

Information über Beschluss mit Folgekosten

Referat: Referat für Arbeit und Wirtschaft	Haupt-/Abteilung(en) (Bereich): Referatsleitung	betroffene Referate:
Öffentliche BV: <input type="checkbox"/>	Nicht-Öffentliche BV: <input type="checkbox"/>	Federführung:
Arbeitstitel geplanter Beschluss: Schaffung von vier dauerhaften zusätzlichen Stellen ab 2020 ff. für das Veranstaltungs- und Hospitality Management		

1. Aufgabe

1.1 Kurze Beschreibung der Aufgabe:

Die Fachbereiche Tourismus und Veranstaltungen sollen wieder zusammen gefasst werden, mit einer schlanken Leitungsstruktur, bestehend aus der Leitung selbst, zwei Sachbearbeitern und einer Vorzimmerkraft. Perspektivisch sollen Teile der bisher bestehenden Öffentlichkeitsarbeit ebenso der neuen Leitungsstruktur zugeordnet werden.

Das künftige Aufgabenspektrum soll insbesondere folgende Aufgaben umfassen:

- Fachliche und personelle Leitung der bisherigen Fachbereiche Tourismus und Veranstaltungen.
- Juristische Betreuung städtischer Veranstaltungen, insb. im Bereich von Vergaben, Sicherheitsanforderungen etc. Miteinbeziehung der privaten Partner im Fall notwendiger Anpassungen an neue rechtliche Anforderungen, Entwicklung von Konzepten zu deren Bewältigung, auch in enger Abstimmung mit dem Stadtrat.
- Strategische Planung und Weiterentwicklung städtischer Großveranstaltungen mit besonderer Berücksichtigung des Aspektes Hospitality-Management, Vorbereitung der Entscheidungen des Stadtrates und der Stadtspitze.
- Koordination verschiedener neuer Aufgaben aus dem Bereich „Hospitality“ sowie die Außendarstellung der LHM betreffende Themenbereiche, wie zuletzt die Einführung einer Gästekarte, eines Orientierungssystems, oder neu einer einheitlichen Baustellengestaltung, die Suche nach neuen Tagungsmöglichkeiten etc.; Abstimmung mit der Stadtverwaltung sowie Miteinbeziehung verschiedener Partnern aus dem unternehmerischen und gesellschaftlichen Bereich.
- Beteiligung an gesamtstädtischen Themen und Einbringung der touristischen Perspektive, wie z.B. bei Fahrzeugsperrungen im Stadtbereich, Veranstaltungen in der Innenstadt, nächtlichem Feiern, der Verkehrsplanung, insbesondere im Bereich der Altstadt etc. Teilnahme an Arbeits- und Lenkungsgruppen, Verfassen von Stellungnahmen; Einbindung unternehmerischer und gesellschaftlicher Partner, mit denen bereits eine intensive Vernetzung besteht, Kommunikation von Maßnahmen, Einholung von Meinungsbildern.
- Engere Koordination der Themenbereiche Tourismus und Veranstaltungen. Anreicherung der touristischen Markenbildung durch städtische Veranstaltungen, insbesondere des Oktoberfests. Entwicklung gemeinsamer Konzepte zur Attraktivitätssicherung und ggf. -steigerung städtischer Veranstaltungen, auch durch Marketingmaßnahmen.
- Schaffung eines gemeinsamen Außenauftritts, insbesondere im Ausland, zur Präsentation städtischer Veranstaltungen, insb. des Oktoberfests, in potentiellen Tourismusdestinationen.

1.2 Aufgabenart

Pflichtaufgabe <input type="checkbox"/>	freiwillige Aufgabe <input type="checkbox"/>	bürgernahe Aufgabe <input type="checkbox"/>
Daueraufgabe <input type="checkbox"/>	zeitlich begrenzte Aufgabe <input type="checkbox"/>	

Die Durchführung des Oktoberfests sowie die Tourismusförderung sind grundsätzlich freiwillige Aufgaben, die jedoch in entscheidendem Maße zur Wirtschaftsleistung und der weltweiten Strahlkraft Münchens beitragen.

Die Stadt München trägt als Veranstalterin des Oktoberfests die Gesamtverantwortung für das Fest. Mit den in den vergangenen Jahren sprunghaft gestiegenen Sicherheitsanforderungen und dem dadurch stark erhöhten Koordinationsaufwand sowie der Neuausrichtung der Gebührenstruktur sind zusätzlich zur eigentlichen operativen Festausrüstung neue Aufgabenfelder hinzugekommen, die nicht zuletzt eine deutliche juristische Fachexpertise voraussetzen. Dieses Aufgabenspektrum ist derzeit im RAW nicht besetzt und kann nicht durch interne Umschichtungen bereitgestellt werden. Mit der im RAW angesiedelten Funktion des Veranstaltungsleiters nach §38 MVStättVO ist zudem ein hohes persönliches Risiko für die Festsicherheit verbunden, das entsprechend juristisch bewertet werden muss. Auch die vorgeschriebene öffentliche Ausschreibung und Vergabe von Nebenleistungen wie der Abwicklung des Sicherheits- oder Sanitätsdienstes erfordert größtmögliche Sorgfalt und Sensibilität. Die Veranstaltungsabteilung im RAW muss deshalb in juristischen Fragestellungen unterstützt und beraten werden. Zudem sind in Spezialfragen beauftragte Wirtschaftskanzleien zu koordinieren.

Die Durchführung von Großveranstaltungen Externer bzw. die Unterstützung hierbei ist für die gastgebende Stadt zudem mit ökonomischen Risiken verbunden. In der Regel sind städtische Zuschüsse Voraussetzung für die Entscheidung der Veranstalter, die entsprechenden Vertragswerke müssen vor der Vorlage und Zustimmung durch den Stadtrat intensiv juristisch geprüft und häufig konkretisiert und nachverhandelt werden.

1.3 Auslöser des Mehrbedarfs

inhaltlich/ qualitative
Veränderung der Aufgabe

neue Aufgabe

quantitative
Aufgabenausweitung

Kurze Erläuterung:

Die langfristige Tourismusstrategie von München Tourismus, qualitativ hochwertige Gästebetreuung und - um sog. „Overtourism“ zu vermeiden - eine verträgliche Verteilung der Besucherzahlen über das Jahr zu erreichen, zeigt immer stärkere Erfolge. Wirtschaftspolitische Fehlentwicklungen durch ungesteuerten Über-Tourismus, wie sie in anderen europäischen Tourismusmetropolen verstärkt zu beobachten sind, sind zu vermeiden. So kann das tourismuswirtschaftliche Engagement der Stadt der ökonomischen Bedeutung der Tourismuswirtschaft Rechnung tragen und den heterogenen, meist mittelständischen Akteuren einen gemeinsamen Rahmen setzen, der es ermöglicht, die Wachstumspotenziale der Tourismuswirtschaft nachhaltig, jedoch ohne negative Rückkopplungen zu erschließen. Von der strategischen Planung und Weiterentwicklung dieser Konzeption ist eine Stärkung der Tourismuswirtschaft bei gleichzeitiger stadtgesehlicher Akzeptanz zu erwarten.

Für die erfolgreiche Fortsetzung dieses Weges spielt insb. der Aspekt der so genannten „Hospitality“, also einer allgemein wahrgenommenen Gastfreundschaft, eine immer wichtige Rolle. Damit verbunden ist auch die Außenwahrnehmung der Stadt als Teil einer unterschweligen Markenbildung. Durch das Internet als in seiner Bedeutung noch immer zunehmenden Informationsquelle werden zwangsläufig andere Aspekte, die zur Außenwahrnehmung der Stadt beitragen, vermittelt. Durch den direkten Austausch rückt das Gefühl der Gastfreundschaft als zentrales Element in den Fokus der Entscheidung über einen Besuch Münchens. Beide Bereiche überschneiden sich zum Teil mit dem Ziel einer Förderung von Lebensqualität in der Landeshauptstadt auch für deren Bürgerinnen und Bürger, die nicht durchgängig durch die städtische Verwaltung abgedeckt ist. Viele neue Ideen werden dem Referat für Arbeit und Wirtschaft zugewiesen. München Tourismus wird daher zunehmend mit Aufgaben konfrontiert, die über den Kernbereich des Tourismusmarketing hinausgehen. Ziel ist es, diese, auch auf Wunsch des Stadtrates immer stärker in den Fokus gerückten Aufgabenbereiche koordiniert und nachhaltig bearbeiten zu können und ihnen eine Ausrichtung zu ermöglichen, die den beschriebenen langfristigen Zielen von München Tourismus entspricht.

Je stärker die Gäste in das kulturelle und gesellschaftliche Leben der Stadt mit einbezogen werden sollen, desto mehr müssen Aspekte der Gästebetreuung ebenso wie der Außenwirkung in gesamtstädtische Entscheidungen berücksichtigt werden, wie bei Veranstaltungen in der Innenstadt, nächtlichem Feiern oder auch der Verkehrsplanung, insbesondere im Bereich der Altstadt. Die Zuschaltung weiterer Personalstellen ist erforderlich, um dem Ziel eines abgestimmten gesamtstädtischen Vorgehens entsprechen zu können.

Das Referat für Arbeit und Wirtschaft ist für Münchner Unternehmen zentraler Ansprechpartner, der innerhalb der Stadtverwaltung eine wichtige Koordinierungsfunktion eingenommen hat und zwischen den

verschiedenen Interessenslagen erfolgreich vermittelt. Der Tourismusbereich soll in seiner ähnlich angelegten Position für die dortigen Partner gestärkt werden, um dem Ziel, einvernehmlich getragene Lösungen zu finden, entsprechen zu können.

Die genannten Aspekte erfordern einen erheblichen strategischen Planungsaufwand, insbesondere aufgrund der Vielfältigkeit der betreffenden Partner und deren Interessenslagen. Gleichwohl bestehen große Schnittmengen zwischen den Partnern des Bereichs Tourismus und denen des Bereichs Veranstaltungen, so dass durch eine Zusammenfassung beider Bereiche Synergieeffekte zu erwarten stehen.

Zudem erfordert die Abwicklung von Großveranstaltungen, sowohl bei der Stadt als Veranstalter, wie dem Oktoberfest, als auch bei Großveranstaltungen Externer, für die die Stadt als Host-City fungiert, zunehmend juristische Fachexpertise. Ordnungsrechtlichen Verpflichtungen zur Erarbeitung, Vorlage, Abstimmung und Durchführung von Sicherheitskonzepten, zur Genehmigung von Großveranstaltungen wie des Oktoberfestes und die rechtlichen Rahmenbedingungen zu deren Durchführung aufgrund der aktuellen Sicherheitslage sind mittlerweile deutlich verschärft. Strengere Vergabevorschriften erfordern zunehmende juristische Expertise bei Ausschreibungen. Durch die Veränderung der Tourismuswirtschaft rücken im internationalen Umfeld zudem allgemeine juristische Fragestellungen in den Fokus, etwa bei der juristischen Beurteilung, Verhandlung und dem Abschluss von Veranstaltungs-/Host City Verträgen. Dem Ziel, München weiterhin die Rolle als Gastgeber solcher Veranstaltungen zu erhalten und eine Ausrichtung weiterhin anhand der politischen Erwartungen im Rahmen der Gestaltungshoheit zu sichern, kann nur entsprochen werden, wenn auf die dargestellten neuen rechtlichen Herausforderungen entsprechend reagiert wird.

Beim zunehmend wichtigen Aspekt der touristischen Markenbildung sind städtische Veranstaltungen, insbesondere das Oktoberfest, prägend. Das Oktoberfest ist nach allen Umfragen mit Abstand der am Häufigsten mit München identifizierte Begriff. Gleichzeitig bedürfen gerade kleinere städtische Veranstaltungen, wie die Auer Dulten, zunehmend Unterstützung, auch aus dem Bereich des Marketing, um angesichts geänderten Freizeit- und Kaufverhaltens ihre Attraktivität zu bewahren. Eine engere Verzahnung mit München Tourismus, der hier ausreichend Expertise besitzt, soll diesem Ziel entsprechen. München Tourismus bietet verstärkt sog. „Packages“ für Touristen an, die sich oftmals an den städtischen Veranstaltungen orientieren, so dass auch hier eine engere Verzahnung positive Effekte erwarten lässt.

Dies bedeutet zusätzliche personelle Ressourcen, vor allem mit Erfahrung im Bereich des Verwaltungsrechts und der Verwaltungstätigkeit, die weder von München Tourismus noch vom Bereich Veranstaltungen geleistet werden kann.

Zusätzlich werden Sachmittel in Höhe von dauerhaft 100.000 € benötigt, die im RAW nicht zur Verfügung stehen und aus zentralen Haushaltsmitteln bereitgestellt werden müssen. Da es sich um neue Aufgaben handelt, kann insbesondere nicht auf das Budget der aktuellen Fachbereiche 4 und 6 zurückgegriffen werden. Davon werden benötigt ca. 15.000 € p.A. für die Einholung externen juristischen Sachverständigen, wie oben beschrieben, 25.000 € p.A. für die Beauftragung externer Dienstleister für die Erstellung von Umfragen und Marktsondierungen in Vorbereitung für die Umsetzung der genannten Hospitality-Maßnahmen, 10.000 € p.A. für die Umsetzung und Kommunikation dieser Maßnahmen und ca. 50.000 € p.A. für Marketingmaßnahmen zur Unterstützung der kleineren städtischen Veranstaltungen.

Auch von Seiten der Stadtgesellschaft wurde bereits der Wunsch nach einer wieder engeren Verzahnung von Tourismus und städtischen Veranstaltungen geäußert, dem hiermit entsprochen werden soll.

2. Finanzielle Auswirkungen	
2.1 Zahlungen gesamt	2020 - 2024
2.1.1 Gesamteinzahlungen konsumtiv	0 €
2.1.2 Gesamtauszahlungen konsumtiv	1.604.000 €
2.1.3 Gesamteinzahlungen investiv	0 €
2.1.4 Gesamtauszahlungen investiv	0 €

2.2 konsumtiv	Planjahr 2020
2.2.1 Einzahlungen	0 €
2.2.1.1 Zuwendungen und allgemeine Umlagen	0 €
2.2.1.2 Sonstige Transfereinzahlungen	0 €
2.2.1.3 Öffentlich-rechtliche Leistungsentgelte	0 €
2.2.1.4 Privatrechtliche Leistungsentgelte	0 €
2.2.1.5 Kostenerstattungen und Kostenumlagen	0 €
2.2.1.6 Sonstige Einzahlungen aus lfd. Verwaltungstätigkeit	0 €
2.2.2 Auszahlungen	231.200 €
2.2.2.1 Personalauszahlungen	120.000 €
2.2.2.2 Auszahlungen für Sach- und Dienstleistungen (ohne Arbeitsplatzkosten)	100.000 €
2.2.2.3 Arbeitsplatzkosten	11.200 €
2.2.2.4 Transferauszahlungen	0 €
2.2.2.5 Sonstige Auszahlungen aus lfd. Verwaltungstätigkeit	0 €
2.3 investiv	Planjahr 2020
2.3.1 Einzahlungen	0 €
2.3.2 Auszahlungen	0 €

3. Erforderliche Stellenbemessung gem. Leitfaden ist erfolgt?	<input type="checkbox"/> ja	<input type="checkbox"/> nein
--	-----------------------------	-------------------------------

4. Geltend gemachter Bedarf			
geltend gemachter Stellenmehrbedarf für das Planjahr	VZÄ	davon befristet VZÄ	QE, FR
	2		QE 4, VD
	1		QE 3, VD
	1		QE 2, VD
geltend gemachter Stellenmehrbedarf für den Gesamtzeitraum	VZÄ	davon befristet VZÄ	QE, FR
	2		QE 4, VD
	1		QE 3, VD
	1		QE 2, VD
bereits für die Aufgabe eingesetzt	VZÄ	davon befristet VZÄ	QE, FR

5. zusätzlicher Büroraumbedarf
5.1 Kann der geltend gemachte Stellenbedarf in den vorhandenen Bestandsflächen des Referats untergebracht werden?

<input type="checkbox"/> ja	<input type="checkbox"/> nein	<input type="checkbox"/> teilweise
5.2 Falls „nein“ / „teilweise“ ausgewählt wurde: Für wie viele der in Ziffer 3 gemeldeten VZÄ wird Büroflächenbedarf ausgelöst?		

6. Refinanzierung	
6.1 des geltend gemachten Stellenbedarfs:	
Art:	Höhe in %:
6.2 des geltend gemachten Sachmittelbedarfs:	
Art:	Höhe in %: