

**Maßnahmenpaket zur Unterstützung im Bereich Tourismus und Veranstaltungen bei der Bewältigung der Folgen der Corona-Krise  
Finanzierung**

**Coronabedingte Existenzgefährdung von Gastronomie, Wiesn- und Marktbesucher\*innen und Hotellerie abwehren 1 -**

Antrag Nr. 20-26 / A 00045 der Fraktion Die Grünen - Rosa Liste, SPD / Volt - Fraktion vom 20.05.2020

**Coronabedingte Existenzgefährdung von Gastronomie, Wiesn- und Marktbesucher\*innen und Hotellerie abwehren 2 -**

Antrag Nr. 20-26 / A 00046 der Fraktion Die Grünen - Rosa Liste, SPD / Volt - Fraktion vom 20.05.2020

**Coronabedingte Existenzgefährdung von Gastronomie, Hotellerie, Soloselbstständigen, Wiesn- und Marktbesucher\*innen und abwehren 3 -**

Antrag Nr. 20-26 / A 00047 der Fraktion Die Grünen - Rosa Liste, SPD / Volt - Fraktion vom 20.05.2020

**Corona in München – Hilfe für Gastronomie, Hotellerie, Kultur**

Antrag Nr. 20-26 / A 00049 der Fraktion Die Grünen - Rosa Liste, SPD / Volt - Fraktion vom 20.05.2020

**Sitzungsvorlage Nr. 20-26 / V 00488**

**Beschluss des Ausschusses für Arbeit und Wirtschaft am 26.Mai 2020 (VB)**

Öffentliche Sitzung

**Kurzübersicht**

zur beiliegenden Beschlussvorlage

<b>Anlass</b>	Durch die Maßnahmen zur Eindämmung der Corona-Pandemie sind die Bereiche Tourismus, Gastronomie, Kulturwirtschaft und Veranstaltungen besonders schwer betroffen. Das Reiseaufkommen ist vollständig zum Erliegen gekommen. Das Referat für Arbeit und Wirtschaft stellt bereits initiierte Maßnahmen zur Unterstützung der betroffenen Bereiche zur Abmilderung der Folgen der Corona-Krise dar und schlägt weitere solche vor.
<b>Inhalt</b>	In der Vorlage werden geeignete Maßnahmen dargestellt.
<b>Gesamtkosten/ Gesamterlöse</b>	Die Kosten dieser Maßnahmen können noch nicht genau beziffert werden. Jeder zusätzliche finanzielle Beitrag kann den Marketingwert bei entsprechenden Aktionen und Kampagnen erhöhen.
<b>Entscheidungsvorschlag</b>	Vom Vortrag des Referenten zur Ausgestaltung der Recovery-Strategie sowie zu den bereits umgesetzten Unterstützungsmaßnahmen für die Tourismuswirtschaft wird Kenntnis genommen. Von den Ausführungen des Kreisverwaltungsreferats zu den Antragspunkten 1 („Die Stadt setzt sich beim Freistaat für flexible und erweiterte Öffnungszeiten ein, damit zum Beispiel ein Schichtbetrieb für Gäste ermöglicht werden kann.“) und 2 („Um-

	<p>nutzung von Straßenraum für den Gastronomie-, Club-, Kulturbetrieb an den Wochenenden wie z.B. die Leopold- und Ludwigstraße.“) des Antrags Nr. 20-26 / A 00045 wird Kenntnis genommen.</p> <p>Das Kommunalreferat wird um Prüfung gebeten, ob die Landeshauptstadt München bisher von Clubs genutzte Räumlichkeiten entgeltlich für anderweitige Nutzungen anmieten kann. Das Referat für Arbeit und Wirtschaft wird beauftragt, dem Stadtrat einen entsprechenden Finanzierungsbeschluss vorzulegen.</p> <p>Die Anträge Nr. 20-26 / A 00045, Nr. 20-26 / A 00046, Nr. 20-26 / A 00047 und 20-26 / A 00049 der Fraktion Die Grünen - Rosa Liste und der SPD/Volt-Fraktion vom 20.05.2020 sind hiermit geschäftsordnungsgemäß erledigt. Dieser Beschluss unterliegt nicht der Beschlussvollzugskontrolle.</p>
<b>Gesucht werden kann im RIS auch nach</b>	Tourismus, Gastronomie, Kulturveranstaltungen, Veranstaltungen, Volksfeste und Märkte, Wirtschaftliche Folgen der Corona-Krise.
<b>Ortsangabe</b>	(-/-).

**Inhaltsverzeichnis**

	<b>Seite</b>
<b>I. Vortrag des Referenten</b>	<b>3</b>
1. Vorbemerkung zur Zielrichtung der Maßnahmen	3
Kurzfristige Liquidität verschaffen	5
Mittelfristige Entlastungen	5
Langfristige Wiederankurbelung	5
2. Corona Soforthilfe	5
3. Tourismus	6
3.1. Maßnahmen bei Wiederbeginn der Reisetätigkeit	8
Schäfflertanz	8
Marketingmaßnahmen	8
MICE Meeting, Incentive, Congress, Events	10
3.2. Zusammenarbeit mit Tourismus Oberbayern München (TOM) e. V. Und Tourismusangebote in Kooperation mit dem München Umland	11
4. Weitere Maßnahmen	12
4.1. München hält zamm“	12
4.2. Stundung von Provisionszahlungen für vermittelte Leistungen	13
4.3. „Gutscheinaktion auf einfach-muenchen.de“	13
4.4. „Mia gehen online!“	14
4.5. Auer Dult	14
4.6. Sommer in der Stadt	14
4.7. Start eines Sofortprogramms ähnlich dem ÖKOPROFIT für die Gastronomie, das den Betrieben Beratung zur Einsparung von Ressourcen (Strom, Wärme, Wasser, Müll, etc.) anbietet	15
4.8. Entlastungen der lokalen Gastronomie	16
Freischankflächen	16
Gewerbesteuervorauszahlungen	16
Strompreisabrechnung	17
Müllentsorgung	17
Straßenreinigung	18
Entwässerung	18
4.9. Weitere Fördermaßnahmen der lokalen Gastronomie	18
5. Finanzierung	18
6. Personal	19
<b>II. Antrag des Referenten</b>	<b>20</b>
<b>III. Beschluss</b>	<b>21</b>

**Maßnahmenpaket zur Unterstützung im Bereich Tourismus und Veranstaltungen bei der Bewältigung der Folgen der Corona-Krise  
Finanzierung**

**Coronabedingte Existenzgefährdung von Gastronomie, Wiesn- und Marktbeschicker\*innen und Hotellerie abwehren 1 -**

Antrag Nr. 20-26 / A 00045 der Fraktion Die Grünen - Rosa Liste, SPD / Volt - Fraktion vom 20.05.2020

**Coronabedingte Existenzgefährdung von Gastronomie, Wiesn- und Marktbeschicker\*innen und Hotellerie abwehren 2 -**

Antrag Nr. 20-26 / A 00046 der Fraktion Die Grünen - Rosa Liste, SPD / Volt - Fraktion vom 20.05.2020

**Coronabedingte Existenzgefährdung von Gastronomie, Hotellerie, Soloselbstständigen, Wiesn- und Marktbeschicker\*innen und abwehren 3 -**

Antrag Nr. 20-26 / A 00047 der Fraktion Die Grünen - Rosa Liste, SPD / Volt - Fraktion vom 20.05.2020

**Corona in München – Hilfe für Gastronomie, Hotellerie, Kultur**

Antrag Nr. 20-26 / A 00049 der Fraktion Die Grünen - Rosa Liste, SPD / Volt - Fraktion vom 20.05.2020

**Sitzungsvorlage Nr. 20-26 / V 00488**

**Beschluss des Ausschusses für Arbeit und Wirtschaft am 26.05.2020 (VB)**

Öffentliche Sitzung

5 Anlagen

**I. Vortrag des Referenten**

Frau Stadträtin Berger, Herr Stadtrat Brem, Frau Stadträtin Post, Herr Stadtrat Weisenburger, Herr Stadtrat Süß und Frau Stadträtin Stöhr der Fraktion Die Grünen – Rosa Liste sowie Herr Stadtrat Rupp, Herr Stadtrat Vorländer, Frau Stadträtin Burger, Frau Stadträtin Schmitt-Thiel und Herr Stadtrat Sproll der SPD/Volt Fraktion haben am 20.05.2020 die Anträge Antrag Nr. 20-26 / A 00045; Antrag Nr. 20-26 / A 00046; Antrag Nr. 20-26 / A 00047 sowie Antrag Nr. 20-26 / A 00049 gestellt (Anlagen 1 - 4), in denen Soforthilfen für die Münchner Gastronomie, die Münchner Clubs, Discos, Kinos und Tanzlokale, den regionalen Tourismus sowie Kultur und Hotellerie gefordert werden.

Zuständig für die Entscheidung ist der Ausschuss für Arbeit und Wirtschaft gemäß § 7 Abs. 1 GeschO StR, da die zu behandelnde Angelegenheit nicht auf einen Stadtbezirk begrenzt ist.

**1. Vorbemerkung zur Zielrichtung der Maßnahmen**

Von den Auswirkungen der Corona-Krise ist die Münchner Wirtschaft stark betroffen. Aufgrund der derzeit notwendigen Einschränkungen bestehen für einen Großteil der Unternehmen und Selbstständigen kaum oder gar keine Möglichkeiten, Umsatz zu generieren. Besonders viele Ausgabeposten bleiben weiterhin bestehen. Wie nötig eine Unterstützung in dieser Situation

ist, zeigt alleine die Anzahl der bisher von Münchner Unternehmen bei der Stadt eingegangenen rund 70.000 Anträge auf wirtschaftliche Soforthilfen.

Ziel der Bemühungen des Referats für Arbeit und Wirtschaft ist es, die gesamtstädtische Wirtschaftslage soweit zu stabilisieren, wie dies unter den gegebenen Umständen möglich ist.

Damit sind Unternehmen beinahe sämtlicher Branchen angesprochen. Besonders betroffen ist jedoch der Bereich Tourismus, Veranstaltungen und Hospitality, hier insbesondere die Gastronomie. Die in die Geschäftsmodelle dieser Branchen eingreifenden Maßnahmen sind besonders frühzeitig gekommen. Zunächst wurden Veranstaltungen ab einer gewissen Größenordnung beschränkt, in einem zweiten Schritt der gastronomische Bereich. Ebenso ist es bereits absehbar, dass bei dem derzeit im Beginn befindlichen Prozess der Rückkehr zum normalen Alltag, Maßnahmen in der umgekehrten Reihenfolge gelockert werden. Die Zeit der direkten Einschränkungen ist mithin besonders lang.

Zudem kann beobachtet werden, dass derzeit eine gewisse Zurückhaltung bei der Inanspruchnahme von gastronomischen oder touristischen Leistungen und anderen Freizeitangeboten besteht. Es steht zu erwarten, dass dieser Effekt auch noch länger andauern wird. Der aktuell erwirtschaftete Umsatz liegt daher oft weit hinter demjenigen zurück, der vor der Corona-Pandemie erzielt werden konnte. Vielfach kann dieser die Kosten gar nicht abdecken, so dass einige Betriebe weiterhin geschlossen haben.

Schließlich handelt es sich bei den zu erzielenden Umsätzen um solche, die meist nicht nachgeholt werden können. Saisonale Veranstaltungen können in der Regel nicht zu einem späteren Zeitpunkt stattfinden oder stehen im Folgejahr ohnehin wieder an. Der hierbei erwartete Umsatz ist verloren. Der abendliche Besuch im Lokal wird zwar wieder aufgenommen werden, jedoch langfristig erwartbar kaum über dem Normalniveau.

Es muss Ziel der Landeshauptstadt München sein, die betroffenen Unternehmen intensiv durch die Zeit der Einschränkungen zu begleiten, um deren Weiterbestehen auch nach der Corona-Krise zu sichern. Die Münchner Wirtschaft lebt von der Diversität ihrer Unternehmen und wird viel von ihrer Stärke einbüßen, wenn viele der Betriebe nicht mehr existieren. Dies gilt umso mehr für die Bereiche Veranstaltungen, Tourismus und Hospitality, die neben der Wirtschaftskraft auch das Münchner Lebensgefühl sowie die Außendarstellung der Landeshauptstadt weltweit begründen.

Mögliche Unterstützungsstrategien lassen sich nach ihrer Zielrichtung verschiedenartig einordnen:

### **Kurzfristige Liquidität verschaffen**

Der Landeshauptstadt München ist es aus verfassungsrechtlichen Gründen verwehrt, hier eigene Mittel bereitzustellen. Dies ist vorrangig Aufgabe von Bund und Land, die entsprechende Soforthilfeprogramme auf den Weg gebracht haben. Die Bearbeitung der Anträge wurde für das Gebiet der Landeshauptstadt durch das RAW übernommen.

Zusätzlich unterstützt das Referat für Arbeit und Wirtschaft verschiedene Initiativen, die auf aktuell noch bestehende Möglichkeiten hinweisen, wie insbesondere Lieferservices, Abholangebote und Gutscheinvertriebe aus den verschiedenen Bereichen sowie weitere kreative Lösungen zur Generierung von Umsatz.

### **Mittelfristige Entlastungen**

Mittelfristig kann die Landeshauptstadt über Stundungen und Erlass von Gebühren und weiteren Kosten sowie über deren Reduktion den betroffenen Unternehmen Entlastungen verschaffen. Für viele Betriebe, die gerade vom Saisongeschäft abhängen und die derzeit über eine Aufgabe ihres Betriebes nachdenken, können dadurch zum jetzigen Zeitpunkt Aussichten und damit Anreize geschaffen werden, ihren Betrieb fortzuführen. Dazu zählen auch Umsatzmöglichkeiten für die Zeit der ersten Lockerungen, etwa durch Erweiterungen von Freischankflächen und Öffnungszeitenregelungen.

### **Langfristige Wiederankurbelung**

Wie oben beschrieben, werden gerade die Bereiche Tourismus, Veranstaltungen und Hospitality mit besonders langfristigen Auswirkungen der aktuellen Situation zu kämpfen haben. Unternehmen, deren Fortbestand durch die Zeit akuter Einschränkungsmaßnahmen gesichert werden konnten, müssen schnell wieder neuen Umsatz generieren, um in ihrer Existenz nicht im Nachgang der Krise noch weiter akut gefährdet zu sein. Die angeführte Ausweitung von Umsatzmöglichkeiten reicht hier oftmals nicht aus, da diese vielfach nicht ausgeschöpft werden können. Derzeit wird beobachtet, dass trotz deutlich reduziertem Platzangebot auch diese wenigen Plätze oft nur sehr zögerlich besetzt werden. Vielfach fehlen Touristen und Tagesgäste aus dem Umland, die einen wesentlichen Teil der Geschäftsgrundlage vieler Betriebe darstellen.

Zudem steht zum Zeitpunkt eine Rückkehr zum normalen Alltag ein Wettbewerb der europäischen Städtedestinationen um die ersten Gäste zu erwarten, bei dem München weit vorne stehen soll. Es war lange Zeit nicht absehbar, wann ein solcher Zeitpunkt zu erwarten ist; insbesondere ist auch unklar, mit welchem Vorlauf sich ein solcher ankündigen würde.

Das Referat für Arbeit und Wirtschaft, Geschäftsbereich Tourismus, Veranstaltungen und Hospitality, hat daher schon zu Beginn der ersten Einschränkungen damit begonnen, geeignete Maßnahmen, wie insbesondere Aktionen und Kampagnen vorzubereiten und zu konzipieren, um sehr kurzfristig reaktionsfähig zu bleiben und im Wettbewerb um den wieder anlaufenden Tourismus erfolgreich zu sein.

## **2. Corona Soforthilfe**

Der Bund und die Bayerische Staatsregierung haben Soforthilfe-Programme eingerichtet, die sich an Betriebe und Freiberufler richten, die durch die Corona-Krise in eine existenzbedrohliche wirtschaftliche Schieflage und in Liquiditätsengpässe geraten sind. Sofern die im Antrag von Die Grünen/Rosa Liste und SPD/Volt genannten Betriebe die Fördervoraussetzung erfüllen, konnten bzw. können Sie einen entsprechenden Antrag stellen.

Die Landeshauptstadt München hat den Vollzug der Soforthilfeprogramme, „Corona-Soforthilfe“, für das Stadtgebiet München übernommen. Innerhalb der Stadtverwaltung wurde das Referat für Arbeit und Wirtschaft mit der Umsetzung der Programme beauftragt und hat die Bearbeitung unverzüglich aufgenommen, da es im Selbstverständnis des Hauses steht, die Münchner Wirtschaft in dieser Zeit schnellst- und bestmöglich zu unterstützen.

Wesentliche erste Umsetzungsschritte waren die Implementierung von Verfahrens- und Organisationsstrukturen, die Zuschaltung von Personal, die Errichtung einer Telefon-Hotline sowie die Bereitstellung tagesaktueller Informationen auf [muenchen.de](https://www.muenchen.de). Ab 01.04.2020 stand ein bayernweites Online-Antragsportal zur Verfügung, auf das die Bearbeitung neu ausgerichtet

werden musste.

Unter Priorisierung der Corona-Soforthilfe und Hintanstellung der eigenen originären Aufgaben hat das Referat für Arbeit und Wirtschaft mit Ausnahme weniger Bereiche quasi vom ersten Tag an alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter des Hauses sowie eigene Nachwuchskräfte für die Antragsbearbeitung eingesetzt. Mit Unterstützung des Personal- und Organisationsreferates gelang es, weitere Nachwuchskräfte sowie weitere Beschäftigte aus anderen Referaten zu gewinnen. In der Spitze waren zwischen 400 und 450 Personen in der Antragsbearbeitung tätig, allerdings mit unterschiedlichsten Zeitressourcen.

Seit Programmstart sind rund 70.000 Anträge auf Corona-Soforthilfe, die in den Zuständigkeitsbereich der LH München fallen, eingegangen.

Sofern alle notwendigen Informationen seitens der Antragstellerin/des Antragstellers vorlagen, konnten die Anträge genehmigt werden. In den Fällen, in denen die elektronischen Anträge unvollständig oder nicht aussagekräftig waren, hing die abschließende Bearbeitung wesentlich von der Mitwirkung und Erreichbarkeit der Antragstellerinnen und Antragsteller und der Nachreichung von Unterlagen ab.

Aufgrund der absoluten Priorisierung der Corona-Soforthilfe wurde die Zielvorgabe des Wirtschaftsministeriums, alle Anträge bis zum 20.05.2020 zu bearbeiten, eingehalten. Zum Stichtag 20.05.2020 waren alle Anträge final bearbeitet oder in Bearbeitung (Anträge, in denen noch Unterlagen seitens der Antragsteller nachgefordert und auf diese gewartet werden muss). Insgesamt wurde eine Summe von 272 Mio. Euro ausgezahlt.

An dieser Stelle sei das große Engagement aller erwähnt, mit dem in den letzten Wochen ein komplett neues Verfahren organisatorisch, strukturell und technisch organisiert, umgesetzt und zur Anwendung gebracht wurde und mit dem auch außerhalb normaler Arbeitszeiten, an Wochenenden und Feiertagen fast durchgehend gearbeitet wurde. So konnte diese Herausforderung, der Münchner Wirtschaft schnell und unbürokratisch zu helfen, bewältigt werden.

Der Intention des Antrags von Grüne/Rosa Liste und SPD/Volt nach schneller und fairer Bearbeitung der Anträge wurde daher vollumfänglich entsprochen.

### **3. Tourismus**

Zur Förderung der lokalen Tourismus und Veranstaltungswirtschaft hat das Referat für Arbeit und Wirtschaft ein umfassendes Maßnahmenpaket erstellt.

In Abstimmung mit dem Tourismus Initiative München e.V. wurde – bei noch unklaren Aussichten auf ein Lockerungsszenario – in den vergangenen Wochen eine Recovery Strategie verabschiedet, die eine Wiederbelebung des touristischen Geschehens in München in vier Phasen beinhaltet. Die damals zugrundegelegten Prognosen haben sich größtenteils und teils sehr konkret bewahrheitet, sodass ohne nennenswerten Zeitverlust eine sofortige Reaktion auf die ersten Ankündigungen zur Wiederöffnung des Reiseverkehrs erfolgen konnte.

Mit der Ankündigung der Wiedereröffnung von Gastronomie und Hotellerie (PK von Ministerpräsident Markus Söder am 5. Mai 2020) wurde das Signal für den Start der Recovery Kampagne gesetzt. In der ersten Phase werden Gästegruppen angesprochen, die eine emotionale

Verbindung zu München empfinden. Wiederkehrer, Besucher von Freunden und Verwandten und Tagesgäste stehen im Fokus der Werbeaktivitäten, die auf Gäste aus der Metropolregion (Phase 1) und ganz Deutschland (Beginn von Phase 2) zugeschnitten sind. Mit Grenzöffnung im gesamten deutschsprachigen Quellmarkt (Österreich, Schweiz) können auch die hierfür vorgesehenen Werbemaßnahmen eingeleitet werden. Zu Phase 3 (europäische Märkte, Russland, arabische Golfstaaten) und Phase 4 (Übersee-Märkte) können zur Drucklegung noch keine Aussagen über Grenzöffnungen und verlässlich funktionierende Reisemöglichkeiten getroffen werden.

Die weltumspannende Corona-Pandemie stellt für alle Reisenden eine nie dagewesene Zäsur in ihrer Entscheidungs- und Bewegungs-Freiheit dar. Mit den Erfahrungen aus der akuten Krisenzeit werden Reiseentscheidungen in Zukunft höchst wahrscheinlich weniger sorglos getroffen. Werte wie Verlässlichkeit und Berechenbarkeit lösen Abenteuerlust ab. Mit der Risikofreude oder gar -lust potentieller Reisender ist weder im Bezug auf weiterhin mögliche Ansteckungsgefahren noch bezüglich des verfügbaren Reisebudgets zu kalkulieren.

In Phase 1 und zu Beginn von Phase 2 der Recovery Kampagne stehen emotionale Botschaften und buchbare Reiseleistungen im Mittelpunkt, die vor allem das Leitthema der „Wiedersehensfreude“ in werbliche Botschaften übersetzen. Zugleich heben sie auf die besonderen Erholungs- und Sicherheitsbedürfnisse nach der Krisensituation ab. Die Planung basiert unter anderem auf einer Studie zu aktuellen Reisevorlieben des Deutschen Wirtschaftswissenschaftlichen Instituts für Tourismus (DWIF). Daraus geht hervor, dass derzeit eher Vertrautes und Bekanntes gesucht wird, als neue Entdeckungen. Zudem werden Städtereisen (wegen möglicher Menschenansammlungen) mit Skepsis betrachtet und Urlaub in der Natur der Vorzug gegeben. Auf Basis dieser Erkenntnisse werden derzeit vom Fachbereich Tourismus im Referat für Arbeit und Wirtschaft zahlreiche neue und übergreifende Reiseleistungen entwickelt, die sowohl urbane wie ländliche Elemente beinhalten. Das RAW agiert hier in enger Kooperation mit dem Tourismusverband Oberbayern-München e.V. (TOM).

Die gemeinsamen Vertriebs-Aktivitäten mit TOM sollen zu einer ausgewogenen touristischen Auslastung und zur Stärkung der lokalen wie der regionalen Tourismuswirtschaft beitragen. Grundsätzlich haben alle in der Recovery-Strategie vorgeschlagenen Maßnahmen neben der Förderung des Tourismus auch die Wiederbelebung des gesellschaftlichen Lebens im Blick. Ein Miteinander von Stadtgesellschaft und Tourismus muss nach der Pandemie-Krise in ein nachhaltig tragfähiges Gleichgewicht von Sicherheitsbedürfnissen und wirtschaftlichem Auskommen gebracht werden.

### **3.1. Maßnahmen bei Wiederbeginn der Reisetätigkeit**

Der Wiederbeginn der Reisemöglichkeiten geht aktuell mit einer schrittweisen Lockerung der Einschränkungen vor sich. Um ad hoc angesichts geänderter Rahmenbedingungen mit Einzelmaßnahmen reagieren zu können, soll der Fokus auf flexibel an das jeweilige Szenario anpassbare Maßnahmen gelegt werden.

#### **Schäfflertanz**

Als Symbol für die Wiederaufnahme des gesellschaftlichen Lebens in der Landeshauptstadt soll Bezug auf eine Münchner Tradition genommen werden, die in ihrem Kern mit der Überwindung einer Epidemie in Zusammenhang steht: dem Tanz der Schäffler. Gemäß der Entstehungslegende soll der Tanz in München erstmals 1517 während einer Pestepidemie aufge-



führt worden sein, um die Bevölkerung, die sich aufgrund der Pest kaum mehr auf die Straße traute, zu beruhigen und das öffentliche Leben wieder in Gang zu bringen. Seit 1760 wird das Schauspiel alle sieben Jahre in München und im altbayerischen Raum aufgeführt. Die Schäffler sind touristische Botschafter Münchens und das RAW möchte gezielt für die Außerdarstellung in dieser speziellen Situation mit ihnen zusammenarbeiten – ggf. mit Unterstützung auch von Gruppen aus dem Umland.

Der Tanz der Schäffler gilt nicht nur in München als Mut spendende Botschaft. Im Glockenspiel des Münchner Neuen Rathauses verewigt, gehört der Schäfflertanz zu den touristischen Hauptattraktionen der Stadt. Wegen der weitreichenden Bekanntheit steht der Tanz ideal für die Normalisierung des Lebens nach der Corona-Pandemie und der das öffentliche Leben einschränkenden Maßnahmen.

Schäffler sollen außerhalb des siebenjährigen Turnus für verschiedene Veranstaltungen gebucht werden, die sowohl die Münchner Bevölkerung als auch die Gäste der Stadt ansprechen. Es kommen dafür sowohl dezentrale Veranstaltungen als auch zentrale Veranstaltungen in verschiedenen Bezirken Münchens in Frage. Aber auch im Münchner Umland sowie in den touristischen Quellmärkten sieht das Konzept flankierende verkaufsfördernde Maßnahmen vor.

Aufgrund des hohen symbolischen Charakters kann der Zeitpunkt, zu dem erste derartige Auftritte angebracht und angemessen erscheinen, noch nicht bestimmt werden. Die aktuelle Lage wird daher genau beobachtet und etwaige Vorbereitungen sind so getroffen, dass umgehend erste Auftritte organisiert werden können.

Die Kosten für diese Maßnahme beinhalten Kosten für die Tanzbestellungen der Schäfflergruppen, Aufwandsentschädigungen, evtl. anfallende Reisekosten sowie das Erstellen von Foto- und Filmmaterial.

## **Marketingmaßnahmen**

Ein besonderer Aufwand im Bereich Marketing wird für die Zeit nach der akuten Krise als absoluter Kernbestandteil einer Recovery-Strategie erachtet. Im Zuge der Aufhebung der derzeit bestehenden Einschränkungen zeichnet sich ein intensiver Wettbewerb deutscher und europäischer Tourismusdestination um die ersten Gäste ab, in dem München nur unter Einsatz von massiv erhöhtem Marketing bestehen kann.

Das Mediabudget fließt in der Bewerbung Münchens als Destination in verschiedene Kanäle wie Radio, Social Media, Pressereisen, in die Betreuung von Fachbesuchern und Journalisten, Content-Kampagnen auf hoch frequentierten Online-Portalen, Plakatwerbung, Advertorials, Kooperationen mit Verkehrsträgern, Kampagnen und Road-Shows.

Die Reisebeschränkungen werden derzeit wie erwartet nach Branchen und Regionen gestaffelt aufgehoben. Dem entsprechend entfaltet sich die neue Reisetätigkeit vom lokalen/regionalen Einzugsgebiet in mehreren Kreisen über die DACH-Märkte bis in die internationalen Märkte. Entsprechend gliedert sich auch die Konzeption für die Marketingstrategie zur Wiederankurbelung des Tourismus in verschiedene Phasen:

**Phase 1:** Metropolregion München – überwiegend Tagesgäste

- Vertrieb von Reise-Bausteinen für Kooperationspartner, auch im Münchner Umland
- Bewerbung in verschiedenen Kanälen (Radio, Print, Online sowie die Kooperationskanäle der Partner)

**Phase 2:** DACH-Märkte – nach Aufhebung der wesentlichen Beschränkungen

- Produktkooperationen in Reisepaketen
- Reisepakete für Mitarbeiter der Gesundheitsbranche in Kooperation, u. a. mit der Hotellerie
- Bewerbung in verschiedenen Kanälen

**Phase 3:** Europäische Märkte – nach Aufhebung von wesentlichen Reisebeschränkungen

- abhängig von Wiederaufnahme der Flug- bzw. Verkehrsverbindungen
- Bewerbung über B2B-Kooperationen, Web-Portale, Social Media

**Phase 4:** Übersee Märkte – wenn die Wiederaufnahme der relevanten Flugverbindungen gesichert ist

- Auswahl von Zielgruppen, Botschaften und Werbekanälen erfolgen nach marktspezifischen Kriterien

Wie dargestellt, wird dem Stadtrat vorgeschlagen, sich vordringlich auf die Phasen 1 und 2 zu konzentrieren. Es steht zu erwarten, dass diese Anschub-Phase besonders lange dauert und entscheidend für die betroffenen Unternehmen ist, nach Ende der akuten Einschränkungen erste Umsätze zu generieren.

Dabei muss berücksichtigt werden, dass mit der Aufhebung unterschiedlicher Reiseeinschränkungen ein Risiko wieder ansteigender Ansteckungsgefahren und -zahlen verbunden ist. Um in der Marketingkommunikation mit geeigneten Maßnahmen schnell und flexibel auf wiederum gewandelte Rahmenbedingungen eingehen zu können, ist derzeit mit einem deutlich erhöhten Media-Budget zu kalkulieren.

Eine möglichst große Präsenz Münchens in den deutschsprachigen Märkten bietet die ideale Basis für eine Anknüpfung an weitere Märkte in den kommenden Phasen. Mit der Wiederankurbelung des Tourismus wird zudem das Ziel verfolgt, dass neben der Generierung von Umsätzen für die betroffenen Branchen auch das gesellschaftliche Leben in München wieder in Gang kommt und so das bekannte Münchner Lebensgefühl eine Neubelebung erfährt.

München Tourismus plant, sämtliche ihm zur Verfügung stehenden Mittel zur Finanzierung dieser Maßnahmen zusammenzuziehen und gebündelt zu verwenden. Dies beinhaltet Einsparungen im laufenden Betrieb sowie die Verwendung sämtlicher verfügbaren Mittel, soweit diese nicht zu Beginn des Jahres bereits ausgegeben wurden. Maßnahmen, die neben der reinen Kampagne aus dem eigenen Budget finanziert werden müssen, wie die Marktrecherche, werden ebenso auf die dargestellten Marketingmaßnahmen hin ausgerichtet. Insgesamt kann München Tourismus für die Maßnahmen ca. 950.000 € bereitstellen.

Die Media-Planung muss auf Basis des vorliegenden Konzepts bereits jetzt erfolgen, da ebenso entscheidend eine schnelle Reaktion auf die geänderten Verhältnisse sein wird.

**MICE Meeting, Incentive, Congress, Events**

Eine entscheidende Rolle bei der touristischen Entwicklung München kommt dem Geschäftstourismus oder MICE (Meeting, Incentive, Congress, Events)-Tourismus zu – als wesentlichem Wachstumsfaktor. MICE generiert mehr als ein Drittel der Ankünfte und Übernachtungen in München gegenüber einem Anteil von 25 Prozent in Hamburg oder rund 13 Prozent in Wien. Gleichzeitig erzeugen MICE-Gäste im Vergleich zum Freizeit-Tourismus eine überdurchschnittlich hohe Wertschöpfung: Geschäftsreisende geben im Schnitt täglich etwas mehr als doppelt so viel Geld in München aus, als Leisure-Touristen. Gleichzeitig kehren MICE-Besucher zu 60 Prozent auch privat nach München zurück, wobei sich die täglichen Ausgaben gegenüber anderen Leisure-Touristen auf das bis zu sechsfache erhöhen. Neben der deutlich höheren Wertschöpfung bietet das MICE-Segment weitere wichtige Vorteile: Neben einer höheren Auslastung in Hotels oder einer zeitlichen und kapazitiven Planbarkeit ist dies vor allem die Qualität der Gäste: hochwertige Meinungsführer mit einer ausgeprägten Auswirkung auf Gastronomie, Einzelhandel und den Kulturbereich. Angesichts eines ausgeprägten und stark zunehmenden Konkurrenzdrucks und der unmittelbaren Gefahr, dass auch bestehende Veranstaltungen aus München abwandern, ist es existenziell wichtig für die Tourismusbranche und die Stadt München, dass die Attraktivität München als internationale Top-Destination für den MICE-Bereich erhalten bleibt und entsprechend beworben werden muss.

Das RAW – Fachbereich Tourismus – Abt. Kongress wird weiterhin nationale und internationale MICE-Kunden, insbesondere Agenturen, Corporate-Unternehmen und Verbände als Zielgruppe bewerben. Des Weiteren richtet sich das RAW mit seinem Marketing-Mix intern an die Münchner Partnerunternehmen und gewährleistet so eine optimale Marktbearbeitung. Auch während der Corona-Krise werden alle Märkte intensiv beobachtet, da diese je nach Veranstaltungsart (Meeting, Incentive, Kongress etc.) unterschiedlich bearbeitet werden müssen.

In Deutschland liegt der Fokus gleichermaßen auf Agenturen, Corporates und Verbänden mit dem Ziel, kurzfristig wieder Geschäft zu generieren.

Der europäische Markt ist derzeit schwer einschätzbar. Länder wie Spanien, Frankreich und Italien sind aktuell nicht zu bedienen und aus ihnen ist mittelfristig kein MICE-Geschäft zu erwarten. Derzeit sind noch vereinzelt Anfragen aus UK zu verzeichnen, evtl. könnte auch aus den skandinavischen Ländern weiteres Potential für mittelfristige Veranstaltungen generiert werden.

In China stellen sich Wirtschaft und Tourismus derzeit neu auf. Das Kongressbüro ist hier sehr eng mit dem German Convention Bureau (GCB) China vernetzt. Hier kann von einer früheren Marktöffnung ausgegangen werden.

Aufgrund der fortschreitenden Pandemie in den USA ist dieser Markt derzeit lediglich in Erwartung auf langfristiges Geschäft zu bearbeiten (z. B. Anfragen von Verbänden mit Kongressdatum ab 2022).

Die MICE-Recovery Strategie ist in drei Phasen geplant:

**Phase 1:**

Konzeption und Realisierung digitaler Projekte unter Einbezug der Münchner Partner um kurzfristig eine große Reichweite des Destinationsmarketing und der Markenpräsenz zu gewährleisten.

- Anpassung und Stärkung Online-Präsenz Kongressbüros
- German Convention Bureau (GCB) Online Präsenz nutzen
- German Convention Bureau (GCB) PR-Pakete

- Webinare mit Partnern – Konzeption
- Mediaplan DACH-Märkte und internationale Märkte
- Verbandsarbeit ICCA, SITE, MPI

### **Phase 2:**

In Phase 2 erholt sich die MICE Branche langsam, es ist allerdings noch nicht absehbar, ob und wann die erwünschte Phase 3 zu erwarten ist. Folglich müssen die geplanten Maßnahmen in Phase 2 variabel gestaltet werden.

- Webinare mit Partnern – Durchführung
- Digitale Messen, B2B Events
- und Fortsetzung der Maßnahmen aus Phase 1

### **Phase 3:**

Aktionsplatz 2020 - geplante Veranstaltungen im dritten und vierten Quartal gemäß Aktionsplan

- Famtrips und Journalistenreisen nach München
- Meet in Munich – MICE Kundenevent Munich
- MICE Roadshow Deutschland

Die Kosten für diese Maßnahme belaufen sich auf 100.000 € und beinhalten z.B. Kosten für Anpassung und Stärkung der Online-Präsenz des Kongressbüros, Nutzung der GCB-Onlinepräsenz, GCB-PR-Pakete, Webinare, Bewerbung mit relevantem Content in Print- und Online-Magazinen, Verbandsarbeit, Famtrips und Journalistenreisen, MICE Kundenevent in München, MICE Roadshow in Deutschland in Kooperation mit der Munich Congress Alliance.

## **3.2. Zusammenarbeit mit Tourismus Oberbayern München (TOM) e. V. Und Tourismusangebote in Kooperation mit dem München Umland**

Die Vollversammlung des Stadtrates hat mit Beschlüssen vom 18.12.2013 (Nr. 08-14 / V 12979) und vom 29.04.2015 (Nr. 14-20 / V 02469) beschlossen, dass der Beantragung der Plus-Mitgliedschaft der LHM beim TOM durch das RAW zugestimmt wird.

Bei der Tourismusregion Oberbayern und München handelt es sich um eine sehr starke, aber auch sehr heterogene Destination. Auf Basis der besonderen naturräumlichen und kulturhistorischen Potenziale wird eine sehr hohe Gästenachfrage generiert, die Oberbayern und München zur erfolgreichsten Tourismusregion in Deutschland macht.

Aus touristischer Sicht der Stadt München wird es, wie bereits seit vielen Jahren, eine enge Zusammenarbeit von München und Oberbayern im Rahmen einer gemeinsamen Vermarktung geben.

Entsprechend der Recovery Strategie des RAW – Fachbereich Tourismus wird in der Phase 1 zunächst die Metropolregion München (Tagesgäste) beworben (Vertrieb von Reise-Bausteinen für Kooperationspartner, auch im Münchner Umland) und in Phase 2 die DACH-Märkte (Produktkooperationen in Reisepaketten). Erst in Phase 3 und 4 werden internationale Märkte und Fernmärkte beworben (Reiseprogramm für große Veranstalter, Steigerung der Aufenthaltsdauer der Gäste und wirtschaftliche Wertschöpfung für die Stadt und die gesamte Region.)

Erarbeitet werden gemeinsam mit touristischen Leistungsträgern in München und in der Region Reisepakete wie z. B. „einfach per Radl“ oder „Entdeckungsreise einfach loslassen“ mit Aktivitäten/Ausflügen ins Münchner Umland.

Die geplanten Maßnahmen der Recovery-Strategie werden zeitnah umgesetzt und laufend

angepasst.

#### **4. Weitere Maßnahmen**

##### **4.1. „München hält zamm“**

Das Referat für Arbeit und Wirtschaft hat in Kooperation mit dem offiziellen Stadtportal muenchen.de die neue Plattform #muenchenhaeltzamm geschaffen. Sie bietet allen Münchner Firmen die Möglichkeit, diejenigen Services und kreativen Ideen, mit denen sie auch in Zeiten von Corona für ihre Kunden da sind, kostenlos online abzubilden und vor einem Millionenpublikum im offiziellen Stadtportal zu präsentieren.

Über 1.000 Unternehmen haben sich dazu bereits unter [www.muenchen.de/zamm](http://www.muenchen.de/zamm) eingetragen. Und aufgrund des rasanten Wachstums der letzten Tage und Wochen wurde bereits deutlich, dass es mit diesem lokalen Online-Marktplatz gelungen ist, eine äußerst zeitgemäße und nützliche Plattform für die Münchner Wirtschaft zu schaffen, die dieser gerade in dieser schwierigen Zeit zu Gute kommt. Bis zum aktuellen Zeitpunkt kann die Seite rund 1 Mio. Zugriffe aus der Münchner Bevölkerung sowie rund 9 Mio. Kontakte über Social Media Plattformen verzeichnen.

Neben der oben beschriebenen Einbindung der Wirtschaft, bietet #muenchenhaeltzamm für die Kulturveranstalter zusätzlich einen eigenen Bereich mit News und tagesaktuellem Veranstaltungskalender, auf dem Live-Streams und Online-Events der Kulturszene aktuell beworben werden. Die Philharmoniker, die Kammerspiele, United We Stream und zahlreiche weitere Clubs und Bühnen sind dort bereits vertreten.

#muenchenhaeltzamm versteht sich als übergreifende Aktion, die mit den relevanten privaten Partnern (u.a. Bayrischer Hotel und Gaststättenverband (BHG), Verband Citypartner e.V. (CP), Verein Münchner Kulturveranstalter (VdMK), Handelsverband Bayern und Tourismusinitiative München (TIM) kooperiert. Auf der Internetpräsenz wird zudem auf weitere, auch ähnliche Angebote verwiesen und aufmerksam gemacht. Beworben wird die Aktion zum einen durch die reichweitenstarken Kanäle von muenchen.de, also auf dem Stadtportal und auf seinen Social-Media-Kanälen, ebenso auf dem Münchner Tourismusportal.

Zudem hat das Referat für Bildung und Sport diejenigen Teile eines bereits zur Bewerbung der Fußball-Europameisterschaft 2020 gebuchten Plakatkontingents, die nicht mehr zurückgegeben werden konnten, freundlicherweise für die Bewerbung der Aktion zur Verfügung gestellt. In Abstimmung mit der Fa. Ströer konnte erreicht werden, dass für den Gegenwert eigentlich gebuchte Kontingent, durch Verschiebung der Zeiträume, ein gesteigerter Vermarktungswert erreicht werden konnte. Vor allen Dingen hat die Fa. Ströer zur Förderung des guten Zwecks das Kontingent wesentlich erhöht, sodass für die Bewerbung der Aktion nunmehr zur Verfügung standen:

- Sämtliche digitalen Screens in U- und S-Bahnen und am Hauptbahnhof
- 50 digitale Screens an Wartehallen
- Über 600 Großplakate und Säulen
- Mehrere Tausend A1 - Plakate (gemeinsam mit dem Kulturreferat)

Das Gesamtkontingent steht seit 15. April zur Verfügung und hat einem Medienwert im niedri-

gen siebenstelligen Bereich. Vom Referat für Arbeit und Wirtschaft sind lediglich technische Kosten sowie Kosten für die Produktion zu entrichten.

Es handelt sich insoweit nicht um eine reine Förderung der lokalen Wirtschaft, sondern zugleich um eine Unterstützung der Münchner Bürgerinnen und Bürger bei der Suche nach vorhandenen Angeboten. Für die derzeitige schrittweise Lockerung konnten zudem positive Botschaften mit aufgenommen werden („wieder offen“). Schließlich ist das Motto der Kampagne so gewählt, dass es einen Beitrag zum gesamtgesellschaftlichen Zusammenhalt aller in der Landeshauptstadt beitragen soll, der in dieser Zeit wichtiger ist, denn je.

#### **4.2 Stundung von Provisionszahlungen für vermittelte Leistungen**

Das Referat für Arbeit und Wirtschaft - Tourismus vermittelt unterschiedliche Leistungen touristischer Leistungsträger (Gästeführungen, Stadtrundfahrten, Verkauf von Gästekarten) und erhält dafür vertragliche festgelegte Provisionen.

Leistungsträgern wird als Sofortmaßnahme in Zusammenhang mit der Corona-Krise vom Referat für Arbeit und Wirtschaft gemäß den städtischen Richtlinien eine Stundung zunächst bis Ende 2020 angeboten. Die Stundungsanträge können nach Erhalt der Provisionsrechnung bei der Stadtkämmerei - Kassen- und Steueramt gestellt werden.

#### **4.3 „Gutscheinaktion auf einfach-muenchen.de“**

München Tourismus hat eine Gutschein-Aktion auf dem Tourismusportal [www.einfach-muenchen.de](http://www.einfach-muenchen.de) gestartet. Münchner und Gäste können Betriebe (Gastronomie, Kultur, Leistungsträger im Tourismus, Hotels etc.) unterstützen, indem diese Gutscheine für die Leistungen der Partner kaufen, damit trotz Schließungen Einnahmen erzielt werden. Die Gutscheine können eingelöst werden, sobald die Beschränkungen gelockert bzw. aufgehoben werden. Dies bietet den teilnehmenden Betrieben vor allem eine Möglichkeit zu kurzfristigem Liquiditätsgewinnen. Das generelle Feedback der Gutscheinaktion war sehr positiv und es haben sich viele Unternehmen für die Aktion bedankt. Die meisten Unternehmen konnten leider aufgrund der fehlenden Tracking Links nicht nachvollziehen, ob die Verkäufe über die Gutschein Aktion auf [muenchen.travel](http://muenchen.travel) kamen. Sollte es zu einer Wiederholung einer solchen Aktion kommen, würde FB4 mit Tracking Links oder auch individuellen Gutschein-Codes arbeiten, um nachher nachvollziehen zu können, wie viel Traffic durch die Kampagne kommt.

Für die Unternehmen war jedoch vor allem das schnelle Zeichen der Unterstützung wichtig.

#### **4.4 „Mia gehen online!“**

Zur Unterstützung von Kleinunternehmen in München hat das Referat für Arbeit und Wirtschaft die Initiative „Mia gehn online!“ gestartet. Der Fachbereich 3 - Kommunale Beschäftigungspolitik und Qualifizierung hat dafür sein Netzwerk aktiviert und mit der ReDI School of Digital Integration, dem Zentrum für Innovation und Gründung UnternehmerTUM sowie einer Vielzahl von Projektpartnern innerhalb kurzer Frist ein Digitalisierungsprogramm auf den Weg gebracht.

Im Referat für Arbeit und Wirtschaft werden zudem viele weitere private Angebote identifiziert, die spezielle Online-Angebote für Unternehmen und Kunden, teilweise ähnlich der Aktion „münchenhaeltzamm“ bereithalten. Diese unterstützt das RAW bei der Koordination bzw.

weist gemeinsam mit muenchen.de auf diese auf der eigenen Plattform hin.

#### **4.5. Auer Dult**

Zur Unterstützung der Marktkaufleute und Schausteller hat das Referat für Arbeit und Wirtschaft als Veranstalter der Auer Dult nach Absage der Maidult wegen der Corona-Krise zahlreiche Aktionen ins Leben gerufen.

In Kooperation mit dem Bayerischen Landesverband der Marktkaufleute und Schausteller e.V. und dem offiziellen Stadtportal muenchen.de wurde die Gutscheinaktion „Dult ist Kult!“ gestartet. Dultfans können hier Wertgutscheine kaufen und auf einer der nächsten Auer Dulten einlösen. Die Gutscheine haben einen Wert von 10 Euro und werden mit einem Rabatt von 10 Prozent zu je 9 Euro verkauft. Seit Start der Aktion Anfang April konnten bis jetzt über 2.500 Gutscheine verkauft werden. Der große Erfolg der Aktion äußert sich auch in zahlreichen E-Mails mit Dankesworten und Lob zur gelungenen Aktion wie "Da ich immer wieder gerne auf die Auer Dult gehe und daher den Erhalt unseres wunderschönen Münchner Kulturgutes unterstützen will, möchte ich Gutscheine bestellen".

In Kooperation mit muenchen.de wurde das Online-Ausstellerverzeichnis auf der Dult-Internetseite [www.auerdult.de](http://www.auerdult.de) komplett überarbeitet und bietet nun die Möglichkeit, direkt mit den einzelnen Markthändlern Kontakt aufzunehmen via Telefon, Website oder eigenem Onlineshop. Bummeln, stöbern und einkaufen ist nun auch ganz digital möglich. Zudem konnte durch gezieltes Community-Management auf Facebook die Aktivierung der Dultbesucher forciert und dadurch insgesamt über 70.000 Personen erreicht werden.

Unterstützt wurde die Gutscheinaktion "Dult ist Kult!" und die digitalen Shoppingmöglichkeiten bei Dulthändlern durch 20 großflächige und ansprechend gestaltete Bauzaunbanner rund um die Mariahilf-Kirche und eigens dafür produzierte Videos für Website und soziale Medien. Beispielsweise konnten die Followerzahlen auf [facebook.com/auerdult](https://www.facebook.com/auerdult) um ca. 28 Prozent gesteigert werden. Auch aus Sicht des offiziellen Stadtportals muenchen.de eine sehr erfolgreiche Aktion.

#### **4.6. Sommer in der Stadt**

Die Stadt München will den Sommer 2020 zu einem besonderen Ereignis machen. Die Münchnerinnen und Münchner werden von Juli bis September ihre Stadt mit der Familie mit Freunden und Gästen neu entdecken können. Marktkaufleute und Schausteller werden auf öffentlichen oder privaten Plätzen ihre Geschäfte aufbauen. Kulturschaffende und viele weitere Beteiligte sollen auf kleinen Bühnen Raum für ihre Darbietungen finden. Damit bietet der „Sommer in der Stadt“ den besonders vom Lock-down betroffenen Branchen die Chance, in einem Jahr ohne nennenswerte Einkünfte wenigstens durch Standplätze an verschiedenen Orten im gesamten Stadtgebiet Münchens etwas Umsatz zu generieren.

Ganz München ist aufgerufen, diesen Sommer in der Stadt mitzugestalten. Das Konzept eines dezentralen Programms kann damit zu einer Erfolgsgeschichte werden, weil es partizipativ ist sowie die Stadtgesellschaft aktiviert und in das Programm einbindet.

Das Referat für Arbeit und Wirtschaft wurde am 13.05.2020 von der Vollversammlung des Stadtrats beauftragt, unter enger Einbindung der Bezirksausschüsse die Planungen für das Programm voran zu bringen.

#### **4.7. Start eines Sofortprogramms ähnlich dem ÖKOPROFIT für die Gastronomie, das den Betrieben Beratung zur Einsparung von Ressourcen (Strom, Wärme, Wasser, Müll, etc.) anbietet**

Bereits seit 1998 bietet die Landeshauptstadt München in gemeinsamer Trägerschaft des Referats für Gesundheit und Umwelt und des Referats für Arbeit und Wirtschaft sowie in Kooperation mit dem Abfallwirtschaftsbetrieb München, der Industrie- und Handelskammer für München und Oberbayern sowie der Hochschule München das Umweltmanagementprogramm ÖKOPROFIT für Münchner Betriebe an. Bis Ende 2020 werden voraussichtlich ca. 460 Münchner Betriebe an ÖKOPROFIT teilgenommen haben und ca. 50 Betriebe sind Mitglied im ÖKOPROFIT Klub, um das Managementsystem fortlaufend weiterzupflegen.

In der Regel findet ÖKOPROFIT in einer branchengemischten Zusammensetzung statt. Einige Betriebe der Gastronomie und Hotellerie sind dabei in der Regel in jeder ÖKOPROFIT-Runde vertreten. Es sind aber auch branchenspezifische Gruppen denkbar. So wird bereits zum dritten Mal in Folge ein spezielles Modul „ÖKOPROFIT für Volksfestbetriebe“ angeboten, das auf die speziellen Bedürfnisse dieser Gruppe zugeschnitten ist. Aufgrund der aktuellen Corona-Lage wird das gesamte Projekt „ÖKOPROFIT für Volksfestbetriebe“, das am 14. Mai 2020 gestartet ist und bis zum Herbst 2020 dauern wird, digital per Webinar durchgeführt. Neben den gemeinsamen Workshopinhalten werden auch der Erfahrungsaustausch und die individuelle Beratung virtuell durchgeführt. Die bisherige Resonanz auf das Projekt und die Erfahrungen mit der auf Corona angepassten neuen Methode sind durchwegs positiv. Die Gruppe umfasst aktuell ca. 40 Teilnehmer\*innen. Diese sind ausschließlich Wiesnbetriebe und Marktbesucher\*innen.

Im Hinblick auf die aktuelle Corona-Krise ist es auch vorstellbar, in 2020 eine weitere ÖKOPROFIT-Runde als Sofortprogramm für Gastronomie, Hotellerie sowie Wiesn- und Marktbesucher\*innen bereitzustellen. Ähnlich wie das Modul „ÖKOPROFIT für Volksfestbetriebe“ könnte sich das Programm aus vier digitalen Workshops inkl. Erfahrungsaustausch und drei Vor-Ort-Terminen zusammensetzen. Für die etwaige Durchführung dieses Sofortprogramms ist ein Budget von ca. 50.000 € erforderlich (u.a. für die Einbindung eines Beratungsunternehmens, die Leistung eines Umweltgutachters, Grafik- und Druckleistungen u.ä.). Zudem müsste zeitnah eine Vergabe durchgeführt werden, um in einem wettbewerblichen Verfahren ein geeignetes Beratungsunternehmen für die Durchführung eines ÖKOPROFIT-Sofortprogramms zu finden. Bisherige Erfahrungen haben gezeigt, dass die Akquise von Betrieben aus der Gastronomie und Hotellerie nicht ganz einfach ist. Gerade im aktuell wieder anlaufenden Normalbetrieb ist nicht sichergestellt, dass sich genügend Interessenten finden.

Die nächste planmäßige, branchenübergreifende ÖKOPROFIT-Runde startet im Frühling 2021. Eine Teilnahme an dieser Runde ist für alle interessierte Betriebe der Gastronomie und Hotellerie sowie auch Wiesn- und Marktbesucher\*innen möglich.

#### **4.8. Entlastungen der lokalen Gastronomie**

Die Verbände der betroffenen Branchen engagieren sich seit Beginn des Lock-downs für ihre Mitgliedsbetriebe, um aus eigener Kraft die staatlichen Einschnitte in ihre Geschäftsmodelle zu heilen.



So hat die DEHOGA Bayern, Kreisstelle München, sich bereits frühzeitig mit Vorschlägen an die Landeshauptstadt München (Oberbürgermeister, Referate, Stadtrat und Fraktionen) gewandt und Vorschläge dazu unterbreitet, wie die Branche Verantwortung und unkonventionelle Aufgaben organisieren und übernehmen kann. Es wurden dabei auch Beispiele für Hilfen durch die Landeshauptstadt München genannt, die der Branche direkt oder mittelbar helfen können.

Aus diesem Anlass hat das Referat für Arbeit und Wirtschaft am 28. April 2020 einen „Runden Tisch der Gastronomie“ organisiert. In dessen Rahmen haben der Kreisverband der DEHOGA, die Initiative Save our Local Gastro sowie ein Vertreter der NGG in Anwesenheit von Herrn Staatsminister Hubert Aiwanger und Herrn Oberbürgermeister Dieter Reiter ihre Anliegen persönlich vorgetragen und Lösungsansätze diskutiert.

Auch als Ausfluss aus diesem Gespräch haben die Landeshauptstadt München, ihre Referate sowie ihre Beteiligungsgesellschaften bereits einige Maßnahmen in die Wege geleitet und umgesetzt:

### **Freischankflächen**

Nach dem Stadtratsbeschluss in der Vollversammlung vom 13. März 2020 bewilligt das Kreisverwaltungsreferat im Einzelfall unmittelbar an die Hausfassade angrenzende Freischankflächen, die über die Breite der Straßenfront des jeweiligen gastronomischen Betriebs hinausgehen.

Das Kreisverwaltungsreferat bewilligt zudem im Einzelfall Freischankflächen auf an den Gehweg angrenzenden Parkplätzen. Die Genehmigungen gelten nur, so lange die aktuelle Fassung der Bayerische Infektionsschutzmaßnahmenverordnung die Einhaltung des Abstandsgebots von 1,5 Metern in Gastronomiebetrieben vorsieht.

Die Abrechnungen für die Gebühren von Freischankflächen werden immer zu Beginn des Jahres verschickt. Die LHM wartet derzeit ab, wie lange die Einschränkungen für Gastronomie der Allgemeinverfügung „Veranstaltungsverbote und Betriebsuntersagungen anlässlich der Corona-Pandemie“ gelten und wird sicherstellen, dass die Wirte nicht mit Gebühren für eine Fläche belastet werden, die sie nicht oder nur eingeschränkt nutzen konnten. Maßgeblich für die Berechnung der anteiligen Kürzung ist hierbei der Beginn der Einschränkungen für die Gastronomie am 18.3.2020.

Bei denjenigen Betreibern, die die Gebühren für das Kalenderjahr 2020 bereits bezahlt haben, wird die LHM im Rahmen der Gebührenabrechnung für das kommende Jahr unter Berücksichtigung etwaiger Entschädigungszahlungen für Betriebe von Bund bzw. Land einen entsprechenden Abschlag vorsehen.

Sofern die Gebühren für das Kalenderjahr 2020 noch nicht entrichtet wurden, kann beim Kassen- und Steueramt aufgrund der derzeitigen Ausnahmesituation eine Stundung fälliger Forderungen der Landeshauptstadt München beantragt werden, wenn aufgrund der Auswirkungen des Coronavirus Zahlungsschwierigkeiten bestehen.

Mit Stadtratsbeschluss vom 13. März ist das Kreisverwaltungsreferat zudem dazu beauftragt, im nächsten Kreisverwaltungsreferat einen Vorschlag zu unterbreiten, dass die Gastronomie so gering wie rechtlich zulässig mit Freischankflächengebühren belastet wird.

### **Gewerbesteuervorauszahlungen**

Neben der Stundungsmaßnahme (Beispiel Freischankflächen) und den Erleichterungen im

Vollstreckungsverfahren kann für betroffene Unternehmen eine Reduzierung von Gewerbesteuervorauszahlungen eine Hilfe sein. Entsprechende Anträge können Steuerpflichtige unter Hinweis auf die für das laufende Wirtschaftsjahr erwartete verschlechterte Gewinnsituation entweder beim zuständigen Veranlagungsfinanzamt oder bei der Stadtkämmerei SKA 4.1 – Gewerbesteuer stellen.

### **Strompreisabrechnung**

Am 22.5.2020 hat Herr Stadtrat Hammer (CSU) den Antrag „Hilfe für die Gastronomie – Aussetzen der Strom-Vorauszahlungen für Gastronomie und Hotellerie“ gestellt, in welchem eine Aussetzung, bzw. Reduktion der Vorauszahlungen für Strom und Wasser für Betriebe der Hotellerie und Gastronomie gefordert wird, hat sich die Stadtwerke München GmbH folgendermaßen geäußert: Ein Kunde, der wegen der Corona-Krise weniger Strom verbraucht hat, als im Vorjahr, kann in Absprache mit der SWM seine Vorauszahlungen herabsetzen.

Die aktuelle Situation stellt alle vor eine große Herausforderung. Dabei stehen für die Stadtwerke München die weiterhin sichere und zuverlässige Versorgung von Bevölkerung, Industrie, Gewerbe, Dienstleister und Behörden mit Energie und Trinkwasser an oberster Stelle. Die SWM verstehen den Wunsch der Gastronomiebetriebe, ihre Kosten zu senken. Allerdings ist es unerlässlich, dass diese handlungsfähig bleiben. Deshalb ist es gerade auch in der aktuellen Situation wichtig, vereinbarte Verträge einzuhalten.

Die SWM kommt dem Münchner Gastgewerbe bereits konkret entgegen:

Bei Privatkunden und Kleinstunternehmen gilt das Zahlungsmoratorium, d. h. wer nachweislich aufgrund der Corona-Pandemie in Zahlungsschwierigkeiten ist, kann die Zahlungen bis Ende Juni aussetzen. Allerdings ist das lediglich die Verschiebung der Fälligkeit, die Zahlungspflicht entfällt nicht etwa, sondern sie setzt ab 1. Juli dann in voller Höhe ein. Auch hier sollte mit SWM Kontakt aufgenommen werden, z. B. könnte eine Lösung sein, die Zahlung nur zu reduzieren und/oder die Rückzahlung z. B. über einen Ratenplan zu strecken, um die Belastung zwar zu verringern, aber im Zahlungsfluss zu bleiben.

Bei größeren Gastronomiebetrieben gibt es ebenfalls verschiedene Möglichkeiten. Hier schauen sich die Kundenbetreuer\*innen der SWM jeden Fall individuell an und entwickeln gemeinsam mit den Kunden eine Lösung. Auch hier ist es im Einvernehmen beispielsweise möglich, die Abschläge zu reduzieren. Bei monatlicher Abrechnung, wie das größere Geschäftskunden haben, kann das auch ein längeres Zahlungsziel sein, d. h. die Kunden haben mehr Zeit, die Rechnung zu begleichen.

Die Mitarbeiter der SWM prüfen für jeden Betrieb individuell, welche Lösung die Sinnvollste ist. Mit vielen Kunden aus der Branche werden bereits kurzfristig individuelle Vereinbarungen getroffen – hierfür hat die SWM bereits sehr viel positive Resonanz erhalten. Grundsätzlich empfehlen die SWM den Kunden sich aktiv zu melden. In den allermeisten Fällen wird eine für beide Seiten verträgliche Lösung gefunden.

Die SWM haben es sich zum Ziel gesetzt, auch und gerade in der Krise zuverlässig ihre Leistung zu erbringen und ihren Beitrag zu leisten, damit die Menschen in München und der Region die Krise bestmöglich überstehen.

### **Müllentsorgung**

Anfragen von Gewerbebetrieben / Gaststätten nach einer vorübergehenden Abmeldung der Abfallentsorgung, insbesondere der Restmüllgefäße, werden seitens des Kommunalreferates /

Abfallwirtschaftsbetrieb kulant behandelt. Die Antragsteller erhalten eine Eingangsbestätigung mit entsprechenden Informationen.

In der im Informationsschreiben an den Antragsteller dargelegten Vorgehensweise wird dem Wunsch des Gewerbebetriebes / Gaststätte nach einer unbürokratischen Reduzierung der Gewerbeabfallsammlung Rechnung getragen.

### **Straßenreinigung**

Die Stadtkämmerei schließt sich inhaltlich dem Vorgehen der Finanzverwaltungen des Bundes und der Länder an, um eine einheitliche Vorgehensweise gegenüber den Schuldnerinnen und Schuldnern zu gewährleisten.

Die nachweislich unmittelbar und nicht unerheblich betroffenen Schuldnerinnen und Schuldner können demnach bis zum 31.12.2020 unter Darlegung ihrer Verhältnisse Anträge auf Stundung der bis zu diesem Zeitpunkt bereits fälligen oder fällig werdenden Verpflichtungen stellen. An den wertmäßigen Nachweis der wertmäßigen Schäden und die Voraussetzungen der Stundung sind keine strengen Voraussetzungen gestellt. Auf die Erhebung von Stundungszinsen kann in der Regel verzichtet werden.

Diese Erleichterungen gelten für alle Schuldnerinnen und Schuldner der LHM.

### **Entwässerung**

Die Höhe der Schmutzwassergebühr ist verbrauchsabhängig und bestimmt sich nach der tatsächlich eingeleiteten Abwassermenge, die sich wiederum nach der bezogenen Frischwassermenge richtet. Bei einer längeren Einschränkung oder Schließung des Betriebes reduziert sich regelmäßig die Frischwassermenge und damit entsprechend die Schmutzwassergebühr.

Im Hinblick auf fällige oder fällig werdende Vorauszahlungen können die nachweislich und nicht unerheblich betroffenen Schuldnerinnen und Schuldner bei der MSE Anträge auf Herabsetzung der Vorauszahlungen aufgrund des geänderten Verbrauchsverhaltens stellen. Damit sollte den Auswirkungen der Betriebschließungen zunächst Rechnung getragen werden.

Sofern Restforderungen aus Jahres- oder Schlussabrechnungen über Schmutzwassergebühren nicht termingerecht und/oder nicht vollständig ausgeglichen werden können, besteht – analog der Vorgehensweise der Stadtkämmerei – die Möglichkeit der Stundung.

Auch bei der Niederschlagswassergebühr können Anträge auf Stundung gestellt werden.

### **4.9. Weitere Fördermaßnahmen für die lokale Gastronomie**

Zu den Antragspunkten 1 („Die Stadt setzt sich beim Freistaat für flexible und erweiterte Öffnungszeiten ein, damit zum Beispiel ein Schichtbetrieb für Gäste ermöglicht werden kann.“) und 2 („Umnutzung von Straßenraum für den Gastronomie-, Club-, Kulturbetrieb an den Wochenenden wie z.B. die Leopold- und Ludwigstraße.“) des Antragsteils zu „Soforthilfen für die Münchner Gastronomie“ hat das RAW eine Stellungnahme des hier zuständigen KVR eingeholt (Anlage 5).

Das Referat für Arbeit und Wirtschaft bereitet einen Brief vor, in welchem Herr Oberbürgermeister an Vermieter appelliert, Pachtzins und Miete von gastronomischen und kulturellen Betrieben zu stunden, zu erlassen oder zu reduzieren, wenn diese von den Auswirkungen der Corona-Krise betroffen sind.

Das Kommunalreferat wird um Prüfung gebeten, ob die Landeshauptstadt München bisher von Clubs genutzte Räumlichkeiten entgeltlich für anderweitige Nutzungen anmieten kann.

## 5. Finanzierung

Die vorgeschlagenen Maßnahmen erfordern teilweise eine finanzielle Unterstützung, deren Gewährung vor dem Hintergrund einer ebenso prekären Einnahmesituation für die Landeshauptstadt natürlich mit Maß betrachtet wird, die aber als lohnende Investition auch für den städtischen Haushalt gelten muss. Mit der Unterstützung der angesprochenen Betriebe soll ein Beitrag für den Erhalt eines wichtigen Teils der Münchner Wirtschaft geleistet werden, der langfristig nicht nur stabile Einnahmen für den städtischen Haushalt generieren kann, sondern auch für die Außenwahrnehmung und das Lebensgefühl Münchens maßgeblich ist.

In der VV am 13.05.2020 wurde das Sicherheitspaket Haushalt 2020 beschlossen, das mit der Nr. 6 des Antrags des Referenten vorsieht, dass alle zusätzlichen Finanzbedarfe in 2020, die unabweisbar und unplanbar sind, zwingend aus dem Deckungsbereich des jeweiligen Teilhaushalts zu finanzieren sind.

Die Haushaltsprüfung des Referates für Arbeit und Wirtschaft hat ergeben, dass für das 2. Halbjahr alle im RAW noch nicht gebundenen finanziellen Mittel bereits für touristische und hospitalitybezogene Projekte verwendet werden, um hier eine klare Prioritätensetzung im Sinne der hier behandelten Stadtratsanträge umzusetzen. Diese auch von anderen Fachbereichen des RAW noch verfügbaren Gelder werden bereits für die dargestellten Projekte eingesetzt, für die jedoch aufgrund des vorhandenen engen finanziellen Rahmens Grenzen gesetzt werden.

Mit diesen verfügbaren Mitteln können voraussichtlich sämtliche notwendigen Kosten für das Konzept des "Sommer in der Stadt" gedeckt werden. Diese betreffen in erster Linie die Entwicklung einer entsprechenden App, die Gestaltung und Errichtung einer Internetpräsenz und weiteres Informationsmaterial, einheitliche Gestaltungselemente, sowie die Abwicklung von geplanten Rabatt- und Gutscheinmöglichkeiten. Diese werden auf einen mittleren bis hohen sechsstelligen Betrag geschätzt. Im Fall einer notwendigen Haushaltskonsolidierung in Höhe von 6,5 % kann dies nicht mehr garantiert werden. Um dem Wunsch des Stadtrates, wie bei der Diskussion um die Beauftragung des Referats mit der Ausarbeitung des Konzepts "Sommer in der Stadt" geäußert, nach einer für den Zentralhaushalt möglichst kostenneutralen Umsetzung noch entsprechen zu können, ist daher eine Ausnahme vom Sicherheitspaket Haushalt 2020 erforderlich.

Kostenlose Angebote, die jedoch nicht kostenneutral betrieben werden, können, ebenso, wie bereits hingewiesen, eine Nutzung der öffentlichen Plätze unter Wegfall, Reduktion oder Erstattung von Sondernutzungsgebühren sind hierbei noch nicht berücksichtigt und können aus dem Haushalt des Referats für Arbeit und Wirtschaft nicht getragen werden. Eine gesonderte Befassung des Stadtrats zur Frage der Sondernutzungsgebühren ist Gegenstand der Beauftragung zur Konzepterstellung. Die Möglichkeit zur Bereitstellung anderer kostenfreier Angebote ist von den jeweils zuständigen Referaten, ggf. ebenfalls unter Vorlage an den Stadtrat, gesondert zu prüfen.

Insbesondere im Bereich der Vermarktung, sowohl einzelner Aktionen, wie dem "Sommer in der Stadt", wie auch allgemein im Tourismusmarketing kann kein konkreter Betrag angegeben werden: durch jeden zusätzlichen finanziellen Beitrag wird der Mediawert der Kampagne erhöht und dadurch eine größere Zahl an potentiellen Gästen und Kunden angesprochen werden.

München Tourismus plant, sämtliche zur Verfügung stehenden Mittel zur Finanzierung dieser Maßnahmen zusammenzuziehen und gebündelt zu verwenden. Dies beinhaltet Einsparungen im laufenden Betrieb sowie die Verwendung sämtlicher verfügbaren Mittel, soweit diese nicht zu Beginn des Jahres bereits ausgegeben wurden. Maßnahmen, die neben der reinen Kampagne aus dem eigenen Budget finanziert werden müssen, wie die Marktrecherche, werden ebenso auf die dargestellten Marketingmaßnahmen hin ausgerichtet. Insgesamt kann München Tourismus für die Maßnahmen ca. 950.000 € (ohne eine vorherige Budgetkürzung aufgrund des Sicherheitskonzepts Haushalts) bereitstellen.

Um im erwarteten Wettbewerb der Tourismusdestinationen erfolgreich agieren zu können, wird vorgeschlagen, dieses Budget aus zentralen Mitteln zu erhöhen. Dabei ist zu berücksichtigen, dass vor dem Hintergrund der aktuell beobachtbaren Marktentwicklung eine Werbung um Gäste derzeit entscheidender ist denn je. Angesichts der Tatsache, dass die touristische Wertschöpfungskette - auch unter Berücksichtigung von Tagesgästen - eine Vielzahl von Betrieben aus allen in den Anträgen angesprochenen Bereichen betrifft, ist hierin eine lohnende Investition in einen Wirtschaftszweig zu sehen, der bei erfolgreicher Erholung wieder einen bedeutsamen Beitrag für den städtischen Haushalt leisten kann.

## **6. Personal**

Die Bearbeitung derartiger Themenfelder erfordert einen intensiven Personaleinsatz, insbesondere was die Abstimmung der verschiedenen Maßnahmen mit den privaten Partnern und sämtlichen miteinzubeziehenden städtischen Stellen anbelangt. Dieses neue bzw. in seiner Bedeutung rasch zunehmende Aufgabenfeld hat das Referat für Arbeit und Wirtschaft bereits identifiziert und entsprechende personelle Ressourcen im Eckdatenbeschluss 2020 angemeldet.

Hierzu wurde im Umsetzungsbeschluss zum Eckdatenbeschluss "Schaffung von drei dauerhaften zusätzlichen Stellen für das Veranstaltungs- und Hospitality-Management" (V 14-20 / V 16017 im AfAW v. 15.10.2019) angeführt:

„Diese Unterstützung betrifft vor allem die Koordination komplexer verwaltungsinterner Prozesse sowie stadtpolitische Abstimmungen. Diese werden zunehmend erforderlich vor allem aufgrund neuer, insbesondere politisch gewollter Aufgaben aus dem Bereich Hospitality (z.B. nette Toilette) sowie aufgrund der an Bedeutung zunehmenden Miteinbeziehung in stadtweite Projekte (z.B. nächtliches Feiern, Terrorabwehrsperrren im Stadtgebiet, Nutzung des öffentlichen Raums für Veranstaltungen, Gestaltung der Innenstadt). Diese haben in den vergangenen Jahren stark zugenommen und werden an Bedeutung noch weiter gewinnen.“

Diese Prognose scheint sich vor dem aktuellen Hintergrund der Corona Pandemie zu bewahrheiten und in ihrem Kern deutlich zu verstärken. Dafür sind kreative und neue Lösungsansätze erforderlich, die über die klassischen Veranstaltungen und den Kernbereich des Tourismusmarketings hinausgehen sowie eine enge Abstimmung und Beteiligung von anderen Referaten, dem Stadtrat, den Bezirksausschüssen, der Gastronomie, anderen Bereichen der Tourismusbranche, der Kulturwirtschaft und vielen weiteren Partnern vorsehen.

Die vorgestellten Maßnahmen - zuletzt die Konzeption eines „Sommer in der Stadt“ - und ebenso die mit den vorliegenden Anträgen vorgeschlagenen Aktionen sind konkrete Beispiele, die genau dies belegen. Im Eckdatenbeschluss 2021 wird das Referat für Arbeit und Wirtschaft daher vorschlagen, eine der beantragten Sachbearbeiterstellen weiterhin zur

Verfügung gestellt zu bekommen, deren Kerntätigkeit, wie im o.g. Umsetzungsbeschluss dargestellt, in der „Koordination verschiedener neuer Aufgaben aus dem Bereich „Hospitality“ sowie die Außendarstellung der LHM betreffende Themenbereiche, Abstimmung mit der Stadtverwaltung“ sowie der „Miteinbeziehung verschiedener Partner aus dem unternehmerischen und gesellschaftlichen Bereich“ besteht. Das RAW bittet den Stadtrat hierbei um Unterstützung.

Anhörungsrechte eines Bezirksausschusses sind nicht gegeben.

Eine fristgerechte Vorlage war nicht möglich, da die erforderlichen Abstimmungen noch nicht abgeschlossen waren. Die Behandlung in der heutigen Sitzung ist zwingend notwendig, weil nach Aufhebung der Beschränkungen wegen der Corona-Pandemie die nötigen Maßnahmen sofort eingeleitet werden müssen.

Der Korreferent des Referates für Arbeit und Wirtschaft, Herr Stadtrat Manuel Pretzl, hat einen Abdruck der Sitzungsvorlage erhalten.

## **II. Antrag des Referenten**

1. Vom Vortrag des Referenten zur Ausgestaltung der Recovery-Strategie sowie zu den bereits umgesetzten Unterstützungsmaßnahmen für die Tourismuswirtschaft wird Kenntnis genommen.
2. Von den Ausführungen des Kreisverwaltungsreferats zu den Antragspunkten 1 („Die Stadt setzt sich beim Freistaat für flexible und erweiterte Öffnungszeiten ein, damit zum Beispiel ein Schichtbetrieb für Gäste ermöglicht werden kann.“) und 2 („Umnutzung von Straßenraum für den Gastronomie-, Club-, Kulturbetrieb an den Wochenenden wie z.B. die Leopold- und Ludwigstraße.“) des Antrags Nr. 20-26 / A 00045 wird Kenntnis genommen.
3. Das Kommunalreferat wird um Prüfung gebeten, ob die Landeshauptstadt München bisher von Clubs genutzte Räumlichkeiten entgeltlich für anderweitige Nutzungen anmieten kann.
4. Das Referat für Arbeit und Wirtschaft wird beauftragt, dem Stadtrat einen entsprechenden Finanzierungsbeschluss für noch konkret zu beziffernde Kosten für einzelne Aktionen als auch für zusätzliches Budget für die Recovery-Kampagne vorzulegen.
5. Die Anträge Nr. 20-26 / A 00045, Nr. 20-26 / A 00046, Nr. 20-26 / A 00047 und 20-26 / A 00049 der Fraktion Die Grünen - Rosa Liste und der SPD/Volt-Fraktion vom 20.05.2020 sind hiermit geschäftsordnungsgemäß erledigt.
6. Dieser Beschluss unterliegt nicht der Beschlussvollzugskontrolle.

## **III. Beschluss**

nach Antrag.

Die endgültige Beschlussfassung über den Beratungsgegenstand obliegt der Vollversammlung des Stadtrates.

Der Stadtrat der Landeshauptstadt München

Der/Die Vorsitzende

Der Referent

Ober-/Bürgermeister/-in  
ea. Stadtrat/-rätin

Clemens Baumgärtner  
Berufsm. StR

**IV. Abdruck von I. mit III.**

über Stadtratsprotokolle (D-II/V-SP)

an das Direktorium – Dokumentationsstelle (2x)

an die Stadtkämmerei

an das Revisionsamt

z.K.

**V. Wv. RAW - RS**

zur weiteren Veranlassung.

1. Die Übereinstimmung des vorstehenden Abdrucks mit der beglaubigten Zweitschrift wird bestätigt.
2. An das Kommunalreferat z.w.V.  
An das Kreisverwaltungsreferat z.K.

Am