

## **Beantwortung einer mündlichen Anfrage aus einer früheren Sitzung öffentlicher Teil**

<b>Gremium</b>	<b>Datum</b>
Finanzausschuss	19.11.2018

### **Beantwortung einer mündlichen Nachfrage der Fraktion Bündnis 90/Die Grünen im Finanzausschuss am 24.09.2018 betr.: "Strategische Leitprojekte im Haushaltsplan" (AN/1082/2018)**

#### **Frage:**

Warum sind für 2019 nur 1,7 Mio. € eingeplant, obwohl doch 3 Mio. € zur Verfügung standen?

#### **Antwort der Verwaltung:**

Festgelegte Ansätze für die Dezernate, auch nicht in Höhe von 3 Mio. €, gab es zu keinem Zeitpunkt. Im Rahmen der ursprünglichen Planung hat das Kulturdezernat die jeweiligen Ansätze für die Leitprojekte mit einer stetigen Steigerung versehen. So waren für das Jahr 2018 1,8 Mio. € eingeplant, für das Jahr 2019 sind 2,72 Mio. € veranschlagt und für die Jahre 2020 und 2021 sind im Rahmen der mittelfristigen Finanzplanung 3,08 Mio. €, bzw. 3,65 Mio. € vorgesehen.

#### **Frage:**

Warum wurden die Mittel für das spartenübergreifende Kulturmarketing ohne Progression geplant?

#### **Antwort der Verwaltung:**

Die Ansätze für das Kulturmarketing wurden anhand vorsichtiger Schätzungen vorgenommen. Sollten sich die vorgesehenen Planungen als zu niedrig erweisen, können im Rahmen der nächsten Haushaltsplanungen notwendige Korrekturen diskutiert werden.

#### **Frage:**

Warum stehen im Teilplan Museumsdienst für das Projekt „Marketing und Kommunikation“ ab 2020 und 2021 jeweils weniger Mittel zur Verfügung als im Vorjahr und für das Projekt „Bildung und Vermittlung“ ab 2021 ca. 150.000 € mehr Mittel zur Verfügung?

**Antwort der Verwaltung:**

Die Höhe der im Teilplan Museumsdienst ausgewiesenen Mittel für den Bereich „Marketing und Kommunikation“ sind in 2020 und 2021 geringer, weil die für 2019 geplante Maßnahme Besucherbefragung erst in einem Abstand von drei Jahren wiederholt wird und daher 2020 und 2021 nicht zu Buche schlägt. Für den Bereich „Bildung und Vermittlung“ hingegen sind die Mittel ab 2021 höher, weil die im Vorfeld beplanten Maßnahmen zur digitalen Vermittlungsarbeit greifen (im Kontext des Ausbaus der digitalen Agenda der Museen) und die Programmbereiche Inklusion und Diversität eine größere Breitenwirkung entfalten und somit höhere Kosten verursachen.

**Gez. Laugwitz-Aulbach**