



Eingang Magistrats- geschäftsstelle: 28.08.2009	an den Magistrat ☐ zur Kenntnis ☒ zur Beschlussfassung	Beteiligt vor Magistratsbeschlussfassung: Finanzverwaltung
Dezernat I Amt: Amt für Wirtschaft und Stadtentwicklung	an die Stadtverordnetenversammlung ☐ OBW zur Befassung ☐ zur Kenntnis ☒ zur Beschlussfassung ☐ zur abschließenden Beschluss- fassung Fachausschuss Behandlung in Ja Nein öffentl. Sitzung ☐ ☐	☐ OBW bei abschl. Beschluss- fassung Magistrat
Verteiler:	Ja Nein Internetfähig ☒ ☐	Vorlage-Nr. 2009/0366 Magistratsbeschluss-Nr.

Betreff: Marketingoffensive für die Darmstädter City Teil 2
Überplanmäßige Ausgaben gemäß § 100 HGO in Höhe von 50.000 € für einmaligen Zu-
schuss an den Darmstadt Citymarketing e.V.

Vorlage vom: 24. 8.2009

Beschlussvorschlag:

1. Zur Durchführung einer Imagekampagne zur nachhaltigen Profilierung Darmstadts als attraktive Einkaufsstadt erhält der Darmstädter Citymarketing in 2009 einen einmaligen Zuschuss in Höhe von 50.000 €. Hierfür werden auf der Kostenstelle 015-001-1000 Sachkonto 7127061 überplanmäßige Mittel erforderlich.
2. Der Magistrat erkennt die Notwendigkeit dieser überplanmäßigen Ausgabe, für die ein unabweisbares Bedürfnis besteht und die unvorhergesehen ist, an.
3. Die Mehrausgabe wird durch Einsparungen bei der Kostenstelle 910-020-1000 Sachkonto 7710100 gedeckt.
4. Die Genehmigung der Stadtverordnetenversammlung ist einzuholen.

Anlagen:

Datenschutzrelevante Anlage: ☐

Beschluss des Magistrats vom

Begründung:

Magistratsvorlage 2009/0363 erläutert im Eingang der Begründung die besondere Wettbewerbssituation der Oberzentren und nichtintegrierten Einzelhandelslagen in der Region.

Um die Darmstädter Innenstadt im Wettbewerb besser zu positionieren, beabsichtigt der Darmstadt Citymarketing e.V. zusätzlich zu seiner laufenden Arbeit eine Imagekampagne zur nachhaltigen Stärkung und Profilierung Darmstadts als Einkaufsstadt durchzuführen. Die Kampagne soll aus einem zielgruppenspezifischen Marketingmix bestehen und schwerpunktmäßig in den Monaten September und November erfolgen. Als Kosten für die Kampagne sind 110.000 € kalkuliert.

Da sich die Einzelhändler bereits über ihre Mitgliedsbeiträge und zum größten Teil auch durch erhebliche Investitionen in die Modernisierung ihrer Betriebe an der Stärkung des Einkaufsstandorts Darmstadt engagieren, beteiligt sich die Stadt über einen einmaligen Zuschuss in Höhe von 100.000 € an den Kosten für die Kampagne. 50.000 € davon sollen durch überplanmäßige Ausgaben auf der Kostenstelle 015-001-1000 Sachkonto 7127061 finanziert werden. Dies ist Gegenstand dieser Vorlage. Die zweite Hälfte ist Gegenstand der Vorlage 2009/0363.

Ein Engagement der Stadt in dieser Größenordnung ist angezeigt, weil ein Erhalt der Darmstädter Innenstadt als wesentlicher Einkaufsstandort in der Region für die oberzentrale Funktion von Darmstadt von besonderer Bedeutung ist. Die Ausgabe ist unvorhergesehen, da der Zuschussantrag von Darmstadt Citymarketing e.V. vom 20. Juli 2009 bei den Haushaltsberatungen 2009 notwendigerweise noch nicht bekannt war.

Walter Hoffmann
Dezernat I

Wolfgang Glenz
Dezernat II