

Beteiligungsbericht der Stadtmarketing Bruchköbel GmbH 2015
Erarbeitet durch Stadtverwaltung und Stadtmarketing Bruchköbel GmbH

Hauptstraße 32
63486 Bruchköbel

Telefon: (06181) 3646710
Telefax: (06181) 3646720
Internet: www.stadtmarketing-bruchköbel.de
E-Mail: info@stadtmarketing-bruchköbel.de

- 1. Allgemein:** Unterjähriges Berichtswesen
- 1.1 Gründung:** 17.12.2009/25.03.2010
- 1.2 Gesellschaftsvertrag/Satzung:** Gültig in der Fassung vom 16.04.2014
- 1.3 Stammkapital:** 25.000,00 €
- 1.4 Gesellschafter:** Stadt Bruchköbel

<u>Name</u>	<u>Anteil in %</u>	<u>Anteil in EUR</u>
Stadt Bruchköbel	100	25.000,00

2. Organe der Gesellschaft

- 2.1 Geschäftsführung:** Andrea Weber
- 2.2 Aufsichtsrat:**
- Günter Maibach, Bürgermeister
 - Ingrid Cammerzell, Angestellte
 - Edwin Jessel, Lehrer
 - Reiner Keim, Angestellter
 - Manfred Lüer, Rentner
 - Josef Pastor, Pensionär
 - Michael Roth, Rechtsanwalt
 - Volker Schadeberg, Selbständiger
 - Jürgen Schäfer, Prokurist
 - Silke Zielke, Bankkauffrau
 - Volker Meyer, Optiker
- 2.3 Aufwandsentschädigungen:** Die Geschäftsführerin erhält ein Gehalt sowie eine jährliche Tantieme. Analog § 286 Abs. 4 HGB unterbleibt die Angabe der Höhe. Die Mitglieder des Aufsichtsrates erhalten gemäß § 9 Abs. 7 der Gesellschaftersatzung eine Aufwandsentschädigung. Gem. § 6 der Geschäftsordnung des Aufsichtsrats und der Geschäftsführung wird die Tätigkeit in Anwendung der Regeln der Entschädigungssatzung der Stadt Bruchköbel in der jeweilig gültigen Fassung entschädigt. Im Jahr 2015 betragen die Entschädigungen insgesamt 640 Euro für Sitzungen.

3. Von der Gemeinde gewährte Sicherheiten:

Keine

4. Auswirkungen auf die Haushaltswirtschaft:

Dienstleistungsentgelt, Projekte sowie Personalkosten in Höhe von insgesamt 491.356,63 Euro

5. Grundzüge des Geschäftsverlaufs:

5.1 Unternehmensaufgaben:

Gegenstand des Unternehmens ist das ganzheitliche Stadtmarketing. Hierbei soll einvernehmlich zu den weiteren mittelfristigen und kurzfristigen Beschlüssen der Politik zur Umsetzung der Leitbildziele „Bruchköbel 2025“ deren Umsetzung als Querschnittsaufgabe wahrgenommen werden. Instrumente hierzu sind u.a. Standortmarketing, Stadtentwicklung, Citymanagement, Veranstaltungsmanagement, Bürgerbeteiligungsprozesse, Moderation, Workshops, Wirtschaftsförderung, Presse- und Öffentlichkeitsarbeit sowie die Einrichtung und das Betreiben von Kommunikationsplattformen der Stadt.

Zu diesem Zweck wird die Gesellschaft im Einzelnen beauftragt, im Sinne der gefundenen Positionierung, Bruchköbel als „bevorzugten Lebensmittelpunkt“ zu etablieren, mittelfristige Ziele umzusetzen. Insbesondere beispielsweise

- Konzepte zu entwickeln und umzusetzen, die die Erhöhung der Attraktivität der Stadt und ihrer Stadtteile forcieren, um Bürgerinnen und Bürger, Besucher, Kunden und Kaufkraft nach Bruchköbel zu holen und an den Standort zu binden
- alle werblichen Maßnahmen der Stadt unter dem Kommunikationsdach der Gesamtvermarktung zu steuern und überwachen
- Prozesse zur Umsetzung der Ziele des Leitbilds vorzubereiten, zu koordinieren und kommunikativ zu begleiten
- neue Foren und Möglichkeiten zu entwickeln, Bürgerinnen und Bürger aktiv an den Prozessen der Stadt zu beteiligen
- die gezielte Vermarktung neuer und bestehender Gewerbeflächen in Richtung Investoren zu betreiben und solche Flächen aktiv mit zu entwickeln
- Die Stadt bei der Entwicklung neuer Wohnbaugebiete hinsichtlich der Vermarktung und der Anforderungen der Zielgruppen zu beraten
- die (Innen)Stadtentwicklung in Richtung geeigneter Investoren und Umsetzungsverfahren aktiv zu begleiten und zu steuern
- Ansprechpartner insbesondere des Gewerbes und der Vereine sowie aller Bürgerinnen und Bürger zu sein
- überparteilich zu arbeiten und als Schnittstelle zu Politik und Verwaltung zu agieren

Die Gesellschaft ist zu allen Maßnahmen und Geschäften berechtigt, die mit dem genannten Gesellschaftszweck zusammenhängen oder ihn fördern. Sie kann sich zur Erfüllung ihrer Aufgaben Dritter bedienen und sich an anderen Unternehmen, die den Geschäftszweck fördern, beteiligen. Zudem kann die Gesellschaft auch für Unternehmen tätig werden, an denen die Stadt beteiligt ist.

5.2 Erfüllung öffentlicher Zweck:

Die Stadt Bruchköbel ist gemäß § 121 Abs. 7 HGO dazu verpflichtet, mindestens einmal in jeder Wahlzeit zu prüfen, inwieweit ihre wirtschaftliche Betätigung noch die Voraussetzungen des § 121 Abs. 1 HGO erfüllt und inwieweit die Tätigkeiten privaten Dritten übertragen werden können. Die Prüfung hat folgendes ergeben:

Rechtfertigung der wirtschaftlichen Betätigung durch einen öffentlichen Zweck

Die Aufgaben der Gesellschaft und der durch diese wahrzunehmenden Zwecke bilden einen zulässigen Ausschnitt aus dem Kanon kommunaler Aufgabenwahrnehmung und –erfüllung.

Die Gesellschaft ist zur Stärkung und Entwicklung des örtlichen und überörtlichen Wirtschaftspotentials, zur Sicherung und Entwicklung von Arbeitsplätzen im Gesellschaftsgebiet, zur Steigerung und Attraktivität des Standortprofils der Stadt Bruchköbel im Interesse der Allgemeinheit sowie zur Koordinierung des städtischen Marketings und der Stadtentwicklung für die Stadt Bruchköbel gegründet worden. Diese zur kommunalen Daseinsvorsorge zählenden freiwilligen kommunalen Aufgaben zielen darauf ab, das wirtschaftliche und soziale Wohl einschließlich kultureller Belange der Einwohner in der Stadt Bruchköbel durch die Schaffung und die Verbesserung der Standortbedingungen für die Wirtschaft sowie die Bekanntmachung attraktiver Standortbedingungen zu sichern und zu steigern.

Diese Aufgaben werden von privaten Unternehmen, die im eigenen gewerblichen Interesse handeln, nicht oder nicht in gleichem Umfang oder nicht zu den gleichen Bedingungen erbracht. Die hier relevanten Tätigkeiten werden also vom Markt nicht bereitgestellt, gleichwohl besteht an deren Erbringung ein allgemeines öffentliches Interesse. Es besteht für die Stadt

der Bedarf, dass diese Aufgaben hinreichend sicher durch eine städtische Gesellschaft wahrgenommen werden.

Damit rechtfertigt der öffentliche Zweck die wirtschaftliche Betätigung.

Angelegenheit der örtlichen Gemeinschaft

Die wirtschaftliche Betätigung der Gesellschaft ist als Angelegenheit der örtlichen Gemeinschaft zulässig. Berechtigte Interessen von betroffenen Gebietskörperschaften oder von landkreiszugehörigen Gemeinden sind gewahrt.

Angemessenheit der Betätigung im Verhältnis zu Leistungsfähigkeit und dem Bedarf der Stadt

Die mittel- bis langfristigen Ziele und damit der Bedarf der Stadt für eine positive Zukunftsausrichtung sind im Leitbild „Bruchköbel 2025“ festgelegt. Gegenstand des Unternehmens ist daher das ganzheitliche Stadtmarketing. Hierbei soll einvernehmlich zu den weiteren mittelfristigen und kurzfristigen Beschlüssen der Politik die Umsetzung der Leitbildziele „Bruchköbel 2025“ durch die Gesellschaft als Querschnittsaufgabe wahrgenommen werden. Hierzu soll die Gesellschaft u.a. Wirtschaftsförderung, Stadtmarketing, Stadtentwicklung und eine umfassende Bürgerinformation betreiben.

Diese Instrumente werden damit als unerlässlich angesehen, den Standort zukunftsgerecht auszurichten. Bruchköbel will als Mittelzentrum im Rahmen der Daseinsvorsorge auch dafür sorgen, dass ein angemessenes Nahversorgungsangebot und Arbeitsplätze in der Stadt erhalten bleiben und ausgebaut werden. Die Wahrnehmung der Aufgaben in Form einer städtischen Gesellschaft ist erfolgreich, da sie mit größerer Flexibilität auf die Anforderungen z.B. von Wirtschaftsbetrieben und Investoren eingehen kann. Ohne gezielte Förderung von Ansiedlungen, Innenstadt- und Stadtteilaktivitäten würde sich die Stadt in vielen Belangen negativ entwickeln und eine einsetzende Abwärtsspirale das Gemeinwesen beeinträchtigen. Die

Anstrengungen, die die Stadt durch die Gesellschaft betreibt, sind daher gemessen am Ergebnis und Bedarf angemessen.

Berechtigte Interessen Dritter

Die Stadt Bruchköbel hat bereits im Jahr 2003 nach einem umfangreichen Meinungsfindungsprozess auch mit den privaten Organisationen der Wirtschaft Stadtmarketing als Tätigkeitsbereich in der Stadtverwaltung angesiedelt und am 1.7.2003 die Arbeit aufgenommen. Sowohl die Tätigkeit der Stadt unmittelbar, als auch die Tätigkeit der Stadtmarketing GmbH sind der Stadt zuzurechnen. Die Prüfung der strikten Subsidiaritätsklausel - nämlich ob der Zweck nicht ebenso gut und wirtschaftlich durch einen privaten Dritten erfüllt wird oder erfüllt werden kann – kann somit entfallen, da die Stadt bereits vor dem 1. April 2004 die Tätigkeit Stadtmarketing aufgenommen und ausgeübt hat.

Gleichwohl ergibt die Prüfung, dass der Zweck, Stadtmarketing zu betreiben und als Querschnittsaufgabe zur Erreichung mittel-bis langfristiger Ziele in einer Stadt auszuüben, sinnvoll und effektiv nur von der Stadt nahestehenden oder in der Stadt angesiedelten Arbeitseinheiten erfüllt werden kann. Wichtigster Grund hierfür ist neben der Nähe zur Stadt und deren strategischen Ausrichtung, dass Handlungsmotiv des öffentlichen Interesses, das in allen Handlungsfeldern der Gesellschaft als erste Priorität vorne ansteht. Entsprechend wird beim Handeln Privater das dem Handeln zugrundeliegende Motiv regelmäßig ein wirtschaftliches Interesse sein.

Auch wenn es sich bei sich bei einzelnen Aufgaben des Stadtmarketings, der Gewerbeflächen- und Stadtentwicklung, Bürgerinformation und Kommunikation sowie Wirtschaftsförderung um Tätigkeiten handelt, die den Kommunen nicht als Pflichtaufgaben obliegen und damit auch im allgemeinen Wettbewerb durch andere Wirtschaftsteilnehmer wahrgenommen werden können, verbleibt jedoch die sie umklammernde Funktion, nämlich diese Instrumente stets zum Wohl der Stadt und entsprechend dem Leitbild zur mittel bis langfristigen Ausrichtung und Entwicklung der Stadt und nach Vorgabe der politisch Verantwortlichen einzusetzen. Dieses Motiv oder dieser Zweck von Stadtmarketing kann nicht durch private Dritte ebenso gut erfüllt werden. Zudem schützt das Gesetz private Dritte grundsätzlich auch nicht vor der Marktteilnahme öffentlicher Anbieter.

Ausweislich der Protokolle der Ausschuss- und Stadtverordnetenversammlung hat auch im Vorfeld der Gründung der Gesellschaft in Bruchköbel 2009 erneut ein breit angelegter Beteiligungs- und Moderationsprozess zwischen der Stadt und privaten Trägern stattgefunden. Die Interessen des privaten Handwerker- und Gewerbevereins und die der Arbeitsgemeinschaft Stadtmarketing wurden und werden umfassend gehört. Demnach lag es auch in deren Interesse, die Gesellschaft zu gründen und mit den übernommenen Aufgaben nach der Satzung zu betrauen. Der Stadtmarketingverein, der auch mit der Gesellschaft im Wettbewerb stehende Wirtschaftsteilnehmer der privaten Wirtschaft vertritt, wurde und wird seit Gründung der Gesellschaft auch durch die Wahrnehmung von Kontroll- und Beratungsfunktionen im Aufsichtsrat der Stadtmarketing Bruchköbel GmbH hinreichend beteiligt und informiert. Zusätzlich werden durch

Lenkungsgruppen und Dialogangebote im Sinne einer gesamtstädtischen Beiratsfunktion die Arbeitsinhalte weiter verdeutlicht.

Berechtigte Interessen von Dritten, die Aufgaben der Stadtmarketing Bruchköbel GmbH als private Geschäftsmodelle betreiben zu wollen, sind aktuell nicht vorhanden, bekannt und daher auszuschließen.

Damit bestehen unverändert zur Gründungssituation keine berechtigten Interessen Dritter im Sinne des Gesetzes.

5.3 Fazit:

Die Stadtmarketing Bruchköbel GmbH konnte aufgrund der Vorgaben des Gemeindefirtschaftsrechts 2009 nur gegründet werden, nachdem die erforderliche Anhörung und angemessene Berücksichtigung der Interessen Dritter erfolgte und diese keine Einwände gegen die Gesellschaftsgründung ergeben hat. Bereits im Mai 2003 nahm die Stadt die Tätigkeit Stadtmarketing voll umfänglich auf.

Ausweislich des jährlich für die Stadtverordnetenversammlung zu erstellenden Beteiligungsberichts steht die Betätigung nach Art und Umfang in einem angemessenen Verhältnis zur Leistungsfähigkeit der Stadt Bruchköbel und zum voraussichtlichen Bedarf.

Mithin wird als Ergebnis der Prüfung unterstellt, dass das genannte Beteiligungsunternehmen der Stadt Bruchköbel die engen Voraussetzungen des § 121 Abs. 1 HGO weiterhin erfüllt und eine Übertragung der von diesem Unternehmen wahrzunehmenden Tätigkeiten auf private Dritte nicht erfolgen kann. Der öffentliche Zweck kann nicht ebenso gut und wirtschaftlich durch einen privaten Dritten erfüllt werden.

Aufgrund dessen beschließt die Stadtverordnetenversammlung den nach § 121 Abs. 7 HGO formal erforderlichen Beschluss, dass in dem genannten Fall der vorgenannten wirtschaftlichen Betätigung die Voraussetzungen des § 121 Abs. 1 HGO erfüllt sind.

6. Bilanz und Gewinn- und Verlustrechnung des Unternehmens

Die Gesellschaft hat im Jahr 2015 einen Jahresüberschuss in Höhe von Euro 11.797,37 erwirtschaftet. Die Gesellschaft weist insgesamt ein positives Eigenkapital in Höhe von Euro 57.640,40 aus.

Bilanz	31.12.2015	31.12.2014
	Euro	Euro
AKTIVA		
A. Anlagevermögen	4.218,00	3.157,00
B. Umlaufvermögen	141.344,03	81.346,97
Bilanzsumme	145.562,03	84.503,97
PASSIVA		
A. Eigenkapital	57.640,40	45.843,03
B. Rückstellungen	21.632,92	12.101,20
C. Verbindlichkeiten	66.288,71	26.559,74
Bilanzsumme	145.562,03	84.503,97
GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG		
	31.12.2015	31.12.2014
	Euro	Euro
1. Umsatzerlöse	476.783,95	305.544,99
2. Sonstige betriebliche Erträge	630,15	1.542,52
3. Materialaufwand	296.666,88	122.533,74
4. Personalaufwand	113.042,04	123.663,58
5. Abschreibungen	2.287,54	3.550,27
6. Sonstige betriebliche Aufwendungen	53.620,77	58.370,89
7. Sonstige Zinsen und ähnliche Erträge	0,50	0,74
8. Zinsen und ähnliche Aufwendungen	0,00	0,00
9. Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit	11.797,37	-1.030,23
10. Jahresüberschuss	11.797,37	-1.030,23

Die Jahresabschlüsse bis einschl. 2015 wurden durch einen Abschlussprüfer geprüft und testiert.

7. Auszug aus dem Lagebericht

Die Stadtmarketing Bruchköbel GmbH arbeitet für eine ganzheitliche, nachhaltige und mittel- bis langfristig ausgerichtete und zukunftsgerechte Stadtentwicklung. Die konsequente Führung der Stadt als Marke, und damit eine mittel- bis langfristige Stadtentwicklung, setzt eine grundlegend einheitliche Entscheidung der Stadt und der politischen Vertreter voraus. Die angestrebte Marke Stadt Bruchköbel so umzusetzen, dass die Stadt sich unverwechselbarer, lebenswerter und erfolgreicher als andere entwickelt, kann nur im Schulterschluss aller Beteiligten umgesetzt werden. Dies zu koordinieren und realisieren, kann die Stadt der Gesellschaft als Managementaufgabe übertragen. Die jeweiligen Ziele kann die Gesellschaft nur durch einen klaren Auftrag realisieren. Derzeit umfassen die Aufgaben, die Gewerbeflächenvermarktung, die Koordination der Innenstadtentwicklung, der digitale Stadtauftritt, die Innenstadtbelebungsmaßnahmen und das Marketing für den Zweckverband Fliegerhorst.

Projekte 2015:

Leitung des Dialogprozesses, Steuerung Lenkungsgruppe zur Innenstadtentwicklung
Bürgerbeteiligung zur Innenstadtentwicklung
Durchführung von Märkten und verkaufsoffenen Sonntagen
Weihnachtsmarkt
Redaktion STADTINFO
Redaktion u. Entwicklung Digitaler Stadtauftritt – Homepage, App und Stadtmarketing
Aufbau und Vertrieb der Stadt- und Gewerbebeschilderung
Akquise und Aufbau der historischen Stadtrundgänge
Entwicklung und Redaktion des Onlineportals Marktplatz Bruchköbel
Schulungen zum digitalen Marketing
Stadtgespräch zum Onlinemarketing
Gewerbeflächenvermarktung und Unternehmensansiedelung
Marketing für den Zweckverband Fliegerhorst

Vermögens-, Finanz- und Ertragslage:

Bei einer von TEUR 85 um TEUR 61 auf TEUR 146 angestiegenen Bilanzsumme weist die Gesellschaft auf der Aktivseite insbesondere Bankguthaben von TEUR 78 (i.Vj. TEUR 77) sowie Forderungen aus Lieferungen und Leistungen von TEUR 59 (i.Vj. TEUR 1) aus. Hierbei bestehen die Forderungen im Wesentlichen gegenüber der Gesellschafterin (TEUR 51). Darüber hinaus stehen auf der Aktivseite der Bilanz Anlagevermögen in Höhe von TEUR 4 (i.Vj. TEUR 3) sowie sonstige Vermögensgegenstände in Höhe von TEUR 5 (i.Vj. TEUR 3).

Auf der Passivseite werden neben dem Eigenkapital in Höhe von TEUR 58 (i.Vj. TEUR 46), sonstige Verbindlichkeiten in Höhe von TEUR 38 (i.Vj. TEUR 21), Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen in Höhe von TEUR 28 (i.Vj. TEUR 5) sowie sonstige Rückstellungen in Höhe von TEUR 22 (i.Vj. TEUR 12) ausgewiesen. Gegenüber der Gesellschafterin bestehen sonstige Verbindlichkeiten in Höhe von TEUR 36. Für weitere Erläuterungen bzgl. der Verbindlichkeiten und Rückstellungen verweisen wir auf den Anhang. Die Eigenkapitalquote hat sich gegenüber 54% im Vorjahr auf 40% verringert.

Die Umsatzerlöse wurden in Höhe von TEUR 414 (i.Vj. TEUR 232) durch Aufträge der Gesellschafterin erzielt. Die Einnahmen von externen Dritten haben sich von TEUR 74 im Vorjahr leicht verringert auf TEUR 63 im Berichtsjahr. Bei den

Materialaufwendungen (TEUR 293) handelt es sich um projektbezogene Kosten. Die Aufwendungen für bezogene Leistungen (TEUR 4) sowie die sonstigen betrieblichen Aufwendungen (TEUR 54) beinhalten die allgemeinen Kosten. Die Abschreibungen betragen im Jahr 2015 TEUR 2 – gegenüber TEUR 4 im Vorjahr.

Die Personalaufwendungen (TEUR 113) beinhalten unter anderem auch die Kosten für eine von der Gesellschafterin überlassene Angestellte.

Bei Aufwendungen von insgesamt TEUR 466 und Erträgen von TEUR 478 konnte ein positives Ergebnis in Höhe von TEUR 12 erzielt werden.

Chancen, Risiken, Ausblick:

Die Stadtmarketing Bruchköbel GmbH konnte seit ihrem Start im Jahr 2010 ihre externen Einnahmen von 30 TSD Euro auf 66 TSD Euro in 2013 und 88 TSD Euro brutto in 2014 steigern. Die Mittel der Stadtmarketing Bruchköbel GmbH wurden durch Beschluss der Stadtverordneten vom 18.2.2014 auf 300.000 Euro in 2014 begrenzt. 2015 wurden der Gesellschaft 652.267 Euro bewilligt. Die Steuerung der Innenstadtentwicklung kam hinzu.

Die Prognose für die Gesellschaft und ihre Aufgaben ist positiv. Die Gesellschaft übernimmt mit der Projektsteuerung der Innenstadtentwicklung eine wichtige Aufgabe in der Begleitung dieses für die Stadt zukunftsweisenden Projekts bis zur Realisierung. Moderation, Projektmanagement, Bürger- und Beteiligtenkommunikation, Baustellenmarketing und Öffentlichkeitsarbeit sind hierbei zentrale Aufgaben. Die Weiterentwicklung des digitalen Stadtauftritts und die Pflege und Optimierung des Angebots der Inhalte zählen ebenfalls zu wichtigen Projekten. Die Stadt konnte durch vermarktete Grundstücken „Im Lohfeld“ bisher rund 2,4 Millionen Euro einnehmen. Attraktive Unternehmen wurden angesiedelt, Arbeitsplätze werden geschaffen. Der Weihnachtsmarkt und andere Märkte wurden ausgebaut und weiterentwickelt. Touristische Projekte und solche der Stadtverschönerung wurden angegangen. Die Basisarbeit für einen zukunftsfähigen digitalen Stadtauftritt wurde gelegt. Der Marktplatz Bruchköbel, fb und die Stadt-App wurden realisiert. Diese Kommunikationsmittel müssen laufend betreut, aktuell gehalten sowie weiterentwickelt werden. Als Anlaufstelle für Unternehmen organisiert die Gesellschaft u.a. Netzwerktreffen, eine Messe ist geplant. Für den Zweckverband übernimmt die Gesellschaft zunehmend Aufgaben zur Vermarktung. Die Entwicklung von Flächen zur Neu und/oder Nachnutzung bündeln Wirtschaftsinteressen und unterstützen die positive Stadtentwicklung.

Ein Teil der für das Jahr 2015 geplanten und entwickelten Projekte werden erst in 2016 realisiert. Auf Grund der späten Haushaltsbeschlüsse und deren Genehmigung für 2015 war die Bereitstellung von Projekt- und Personalmitteln nicht gewährleistet.

Die Kürzungen aus 2014 hatten aus Sicht der Geschäftsführung eine den Aufgaben gemäße Führung der Gesellschaft nur schwer ermöglicht. Als städtische Gesellschaft kann die GmbH auch Einnahmen durch Dritte generieren, jedoch muss sie als 100% Tochter der Stadt diese auf einen Teil des Gesamtbudgets beschränken. Es ist daher erforderlich, dass die Stadt ihren Anteil beauftragt und übernimmt. Die Sicherung der Qualität und der Weiterentwicklung durch eine entsprechende Personalplanung ist zu sichern.

Mit der Mittelbereitstellung für 2015 wurde dem Rechnung getragen. Die umfangreichen Arbeitsgebiete der GmbH können jetzt vollumfänglich Fahrt aufnehmen, da auch Mittel für entsprechende personelle Ressourcen zuverlässig eingestellt sind. Dies wird für 2016 die Schaffung und Besetzung von 1,5 Stellen gewährleistet.

Geplante Projekte 2016:

- Betreuung und Weiterentwicklung des digitalen Stadtauftritts - Homepage, Stadt-APP, Facebook, Eventkalender, Newsintegration
- Stadtinfo
- Betreuung, Schulung und Ausbau des digitalen Branchenbuchs Marktplatz Bruchköbel
- Aufbau und Vertrieb Stadt- und Gewerbebeschilderung
- Innenstadtbelebung, Feste, Märkte, verkaufsoffene Tage
- Weihnachtsmarkt
- Wirtschaftsförderung
- Historische Beschilderung und Rundwanderweg
- Marketingaufgaben für den Zweckverband Fliegerhorst Langendiebach
- Projektsteuerung Innenstadtentwicklung und Bürgerbeteiligung

Insgesamt wurden im Wirtschaftsplan der Gesellschaft für 2016 durch den Aufsichtsrat und die Gesellschafterversammlung 678.400 Euro zur Durchführung der Projekte beschlossen.

Neben den Einnahmen durch Dritte wird die Gesellschaft über den Haushalt der Stadt Bruchköbel beauftragt und finanziert. Die Arbeit der GmbH ist mittel- bis langfristig angelegt, um die Stadt zukunftsgerecht zu entwickeln.

Die GmbH legt in ihren Wirtschaftsplan dem Aufsichtsrat und der Gesellschafterversammlung vor Aufstellung des Haushalts der Stadt zur Abstimmung vor. Zudem beauftragt der Magistrat die GmbH mit der Umsetzung der geplanten Aufgaben und Projekte.