



INFORMATIONSVORLAGE

Federführung:
FB Finanzen

VORL.NR. 328/16

Sachbearbeitung:
Petra Betz
Datum:
09.09.2016

Betreff: Beteiligungs-Zwischenbericht 1. Halbjahr 2016
Bezug SEK:

Bezug:
Anlagen: Beteiligungs-Zwischenbericht 2016

Mitteilung:

Der beigefügte Beteiligungs-Zwischenbericht für die Beteiligungsunternehmen der Stadt Ludwigsburg enthält Kennzahlen und finanzwirtschaftliche Daten der einzelnen Unternehmen zum 30.06.2016. Wesentliche Plan-Ist-Abweichungen werden an entsprechender Stelle im Bericht erläutert.

Aus Sicht des Beteiligungsmanagements sind bei keinem Unternehmen wesentliche negative Abweichungen zu verzeichnen, die evtl. das Jahresergebnis gefährden können.

Bei den witterungsabhängigen Betrieben (SWLB und BlüBa) bleiben allerdings die Entwicklungen im 2. Halbjahr 2016 abzuwarten.

Die jeweilige Geschäfts- bzw. Betriebsleitungen berichten zur Geschäftslage zum 30.06.2016 folgendes:

1. Stadtwerke Ludwigsburg-Kornwestheim GmbH

a. Versorgungsbetrieb

... zum 30.06.2016	Januar bis Juni 2016		Januar bis Juni 2015		Veränderung
					%
Gradtagszahlen	1.789		1.803		-0,8
Gasdarbietung SWLB-Netz	810,8 Mio. kWh		775,6 Mio. kWh		4,5
WÄRMEVERSORGUNG					
Wärmedarbietung	90,1 GWh		81,7 GWh		10,3
davon HHKW	27,3 GWh		28,5 GWh		-4,2
STROMVERSORGUNG NACH NETZÜBERNAHME					
Vertrieb in allen Netzen	14.858 Kunden		13.477 Kunden		10,2
davon in SWLB Netz	8.151 Kunden		7.506 Kunden		8,6
davon in fremden Netzen	6.707 Kunden		5.971 Kunden		12,3
Stromerzeugung Gesamt	25,3 Mio. kWh		22,5 Mio. kWh		12,4
-> davon ORC-Anlage HHKW	5,7 Mio. kWh		5,5 Mio. kWh		3,6
WASSERVERSORGUNG					
Wasserdarbietung	3.963 Tm³		3.962 Tm³		0,0

Die Gradtagszahlen haben sich im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um 0,8 % verringert. Dies macht sich aber nicht in der Gas- und Fernwärmedarbietung bemerkbar. Bei der Gasdarbietung im SWLB-Netz ist ein Anstieg von 4,5 %, bei der Fernwärmedarbietung eine Erhöhung von 10,3 % festzustellen.

Die Stromerzeugung erhöhte sich im Vergleich zum Vorjahr um 12,4 %.

Bei der Stromerzeugung der ORC-Anlage im HHKW ist ein Anstieg von 3,6% zu verzeichnen. Aufgrund von Ascheablagerungen musste die Anlage für mehrere Tage zur Reinigung heruntergefahren werden.

Die positive Entwicklung im Stromvertrieb hält weiterhin an. Im Vergleich zum Vorjahr stieg die Kundenzahl auf 14.858 Kunden (+10,2 %).

Bei der Wasserdarbietung ist keine relevante Veränderung zu verzeichnen.

b. Bäder (ohne Schulen und Vereine)

Die Besucherzahlen der Ludwigsburger Bäder und des Kornwestheimer Bades sind sehr schwankend:

Die Anzahl der Besucher im Heilbad Hoheneck verringerten sich aufgrund der Schließung im Juni im Vergleich zum Vorjahr von 79.197 auf 73.093 (-7,71 %).

Im Stadionbad konnte im Vergleich zum Vorjahreszeitraum das Niveau vom Vorjahr leicht gesteigert werden (80.075 Besucher (Vorjahr 79.963)).

In der Saunalandschaft im Stadionbad sind die Besucherzahlen um +7,53 % gestiegen.

Die Entwicklung der Besucherzahlen im Alfred Kercher Bad sind mit -4,22 % rückläufig. Der Rückgang ist vermutlich auf die Eintrittspreisserhöhung zum 01.03.2016 zurückzuführen.

Der Saisonbeginn im Freibad entwickelte sich aufgrund der Witterung negativ und führte zu einem Rückgang von -28,5 % gegenüber dem Vorjahr.

Das Campusbad ist an die Schulen und Vereine übergeben.

c. Ergebnisausblick 2016 für die SWLB

Zum Jahresende wird ein Ergebnis im Rahmen des Wirtschaftsplans erwartet.

2. Wohnungsbau Ludwigsburg GmbH

a. Verkauf von Bestandswohnungen

Beim Verkauf der Bestandswohnungen wurden die geplanten fünf Wohnungen verkauft, bei drei Wohnungen erfolgt der Übergang von Nutzen und Lasten jedoch erst im 3. Quartal und werden ertragsmäßig erst dann wirksam.

b. Hausbewirtschaftung

Die Mieterlöse lagen im Berichtszeitraum mit rd. 230 TEUR über dem Planansatz. Die Fälligkeiten der Betriebskostenabrechnungen über rd. 620 TEUR, die ebenfalls unter den Umsatzerlösen aus der Hausbewirtschaftung ausgewiesen werden, folgen im 2. Halbjahr. Auf das Halbjahresergebnis wirken sich nur die Mieterlöse aus, da die Erlöse aus der Betriebskostenabrechnung über die Bestandsveränderungen wieder neutralisiert werden.

Die Instandhaltungskosten lagen zum 30.06.2016 um rd. 1.270 TEUR hinter dem Planwert. Wir gehen davon aus, dass sich diese lediglich auf das 2. Halbjahr verschieben werden.

Der Wohnblock 20 am Sonnenberg kann nicht wie vorgesehen gegen Ende 2016 abgebrochen werden, da die Asylbewerberunterbringung bis einschließlich Juni 2017 vorgesehen ist.

Die Nachfrage nach Mietwohnungen, insbesondere im preisgedämpften Bereich, ist anhaltend hoch. Zum Stichtag 30.06.2016 waren rund 1.150 Menschen als wohnungssuchend gemeldet. Von einem Anstieg der Interessentenzahlen ist auszugehen, da viele Flüchtlinge ein Bleiberecht erhalten und sich um eine eigene Wohnung bemühen werden. Erhöhte Nachfrage besteht insbesondere im Segment der kleinen 2-Zimmer-Wohnungen und der 4-5-Zimmer-Wohnungen für Familien. Im Gegensatz zur steigenden Nachfrage nimmt die Anzahl der Mieterwechsel weiter signifikant ab. Insbesondere bei den geförderten Mietwohnungen ist ein starker Rückgang zu verzeichnen. Dies erschwert die Wohnraumversorgung von einkommensschwachen Haushalten zusätzlich.

c. Bautätigkeit

Für alle Einheiten der Projekte Alt-Württemberg Allee 2 – 4 (29 Eigentumswohnungen) und Wilhelmstraße 29 (drei Eigentumswohnungen und eine gewerbliche Einheit) liegen Kaufverträge vor. Bei neun Wohnungen in der Alt-Württemberg-Allee 2- 4 erfolgt die Übergabe im 3. Quartal.

Die Planungen zur Entwicklung Grünbühl, zum Um- und Neubau der Jägerhofkaserne, den Neubauten am Sonnenberg-Süd-West und den Muldenäckern sind im vollen Gange und erfolgen in enger Abstimmung mit den städtischen Fachbereichen. Hier sollen mehrere Miet- und Eigentumswohnungen sowie besondere soziale Wohnformen entstehen.

Die Flüchtlingsunterkunft im Erlenweg für 84 Personen befindet sich im Bau und kann voraussichtlich Ende 2016 bezogen werden.

d. Film- und Medienzentrum

Die Vermietungsumsätze des Film- und Medienzentrum zeigen sich positiver als geplant, was zu einem Anstieg der Betriebsleistung insgesamt geführt hat. Die Instandhaltungskosten zum 30.06.2016 liegen unter dem Planansatz. Bei weiterhin positivem Verlauf kann auch diese Sparte das geplante Jahresergebnis erreichen.

e. Wirtschaftliche Lage und Ergebnisausblick

Die Liquidität der WBL ist unverändert gut. Auf Grund Verzögerungen bei den Investitionen, im wesentlichen Ankauf und Entwicklung der Jägerhofkaserne, betragen die flüssigen Mittel zum 30.06.2016 rd. 13,4 Mio. EUR. Dadurch ergibt sich ein weiterer Effekt der noch nicht benötigten Darlehen, was zum positiven Finanzergebnis beiträgt.

Der geplante Überschuss zum Halbjahr wurde um rd. 2,3 Mio. EUR überschritten. Dies ist vor allem auf höhere Mieterlöse, höhere Erträge aus dem Bauträgergeschäft, deutlich geringere Instandhaltungskosten und verschiedene Einsparungen auf der Aufwandsseite (Personalkosten, Zinsaufwendungen, sonstige betriebliche Aufwendungen) zurückzuführen.

Die Entwicklung der Instandhaltungskosten hat entscheidenden Einfluss auf das Jahresergebnis, weshalb deren Verlauf im 2. Halbjahr abzuwarten ist. Da auch die übrigen Parameter bisher positiver als geplant verliefen, kann bereits heute davon ausgegangen werden, dass das anvisierte Jahresergebnis von 1.990 TEUR überschritten wird.

3. Blühendes Barock Gartenschau Ludwigsburg GmbH

Die Umsatzerlöse entsprechen zum Stichtag den guten Umsätzen des Vorjahres. Die Anzahl der Dauerkarten konnte nochmals leicht gesteigert werden. Die Tageskartenerlöse liegen etwas unter denen des Vorjahres. Wir liegen aber immer noch über dem langjährigen Durchschnitt.

Der Haushalt wird planmäßig bewirtschaftet, wobei es bei einigen Positionen Stichtagsunterschiede gibt.

Die Investitionen werden teilweise planmäßig bewirtschaftet. Im Bereich der Gebäude bzw. der Anlagen im Bau sind noch wenige Investitionsausgaben getätigt. Diese verzögern sich auf das Saisonende.

Das Zwischenergebnis zum 30.06.2016 ist insgesamt als ordentlich zu bezeichnen. Die Sommerferien, die Kürbisausstellung und das Events Lichterzauber sind die Faktoren, die das Saisonergebnis 2016 noch entscheidend nach oben oder unten beeinflussen können.

4. Stadtentwässerung Ludwigsburg (SEL)

Für den Eigenbetrieb Stadtentwässerung Ludwigsburg ist 2016 das dreizehnte Wirtschaftsjahr.

Bei den Umsatzerlösen liegen die Einnahmen aus der Schmutzwassergebühr etwas über dem Plan. Der Versand der Niederschlagswasser-Gebührenbescheide für das Jahr 2015 erfolgte Mitte April diesen Jahres durch die Stadtwerke Ludwigsburg-Kornwestheim GmbH. Die Weitergabe der Gebühren an die Stadtentwässerung wurde erst im Juli 2016 vorgenommen.

Die Investitionen liegen per 30.06.2016 insgesamt unter den Planzahlen. Im Bereich der Kläranlagen erfolgte im ersten Halbjahr bereits ein höherer Mittelabfluss, da das adaptive Einlaufbauwerk für das Nachklärbecken 1 sowie ein großes Turboverdichteraggregat schlussgerechnet wurden. Im Bereich der Regenüberlaufbecken sowie bei der Instandsetzung des Gründelbachstollens jedoch ist die Umsetzung im zweiten Halbjahr 2016 vorgesehen. Der Mittelabfluss für einen Großteil der Kanalsanierungen in Oßweil im Rahmen der Eigenkontrollverordnung sowie für die Baumaßnahmen am Kanal in der Schönbeinstraße wird ebenfalls im zweiten Halbjahr 2016 erfolgen.

Eine Kreditaufnahme ist im ersten Halbjahr 2016 nicht erforderlich gewesen.

Der Materialaufwand liegt aufgrund bislang geringerer Instandhaltungskosten in Kanalnetz, Kläranlagen und Becken unter der Planzahl.

Ausblick

Für die zweite Jahreshälfte wird bei den Umsatzerlösen ein Ausgleich durch die Einnahmen der Niederschlagswassergebühr 2015 erfolgen.

Bei den Investitionen fließen im Bereich der Kläranlagen und des Kanalnetzes noch Mittel für bereits erfolgte (z.B. Kanalarbeiten Schönbeinstraße, Kanalsanierungen Oßweil, adaptives Einlaufbauwerk für NKB 2) bzw. noch in der zweiten Jahreshälfte erfolgende Maßnahmen ab.

Des Weiteren muss mit der Anschaffung des neuen Hochdruckspülwagens für die Technischen Dienste, welcher über Mittel der SEL finanziert wird und welcher zurzeit europaweit ausgeschrieben ist, gerechnet werden.

5. Tourismus & Events Ludwigsburg

Der Eigenbetrieb Tourismus & Events Ludwigsburg arbeitet 2016 in seinem vierten Wirtschaftsjahr. Betriebsleiter ist seit dem 15.07.2013 und bis 31.12.2016 Herr Holger Schumacher. Seit 01.03.2016 wird die Betriebsleitung interimswise bis 31.12.2016 durch Herrn Robert Nitzsche (FBL Personal und Organisation) erweitert. Die Neubesetzung der Geschäftsführung soll so bald wie möglich erfolgen.

Im ersten Halbjahr 2016 gab es in den einzelnen Aufgabenbereichen die folgenden Schwerpunkte:

a. Stadtmarketing

Im Bereich „Stadtmarketing“ startete zu Beginn des Jahres 2015 ein Markenbildungsprozess zur Entwicklung der „Marke Ludwigsburg“. Dieser Prozess wurde in 2016 fortgesetzt. Dazu wurden die existierenden Themenfelder des Stadtentwicklungskonzeptes mit den Inhalten des Markenkerns in Einklang gebracht indem „Schlüsselprojekte“ in jedem Fachbereich identifiziert wurden, die als Beweisführung für den verbalisierten Markenkern und als inhaltliche Untermauerung gelten. Dies

fürte zu einer inhaltlichen Verdichtung, die es möglich machte, drei Positionierungsansätze zu formulieren, die den Charakter der Stadt Ludwigsburg beschreiben. Zum besseren Verständnis, wie ein Charakter der Stadt Ludwigsburg in Word und Bild dargestellt werden kann, wurde eine Beispielkampagne entwickelt und den Fachbereichsleitern am 09.06.2016 vorgestellt. Der Rohentwurf des Markenhandbuches liegt zwischenzeitlich vor und wird am 20.09.2016 im Betriebsausschuss des Eigentriebs und am 28.09.2016 im Gemeinderat vorgestellt. Eine Besucherumfrage, die das Image der Stadt untersucht, wird noch bis Ende Oktober durchgeführt. Ein Zwischenbericht wurde bereits am 28.06.2016 im WKV vorgestellt. Für die konzeptionelle und strategische Ausrichtung des Stadtmarketings wird die bestehende Tourismuskonzeption (2010) als Grundlage herangezogen und voraussichtlich ab Frühjahr 2017 überarbeitet.

b. Tourismus und Marketing

Im Team „Tourismus und Marketing“ lagen im ersten Halbjahr 2016 die Themenschwerpunkte in diversen Maßnahmen wie etwa der integrierten Quellmarktbearbeitung durch wichtige Messeteilnahmen (z.B. der CMT Stuttgart mit neuer Standpräsenz unter dem Dach der Regio Stuttgart, der Ferienmesse St. Gallen, Touristikwelt Mainz und dem GTM in Magdeburg). Zusätzlich zu der Weiterentwicklung der Kooperationen mit Tourismus Marketing Baden-Württemberg (TMBW), insbesondere auf dem schweizerischen und italienischen Markt und der Regio Stuttgart Marketing und Tourismus-GmbH, wurden Marketingmaßnahmen zu den Eigenveranstaltungen, einschließlich der erstmaligen Onlinestellung der englischsprachigen Web-Site sowie der Erstellung des englischsprachigen Flyers zur Venezianischen Messe, durchgeführt. Für touristische Partner wie Hotellerie und Tourist Informationen in der Region wurde eine Produktschulung in Ludwigsburg organisiert und durchgeführt, Printpublikationen wie Stadtpläne erstellt und aktualisiert sowie Imagewerbung zu Ludwigsburg sowohl in Print- als auch in Digitalform umgesetzt. Die ins Portfolio aufgenommenen neuen Stadtführungen u.a. „Die weiße Frau im Schlosspark: Geistergeschichten im Fackelschein“ sowie vier Führungen zum Thema Nachhaltigkeit erweitern das bisherige umfangreiche Programm. Zusätzlich wurde anlässlich des 1.200-jährigen Jubiläums in Oßweil ein Sonderthema ins Führungsprogramm mit aufgenommen.

c. Veranstaltungen und Märkte

Im Bereich „Veranstaltungen und Märkte“ gibt es seit 01.06.2016 eine neue Abteilungsleitung. Zudem fand im 1. Halbjahr ein weiterer Personalwechsel im Veranstaltungsmanagement statt.

Die Abteilung ist für die Organisation, Durchführung, Logistik und die konzeptionelle Weiterentwicklung von Eigenveranstaltungen (u.a. Barocker Weihnachtsmarkt, Venezianische Messe, Pferdemarkt, Kinderfest), Märkten (Wochenmarkt an drei Tagen pro Woche), Messen (eMotionen) und alle Platzvermietungen für den Marktplatz, den Rathaus Hof (u.a. Weinlaube, Brautage), den Akademiehof und den Schotterplatz am Stadionbad verantwortlich.

Die Vorbereitungen für die Venezianische Messe sind in diesem Jahr geprägt von unterhaltungstechnischen und sicherheitsrelevanten Maßnahmen (z.B. statische Ertüchtigung des Technikturms, Erneuerung der stofflichen Hülle) und zusätzlichen Sicherheitsvorkehrungen für die Besucher und Teilnehmer. Erstmals wird ein umfangreiches Sicherheitskonzept für die Venezianische Messe und den Weihnachtsmarkt erarbeitet.

Die Abteilung hat des Weiteren die Aufgabe des Zentralen Ansprechpartners (ZAP) für Veranstaltungen Dritter. Der ZAP nimmt die Rolle des Koordinators seitens der Stadtverwaltung für allgemeine organisatorische Fragen und Einholung von städtischen Genehmigungen ein. Dies gilt insbesondere für Vereins- und Stadtteilstädte. Darüber hinaus ist die Abteilung auch zuständig für die Überprüfung und Auszahlung der zu gewährenden Zuschüsse für Traditionsfeste in Ludwigsburg und seinen Stadtteilen. Es ist vorgesehen, im Herbst im Betriebsausschuss einen Erfahrungsbericht über den strukturellen Ablauf des ZAP - Verfahrens zu präsentieren.

d. Vertrieb und Marketing der Veranstaltungshäuser

Die Abteilung „Vertrieb und Marketing“ konnte mit der Vermarktung der Veranstaltungshäuser Forum am Schlosspark, MHPArena, Musikhalle und, in Kooperation mit der Kreissparkasse Ludwigsburg, dem Louis-Bühler-Saal in der ersten Jahreshälfte erneut eine positive Entwicklung verzeichnen.

Im Forum am Schlosspark wurde mit 692 Belegungen die bisher höchste Belegungszahl pro Halbjahr erzielt. Leuchtturmveranstaltungen im ersten Halbjahr 2016 waren der Tag des Gedenkens an die Opfer des Nationalsozialismus (Veranstalter: Landtag Baden-Württemberg), die Jahresauftakttagung der Generali Versicherung, das Internationale Forum für Abgas- und Partikel-Emissionen, der 18. Technische Kongress des Verbandes der Automobilindustrie sowie aus dem Bereich Kultur 16 Veranstaltungen der Ludwigsburger Schlossfestspiele sowie 29 Veranstaltungen des städtischen Kulturprogramms.

In der MHPArena kamen die Riesen-Fans im 1. Halbjahr stetig in den Genuss von hochklassigen und spannenden Begegnungen. Insgesamt 15 Ligaspiele, ein BBL-Pokalqualifikationsspiel, drei Euro-Cup Spiele sowie zwei Play-off Spiele machten die Saison 2015/2016 zu der erfolgreichsten RIESEN-Saison. Weitere acht Veranstaltungen (Konzerte, Turngala) konnten im engen Zeitfenster des Auf-, Ab- und Umbau der Arena sowie des Basketballbodens platziert werden.

Für die Musikhalle wurden notwendige Maßnahmen umgesetzt wie etwa die Aktualisierung und neue Preisstruktur der Bankettmappe, Übertragung der Domain-Inhaberrechte vom Gastronomen auf den Eigenbetrieb, sowie regelmäßige Kontrollen des öffentlichen Bereichs vor der Musikhalle, um der Location entsprechendes Entrée bieten zu können.

e. Wirtschaftliche Lage und Ergebnisausblick

Das Betriebsergebnis zur Jahreshälfte 2016 liegt über dem Plan.

Die geplanten Ordentlichen Erträge wurden mit rd. 239 TEUR überschritten. Dieses Ergebnis wurde überwiegend durch höhere Einnahmen aus Leistungsentgelten, insbesondere aus Benutzungsgebühren für die beiden Veranstaltungsstätten Forum am Schlosspark und MHPArena (rd. 144 TEUR) und aus sonstigen Leistungen (rd. 41 TEUR) wie etwa Erträge aus Dienstleistungen des Technik Pool im Louis-Bühler-Saal der KSK und aus Werbe- und Sponsoringeinnahmen u.a. für eine Eigenveranstaltung in der MHPArena erzielt. Die Sonstigen Leistungsentgelte des ersten Halbjahres enthalten, in Abweichung zu 2015, bereits gebuchte passive Rechnungsabgrenzungen aus dem Vorjahr und sind damit keine reale Steigerung zu diesem Vergleichsjahr.

Die mit rd. 42 TEUR über Plan liegenden Kostenerstattungen generieren sich überwiegend aus den beiden Veranstaltungsstätten Forum und MHPArena (u.a. Gutschriften aus Betriebskostenabrechnungen und Schadensersatz aus dem Gebäudeunterhalt).

Die Ordentlichen Aufwendungen liegen mit rd. 683 TEUR unter dem Planansatz, was größtenteils auf das nicht ausgeschöpfte Personalkostenbudget (rd. 445 TEUR) zurückzuführen ist. Grund hierfür ist die Verbuchung der Auflösung von Rückstellungen für Mehrarbeitsstunden und Resturlaub aus 2015 mit rd. 346,6 TEUR wodurch das erste Halbjahr entlastet wurde. Die Belastung von 2016 mit voraussichtlich neuen Rückstellungsverpflichtungen erfolgt erst zum Jahresende. Weitere Auslöser für die Unterschreitung des Personalkostenbudgets waren krankheitsbedingte längerfristige Ausfälle und sonstige personelle Veränderungen sowie zeitversetzter Mittelabfluss.

Bei den Sach- und Dienstleistungen ist die Planunterschreitung größtenteils auf Rechnungseingänge nach dem 30.06.2016 zurückzuführen (z.B. für Strom, den Mitgliedsbeitrag an die Regio Stuttgarter Marketing & Tourismus e.V. und Lagermiete insgesamt über 150 TEUR) In der Gebäudeunterhaltung der Veranstaltungsstätten sind im ersten Halbjahr aus

Personalkapazitätsgründen (Stellenwechsel und langfristige krankheitsbedingte Ausfälle) nicht alle vorgesehenen Maßnahmen zur Ausführung gekommen. Bauliche Maßnahmen, die im 2. Halbjahr nicht mehr umsetzbar sind, werden nach 2017 verschoben (z.B. im Forum am Schlosspark die Fortsetzungssanierung des Flachdachs, der Toiletten im KUBUS, des Parkettbodens im Theaterfoyer und die Außenbeschattung der Foyers, in der Musikhalle die Sanierung des Umkleidebereichs Künstler und der Warm/Kaltwasserverteilung insgesamt rd. 335 TEUR). Dadurch wird der Ergebnishaushalts 2016 diesbezüglich entlastet werden und der Haushalt 2017 einen höheren Fehlbetrag ausweisen.

Im investiven Bereich der Veranstaltungsstätten hatten die vorgenannten Kapazitätsgründe gleichfalls Auswirkungen. Es wurden wenige Maßnahmen angegangen. Hinzu kommt, dass bauliche Sanierungen grundsätzlich nur außerhalb der Spielsaison, in der Sommerpause durchführbar sind. Zu diesen Zeiten waren auch bei den entsprechenden Fachfirmen keine Kapazitäten vorhanden, so dass einige Investitionen nicht getätigt wurden (z.B. die Erneuerung der Lichtanlage oder der Prospektzüge). Die geplanten Mittel werden in 2016 nicht mehr verbraucht werden können. Die Maßnahmen werden nach 2017 verschoben.

Unterschriften:

Ulrich Kiedaisch

Petra Betz

Verteiler:

SWLB, WBL, BlüBa, SEL, TEL, FB 14, 20

Finanzielle Auswirkungen?				
<input type="checkbox"/> Ja	<input checked="" type="checkbox"/> Nein		Gesamtkosten Maßnahme/Projekt: EUR	
Ebene: Haushaltsplan				
Teilhaushalt		Produktgruppe		
ErgHH: Ertrags-/Aufwandsart				
FinHH: Ein-/Auszahlungsart				
Investitionsmaßnahmen				
Deckung		<input type="checkbox"/> Ja <input type="checkbox"/> Nein, Deckung durch		
Ebene: Kontierung (intern)				
Konsumtiv			Investiv	
Kostenstelle	Kostenart	Auftrag	Sachkonto	Auftrag