Landeshauptstadt Magdeburg - Der Oberbürgermeister -		Datum 04.11.2010
Dezernat III	Amt Team 1	Öffentlichkeitsstatus öffentlich

I N F O R M A T I O N

I0275/10

Beratung	Tag	Behandlung
Der Oberbürgermeister	09.11.2010	nicht öffentlich
Finanz- und Grundstücksausschuss	17.11.2010	nicht öffentlich
Stadtrat	09.12.2010	nicht öffentlich

Thema: Budgetsituation des Dezernats III

Der Stadtrat hat mit seinem Beschluss Nr. 061-003(V)09 die Stadtverwaltung beauftragt, die Dachmarkenkampagne Ottostadt Magdeburg zu beginnen. In diesem Zusammenhang wurden vom Stadtrat für das Jahr 2010 578.200,-- € an Mitteln zur Umsetzung der Kampagne zur Verfügung gestellt.

Dieser Ansatz kann nicht eingehalten werden. Bereits mit der nichtöffentlichen I0168/10 hat die Verwaltung den Stadtrat im August 2010 darüber informiert, dass das Kampagnenbudget fast ausgeschöpft ist, aber noch Ausgaben zur vollständigen Umsetzung der Kampagne anstehen.

Die Mehrkosten, die vom Dezernat III auf 94.700,-- € (max. 100.000,00 €) berechnet werden, ergeben sich aus Folgendem:

- Die Kreativeleistungen der Agentur, die zur Sichtbarwerdung der Kampagne erforderlich waren, überstiegen deutlich den dafür vorgesehenen Mitteleinsatz. Die Kreation der gestalterischen Basis für die anschließende Umsetzung der Dachmarkenkampagne in Phase I war erheblich aufwändiger als vorausgeplant.
- Der effektvolle und medial breit wirkende Auftakt war eine zwingende Voraussetzung für den sich abzeichnenden Erfolg der Kampagne. Um schon früh einen hohen Bekanntheitsgrad der neuen Dachmarke in Magdeburg sicherzustellen, wurden zum Auftakt sowohl für die Veranstaltung als auch für die Bewerbung der Ottostadt Magdeburg mehr Mittel eingesetzt als ursprünglich kalkuliert.
- Die der Mittelverteilung aus den o.g. Stadtratsbeschluss entsprechende strikte Trennung in Innen- und Außenkampagne konnte nicht realisiert werden. Spätestens ab der 2. Hälfte 2010 mussten kostenverursachende Leistungen zur Vorbereitung der Außenkampagne finanziert werden. Als deutliches Beispiel dafür mag der Kostenaufwand für den Magdeburg-Berlin-Express (allein ca. 50.000,00 €) gelten. Dieser Zug wird mit Fahrplanwechsel am 12.12.2010 mit Wirkung weit über die Region Magdeburg hinaus in den Dienst gestellt.

Das Dezernat III benötigt die 94.700,-- € um die Kampagnenumsetzung in Phase I zu gewährleisten. Das Dezernat III plant für den verbleibenden Kampagnenzeitraum 2011 bis 2012 (einen positiven Stadtratsbeschluss zur Fortführung vorausgesetzt) Einsparungen, um das gesamte Kampagnenbudget von 1,5 Mio. € einzuhalten.

Die für das Jahr 2010 vom Finanzausschuss geforderten und gemäß Haushaltsbeschluss festgesetzten Einnahmen von 500.000,00 € durch Sponsoring von Unternehmen konnten nicht erreicht werden. Lediglich 72.600,00 € werden aus heutiger Sicht durch Sponsoringmittel eingeworben werden können. Hintergrund für die klare Zielverfehlung bei der Gewinnung von Sponsoringmitteln sind aus Sicht des Dezernats neben der sehr ambitionierten Zielstellung hinsichtlich des Sponsorings die wirtschaftliche Unsicherheit bei den Sponsoringgebern in Zusammenhang mit der Wirtschaftskrise. Angesichts der veränderten Wirtschaftslage erwartet das Wirtschaftsdezernat eine deutliche Verbesserung der Sponsoringeinnahmen im Kampagnenzeitraum. Für das Jahr 2010 ist aber ein Minderertrag von 427.400,00 € zu erwarten.

Der Mehraufwand und der Minderertrag wird das Dezernat III durch Einsparungen im Budget sowie durch außerplanmäßige Mehrerträge, die 2010 und in den Folgejahren keine Aufwendungen verursachen, ausgleichen. Das Gesamtbudget des Dez III wird eingehalten.

Nitsche