

STADT FRIEDRICHSHAFEN Sitzungsvorlage Drucksache-Nr. 2025 / V 00225	Ausfertigungen: Stabsstelle Tourist-Information, DEZ2, DEZ3, DIG, OVA, PA, RA, STP
Dienststelle: Stabsstelle Tourist-Information Aktenzeichen: mr	13.10.2025, Unterschrift:

Mitzeichnung (Datum, Kurzzeichen):	
☒ BM Stauber _____	☐ EBM Müller _____
☒ BM Hein _____	☒ OB Blümcke _____

Betreff: Zusammenlegung von Stadtmarketing Friedrichshafen GmbH und der Stabsstelle Tourismus		
Anlage(n): Anlage 1 Änderung Hauptsatzung		
Medien: Bitte ankreuzen. Alles, was präsentiert werden soll, muss mindestens 3 Arbeitstage vor den jeweiligen Sitzungen der Geschäftsstelle des Gemeinderates zugeleitet werden, damit die Präsentation gewährleistet werden kann.		
☐ MS Office Dateien (inkl. ppt, .mpp)	☐ .pdf-, htm-Dateien	☐ DVD

Referent und Zeitdauer: Herr BM Hein, Herr Goldschmidt, Frau Raßmann 15 Minuten, davon 5 Minuten Sachvortrag

Gremium:	Datum:	Zuständigkeit:	Öffentlichkeitsstatus:
Finanz- und Verwaltungsausschuss	03.11.2025	Vorberatung	öffentlich
Ortschaftsrat Ailingen	06.11.2025	Vorberatung	öffentlich
Gemeinderat	17.11.2025	Beschluss	öffentlich

Ggf. Hinweis auf frühere Behandlung des Beratungsgegenstandes (Gremium, Datum, Drucksache-Nr.):

FINANZIELLE AUSWIRKUNGEN☒ ja☐
nein

Kosten:	☒ einmaliger Aufwand (konsumtiv)	Betrag:	10.000 EUR
	☒ einmalige Auszahlung (investiv)	Betrag:	5.000 EUR
	☒ jährlicher Folgeaufwand:	Betrag:	278.540 EUR
	Personalkosten	Betrag:	156.550 EUR
	Sachkosten	Betrag:	156.550 EUR
Zuschüsse	☐ einmalige Einzahlung	Betrag:	EUR
bzw.			
Beiträge:	☒ laufende Einzahlungen	Betrag:	105.500 EUR

MITTELBEREITSTELLUNG IM HAUSHALT:

☒ Stadt	☒ Ergebnis-HH	☐ Finanz-HH	Kontierungen:	Tourismus 5750000090
☐ Stiftung	☐ Ergebnis-HH	☐ Finanz-HH	Kontierungen:	Organisation 1120010000

Zur Verfügung stehende Mittel

Planansatz im Jahr 2026:	345.000 EUR
Ermächtigungsübertrag aus dem Vorjahr:	EUR
Noch bereitzustellen:	EUR
Deckungsvorschlag:	EUR

FN!-CHECK wurde durchgeführt:

☐ ja (der FN!-Check liegt der DS als Anlage bei)

Zusammenfassende Einschätzung und Hinweise zur weiteren Planung:

☐ nein

Begründung:

☒ Check nicht erforderlich lt. Ausschlusskatalog

KLIMAWIRKUNG wurde geprüft:

☐ ja (der Klima-Check liegt der DS als Anlage bei):

Zusammenfassende Einschätzung und Hinweise zur weiteren Planung:

☐ nein

Begründung:

☒ Check nicht erforderlich lt. Ausschlusskatalog bzw. FN!-Check

Beschlussantrag:

1. Die Einrichtung des neuen Amtes „Amt für Stadtmarketing und Tourismus (AST)“ wird zur Kenntnis genommen.
2. Es wird die als Anlage 1 beigefügte Änderungssatzung zur Hauptsatzung der Stadt Friedrichshafen vom 17.11.2025 beschlossen.
3. Die teilweise Umwidmung der bisher für den Zuschuss an die Stadtmarketing Friedrichshafen GmbH vorgesehenen Freiwilligkeitsleistungen wird zur Kenntnis genommen.

Begründung:

Historie und Ergebnis des externen Prüfgutachtens

Mit Grundsatzbeschluss vom 3. Juni 2024 (Drucksache 2024 / V 00028) beauftragte der Gemeinderat die Zusammenlegung der drei Organisationseinheiten der Tourist Information Friedrichshafen (Stabsstelle Tourismus), der Tourist-Information Ailingen (Ortsverwaltung Ailingen) und der Stadtmarketing Friedrichshafen GmbH. In diesem Rahmen wurde die Verwaltung damit beauftragt, die beste Rechtsform für eine Zusammenlegung der Organisationseinheiten ergebnisoffen zu ermitteln, insbesondere unter Berücksichtigung wirtschaftlicher, steuerrechtlicher und personalrechtlicher Faktoren.

Nach Betrachtung verschiedenen rechtlichen Aspekte und den aktuellen Entwicklungen wurde mit Beschluss vom 14. Juli 2025 (Drucksache 2025 / V 00132) festgelegt, dass - vorbehaltlich der Einhaltung der Grundsätze von Wirtschaftlichkeit und Sparsamkeit - ein Eigenbetrieb errichtet werden soll. Im Gegensatz zu einer GmbH verursacht die Zusammenlegung innerhalb der Stadtverwaltung als Eigenbetrieb geringere Transformationskosten und ist schneller sowie einfacher umsetzbar. Dies implizierte gleichzeitig, dass die Zusammenlegung innerhalb der Stadtverwaltung und nicht in einer Rechtsform des Privatrechtes erfolgt. Neben geringeren Transformationskosten und einer schnelleren Umsetzbarkeit wurden der Zugriff auf das Wissen und die Ressourcen der Stadtverwaltung sowie die gesicherte Personalvertretung durch den Personalrat als weitere Argumente für eine innerstädtische Organisationsform genannt. Mit beschlossen wurde auch, dass das bestehende Personal der Stadtmarketing Friedrichshafen GmbH auf die Stadt Friedrichshafen übergeht und die dafür erforderlichen Stellenanteile von 3,25 VZÄ ab dem 01.01.2026 in den städtischen Stellenplan aufgenommen werden. Mit den vier Mitarbeitenden werden entsprechende Vertragsübernahmevereinbarungen abgeschlossen.

Für die Begleitung der Umsetzung wurde die Kanzlei Menold Bezler beauftragt.

Über die Sommermonate haben sich Stadtmarketing, Tourist-Information und die Stadt- und Stiftungspflege intensiv mit der Finanzplanung für den Eigenbetrieb beschäftigt. Parallel wurde geprüft, was für die praktische Umsetzung notwendig ist. Dabei hat die Betrachtung verschiedener Faktoren (Einrichtung SAP, Schnittstellen, Personal usw.) ergeben, dass unter den aktuellen Rahmenbedingungen ein Eigenbetrieb die Vorteile dieser Organisationsform nicht voll entfalten könnte und im Vergleich zur Einrichtung eines Regiebetriebs (Amt) höhere Kosten verursachen würde. Entsprechend ist die Errichtung eines Eigenbetriebs zum jetzigen Zeitpunkt entsprechend den Grundsätzen der Wirtschaftlichkeit und Sparsamkeit nicht sinnvoll.

Stattdessen empfiehlt sich die Einrichtung eines Amtes als Regiebetrieb mit Vollbudget.

1. Einrichtung Amt für Stadtmarketing und Tourismus

Das Amt für Stadtmarketing und Tourismus wird zum 1.1.2026 als Regiebetrieb mit Vollbudget von der Verwaltung eingerichtet. Dadurch besteht die Möglichkeit, dass gesteigerte Umsatzerlöse im Amt verbleiben und für Mehrausgaben verwendet werden können. Wie beim Eigenbetrieb kann hier also gewährleistet werden, dass von Dritten, wie z. B. dem Stadtforum, für Stadtmarketing und Tourismus mit eingebrachten finanziellen Mittel diesem Zweck auch zur Verfügung stehen. Auch weitere gewünschten Eigenschaften, wie sie in der Vorlage aus dem Juli unter den Stichworten finanzielle Transparenz oder Flexibilität benannt werden, lassen sich mit dieser speziellen Form des Regiebetriebs ebenso gut wie im Eigenbetrieb umsetzen.

Der Regiebetrieb unterliegt weniger Regularien und Vorschriften wie ein Eigenbetrieb, für den u. a. eine eigene Betriebssatzung, ein eigener zu genehmigender Wirtschaftsplan oder auch ein eigener Jahresabschluss nötig sind. Der Regiebetrieb profitiert voll und ganz von den Leistungen der Querschnittsämter bei Kasse, Buchhaltung, Personal, EDV usw. Die Eingliederung des Stadtmarketings in das neue Amt innerhalb der Stadtverwaltung führt in betroffenen Ämtern zu einer gewissen Mehrbelastung, auch wenn das Stadtmarketing eine vergleichsweise kleine Einheit ist. Hier ist gegebenenfalls eine Stellenbemessung in den Querschnittsämtern nötig.

Auch als Amt sollen die Maßnahmen aus dem Tourismuskonzept umgesetzt werden und es soll auf aktuelle Marktbedingungen reagiert werden. Dafür wird auch eng mit dem Stadtforum und den touristischen Akteuren zusammengearbeitet. Der Ausbau von Vertriebsmöglichkeiten, z. B. durch fungieren als Convention Bureau oder durch die Aufnahme weiterer Vorverkäufe sowie die Schaffung von weiteren Bezahlmöglichkeiten gehören weiterhin zu den Aufgaben. Stadtmarketing und Tourismus müssen – egal ob Eigenbetrieb oder Amt - die Freiheit haben, bei Bedarf Marketingstrategien an aktuelle Erfordernisse anzupassen, um besser auf die Bedürfnisse ihrer Zielgruppe zu reagieren.

2. Änderung der Hauptsatzung

Damit die Zuständigkeit des Kultur- und Sozialausschusses für das neue Amt für Stadtmarketing und Tourismus garantiert ist, bedarf es einer kleinen Änderung der Hauptsatzung. Die Aufzählung der zum Geschäftskreis des Kultur- und Sozialausschuss gehörenden Themen muss um die Angelegenheiten des Stadtmarketings und Tourismus ergänzt werden (siehe Anlage 1 zur Sitzungsvorlage).

3. Finanzielle Auswirkung und Umwidmung der benötigten Mittel

Momentan sind die laufenden Kosten für die neuen Mitarbeitenden sowie die Umwidmung der Sachkosten für den Betrieb und die Projekte nicht im Haushalt vorgesehen. Die erwarteten Kosten in Höhe von 435.100 EUR werden durch die teilweise Umschichtung und Umwidmung von Mitteln der Stadtmarketing Friedrichshafen GmbH gedeckt: Zum einen werden aus den übernommenen Stadtmarketing-Projekten Einnahmen aus privatrechtlichen Leistungsentgelten in Höhe von 105.500 EUR erwartet und zum anderen werden aus den 380.000 EUR, die bisher für die

Freiwilligkeitsleistung an die Stadtmarketing GmbH vorgesehen sind, 330.000 EUR für das neue Amt umgewidmet. Wie im Juli beschlossen wird über die Auflösung bzw. Liquidation der Stadtmarketing Friedrichshafen GmbH zu einem späteren Zeitpunkt entschieden. Die Gesellschaft besteht zunächst fort, auch weil es im Einzelfall noch bis weit über den Jahreswechsel hinaus dauert bis alle angefangenen Aufgaben beendet oder übertragen werden können.

Darin sind die Stellenanteile von 3,25 VZÄ ab dem 01.01.2026 berücksichtigt. Neben der Geschäftsführung des Stadtmarketings, werden vorbehaltlich der endgültigen Stellenbewertung von DIG-ORG, folgende Eingruppierungen in den Stellenplan übernommen: 0,7 Stellen in EG 6, 0,8 Stellen in EG 8 und 0,75 Stellen in EG 10.

Für die Einrichtung des Amtes sind einmalige Transaktionskosten notwendig. Die einmaligen Kosten in Höhe von 10.000 € konsumtiv und 5.000 € investiv sind für die Ausstattung (Arbeitsplätze) der neu hinzukommenden Mitarbeitenden können aus Mitteln des Produkts 1120010000 (Organisation) übernommen werden.

Weitere Schritte:

Der neu errichtete Regiebetrieb wird zum 1.1.2026 die Arbeit aufnehmen. Zunächst werden die Mitarbeitenden in den bisherigen Räumlichkeiten arbeiten, bis eine ideale und zukunftsfähige Lösung für gemeinsame Räumlichkeiten gefunden wird.