

Sitzungsvorlage Nr. V/2014/0773

Zuständig: Öffentlichkeitsarbeit-Wirtschaftsförderung
Verfasser: Christoph Almering



Ahaus, 15.01.2014

Beratungsfolge

Haupt-, Finanz- und Wirtschaftsausschuss	29.01.2014	TOP: 3	öffentlich
---	-------------------	---------------	-------------------

Beratungsgegenstand

Zuschusserhöhung für Ahaus Marketing & Touristik GmbH

Beschlussvorschlag

Der Rat der Stadt Ahaus nimmt die Ausführungen zur Entwicklung, zu den Perspektiven und zu den künftigen Anforderungen der Ahaus Marketing & Touristik GmbH zur Kenntnis und beschließt, den Zuschuss ab dem Jahr 2014 von derzeit 200.000 EUR jährlich auf 220.000 EUR zu erhöhen.

Sachdarstellung

Die Ahaus Marketing & Touristik GmbH (AMT) wurde im Jahr 2003 gegründet und hat im Jahr 2004 ihre operative Arbeit aufgenommen. Gegenstand des Unternehmens ist gemäß Gesellschaftervertrag die Profilierung und Stärkung von Ahaus im Wettbewerb der Städte und Regionen durch Instrumente des Stadtmarketings und aller den Betriebszweck fördernden Geschäfte. Die Gesellschaft soll mit ihren Dienstleistungen die wirtschaftlichen und touristischen Belange der Stadt und ihrer Bürger fördern, unterstützen und ausbauen, insbesondere in den Geschäftsbereichen

- Stadtwerbung
- Veranstaltungen
- Tourismus
- Einzelhandel
- Gastronomie
- Wirtschaft

Die Stadt Ahaus ist mit 50 Prozent Hauptanteilseigner an der Gesellschaft, die weiteren Gesellschafter sind der *Gewerbeverein Ahaus e. V.* und der *Ahaus e. V. – Verein für Tourismus und Wirtschaft* (ehemaliger Verkehrsverein). Die Gesellschafter gestalten die Gremienarbeit im Gesellschafterausschuss, dem bis heute sechs Vertreter angehören (je Gesellschafter zwei).

Im Jahr 2003 hat der Rat beschlossen, jährlich einen Zuschuss von 200.000 EUR für die Arbeit von AMT zu gewähren. Zu den Tätigkeitsfeldern in den Anfangsjahren gehörten schwerpunktmäßig:

- Touristische Imagewerbung (Print)
- Zimmervermittlung
- Tourist-Information und -Angebote (Pauschalen, Radverleih usw.)
- Entwicklung von touristischen Produkten (z. B. verschiedene regionale Radrouten)
- Kooperation mit anderen Anbietern der Region
- Teilnahme an Messen

- Veranstaltungen in Ahaus
 - Ostermarkt
 - Stadtfest
 - FFF / Mantelsonntag
 - Wochenmarkt
 - Traumhochzeitstage
 - Weihnachts-Events

Im Laufe der Jahre hat sich das Geschäft dynamisch entwickelt, und es sind weitere Aufgabengebiete hinzugekommen. Eine weitere dynamische Entwicklung ist schon heute absehbar. Das wird allein an der Besucherfrequenz in der AMT-Geschäftsstelle deutlich. Dort zählt man inzwischen im Schnitt schätzungsweise ca. 120 Kunden pro Tag.

Hinzu kommt, dass sich auch für die Zukunft zusätzliche Aufgabengebiete abzeichnen. Zu den seit 2004 hinzugekommenen Aufgaben und Tätigkeiten gehören u. a.:

- Industrietage
- Übernahme der Kirmes
- Übernahme des Wochenmarktes
- Ortsteilmarketing (Karneval, Adventsmarkt, Pferdemarkt, Holzschuhsonntag)
- GPS-Projekt „track and bike“ für Radfahrer und -touristen
- deutlich mehr einzelne und wiederkehrende Sonderveranstaltungen, u. a.
 - Münsterland Giro
 - Ehrenamtswoche
 - Big-Band-Konzert der Bundeswehr
 - Cityaktionen
 - Witte-Venn-Tag
 - Partnerschaftsjubiläum Ahaus-Haaksbergen
 - Ahaus leuchtet auf
 - Musiksommer Schloss Ahaus
 - Kunst am Schloss
- deutlich mehr Aktivität im Internet
- Werbung durch Imagefilme
- Ahaus-Gutschein (im Schnitt 80 pro Tag, 24.000 im Jahr)
- Herausgabe des Stadtmagazins „Ahauser Blickpunkte“
- Ticketing für Veranstaltungen
- City-Aktionen
- Flexible Ortseingangsschilder und Plakaträhmen
- Ahaus-typische Produkte (Spezialitäten, Tassen, Pralinen usw.)
- Mehr projektbezogene Tätigkeiten, u. a.
 - Radstation
 - Caravan-Station
 - Weihnachtsbeleuchtung
 - City-Aktionen
 - Ahauser Filmpreis „ZoomNow“
 - Benefiz-Aktion „Ahaus tauscht“

AMT arbeitet seit nunmehr zehn Jahren mit konstanten Zuschüssen. In diesem Zeitraum haben sich neben dem wachsenden Aufgabengebiet auch die Sach- und Personalkosten erheblich nach oben entwickelt. Die Inflation beträgt für den Zeitraum 2003 bis 2012 zusammengefasst 16,2%, dazu kommen Gehaltsanpassungen für die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Die Personalstärke ist dabei von 3 Vollzeitkräften und 1 Auszubildenden (2004) auf 4 Vollzeitkräfte und 0,5 Projektstellen gewachsen. Ein weiterer Personalausbau (anvisiert wird eine halbe Stelle) ist vorgesehen, um den wachsenden Anforderungen gerecht zu werden.

Erhebliche Kostensteigerungen resultieren ferner aus den inzwischen deutlich höheren Sicherheitsauflagen bei Veranstaltungen sowie aus den gestiegenen GEMA-Gebühren. Demgegenüber

stehen rückläufige Erlöse aus dem touristischen Vermittlungsgeschäft, das inzwischen zum größten Teil über das Internet abgewickelt wird. Vor diesem Hintergrund hat die AMT-Geschäftsführung in den vergangenen Jahren verstärkt auf die Unterstützung durch örtliche Sponsoren gesetzt (Programm „AhausPartner“ und „AhausPremiumPartner“). Die dadurch gewonnenen Mittel beliefen sich zuletzt auf rund 40.000 Euro pro Jahr.

Durch die stärkere Einbindung der örtlichen Wirtschaft in das Stadtmarketing (u. a. durch die Erweiterung des Ahaus e. V. um die Sparte Wirtschaft) wird erwartet, dass AMT einerseits mehr Schlagkraft erhält, andererseits aber auch einen höheren Arbeitsaufwand hat. Wirtschaft und Tourismus sollen sich durch diese neue Ausrichtung stärker ergänzen und im Sinne des Wirtschafts- und Tourismusstandorts Ahaus Hand in Hand arbeiten.

Unter dem Vorzeichen dieser Rahmenbedingungen konnte zuletzt noch ein positiver Jahresabschluss erzielt werden, jedoch werden angesichts der beschriebenen und zu erwartenden weiteren Kostensteigerungen, wachsenden Aufgabenfelder und damit einhergehenden Personalbedarfen weitere finanzielle Mittel nötig. Der Gesellschafter Ahaus e. V. – Verein für Tourismus und Wirtschaft trägt dieser Entwicklung bereits Rechnung und plant, sein finanzielles Engagement zu verstärken.

Finanzielle Auswirkungen

Ja Nein

Budget:	Wirtschaft und Tourismus – Stadtmarketing und Tourismus	15.01
Maßnahme:		

Ergebnisplan:

Pos.	Bezeichnung	Betrag in €
15	Transferaufwendungen	220.000

Finanzplan:

Pos.	Bezeichnung	Betrag in €
14	Transferauszahlungen	220.000

Die erhöhten Transferaufwendungen sind im Entwurf des Haushaltes 2014 bereits berücksichtigt.

Anlagen

keine Anlage