittenberg  
Der Oberbürgermeister**

aktuelle Fassung vom: 27.09.2012  
27.09.2012

Büro des  
Oberbürgermeisters  
Frau Silvia Steiner  
Tel.: 421-604  
Aktz.:  
Bezug:

**Beschlussvorlage**

Nummer BV-084/2012

**Betreff :**

Ausbau des Stadtmarketings der Lutherstadt Wittenberg

| <b>Beratungsfolge</b>                                       | <b>Termin</b> | <b>Status</b>                      |
|---|---------------|------------------------------------|
| <b>Ausschuss Finanzen,<br/>Rechnungsprüfung und Vergabe</b> |               | <b>öffentlich<br/>vorberatend</b>  |
| <b>Ausschuss Kultur, Schule, Sport und<br/>Soziales</b>     |               | <b>öffentlich<br/>vorberatend</b>  |
| <b>Haupt- und Wirtschaftsausschuss</b>                      |               | <b>öffentlich<br/>vorberatend</b>  |
| <b>Stadtrat</b>   |               | <b>öffentlich<br/>beschließend</b> |

**Beschlussvorschlag:**

1. Der Stadtrat der Lutherstadt Wittenberg beschließt den Ausbau des Stadtmarketings der Lutherstadt Wittenberg zentrale Koordinierungsstelle 2017 bei der Lutherstadt Wittenberg Marketing GmbH (LWM) entsprechend der Hinweise der Untersuchungsergebnisse (Anlage 1).
2. Der Stadtrat der Lutherstadt Wittenberg beschließt die Neuordnung der Finanzbeziehungen mit der LWM für Stadtmarketing, Tourismus sowie für Kulturveranstaltungen und Kulturprojekte (Anlage 4).
3. Der Stadtrat der Lutherstadt Wittenberg beauftragt den Oberbürgermeister die Fördervereinbarung abzuschließen (Anlage 2) sowie die Vereinbarungen zwischen der Lutherstadt Wittenberg und dem WittenbergKultur e.V. neu zu fassen.

Pflichtaufgabe Freiwillige Aufgabe Finanzielle Auswirkungen:  Ja  Nein

|  |                            |          |             |  |             |
|--|----------------------------|----------|-------------|--|-------------|
| Gesamtkosten der Maßnahmen<br>(Beschaffungs-/Herstellungskosten) | Objektbezogene Einnahmen   |          | Eigenanteil | Jährliche Folgekosten <input type="checkbox"/> keine |             |
|  | Zuschüsse/<br>Fördermittel | Beiträge |             | Art: Zuschuss LWM                                    |             |
| Euro   | Euro                       | Euro     | Euro        | ab Jahr  | Euro        |
|  |                            |          |             | 2013   | siehe unten |

| Haushaltsjahr 2012     |   |                   |  | Verpflichtungs-<br>ermächtigung |  | Finanzplan/<br>Investitionsprogramm |   |
|------------------------|---|-------------------|--|---------------------------------|--|-------------------------------------|---|
| Verwaltungshaushalt    |   | Vermögenshaushalt |  |                                 |  |                                     |   |
| veranschlagt           | <input checked="" type="checkbox"/> Ja<br><input type="checkbox"/> Nein | veranschlagt      | <input type="checkbox"/> Ja<br><input type="checkbox"/> Nein | veranschlagt                    | <input type="checkbox"/> Ja<br><input type="checkbox"/> Nein | veranschlagt                        | <input type="checkbox"/> Ja<br><input checked="" type="checkbox"/> Nein |
| mit                    | 316.200 Euro<br>280.000 Euro  | mit               | Euro   | Jahr                            | Euro   | Jahr                                | Euro  |
| Haushaltsstellen       |   | Haushaltsstellen  |  |                                 |  | 2013                                | 820.000   |
| 34100.71820            |   |                   |  |                                 |  | 2014                                | 840.000   |
| Zuschuss WBKultur e.V. |   |                   |  |                                 |  | 2015                                | 900.000   |
| 79000.63120            |   |                   |  |                                 |  | 2016                                | 900.000   |
| Marketingleistungen    |   |                   |  |                                 |  | 2017                                | 1.000.000   |
|                        |   |                   |  |                                 |  | 2018                                | 900.000   |

**Begründung :**I. Einleitungstext – Ausgangs- bzw. Beschlusslage

Mit Beschluss (Nr. I/128-12-10) des Stadtrates vom 23.06.2010 (Anlage 4) hat dieser die erste Änderung zur Fördervereinbarung vom 16.10.2008 zwischen der Lutherstadt Wittenberg und der LWM beschlossen.

Auf Antrag des Stadtrates wurde dieser Beschluss um den Punkt 4 erweitert:

„4. Der Oberbürgermeister wird beauftragt zu untersuchen, welche Synergien und Vorteile sich aus einer engeren Kooperation bis hin zur Verschmelzung/Zusammenlegung des WittenbergKultur e.V. mit der LWM ergeben könnten. Entscheidungsvorschläge sind im Beirat zu beraten und dem Stadtrat vorzulegen.“

## II. Beschlussgegenstand

### zu 1.

Zur Erfüllung des Stadtratsbeschlusses (Nr. I/128-12-10) vom 23.06.2010 (Anlage 4), hat die Lutherstadt Wittenberg in Abstimmung mit dem Marketingbeirat einen Untersuchungsauftrag an bbvl – Beratungsgesellschaft für Beteiligungsverwaltung Leipzig mbH erteilt, dessen Ergebnis nun vorliegt (Anlage 1). Die Kernaussage ist die Feststellung, dass ein „*ganzheitliches Stadtmarketing in der Lutherstadt Wittenberg derzeit nicht existiert und die LWM – die einzige Gesellschaft mit einer echten Stadt-Marketing-Perspektive – für diese Aufgabe eher unterfinanziert ist, bei fehlendem zusätzlichem personellen Know-how.* Die Vorzugsvariante der Untersuchungen, die gemeinsam mit dem Beirat herausgearbeitet wurde, beinhaltet:

- a) die Erbringung eines ganzheitlichen Stadtmarketings und kultureller Leistungen unter dem „Dach“ der LWM.

#### Begründung:

Durch zusätzliches Geschäft der LWM, welches bisher im WBKultur e.V. erbracht wurde (z. B. Stadtfest), kann die LWM langfristig die Vorsteuerabzugsberechtigung sichern. Das wiederum kompensiert z. T. die zu zahlende UST durch den Geschäftsbesorgungsvertrag mit GLC. Das Personal des WBKultur e.V. geht zur LWM über (gleiche Konditionen wie bisher), Synergien durch Bündelung von Aufgaben des Kultur e.V. und der LWM möglich bei höherer Effizienz, bekannte Prozesse verbleiben in der Verantwortung der zuständigen Mitarbeiter

- b) Die Bereitstellung eines zusätzlichen Budgets von mindestens 200 TEUR für Stadtmarketing, vorbehaltlich der weitergehenden steuerlichen und personalrechtlichen Prüfung.

#### Begründung:

Der bisherige Zuschuss der Stadt an die LWM (280 TEUR) wird fast vollständig für touristische Dienstleistungen an GLC weitergereicht (276 TEUR netto). Die Geschäftsführung ist ehrenamtlich besetzt, für professionelles Stadtmarketing / kaufmännisches Know-how fehlt es an finanziellen und personellen Kapazitäten.

- c) Der WittenbergKultur e.V. bleibt mit seinem Gemeinnützigkeitsstatus erhalten

#### Begründung

Der Verein kann weiterhin Spenden und Fördermittel für spezielle Kulturprojekte einwerben, die Umsetzung erfolgt mit personeller Dienstleistung der LWM, die finanzielle Ausstattung regelt die Fördervereinbarung / Geschäftsbesorgungsvertrag zwischen Stadt und WBKultur e. V..

- d) Bessere Einfluss- und Gestaltungsmöglichkeiten der Stadt aufgrund der Rechtsform der LWM (kommunale GmbH)

#### Begründung

Die LWM verfügt über nur zwei Gesellschafter, die Stadt ist mit 80% und die Stadtwerke mit 20% am Unternehmen beteiligt. Gesellschafterbeschlüsse sind transparenter als Vereinsprotokolle, Wirtschaftsplanung und Jahresabschluss unterliegen der Einflussnahme des Stadtrates, LWM haftet nur mit dem Stammkapital.

Das Reformationsjubiläum 2017 und die Lutherdekade sind unabhängig von Glauben und Konfession im Leben der Lutherstadt Wittenberg herausragende Ereignisse, die mit internationalem Interesse verfolgt und durch geeignete Maßnahmen von Marketing und Öffentlichkeitsarbeit auch zum Anliegen möglichst vieler Bürgerinnen und Bürger werden.

Die LWM ist mit ihrem Gesellschaftszweck die einzige Gesellschaft mit einer echten ganzheitliche Stadtmarketingperspektive (Anlage 5). Die Weichenstellung für die künftige Entwicklung von Marketing, Tourismus und Kultur sollte noch im Jahr 2012 erfolgen. Zu den Marketingaufgaben gehören u. a.:

- Stadtmarketing als Gemeinschaftsaufgabe entwickeln (Erstellung Marketingkonzept)
- Koordination und Moderation der Marketingaktivitäten aller Partner unter Berücksichtigung der spezifischen Ressourcen
- Synergien aus der Bündelung der Anstrengungen aller Partner entwickeln (Stadt, Tourismus, Kultur, Gewerbe u.s.w)
- Ansprechpartner sein für externe Akteure (Medien, Institutionen in Sachen Veranstaltungen, Tagungen, Kongresse u.a., Werbung)
- Interesse von Dritten zur Beteiligung entwickeln (Sponsoren bzw. Unterstützer für die Marke „Lutherstadt Wittenberg“ gewinnen)
- Planung von Marketingmaßnahmen und auch deren Umsetzung mit Partnern (spezielle Aktivitäten in der Lutherdekade)
- Unterstützung von Partnern (Investoren) bei Marketingmaßnahmen (operatives Management)
- Betreuung von Netzwerken und Gremien mit anderen Städten (Lutherstädte, Cranachstädte, Interessengruppierungen wie die AG Musikfeste in Sachsen-Anhalt u.ä.)
- Veranstaltungskoordination in der Stadt, nicht nur im kulturellen Bereich
- Management des Veranstaltungsbetriebs in städtischen Veranstaltungsorten (z.B. Exerzierhalle, Stadthaus)
- Konzipierung eines kulturell-künstlerischen Rahmenprogramms für die Lutherdekade bis 2017, Entwicklung von Veranstaltungsreihen und Begleitprogrammen (Cranach-City 2015, Open-Air-Veranstaltungen an repräsentativen Orten, Musikfestival, Theater, Jugendprojekte, Veranstaltungen an den Baustellen)

#### zu 2.

Um die empfohlene Variante des Untersuchungsberichtes umzusetzen, sind sowohl die personellen als auch die finanziellen Ressourcen zusammenzuführen. Der Zuschuss an die LWM einschließlich der vorgeschlagenen Erhöhung wird insgesamt lt. Fördervereinbarung (Anlage 2) ausgezahlt. Diese Vereinbarung basiert auf der Fördervereinbarung vom 16.10.2008 und der 1. Änderung vom 05.07.2010 (Anlage 2a). Die Summe setzt sich zusammen aus dem derzeitigen Zuschuss an die LWM in Höhe von 280 TEUR, einem zusätzlichen Zuschuss in Höhe ab 224 TEUR, beginnend ab 2013, für Marketingaufwendungen sowie aus dem bisherigen Zuschuss an den WittenbergKultur e.V. in Höhe von 316 TEUR. Der Zuschussbedarf ist nach Sparten (Tourismus, Marketing und Kultur) im Wirtschaftsplan auszuweisen, die Verwendung mit Jahresabschluss darzustellen. Für die Marketingaufwendungen bei der zentralen Koordinierungsstelle sind bis 2017 jährlich Mehraufwendungen zu erwarten. Demzufolge ist eine Erhöhung des Zuschusses bis zum Reformationsjubiläum vorgesehen.

Geschäftsbesorgungsvertrag und Fördervereinbarung zwischen der Lutherstadt Wittenberg und dem WittenbergKultur e.V. werden ab 2013 neu gefasst. Der Verein WittenbergKultur e.V. setzt im Namen der Stadt weiterhin kulturell-gemeinnützige Projekt um und wird dafür Spenden und Fördermittel einwerben. Dafür stellt die Lutherstadt Wittenberg eine Grundfinanzierung als Eigenmittel des Vereins für die Förderprojekte nach Möglichkeit zur Verfügung.

Der zusätzliche kommunale Finanzaufwand in den Jahren bis zum Reformationsjubiläum sowie der Investitionsbedarf wurden von allen Fachbereichen der Verwaltung nachzeitigem Kenntnisstand zusammengetragen. Diese Aufstellung wurde Anfang Juli über die Kommunalaufsicht an das Landesverwaltungsamt Halle sowie das Ministerium für Inneres und Sport LSA Magdeburg weitergeleitet. Gegenwärtig geht die Lutherstadt Wittenberg davon aus, dass die Mehrkosten dieser Maßnahmen ohne Förderung (kredit-)finanziert werden müssen.

#### zu 3.

Da die Arbeitsweise der LWM von den Zuschüssen der Stadt abhängig ist, sowohl wegen des Geschäftsbesorgungsvertrages mit GLC als auch künftig wegen Stadtmarketing- und Kulturmanagementleistungen, ist wegen der Planungssicherheit die vorliegende

Fördervereinbarung (Anlage 2) abzuschließen, vorbehaltlich der steuerrechtlichen Prüfung und Einarbeitung entsprechender Hinweise.

Die Lutherstadt Wittenberg verfügt über kein Kulturamt bzw. Kulturreferat mehr. Die geförderten Kulturprojekte werden auch künftig mittels Fördervereinbarung zwischen Stadt und WittenbergKultur e.V. vom Verein abgewickelt. Die Eigenanteile der geförderten Veranstaltungen werden im Haushalt der Stadt eingeordnet, sofern das in den Jahresscheiben bis 2017 möglich ist.

### III. Anlage/n:

1. Untersuchungsbericht Synergien und Vorteile aus der Kooperation des WittenbergKultur e. V. und der Lutherstadt Wittenberg Marketing GmbH
2. Fördervereinbarung – 2. Änderung
- 2a. Fördervereinbarung - aktuell
3. Beschluss I/128-12-10
4. Schaubild LWM