

AZ: 61.2 / Herr Lewandowski

**Drucksache Nr.: 0054/2013/DS**

=====

Beratungsfolge	Termin	Status	Behandlung
Hauptausschuss	13.08.2013	Ö	Kenntnisnahme
Bau-, Planungs- und Umwelt- ausschuss	15.08.2013	Ö	Vorberatung
Finanz- und Wirtschaftsförde- rungsausschuss	21.08.2013	Ö	Vorberatung
Ratsversammlung	27.08.2013	Ö	Endg. entsch. Stelle

**Berichterstatter:**

OBM

**Verhandlungsgegenstand:**

**Stadt Neumünster als Gesellschafterin  
der Hamburg Marketing GmbH (HMG)**

**A n t r a g :**

1. Die Ratsversammlung nimmt den Sachstandsbericht der Verwaltung zur Kenntnis.
2. Die Ratsversammlung beschließt, dass die Stadt Neumünster Gesellschafterin der Hamburg Marketing GmbH (HMG) wird.
3. Es ist darauf hinzuwirken, dass bei der Vermarktung der Metropolregion Hamburg (MRH) durch die HMG die gesamte Region und somit auch die Stärken Neumünsters deutlich berücksichtigt werden. Hierfür erscheint eine Strategie der HMG zur Einbindung der Mitglieder der MRH erforderlich. Die Verwaltung wird daher beauftragt, die entsprechenden Gespräche zu führen.

**Finanzielle Auswirkungen:**

- Jährlicher Betriebs- und Projektkostenzuschusses von 10.000 EURO (bereits bei den Haushaltsanmeldungen 2013/2014 berücksichtigt)
- 500 € als anteilige Kapitaleinlage, dies entspricht 0,5 % des Stammkapitals der HMG (bereits bei den Haushaltsanmeldungen 2013/2014 berücksichtigt)

**Begründung:**

**1. Sachstandbericht**

Die Ratsversammlung hat am 29.11.2011 mit der Drucksache 0864/2008/DS dem Beitritt der Stadt zur Metropolregion Hamburg zugestimmt.

Seit der Erweiterung der Metropolregion Hamburg (MRH) zum 01.05.2012 besteht die Kooperation aus 17 (Land-)Kreisen, zwei kreisfreien Städten (inkl. Neumünster) und der Stadt Hamburg. Sie ist die erste Metropolregion Deutschlands, die 4 Bundesländer (HH, MV, NS, SH) sowie alte und neue Bundesländer umfasst.

Zudem trat die Stadt Neumünster als assoziiertes Mitglied der Arbeitsgemeinschaft der Hamburg-Randkreise (ARGE HH-Rand) bei. Diese übernimmt die Koordinationsfunktion für die schleswig-holsteinischen Kreise und Städte der Metropolregion und vertritt die gemeinsamen Belange und Interessen in den dortigen Gremien.

Für das Jahr 2012 wurden für die Unterhaltung der Geschäftsstelle der ARGE HH-Rand rund 22.700 € sowie 7.000 € für die anteilige Kostenübernahme der Ausstattung der Geschäftsstelle der MRH in Hamburg angesetzt. Für das Jahr 2013 ist von insgesamt ca. 35.000 € anteiliger Kosten für die ARGE HH Rand und die Geschäftsstelle der MRH auszugehen.

Die Freie und Hansestadt Hamburg hat sich an die der MRH beigetretenen (Land-)Kreise und kreisfreien Städte gewandt und dafür geworben, ebenfalls Gesellschafter der HMG zu werden. Die Hamburg Marketing GmbH (HMG) wurde 2004 durch den Senat der Freien und Hansestadt Hamburg gemeinsam mit der Handelskammer Hamburg gegründet. Im Rahmen einer Fortentwicklung der Aufgabenstruktur agieren die Hamburg Marketing GmbH, die Hamburg Tourismus GmbH, die HWF Hamburgische Gesellschaft für Wirtschaftsförderung mbH sowie die Hamburg Convention Bureau GmbH (Integration ab dem 1. Juli 2013) unter dem Dach der Hamburg Marketing GmbH, die als Holding fungiert.

Im Sommer 2007 wurden die 14 (Land-)Kreise der MRH sowie der Landkreis Ludwigslust Gesellschafter der HMG. Seitdem lautet der erweiterte Auftrag der HMG, die MRH in die Marketingaktivitäten Hamburgs einzubinden und zu berücksichtigen.

Bis zum Beitritt der neuen Mitglieder am 01.05.2012 waren somit alle bisherigen Mitglieder der Metropolregion Hamburg [Cuxhaven, Dithmarschen, Harburg, Heidekreis, Herzogtum Lauenburg, Lüchow Dannenberg, Lüneburg, Pinneberg, Rotenburg (Wümme), Segeberg, Stade, Steinburg, Stormarn, Uelzen] sowie der Landkreis Ludwigslust zugleich Gesellschafter der Hamburg Marketing GmbH. Ziel der Stadt Hamburg ist es, eine De-

ckungsgleichheit von Verwaltungs- und Vermarktungsgebiet - also der Mitglieder der MRH und der Gesellschafter der HMG - zu erreichen:

- Der Kreis Ostholstein wird nach der Konstituierung des neuen Kreistages voraussichtlich im Herbst einen Beschluss zum Erwerb eines Geschäftsanteils fassen.
- Der Wirtschaftsausschuss des Kreistages des Landkreises Nordwestmecklenburg hat in der Novembersitzung 2012 den Beschlussentwurf des Erwerbs eines Geschäftsanteils an der Hamburg Marketing GmbH befürwortet. Es wird derzeit eine entsprechende Kreistagsvorlage für die Kreistagssitzung im September erarbeitet.
- Die Hansestadt Lübeck hat Interesse an einer Beteiligung, die Beschlussfassung ist für spätestens Herbst geplant.

Mit Beschluss der Ratsversammlung vom 11.12.2012 wurde die Verwaltung beauftragt, die Rahmenbedingungen für einen Beitritt von Neumünster als Gesellschafterin der Hamburg Marketing GmbH anhand der nachfolgenden Kriterien zu prüfen:

a) *Der konkrete Nutzen als Gesellschafterin der HMG muss für die Stadt Neumünster deutlich herausgearbeitet werden:*

Die HMG ist bereits für die neuen Mitglieder aktiv. Bei Broschüren (z. B. „Kraftzentrum im Norden: Metropolregion Hamburg“) oder Kampagnen (z. B. im Tagestourismus „Radfahrfreu(n)de“) wurde Neumünster schon vor dem offiziellen Beitritt berücksichtigt. Mit einer Beteiligung an der HMG ist die gemeinsame Vermarktung über den Mediaserver, den Markenshop, Publikationen, Presse- und Medienarbeit, Werbung, Events, Messebeteiligungen und Online regional und überregional gegeben. Die Marketingaktivitäten der Hamburg Marketing GmbH für die MRH werden jährlich festgelegt und mit den beiden Hauptkoordinatoren der nördlichen bzw. südlichen Kreise, Landkreise und kreisfreien Städte der MRH abgestimmt.

Der Strategische Marketingplan für das Hamburg-Marketing 2013-2018 bezieht sich auf die gesamte Region. Die MRH Landkreise in Niedersachsen haben zahlreiche Anmerkungen und Nachfragen hinsichtlich ihrer Einbindung formuliert, denen sich die ARGE HH-Rand nach Abstimmung mit den Kreisen und kreisfreien Städten überwiegend angeschlossen hat. Eine daraufhin überarbeitete Fassung des Strategischen Marketingplans ist dem Aufsichtsrat in seiner Sitzung am 04. Dezember 2012 vorgelegt und verabschiedet worden.

b) *Es ist eine klare Zuordnung der Aufgaben der Geschäftsstelle der Metropolregion Hamburg und der Hamburg Marketing GmbH erforderlich:*

In der Mitteilung des Senats an die Bürgerschaft Drucksache 19/6161 vom 11.05.2010 „Stärkung des Hamburg Marketings durch die Verknüpfung städtischer Gesellschaften über eine Holding-Struktur“ wird u. a. Bezug auf die MRH genommen: „Die Kreise und Landkreise der Metropolregion Hamburg und der Landkreis Ludwigslust wurden außerdem in den Kreis der Gesellschafter aufgenommen, um eine verbesserte Vermarktung Hamburgs als Stadt und Region durch eine unmittelbare Einbindung der Akteure zu erreichen.“ Die HMG hat somit die Aufgabe, bei der Vermarktung der Marke Hamburg die Metropolregion mit einzubeziehen. Weiter ist dargelegt, dass noch Verbesserungspotential hinsichtlich der „Steigerung der internationalen Attraktivität von Stadt und Region als Metropole Hamburg“ bestehe. Im Zuge des Prozesses zur Überprüfung und Neuausrichtung ist die MRH weiter zu integrieren.

Die HMG ist für übergreifende Marketingaspekte in der Außendarstellung Hamburgs und der Metropolregion zuständig. Weiterhin wird in der o. g. Mitteilung des Senats ausgeführt, dass bei der Vermarktung Hamburgs als Wirtschaftsstandort „der Metropolregion eine entscheidende Bedeutung zukäme, da sie maßgeblichen Anteil an der wirtschaftlichen Standortattraktivität Hamburgs besitze“.

Mit dieser Ausrichtung erfolgt eine Abkehr vom Stadtmarketing allein für Hamburg, die HMG wird daher für das Regionsmarketing unter dem Dach der Marke Hamburg zuständig.

Projektbezogen ist die HMG im Binnenmarketing tätig, insbesondere bei der Tagestourismus-Kampagne, bei der sie mit der Geschäftsstelle der MRH kooperiert. Diese Aufgabe ist im Verwaltungsabkommen über die Zusammenarbeit in der Metropolregion Hamburg in Artikel 10, Abs. 2, Ziff. 3, festgeschrieben: „Die Aufgaben der Geschäftsstelle sind (...) 3. die Öffentlichkeitsarbeit sowie Koordinationsleistungen beim Regionalmarketing für die Metropolregion Hamburg“. Mit Pressearbeit und Printprodukten, wie Broschüren informiert die Geschäftsstelle über Maßnahmen und Projekte, in die Mittel der MRH fließen, z. B. Förder- oder Leitprojekte, aber auch Projekte der Facharbeitsgruppen. Eine darüber hinausgehende klassische Vermarktung ist jedoch nicht Aufgabe der Geschäftsstelle der MRH.

Der Geschäftsstelle der MRH obliegt die Pressearbeit für die MRH, während die HMG vornehmlich das klassische Marketing für Hamburg und die MRH betreibt.

Projektbezogen kommt es somit zu gemeinsamen Marketingaktivitäten. So wird beispielsweise die Tagestourismuskampagne sowohl von der HMG als auch von der Geschäftsstelle der MRH im Marketing begleitet.

Die MRH unterzieht sich derzeit einer Evaluierung durch ihre Mitglieder zur weiteren Aufgabenoptimierung. Ein Ziel dieses Evaluierungsprozesses ist eine trennschärfere Aufgabenteilung von Hamburg Marketing GmbH und der Geschäftsstelle der MRH.

c) *Die Interessen der Stadt Neumünster bei den Vermarktungsaktivitäten der HMG sind angemessen zu berücksichtigen:*

Die Interessen der Stadt Neumünster als Gesellschafterin der HMG werden über die im Gesellschaftsvertrag festgelegten Gremien Aufsichtsrat und Gesellschafterversammlung vertreten.

Der Aufsichtsrat der Gesellschaft besteht aus 12 Mitgliedern. Hamburgs Erster Bürgermeister ist Kraft seines Amtes Mitglied und Vorsitzender des Aufsichtsrates. Weitere sechs Mitglieder kommen aus Hamburg. Zwei Mitglieder werden von den Kreisen, Landkreisen bzw. kreisfreien Städten der Metropolregion Hamburg entsandt, wobei die nördlichen und die südlichen Mitglieder je einen Vertreter benennen. Die verbleibenden drei Mitglieder werden durch die Handelskammer Hamburg entsandt. Dem Aufsichtsrat obliegt die Bestellung, Anstellung und Abberufung der Geschäftsführer bzw. Geschäftsführerinnen, er berät die Geschäftsführer bzw. Geschäftsführerinnen und überwacht deren Geschäftsführung. Der Zustimmung des Aufsichtsrates bedürfen beispielsweise der Wirtschaftsplan und seine Änderungen und der Marketing- und Werbeplan. In eilbedürftigen Fällen entscheidet ein Ausschuss des Aufsichtsrates über die Zustimmung über Aufträge, die im Wirtschaftsplan nicht vorgesehen sind. Dem Ausschuss gehören je ein Aufsichtsratsmitglied Hamburgs, der Handelskammer Hamburg und der (Land-)Kreise und kreisfreien Städte der Metropolregion an.

In der Gesellschafterversammlung gewähren je 500 € eines Geschäftsanteils eine Stimme. Die (Land-)Kreise und kreisfreien Städte entsenden und bevollmächtigen zur Wahrnehmung ihrer Gesellschafterrechte einen gemeinsamen Vertreter.

Die Stadt Neumünster ist u. a. der Metropolregion Hamburg beigetreten, um unter dem Dach der Marke Hamburg vermarktet zu werden. Gleichzeitig wird die Position Hamburgs im nationalen und internationalen Wettbewerb durch die Mitglieder der Metropolregion gestärkt. Gemeinsames Ziel ist es somit, die Chancen der sich bietenden win-win-Situation zu nutzen.

Die Vertreterinnen und Vertreter der Stadtverwaltung und der Wirtschaftsagentur Neumünsters können sich für die berechtigten Interessen der Stadt in den Themenfeldern der HMG angemessen einsetzen.

Als Mitglied der ARGE HH-Rand hat die Stadt Neumünster darüber hinaus mittelbar die Chance, ihre Interessen und die der umliegenden Kreise nach entsprechender Abstimmung auf noch breiterer Basis einzubringen.

d) *Die jährlichen Kosten für die neuen Gesellschafter sind konkret zu beziffern:*

Der jährliche anteilige Betriebs- und Projektkostenzuschusses beträgt für jedes Mit-

glied aus der MRH, das in die Gesellschaft einsteigt, 10.000 €.

- e) *Die zusätzlichen Kosten, z. B. für anteilige Marketingumlagen für Kampagnen, Projekten und sonstigen Maßnahmen, sind abzuschätzen:*  
Die Marketingkosten sind grundsätzlich mit dem Beitrag nach Punkt d) abgegolten. Im Einzelfall können im gemeinsamen Einvernehmen für einzelne Projekte zusätzliche freiwillige Leistungen vereinbart werden. Die Umlage für die Tagestourismuskampagne betrug im Jahr 2012 für Neumünster beispielsweise 500 €, für das Jahr 2013 ist mit einer Umlage in Höhe von 1.000 € zu rechnen.
- f) *Die Kündigungsklauseln und Kündigungsfristen sind einvernehmlich festzulegen:*  
Die Freie und Hansestadt Hamburg wird sich bei Veräußerung und Übertragung des Geschäftsanteils dazu verpflichten, den Geschäftsanteil frühestens nach Ablauf von 3 Jahren zurückzuerwerben. Im Falle eines Ausscheidens entfällt die Verpflichtung des ausscheidenden Gesellschafters zur Zahlung des jährlichen Betriebs- und Projektkostenzuschusses von 10.000 €.

## **2. Neumünster als Gesellschafterin der HMG**

Neumünster wird projektbezogen bereits bei den Marketingaktivitäten der HMG bei Marketingmaßnahmen einbezogen. Damit Neumünster auch weiterhin fester Bestandteil der Vermarktung der MRH bleibt und systematisch in alle Maßnahmen der HMG mit einbezogen werden kann, ist ein Beitritt der Stadt als Kooperationspartnerin der HMG erforderlich.

„Hamburg: das Magazin aus der Metropole“ (Auflage rd. 1 Million, als Beileger in ZEIT und Süddeutscher Zeitung) erscheint seit April 2013 im neuen Gewand und mit stärkerem Online-Bezug. Darin sind Themen und Termine aus der gesamten MRH zu finden, somit bereits interessante Beiträge der neuen Mitglieder. Eine umfassende Berücksichtigung kann jedoch erst erfolgen, wenn die neuen MRH-Mitglieder auch Gesellschafter der HMG geworden sind. Gleiches gilt für den Newsletter „Mediendienst der MRH“ und alle weiteren Marketing- und PR-Maßnahmen der HMG. Im Ergebnis erscheint nur eine Vermarktung der gesamten Metropolregion Hamburg sinnvoll, in touristischen wie in wirtschaftlichen Belangen.

Daher wird vorgeschlagen, dass die Stadt Neumünster Gesellschafterin der Hamburg Marketing GmbH wird. Dies erscheint nach dem Beitritt zur Metropolregion Hamburg als sinnvoller und logischer weiterer Schritt, um eine gemeinsame Vermarktung sowohl projektbezogen über die Geschäftsstelle der MRH als auch umfassend über die HMG zu gewährleisten. Nur als Gesellschafterin der HMG kann die Stadt Neumünster ihre Interessen einbringen und aktiv die Ausrichtung und Schwerpunktsetzung umfassend mitgestalten.

## **3. Einbindung der Mitglieder der MRH in die Marketingaktivitäten der HMG**

Wie unter Ziff. 1 b) dargelegt, ist die HMG für übergreifende Marketingaspekte in der Außendarstellung Hamburgs und der Metropolregion zuständig. Unter der Marke Hamburg sind die Stärken aller Partner in der MRH hervorzuheben. Die Stadt Neumünster wird bei den Marketingaktivitäten der HMG darauf hinwirken, dass die Vorteile der Kooperation deutlicher dargestellt werden. Derzeit bedient die HMG bei den Marketingaktivitäten nicht die Marken und Markeninhalte der einzelnen Gesellschafter, sondern die Marke Hamburg steht im Fokus. Gleichwohl ist es das Ziel der Stadt Neumünster, in den Publikationen der HMG die eigene Corporate Identity einfließen zu lassen, um einen Wiedererkennungseffekt zu schaffen. Es ist anzustreben, nach Abschluss der Markenentwicklung für Neumünster auch die Markeninhalte, den künftigen Markenkern sowie die Dachmarke Neumünsters in den Veröffentlichungen der HMG in angemessener Form im Rahmen der ge-

gebenen Möglichkeiten zu präsentieren.

Im Zuge der Weiterentwicklung der strategischen Ausrichtung der HMG wird Neumünster darauf hinwirken, dass die Gesellschafter der HMG ihre Bedeutung für den Verbund deutlicher darstellen und somit in der Außenwirkung noch stärker wahrgenommen werden.

Dr. Olaf Tauras  
Oberbürgermeister