

MITTEILUNGSVORLAGE

			Vorlage-Nr.: M 15/0112
81 - Stadtwerke			Datum: 03.03.2015
Bearb.:	Seedorff, Jens	Tel.:	öffentlich
Az.:			

Beratungsfolge	Sitzungstermin	Zuständigkeit
Hauptausschuss	09.03.2015	Anhörung

Beantwortung der Anfrage der Fraktion Bündnis 90 / Die Grünen vom 10.11.2014 zum Thema "Beteiligungen 2013/2014"

Frage:

„Der Beteiligungsbericht 2014 der Stadt Norderstedt gibt einen Überblick über die städtischen Eigenbetriebe, GmbHs und Unternehmen mit Beherrschungs- und Gewinnabführungsvertrag. Darüber hinaus existieren weitere Mitgliedschaften und Assoziationen.

Der Beteiligungsbericht gibt wichtige und zahlreiche Informationen und Kennzahlen über die angeführten Unternehmen, Eigenbetriebe und Beteiligungen. Die monetären Verflechtungen untereinander sind jedoch nicht aufgeführt.

Vor diesem Hintergrund fragen wir die Verwaltung:

1. *Welche Veranstaltungen, Vereine u.ä. wurden von den aufgeführten Beteiligungen 2013 und 2014 (bisher und geplant bis Ende 2014)*
 - a) *ARRIBA*
 - b) *Bildungswerke Norderstedt*
 - c) *EGNO GmbH*
 - d) *Kulturwerk*
 - e) *Norderstedt Marketing e.V.*
 - f) *Stadtpark Norderstedt GmbH*
 - g) *Stadtwerke Norderstedt*
 - h) *Mehrzwecksäle Norderstedt GmbH*
 - i) *wilhelm.tel GmbH*

mit welcher Gesamtsumme gesponsert?
2. *Welche Veranstaltungen haben die unter 1. aufgeführten Beteiligungen in 2013 und 2014 (bisher und geplant bis Ende 2014) durchgeführt?*

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

Erläuterungen der Werkleitung

Die Unternehmen der Stadtwerke Norderstedt haben ein wirtschaftliches Interesse an ihrer werblichen Präsentation im Rahmen von lokalen und regionalen Veranstaltungen.

Zur Bedeutung von Event-Marketingmaßnahmen innerhalb des Marketing-Mix der Unternehmensgruppe der Stadtwerke Norderstedt wurden bereits umfassende Erläuterungen im Rahmen der Beantwortung von Anfragen der Fraktion Bündnis 90/DIE GRÜNEN zum 1. Norderstedter Opernball gegeben (vgl. Niederschriften Hauptausschuss HA/013/XI vom 05.05.2014 – zu TOP 10.6 –, HA/015/XI vom 07.07.2014 – zu TOP 10.14, Anlage 8 – sowie HA HA/016/XI vom 15.09.2014 – zu TOP 17.1.) Hier sei insbesondere an die Ausführungen im Rahmen der Beantwortung der Anfrage 4 am 15.09.2014 erinnert:

Dort wurde mitgeteilt, dass für 2014 und die folgenden Jahre geplant sei, das Instrument des „Eventmarketings“ insgesamt weiter auszubauen, um lokale und regionale Alleinstellungsmerkmale zu etablieren. „Eventmarketing“ wurde unter Verweis auf die Quelle Wikipedia wie folgt definiert:

„Eventmarketing (auch Event-Marketing, Live-Kommunikation, Live-Marketing) bezeichnet die zielgerichtete und systematische Planung von Veranstaltungen (Messen, Konferenzen, Verkaufspräsentationen, Investoren-Versammlungen, Pressekonferenzen, Sport- und Kulturveranstaltungen) als absatzpolitisches Instrument oder image- und meinungsbildungsfördernde Maßnahmen zur Durchsetzung der Unternehmensziele und zum Aufbau der Reputation ... im Rahmen der Marketing-Kommunikation. Neben Marketing-Instrumenten werden Techniken der Inszenierung auch aus anderen Bereichen (Show, Theater, Performance) angewandt. ...

Unter Marketing-Events versteht man geplante Ereignisse in Form von Veranstaltungen und Aktionen, die den Adressaten unternehmens- und produktbezogene Kommunikationsinhalte erlebnisorientiert vermitteln sollen.“

Auf der Grundlage dieser Definition wurde der marketingstrategische Ansatz der Unternehmen der Stadtwerke Norderstedt beschrieben, mittels „Eventmarketing“ durchaus auf klassische Werbeinstrumente bzw. -träger zurückzugreifen (z.B. Plakate, Logo-Präsenz etc.), diese jedoch gezielt im Kontext von geeigneten Veranstaltungen einzusetzen. Neben der Präsentation im Rahmen von „klassischen“ Veranstaltungen gehen die Stadtwerke Norderstedt seit dem Jahr 2013 auch neue, selbstentwickelte Wege. So soll das Fest „querbeet“ im Stadtpark als fester Bestandteil der Kommunikationsstrategie weiter ausgebaut werden. Die Veranstaltungen in den Jahren 2013 und 2014 sind sehr gut besucht worden.

Frage 1:

Welche Veranstaltungen, Vereine u.ä. wurden von den aufgeführten Beteiligungen 2013 und 2014 (bisher und geplant bis Ende 2014) mit welcher Gesamtsumme gesponsert?

Antwort:

Im Folgenden werden die Leistungsempfänger für die Bereitstellung von werblichen Leistungen im Rahmen von Veranstaltungen dargestellt und die entsprechenden, diese Veranstaltungen durchführenden (städtischen) Unternehmen ausgewiesen. Die Darstellung berücksichtigt alle Informationen (Leistungsempfang und Werbeträgerpräsentation), die in diesem Kontext bei den Unternehmen der Gruppe Stadtwerke Norderstedt vorliegen.

Auswertung Aufwendungen für Marketing im Rahmen von Veranstaltungen jeweils anderer Unternehmen der Stadt Norderstedt									
	Leistungsempfänger (Marketingaufwand)				Werbeträger (Nebengeschäftserträge Veranstaltung)				
	Stadtwerke Norderstedt / ARRIBA	wilhelm.tel GmbH	Stadtspark Norderstedt GmbH	Mehrzwecksäle Norderstedt GmbH / Kulturwerk	Stadtspark Norderstedt GmbH	Mehrzwecksäle Norderstedt GmbH / Kulturwerk	Kultur-stiftung Norderstedt	Entwicklungs-gesellschaft Norderstedt mbH	Norderstedt Marketing e.V.
	EUR	EUR	EUR	EUR	EUR	EUR	EUR	EUR	EUR
Veranstaltungen 2013									
1. Engagement Kulturveranstaltungen									
Festival am See	X				X				
Norderstedter Dreiklänge	X						X		
2. Engagement lokale Veranstaltungen									
Abend der Norderstedter Wirtschaft		X							X
Oktoberfest	X					X			
Ball der Kultur	X	X				X			X
Veranstaltungen 2014									
1. Engagement Kulturveranstaltungen									
ParkErwachen	X				X				
Festival am See	X				X				
ParkPerplex				X	X				
ParkFunkeln		X			X				
Norderstedter Dreiklänge	X	X					X		
2. Engagement lokale Veranstaltungen									
Abend der Norderstedter Wirtschaft	X	X	X						X
Ball der Kultur	X	X				X			X
Openball	X					X			
Nachtschwärmer Jbbtour Norderstedt 2014	X							X	

Die Gesamtsumme dieser aus der Unternehmensgruppe der Stadtwerke Norderstedt (Stadtwerke Norderstedt mit ARRIBA, wilhelm.tel GmbH und Stadtspark Norderstedt GmbH) gezahlten Entgelte für erhaltene werbliche Leistungen (Marketingaufwand) beträgt im Jahr **2013** EUR 12.000 und im Jahr **2014** EUR 31.050. Die Erlöse aus der Bereitstellung von Werbeträgern betragen **2013** EUR 4.500 und **2014** EUR 20.750.

Eine Einzelaufstellung dieser Gesamtsummen wird nicht-öffentlich zu Protokoll gegeben.

Frage 2:

Welche Veranstaltungen haben die unter 1. aufgeführten Beteiligungen in 2013 und 2014 (bisher und geplant bis Ende 2014) durchgeführt?

Antwort:

Über die unter 1. aufgeführten Veranstaltungen hinaus gibt es keine durchgeführten Eigenveranstaltungen in der Unternehmensgruppe der Stadtwerke Norderstedt, bei denen werbliche Leistungen an andere Beteiligungen / Unternehmen / Aufgabenträger der Stadt Norderstedt erbracht worden sind. Eigenveranstaltungen ohne werbliche Leistungen an dritte städtische Bereiche sind zum Beispiel:

- „querbeeet“ (Stadtwerke Norderstedt, 2013 und 2014)
- „Tag der offenen Tür“ zur Einweihung des Wasserwerks Friedrichsgabe (Stadtwerke Norderstedt, 2014)
- Sommerabschlussfest Strandbad ARRIBA (Stadtwerke Norderstedt, 2013 und 2014)

Eine Aufzählung für die Stadtpark Norderstedt GmbH würde einen großen Umfang annehmen, da die Durchführung von Veranstaltungen im Stadtpark Norderstedt ein elementarer Baustein des Nutzungskonzeptes für den Park ist und somit zu den Kernaufgaben der Gesellschaft zählt.