



Stadt Hagenow

Beschlussprotokoll

Gremium:	Sitzung am:	Sitzungs-Nr.
Wirtschaftsförderung, Handwerk, Gewerbe und Tourismus	20.02.2014	28

Sitzungsort:	Sitzungsdauer von – bis
Stadt Hagenow, Rathaus Lange Straße 28-32, Raum 109	18:15 – 20:00 Uhr

öffentliche Sitzung

nicht öffentliche Sitzung


Lagemann

Ausschussvorsitzende


Masche

Protokollführer

TAGESORDNUNG

1. Eröffnung der Sitzung, Feststellung der Ordnungsmäßigkeit der Einladung und der Beschlussfähigkeit
2. Genehmigung der Tagesordnung bzw. Anträge zur Änderung
3. Billigung der Sitzungsniederschrift vom 11.12.2013
4. Einwohnerfragestunde
5. Auswertung der vorläufigen Ergebnisse des Wochenmarktes 2013
6. Diskussion über geeignete Maßnahmen zur Steigerung der Attraktivität des Marktes
7. Erfahrungsbericht „Grüne Woche“ Schlussfolgerungen für den Tourismusstandort Hagenow
8. Anfragen der Ausschussmitglieder
9. Vorstellung des Budgets Wirtschaftsförderung 2014 nach Abschluss der internen Haushaltsberatungen
10. Sonstiges

Zu TOP 1

Frau Lagemann, Ausschussvorsitzende, eröffnet die Sitzung, begrüßt Herrn Pohle von der SVZ und die Ausschussmitglieder, stellt die Rechtmäßigkeit der Einladung, die Anwesenheit und die Beschlussfähigkeit fest.

Zu TOP 2

Frau Lagemann stellt die Tagesordnung zur Abstimmung.
Die Tagesordnung wird **einstimmig** beschlossen.

Zu TOP 3

Herr Strauß merkt an, dass auf Seite 2 Sitzungsnummer und Datum mit Seite 1 nicht übereinstimmen.

Herr Jensen bittet ihn als Stellvertreter für Herrn Schlink im Protokoll aufzunehmen.

Frau Lagemann schlägt vor die Änderungen handschriftlich im Protokoll zu vermerken und stellt die Niederschrift zur Abstimmung.

Die Niederschrift wird mit 7 Ja - Stimmen und einer Enthaltung gebilligt.

Zu TOP 4

Es werden keine Anfragen gestellt.

Herr Jensen äußert, dass es für ihn keine schlüssige Überleitung der Zahlen für den Wochenmarkt aus dem Haushalt mit denen hier vorgestellten gibt und bittet die Haushaltszahlen als Anlage zum Protokoll aufzunehmen.

Herr Masche bestätigt, dass seine Zahlen nicht aus dem Produkthaushalt abgeleitet wurden.

Frau Bahr äußert, dass die Transparenz in den Zahlen schon mehrfach vom RPA angemahnt wurde.

Herr Baalhorn sieht darin keine Basis für eine Entscheidung. Er fragt, welche Vorstellungen Herr Prieff für die Erhöhung der Auslastung des Marktes hat.

Herr Strauß ergänzt, dass eine Erhöhung der Standgebühren keine Lösung sei.

Herr Masche antwortet, dass Herr Prieff unter den Markthändlern gut vernetzt ist. Zunächst möchte Herr Prieff einen Frischemarkt am Sonnabend antesten. Eine Erhöhung der Standgebühren ist nicht kalkuliert.

Eine Erhöhung der Händleranzahl wird nur gelingen, wenn der Markt für diese interessant ist. Hier muss es ein entsprechendes Marketing geben, wie zum Beispiel die gemeinsame Vermarktung der Fabrikverkäufe mit dem Wochenmarkt.

Herr Palletscheck weist darauf hin, dass es deshalb wichtig ist, heute zu einer Entscheidung zu kommen.

Frau Lagemann sieht auch unter Berücksichtigung der „weichen Faktoren“ Vorteile für die Variante des weiteren Eigenbetriebes mit einem Marktmeister.

Sie weist noch einmal darauf hin, dass der Wirtschaftsförderausschuss nur ein empfehlender Ausschuss ist. Sie stellt den **Antrag**, dass die Variante Wochenmarkt in Eigenregie mit einem Marktmeister weiterverfolgt und zur Entscheidung durch die Stadtvertreter geführt wird.

Der Antrag wird mit 4 JA und 4 NEIN Stimmen abgelehnt.

Herr Baalhorn regt an, ob nicht doch ein zeitlich begrenzter Probetrieb durch die Marktgilde sinnvoll sein kann.

Herr Palletscheck erwidert, dass er die Gefahr eines „Auseinanderlaufens“ der Händler sieht, was sich später nicht mehr reparieren lässt, siehe Wittenburg.

Zu TOP 7

Herr Masche berichtet über seine Eindrücke von der Grünen Woche und stellt in einem Power Point Chart erste Überlegungen für ein langfristiges Tourismuskonzept vor. Für die Erarbeitung müsse, gut vorbereitet, ein professioneller Prozess aufgesetzt werden, der möglichst viele Beteiligte mit einbindet. Dies ist eine Aufgabe für die kommende Wahlperiode.

Die Ausschussmitglieder erhalten je ein Ansichtsexemplar des aktuellen Gastgeberverzeichnisses des Tourismusverbandes Westmecklenburg mit der neuen Anzeige der Stadt.

Herr Baalhorn bringt sein Bedauern zum Ausdruck, dass durch den Besuch der Grünen Woche der Wirtschaftsförderer einer Einladung der CDU-Ortsgruppe nicht folgen konnte.

Des Weiteren merkt er an, dass unter Top 7 verfolgungswürdige Ideen genannt wurden, für ihn aber die Frage steht, wer setzt diese um?

Frau Bahr macht deutlich, dass sich die Willkommenskultur in der Stadt noch verbessern lässt. Zunächst sollten entsprechende Schilder am Ortseingang aufgestellt werden.

Frau Lagemann bekräftigte die Notwendigkeit einer solchen Beschilderung, welche auch unsere Städtepartner ausweisen sollte.

Herr Jensen ergänzt, dass insb. Säffle doch für Hagenow ein interessantes Touristenpotential darstellen dürfte. Er regt an, dass die Stadt ihr Marketingpotential (Internet, Hagenower Blätter) noch stärker bündelt und sich mit den Unternehmen vernetzt. Darüber hinaus empfiehlt er, die Zusammenarbeit mit Herrn Gawlick zu suchen, wenn es um die Bewertung der Griesen Gegend als Tourismus-Marke geht.

Zu TOP 8

=====

Herr Strauß fragt an, ob es nach der angekündigten Schließung der Textilsparte durch den Konsum schon Überlegungen für die weitere Nutzung des Standortes gibt?

Herr Masche erläutert, dass der Konsumvorstand die Stadt vorab über die beabsichtigte Schließung informiert hatte, ein Terminwunsch für ein weiterführendes Gespräch wurde aber bisher nicht bestätigt. Aktuell laufen Gespräche mit Experten über eine Vitalisierung der Langen Strasse. Da wird diese neue Situation natürlich Berücksichtigung finden.

Zu TOP 9

=====

Herr Masche erläutert noch einmal kurz den Haushaltsansatz der Wirtschaftsförderung für 2014 und stellt die Ergebnisse der Haushaltsberatungen vor. Das Budget ermöglicht gegenüber 2013 deutlich mehr im Bereich der Wirtschafts- und Tourismusförderung umzusetzen. Schmerzlich ist der Einschnitt bei den Investitionen. Hier müsse jetzt mit alternativen technischen Lösungen oder Einbeziehung von Unternehmen versucht werden, alle Maßnahmen trotzdem durchzuführen.

Herr Baalhorn regt an, die Idee der Firmenwerbung an der Autobahn weiter zu verfolgen und mit dem Bürgermeister von Bandenitz Gespräche aufzunehmen. Weiterhin schlägt er vor, mit der Firma Elektro Mai zu sprechen, ob diese nicht bereit sei, nach der jahrelangen Mietnutzung des Stromverteilers durch den Wochenmarkt, den Verteiler nun der Stadt zu schenken.

Frau Lagemann stellt den Vorschlag zur **Abstimmung**. Herr Masche wird **einstimmig** beauftragt, diesbezügliche Gespräche mit der Firma Elektro Mai zu führen.

Zu TOP 10

=====

Keine Ausführungen

Frau Lagemann dankt allen Mitgliedern für die rege Diskussion und schließt die Sitzung.

Ende des Protokolls

Anlagen: Powerpoint Präsentation
Haushaltzahlen Wochenmarkt
Presseartikel



28. Sitzung

Ausschuss für Wirtschaftsförderung, Handwerk, Handel und Tourismus 20.02.2014

Stadt Hagenow
Roland Masche
Hagenow, den 20.2.2014



Tagesordnung

1. Eröffnung der Sitzung, Feststellung der Ordnungsmäßigkeit der Einladung und der Beschlussfähigkeit
2. Genehmigung der Tagesordnung bzw. Anträge zur Änderung
3. Billigung der Sitzungsniederschrift vom 11.12.2013
4. Einwohnerfragestunde
5. Auswertung der vorläufigen Ergebnisse des Wochenmarktes 2013
6. Diskussion über geeignete Maßnahmen zur Steigerung der Attraktivität des Marktes
7. Erfahrungsbericht „Grüne Woche“ Schlussfolgerungen für den Tourismusstandort Hagenow
8. Anfragen der Ausschussmitglieder
9. Vorstellung des Budgets Wirtschaftsförderung 2014 nach Abschluss der internen Haushaltsberatungen
10. Sonstiges

5. Auswertung der vorläufigen Ergebnisse des Wochenmarktes 2013



Deckungsbeitragsrechnung Wochenmarkt

Position	2013		Var. neue Verrechnungspreise Stadtbauhof	
	€	%	€	%
Erlöse insgesamt (Netto)	17641	100	17641	100
Strom	726		726	
var. Kosten insg.	726	4	726	
Deckungsbeitrag I	16915	96	16915	96
Marktbeaufsichtigung	1712		1712	
Marktleitung	1599		1599	
Kabelbrücken verlegen	2389		2389	
Marktreinigung	5269		5269	
Miete Stromverteiler	1390		1390	
Kosten Fahrzeuge Bauhof	1218		2392	
Afa Stromverteiler	0		0	
Fixkosten Prod. insg.	13577	76	14751	83
Deckungsbeitrag II	3338	18	2164	12

5. Auswertung der vorläufigen Ergebnisse des Wochenmarktes 2013



Deckungsbeitrag II	3338	18	2164	12
Verwaltungsaufwand Bauhof	338		338	
Verwaltungsaufwand Stadt	642		642	
Verwaltungsaufwand insg.	981	5	981	5
Deckungsbeitrag III	2357	13	1183	7
allgem. Verwaltungsaufwand	202	1	202	1
(Buchhaltung/Controlling)				
Deckungsbeitrag IV	2155	12	981	5
Investitionen	0		0	
Anzahl Händler /pro MT	31		11	
Einnahme pro Händler/ Stand in €	569		20,41	

6. Diskussion über geeignete Maßnahme zur Steigerung der Attraktivität des Marktes



Ziele für den Wochenmarkt

- Beitrag zur Erhöhung der Lebensqualität (Belebung der Innenstadt, Treffpunkt für Bevölkerung)
 - Platz für die Vermarktung landwirtschaftlicher Produkte
 - Garant für Vielfalt, Qualität und Frische
 - Ort des Ideenaustausches/ Anreize schaffen
 - Stabilisierung und Sicherung der lokalen Wirtschaft
 - Erzeugen und Stabilisieren des Geldflusses im Einzugsbereich
- (aus Artikel Hagenower Blätter Nr. 223)

Einschätzung Zielerreichungsindikatoren



Zielerreichungsindikatoren Soll	Zielerreichungsindikatoren Ist nach Befragung
Belebung Innenstadt mind. 80% Zustimmung	Befragung 98% wichtig – sehr wichtig
Anteil der landw. Stände > 70%	Anteil der landw. Stände > 74% gewünscht
Qualität, Vielfalt, Frische	Befragung 89% gut und besser
Befragung 80% gut und besser	durchschnittlich 70% Auslastung
mind. 1 Aktion im Monat	50% 2013
80% Stände aus 50 km Umkreis	gewünscht
Außenstände bei Stadt <10%	64% Stände aus 50 km Umkreis
	Keine Aussage



Anregungen der Kunden

Welche konkreten Vorschläge haben Sie zur Verbesserung des Marktgeschehens?

(mehrfach genannte Vorschläge)

- mehr Imbissangebote
- Marktöffnungszeiten verlängern für die Berufstätigen
- abwechslungsreicheres Angebot
- Bänke und Tische zum Hinsetzen
- Musik auf dem Markt
- mehr handwerkliche Produkte
- Marktplatz verschönern
- übers Jahr verteilt auch Händler aus HH und Lüneburg ranholen.
- Mehr Parkmöglichkeiten schaffen



Anregungen der Händler

Welche konkreten Vorschläge haben Sie zur Verbesserung des Marktgeschehens?

(Mehrfachnennungen)

- Mehr Händler auf den Markt insb. mittwochs
- Mehr Parkplätze für Kundschaft in Marktnähe
- Besserer Winterdienst
- Ein Mal im Monat Markt mit Musik
- Aufstellen von Tischen und Stühlen zur Erhöhung der Verweildauer

Wo sehen Sie Möglichkeiten die Betriebskosten des Marktes zu senken?

- Keine Stände mehr freihalten für unzuverlässige Händler
- Stromanschluss kaufen
- Stromanschlüsse auf Markt verteilen (Schlitzen), damit keine Brücken verlegt werden müssen

Eigenbetrieb versus Privatisierung



Deckungsbeitragsrechnung Wochenmarkt bei 70% Auslastung

Position	Mit Markt- meister		Betrieb über Marktgilde	
	€	%	€	%
Erlöse insgesamt (Netto)	24697	100	5927	100
Strom	1016		0	
var. Kosten insg.	1016	4	0	
Deckungsbeitrag I	23681	96	5927	100
Marktbeaufsichtigung	856		856	
Marktleitung	4800		0	
Kabelbrücken verlegen	0		0	
Marktreinigung	2635		0	
Miete Stromverteiler	0		0	
Kosten Fahrzeuge Bauhof	883		0	
Afa Stromverteiler	48		48	
Fixkosten Prod. insg.	6587	26	904	14
Deckungsbeitrag II	17094	69	5023	84

Eigenbetrieb versus Privatisierung



Deckungsbeitrag II	17094	69	5023	84
Verwaltungsaufwand Bauhof	209		0	
Verwaltungsaufwand Stadt	642		125	
Verwaltungsaufwand insg.	851	3	125	2
Deckungsbeitrag III	16243	65	4898	82
allgem. Verwaltungsaufwand	202	1	202	3
(Buchhaltung/Controlling)				
Deckungsbeitrag IV	16041	64	4696	79
Investitionen	3000		1500	
Anzahl Händler pro MT	16		16	
Einnahme pro Stand/MT in €	20,41		20,41	

Eigenbetrieb versus Privatisierung Betrachtung der Liquidität



Variante	Eigenbetrieb	Fremdbetrieb
Liquiditätswirksame Einnahmen	24.697 EURO	5.927 EURO
Abfluss liquider Mittel an Dritte	5.816 EURO	0 EURO
Saldo zur Deckung eigener Kosten	18.881 EURO	5.927 EURO

Stärken/Schwächen Chancen/Risiken – Eigenbetrieb mit Marktmeister -



<p>Stärken</p> <ul style="list-style-type: none"> - hohe Akzeptanz bei Händlern und Kunden - direkte Einflußnahme durch Stadt möglich 	<p>Schwächen</p> <ul style="list-style-type: none"> - Investitionen notwendig -- Lokaler Marktmeister nicht so vernetzt wie Marktgilde
<p>Chancen</p> <ul style="list-style-type: none"> - hohes Ertragspotential - enge Verbindung zur Bevölkerung 	<p>Risiken</p> <ul style="list-style-type: none"> - „Bleibt alles so wie es ist!“



Stärken/Schwächen Chancen/Risiken – Privatisierung -

Stärken <ul style="list-style-type: none">- keine Investitionen notwendig- fachl. know how Marktleitung- hohe Kostensicherheit für Stadt	Schwächen <ul style="list-style-type: none">- geringe Akzeptanz bei Händlern- geringe Einflußnahme durch Stadt möglich- geringe Einnahmen
Chancen <ul style="list-style-type: none">- hohe Auslastung- hohe Vielfalt	Risiken <ul style="list-style-type: none">- Verdrängen der lokalen Akteure



7. Erfahrungsbericht „Grüne Woche“ Schlussfolgerungen für den Tourismusstandort Hagenow

- MV als Tourismusland „gebrandet“
- Starke Nachfrage Ostseeküste, Seenplatte
- Westmecklenburg wird als Kulturregion wahrgenommen (Schwerin, Ludwigslust, Musikfestspiele)
- Spezialkataloge nachgefragt (Wassersport, Radfahren, Golf)
- Hagenow unbekannt
- „Griese Gegend“ Antimarke ähnlich Ruhrpott



Strategische Ansätze

- „Griese Gegend“ positiv aufladen
- (Ruhgebiet = Landschaft der Industriekultur
- „Griese Gegend“ = Reiterparadies?)
- Marketingverbund mit Schaalsee „Kultur trifft Natur“
- Konzept in Metropolregion „Orte jüdischen Lebens in Norddeutschland“
- Hagenow „Point in the circle“
-



9. Vorstellung des Budgets Wirtschaftsförderung 2014 nach Abschluss der internen Haushaltsberatungen

Vorher: 16.300 €		Nachher: 12.000 €	
Investitionen:		Investitionen:	
Beschilderung Gewerbegebiet	5000 €	Beschilderung	6.000 €
Städtepartner	5000 €		
Werbekosten		Werbekosten	
Wirtschaftsstandort	2.800 €	Wirtschaftsstandort	2.800 €
(Flyer, Internet, Ansiedlungen)			
Werbekosten Tourismus	2.000 €	Werbekosten Tourismus	2.000 €
(Flyer, Anzeigen, Veranstaltungen)			
Gutachten/Stellungnahmen	1.500 €	Gutachten/Stellungnahmen	1.200 €



Packen wir`s an!

- **Vielen Dank für die Aufmerksamkeit!**

Arbeitsplan nach KT - HH-Jahr 2014

Kostenträger 573010101 Wochenmarkt							
Stadt Hagenow							
Nr.	Bezeichnung	Ergebnis 2012	Ansatz 2013	Ansatz 2014	Plan 2015	Plan 2016	Plan 2017
01	+ Steuern und ähnliche Abgaben	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
02	+ Zuwendungen, allgemeine Umlagen und sonstige Transfererträge	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
03	+ Erträge der sozialen Sicherung	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
04	+ Öffentlich-rechtliche Leistungsentgelte	-15.221,20	-20.000,00	-17.000,00	-17.000,00	-17.000,00	-17.000,00
43190000	Sonstige	-15.221,20	-20.000,00	-17.000,00	-17.000,00	-17.000,00	-17.000,00
05	+ Privatrechtliche Leistungsentgelte	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
06	+ Kostenerstattungen und Kostenumlagen	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
07	+/- Bestandsveränderungen an fertigen und unfertigen Erzeugnissen	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
08	+ Andere aktivierte Eigenleistungen	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
09	+ Sonstige laufende Erträge	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
10	Summe der lfd. Erträge aus Verwaltungstätigkeit (Summe Nr. 1 bis 9)	-15.221,20	-20.000,00	-17.000,00	-17.000,00	-17.000,00	-17.000,00
11	- Personalaufwendungen	0,00	23.700,00	24.500,00	24.900,00	25.300,00	25.600,00
50221000	Dienstbezüge Arbeitnehmer	0,00	19.200,00	19.400,00	19.700,00	20.000,00	20.300,00
50222000	Leistungszulagen	0,00	0,00	400,00	400,00	400,00	400,00
50320000	Beiträge zu den Versorgungskassen Arbeitnehmer	0,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00
50420000	Beiträge zur gesetzlichen Sozialversicherung Arbeitnehmer	0,00	3.800,00	3.900,00	4.000,00	4.100,00	4.100,00
50910000	Pauschalierte Lohnsteuer (auch Zahlungen über Knappschaft)	0,00	0,00	100,00	100,00	100,00	100,00
12	- Versorgungsaufwendungen	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
13	- Aufwendungen für Sach- und Dienstleistungen	2.365,34	4.100,00	4.100,00	4.100,00	4.100,00	4.100,00
52260000	Strom	940,11	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00
52338000	Unterhaltung Straßen, Wege, Plätze und Verkehrslenkungsanlagen	1.393,74	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00
52490000	Sonstige Aufwendungen für Sachleistungen und Verbrauchsmittel	31,49	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
14	- Abschreibungen Anlagevermögen	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
15	- Abschreibungen Umlaufvermögen	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
16	- Zuwendungen, Umlagen und sonstige Transferaufwendungen	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
17	- Aufwendungen der sozialen Sicherung	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
18	- Sonstige laufende Aufwendungen	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
19	Summe der lfd. Aufwendungen aus Verwaltungstätigkeit (Summe Nr. 11 bis 18)	2.365,34	27.800,00	28.600,00	29.000,00	29.400,00	29.700,00
20	Laufendes Ergebnis aus Verwaltungstätigkeit (Saldo Nr. 10 und 19)	-12.855,86	7.800,00	11.600,00	12.000,00	12.400,00	12.700,00
21	+ Zinserträge und sonstige Finanzerträge	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
22	- Zinsaufwendungen und sonstige Finanzaufwendungen	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
23	Finanzergebnis (Saldo Nr. 21 und 22)	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
24	Ordentliches Ergebnis (Summe Nr. 20 und 23)	-12.855,86	7.800,00	11.600,00	12.000,00	12.400,00	12.700,00
25	+ Außerordentliche Erträge	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
26	- Außerordentliche Aufwendungen	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
27	Außerordentliches Ergebnis (Saldo Nr. 25 und 26)	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
28	Jahresergebnis (Jahresüberschuss/Jahresfehlbetrag) des	-12.855,86	7.800,00	11.600,00	12.000,00	12.400,00	12.700,00