

Stuttgart, 21.01.2021

Investitionszuschuss an die Stuttgart-Marketing GmbH zur Umsetzung des Hauses des Tourismus im ehemaligen Modehaus Breitling am Stuttgarter Marktplatz

Beschlussvorlage

Vorlage an	zur	Sitzungsart	Sitzungstermin
Ausschuss für Wirtschaft und Wohnen	Vorberatung	öffentlich	29.01.2021
Bezirksbeirat Mitte	Kenntnisnahme	öffentlich	01.02.2021
Verwaltungsausschuss	Vorberatung	öffentlich	03.02.2021
Gemeinderat	Beschlussfassung	öffentlich	04.02.2021

Beschlussantrag

1. Vom Konzept zum „Haus des Tourismus“ im ehemaligen Modehaus Breitling und dessen Umsetzung wird Kenntnis genommen.
2. Einem Investitionszuschuss durch die Landeshauptstadt Stuttgart für die Stuttgart-Marketing GmbH in Höhe von insgesamt 9,5 Mio. Euro in den Jahren 2021, 2022 und 2023 wird zugestimmt.
3. Die benötigten Mittel werden im Nachtragshaushalt 2021 sowie bei der Aufstellung des Doppelhaushaltes 2022/23 der LHS berücksichtigt.

Begründung

Die Stuttgart-Marketing GmbH ist derzeit mit dem i-Punkt am Hauptbahnhof (Königstraße 1) sowie einem i-Punkt am Flughafen vertreten. Die Verwaltung befindet sich am Rotebühlplatz 25. Die Mietverträge am Hauptbahnhof sowie am Rotebühlplatz laufen Ende 2022 bzw. Anfang 2023 aus. Am Standort Königstraße 1-3 sind Umbau- oder Abrissarbeiten geplant, eine weitergehende Nutzung des Standortes ungewiss.

Um Synergien im Unternehmen optimaler zu nutzen wird angestrebt, das Team der Stuttgart-Marketing GmbH mehrheitlich in einer räumlichen Einheit arbeiten zu lassen. Darüber hinaus verändern sich künftig die Erwartungen an eine moderne Tourist-Information. Ist eine Tourist-Info am Hauptbahnhof oder Flughafen vorwiegend Anlaufpunkt für erste Informationen mit entsprechend kurzen Aufenthaltsdauern, werden sich moderne Tourist-Informationen in Innenstadtlagen zunehmend als Erlebnisbereiche präsentieren. Sie sprechen Einheimische wie Gäste gleichermaßen mit ihrem Angebot an. Neben der Information erwartet der Kunde dort Inspiration und Emotion.

Die Stuttgart-Marketing GmbH ist bereits seit längerer Zeit auf der Suche nach Lösungen, um diesem hohen, innovativen Anspruch umfänglich gerecht zu werden. Somit soll die Tourist-Information am Hauptbahnhof verkleinert werden, sich auf den Aufgabenbereich der Informationsweitergabe konzentrieren. Ergänzend soll ein neuer i-Punkt mit deutlich erweiterten Aufgabenwahrnehmungen in der Innenstadt geschaffen werden.

Im Juni 2020 wurde öffentlich, dass das Modehaus Breitling seinen Geschäftsbetrieb Ende 2020 einstellt. Die Geschäftsführung der Stuttgart-Marketing GmbH hat daraufhin in enger Abstimmung mit ihrem Aufsichtsratsvorsitzenden Herrn Thomas Fuhrmann Planungen für eine Anmietung des Modehauses Breitling aufgenommen.

Inhalt des Konzepts:

Auf dem zentral gelegenen Stuttgarter Marktplatz soll, aus oben genannten Gründen, in dem seit Januar 2021 geschlossenen Modehaus Breitling ein „Haus des Tourismus“ entstehen. Mit den erforderlichen Umbaumaßnahmen am Gebäude soll neben der neuen Funktionalität auch eine optische Aufwertung des Marktplatzes im Mittelpunkt aller Überlegungen stehen. Für die Landeshauptstadt Stuttgart ergibt sich dadurch die Möglichkeit, direkt auf die Gestaltung des Gebäudes Einfluss zu nehmen.

Das Gebäude wird sich harmonisch in die neue Marktplatzgestaltung einfügen. Es wird sich zum Marktplatz hin mit einer großflächigen Fensterfront öffnen, einen fließenden Übergang zwischen außen und innen schaffen. Die großen Vordächer, das Treppenhaus sowie die Aufzüge werden zurückgebaut.

Im Erdgeschoss wird der Kunde in eine Erlebniswelt von Stuttgart und seiner Region eingeladen. Verbunden wird diese mit einer emotionalen Aufladung durch die Präsentation wichtiger Markenbotschafter aus dem Bereich Kultur, Genuss, Sport und Freizeit. Ergänzt wird die Erdgeschossfläche mit einer Gastronomie. Dabei sollen unter anderem die regionalen Weine im Mittelpunkt der Aufmerksamkeit stehen.

Die oberen drei Etagen sollen für Büros der Unternehmen Stuttgart-Marketing GmbH, Regio Stuttgart Marketing- und Tourismus GmbH sowie der Tourismus-Marketing Baden-Württemberg GmbH genutzt werden. Das Gebäude bekommt auf diesen Etagen zahlreiche bodentiefe Fensterelemente. In diesem Zusammenhang wird auch die Außenfassade verändert. Ein heller, freundlicher Farbton wird in Verbindung mit den Fensterelementen für ein lichtdurchflutetes, frisches und freundliches Gesamterscheinungsbild sorgen.

Ziel ist es die Dachflächen zu begrünen und das Solarenergiepotential zu nutzen. Dazu werden noch Gespräche mit den Stadtwerken Stuttgart und dem Amt für Umweltschutz geführt. Zu den Nutzungen im EG Bereich und den angrenzenden öffentlichen Flächen erfolgen noch Abstimmungen mit den zuständigen Ämtern der Stadt.

Tourist-Informationen erfüllen nach wie vor wertvolle Servicefunktionen und sind auch in Zukunft aus dem Stadtbild nicht wegzudenken. Trotz oder gerade wegen der Auswirkungen der COVID-19-Pandemie auf den Tourismus wird dem Projekt eine hohe Bedeutung unterstellt. Die Landeshauptstadt ist mehr denn je aufgefordert, den künftigen Freizeittourismus zu fördern, um die künftigen erheblichen Rückgänge im Geschäftstourismus in Teilen kompensieren zu können.

Eine Tourist-Information in prominenter Lage unterstreicht die besondere Bedeutung dieses wichtigen Wirtschaftsbereiches und ist eine Visitenkarte der Landeshauptstadt Stuttgart sowie der Region. Der künftige i-Punkt auf dem Marktplatz wird Start und Ziel zahlreicher Gästeführungen werden. Der Marktplatz wird zu einem touristischen Anlaufziel der Landeshauptstadt.

Es wird auf **Anlage 1 (erste Gebäudeentwürfe)** verwiesen.

Projektumsetzung

Für die Umsetzung des Projektes soll ein entsprechender Mietvertrag mit Breitling abgeschlossen werden, der folgende Eckpunkte vorsieht:

- Übernahme der Planungs- und Baumaßnahmen durch die Stuttgart-Marketing GmbH
- Beteiligung von Breitling an Kosten für Rückbau / Entkernung
- Laufzeit 20 Jahre, zzgl. optionale Verlängerung auf 30 Jahre
- Besteht vermietetseitig nicht die Bereitschaft der Verlängerung des Vertragsverhältnisses, erhält die Stuttgart-Marketing GmbH eine Entschädigung in Höhe der Restsumme der auf 30 Jahre kalkulierten Abschreibungssumme für geleistete Investitionen.
- Recht zur Untervermietung
- Vorkaufsrecht im Falle einer geplanten Veräußerung
- In Abhängigkeit der hohen Eigenbeteiligung an den Baumaßnahmen liegt der zu zahlende Mietzins deutlich unterhalb des Marktwertes.

Die Geschäftsführer der Stuttgart-Marketing GmbH, Armin Dellnitz und Martin Rau, zeichnen sich verantwortlich für die gesamte Projektdurchführung.

Beauftragungen zur Planung und Baudurchführung unterliegen dem öffentlichen Vergaberecht. Dieses beginnt mit einer öffentlichen und europaweiten Ausschreibung der Planungsleistungen. Angesichts der prominenten Lage soll das formelle VOF Verfahren mit einer inhaltlichen Ausarbeitung erster Planungsideen verbunden werden. Damit soll die Entscheidung für das auszuwählende Büro nicht nur anhand von Referenzen und Leistungsdaten erfolgen, sondern durch eine erste Planungsleistung mit besonderem Fokus auf die Fassadengestaltung ergänzt werden.

Zeitplan:

Es wird auf **Anlage 2 (Zeitplan)** verwiesen

Wirtschaftlichkeit:

Die notwendigen Kosten für das Projekt werden auf etwa 10,5 Mio. Euro netto kalkuliert. Diese Summe setzt sich aus den Investitionskosten in Höhe von 9 Mio. Euro netto sowie Kosten in Höhe von etwa 1,5 Mio. Euro für externe Unterstützung des Bauvorhabens und anteilige Umsatzsteuer zusammen.

Auf Basis der aktuellen Gespräche wird davon ausgegangen, dass sich der Vermieter an den Investitionen mit einem Betrag von 1 Mio. Euro netto beteiligen wird (Rückbaukosten/Entkernung). Die übrigen Kosten werden durch die Stuttgart-Marketing GmbH getragen. Die dafür notwendigen finanziellen Mittel in Höhe von 9,5 Mio. Euro werden der Stuttgart-Marketing GmbH in den Jahren 2021 bis 2023 durch den Stadthaushalt zur Verfügung gestellt.

Unter dem Gesichtspunkt oben erwähnter und nachfolgend aufgeführter ergänzenden Rahmenbedingungen ist das Gesamtprojekt auch unter betriebswirtschaftlichen Gesichtspunkten attraktiv.

- Derzeitige Mietzahlungen am Rotebühlplatz fallen weg
- Mietzahlungen für die derzeit große Präsentationsfläche in der Königstraße 1 reduzieren sich erheblich aufgrund der geplanten Verkleinerung
- Einsparung von Personalressourcen aufgrund des flexibleren Mitarbeiterereinsatzes (Verwaltung/i-Punkt)
- Reduzierung von Mietnebenkosten

Wegen des städtischen Investitionszuschusses fallen bei der Stuttgart-Marketing GmbH keine zusätzlichen Abschreibungen aus dem Gebäudeumbau an. Gemäß der vorgelegten Wirtschaftlichkeitsberechnung muss aufgrund des Projekts der jährliche städtische Gesellschafterzuschuss für die Stuttgart-Marketing GmbH auch nach Inbetriebnahme des Hauses der Touristik nicht erhöht werden, um ein ausgeglichenes Ergebnis erreichen zu können.

Der Aufsichtsrat der Stuttgart-Marketing GmbH hat sich in seiner Sitzung am 8. Dezember 2020 bis auf zwei Enthaltungen einstimmig für die Umsetzung dieses Projektes ausgesprochen.

Finanzielle Auswirkungen

Im Finanzhaushalt bereitzustellende Mittel für den Investitionszuschuss der LHS:

Maßnahme	2021 TEUR	2022 TEUR	2023 TEUR
Investitionszuschuss zur Finanzierung Haus des Tourismus am Stuttgarter Marktplatz	1.800	3.700	4.000
Finanzbedarf	1.800	3.700	4.000

Die in 2021 ff. erforderlichen Mittel in Höhe von insgesamt 9,5 Mio. Euro werden im Nachtragshaushalt 2021 sowie bei der Aufstellung des Doppelhaushaltes 2022/23 der LHS berücksichtigt.

Mitzeichnung der beteiligten Stellen:

Referat SWU hat die Vorlage mit gezeichnet.

Vorliegende Anfragen/Anträge:

-

Erledigte Anfragen/Anträge:

-

Thomas Fuhrmann
Bürgermeister

Anlagen

Anlage 1: Präsentation Gebäude

Anlage 2: Zeitplan

<Anlagen>