

# MITTEILUNGSVORLAGE

			<b>Vorlage-Nr.: M 14/0207</b>
<b>11 - Zentrale Steuerung</b>			<b>Datum: 05.05.2014</b>
<b>Bearb.:</b>	<b>Herr Bernd-Olaf Struppek</b>	<b>Tel.: -398</b>	<b>öffentlich</b>
<b>Az.:</b>			

Beratungsfolge	Sitzungstermin	Zuständigkeit
Hauptausschuss	05.05.2014	Anhörung

**Beantwortung der Anfrage von Herrn Grube zum Thema "Norderstedter Opernball" (Sitzung des Hauptausschusses vom 10.03.2014, TOP 8.4**

**Sachverhalt**

- 1. Mit welcher Summe beteiligt sich das ARRIBA als Sponsor beim Norderstedter Opernball?**

***Gemeinsame Stellungnahme Stadtwerke Norderstedt, wilhelm.tel GmbH und Verkehrsgesellschaft Norderstedt mbH:***

Das ARRIBA unterstützt den Norderstedter Opernball im Rahmen seines im Wirtschaftsplan durch die Politik beschlossenen Budgets für Werbung und Öffentlichkeitsarbeit. Der Betrag, der für das sogenannte Sponsoring entrichtet wird, bewegt sich innerhalb der vorgegebenen Richtlinien und ist angemessen für die Leistungen, die bei der Veranstaltung durch die TriBühne erbracht werden. Eine öffentliche Nennung des Betrages (Summe) für diese Einzelmaßnahme wird von der Werkleitung als nicht sinnvoll erachtet, da die Angemessenheit der Leistungen nur im Kontext mit den vertraglichen Einzelheiten betrachtet werden können und diese sind aus Wettbewerbsgründen nicht öffentlich zugänglich.

***Stellungnahme Mehrzwecksäle Norderstedt GmbH:***

Im Rahmen der Finanzplanung zur Etablierung eines neuen Veranstaltungsformats wurden drei Einnahmequellen errechnet und objektiv bewertet. Dies sind die Eintrittsgelder, der Gastronomieumsatz während des Balls und Sponsoringbeiträge durch die Einbindung von Unternehmen in das Werbekonzept. Den Sponsoringgebern wurden zwei unterschiedliche Leistungspakete angeboten. Sämtliche Leistungen sind mittels eines Sponsoringvertrages genau definiert und bewertet. Der zu entrichtende Betrag entspricht den marktüblichen Konditionen der vereinbarten Leistungen. Eines dieser beiden Leistungspakete hat das ARRIBA gebucht. Eine objektive Bewertung des Sponsoringvertrages ist nur unter Berücksichtigung der Leistungen möglich, welche nicht öffentlich sind.

- 2. Beteiligen sich auch andere städtischen Unternehmen oder Eigenbetriebe als Sponsor beim Opernball? Wenn ja, in welcher Höhe?**

***Stellungnahme Mehrzwecksäle Norderstedt GmbH:***

Nein.

Sachbearbeiter/in	Fachbereichsleiter/in	Amtsleiter/in	mitzeichnendes Amt (bei über-/ außerplanm. Ausgaben: Amt 11)	Stadtrat/Stadträtin	Oberbürgermeister
-------------------	-----------------------	---------------	--	---------------------	-------------------

**3. Welche städtischen Unternehmen oder Eigenbetriebe oder Unternehmen mit sonstiger städtischer Beteiligung haben in 2013 mit welcher Höhe für welche Veranstaltungen Sponsorengelder gezahlt?**

***Gemeinsame Stellungnahme Stadtwerke Norderstedt, wilhelm.tel GmbH und Verkehrsgesellschaft Norderstedt mbH:***

Von den Stadtwerken Norderstedt wurden folgende Veranstaltungen 2013 unterstützt:

Ball der Kultur (TriBühne),  
Ball des Sports (DLRG)  
Reitturnier auf Reitanlage Hof Nordpol  
Beachvolleyball-Turnier beim ARRIBA (Department of Style)  
Stadtmeisterschaften im Tennis  
Norderstedter Dreiklänge (Kulturstiftung Norderstedt)  
50 Jahre DRK Norderstedt  
Konzert des Chanty Chors Alstermöwen  
Fachvorträge des Seniorenbeirats  
THW-Maifeier  
Freiwillige Feuerwehr Glashütte (Dorffest)  
Abend der Norderstedter Wirtschaft (Norderstedt Marketing)  
1.SC Norderstedt Norddeutsche Meisterschaften

***Stellungnahme Mehrzwecksäle Norderstedt GmbH:***

Die MeNo hat in 2013 unterstützt:

„TriBühne Triathlon“ (Wasserratten)

***Stellungnahme EGNO:***

In 2013 wurde nur der Abend der Norderstedter Wirtschaft unterstützt.

***Stellungnahme der Bildungswerke:***

Die Bildungswerke haben in 2013 kein sogenanntes Sponsoring in vergleichbarer Form betrieben.

***Stellungnahme der Stadtpark Norderstedt GmbH***

Die Stadtpark Norderstedt GmbH hat im Jahr 2013 keine sogenannten Sponsorengelder gezahlt.

**4. Welchen monetären Nutzen hat die Stadt Norderstedt vom Auftritt der städtischen Sponsoren?**

***Gemeinsame Stellungnahme Stadtwerke Norderstedt, wilhelm.tel GmbH und Verkehrsgesellschaft Norderstedt mbH:***

Die von den Stadtwerken Norderstedt getätigten Unterstützungen beruhen immer auf einer vertraglichen Grundlage, die eine definierte Gegenleistung abfordert und dokumentiert. Die Bereitstellung der Leistungen basiert in der Regel auf Darstellung, Nutzung von Werbeflächen, Nennung auf Trägermaterialien, Anzeigen, Widmungen, Bezeichnungen und/oder sonstiger Darbietung(en), die die Stadtwerke oder ihre Töchter betreffen.

Dabei ist bekanntermaßen ein direkter Nutzen nicht explizit zu beziffern. Es gibt allerdings Korrelationen, die den Bekanntheitsgrad z. B. in den Medien wie Fernsehen und Tageszeitung aufzeigen. Diese Präsenz wäre durch das Schalten von Anzeigen nie erreichbar.

### ***Stellungnahme Mehrzwecksäle Norderstedt GmbH:***

Diese Frage kann mittels einer kurzen Stellungnahme nicht beantwortet werden. Der Nutzen einer Stadt von unterschiedlichen Werbemaßnahmen und –kampagnen ist breit gefächert. Imagegewinn und Wertschöpfungskette lassen sich nur in Form einer umfangreichen Studie ermitteln. Hierfür wäre es aber erforderlich, alle städtischen Maßnahmen über Jahre zu erfassen und zu bewerten. Die Beauftragung einer solchen Studie wird in der Regel nur von Großstädten durchgeführt, die Kongress Centren und Messegesellschaften betreiben. Grundsätzlich lässt sich aber belegen, dass jede finanzielle Investition in Stadtmarketing, -events und Tourismus um ein Vielfaches in der darauf folgenden Wertschöpfungskette in die Stadt/Region zurück fließt. Ein Engagement bei Veranstaltungen lässt sich schwer in Zahlen bewerten, da sie mit den herkömmlichen Werbeinstrumenten wie Anzeigenschaltungen nicht vergleichbar sind.

## **5. Welchen sonstigen Nutzen sieht die Verwaltung?**

Aus Sicht der Verwaltung gibt es generell betrachtet eine Reihe von Veranstaltungen, die es zu unterstützen gilt beziehungsweise, die als unterstützenswert angesehen werden, weil es mit ihnen gelingt, das Wir-Gefühl der Menschen in Norderstedt zu stärken und/oder ein profiliertes Auftreten nach außen hin zu entwickeln. Es gilt als gemeinsame Anstrengung, das positive Bild Norderstedts als attraktiver Wohn- und als sich positiv entwickelnder Wirtschaftsstandort zu schärfen beziehungsweise zu untermauern.

## **6. Gibt es seitens der städtischen Unternehmen oder Verwaltung einen Kriterienkatalog, wann eine Veranstaltung sponsorable ist oder nicht? Wenn ja, welchen? Wenn nein, wonach wird entschieden?**

### ***Gemeinsame Stellungnahme Stadtwerke Norderstedt, wilhelm.tel GmbH und Verkehrsgesellschaft Norderstedt mbH:***

Für die Stadtwerke Norderstedt existiert ein Marketingkonzept, das die Werbung und Öffentlichkeitsarbeit und deren Aufgaben definiert. Die Entscheidungen dafür erfolgen im Einzelfall und im Zusammenhang mit den zu erwartenden Marketing-Erfolgen der vertraglichen Gegenleistungen. Das Engagement der Stadtwerke zur Unterstützung Norderstedter Sportvereine ist zudem in einem schriftlich formulierten Konzept dargestellt und Bestandteil einer internen Dienstweisung zum Marketing der Stadtwerke Norderstedt, der wilhelm.tel GmbH und der VGN. Das Konzept wurde beispielhaft in einem Leitfaden des VKU zum lokalen Engagement („CSR“) kommunaler Unternehmen veröffentlicht.

### ***Stellungnahme Mehrzwecksäle Norderstedt GmbH:***

Ein Kriterienkatalog gibt es nicht, da die MeNo nur Namenssponsor einer sportlichen Großveranstaltung ist.

### ***Stellungnahme EGNO:***

Einen eigens entwickelten Kriterienkatalog gibt es angesichts des Volumens nicht. Entscheidungen werden durch die Geschäftsführung nach Abwägung im Einzelfall getroffen.

## **7. Wer entscheidet über das Sponsoring und gibt es eine politische Beschlussfassung zum Sponsoring durch Unternehmen mit städtischer Beteiligung?**

### ***Gemeinsame Stellungnahme Stadtwerke Norderstedt, wilhelm.tel GmbH und Verkehrsgesellschaft Norderstedt mbH:***

Die Art und Weise wie Maßnahmen von Marketing- und Öffentlichkeitsarbeit im Einzelnen durchgeführt wird, unterliegt der normalen Geschäftstätigkeit der Stadtwerke und ihrem Unternehmen und wird durch die Werkleitung bzw. den Budgetverantwortlichen freigegeben.

Das Budget für Marketing-Maßnahmen wird durch die Gremien wie Werkausschuss, Aufsichtsräte und Stadtvertretung im Rahmen des Wirtschaftsplan genehmigt und kontrolliert.

***Stellungnahme Mehrzwecksäle Norderstedt GmbH:***

Die Beschlussfassung über einzelne Werbeaktivitäten erfolgt im Rahmen der Geschäftstätigkeit einer GmbH und wird bei der MeNo durch den Geschäftsführer beschlossen. Die Summe dieser Maßnahmen ist im Wirtschaftsplan der Gesellschaft abgebildet, der durch die politischen Gremien kontrolliert und verabschiedet wird.

***Stellungnahme EGNO:***

Einen eigens entwickelten Kriterienkatalog gibt es angesichts des Volumens nicht. Entscheidungen werden durch die Geschäftsführung nach Abwägung im Einzelfall getroffen.