

**BU Nr. 240/2019****Vorstellung der Leistungsbilanz / Verwendung der städtischen Zuschussmittel  
an den WeinstadtMarketing-Verein für das Geschäftsjahr 2018**

<b>Gremium</b>	<b>am</b>	
Gemeinderat	28.11.2019	öffentlich

**Beschlussvorschlag:**

Kenntnisnahme

**Haushaltswirtschaftliche Auswirkungen:**

Kosten:

Ansatz Haushaltsplan laufendes Jahr:

Haushaltsplan Seite:

Produkt: 57500000

Maßnahme (nur investiver Bereich):

Produktsachkonto: 43180000

Überplanmäßige Aufwendungen / Auszahlungen: Nein

Außerplanmäßige Aufwendungen / Auszahlungen: Nein

Deckungsvorschlag: (wenn über-, außerplanmäßig)

**Bezug zum Kursbuch Weinstadt 2030:**Kursbuch S. 38 (allg.):

- *Einzelhandel und Dienstleistung*
- *Wirtschaft und Arbeit*

Projekt 6.3 (Standort- und Stadtmarketing)**Verfasser:**

12.11.2019 / Amt 12 / Wild

**Mitzeichnung:**

Fachbereich	Person	Datum
Amt für Öffentlichkeit, Kultur und Stadtmarketing	Beglau, Jochen	12.11.2019
Oberbürgermeister	Scharmann, Michael, Oberbürgermeister	13.11.2019
Oberbürgermeister	Scharmann, Michael, Oberbürgermeister	13.11.2019

### **Sachverhalt:**

Der WeinstadtMarketing-Verein hatte im Jahr 2018 einen Zuschuss für Marketingzwecke durch die Stadt Weinstadt in Höhe von 50.000 Euro erhalten. Der Vorstand des Marketingvereins entschied satzungsgemäß jeweils einstimmig über die Verwendung der Mittel. Im Vorstand ist die Stadt Weinstadt mit zwei Sitzen vertreten: Diese nehmen Herr Oberbürgermeister Scharmann kraft Amtes sowie Herr Volker Gaupp als Vertreter des Gemeinderates wahr.

Der WeinstadtMarketing-Verein spricht dem Gemeinderat der Stadt seinen Dank für die gewährten Zuschüsse aus. Neben dem starken ehrenamtlichen Engagement, das die Umsetzung aller Maßnahmen von den Beteiligten fordert, ermöglichen diese Zuschüsse die Vermittlung eines positiven und attraktiven Bildes von Weinstadt gegenüber Bewohnern und Besuchern, zur Stärkung des Standortes Weinstadt.

Nachfolgend ist die Verwendung der Zuschussmittel für das Jahr 2018 aufgeführt (Tab. 1). Diese wurden vereinbarungsgemäß wie folgt verwendet:

- Attraktivitätssteigerung bestehender Veranstaltungen, insbesondere solcher mit überörtlicher Ausstrahlung
- Absicherung unvermeidbarer Kostensteigerungen (v.a. Aspekt Sicherheit) und wirtschaftlicher Unwägbarkeiten (Wetterabhängigkeit)
- Initiierung neuer bzw. Revitalisierung bewährter Veranstaltungen

Aus den Zuschussmitteln konnten zum Jahresende 2018 Rücklagen in Höhe von rund 885 Euro gebildet werden.

Für die Weihnachtsbeleuchtung in den Stadtteilen wurden jeweils 35.000 Euro an die VWU Weinstadt ausbezahlt. Die Mittel werden nach tatsächlich anfallenden Kosten und nach Rechnungsnachweis durch die VWU an die Stadtteilvereine als Zuschuss verteilt (vgl. Tab. 3).

Vom Gesamtbetrag verblieben nach Abzug des Zuschusses zur Weihnachtsbeleuchtung somit rechnerisch 15.000 Euro als Zuschuss für Marketingzwecke für die Gesamtstadt. Diese Beträge sind in Relation zu sehen zum Gesamtaufwand, den der WeinstadtMarketing-Verein, die VWU Weinstadt sowie die einzelnen VWU-Ortsverbände geleistet haben.

Dies ist unter dem Stichwort „Leistungsbilanz“ nachfolgend dargestellt (Tab. 2). Folgende Veranstaltungen und Aktionen wurden hierbei von der VWU Weinstadt, den einzelnen VWU-Ortsverbänden sowie dem WeinstadtMarketing-Verein auf die Beine gestellt:

Public viewing zur Fußball-EM 2018, verkaufsoffene Sonntage, Frühjahrsaktion, Maibaumfeste, Mediterrane Nächte, Leuchtender Weinberg, Las Vegas-Einkaufsnacht, Nikolausfest.

Hinzu kommt die WeinstadtCARD, die seit nunmehr 15 Jahren stetiger und erfolgreicher Bestandteil der Kundenbindung in der Stadt ist. Der durch die WeinstadtCARD nachweislich gebundene Umsatz liegt von 2003 bis Ende 2018 bei einer Gesamtsumme von rund 269,5 Mio. Euro. Die Kundenkarte finanziert sich seit Anbeginn ohne städtische Zuschüsse.

In der dargestellten Leistungsbilanz für das Jahr 2018 sei insbesondere auf zwei Zahlen hingewiesen:

Der Gesamtaufwand, den die genannten Vereine im Jahr 2018 finanziell geleistet haben, beläuft sich auf über 150.000 Euro.

Hinzu kommen über 2.700 ehrenamtlich geleistete Stunden.

Natürlich kommen die positiven Auswirkungen aus den aufgelisteten Aktionen auch den beteiligten Einzelhändlern und Firmen wieder zugute. In der Gesamtschau ist jedoch das Gesamtpaket zu sehen: Nur der gesamte Mix aus Maßnahmen von öffentlichen Verwaltungen, Gewerbevereinigungen und Gewerbetrieben trägt bei zur Profilierung Weinstadts als attraktiver Standort für Industrie, Gewerbe und Dienstleistungen, als Ort mit einem breiten Handels-, Freizeit- und Infrastrukturangebot, insgesamt als einer Stadt mit

hoher Lebensqualität.

Tab. 1: Mittelverwendung 2018:

<b>Veranstaltung</b>	<b>Zuschussmittel (€)</b>	<b>Ausgaben (€ netto)</b>	<b>Noch zur Verfügung stehend (€)</b>
<b>Übertrag aus 2017</b>			<b>4.143,80</b>
<b>Zuschussmittel 2018</b>	<b>50.000,00</b>		<b>54.143,80</b>
Public viewing zur Fußball-EM		1.380,25	52.763,13
Leuchtender Weinberg		7.500,00	45.263,13
Weihnachtsbeleuchtung		35.000,00	10.263,13
Maibaumfest / verkaufsoff. Sonntag 29.4.2018		1.000,00	9.263,13
Las Vegas Einkaufsnacht		4.000,00	5.263,13
Martini		1.000,00	4.263,13
Mediterrane Nächte		3.378,00	<b>885,13</b>