

Anlage zur SV-Nr. 06 / 0290

In der gemeinsamen Sitzung des Finanz- und Wirtschaftsausschusses und des Ausschusses für Sport, Kultur und Tourismus am 30. Januar 2008 wurde das von der Verwaltung erstellte Konzept zur Einrichtung einer Marketingabteilung beraten. Nach vorliegender Beschlussempfehlung wird die grundsätzliche Einrichtung beschlossen.

Nachfolgend wird zu den seitens der SPD-Fraktion aufgeworfenen Fragen wie folgt Stellung genommen (wobei dem Wunsch der Mehrheitsgruppe auf Namensverzicht dabei Rechnung getragen wurde):

1. Was haben die zuständigen Leiter der Einrichtungen falsch gemacht? Hatten sie genügend finanzielle Mittel zur Verfügung?

Bislang wurde die Öffentlichkeitsarbeit von den jeweiligen Leitern für ihre Einrichtung wahrgenommen. Der Vorschlag, eine Marketingabteilung einzurichten und die Öffentlichkeitsarbeit zu bündeln, bedeutet nicht, dass es „Defizite“ bei den Einrichtungsleitern gibt. Fakt ist jedoch, dass es sich bei den Mitarbeitern um keine Marketing-/Werbefachleute handelt. Es geht also darum, die Öffentlichkeitsarbeit zu „professionalisieren“. Außerdem soll künftig im Rahmen der „Corporate identity“ die Werbung für die verschiedenen Einrichtungen vom Layout her vereinheitlicht werden, um den Wiedererkennungswert zu steigern.

Die bislang zur Verfügung stehenden Haushaltsmittel für Werbung der Einrichtungen sind nach Meinung der Verwaltung ausreichend. Durch die geplante „Professionalisierung“ gelingt es aber ggf., diese (noch) effektiver einzusetzen.

Darüber hinaus soll mit einem erheblichen Anteil das Marketing für die Stadt generell gestärkt werden.

2.

2.1 Die Schaffung einer neuen Stelle zwingt zu einer Neuordnung der betroffenen Mitarbeiter ... und zwar vorher und nachher.

Durch die Neuordnung bzw. Einführung des Marketingbereichs wird eine konsequente Arbeitsteilung zwischen Marketing und den Fachbereichen auch seitens der Verwaltung gesehen. Diese kann aber nicht im Vorwege erfolgen, sondern ist zwischen der neuen Marketingabteilung und den MitarbeiterInnen im Hause zu vereinbaren, was wiederum den Arbeitsbeginn der Marketingabteilung (unter Einbeziehung einer neuen Leitung) voraussetzt.

2.2 Müssen die betroffenen Mitarbeiter den Gestellungsvertrag akzeptieren?

Die mögliche Personalgestellung (z. B. bei der Schaffung eines selbständigen Trägers: GmbH o.ä.) bedarf der Zustimmung des Personalrats und der Mitarbeiter. Diese Zustimmung zielt jedoch nur darauf ab, ob die Rechte und Pflichten aus dem bestehenden Arbeitsverhältnis unberührt bleiben. Dies ist hier auch der Fall.

Die einzige Änderung, die sich für die Mitarbeiter ergibt, ist die vorgesehene örtliche Auslagerung aus dem Rathaus. Das Arbeitsverhältnis als solches bleibt mit den Rechten und Pflichten unverändert.

2.3 Arbeiten die Mitarbeiter der Personalgestellung nur für die Gesellschaft? Haben Sie zurzeit Aufgaben, die dann von anderen übernommen werden müssen?

Es ist vorgesehen, die Mitarbeiter ausschließlich für die Marketingabteilung und deren Aufgabe einzusetzen. Für den Bereich Tourismus handelt es sich um den gesamten Arbeitsplatz; d. h. es verbleiben keine Aufgaben für die Verwaltung. Für den Bereich Wirtschaftsförderung verbleibt z. B. das Liegenschaftsmanagement, das nicht „ausgliedert“ werden soll. Die Aufgabenverteilung innerhalb der Verwaltung kann jedoch nicht Inhalt des Marketingkonzepts und damit Inhalt der Beratungen im (öffentlichen) Fachausschuss sein.

Dieses ist Aufgabe des Bürgermeisters, der jedoch über die Aufgabenverteilung und damit verbundene personelle Fragen den Verwaltungsausschuss informieren wird. Hierbei sind auch personelle Änderungen innerhalb der Verwaltung zu berücksichtigen, die zum Sommer (z. B. durch altersbedingtes Ausscheiden von Mitarbeitern) eintreten. Auch die Wertigkeit der einzelnen Aufgaben wird bei der künftigen Stellenbesetzung beachtet.

2.4 Hat es Gespräche gegeben mit den an den GmbH's beteiligten Dritten?

Sollte die Geschäftsführung der bestehenden GmbH's wie vorgeschlagen von Mitarbeitern der Marketingabteilung wahrgenommen werden, ändert sich für die GmbH's nichts. Daher wurde auch noch nicht der Kontakt mit den anderen Gesellschaftern gesucht. Diese werden erst nach entsprechender Beschlussfassung informiert.

3. Warum eine GmbH?

Nach einem aktuellen Urteil des Bundesfinanzhofes unterliegen sogen. dauerdefizitäre GmbH's grundsätzlich der Steuerpflicht. Das Bundesfinanzministerium hat per Erlass die Finanzämter angewiesen, dieses Urteil (abgesehen von dem bereits entschiedenen Einzelfall) nicht anzuwenden bis eine gesetzliche Regelung getroffen werde; dazu wurde eine entsprechende Kommission eingesetzt.

Bis zur Vorlage einer gesetzlichen Regelung wird daher aktuell seitens der Verwaltung empfohlen, keine GmbH's für diesen Zweck zu gründen. Es wird vorgeschlagen, die Marketingabteilung als Fachbereich innerhalb der Verwaltung im Rahmen des städtischen Haushalts zu führen, bis eine abschließende Entscheidung des Gesetzgebers vorliegt. Vorteil einer GmbH wäre die flexible Handlungsweise mit kurzen Entscheidungswegen. Dies muss jetzt intern durch entsprechende Dienstanweisung geregelt werden.

4. Welche Qualifikation soll der Geschäftsführer haben (Fachhochschule, Akademie, etc.)? Was ist der Unterschied zwischen einem Werbekaufmann und einem Marketing-Kommunikationswirt?

Die Ausschreibung der neuen Leitungsstelle soll (wie im Konzept dargestellt) alternativ mit Werbekauffrau/-mann und Marketing-Kommunikationswirt/-in erfolgen, um den Bewerberkreis offen zu halten. Es handelt sich dabei um eine 3-jährige Ausbildung. Der Ausbildungsberuf des Werbekaufmanns wurde abgelöst durch den des Kaufmanns für Marketing-Kommunikation. Dabei wurden die Schwerpunkte der Ausbildung zum Teil verändert. So wurde z. B. auch das Controlling, das Thema Kundenbeziehung und Markenführung in die Ausbildung mit aufgenommen.

Ausgeschrieben werden sollte die Leitung der Marketingabteilung aus Sicht der Verwaltung „allgemein“ als Stadtmarketingbeauftragte/r, um das Spektrum der BewerberInnen möglichst weit und offen zu halten. Der o. a. Beruf sollte nur eine der möglichen Voraussetzungen sein.

5. Wie hoch sind die Folgekosten personell, sächlich, kalkulatorisch? Welche Einnahmen sind zu erwarten? Wirtschaftlichkeitsberechnung?

5.1 Die Personalkosten/Jahr sind im Konzept (Abschnitt Kostenplan) dargestellt. Für die Leitung sind ca. 50.000 Euro/Jahr (für 2008 somit antlg. 25.000 Euro) berechnet. Dieses entspricht – wie auf Seite 8 des Konzepts angeführt - der Entgeltgruppe 11/ 12 TVöD (ehem. Vergütungsgruppe IV a/ III BAT), eine vergleichsweise Eingruppierung gemessen der Fachbereichsleiter im Hause.

5.2 Die sächliche Ausstattung wurde im Konzept für 2009 auf mindestens 50.000 Euro geschätzt (s. Seite 10). Die genauen Mittel sollen in Absprache mit der neuen Leitung ermittelt und in die Haushaltsberatungen für 2009 eingebracht werden.

5.3 Eine Wirtschaftlichkeitsberechnung kann derzeit nicht vorgelegt werden. Die neue Marketingabteilung ist auf Gewinnerzielung primär nicht ausgerichtet. Es geht hier vielmehr um eine Vermarktung der Stadt Schortens, die monetär nicht auszudrücken ist.

Die anteiligen (Personal-)Kosten, die für die Geschäftsführung (z. B. für den TGM) fließen, fallen der neuen Abteilung als Einnahme zu.

6. Ist es nicht sinnvoller, den Überschuss 2007 für die Verminderung von Schulden einzusetzen?

Der Überschuss aus 2007 in Höhe von ca. 125.000 Euro soll für die Ersteinrichtung (einschl. Umbaukosten für das Haus Rheinstraße 2) verwendet werden. Der Betrag wird der Rücklage zugeführt und von dort wieder entnommen.

Alternativ müsste der Betrag aus dem defizitären Haushalt 2008 entnommen werden; dies ist nicht sinnvoll. Der Schuldenstand der Stadt liegt erheblich unter dem Landesdurchschnitt. Wenn ein starkes Marketing gewollt ist, erfordert dieses einen entsprechenden Mitteleinsatz.

7. Warum soll jetzt über die Verwendung des Hauses Rheinstraße entschieden werden? Wettbewerb der Ausschüsse?

Über die Verwendung des Gebäudes Rheinstraße 2 entscheidet abschließend der Verwaltungsausschuss, auch bzw. insbesondere dann, wenn unterschiedliche Beschlussempfehlungen der Fachausschüsse vorliegen sollten.