

Vorlage der Verwaltung	Fachbereich: Finanzwirtschaft	Datum: 12.02.2019	Genehmigungsvermerk
Tagesordnungspunkt 4	Bezeichnung der Vorlage: Anträge der CDU-Fraktion vom 21.01.2015 und 12.09.2016 betreffend "freiwillige Leistungen" und "Produktuntersuchung"		Datum: 04.04.2019
Vorlage-Nr: VO/0052/19			Bürgermeister: Gez. Stock
Zu beraten im:			
Ö/N	Datum	Gremium	
Ö	09.04.2019	Haupt- und Finanzausschuss (2017)	

Sachverhalt:

Mit den Anträgen der CDU-Fraktion vom 21.01.2015 und 12.09.2016 wurde die Verwaltung beauftragt, folgende Untersuchungen durchzuführen und Aufstellungen vorzulegen:

- 1.) Aufstellung, aus der sich ergibt, bei welchen aktuell von der Verwaltung erbrachten Aufgaben und Leistungen es sich um Pflichtaufgaben oder sogenannte freiwillige Leistungen handelt.
- 2.) Bestimmte Produkte, vor allem in Bezug auf die Standards, näher zu untersuchen mit der konkreten Zielvorgabe, bezifferbare Einsparpotentiale im Bereich der freiwilligen Leistungserbringung zu ermitteln und konkrete Umsetzungsfahrpläne zur Erreichung dieser Einsparung vorzulegen.

Folgend werden die Produkte 15 01 01 „Stadtmarketing“ und 15 02 00 „Tourismus“ exemplarisch untersucht und vorgestellt. Produktkritik gehört zu den neueren Instrumenten des NKF und bedarf eines gewissen Verständnisses für verwaltungs- und betriebswirtschaftliche Zusammenhänge. Hierbei gilt es die auftretenden Zielkonflikte zu erkennen und aufzulösen.

Das Produkt 15 01 01 (Stadtmarketing) besteht faktisch aus rein freiwilligen Leistungen. Der Rat hat am 16.06.2015 im Rahmen der Definierung der strategischen Ziele „Wegberg 2025“ die Themen Wohnen und Tourismus als zwei von drei Zielen neben dem Gewerbestandort definiert.

Auch wenn das Stadtmarketing nicht als strategisches Ziel definiert wurde, ist es jedoch zur Zielerreichung, insbesondere der Ziele „Wohnen und Tourismus“ unerlässlich, da die kulturelle Attraktivität der Stadt unabdingbar für ein gutes Wohnumfeld ist. Unstreitig ist, dass es sich hierbei um eine freiwillige Leistung handelt, die den Auflagen des HSK unterliegt.

Zur besseren Übersicht werden nun zunächst Erträge und Aufwendungen aufgeführt und tabellarisch dargestellt:

Erträge 15 01 01

Bezeichnung	Ansatz	Ist 2018
414810 Spenden Kultursommer	10.000 €	9455 €
414811 Spenden Winterzauber	5000 €	0 €
442100 Erträge aus Verkauf	5.500 €	2.182 €
446100 Sonstige privatrechtliche Leistungsentgelte	4.000 €	7.713 €
	24.500 €	19.350 €

Erträge 15 02 00

Bezeichnung	Ansatz	Ist 2018
432100 Benutzungsgebühren und ähnliche Entgelte	6.000 €	5.502 €
442120 Ertrag aus Verkauf (Kulturführer)	100 €	0 €
	6.100 €	5.502 €

Aufwendungen 15 01 01

Personalaufwendungen

Bezeichnung	Ansatz	Ist 2018
501100 Beamte	13.369 €	13.693 €
501200 Tariflich Beschäftigte	38.520 €	38.474 €
502200 ZVK Tariflich Beschäftigte	2.535 €	2.512 €
503200 Sozialversicherung Tariflich Beschäftigte	8.229 €	8.162 €
	62.653 €	62.841 €

Sachaufwendungen

Bezeichnung	Ansatz	Ist 2018
525580 Anschaffung von Geräten unter 410 €	2.000 €	24 €
527950 Kultursommer	24.000 €	31.316 €
527953 Radwandertag	1.500 €	2.555 €
527955 Stadtmarketing	12.000 €	20.551 €
527957 Winterzauber	5.000 €	6.087 €
543100 Geschäftsaufwendungen	5.000 €	905 €
	49.500 €	61.438 €

Aufwendungen 15 02 00

Personalaufwendungen

Bezeichnung	Ansatz	Ist 2018
501100 Beamte	6.685 €	6.846 €
501200 Tariflich Beschäftigte	15.901 €	16.990 €
502200 ZVK Tariflich Beschäftigte	1.220 €	1.305 €
503200 Sozialversicherung Tariflich Beschäftigte	3.153 €	3.341 €
	26.959 €	28.482 €

Sachaufwendungen

Bezeichnung	Ansatz	Ist 2018
521110 Instandhaltung allgemeines Grundvermögen	200 €	2.229 €
524100 Bewirtschaftung Grundstücke und bauliche Anlagen	2.000 €	1.997 €
527961 Aufwendungen Tourismus und Mühlen	12.000 €	11.515 €
531200 Aufwendungen für Zuwendungen an Gemeinden (GV)	6.300 €	6.300 €
531815 Zuschuss Schrofmühle	3.000 €	3.000 €
	23.500 €	25.041 €

Personalkosten:

Bei der Produktuntersuchung wurde zunächst ein Blick auf die personelle Ausstattung geworfen. Aus dem Stellenplan für das Jahr 2019 ablesbar verteilen sich die Stellenanteile für das Produkt **15 01 01** wie folgt:

A 13 gD 0,20
EG 9c 0,60

Zusätzlich ist ein Mitarbeiter im Rahmen einer geringfügigen Beschäftigung mit 20% im Stadtmarketing tätig. Die Verteilung der Personalkosten ist zwingend nachzuholen, damit eine korrekte produktscharfe Aufschlüsselung der Personalkosten erfolgen kann. Die Stelle EG 9c ist seit dem 01.03.2019 aufgrund des vorzeitigen Eintritts in den Ruhestand des Stelleninhabers vakant. Die Gesamtpersonalkosten sind im Ansatz der Personalkosten 2019 enthalten. Um die Veranstaltungen für 2019 sowie die touristische Beratung von Gästen weiterhin sicherzustellen, wurde mit dem ausgeschiedenen Stelleninhaber bis zur Neubesetzung der Stelle zum 01.07.2019 und zur weiteren Einarbeitung des Stellennachfolgers ein weiterer Vertrag über eine geringfügige Beschäftigung geschlossen. Ein genauer Vergleich der Personalkosten mit anderen Städten ist schwierig, da dort auch die Tätigkeiten, die sich in Wegberg hinter den Produkten 15 02 00 (Tourismus), 04 01 00 (Theater) und 01 15 00 (Städtepartnerschaften) verbergen.

Bei der genaueren Betrachtung der Personalkosten ist auffällig, dass die Personalkosten im Bereich der tariflich Beschäftigten in der Prognose in den Jahren 2021 und 2022 im Vergleich zu 2019 sinken sollen. Die freiwerdende Stelle in diesem Produkt wurde jedoch, entgegen der HSK-Maßnahme „Personalkosteneinsparkonzept“, auf Wunsch der Politik nicht in eine niedrigere Entgeltgruppe umgewandelt und wurde mit gleicher Wertigkeit ausgeschrieben. Grund ist die relativ hohe Verantwortung bei der Durchführung von Veranstaltungen. Dies konnte im Rahmen der Haushaltsberatungen aufgrund des späten Entscheidungszeitpunktes bei den Personalkosten nicht mehr korrigiert werden, wird aber im Haushaltsplan 2020 berücksichtigt werden. Dazu muss zwingend eine Kompensation im HSK benannt werden, wie die nicht erzielte prognostizierte Einsparung nun erzielt werden soll, diese Thematik wird auch im Genehmigungsschreiben zur Haushaltssatzung 2019 deutlich herausgestellt.

Die Verteilung der Stellenanteile im Produkt **15 02 00** sieht folgendermaßen aus:

A 13 gD 0,1

EG 9c 0,2
EG 9a 0,04
EG 8 0,04
EG 6 0,04
EG 5 0,04

In den hier dargestellten Personalkosten, sollten auch die Kosten für den Mitarbeiter im geringfügigen Beschäftigungsverhältnis zu 100% veranschlagt sein. Die Korrekturbedürftigkeit wurde bereits dargestellt. Aber an dieser Stelle ist zu erwähnen, dass Personalkosten für diesen Mitarbeiter weder im Produkt Stadtmarketing noch im Produkt Tourismus abgebildet werden.

Ein direkter Vergleich der Stellenschlüssel der Stadt Wegberg mit anderen Kommunen ist wie bereits oben erwähnt schwierig, da nur sehr wenige Kommunen Tourismus als eigenes Produkt ausgewiesen haben. Wie bereits beim Produkt Stadtmarketing ausgeführt, ist es entweder ein Kombiprodukt mit einem anderen Feld (Wirtschaftsförderung, Kultur, o.ä.) oder es ist bei einer GmbH angesiedelt.

Sachkosten:

15 01 01

Die dargestellte Entwicklung der Personalkosten und die überplanmäßige Steigerung von fast 25% für Aufwendungen von Sach- und Dienstleistungen und die Unterschreitung der geplanten Erträge zeigen einen Handlungsbedarf. Die Überschreitung der Ansätze ist in der kurzfristigen zusätzlichen Übernahme von Veranstaltungen der Werbegemeinschaft geschuldet, die sich hierzu personell nicht in der Lage sahen. Ohne diese Maßnahme wären Veranstaltungen wie Stadtfest, Herbstfest und Adventsmarkt ausgefallen. An dieser Stelle ist nochmals deutlich darauf hinzuweisen, dass es sich hierbei um freiwillige Leistungen handelt, die im Rahmen des HSK nicht ohne Weiteres übernommen werden dürfen. Die Kommunalaufsicht nimmt im Genehmigungsschreiben zur Haushaltssatzung 2019 deutlich Bezug auf die HSK-Maßnahme Nr. 3 „Stadtmarketing“ und führt aus, dass mit dieser Maßnahme bislang keine Einsparungen erzielt werden konnten und fehlende Einsparungen auch zukünftig durch andere Einsparungen zu erzielen sind. Zudem ist der Kommunalaufsicht zum 30.06.2019 der Stand aller HSK-Maßnahmen mitzuteilen. Es besteht also dringender Handlungsbedarf.

NKF wurde mit dem Ziel der Output-Orientierung eingeführt, insofern ist die erbrachte Leistung in das Verhältnis zum Ressourcenaufwand zu setzen. Eine rein wirtschaftliche geldwerte Betrachtung ist in diesem Aufgabenfeld schwierig, da auch gesellschaftliche und kulturelle Ziele zu berücksichtigen sind.

Der Fachbereich Finanzwirtschaft empfiehlt, den bestehenden Output kritisch auf den Prüfstand zu stellen und in Betracht zu ziehen, Veranstaltungen an Dritte abzugeben, die auch ein wirtschaftliches Interesse an Veranstaltungen (z.B. verkaufsoffene Sonntage) hegen. Sollte dies nicht möglich sein, bleibt es in Betracht zu ziehen, die Vielzahl der Veranstaltungen zu reduzieren und eine Priorisierung vorzunehmen, damit der finanzielle Aufwand reduziert werden kann.

Beispielsweise hat die Stadt Erkelenz eine Klassifizierung von Stadtmarketing-Veranstaltungen erfolgreich eingeführt. Hier werden für einen Zeitraum von drei Jahren Veranstaltungen auf den Prüfstand gestellt und hinsichtlich eines zuvor festgelegten Kriterienkatalogs beleuchtet. Unterstützung zu den beschlossenen Veranstaltungen leistet die Stadt gegenüber Dritten in Form eines festgelegten Budgets und in Form administrativer Unterstützungsleistungen. Vorstellbar wäre zum Beispiel für Veranstaltungen von Vereinen (Dorfvereine, Aktionskreis Wegberger Mühle, Kulturring usw.) eine Prämie auszuloben, wenn deren Veranstaltungen breites messbares Publikumsinteresse finden.

Mit der Neubesetzung der Stelle Stadtmarketing im Sommer 2019 sollen die bisherigen Konzepte kritisch auf den Prüfstand gestellt werden. Sich hieraus ergebende Einsparungsmöglichkeiten wird die Verwaltung vor der Aufstellung des Haushaltsplans 2020 mit einer Beratungsvorlage im Fachausschuss darstellen.

15 02 00

Eine genaue Betrachtung der Erträge und Aufwendungen dieses Produktes zeigt, dass in erster Linie Erträge und Aufwendungen durch den Wohnmobilplatz erfolgen.

Einzig der Ansatz beim Sachkonto 521100 wurde für die Instandhaltung des Wohnmobilstellplatzes überschritten.

Im Bereich der Aufwendungen wird der Ansatz im Sachkonto 52 79 61 nicht komplett in Anspruch genommen. Die gebuchten Posten sind fast ausschließlich Flyer, Beschilderungen, Stromkosten für die E-Bike-Stromstelle „Zum Thomeshof“ und Inserate.

Tourismus und die damit verbundene Weiterentwicklung des Tourismus ist vom Rat der Stadt Wegberg zu einem der strategischen Ziele „Wegberg 2025“ erklärt worden. Die Verwaltung hat in den vergangenen Jahren durch zahlreiche Maßnahmen die Stadt Wegberg als Naherholungsziel besser bekannt gemacht. So wurden verschiedene touristische Routen entwickelt, eine Zusammenarbeit mit der Gemeinde Leudal/ NL zum Thema Mühlen gestartet und sich an dem grenzüberschreitenden Euregio Projekt „Kulturlandschaft Digital“ beteiligt. Nicht zuletzt hat die Stadt einen erheblichen Anteil daran, dass der Kreis Heinsberg seit dem 01.01.2018 Mitglied im Niederrhein Tourismus geworden ist.

In den vergangenen Jahren konnten die Übernachtungszahlen auf über 90.000 pro Jahr, das sind 1/3 aller Übernachtungen im Kreisgebiet gesteigert werden. Ein Übernachtungsgast führt zu einer durchschnittlichen täglichen Wertschöpfung in Höhe von rd. 70,- €. Die getätigten Ausgaben für Übernachtungen, Verpflegung und Sonstiges führen folglich zu einer Umsatzsteigerung bei den Betrieben und Unternehmen in der Stadt in Höhe von rd. 6,3 Mio. €. Hierbei ist es unerheblich, aus welchem Grund die Übernachtung erfolgte.

Die steigende Anzahl der Tagestouristen ist dabei noch nicht berücksichtigt. Es sollten weitere Maßnahmen und Ideen entwickelt werden.

Hier sollte dringend die im Rahmen des NKF geförderte Output-Orientierung in den Fokus gestellt werden. Tourismusförderung lebt mit der Herausforderung, dass der Aufwand nicht direkt als Ertrag zurückfließt, sondern sich auf verschiedene Akteure des Gastgewerbes verteilt. Es sollten Überlegungen angestellt werden, wie Erträge generiert werden können und durch eine Steigerung der Attraktivität des Tourismus Synergien zu anderen Bereichen entstehen könnten.

Die Erträge beim Wohnmobilstellplatz sind rückgängig, hier sollte untersucht werden, woran das liegt und Maßnahmen entwickelt werden, um diesem Trend entgegenzuwirken.

Beschlussvorschlag:

Der Haupt- und Finanzausschuss nimmt die Ausführungen zu den beiden Anträgen der CDU-Fraktion zur Kenntnis. Er beauftragt die Verwaltung mit weiteren Produkten in gleicher Weise zu verfahren und empfiehlt dem Rat der Stadt Wegberg folgende Zielformulierungen gemäß § 41 Abs. 1 Bst. t GO NRW vorzunehmen:

1. „Die Verwaltung stellt die bisherigen Veranstaltungen auf den Prüfstand mit dem Ziel, Veranstaltungen mit einem großen Publikumsinteresse durchzuführen unter Einhaltung der bereitgestellten Haushaltsmittel. Hierzu entwickelt sie einen Kriterienkatalog für die Klassifizierung von Veranstaltungen und stellt ihn im zuständigen Ausschuss vor. Ziel ist die Erhöhung des Outputs im Produkt 15 01 01 (Stadtmarketing) und die Aktivierung weiterer Akteure für das Stadtmarketing.“
2. „Die Verwaltung wird weitere Maßnahmen entwickeln, den Tourismus in der Stadt als zusätzlichen Wirtschaftsfaktor zu stärken. Dabei wird die Arbeitsgruppe Tourismus eingebunden.“

Unterschrift d. federführenden Fachbereichleiters/Dezernenten

Gez. Vieth
Gez. Kühlen

FBL in 401
Stadtkämmerin

Gegenzeichnung d. beteiligten Fachbereichsleiter/Dezernenten

Gez. Lambertz

FBL BBM