Stadt Boizenburg/Elbe

Niederschrift

öffentliche/nicht öffentliche Sitzung des Ausschusses für Wirtschaft, Tourismus und Kultur

Sitzungstermin:	**Dienstag, den 22.10.2019**
Sitzungsbeginn:	**18:30 Uhr**
Sitzungsende:	**21:20 Uhr**
Ort, Raum:	**Rathaus, Sitzungsraum (OG)**

Sitzungsnummer: **WTK/003/2019**

Anwesend sind:

Vorsitz
Frau Christine Dyrba
Stadtvertreter/in
Herr Christian Hameister
sachkundige/r Einwohner/in
Frau Ulrike Habeck
Herr Daniel Kleeblatt
Frau Christina Wiencke-Gilbrich
Verwaltung
Frau Petra Götz
Frau Susanne Westphal

Entschuldigt fehlen:

Stadtvertreter/in
Herr Peter Scholz

Tagesordnung:

Öffentlicher Teil

1 Eröffnung der Sitzung, Feststellen der Ordnungsmäßigkeit der Einladung, der Anwesenheit und Beschlussfähigkeit
2 Änderungsanträge zur Tagesordnung
3 Überlegung zur zukünftigen Ausrichtung Boizenburgs
4 Billigung der Sitzungsniederschrift der vorangegangenen Sitzung vom 02.10.2019
5 Bericht der Verwaltung
6 Einwohnerfragestunde
7 Anfragen
8 Antrag Zuwendung zur Projektförderung im kulturellen Bereich
9 Kalkulation und Änderung der Entgeltordnung der Stadt Boizenburg/Elbe für die Erhebung von privatrechtlichen Entgelten bei Märkten, Volksfesten und ähnlichen Veranstaltungen (Entgeltordnung Märkte)
Vorlage: 118/19/30/2
10 Änderung der Satzung der Stadt Boizenburg/Elbe zur Durchführung von Märkten in der Stadt Boizenburg/Elbe (Marktsatzung)
Vorlage: 119/19/30/2
13 Wiederherstellung der Öffentlichkeit
14 Bekanntgabe der im nichtöffentlichen Sitzungsteil gefassten Beschlüsse lt. KV M-V § 31 Abs. 3
15 Schließen der Sitzung

Protokoll:

Öffentlicher Teil

zu 1 Eröffnung der Sitzung, Feststellen der Ordnungsmäßigkeit der Einladung, der Anwesenheit und Beschlussfähigkeit

Die Vorsitzende eröffnet die Sitzung um 19:00 Uhr und begrüßt die Anwesenden.

Die Ordnungsmäßigkeit der Ladung wird festgestellt. Der Ausschuss ist mit 4 Anwesenden beschlussfähig.

zu 2 Änderungsanträge zur Tagesordnung

Es werden keine Änderungsanträge gestellt.

zu 3 Überlegung zur zukünftigen Ausrichtung Boizenburgs

Herr Hameister ist seit 18:32 Uhr anwesend.

Dieser TOP findet gemeinsam mit dem Ausschuss für Stadtplanung, Regionalplanung und Umwelt statt. Frau Dyrba bittet die Anwesenden in den Sitzungsraum des Erdgeschosses.

Frau Wiener begrüßt die Mitglieder und Gäste des Ausschusses für Wirtschaft, Tourismus und Kultur (WTK) zu diesem gemeinsamen Tagesordnungspunkt. Dazu wurde Herr Kowalsky von der Firma Project M eingeladen. Frau Wiener hat mit Herrn Kowalsky Kontakt aufgenommen, um zu besprechen, wie man Boizenburg/Elbe gestalten könnte, was für Möglichkeiten es gibt und welche Alleinstellungsmerkmale herausgearbeitet werden könnten.
Herr Kowalsky stellt sich kurz vor. Er ist der Bereichsleiter Destinationsmanagement und -entwicklung in einem Beratungsunternehmen für Tourismusentwicklung. Im Rahmen eines Kooperationsprojektes um die Stadt Wittenburg herum hat sich die Firma Project M bereits mit der Stadt Boizenburg/Elbe aktiv beschäftigt.
Herr Kowalsky erklärt, warum es heutzutage so wichtig ist, eine klare Positionierung zu verfolgen um sich im Wettbewerb der anderen Städte und Gemeinden nicht nur im Bereich Tourismus, sondern auch als Gesamtstadt, als Lebensraum, als Wirtschaftsstandort zu positionieren. Deswegen muss man einen klaren Fahrplan für die Stadt- und Tourismusentwicklung haben. Herr Kowalsky gibt einen Ausblick, was die mögliche Positionierung von Boizenburg/Elbe wäre.
Herr Kowalsky betont, dass er keinen Auftrag hat und auch keine Angebotspräsentation vorlegt. Die Firma Project M ist momentan sowohl im Rahmen ihrer Tätigkeit im Umsetzungsmanagement des Tourismuskonzeptes Arbeitstitel Südwestmecklenburg aktiv, als auch auf der Landesebene gemeinsam mit dem Tourismusverband und den Tourismusregionen in Mecklenburg-Vorpommern. Das Tourismussystem in Mecklenburg-Vorpommern wird gerade untersucht und Optimierungspotenzia-

le werden herausgearbeitet. Dabei ist aufgefallen, dass hier vor den Toren der Metropolregion Hamburg und als Teil dieser Metropolregion ein enormes Entwicklungspotenzial liegt.
Stadt- und Tourismusentwicklung sind nur dann so gut, wenn sie fachlich moderiert gemeinsam zwischen Politik und Verwaltung umgesetzt werden. Herr Kowalsky zeigt in einer Präsentation Ämter, Gemeinden, Vorhabenträger und den Landkreis mit denen die Firma Project M zusammenarbeitet. Es erfolgt eine Begleitung bei der Umsetzung.
Zu überlegen ist, wie können sich andere Kommunen gegenseitig stärken und auch Wettbewerbsvorteile gemeinsam ausarbeiten mit Blick auf eine gemeinsame Marktbearbeitung, Ressourceneffizienz bei Marketingmaßnahmen oder auch Produktentwicklung wie z. B. Radverbindungen. Der Gast endet ja nicht an der Stadtgrenze, sondern er denkt in einem 1-oder 2-Tages-Rhythmus. Dies muss in der Zusammenstellung der Angebote begriffen werden.
Die Firma Project M ist aktuell mit dem Projekt der Landestourismusstrategie in Schleswig-Holstein betraut. Man weiß also auch was in Lauenburg/Elbe passiert.
Die Stadt Glückstadt hat eine ähnliche Struktur wie Boizenburg/Elbe. Hier wird das Thema Matjes als eine Botschaft nach vorne gestellt und darauf wird eine Tourismus- und Entwicklungsstrategie aufgesetzt.
Der Tourismus ist Teil einer nachhaltigen Innenstadt- und Standortentwicklung. Es ist ein bedeutender Imagefaktor nach draußen. Das Image hat auch eine entscheidende Bedeutung im Hinblick auf die Gewinnung von Bürgern/innen und ist ein Erfolgs- oder Unternehmensgewinn für die Stadt- und Standortentwicklung.
Der Freizeit- und Erlebniswettbewerb nimmt zu. Hier muss sich Boizenburg/Elbe mit Städten wie z. B. Glückstadt oder Stade messen. Zu prüfen ist, was hat dort zum Erfolg geführt. Boizenburg/Elbe hat es sehr gut geschafft über Marketing/Anzeigen Tagesausflüge anzupreisen. Lauenburg/Elbe und Dömitz sind in einer ähnlichen Situation.
Wittenburg setzt ein neues Highlight mit Indoor- und Outdoorerlebnissen nicht nur für die Stadt sondern für die Region.
Boizenburg/Elbe zeigt sich als Fliesenstadt am westlichen Rand Mecklenburg-Vorpommerns vor den Toren der Stadt Hamburg. Fachwerkbaukunst einzigartiger Natur ist hier zu finden. Das Zusammenspiel zwischen Stadt und der Lage des Hafenbereiches, der Natur und des Biosphärenreservates ist hier besonders. Die Anbindung ist viel günstiger als für östlicher gelegene Bereiche. Die Voraussetzungen sind sehr gut. Der erste Entwurf des Hafenentwicklungskonzeptes greift dies schon auf und ist sehr positiv. Allerdings ist die Vermarktung nach draußen und welche Themen bespielt werden nicht optimal. Im Vergleich zu den anderen Städten werden die Angebote und Qualitäten bisher bedingt wahrnehmbar kommuniziert und damit verliert man im Wettbewerb. Es ist nicht klar, wofür Boizenburg/Elbe nach draußen steht. Durch die gezeigte Vielseitigkeit, die den Gast nicht wissen lässt, was ist das eigentliche Erlebnisversprechen, fehlt es dem Gast an inspirierenden Informationen. Auch fehlt etwas was langfristig auf das Image von Boizenburg/Elbe einzahlen könnte.
Gedanken zur Ausrichtung für Boizenburg/Elbe in der Zukunft:
-hervorragendes Einzugsgebiet
-Gäste, die ohnehin in der Region sind, für einen Abstecher gewinnen
-sehr beliebt sind gemäß der aktuellen Umfragen Aufenthalte in der Natur, typische Speisen und Getränke genießen
-Kurzreisen nehmen weiterhin zu lt. aktueller Umfragen
-Zusammenspiel städtisches Angebot und Natur
-Ausübung der Aktivitäten in der Natur steigern (Wandern, Baden, Sehenswürdigkeiten besuchen…)
-Fokussierung auf wenige Sachen für eine klare Wahrnehmung nach draußen
-gezielt prüfen, ob Alleinstellungsmerkmal Fliesenstadt im Vordergrund stehen soll, gerade nach den aktuellen Umfrageergebnissen und Reisemotiven, die den Markt zurzeit prägen
-spannungsreiche Topographie durch Elbufer, Geestkante
-wunderschöne Innenstadt, Platzgestaltung
-teilweise Entwicklung des Hafenareals; schade, dass es hier nicht weiter geht (Bsp. Dömitz)
-Schnittstellen Natur und Stadt werden von Gästen gesucht

-Fokussierung auf Leitzielgruppen, Botschaften auf bestimmte Gruppen ausrichten
-wie werden die richtigen Kanäle in den Social Media Bereichen dieser Gäste erreicht, die eine Affinität und eine besondere Verkehrsanbindung haben
-Funktion als Naherholungsgebiet klar herausarbeiten
-Kernprodukte in der Entwicklung nach vorne stellen wie z. B. einen Radweg und nicht zehn, dafür mit einer Begleitinfrastruktur und Verknüpfung zu den Verkehrsknotenpunkten
wie Bahnhof oder zur nächsten Stadt
-strategische Entwicklungsplanung die sich als Teil versteht (Verknüpfungspotenziale)
-zentrale Partner zur Vernetzung in der Region nutzen wie z. B. Tourismusverband Westmecklenburg-Schwerin

Eine Zielstellung muss in einem Prozess entwickelt werden, bei dem nicht nur über Tourismus, sondern über Stadtmarketing und die Stadtperspektive insgesamt nachzudenken ist.
Eine Kernbotschaft ist heraus zu arbeiten, was evtl. eine Radroute sein kann oder ein Produkt, was zusammen mit dem Biosphärenreservatsamt entwickelt wird. Einzelne Angebote sind in den Vordergrund zu stellen, mit denen man sich zu anderen deutlich abgrenzt. Herr Kowalsky zeigt dazu eine Grafik, die das Reiseverhalten, die Erwartungshaltung und Gewohnheiten der Bundesbürger zeigt, diese wird jährlich fortgeschrieben.
Die individualisierte Bewertung der Buchungstools und Bewertungstool die am Markt vorhanden sind, sind viel stärker als eigene Auftritte der Stadt selbst. Die Leistungsanbieter aus der Boizenburger Hotellerie sind z. B. bei tripadvisor in Teilen schon sehr gut vertreten.
Die Angebote, das eigentliche Reisemotiv, dagegen nicht. Viele Kanäle werden nicht genutzt.
Ein solcher Prozess könnte so aussehen, dass Stadt- und Tourismusentwicklung gemeinsam in einem zweistufigen Verfahren erfolgen. Grundlage dafür können das regionale Entwicklungskonzept, das Entwicklungskonzept des Wassererlebnisraumes und das integrierte Stadtentwicklungskonzept sein. Dabei sind Entwicklungskonzepte für Biosphärenreservate noch nicht hier eingebunden. Alle diese Konzepte sind zusammen zu legen, um eine realistische, klare, nicht nur auf sich selbst bezogene Positionsbestimmung aufzustellen. Dazu gehören eine Stärken-Schwächen-Analyse und eine Chancen-Risiken-Analyse, um zu einer realistischen Position zur Potenzialbestimmung zu kommen. In der Regel gibt es eine zweite Konzeptionsphase, wobei die strategische Positionierung und das Thema Markenbotschaft und Profil klar herausgearbeitet werden. Dadurch erhält man später einen stringenten Handlungsempfehlungsplan, einen Fahrplan, Aktionsplan. Auch Abwägungsentscheidungen hiervon können getroffen werden. Im Ergebnis sollten fünf Schlüsselprojekte mit einer hohen Impulswirkung daraus entstehen. Man muss auch ganz konkret auf die Themen Finanzierungsbedarfe und Finanzierungsmodelle hinauswirken, mit Blick auf die potenziellen Partner, die Förderkulissen und die Investorengewinne.

Frau Wiener fragt, wie lange Project M die Stadt begleiten würde, auch bei der Umsetzung und wie hoch die Kosten sind. Herr Kowalsky erklärt, die Umsetzungsphase wird gemeinsam initiiert. Im Konzept werden konkrete Aussagen zu ersten Umsetzungsschritten festgehalten. Project M möchte sich als Berater nicht unentbehrlich machen. Bestimmte Schlüsselprojekte erfordern manchmal eine Einbindung. Auch Investoren oder Vorhabenträger benötigen manchmal eine Einbindung. Das Konzept zur Stadtentwicklung steht nicht starr für 10 Jahre fest und wir abgearbeitet, sondern es ist ein dynamischer Prozess unter ständiger Weiterentwicklung.
Herr Kowalsky zeigt an einer Skizze den roten Fahrplan innerhalb von 6 Monaten.
Das Ende ist dann der Start des Umsetzungsprozesses. Die Umsetzungsphase schließt sich an. Die impulssetzenden Schlüsselprojekte sind auf 1 bis 1,5 Jahre ausgerichtet.

Herr Kleeblatt fragt, welche städtischen Akteure in diesen beiden Phasen üblicherweise mit einbezogen werden. Herr Kowalsky meint, alle die, die später eine Relevanz haben, wenn es um die Entwicklung und Qualifizierung des Produktes geht. Sicherlich bindet man den Einzelhandel, die Gastronomie, die Hotellerie, die Verkehrsbetriebe, die Verwaltung, die touristischen Organisationen und

evtl. einzelne Leistungsträger mit einer führenden Rolle mit ein. Man kann auch gezielt mit einer Fachöffentlichkeit ins Gespräch gehen, für spätere Angebote oder Investitionen. Herr Kowalsky sieht hier nicht den breiten öffentlichen Beteiligungsprozess wie die Bürgerbeteiligung, aber ausgewählte Vertreter sollten dabei nicht fehlen.

Herr Kruse möchte wissen, wer hierbei federführend ist. In der Regel, so Herr Kowalsky, werden solche Konzepte ausgeschrieben. Die Verwaltung wählt dann aus, wer in Frage kommt, einen solchen Prozess fachlich von draußen zu moderieren. Es muss eine städtische Initiative sein, keine private. Dies macht auch wegen der Fördermittel Sinn. Eine begleitende Arbeits-, Projekt- oder Lenkungsgruppe mit fachlichen Vertretern, Verwaltung und Politik sollte initiiert werden.

Herr Hameister berichtet aus der letzten WTK-Ausschusssitzung, in der der Prozess bereits besprochen wurde. Es gab die Überlegung, den Prozess anzuschieben. Im Vorwege fehlt das Vorliegen einer Vision und einer Zielsetzung. Der klare Weg, wo will die Stadt eigentlich hin, der fehlt. Weiterhin ist fraglich, ob die Bürger nicht doch mit einbezogen werden im Sinne einer bürgernahen Verwaltung und weil es ja auch um den Punkt der Lebensqualität geht.
Herr Kowalsky gibt Herrn Hameister Recht. Das Thema Markenbotschaft und Profil beschäftigt sich mit der Findung eines Zieles, einer Vision. Dieser Prozess sollte aber nicht nach vorne gestellt werden. Am Anfang steht eine klare Position zur Potentialbestimmung, auch in Relation zum Umfeld. Dann können die Stärken viel besser erkannt werden. Viele Sachen aus dem Visionsprozess können leichter und fundierter beantwortet werden. Die Möglichkeiten, die man hat, müssen aufgeführt werden, um später die richtige Entscheidung zu treffen.
Gerade zum Thema Marketing, Tourismus und Stadtentwicklung plädiert Herr Kowalsky dafür, dies auf die Fachöffentlichkeit auszurichten, die dies später auch umsetzen soll. Es besteht natürlich die Möglichkeit, alle Bürger dabei mitzunehmen. Dies sollte aber nicht zu früh und nicht zu gewichtig geschehen.

Herr Jäschke erklärt, dass die Verwaltung in dem Sinne den Hut aufhat und die Beschlüsse der Stadtvertretung ausführt. Die Politik muss mitbestimmen, in welche Richtung es geht.
Alle diese Überlegungen wurden schon öfter getätigt. Bereits 1998 gab es das integrierte regionale Entwicklungskonzept mit mehreren Arbeitsgruppen. Oft wurden Ideen zerredet.
Die Verwaltung befindet sich im Vergabewesen, wenn jemand damit beauftragt wird. Um diesen Weg zu gehen sind finanzielle und personelle Ressourcen notwendig.

Herr Hameister meint, der Prozess kann schon angeschoben werden, aber sinnvoll angehen kann man den Prozess erst, wenn man jemanden hat, der dies verwaltungsseitig betreut oder wenn eine Initiative von der Verwaltung damit beauftragt wird. Herr Kowalsky bestätigt das. Mit dem ersten Schritt kann allerdings bereits begonnen werden. Mit der Überlegung, wo sind die Entwicklungsbedarfe. Zwischen der ersten und der zweiten Stufe sollten max. 6 Monate liegen. Optimal ist eine gesamte Abarbeitung.

Am Ende des Prozesse, so Herr Jäschke, muss jemand stehen, der die Umsetzung betreibt.
Natürlich gibt es dafür Marketinggesellschaften wie z. B. in Lauenburg/Elbe. Wenn dies tatsächlich gelebt werden soll, wird es auch weiterhin Geld kosten.

Herr Hameister betont, dass diese Forderung nach einem Stadt- und Tourismusmarketing nicht neu ist. Bereits benannt wurde dies im Einzelhandelskonzept und im ISEK. Bisher wurde aber nichts angeschoben.
Auch Frau Wiener hatte in der Vergangenheit mehrfach hinterfragt, was sind die Ziele, wo möchte man hin.

Herr Jäschke meint dazu, dass die politische Richtung in der Vergangenheit eine andere war und mehr auf die harte Infrastruktur ausgerichtet war. Nachholbedarf besteht auch bei den Themen Schule und Jugend.
Gute Ideen gab es bereits in der Vergangenheit, die wenig nutzten, wenn die Akteure diese nicht umsetzten, so Herr Jäschke. Wichtig ist es also, die Akteure zu finden und mitzunehmen.
Frau Wiener wirft ein, dies bedeutet, dass sich die Verwaltung auch um diejenigen kümmert, die schon da sind, was momentan zu wenig erfolgt.

Herr Scholz meint, das Thema wurde in der Vergangenheit nicht ernst genug gesehen.
Für ein vernünftiges Marketing müssen alle Akteure vor Ort eingebunden werden.
Daher plädiert Herr Kowalsky dazu, die erste Stufe auch ernst zu nehmen. Neben einer Lenkungsgruppensitzung mit einigen nicht allen Akteuren.

Herr Sevecke meint ebenfalls, dass langfristig und vernetzt gedacht werden muss und nicht von Sitzungsvorlage zu Sitzungsvorlage. Als Ergebnis sieht er die Zuständigkeit beim WTK Ausschuss. Dieser hat zu erarbeiten, welches Verfahren soll eingeschlagen werden, welche Ziele sollen gesetzt werden, welches Konzept wird aufgebaut. Der SRPU Ausschuss hat die Umsetzung zu begleiten und zu betreuen und das Konzept mit Leben zu erfüllen.

Frau Wiener fragt, ob dazu eine Vollzeitkraft in der Verwaltung nötig ist oder eine Arbeitsgruppe aus Stadtvertretern u. a. ausreicht. Lt. Herrn Kowalsky ist für den ersten Teil keine Vollzeitkraft in der Verwaltung nötig. Für den nächsten Schritt, die Umsetzungsplanung, wird mehr Personal benötigt. Es wird jemand gebraucht, der das Thema Markt bearbeitet und eine weitere Person für die infrastrukturelle Umsetzung.
Zwei Vollzeitkräfte werden benötigt, ob diese zulässig sind, kann Herr Kowalsky nicht beantworten. Herr Jäschke sieht das ähnlich.

Herr Jäschke berichtet von Projekten/Konzepten der letzten 20 Jahre, auch mit der Firma Project M, die in diese Richtung gingen. Diese Projekte müssen bei zukünftigen Planungen berücksichtigt werden.
Herr Jäschke bittet bei zukünftigen Entscheidung um die Beachtung der Aufstellung des Haushaltes 2020. Frau Wiener bittet daher um eine zügige Besprechung in den Fraktionen.

Die Mitglieder des WTK-Ausschusses gehen zurück in den Sitzungsraum im OG und setzen ihre Sitzung fort.

Frau Habeck bittet um eine Zusammenfassung der sehr umfangreichen Informationen.

zu 4 Billigung der Sitzungsniederschrift der vorangegangenen Sitzung vom 02.10.2019

Frau Wiencke-Gilbirch bittet um Ergänzung der Niederschrift vom 02.10.2019 zu TOP 6 Anfragen:
Sofern sich gegen die Beschaffung neuer Möbel in der Stadtinformation entschieden wird, sollen die im Haushalt eingeplanten Mittel für die Beschaffung neuer Technik genutzt werden.

Mit dieser Ergänzung wird die Niederschrift vom 02.10.2019 mit einem Abstimmungsergebnis von 5:0:0 angenommen.

zu 5 Bericht der Verwaltung

Frau Götz berichtet:
Mit einem Tag der offenen Tür am Dienstag, dem 29.10.2019, 10 – 18 Uhr wird die Stadtbibliothek in der Königstraße wiedereröffnet.
Die zuständige Mitarbeiterin für Kultur hat ihren Dienst wieder aufgenommen, somit kann sie die Organisation des Weihnachtsmarktes sicherstellen.

zu 6 Einwohnerfragestunde

Herr Scholz weist darauf hin, dass Frau Götz ein Konzept erarbeitet hat für die Wiederbelebung der Altstadt. Hier stellt sich die Frage, ob bereits Akteure mit einbezogen wurden?

Frau Götz informiert, dass die Absicht besteht, die Bevölkerung dann in das Projekt mit einzubeziehen, wenn die Finanzierung geklärt ist. Eine Finanzierung des Projektes zur Altstadtbelebung ist jedoch direkt von der Einordnung seiner Priorität abhängig.
Es ist somit eine eindeutige Positionierung auch im Verhältnis zu anderen Maßnahmen der Stadt notwendig, beispielsweise den im Rahmen des Prozesses eines Stadtmarketings von Herrn Kowalsky soeben aufgezeigten.
Frau Götz gibt zu bedenken, dass bevor man sich für einen derartig komplexen Prozess ausspricht, insbesondere die zur Verfügung stehenden finanziellen und personellen Ressourcen umfassend berücksichtigt werden müssen. Ansonsten wird nur Theorie erarbeitet, um Theorie zu bleiben.

Herr Scholz möchte wissen, ob die Gewerbetreibenden befragt wurden und was diese für Ideen hatten?

Frau Götz gibt die Befürchtungen der Gewerbetreibenden wieder, dass wenn es zukünftig nicht mehr Laufkundschaft gibt, es für die Geschäfte nicht gut aussehen wird.
Deshalb stellt sie dar, dass die Passantenfrequenz unbedingt erhöht werden muss. Die Beteiligung an der Finanzierung einer derartigen Maßnahme aber nicht, wie von Herrn Kowalsky dargestellt, von den Geschäftstreibenden mit erbracht werden kann, sondern von Seiten der Stadt realisiert werden müsste.

zu 7 Anfragen

Herr Hameister möchte wissen, ob die Fahrradboxen am Hafen auch anderweitig genutzt werden können? Vorgesehen sind sie für ankommende Fahrradtouristen zum Abstellen der Fahrräder. Er könnte sich auch vorstellen, dass hier Fahrräder untergebracht werden, die Touristen bei Ankunft mieten können.

Frau Götz berichtet, der Hersteller der Fahrradboxen übernimmt das Buchungsverfahren sowie die Abrechnung. Hierzu bedarf es einer Prüfung, ob die Technik und der Vertrag das hergeben. Eine Nachfrage seitens der Verwaltung beim Hersteller wird veranlasst.

Da nicht eindeutig festzustellen ist, was sich hinter den Boxen verbirgt, regt Herr Hameister an, diese zu beschriften.

Weiterhin weist er darauf hin, dass die Steganlagen am Altendorfer Teich gesperrt sind sowie eine weitere Brücke an der Albrecht´schen Wiese. Der Allgemeinzustand der Brücken wird beanstandet. Hieraus ergibt sich die Frage, wie geht es mit den Brücken weiter?

Herr Kleeblatt bittet um Auskunft, welcher Mitarbeiter der Stadtverwaltung ist für den Bereich Wirtschaft zuständig?

Frau Götz antwortet den Bereich Wirtschaft bearbeitet Herr Jäschke. Sie fragt aber nochmal nach, ob es einen weiteren Ansprechpartner gibt.

Herr Kleeblatt bezieht sich auf die Ausschreibung der Neuvergabe des Kiosks im Naturerlebnisbad. Er möchte wissen, ob das geplante Mehrwegsystem mit berücksichtigt wird. Frau Götz wird eine Anfrage innerhalb der Verwaltung stellen und die Antwort in der nächsten Ausschusssitzung bekanntgeben.

zu 8 Antrag Zuwendung zur Projektförderung im kulturellen Bereich

Eine Nachfrage von Frau Götz im zuständigen Fachbereich hat ergeben, dass der Antrag kommerziell ist. Durch den Verkauf der CDs kann ein Erlös erzielt werden und verstößt damit gegen die Richtlinie. Insofern erteilt der Ausschuss WTK dem Antrag keine Zustimmung.

zu 9 Kalkulation und Änderung der Entgeltordnung der Stadt Boizenburg/Elbe für die Erhebung von privatrechtlichen Entgelten bei Märkten, Volksfesten und ähnlichen Veranstaltungen (Entgeltordnung Märkte)
Vorlage: 118/19/30/2

Herr Hameister verliest einen Brief von R. Walter Event (siehe Anlage). Die Fraktion CDU schließt sich der Meinung von Herrn Walter an.

Frau Götz führt aus, dass die Kalkulation extern erarbeitet wurde und aus der Gegenüberstellung die Veränderungen ersichtlich sind.

Frau Dyrba bemängelt, dass vieles nicht schlüssig ist, z.B. warum gibt es unterschiedliche Mieten für den Weidenschneck, Hafen, Festwiese, Marktplatz?

Frau Wiencke-Gilbrich stellt folgende Fragen:
-warum wurde bisher in Quadratmeter abrechnet und zukünftig in lfd. Meter?
-soll einmal der Anschluss Strom pauschal bezahlt und zusätzlich der Verbrauch abgerechnet werden?
-warum soll das Kunsthandwerk einen Vorteil bekommen, mit einer kostenfreien Standbreite von 2 Metern?
-Platzmiete 25 % des Entgeltes, fällt das Hyazinthenfest auch unter diese Regelung?

<u>Beschlussvorschlag:</u> 118/19/30/1

Die Stadtvertretung der Stadt Boizenburg/Elbe beschließt in ihrer Sitzung am 24.10.2019 die Entgeltordnung der Stadt Boizenburg/Elbe für die Erhebung von privatrechtlichen Entgelten bei Märk-

ten, Volksfesten und ähnlichen Veranstaltungen (Entgeltordnung Märkte) ab dem 01.01.2020 gemäß Anlage mit folgender Ergänzung:

> In § 4 –Entgeltmaßstab und Höhe- wird in Absatz 4 nach Satz 1 folgender Satz hinzugefügt: *Für das Kunsthandwerk sind die ersten 2 Meter der Standbreite kostenfrei*.

Abstimmungsergebnis: 0:4:1

zu 10 Änderung der Satzung der Stadt Boizenburg/Elbe zur Durchführung von Märkten in der Stadt Boizenburg/Elbe (Marktsatzung)
Vorlage: 119/19/30/2

Herr Kleeblatt bemerkt, dass das Inkrafttreten der Satzung unklar ist. Wenn diese am 01.01.2020 in Kraft treten soll, muss § 17 dahingehend geändert werden „die Satzung tritt am Tag nach der Öffentlichen Bekanntmachung im Landkreis Express, frühestens jedoch am 01.01.2020 in Kraft".

Frau Wiencke-Gilbrich stellt die Frage, ob mit den Händlern über die Zeit des Beginns des Verkaufs gesprochen wurde? Es bedarf keiner Startzeit für den Beginn des Verkaufs am Wochenmarkt, es gibt eine Endzeit für den Aufbau der Marktstände, insofern kann im Anschluss verkauft werden.

Eine weitere Anfrage von Frau Wiencke-Gilbirch lautet: Warum muss der Markt an Feiertagen ausfallen? Er kann verlegt werden, sofern mit den Händlern ein Ausweichtermin gefunden wird.

Herr Hameister weist auf § 5 hin. Diesbezüglich steht im Einzelhandelskonzept, dass die Produkte, die auf dem Markt angeboten werden, nicht in Konkurrenz zum Einzelhandel stehen dürfen.

Herr Scholz warnt davor, den Händlern zu viele Vorschriften zu machen, dann werden es immer weniger Händler, die sich bereit erklären zum Wochenmarkt zu kommen.

Herr Hameister bemerkt, dass keine weiteren Streichungen erfolgen müssen, jedoch ein Passus aufgenommen werden kann: *Produkte, die auf dem Wochenmarkt angeboten werden, unterliegen einer Kontrolle, ob die Vorschriften der Konkurrenz zum Einzelhandel eingehalten werden*.

Frau Wiencke-Gilbirch fragt nach, warum sind Luxuswaren zu streichen und was sind überhaupt Luxuswaren und was sind gewerbliche Dienstleistungen?

Im § 7 Abs.3 ist die Bewerbungsfrist für den Weihnachtsmarkt geregelt. Frau Wiencke-Gilbrich hält die Frist 30.06.2019 für verfrüht und der Ausschuss befürwortet eine Frist bis 30.09.2019.

Frau Götz weist darauf hin, dass die Händler für ihre Jahresplanung eine frühzeitige Rückmeldung benötigen.

Beschlussvorschlag:

Die Stadtvertretung der Stadt Boizenburg/Elbe beschließt in ihrer Sitzung am 24.10.2019 die Satzung der Stadt Boizenburg/Elbe zur Durchführung von Märkten in der Stadt Boizenburg/Elbe (Marktsatzung) ab dem 01.01.2020 gemäß Anlage mit folgenden Änderungen/ Ergänzungen:

§ 5 -Gegenstände des Wochenmarktes- Absatz 3, erster Anstrich „Tabakwaren" streichen;

§ 9 –Anforderungen an Verkaufseinrichtungen-
nach Absatz 3 wird ein neuer Absatz eingefügt: Alle technischen Betriebsmittel müssen die allgemein anerkannten Regeln der Technik erfüllen. Prüfnachweise sind mitzuführen und auf Verlangen vorzuzeigen.
Marktstände mit Grillfeuer oder sonstigem offenen Feuer müssen einen geprüften Feuerlöscher (min. 2 kg) vorhalten. Die folgenden Absätze verschieben sich in der Nummerierung.
Absatz 10, 2. Satz: Tragetüten und Tragetaschen müssen, soweit es die Eigenart der zu transportierenden Ware zulässt, aus Papier oder Textilien bestehen.

§ 10 –Verhalten auf dem Marktgelände- Absatz 2, nach Satz ein wird eingefügt: Für sie steht der Grundsatz der gegenseitigen Vorsicht und Rücksichtnahme im Umgang miteinander im Vordergrund.
Absatz 3, b) das Fahren von Krafträdern oder Fahrrädern; c) STREICHEN.

Abstimmungsergebnis: 5:0:0

Abgestimmt wurde vorbehaltlich der Änderungswünsche.

zu 13 Wiederherstellung der Öffentlichkeit

Frau Dyrba stellt die Öffentlichkeit wieder her und die Sitzung wird fortgesetzt.

zu 14 Bekanntgabe der im nichtöffentlichen Sitzungsteil gefassten Beschlüsse lt. KV M-V § 31 Abs. 3

Im nicht öffentlichen Teil wurden keine Beschlüsse gefasst.

zu 15 Schließen der Sitzung

Die Vorsitzende schließt die Sitzung um 21:20 Uhr.

Für die Richtigkeit:

Datum: 06.07.22

Susanne Westphal
Protokollführer/in

Ausschussvorsitzende/r