



jahresbericht 2010

göppingercity e.V.



INHALTSVERZEICHNIS



I. Zielsetzung des Vereins laut Satzung.....	2
II. Aufgabenbereiche des Vereins laut Satzung	4
<i>II. 1. SERVICE & DIENSTLEISTUNG.....</i>	<i>4</i>
<i>II. 2. WERBUNG & EVENTS</i>	<i>5</i>
<i>II. 3. HEINERCARD.....</i>	<i>10</i>
<i>II. 4. POLITISCHE INTERESSENVERTRETUNG & WEITERBILDUNG</i>	<i>16</i>
<i>II. 5. GESCHÄFTSSTELLE</i>	<i>18</i>
III. Finanzen	20
<i>III.1. JAHRESABSCHLUSS DES STEUERBERATERS</i>	<i>20</i>
<i>III.2. HAUSHALTSBERICHT DES VEREINS 2009 MIT ANSATZ 2010</i>	<i>20</i>
<i>III.3. HEINERCARD-KONTEN.....</i>	<i>27</i>

I. Zielsetzung des Vereins laut Satzung

Zweck und Ziel des Vereins ist es, die **Attraktivität der Innenstadt** als Einkaufs- und Erlebniszentrum von Göppingen und der ganzen Region **zu erhöhen**. Dieses Ziel wird in Kooperation und im Dialog mit den Innenstadtakteuren und den verantwortlichen Stellen verfolgt.

In Göppingen sollen diesen Zweck in **partnerschaftlichem Miteinander** die Innenstadtakteure, wie Einzelhändler, Gastronomen, Dienstleister, freie Berufe, Handwerker, Kulturinitiativen, Marktbeschicker und Hausbesitzer, aber auch Industrie, Großhandel sowie die Bewohner und weitere Interessenten in Kooperation mit der Stadt Göppingen fördern und unterstützen.


Zu den **Vereinsaufgaben** gehören insbesondere:

- ✚ Bündelung der Kräfte im Bereich Citymarketing
- ✚ Profilierung der Innenstadt nach innen und außen
- ✚ Verbesserung des City-Angebots und der City-Gestaltung
- ✚ Verbesserung des Erlebnisangebotes in der City
- ✚ Abstimmung und Bündelung von Aktivitäten
- ✚ Verbesserung der Erreichbarkeit der City
- ✚ Verbesserung der Wohn- und Aufenthaltsqualität in der City
- ✚ Förderung der City-Card

Die **schwierigen wirtschaftlichen Rahmenbedingungen** wirken sich zunehmend auf die Innenstädte aus. Verunsicherung bei den Kunden, „Kaufzurückhaltung“ und der Trend zu Billig-Discountern stellt die City-Akteure vor ständig neue Probleme. Auch die Auswirkungen der jüngsten **Wirtschaftskrise** sind zunehmend im Einzelhandel spürbar. Gesetzesänderungen wie der Fall des Ladenschlussgesetzes nutzen erfahrungsgemäß in erster Linie Oberzentren, da dort durch die Handelsstruktur (vorwiegend große Filialisten) auf die gesetzlichen Freiräume reagiert werden kann, bzw. Druck aus den Konzernzentralen kommt. Kleinere Städte und Mittelzentren laufen **Gefahr**, dadurch eher an **Attraktivität und Kaufkraft** an die großen Städte **zu verlieren**.

Die Innenstädte müssen daher mit einem Kraftakt alle **City-Akteure motivieren** und die **bestehenden Initiativen bündeln**. Niedrige Umsätze und Existenzängste halten leider auch viele Händler von einem – auch finanziellen – Engagement in der City ab.

Durch gezielte Belebung, mehr kreativem City-Service, einem gemeinsamen Kundenbindungssystem und der Bewerbung dieses Gesamtpakets in der Region kann diesem Trend entgegen gewirkt werden. Der Verein Göppinger City e.V. befindet sich mit dem **bisherigen Maßnahmenpaket auf dem richtigen Weg**. Zusätzliche wirtschaftsfördernde Maßnahmen, wie zum Beispiel die städtische Initiative zur Schaffung attraktiver Ladenflächen, ergänzen das Paket.



II. Aufgabenbereiche des Vereins laut Satzung

II. 1. SERVICE & DIENSTLEISTUNG

Arbeitskreissprecherin: Annette Romeis – ShoeTown Werdich (seit 2005)

Im Aufgabenbereich Service und Dienstleistung wurden 2010 bereits bestehende Cityservice-Leistungen fortgeführt.

Leider musste im Mai 2010 aufgrund von Finanzierungsschwierigkeiten und rückläufiger Kinderzahlen die **Samstags-Kinderbetreuung** gänzlich **eingestellt** werden.

Dagegen erfreute sich der seit 2008 angebotene **City-Geschenkgutscheine** vermehrt an Beliebtheit. Neben einem Gutschein für die Adventszeit wurde auch ein weiterer Geschenkgutschein in neutraler ansprechender Optik für das gesamte Jahr produziert. Der Betrag für diese Gutscheine ist vom Kunden frei wählbar. Mittlerweile 45 Fachbetriebe aus den unterschiedlichsten Sparten aus Göppingen sind bereit, die Gutscheine anzunehmen und sich am System zu beteiligen. Der Gutscheinrücklauf wird über die Geschäftsstelle des Vereins abgewickelt.

Bewährte Serviceleistungen des Göppinger City e.V. wie zum Beispiel das **Leihschirmssystem** „Wir lassen Sie nicht im Regen stehen“, die Aktion **„Göppinger trinken Göppinger“** in Kooperation mit Aqua Römer und das rote **Matschhosenset für Kids** in der Neuen Mitte wurden selbstverständlich beibehalten und weitergeführt.

Ebenso das **„Gütesiegel Generationenfreundliche City“**, das im März 2008 erstmals an Göppinger Betriebe vergeben werden. Diese Auszeichnung an Betriebe, die einen besonders generationenfreundlichen Service aus verschiedenen Sparten (Spielecke, Toilette, Sitzgelegenheit, barrierefreier Zugang etc.) anbieten, wurde gemeinsam von Stadtseniorenrat, dem Bündnis für Familien, der Wirtschaftsförderung der Stadt und dem Göppinger City e.V. initiiert. Das Gütesiegel wurde in seiner ersten Runde an **38 Firmen und weitere 11 Filialen** vergeben. Eine Neuauflage steht für Sommer 2011 an.

II. 2. WERBUNG & EVENTS

Arbeitskreissprecher: Oliver Seyschab – Benetton (seit 2004)

Im Jahr 2010 fanden wieder bewährte Veranstaltungen – teilweise unter neuem Gesicht – von und in der Göppinger City statt.

So gab es zum Beispiel den **7. Göppinger Frühling** auf dem Marktplatz am 27. und 28. März erstmals in Kombination mit Gartentagen und Kunstmarkt. Zwei Tage lang präsentierten verschiedene Landschaftsgärtner, Gartenmöbelhersteller und Gärtnereien die neuesten Trends für die anstehende Gartensaison und verbreiteten damit ein frühlingshaftes Flair. Am verkaufsoffenen Sonntag, ebenfalls durch die Göppinger City beantragt und koordiniert, wurde der Kunstmarkt auf der gesperrten Hauptstraße zu einem zusätzlichen Besuchermagnet. Ob Keramik für den Garten, verschiedenste Gemälde oder Kunst aus Metall - hier war für fast jeden Geschmack etwas dabei. Ein buntes gastronomisches Angebot und Spielmöglichkeiten für Kinder rundeten das Angebot ab.

Von 28. September bis 3. Oktober fand das **siebte** überdachte **Göppinger Weinfest** auf dem Marktplatz statt. Acht Gastronomen sorgten über ebenfalls sechs Tage für allerlei kulinarische Überraschungen im gehobenen und einheitlichen Ambiente. Auf der integrierten Bühne wurde durch verschiedene Bands und Kapellen für Stimmung gesorgt. Das Weinfest wurde – wie schon die Jahre davor – mit einem **verkaufsoffenen Sonntag** kombiniert. Zum vierten Mal organisierte die Göppinger City zusätzlich am Sonntag eine **Automeile** in der Hauptstraße und am Schillerplatz, die ebenfalls ein voller Erfolg war und daher 2011 zum fünften Mal stattfinden wird.

Vom 2. bis 29. Dezember lud die vierte „**Göppinger Waldweihnacht**“ rund um den Marktplatz zum Verweilen ein. Das Grundkonzept mit einer Kombination aus Gastronomie, Erlebnisprogramm und Verkaufsbuden wurde weitestgehend beibehalten. Das Thema Innenstadt als Treffpunkt, Erlebnis- und Kommunikationsplattform stand im Vordergrund. Die Veranstaltung wurde qualitativ stark ausgebaut (Dekoration und Details, Programm etc.). In 2010 konnten wieder verschiedene Anschaffungen für die Waldweihnacht getätigt werden: Kauf von weiteren Sitzgelegenheiten, Stehtischen und Esstheken aus Holz sowie Dekorationsmaterial und Lichterketten.

Der Volksbank-Cup im **Eisstockschiessen** wurde ebenfalls zum vierten Mal ausgetragen. Alle 32 Mannschaften hatten viel Spaß beim sportlichen Kräfteressen im Herzen der Stadt. Eine Neuauflage des Cups ist wieder geplant.

Alle Events der Göppinger City wurden selbstverständlich mit entsprechend flankierenden Werbemaßnahmen begleitet, wie Anzeigen, Plakate, Flyer, Sonderbeilagen, Banner, Werbung an den Fahnenbastionen, Radiowerbung, MittenDrin, Pressemitteilungen etc.

Das gemeinsame – von Vereinsmitgliedern initiierte - **CityMagazin „MittenDrin – die schönsten Seiten der Göppinger City“** wurde erfolgreich fortgeführt, vom Verein herausgegeben und ausgebaut. Das als Lifestyle-Magazin konzipierte CityMagazin enthält vielseitige Informationen zu Veranstaltungen, Trends, Gastronomie und Kultur. Dabei soll den Lesern Lust auf Göppingen als Einkaufsstadt gemacht werden. Durch regelmäßige Veranstaltungskalender wird das Magazin vom Leser öfter in die Hand genommen. Die Rubrik der ersten gemeinsamen Modeseiten des Göppinger Handels wurde erfolgreich fortgeführt. Dabei geht es darum gemeinsam für den Modestandort zu werben und die Vielfalt zu präsentieren. Die Models wurden von verschiedenen Fachgeschäften mit Bekleidung, Accessoires, Schuhen, Schmuck und Brillen ausgestattet und von einem Göppinger Fotografen abgelichtet.

Des Weiteren wurde das Magazin seit der Märzauflage 2010 um ein weiteres Highlight ergänzt: die Homeingseiten.

Im Jahr 2010 betrug die Auflage von „MittenDrin“ 60.000 Stück je Ausgabe.

Das City Magazin kam dabei auf verschiedenen Wegen ans Ziel:

- 1) Flächendeckende Verteilung an 21.000 Haushalte im Stadtgebiet Göppingen.
- 2) Zielgruppenspezifische Verteilung an weitere 34.000 Haushalte im Einzugsgebiet – auch außerhalb des Landkreises.
- 3) Als **Lesezirkelexemplar** an 1.500 Gewerbeadressen und Arztpraxen.
- 4) 5.500 Exemplare werden im Landkreis Göppingen über den **Einzelhandel, Banken, öffentliche Einrichtungen und die Gastronomie** verteilt.

Das Magazin erscheint immer zu für den Handel wichtigen Zeiten und wird mit vereinseigenen Veranstaltungen kombiniert, wie Göppinger Frühling mit

verkaufsoffenem Sonntag, Weinfest mit verkaufsoffenem Sonntag und Automeile sowie der Adventszeit mit Waldweihnacht.

Die neunte Ausgabe von MittenDrin ist bereits zum 26.03.2011 erschienen. Neu in dieser Ausgabe sind die ersten gemeinsamen Gartenseiten und eine Rubrik zu verschiedenen Einkaufsquartieren in der City.

Weitere Erscheinungsdaten für dieses Jahr sind voraussichtlich am 10.09.2011 und 19.11.2011.



VERANSTALTUNGSÜBERSICHT 2011

März

- Nachmittagsmarkt am Donnerstag, Marktplatz, von **17. März** bis **27. Oktober** im zweiwöchigen Rhythmus, jeweils 16 - 19.30 Uhr
- Bauen – Wohnen – Modernisieren, Stauferpark, 25.-27.März
- **MittenDrin Ausgabe 9 erscheint am 26. März**
- **Jahreshauptversammlung Göppinger City e.V., Großer Sitzungssaal Rathaus, 28. März, 19:30 Uhr**

April

- **Riesenrad auf dem Marktplatz von 6. bis 13. April**
- **Göppinger Frühling mit Gartentagen und Kunstmarkt 9./10. April, Innenstadt**
- **Verkaufsoffener Sonntag 10. April, 13 - 18 Uhr**

Mai

- **1. bis 7. Mai Kinderzirkusfestival, Innenstadt**
- Sport- und Lauffestival mit Barbarossalauf, Stauferpark und Innenstadt, 5. bis 8. Mai
- Maimarkt, Innenstadt, 13. Mai
- Aktion Mensch, Marktplatz, 14. Mai
- Öffentliches Expertenhearing zum Thema Einkaufszentrum, Stadthalle, 19. Mai
- Circus Krone, Stauferpark, 20. bis 25. Mai
- Gemeinderatssitzung – Beschluss zum Einkaufszentrum, 26. Mai
- Maientag, 27. bis 30. Mai

Juni

- **Stauferspektakel – Mittelaltermarkt, Stauferpark von 2. bis 5. Juni**

Juli

- Open Air der JMS, Marktplatz, 1. Juli
- **Moonlightshopping, Innenstadt, 2. Juli**
- Göppinger FEZ, Innenstadt, 9. Juli
- Göppinger Kultur-Nacht, diverse Veranstaltungsorte, 9. Juli
- Werftrock, Stauferpark, 27. Juli
- Fest im Park, Oberhofenanlage, 28. bis 31. Juli
- Tour de Ländle, Marktplatz, 29./30. Juli

September

- Stadtfest, Innenstadt, 9. bis 11. September
- **MittenDrin, Ausgabe 10 erscheint am 10. September**
- Märklintage, diverse Veranstaltungsorte, 16. bis 18. September

Oktober

- **Göppinger Weinfest 28. September – 3.Oktober**
- **Verkaufsoffener Sonntag 2. Oktober, 13 - 18 Uhr**
- Herbsttage, Messe Stauferpark, 15./16. Oktober

November

- Martinimarkt, Innenstadt, 11. November
- **MittenDrin, Ausgabe 11 erscheint am 25. November**

Dezember

- **Waldweihnacht, Innenstadt von 01. bis 29. Dezember**

Änderungen vorbehalten!



II. 3. HEINERCARD

Arbeitskreissprecher: Jürgen Häser – Jürgen Häser Optik (seit 2002)

Statistische Auswertung heiner card (Stand: Februar 2011)			
Kriterien	Anzahl	in %	Sonstiges
Mitglieder gesamt:	14.418	100	
heiner	866	6,0	
Abomax	6.227	43,2	
Geschlechtsspezifische Verteilung:			
Männer	6.457	44,8	
Frauen	7.886	54,7	
Firmen	75	0,5	
Infomaterial:			
Angabe Info-Post ja:	11.274	78,2	
Angabe Info-Post nein:	3.144	21,8	
Altersverteilung:			
Geb.-Datum angegeben:	12.211	84,7	
Durchschnittsalter:	55,3		
Durchschnittsalter Frauen:	51,7		
Durchschnittsalter Männer:	59,6		
< 20	132	1,1	
20-30	840	6,9	
30-40	1.323	10,8	
40-50	2.698	22,1	
50-60	2.559	21,0	
> 60	4.659	38,2	
Jüngstes Mitglied	9 Jahre		
Ältestes Mitglied	95 Jahre		
Punkteverteilung:			
Summe Punktestände aktuell:	4.037.681		
Summe eingelöste Punkte:	7.537.020		
Summe vergebene Punkte:	11.574.701		
Durchschnittspunkte Mitglieder aktuell:	280		
Punkte Max/je Teilnehmer:	12.200		
Punkte Min/je Teilnehmer:	0		

Die **heiner**card – das kostenlose Bonussystem der Göppinger City – kann derzeit einen **Mitgliederstand von etwa 14.500 Kunden** verzeichnen. Für das Jahr 2010 entspricht dies einem Zuwachs von rund 500 Mitgliedern. Das Alter der Karteninhaber liegt durchschnittlich bei **knapp über 55 Jahren**, rund **55 Prozent** der Kartenbesitzer sind **weiblich** und etwa **die Hälfte** aller Mitglieder hat Ihren **Wohnsitz in Göppingen** mit Teilorten.

Im Kalenderjahr 2010 wurden die ausgegebenen **heiner**cards fast 22.000 mal effektiv genutzt. Dies entspricht einer **durchschnittlichen Kartennutzung von 61-mal am Tag**. Rechnet man Mehrfachnutzungen und Freischaltungen heraus, kommt man auf insgesamt 3.300 genutzte Karten im Jahr 2010, was einem Prozentsatz von knapp 23 Prozent entspricht. Die am **häufigsten eingesetzte Karte** ging im letzten Kalenderjahr ganze **169-mal** über den Ladentisch.

Aktuell beteiligen sich **31 Partnerbetriebe** am System. Seit Einführung des Systems im Jahr 2001 sind schon weit über **11,5 Millionen Punkte vergeben** worden. Dem gegenüber stehen **eingelöste Punkte von etwa 7,5 Millionen**. Somit müssten derzeit rund 4,0 Millionen Punkte auf den ausgegebenen Karten gespeichert sein, was sich mit den aktuellen Kontoständen der separaten **heiner**card-Konten in etwa deckt. Das bedeutet, dass alle Kartenbesitzer ihre gesammelten Punkte gleichzeitig einlösen könnten.

Die seit 2006 laufende **Kooperation mit der Bürgerstiftung** der Stadt Göppingen erfreute sich auch 2010 großer Beliebtheit. Die goldene **heiner**card – oder auch goldene Ehrenamtskarte – wurde bereits 866-mal vergeben.

Auch die **Kooperation mit dem Werbepartner NWZ** mit deren Abomax-Karte konnte deutliche Zuwächse verzeichnen. So stieg die Zahl dieser Kartennutzer um 500 auf 6.200, was in etwa 43,2 Prozent aller Karteninhaber entspricht.

Schaubild 1: Aktive Nutzung

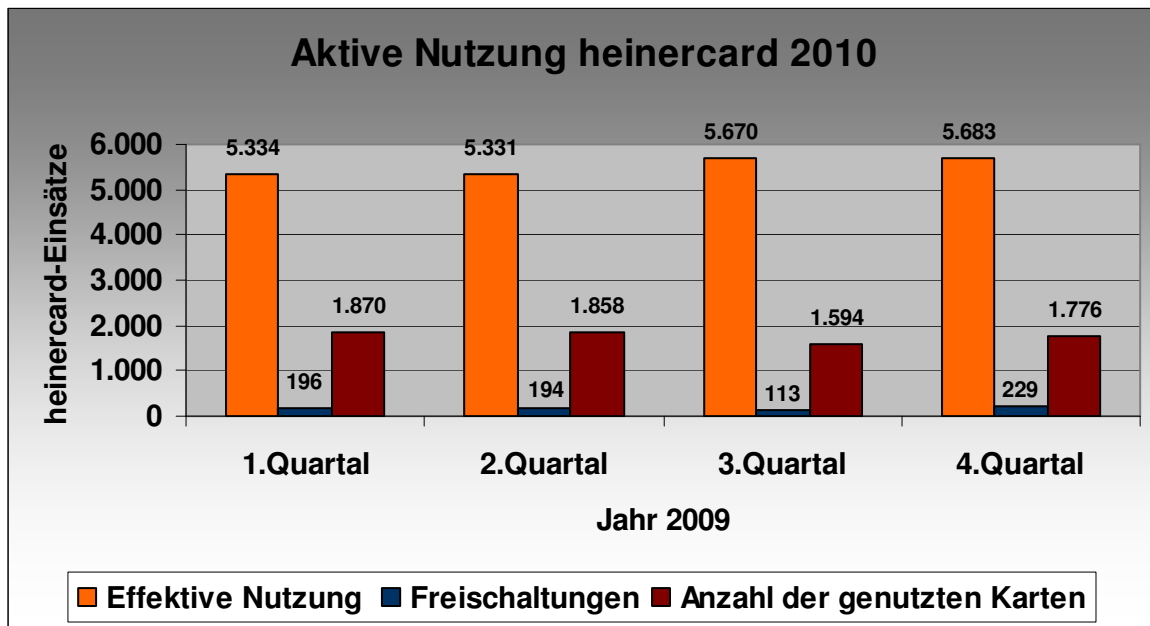


Schaubild 2: Zahlenmaterial Aktive Nutzung

Aktive Nutzung der heinercard für das Jahr 2010					
	1.Quartal	2.Quartal	3.Quartal	4.Quartal	GESAMT 2010
Effektive Nutzung	5.334	5.331	5.670	5.683	22.018
Freischaltungen	196	194	113	229	732
Anzahl der genutzten Karten	1.870	1.858	1.594	1.776	3.299
Anzahl Karten für Nutzung $x < 5$	1.639	1.629	1.311	1.519	2.262
Anzahl Karten für Nutzung $5 < x < 10$	176	170	203	187	536
Anzahl Karten für Nutzung $10 < x < 20$	49	48	67	63	378
Anzahl Karten für Nutzung $x > 20$	6	11	13	7	223
Durchschnittliche Kartennutzung/Monat	1.778	1.777	1.890	1.894	1.835
Durchschnittliche Kartennutzung/Tag	59	59	63	63	61
Höchste Nutzung einer Karte	41 mal	32 mal	53 mal	46 mal	169 mal

Schaubild 3: Umsätze an Bonuspunkten

heinercard										
Aktuelle Zahlen	Sep. 02	Feb. 03	Feb. 04	Feb. 05	Feb. 06	Feb. 07	Feb. 08	Feb. 09	Feb. 10	Feb. 11
heinercard-Partner	29	28	27	36	40	38	40	38	33	31
vergebene Punkte	330.000	490.000	1.210.000	2.275.000	3.575.553	5.271.395	7.274.722	8.939.942	10.194.030	11.574.701
eingelöste Punkte	44.000	110.000	420.000	770.000	1.474.284	2.458.849	3.948.030	5.219.668	6.323.447	7.537.020
Umsatz	374.000	600.000	1.630.000	3.045.000	5.049.837	7.730.244	11.222.752	14.159.610	16.517.477	19.111.721

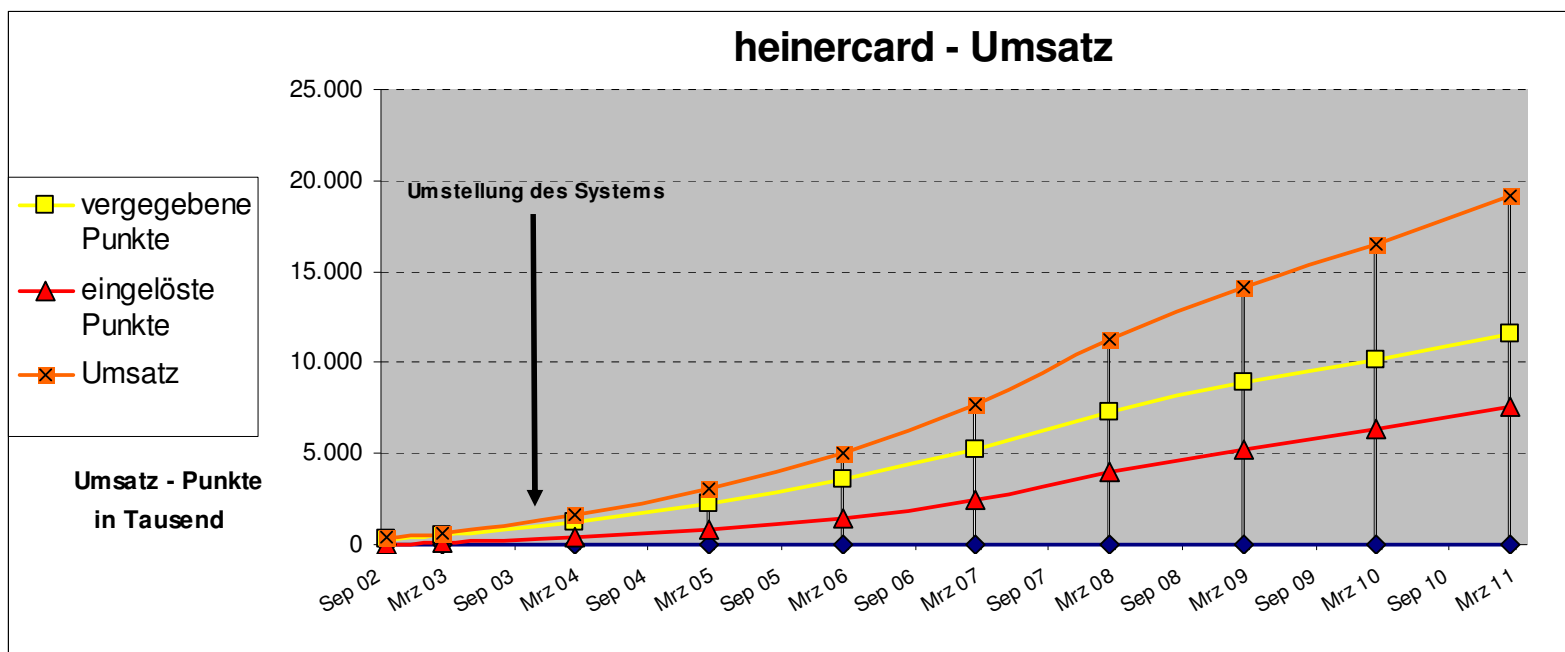


Schaubild 4: Teilnehmerentwicklung gesamt

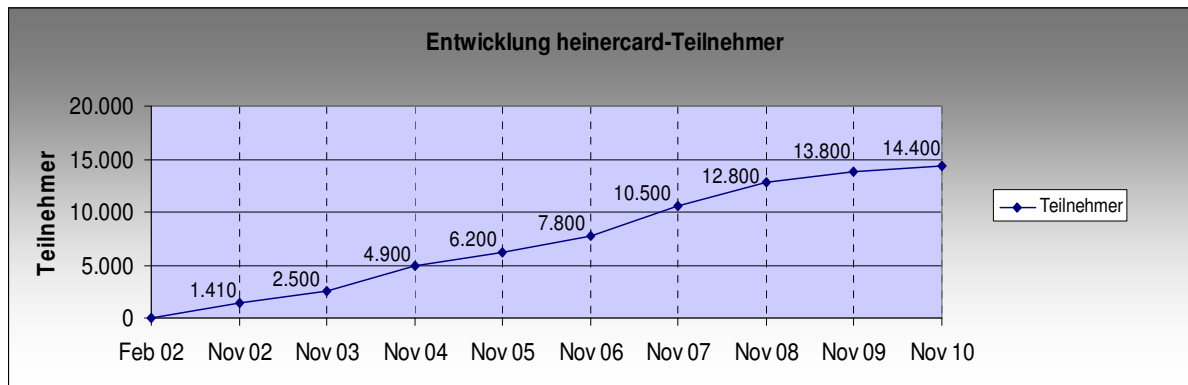
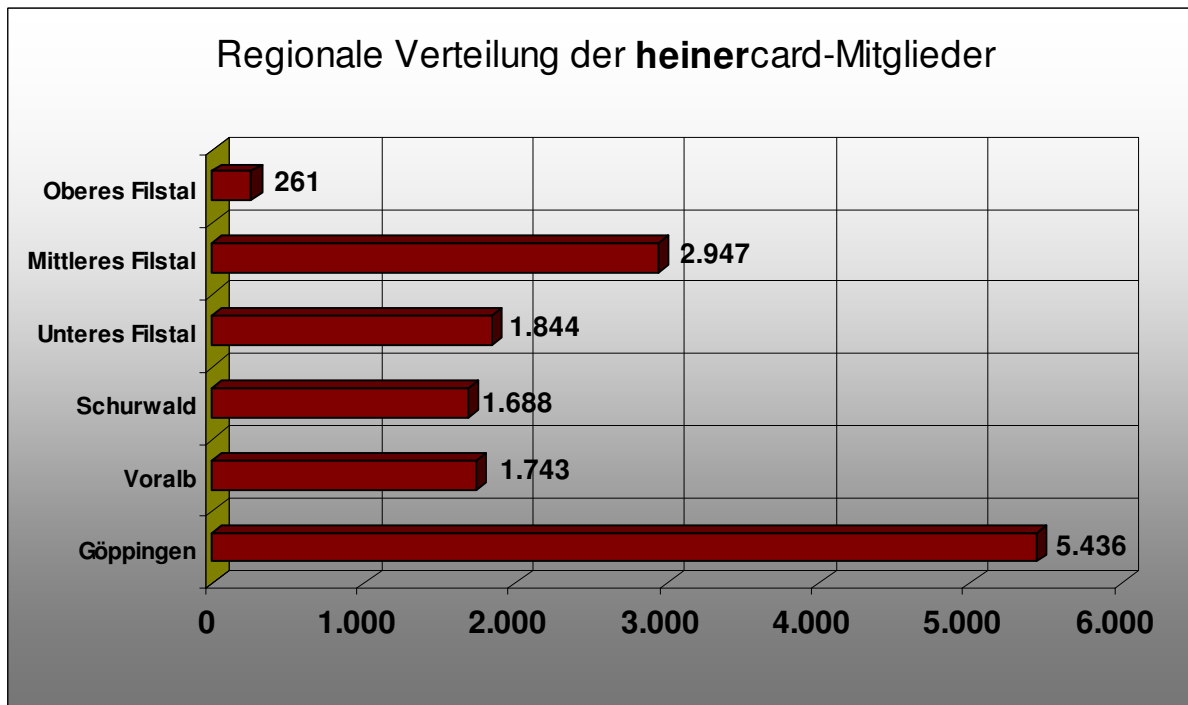


Schaubild 5: Regionale Verteilung



II. 4. POLITISCHE INTERESSENVERTRETUNG & WEITERBILDUNG

Arbeitskreissprecher: Thomas Wolf – Kreissparkasse Göppingen (seit 2008)

Seit Auflösung des Gewerbe- und Handelsvereins (Ende 2007) hat der Göppinger City e.V. auch offiziell die **wichtige Aufgabe der politischen Interessenvertretung** der Handels- und Gewerbetreibenden übernommen. Da neben der Interessenvertretung auch das Thema Weiterbildung und Qualifizierung von großer Bedeutung ist, nimmt sich auch der entsprechende Arbeitskreis beider Themen an und nennt sich „AK Politische Interessenvertretung und Weiterbildung“.

Die Diskussion um die Ansiedlung eines **Einkaufszentrums** (EKZ) in Göppingen nahm 2010 sehr viel Zeit und Energie des Vorstands und der Geschäftsstelle in Anspruch. Neben zahlreichen Gesprächen mit Stadtverwaltung, Gemeinderäten, Gemeinderatsfraktionen und politischen Interessenvertretern (IHK, EHV etc.), fanden auch mehrfach Gespräche mit allen potentiellen Investoren und Betreibern statt. Jede konzeptionelle Änderung wurde intern aufbereitet und bewertet. Im Sommer 2010 musste sich der Verein dann nach einer maßgeblichen konzeptionellen Änderung des potentiellen Investors eines EKZ am Busbahnhof (mfi), die ein massive Verschlechterung der Handelssituation in Göppingen zur Folge gehabt hätte, und einer scheinbar festgefahrenen politischen Position des Gemeinderats klar positionieren und versuchen ein Umdenken bei den Meinungsträgern zu erreichen bzw. auf die Gefahren für die gesamte Stadtentwicklung hinzuweisen. Die Göppinger City beauftragte kurzfristig den Stadtmarketing-„Guru“ **Christian Klotz**, der zunächst eine eigenen Analyse der Situation vornahm, in kleiner Runde mit politischen Vertreter eine Diskussion der verschiedenen Varianten anbot und nach einem gemeinsamen Stadtrundgang am Abend einen Vortrag hielt, der sicherlich den meisten Teilnehmern verdeutlichte, welche massive Auswirkungen das geplante EKZ haben würde und welche Alternativen denkbar wären. Durch den Vortrag kam wieder einiges ins Rollen – die Diskussion war wieder offen. Zusätzlich waren endlich auch die Händler der Stadt sensibilisiert. Mit einem klaren – und gemeinsam formulierten – Positionspapier zum geplanten EKZ, das von 216 (!) Handelstreibenden der Stadt unterschrieben wurde, verdeutlichte die Göppinger City nochmals klar die Position des Handels und kam so ihrer Aufgabe der politischen Interessenvertretung nach.

Mit dem Beschluss eines Kriterienkatalogs des Gemeinderats im Dezember 2010 konnte eine vernünftige Grundlage für die Ansiedlung eines EKZ in Göppingen geschaffen werden.

Um einen regelmäßigen Austausch und Diskussionsmöglichkeiten in lockerer Atmosphäre für Kollegen (auch Nichtmitglieder) bieten zu können, wurde Ende 2010 ein **Händlerstammtisch** ins Leben gerufen. Dieser trifft sich je nach Bedarf im Café da Damiano am Spitalplatz. Die Termine werden über Rundmails und über die Presse bekanntgegeben. Die Resonanz war – nicht zuletzt aufgrund der Brisanz des Themas Einkaufszentrum – sehr gut.

Im Zeitraum von September 2010 bis Februar 2011 konnte der Göppinger City e.V. seinen Mitgliedern eine hoch interessante Fortbildung, ein **Verkäuferentwicklungsprogramm** für Mitarbeiter im Verkauf und eine **Schulung für Führungskräfte** anbieten. Die Maßnahme wurde zu 100% über Bildungsgutscheine vom Arbeitsamt gefördert. Der Wert der Fortbildung lag bei 2.900 EURO pro Teilnehmer.

Für 2011 sind diverse **Schulungs- und Weiterbildungsangebote** geplant, die ihren Fokus insbesondere auf Themen, mit einzelhandelsrelevantem Schwerpunkt, richten. Bereits im Februar 2011 fand eine Fortbildung zum Thema über den Umgang mit demenzkranken Personen im Handel statt. Kostenlose **Erste-Hilfe-Schulungen und Auffrischkurse** für Mitglieder des Vereins sind ebenfalls für 2011 geplant.

II. 5. GESCHÄFTSSTELLE

Die **Geschäftsstelle der Göppinger City** war 2010 mit 3 Personalstellen besetzt, die sich Gisela Flaig, Holger Bäuerle, Gaby Maier und Martin Baumhauer teilten. Die ursprüngliche Halbtagesstelle von Martin Baumhauer wurde im Dezember 2009 auf eine bis Oktober 2010 befristete Ganztagesstelle erhöht. Nach Auslauf dieses Vertrages verließ Martin Baumhauer den Verein. Seit November 2010 wird das Team der Geschäftsstelle durch Christina Geyer (0,5 Personalstellen) verstärkt, deren Aufgabe vorwiegend das Citymagazin MittenDrin, die Homepage-Pflege und die Unterstützung bei Events ist. Zwei Praktikantinnen unterstützten 2010 zusätzlich das Team der Geschäftsstelle.

Im **Vorstand** des Vereins gab es 2010 ebenfalls einen Wechsel. Das langjährige Vorstandsmitglied Jürgen Lämmle (Bürgermeister der Stadt Göppingen) gab aus zeitlichen Gründen seinen Rücktritt bekannt. Als Nachfolgerin wurde an der Hauptversammlung des Vereins im März 2010 Christine Kumpf (Wirtschaftsförderin der Stadt Göppingen) gewählt. Der **Vorstand** besteht somit aus der Vorsitzenden Stefanie Sanke (Bertz GmbH) und den zwei Stellvertretern Christine Kumpf und Thomas Gehrke (Württembergische Samenzentrale). Ihnen obliegt die wichtige Aufgabe der Koordination innerhalb des Vereins.

Die meisten Vorstandssitzungen finden im Rahmen des **erweiterten Vorstands** statt. In diesem Gremium sind die Vorstandsmitglieder und die jeweiligen Sprecher der Arbeitskreise vertreten. Die Geschäftsführerin nimmt ebenfalls an den Sitzungen beratend teil. So besteht eine optimale Schnittstelle und ein entsprechender Informationsfluss zu den Arbeitskreisen.

Der erweiterte Vorstand traf sich 2010 erstmals zusammen mit den Mitarbeitern der Geschäftsstelle zu **zwei Klausurtagungen**, in denen grundlegende Inhalte und Aufgaben des Vereins besprochen wurden.

Die **Mitgliederentwicklung** verzeichnete 2010 erfreulicherweise einige Zuwächse. Zum Jahresende hatte der Verein **147 Mitglieder**, das sind 12 mehr als im Vorjahr. Leider mussten auch 2010 einige Insolvenzen, Geschäftsaufgaben und Austritte verzeichnet werden. Die Strukturierung und Entwicklung der Mitglieder des **göppingercity e.V.** stellt sich seit der Gründung am 03.12.2001 wie folgt dar:

Schaubild 10: Mitgliederstrukturierung, Stand 31.12.2010

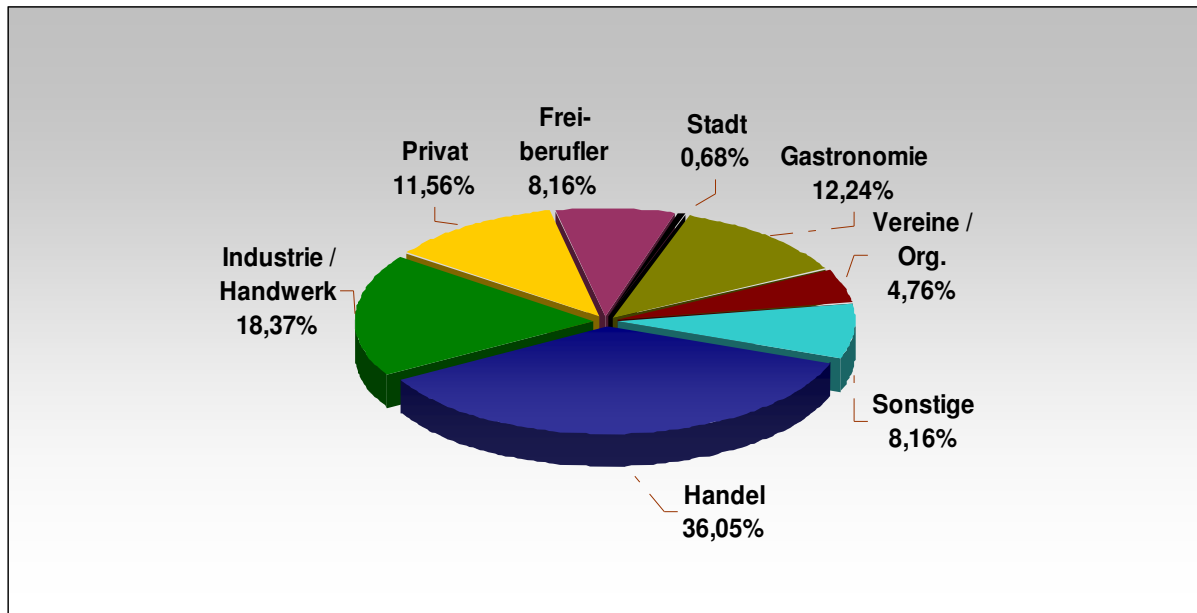


Schaubild 11: Mitgliederentwicklung 2001-2010

Mitglieder, davon:	Insgesamt	Handel	Industrie / Handwerk	Privat	Freiberufler	Stadt	Gastronomie	Vereine / Org.	Sonstige
03.12.2001	42	17	4	12	4	1	2	1	1
31.12.2002	83	34	7	16	7	1	7	4	7
31.12.2003	109	39	9	20	8	1	12	5	15
31.12.2004	122	46	11	19	9	1	13	6	17
31.12.2005	129	52	12	18	10	1	12	6	18
31.12.2006	127	52	11	18	9	1	13	6	17
31.12.2007	135	51	28	20	7	1	16	7	4
31.12.2008	137	50	29	18	10	1	16	7	6
31.12.2009	135	50	29	18	12	1	14	7	4
31.12.2010	147	53	27	17	12	1	18	7	12
	100%	36,05%	18,37%	11,56%	8,16%	0,68%	12,24%	4,76%	8,16%

Ohne Austritte, Geschäftsaufgaben und Insolvenzen würde die Mitgliederzahl des Vereins aktuell bei 213 liegen.

III. Finanzen

III.1. JAHRESABSCHLUSS DES STEUERBERATERS

Jahresabschluss 2009:

Bei der Gewinn- und Verlustrechnung für den wirtschaftlichen Geschäftsbetrieb ermittelte der Steuerberater Stephan Rauser zum 31. Dezember 2009 einen **Jahresüberschuss** in der Höhe von **9.203,75 Euro**.

Der Jahresabschluss 2009 wird wie auch in den vergangenen Jahren zusätzlich vom **Rechnungsprüfungsamt der Stadt Göppingen** geprüft.

Jahresabschluss 2010:

Die genauen Zahlen zum Jahresabschluss 2010 durch den Steuerberater standen – wie jedes Jahr – zum Zeitpunkt der Jahreshauptversammlung noch nicht fest. Der Jahresabschluss des Steuerberaters für das Jahr 2010 wird somit wieder in den Jahresbericht 2011 einfließen.

III.2. HAUSHALTSBERICHT DES VEREINS 2010 MIT ANSATZ 2011

Haushaltsplanung 2011 - Stand: 03/11					
E	1	Einnahmen	HH-Ansatz 2010	Tatsächlicher Haushalt 10	HH-Ansatz 2011
E	2	Zuschüsse der Stadtverwaltung	100.000,00	100.000,00	100.000,00
E	3	Mitgliedsbeiträge	55.500,00	58.569,21	59.000,00
E	5	Software- und Update-Pauschalen	1.000,00	472,50	400,00
E	7	Einnahmen hc-Clearing	5.500,00	4.983,75	4.500,00
E	8	Zinsen	100,00	-872,33	0,00
E	9	Erstattung Versicherung	0,00	0,00	0,00
E	10	heinerCard-Terminalberechnung inkl. MSAM	500,00	0,00	500,00
E	11	Einnahmen Projekte	298.800,00	300.430,24	346.800,00
E	11-1	<i>Göppinger Frühling mit verkaufsoffenem Sonntag</i>	14.000,00	12.246,53	13.000,00
E	11-2	<i>Kinderzirkusfestival</i>	0,00	0,00	55.000,00
E	11-4	<i>Moonlightshopping</i>	0,00	0,00	4.000,00
E	11-5	<i>Weinfest mit verkaufsoffenem Sonntag</i>	37.000,00	37.250,95	37.000,00
E	11-6	<i>Göppinger Waldweihnacht</i>	107.000,00	113.472,26	103.000,00
E	11-11	<i>Zirkus-Workshops</i>	0,00	346,50	300,00
E	11-14	<i>Sonstiges (Fortbildung, Leihschirme, etc.)</i>	3.000,00	921,10	1.000,00
E	11-15	<i>Gütesiegel "Generationen- freundliche City"</i>	2.000,00	0,00	500,00
E	11-16	<i>Kinderbetreuung</i>	3.000,00	2.603,88	0,00
E	11-18	<i>Citymagazin "Mittendrin"</i>	132.000,00	130.269,02	130.000,00
E	11-19	<i>City-Gutschein</i>	800,00	3.320,00	3.000,00
E	14	Erstattung Krankenkasse	0,00	1.408,84	0,00
E	15	GESAMTEINNAHMEN	461.400,00	464.992,21	511.200,00

A	1	Ausgaben	HH-Ansatz 2010	Tatsächlicher Haushalt 10	HH-Ansatz 2011
A	2	Geschäftsstelle			
A	3	Personal	-16.100,00	-17.050,97	-12.960,00
A	4	Miete Geschäftsstelle incl. Nebenkosten	-14.000,00	-15.163,60	-15.000,00
A	5	Reinigung	-1.400,00	-1.494,25	-1.500,00
A	6	Versicherung	-1.800,00	-1.845,90	-1.800,00
A	7	Rechts- und Beratungskosten	0,00	-1.763,77	-1.500,00
A	8	Steuerberater/Prüfer, Berufsgenossenschaft	-2.800,00	-2.955,48	-3.000,00
A	9	Buchführung	-5.000,00	-6.014,33	-6.000,00
A	10	Geschenke/Repräsentation	-200,00	-120,95	-200,00
A	11	Betreuung Fachausschüsse	-700,00	-815,56	-800,00
A	12	Fahrtkosten	-100,00	-26,76	-100,00
A	13	Fortbildung	-400,00	-306,00	-400,00
A	14	Porto	-1.500,00	-1.320,85	-1.500,00
A	15	Bürobedarf	-2.000,00	-1.485,63	-2.000,00

A 16	Technische Ausstatt. /Tel./Fax/Kopierer	0,00	0,00	0,00
A 17	Telefongebühren	-2.000,00	-2.036,68	-2.000,00
A 18	EDV-Ausstattung	-1.000,00	-1.910,12	-1.000,00
A 19	Instandhaltung	-1.000,00	-587,86	-1.000,00
A 20	Sonstiges und Unvorhergesehenes	-2.000,00	-2.648,72	-2.000,00
A 21	Internet Laufende Kosten	-600,00	-946,05	-900,00
A 22	Büroeinrichtung	-200,00	-133,30	-200,00
A 24	Steuern / Behördengebühren des jeweiligen Vorjahres	-5.002,90	-12.499,47	-20.000,00
A 25	Gesamtkosten Geschäftsstelle	-57.802,90	-71.126,25	-73.860,00

A 26	Projektkosten	HH-Ansatz 2010	Tatsächlicher Haushalt 10	HH-Ansatz 2011
A 28	heiner card	-28.850,00	-19.548,75	-15.640,00
A 28-1	Mailingaktionen / Beilage MD	-6.000,00	-4.522,00	-1.500,00
A 28-3	heiner card-Flyer	-800,00	0,00	-800,00
A 28-6	Personalkosten heiner card	-17.250,00	-12.179,27	-8.640,00
A 28-10	Anschaffung Hardware für Server und Datenbank	-4.000,00	-2.380,00	-4.000,00
A 28-13	Neue hc-gold Mitglieder	-500,00	-400,00	-400,00
A 28-17	Sonstiges (Laufende Terminalkosten)	-300,00	-67,48	-300,00
A 29	Service/Dienstleistung	-25.200,00	-19.408,35	-9.480,00
A 29-1	Generationenfreundliche City	-3.000,00	0,00	-800,00
A 29-2	Personalkosten für Kleinprojekte	-11.500,00	-12.179,27	-6.480,00
A 29-4	Matschhosen	0,00	0,00	0,00
A 29-6	Göppinger trinken Göppinger	0,00	0,00	0,00
A 29-8	Kinderbetreuung	-8.300,00	-5.864,54	0,00
A 29-9	Sonstiges	-400,00	-169,54	-200,00
A 29-10	Rückläufe und noch offene Rückläufe City-Gutschein für 2010	-2.000,00	-1.195,00	-2.000,00
A 30	Werbung/Events	-335.550,00	-338.664,50	-404.400,00
A 30-0	Personalkosten Werbung / Events (bereits den einzelnen Projekten zugeordnet)	-65.550,00	-68.203,89	-75.600,00
A 30-1	Göppinger Frühling mit verkaufsoff. Sonntag	-25.350,00	-26.880,30	-21.640,00
A 30-2	Kinderzirkusfestival	-1.150,00	-1.217,93	-67.540,00
A 30-4	Moonlightshopping	0,00	0,00	-6.160,00
A 30-5	Weinfest mit verkaufsoffenem Sonntag	-45.050,00	-48.011,44	-45.640,00
A 30-7	Göppinger Waldweihnacht	-129.900,00	-122.625,14	-122.000,00
A 30-12	Zirkus-Workshops	0,00	-127,45	-300,00
A 30-13	Sonstiges (Künstlersozialkasse, etc.)	-1.000,00	-421,99	-1.000,00
A 30-14	Citymagazin "Mittendrin"	-133.100,00	-139.380,25	-140.120,00
A 31	Stadtbild/ Neue Mitte	-4.300,00	-11.007,32	-6.320,00
A 31-1	Fusion GHV - AK Politik	-2.000,00	-1.263,91	-2.000,00
A 31-2	Personalkosten AK Politik	-2.300,00	-9.743,41	-4.320,00
A 27	Gesamtkosten Projekte	-393.900,00	-388.628,92	-435.840,00

A	32	GESAMTAUSGABEN	-451.702,90	-459.755,17	-509.700,00
C	1	Ergebnis gewöhnliche Geschäftstätigkeit	9.697,10	5.237,04	1.500,00
C	2	Verlustvortrag	-12.017,29	-12.017,29	-15.763,35
C	3	<i>Außerordentliche Verluste</i>	0,00	-9.728,84	0,00
C	4	<i>Außerordentliche Erträge</i>	0,00	745,74	0,00

Schaubild 12: Haushaltsbericht 2010 mit Ansatz 2011 - vorbehaltlich einer Genehmigung durch die Mitgliederversammlung.

Erläuterungen zur Kostenstelle **C3 Außerordentliche Verluste**

Folgende Buchungen mussten nach Abschluss des Haushaltes 2009 noch berücksichtigt werden:

E 3 Mitgliedsbeiträge

- Ausbuchung Mitgliedsbeitrag Metzgerei Joos (Insolvenz) über 267,80 Euro

E 7 hc-Clearing

- Ausbuchung Clearingehinnahmen Metzgerei Joos (Insolvenz) über 77,40 Euro

E 11-4 Moonlightshopping

- Ausbuchung Standgebühr PR Exact (Insolvenz) über 560,49 Euro

E 11-18 Citymagazin MittenDrin

- Ausbuchung Anzeigeneinnahmen Pro Finanz (Insolvenz) über insgesamt 3.855,60 Euro

A 28-1 Mailingaktionen heinercard

- Berechnung Layoutkosten R2 über 77,35 Euro

A 29-9 Service / Dienstleistung Sonstiges

- Berechnung Layoutkosten R2 über 154,70 Euro

A 30-7 Göppinger Waldweihnacht

- Berechnung Feuershow über 100,-Euro
- Berechnung Layoutkosten R2 über 696,15 Euro
- Berechnung Mehrkosten Bastelstunden Mayer über 73,50 Euro
- Berechnung Verzehr Gutscheine Kassa über 49,20 Euro
- Kosten für Kunst im Wald (Sochor) über 300,- Euro
- Mehrkosten für Betriebshofarbeiten über 3.227,60 Euro
- Mehrkosten für Betriebshofarbeiten über 289,05 Euro

Erläuterungen zur Kostenstelle **C4 Außerordentliche Erträge**

Folgende Buchungen mussten nach Abschluss des Haushaltes 2009 noch berücksichtigt werden:

E 7 hc-Clearing

- Nachträglich eingebuchte Jahrespauschale Lambert über 130,90 Euro
- Nachträglich eingebuchte Quartalspauschale Johanniter Unfallhilfe über 26,78 Euro

E 11-5 Weinfest mit verkaufsoffenem Sonntag

- Mehreinnahmen Verzehr Gutscheine Lettner über 59,90 Euro

E 11-6 Göppinger Waldweihnacht

- Mehreinnahmen Verzehr Gutscheine Benetton über 28,56 Euro

A 30-7 Göppinger Waldweihnacht

- Ausbuchung von MV Reichenbach über 400,- Euro
- Ausbuchung Wasserkosten Stadt Göppingen über 100,- Euro

Der **Kontostand** zum 31.12.2010 betrug 18.488,30 **Euro**.

Der vorliegende Haushaltsplan dient in erster Linie der **internen Finanz- und Projektplanung und deren Kontrolle**. Die Zahlen stimmen aufgrund von abweichenden buchhalterischen Bewertungsansätzen nicht exakt mit denen des Steuerberaters überein.

Die gewählten **Kassenprüfer** des Vereins, Manfred Schramm und Matthias Füchtner, prüften am 14. März 2011 entsprechend ihrer Aufgabe die „Kasse“ des Vereins. Es wurden keine Beanstandungen festgestellt.

Der für das Geschäftsjahr 2010 geplante Überschuss von rund 9.700,- Euro konnte nur zum Teil realisiert werden. Am Ende des Jahres stand ein erwirtschafteter **Gewinn in Höhe von 5.237,04 Euro** zu Buche. Diesem positiven Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit für das Jahr 2010 stehen ein **Verlustvortrag über 12.017,29 Euro** sowie die ab diesem Jahr erstmals im Haushalt ausgewiesene Kostenstelle C3 **„Außerordentlichen Verluste“ von 9.728,84 Euro** gegenüber. Diese setzen sich hauptsächlich aus Forderungsausfällen durch insolvent gegangene Mitgliedsbetriebe und nicht einkalkulierten Kosten des Städtischen Betriebshofs im Rahmen der Göppinger Waldweihnacht zusammen.

Der Vorstand des Vereins plant für das Jahr 2011 mit einem kleinen Überschuss von 1.500,- Euro. Der Verlustvortrag aus den Vorjahren kann aufgrund der aktuellen Finanzlage im Geschäftsjahr 2011 nicht ausgeglichen werden.

Erläuterungen zu ausgewählten Kostenstellen:

Wichtig: Seit 2009 werden die **Personalkosten** nicht mehr gesamtheitlich unter der Kostenstelle A 3 geführt, sondern den **einzelnen Projekten zugeordnet**. Die Kostenstelle A 3 bleibt jedoch weiterhin für die administrativen Aufgaben anfallenden Personalkosten der Geschäftsstelle bestehen.

Der **städtische Zuschuss von 100.000,- Euro** – plus 20.000,- Euro projektbezogener Zuschuss für die Göppinger Waldweihnacht, die jedoch direkt diesem Projekt zugerechnet werden – konnte 2010 auf Einnahmen von knapp 465.000,- Euro erhöht und somit fast **verfünffacht** werden. Dabei flossen über 32.000,- Euro, das sind 32 %

der Zuschüsse, für Genehmigungen, Sondernutzungsgebühren und Leistungen des Städtischen Betriebshofs zurück an die Stadtkasse.

Die **Mitgliedsbeiträge** aus dem Handel betragen 2010 rund 59.000,- Euro. Aufgrund von Geschäftsaufgaben einiger größerer Mitglieder muss für das Jahr 2011 mit deutlich weniger Einnahmen durch Mitgliedsbeiträge gerechnet werden. Damit die Einnahmen auf konstantem Niveau gehalten werden können, ist die Akquise von Neumitgliedern umso wichtiger.

Das neue Konzept des **Göppinger Frühlings mit Gartentagen und Kunstmarkt** benötigte rund 3.000,- Euro mehr an Kosten als veranschlagt. Ein Defizit von knapp 14.600,- Euro (incl. Personalkosten) stand für dieses Projekt am Jahresende zu Buche.

Für das **Göppinger Weinfest mit verkaufsoffenem Sonntag** war ein Defizit von 8.050,- Euro eingeplant. Letztendlich stand ein Minus über 10.760,49 Euro zu Buche, was auf Kosten für Straßensperrungen, Musikprogramm, etc. im Rahmen des verkaufsoffenen Sonntags zurückzuführen ist. Das Weinfest als solches wird von den beteiligten Gastronomen finanziert.


Bei der **Göppinger Waldweihnacht** konnte der veranschlagte Fehlbetrag über 22.900,- Euro erfreulicherweise auf ein Minus von 9.152,88 Euro reduziert werden. Restriktive Einsparungen bei der Bewerbung der Veranstaltung und beim angebotenen Bühnenprogramm führten zu dem verbesserten Ergebnis. Dennoch ist man auch bei diesem Projekt von einer kompletten Kostendeckung weit entfernt.

Das veranschlagte Defizit über 1.100,- Euro bei dem Projekt **Citymagazin MittenDrin** musste auf ein Minus von 9.111,23 Euro korrigiert werden. Gestiegene Kosten durch eine Erhöhung der Seitenzahl der Broschüre und ein leichter Rückgang der Anzeigenkunden durch die schlechte wirtschaftliche Lage in Göppingen sind als Gründe zu nennen.

Die **Projekteinnahmen von knapp über 300.000,- Euro** enthalten Sponsorleistungen von etwa 17.000,- Euro, was einem Prozentsatz von 5,6 entspricht. Die größten Posten der Projekteinnahmen nehmen das Citymagazin MittenDrin mit über 130.000,- Euro (43,3 Prozent) und die Waldweihnacht mit knapp 114.000,- Euro (37,9 Prozent) ein. Die

Göppinger City wurde zudem stark durch Sach-Sponsorleistungen, wie etwa Sonderkonditionen der NWZ, unterstützt. Diese werden in unseren Haushaltsplanungen jedoch nicht aufgeführt.

Die **Projektausgaben** belaufen sich auf **etwa 389.000,- Euro**. Hierbei sind jedoch auch die Ausgaben für die Arbeitskreise Service & Dienstleistung (19.400,- Euro), HeinerCard (19.500,- Euro) und Politische Interessenvertretung & Weiterentwicklung (11.000,- Euro) mit eingerechnet. Die größten Ausgabenposten entfallen auf das Citymagazin MittenDrin mit rund 140.000,- Euro (35,9 Prozent) und die Waldweihnacht mit knapp 123.000,- Euro (31,6 Prozent).



III.3. HEINERCARD-KONTEN

Das **heiner**card-Sonderkonto ist ein separates Konto des Vereins, auf dem ausschließlich die ausgegebenen und eingelösten **heiner**card-Punkte der Mitgliedsbetriebe sowie die Kosten des Zahlungsverkehrs gebucht werden. Es könnten jederzeit alle sich im Umlauf befindenden Punkte eingelöst werden.

2007 wurde ein weiteres **heiner**card-Konto (Festgeldkonto) eröffnet um höhere Zinserträge zu erwirtschaften.

heiner card Sonderkonto		Konto 15412298
Kassenstand	31.12.2009	10.586,80
1. Einnahmen Angaben in Euro		
ausgegebene Punkte	in 2010	14.854,40
Zinsen		31,46
Gesamteinnahmen		14.885,86
2. Ausgaben Angaben in Euro		
Eingelöste Punkte	in 2010	-13.333,97
Konto- und Bankgebühren		-153,60
Soli- und Zins-Abschlag		-8,27
Fehl-/Doppelbelastungen		1.762,00
Gesamtausgaben		-11.733,84
Kassenstand	31.12.2010	13.738,82

heiner card Sonderkonto Festgeldanlage		Konto 2000187079
Kontostand	31.12.2009	27.000,00
Kontovorgänge Angaben in Euro		
1. Zinseinnahmen 149,16		
2. Zinsüberweisungen Vereinskonto -149,16		
Kontostand	31.12.2010	27.000,00

Hinweis: Die Zinseinnahmen werden im Haushaltsbericht unter der Kostenstelle E 8 verbucht.