

Mitteilung **- öffentlich -**

Beratungsfolge:

Ausschuss für Wirtschaft und Vermögen

Drucksachen-Nr.: 2013/062

am 11.03.2013 TOP:

Evaluierung Stadtmarketing

1. Einführung

Am 19.04.2012 hat der Rat der Stadt Laatzen das Haushaltskonsolidierungskonzept 2012 beschlossen (2012/021/1). Darin ist vorgesehen einen Evaluierungsbericht zur Reduzierung von Mitteln im Produkt Stadtmarketing vorzulegen. Im Entwurf des Haushaltskonsolidierungskonzepts 2013 ist weiterhin die vollständige Einstellung des Stadtmarketings als mögliche Einsparung vermerkt. Dieser Evaluierungsbericht soll dazu dienen, die möglichen Einsparungen im Stadtmarketing aufzuzeigen, ohne vollständig auf die wichtigen Funktionen eines Stadtmarketings zu verzichten.

Hierbei sollen die im Stadtmarketing durchgeführten Aktionen, Veranstaltungen, Projekte und die eingeplanten Aufwendungen im Bereich der Sachmittel und die ihnen gegenüber stehenden Erträge betrachtet werden. Zugleich wird, wo diese Möglichkeit besteht, eine Erfolgs- oder Wirkungsbetrachtung durchgeführt. Eine Analyse der Personalkosten schließt sich an. Alle Zahlen beruhen auf den Ansätzen im Haushalt 2013.

Die Überlegungen stehen unter der Grundprämisse, dass in Laatzen eine Vielzahl von Angeboten auch von laatzener Vereinen und Einrichtungen organisiert und angeboten werden, diese aber in den wenigsten Fällen für ein überregionales Angebot und die Darstellung von Laatzen über die Stadtgrenzen hinaus sorgen. Daher soll der zukünftige Schwerpunkt auf eine Vermarktung von Laatzen nach außen (Erhöhung des Bekanntheitsgrades und Förderung des Images) gesetzt und die Bemühungen eines Stadtmarketings nach innen (Identifikation mit der eigenen Stadt) reduziert werden.

2. Verwaltungs- und Betriebsaufwendung

Im Folgenden sollen für alle Aktionen, Veranstaltungen und Projekte im Stadtmarketing die Verwaltungs- und Betriebsaufwendungen und der Ihnen gegenüberstehende Nutzen betrachtet werden. Hierbei wird zunächst auf Positionen eingegangen, die vollständig entfallen könnten, da sie entbehrlich sind, in einer anderen Form fortgeführt werden können oder eine geringe Resonanz haben. Danach sollen Bereiche betrachtet werden bei denen ein teilweiser Konsolidierungsbeitrag erzielt werden kann. Im Anschluss daran werden die Positionen erläutert, für die kein Konsolidierungsbeitrag gesehen wird, da sie wichtige Bereiche der Erinnerungskultur, des traditionellen Angebots der Stadt oder grundlegende Bereiche in der Darstellung der Stadt nach außen betreffen.

Vorlage gefertigt von	SV Team	Mitzeichnung andere Teams	EStr	BGM
Diktatz.:				

2.1 Bereiche die zur Disposition gestellt werden können

Erzählcafé

Das Erzählcafé ist eine Veranstaltungsreihe bei dem ein Angebot für ältere Menschen vorgehalten wird. Das Erzählcafé wird gemeinsam mit dem Copthorne Hotel durchgeführt. Hierbei geht es nicht nur um Unterhaltung, sondern auch um die Information über für Senioren relevante Themen. Die bisher zur Verfügung stehenden Mittel waren ausreichend, um Gagen und Aufwandsentschädigungen für neun Veranstaltungen im Jahr zu finanzieren. Die Streichung dieser Mittel betreffe nur eine relativ kleine Zielgruppe. Im Hinblick auf die demographische Entwicklung wächst die Zielgruppe allerdings. Falls daher ein ähnliches Angebot im neuen Stadthaus vorgehalten werden soll, müssten 2014 im Budget des Stadthauses Mittel in gleicher Höhe dafür eingestellt werden.

	Aufwendungen alt	Aufwendungen neu	Reduzierung
Erzählcafé	1.200 €	0 €	1.200 €

Sommerbühne Park der Sinne

Zur Etablierung der Sommerbühne hat das Stadtmarketing die Veranstaltung unterstützt, die Werbung mitfinanziert, Kosten für die Organisation des Auftritts von Vereinen übernommen und so auch zu einer Verringerung des Risikos für den Veranstalter gesorgt. Die Sommerbühne hatte witterungsabhängig gute bis sehr gute Besucherzahlen und soll daher von 2012 mit fünf Vorstellungen auf acht Vorstellungen in 2013 erweitert werden. Ab 2014 sollte die Sommerbühne soweit etabliert sein, dass Sie auch ohne finanzielle Unterstützung der Stadt erfolgreich durchgeführt werden kann, so dass der Zuschuss der Stadt ohne Einbußen bei der Qualität der Veranstaltung entfallen kann.

	Aufwendungen alt	Aufwendungen neu	Reduzierung
Sommerbühne	2.500 €	0 €	2.500 €

Veranstaltungsmaterial

Bei zahlreichen über das Jahr verteilten Veranstaltungen ist es notwendig passende Starkstromkabel, Trinkwasserschläuche, Kabelbrücken und Abspermaterial zur Verfügung zu haben. Durch intensiven Einsatz ist hier der Verschleiß recht hoch und es sind im Prinzip regelmäßig Neuanschaffungen zu tätigen. Dennoch kann auf die Investitionen verzichtet werden, wenn diese Materialien bei Bedarf angemietet werden und dann aus dem Budget der jeweiligen Veranstaltungen finanziert werden. Diese zusätzlichen Kosten werden zunächst gering sein, solange noch eigenes funktionsfähiges Material vorhanden ist, später aber steigen. Evtl. lassen sich dann aber auch bei finanziell erfolgreichen Veranstaltungen oder mit Unterstützung durch Sponsoren einzelne Ersatzinvestitionen tätigen.

	Aufwendungen alt	Aufwendungen neu	Reduzierung
Veranstaltungsm.	1.500 €	0 €	1.500 €

Sonderaktionen

Mit den im Haushaltsplan zur Verfügung stehenden Mitteln für Verwaltungs- und Betriebsaufwendungen war es in der Vergangenheit möglich, auch außergewöhnliche Veranstaltungen, Aktionen oder notwendige Sanierungen zu bestreiten. So wurde z. B. die Bühne im EKS saniert, eine Aktion mit Fotostudenten der Hochschule Hannover durchgeführt, Musical-Produktionen von TFN präsentiert oder das Kulturzelt der Region nach Laatzen geholt. Da es sich um sehr unterschiedliche Aktionen gehandelt hat, die auch mit unterschiedlichem Erfolg durchgeführt werden konnten, lässt sich keine allgemeine Aussage zur Resonanz treffen. Der Erfolg und die Akzeptanz von weiteren, neuen Sonderaktionen lassen sich ebenfalls nicht im Vorfeld evaluieren. Bei einer deutlichen Reduzierung der Aufwendungen ist im Eckwert kein Spielraum mehr für solche Aktionen gegeben. Hierfür müssten sonst andere Bereiche über das sinnvolle Maß gekürzt werden oder zusätzliche Mittel bereit gestellt werden.

	Aufwendungen alt	Aufwendungen neu	Reduzierung
Sonderaktionen	18.000 €	0 €	18.000 €

2.2 Bereiche mit Konsolidierungsbeitrag

Fest der Sinne

Das Fest der Sinne wird jährlich mit einem Zuschuss der Stadt in Höhe von 6.000 € durchgeführt. Für unterstützende Maßnahmen und eine eigene Präsentation stehen weitere 2.000 € zur Verfügung. Mit dieser Finanzierung konnte in der Vergangenheit sichergestellt werden, dass das Fest der Sinne annähernd werbefrei durchgeführt werden konnte. Durch seinen besonderen Charakter spricht das Fest der Sinne eine breite Zielgruppe an und erreicht auch Besucher aus der weiteren Umgebung von Laatzen, die sonst eher selten Veranstaltungen in Laatzen besuchen. Damit ist das Fest der Sinne eine der wichtigsten Säulen im Laatzenener Veranstaltungskalender. Ab 2014 ist es denkbar, den Zuschuss der Stadt zu halbieren und auch die Finanzierungsreserve um die Hälfte zu kürzen. Bei einer Neuausschreibung sind dann entsprechende Zugeständnisse an den Veranstalter zu machen. Dieser muss dann bei der Finanzierung stärker auf Sponsoren (z. B. Brauereien oder andere Großunternehmen) zurückgreifen, um ein Angebot in gleichem Umfang und gleicher Qualität sicher zu stellen. Dieses erscheint in Hinblick auf vergleichbare Feste in anderen Kommunen realistisch, ein etwas kommerzielleres Erscheinungsbild des Festes der Sinne wird sich aber nicht vermeiden lassen. Eine Neuausschreibung des Festes der Sinne für 2014 ff wird notwendig.

	Aufwendungen alt	Aufwendungen neu	Reduzierung
Fest der Sinne	8.000 €	4.000 €	4.000 €

Regionsentdeckertag

Beim Regionsentdeckertag ist in den letzten Jahren die Stadt immer doppelt vertreten gewesen. Zum einen mit einem repräsentativen Zelt auf dem Opernplatz, zum anderen mit einem lokalen Punkt in Laatzen, der Besucher und Besucherinnen über die Jahre die verschiedensten Angebote und Attraktionen mit einem spannenden Begleitprogramm näher gebracht hat. Während zur positiven Außendarstellung der

Stadt das Zelt auf dem Opernplatz einen großen Beitrag zur Darstellung von Laatzen geleistet hat, wurden die Veranstaltungen in Laatzen häufig nur schwach besucht. Anstatt aufwändige Veranstaltungen selbst zu organisieren oder Partner zu finden, die mit finanzieller Unterstützung der Stadt diese Aufgabe übernehmen, ist es auch denkbar, Vereine oder Einrichtungen zu finden, die darin eine Chance sehen, sich im Rahmen des Regionsentdeckertages zu präsentieren. Die Unterstützung durch die Stadt wäre dann rein ideeller Natur und die Vereinsveranstaltung wäre der Entdeckerpunkt in Laatzen. Auch bei der Veranstaltung auf dem Opernplatz lassen sich noch kleinere Einsparungen realisieren, ohne dass dadurch eine positive und auffällige Darstellung der Stadt in Frage gestellt wird.

	Aufwendungen alt	Aufwendungen neu	Reduzierung
Entdeckertag	5.000 €	3.000 €	2.000 €

Leinelauf

Der Leinelauf findet seit einigen Jahren auf seiner neuen Strecke mit Start und Ziel am Alten Rathaus im Rahmen des Winzerfestes statt. Hierdurch hat der Leinelauf stark an Popularität gewonnen, ist ein wichtiger Baustein im Laufpass der Region Hannover geworden und erfreut sich jedes Jahr steigender Läuferzahlen. Nach der Verlegung waren Investitionen in neue Beschilderungen, Werbemittel, Absperrmaterialien und, wegen der deutlich größeren Teilnehmerzahl, Startnummern notwendig. Nachdem sich der Lauf auf der neuen Strecke etabliert hat, lässt er sich jetzt günstiger durchführen, so dass eine Reduzierung der Aufwendungen denkbar ist. Dazu kommen die Einnahmen durch die Startgebühren, die bei steigender Teilnehmerzahl auch den Zuschussbedarf weiter senken. Langfristig ist eine alleinige Ausrichtung durch einen Laatzeener Verein angestrebt.

	Aufwendungen alt	Aufwendungen neu	Reduzierung
Leinelauf	3.000 €	2.000 €	1.000 €

Veranstaltungsfächer „Festsommer in Laatzen“

Der Veranstaltungsfächer „Festsommer in Laatzen“ hat sich durch Aufmachung und Inhalt in den letzten Jahren zu einem begehrten Artikel und Informationsmedium entwickelt. Mit ihm ist es möglich gezielt und attraktiv auf die Höhepunkte im Veranstaltungskalender der Stadt hinzuweisen. Durch den Veranstaltungsfächer werden insbesondere solche Veranstaltungen unterstützt, die von Initiativen und Vereinen in Laatzen mit viel ehrenamtlichem Engagement durchgeführt werden. Er ist damit auch eine Wertschätzung gegenüber der Arbeit dieser Vereine. Nachdem die Auflage in den letzten Jahren erhöht wurde, kann sie aus Gründen der Einsparung wieder gesenkt werden.

	Aufwendungen alt	Aufwendungen neu	Reduzierung
Veranstaltungsf.	2.600 €	2.000 €	600 €

Werbeaktionen

Der Ansatz für die Durchführung von Werbeaktionen kann reduziert werden, wenn darauf verzichtet wird, sich mit den Sinnessäulen oder Infoständen auf Festen innerhalb der Stadt Laatzen zu präsentieren. Dieses klassische Stadtmarketing nach innen hat bisher vor allem Kinder angesprochen, während auf Veranstaltungen außer-

halb Laatzens der gefühlte Altersdurchschnitt der Besucher deutlich höher liegt. Eine Teilnahme am Autofreien Sonntag in Hannover und am NP Rendezvous erscheint daher weiterhin sinnvoll, ebenso wie die Beteiligung an Werbeaktionen der Tourismusregion Hannover. Eine Konzentration der Maßnahmen auf Bereiche außerhalb des Stadtgebietes sichert die positive Wahrnehmung der Stadt nach außen und damit eine erfolgreiche Positionierung im interkommunalen Wettbewerb.

	Aufwendungen alt	Aufwendungen neu	Reduzierung
Werbeaktionen	3.700 €	2.500 €	1.200 €

Merchandiseartikel

Die Stadt Laatzens hat sich in der Vergangenheit mit zahlreichen Merchandise- oder Logoartikeln präsentiert. Vom Schreibblock über Stifte, Parkscheiben, Bonbons, Pins, Buttons bis hin zu kleinen Hundekot-Tütenspendern für das Hundehalsband wurden Streuartikel hergestellt, die Aufmerksamkeit schaffen und die Identifikation der Bürger mit Ihrer Stadt erhöhen sollten. Gleichzeitig werden Tassen, Regenschirme, Schirmmützen, Teddys und T-Shirts gefertigt, die in der Information zum Kauf angeboten werden, aber auch zu besonderen Anlässen verschenkt werden. Eine Reduzierung beider Bereiche ist in einem gewissen Maße denkbar. Eine vollständige Einstellung ist aber nicht empfehlenswert, da ein gewisses Grundsortiment von Bürgerinnen und Bürgern sowie Gästen der Stadt erwartet und nachgefragt wird.

	Aufwendungen alt	Aufwendungen neu	Reduzierung
Merchandise	2.500 €	1.500 €	1.000 €

2.3 Bereiche ohne Konsolidierungsbeitrag

Winzerfest

Das Winzerfest findet schon seit fast 20 Jahren in Laatzens statt und hat sich in dieser Zeit zu einem festen Bestandteil des Veranstaltungskalenders entwickelt. Es ist das letzte große Fest, das die Stadt Laatzens nicht nur veranstaltet, sondern auch selbst organisiert. Die Besucherzahlen sind stabil hoch und durch die Werbung der teilnehmenden Winzer bei Ihren eigenen Kunden stammen die Besucher aus einem relativ weiten Einzugsbereich. Neben dem Winzerfest auf dem Opernplatz in Hannover hat sich das Winzerfest Laatzens, insbesondere durch die idyllische und gemütliche Örtlichkeit im Park vor dem Alten Rathaus etabliert. Die hierbei entstehenden Aufwendungen sind für die Durchführung der Veranstaltung notwendig. Im Gegensatz zu Veranstaltungen mit Vereinen ist aber über die Standgebühren der Winzer eine Refinanzierung der Aufwendungen zu einem großen Teil möglich.

	Aufwendungen alt	Aufwendungen neu	Reduzierung
Winzerfest	5.000 €	5.000 €	0 €

Weihnachtsmärchen

Das Weihnachtsmärchen in Laatzens erfreut sich bei Eltern und Kindern in Laatzens sehr großer Beliebtheit. Durch die Zusammenarbeit mit dem Wittener Kinder- und

Jugendtheater konnten in den letzten Jahren hochwertige Stücke präsentiert werden, die das Zielpublikum sehr positiv ansprachen. Durch den Verkauf von Eintrittskarten ist im Ergebnis der eigentliche Zuschussbedarf sehr gering. Diese traditionelle und auf die Zielgruppe Kinder ausgerichtete Veranstaltung kann im weitesten Sinne auch dem Laatzener Profil für Bildung und Betreuung zugerechnet werden.

	Aufwendungen alt	Aufwendungen neu	Reduzierung
Märchen	3.000 €	3.000 €	0 €

Volkstrauertag & Erntedank

Das städtische Angebot an diesen Feiertagen wird ebenfalls vom Stadtmarketing vorgehalten. Finanziert werden die städtischen Kränze und Fackeln beim Volkstrauertag, beim Gedenken an die Pogromnacht, sowie die Getränke bei der Übergabe der Erntekrone an die Stadt. Dieser Bereich ist nicht Stadtmarketing im klassischen Sinne und müsste bei einer Streichung im Produkt Stadtmarketing an anderer Stelle erneut eingestellt werden.

	Aufwendungen alt	Aufwendungen neu	Reduzierung
Volkstrauer&Ernted.	700 €	700 €	0 €

Infokarten für Hotels

Seit einigen Jahren ist die Stadt Laatzen mit zwei Infokarten (aquaLaatzium und Park der Sinne) in den Infokästen in allen größeren Hotels der Region Hannover vertreten. Hierdurch kann Laatzen sein Angebot gezielt Gästen im Raum Hannover präsentieren. Dadurch werden Menschen dazu bewegt, Laatzen zu besuchen und so die Bekanntheit Laatzens generell erhöht.

	Aufwendungen alt	Aufwendungen neu	Reduzierung
Infokarten	1.500 €	1.500 €	0 €

2.4 Zusammenfassung Sachaufwendungen

Fasst man alle Aufwendungen zusammen, wird vorgeschlagen, die Aufwendungen von 58.200 Euro auf 25.200 Euro zu reduzieren. Dies führt zu einer Einsparung von 33.000 Euro.

	Aufwendun- gen alt	Aufwendun- gen neu	Reduzie- rung
vollst. Konsolidierung (Kap. 2.1)	23.200 €	0 €	23.200 €
teilw. Konsolidierung (Kap 2.2)	24.800 €	15.000 €	9.800 €
ohne Konsolidierung (Kap 2.3)	10.200 €	10.200 €	0 €
zusammen	58.200 €	25.200 €	33.000 €

3. Erträge

Auf der Ertragsseite finden sich ein Zuschuss der Gartenregion zum Fest der Sinne, die Standgebühren beim Winzerfest, die Startgebühren beim Leinelauf, der Verkauf von Merchandiseartikeln und die Eintrittsgelder zum Weihnachtsmärchen.

Zuschuss Gartenregion

Der Zuschuss der Region Hannover zum Fest der Sinne findet im Rahmen der Gartenregion statt. Dieser Zuschuss muss in jedem Jahr neu beantragt werden und wird dann individuell beschieden. Im Rahmen von Kürzungen bei der Region Hannover ist der Zuschuss in den letzten Jahren schon halbiert worden. Bisher wird davon ausgegangen, dass der Zuschuss erhalten bleibt, eine Erhöhung ist aber unwahrscheinlich.

Standgebühr Winzerfest

Die Standgebühren für das Winzerfest wurden zuletzt dadurch angehoben, dass die Stadtmarketing GmbH aufgelöst wurde. Hierdurch konnte auf der Rechnung keine Mehrwertsteuer mehr ausgewiesen werden, die die Winzer als Vorsteuer hätten abziehen können. Neben den Standgebühren unterstützten die Winzer das Fest auch aktiv durch Werbemailings, Preise für die Tombola (deren Einnahmen der Stadt zufließen) und Preise für die Siegerehrung des Leinelaufs. Eine Erhöhung erscheint damit nicht möglich.

Startgebühr Leinelauf

Der Leinelauf erfreut sich seit drei Jahren auf der neuen Strecke immer größerer Beliebtheit. Mit sechs Euro Startgebühr für Erwachsene und vier Euro für Kinder liegt die Startgebühr im unteren Mittelfeld der Volksläufe in der Region Hannover. Eine deutlich höhere Startgebühr ist nicht empfehlenswert, da ein Volkslauf für alle Bevölkerungsgruppen offen sein sollte und auch jetzt schon gelegentlich Forderungen nach einer geringeren Startgebühr erhoben werden.

Merchandiseartikel

Der Verkauf von Merchandiseartikeln in der Information ist keine gesicherte Einnahme der Stadt. Hier sind saisonale Schwankungen und Zufälligkeiten dominierend. Eine Erhöhung dieser Einnahmeposition ist daher nicht möglich. Da die Artikel nur mit einem sehr kleinen Aufschlag zum Einkaufspreis verkauft werden, trägt der Verkauf von Merchandiseartikel aber auch nicht zur Reduzierung des Zuschussbedarfs des Produktes bei.

Eintrittsgelder Weihnachtsmärchen

Um allen sozialen Gruppen den Besuch des Weihnachtsmärchens zu ermöglichen, sollten die Eintrittspreise nicht erhöht werden, da gerade im Bereich der Kinder keine Einnahmemaximierung betrieben werden sollte.

Zusammenfassung

Es bleibt festzustellen, dass schon in der Vergangenheit die Erträge soweit maximiert wurden, wie es der jeweilige Bereich zugelassen hat. Eine weitere Erhöhung von Standgebühren, Startgeldern oder Eintrittskarten ist nicht möglich.

4. Personalkosten

Im Produkt Stadtmarketing sind ein Mitarbeiter und zwei Mitarbeiterinnen mit unterschiedlichen Stellenanteilen beschäftigt. So wird die Teamleiterstelle zu 50 Prozent dem Produkt Stadtmarketing zugerechnet. Die beiden Mitarbeiterinnen arbeiten mit 75 Prozent ihrer Stelle im Produkt Stadtmarketing. Die jeweils verbleibenden Stellenanteile entfallen auf das Produkt Wirtschaftsförderung. In der Summe entstehen daher im Stadtmarketing Personalkosten in Höhe von 112.000 Euro.

Stelle	Stellenanteil	Kosten der Stelle	Anteil Stadtmarketing
Teamleiter	50 %	86.000 €	43.000 €
Sachbearbeiter 1	75 %	45.000 €	33.750 €
Sachbearbeiter 2	75 %	47.000 €	35.250 €
Stadtmarketing insg.	200 %		112.000 €

Bei einer starken Reduzierung der Sachmittel im Stadtmarketing ist der anfallende Arbeitsaufwand auch mit einer Reduzierung der Stellenanteile denkbar. Dies führt zunächst zu einer erhöhten Arbeitsbelastung der verbleibenden Stelleninhaber, ist aber mittelfristig realisierbar. Mit der Streichung von 75 Prozent einer Sachbearbeiterstelle und der Reduzierung der zweiten Sachbearbeiterstelle um 25 Prozent, kann in der Summe eine Stelle im Produkt Stadtmarketing eingespart werden.

Stelle	Stellenanteil	Kosten der Stelle	Anteil Stadtmarketing
Teamleiter	50 %	86.000 €	43.000 €
Sachbearbeiter 1	50 %	45.000 €	22.500 €
Stadtmarketing insg.	100 %		65.500 €

Durch Wegfall dieser Stelle können daher weitere ca. 46.500 Euro im Produkt Stadtmarketing eingespart werden. Wie zeitnah sich diese Einsparung tatsächlich realisieren lässt, hängt davon ab, wie schnell eine passende Verwendung für die Stelleninhaberin in anderen Bereichen der Stadtverwaltung gefunden werden kann.

	bisheriger Ansatz	zukünftiger Ansatz	Konsolidierungsbeitrag
Personalkosten	112.000 €	65.500 €	46.500 €

5. Zusammenfassung und Fazit

Das Stadtmarketing der Stadt Laatzen bietet mit einer Vielzahl von Angeboten und Veranstaltungen ein breites Spektrum von Möglichkeiten sich mit der Stadt Laatzen zu identifizieren und Angebote in Laatzen wahrzunehmen. Da eine quantitative Wirkung dieser Stadtmarketingaktionen oft nicht ermittelbar ist, sind viele Aussagen über Erfolg und Ergebnis eher qualitativer Natur. Die Wirkung von Einsparungen lässt sich daher auch nicht exakt messen und möglicherweise kann in den Folgejahren eine Nachsteuerung notwendig werden.

Mit einer Reduzierung der Aufwendungen von 58.200 Euro auf 25.200 Euro werden Einsparungen in Höhe von 34.000 Euro erzielt. Durch die Einsparung einer Stelle im Produkt Stadtmarketing können weitere 46.500 € eingespart werden. In der Summe können also auf Basis des vorliegenden Konzeptes Einsparungen in Höhe von 79.500 € erzielt werden. Bei einer Umsetzung dieses Konzeptes ist also fast eine Halbierung des jetzigen Ansatzes für Stadtmarketing möglich.

	bisheriger Ansatz	zukünftiger Ansatz	Konsolidierungs- beitrag
Aufwendungen	58.200 €	25.200 €	33.000 €
Personalkosten	112.000 €	65.500 €	46.500 €
Zuschussbedarf			79.500 €

Diese Einsparungen führen zu einer Reduzierung des kulturellen Angebots in Laatzten und zu einer Reduzierung von Maßnahmen für laatzener Bürger, sich mit ihrer Stadt zu identifizieren. Dennoch sind auch nach Umsetzung der Maßnahmen ein abwechslungsreiches Veranstaltungsprogramm und eine ausreichende Darstellung von Laatzten nach außen gegeben. Da dies dann vor allem durch engagierte Bürgerinnen und Bürger im Rahmen von Stadtteilstesten und Aktionen geschieht, nehmen die Bedeutung von ideeller Unterstützung und die Motivation dieser Gruppen stark zu.

Über die vorgestellten Einsparungen hinausgehende Kürzungen im Bereich Stadtmarketing hätten deutlich negativere Auswirkungen als die dargestellten Ansätze. Eine Stadt wie Laatzten benötigt einen gewissen Mindestansatz im Stadtmarketing, um nach außen und innen positiv wahrgenommen zu werden.

Im Auftrag

Dürr