

**Beschlussvorlage**

zur Behandlung in **öffentlicher Sitzung**

**Betreff**

**Freigabe zusätzlicher Mittel aus der Kulturförderabgabe - Teilplan 1501 Wirtschaft und Tourismus**

**Beschlussorgan**

Wirtschaftsausschuss          Finanzausschuss

<b>Gremium</b>	<b>Datum</b>
Wirtschaftsausschuss	13.06.2013
Finanzausschuss	17.06.2013

**Beschluss:**

1. Im Haushaltsplan 2013/2014 stehen pro Jahr 500.000 EUR aus der Kulturförderabgabe für zusätzliche Maßnahmen in den Bereichen Medien- und Internetwirtschaft, Standortmarketing und KölnTourismus zur Verfügung. Der Wirtschaftsausschuss beschließt vorbehaltlich der Genehmigung des Haushalts 2013/2014 für das Jahr 2013 die Durchführung der folgenden Maßnahmen:

		<b>Aufwand</b>
Medien- und Internetwirtschaft	Internetmesse dmexco	30.000 EUR
	Unterstützung Kreativwirtschaft	20.000 EUR
Standortmarketing	Intensivierung Standortmarketing	200.000 EUR
	Intensivierung Presse- und Öffentlichkeitsarbeit	100.000 EUR
KölnTourismus	Belegung des Katalogtitels eines Reiseveranstalters	40.000 EUR
	Fortsetzung DB-Kooperation	110.000 EUR
		<b>500.000 EUR</b>

Er empfiehlt dem Finanzausschuss die Annahme des folgenden Beschlussvorschlages:

2. Der Finanzausschuss beschließt vorbehaltlich der Genehmigung des Haushalts 2013/2014 zur Durchführung zusätzlicher Maßnahmen in den Bereichen Standortmarketing, KölnTourismus und Medien- und Internetwirtschaft auf der Basis des vorgelegten Umsetzungskonzeptes die Freigabe der im Haushaltsplan 2013/2014 im Teilergebnisplan 1501 „Wirtschaft und Tourismus“ in Zeile 13 „Aufwendungen für Sach- und Dienstleistungen“ zusätzlich veranschlagten konsumtiven zahlungswirksamen Aufwandsermächtigungen in Höhe von 500.000 EUR in 2013.

**Haushaltsmäßige Auswirkungen** **Nein**

<input type="checkbox"/> <b>Ja, investiv</b>	Investitionsauszahlungen	_____ €	
	Zuwendungen/Zuschüsse	<input type="checkbox"/> Nein <input type="checkbox"/> Ja	_____ %
<input checked="" type="checkbox"/> <b>Ja, ergebniswirksam</b>	Aufwendungen für die Maßnahme	<u>500.000</u> €	
	Zuwendungen/Zuschüsse	<input checked="" type="checkbox"/> Nein <input type="checkbox"/> Ja	_____ %

**Jährliche Folgeaufwendungen (ergebniswirksam): ab Haushaltsjahr:**

a) Personalaufwendungen	_____ €
b) Sachaufwendungen etc.	_____ €
c) bilanzielle Abschreibungen	_____ €

**Jährliche Folgeerträge (ergebniswirksam): ab Haushaltsjahr:**

a) Erträge	_____ €
b) Erträge aus der Auflösung Sonderposten	_____ €

**Einsparungen: ab Haushaltsjahr:**

a) Personalaufwendungen	_____ €
b) Sachaufwendungen etc.	_____ €

Beginn, Dauer

\_\_\_\_\_

**Begründung:**

Die im Haushaltsplan 2013/2014 bereitgestellten zusätzlichen Mittel korrespondieren mit den erwarteten Erträgen aus der Kulturförderabgabe und wurden mit dem Bewirtschaftungsvermerk „Die Mittelfreigabe erfolgt durch den jeweiligen Fachausschuss und Finanzausschuss auf der Basis von Umsetzungskonzepten.“ versehen. In dieser Vorlage werden die zusätzlichen Maßnahmen im Bereich des Teilplanes 1501 - Wirtschaft und Tourismus - dargestellt, die ein Volumen von 500.000 EUR haben.

**Begründung der Dringlichkeit**

Die Beschlussfassung muss im jetzigen Sitzungslauf erfolgen, damit die geplanten Maßnahmen in diesem Jahr noch durchgeführt werden können.

**A) Bereich Stabsstelle für Medien- und Internetwirtschaft:****Messebeteiligung Internetmesse dmexco**

Die "dmexco" hat sich als **Kölner Internetmesse** etabliert. 2010, 2011 und 2012 war die Stadt Köln im Verbund mit dem Land auf der "dmexco" mit einem Messestand präsent. Stadt und Land stellten dort ihre Aktivitäten vor und warben für den Internet-Standort Köln.

Auch 2013 soll ein Stand der Stadt Köln auf der "dmexco" realisiert werden – wenn möglich in Kooperation mit der Film- und Medien Stiftung NRW. Am Stand der Stadt wird auch **Startups und jungen Unternehmen die Möglichkeit zur Präsentation geboten**. Mit der Teilnahme der Branchenleitmesse wird national, aber auch international, ein wichtiges Signal für den Wirtschaftsstandort Köln gesetzt.

Aufwand: ca. 30.000 EUR

**Vernetzung und Marketing für die Kreativwirtschaft**

Die Kreativwirtschaft hat sich zu einem stabilen und bedeutenden Faktor in der Kölner Wirtschaft entwickelt, der in erheblichem Umfang Wertschöpfung und Arbeitsplätze generiert. Die Branche entwickelt sich sehr dynamisch, was nicht zuletzt zu einem ständigen Wettbewerb der Metropolen als Wirtschaftsstandorte um die Akteure gerade dieser Branche führt. In Köln hat sich die **Unterstützung der Branche bei der brancheninternen und branchenübergreifenden Vernetzung** als wirksames Instrument der Wirtschaftsförderung erwiesen, was in der Branche auch positiv wahrgenommen und anerkannt wird und die Bindung an den Standort verstärkt. Einen Schwerpunkt bildet hier das gemeinsam mit der IHK Köln initiierte „Branchenforum Kultur- und Kreativwirtschaft“. Diese Plattform, die Vertreter aller Teilbranchen der Kreativwirtschaft zusammenführt, fördert Austausch und Vernetzung dieses wachstumsstarken Wirtschaftsbereiches und tagt mehrmals im Jahr.

Daneben soll die **Beteiligung der Stadt an weiteren geeigneten Aktivitäten** den brancheninternen aber auch branchenübergreifenden Austausch auf eine noch breitere Basis stellen und stärken. Interessant sind hier vor allem auch Aktivitäten, die die Wahrnehmung der Branchenvielfalt der Kreativwirtschaft auch über Köln hinaus erhalten und verstärken und damit Aufmerksamkeit für Köln als lebendigen Standort der Kreativwirtschaft erzeugen.

(beispielhaft zu nennen: DC open, le bloc, ökoRAUSCH)

Aufwand: ca. 20.000 EUR

### **B) Bereich Standortmarketing:**

Nachdem die Mittel für das Standortmarketing in den letzten Jahren um rd. 40% gekürzt wurden, ist der Handlungsspielraum äußerst eingeschränkt. Die Nutzung von Einnahmen aus der KFA bietet die Möglichkeit, den Wirtschaftsstandort Köln für die Hauptzielgruppen wieder stärker in den Fokus zu rücken.

#### **Intensivierung des Standortmarketings**

Zur Intensivierung des Standortmarketings sollte sich Köln beispielsweise mit einer **bundesweiten Plakatkampagne** imagemäßig profilieren. Die gemeinsame Aktion von 13, 80 und KölnTourismus im vergangenen Jahr unter dem Titel "Treffpunkt Köln" ist sehr erfolgreich gelaufen und hat den hohen Aufmerksamkeitswert gut platzierter Plakat-Botschaften unterstrichen.

Der notwendige **Relaunch** bzw. die Realisierung eines professionellen, mehrsprachigen **Internet-Auftritts der Wirtschaftsförderung** ist dringend erforderlich.

Im Sommer wird Lanxess mit seiner Hauptverwaltung nach Köln umziehen. Lanxess wurde seinerzeit auch eine adäquate Begrüßung der Mitarbeiter/innen zugesagt. Geplant ist z. B. eine aktualisierte Ausgabe der **Publikation "At home in Cologne"**, die auch bei allen anderen Neuzugängen eingesetzt werden kann.

In Zusammenarbeit mit der KölnTourismus GmbH soll die Einrichtung eines **Mediaservers und Markenshops** realisiert werden. (**Mediaserver**: u. a. Bild-, Film-, Text- und Broschürendatenbank; **Markenshop**: u. a. Bestellplattform für Broschüren, Flyer, Plakate etc. als Printversionen)

Aufwand: ca. 200.000 EUR

#### **Intensivierung der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit**

Pressebeilagen und Sonderveröffentlichungen zum Wirtschaftsstandort Köln in der wirtschaftsnahen überregionalen Presse (FAZ) und der Tagespresse vor Ort, insbesondere KStA.

Aufwand: ca. 100.000 EUR

### **C) Bereich KölnTourismus:**

Mit dem Erhalt von zusätzlichen, über den regulären Haushalt der KölnTourismus GmbH hinausgehenden Mitteln aus der Kulturförderabgabe könnten Maßnahmen ergriffen werden, die insbesondere der Bewerbung der Touristen im klassischen Sinne dienen, da diese vornehmlich von der KFA betroffen sind. Da aber auch das Segment der Businessgäste ein wichtiges ist, werden auch Maßnahmen zur Bewerbung dieser Zielgruppe aufgeführt.

**Belegung des Katalogtitels eines Reiseveranstalters, z.B. Sommerkatalog 2014 DERTOUR**

Die Belegung des Katalogtitels eines überregionalen Reiseveranstalters wie z.B. DERTOUR Städtereisen bringt eine herausgehobene Aufmerksamkeit. Der Sommerkatalog hat eine Auflage von 1,8 Millionen im deutschsprachigen Raum. Durch die Platzierung Kölns auf dem Titel des Kataloges erfolgt eine sichtbare Positionierung in mehr als 10.000 Reisebüros Deutschlands. Darüber hinaus kann die Präsenz von Reiseangeboten für Köln im Katalog quantitativ wie qualitativ gestärkt werden. Eine Vielzahl der Reisebüros unterstützt diesen Titel durch weitere Maßnahmen am Point of Sale wie z.B. durch Poster im Schaufenster oder Aufsteller.

Aufwand: ca. 40 000 EUR

**Fortsetzung der Kooperation mit der Deutschen Bahn (DB)**

Bereits in der Vergangenheit wurde eine DB Kooperation umgesetzt (Köln Strecke in der DB Mobil), die für viel positive Aufmerksamkeit sorgte. Eine Fortsetzung dieser Kooperation wäre sinnvoll und würde Synergien bieten, da auch DB in einem solchen Fall noch zusätzliche eigene Mittel für die Kampagne einbringt.

Diese Kooperation könnte zum Ziel haben, das quantitativ hohe Potential in Köln Studierender zu nutzen und Bahnreisen mit speziellen Übernachtungsmöglichkeiten deren Eltern und Verwandten anzubieten. Eine solche Kampagne könnte sich aus verschiedenen Kommunikationselementen zusammensetzen. Durch flächendeckende Werbemöglichkeiten in allen Bahnhöfen und den DB-Zeitschriften kann hierfür ein hohes Potential zukünftiger Gäste erreicht werden. Als Online-Kampagne im Bereich Social Media soll über die Studenten die angedachte Zielgruppe zusätzlich angesprochen werden. Durch redaktionelle Blogposts könnte ganzjährig die Kommunikation zu dieser Zielgruppe aufrecht erhalten werden.

Aufwand: ca. 110.000 EUR