

Vorlage der Stadt Speyer



Vorlagen-Nr.: 0449/2011/4

Abteilung: Tourist-Information

Bearbeiter/in: CDU-Stadtratsfraktion

Haushaltswirksamkeit: nein

ja, bei

Produkt: 57500

Beratungsfolge	Termin	Behandlung	Beratungsstatus
Ausschuss für Tourismus	12.06.2012	öffentlich	empfehlende Beschlussfassung
Stadtrat	28.06.2012	öffentlich	endgültige Beschlussfassung

**Betreff: Tourismusförderung;
Antrag der CDU-Stadtratsfraktion vom 27.01.2011**

Referenzvorlage: 0449/2011 (Stadtratssitzung vom 10.02.2011, TOP 9)

Beschlussempfehlung:

Der Ausschuss für Tourismus empfiehlt dem Stadtrat die Verabschiedung der Tourismusstrategie Speyer 2020. Außerdem wird die Verwaltung beauftragt, die in der Anlage 2 aufgeführten Handlungsfelder und Leitprojekte auf ihre Realisierbarkeit zu prüfen und sie dem Entwicklungspotential und den Rahmenbedingungen entsprechend umzusetzen.

Begründung

Auf der Grundlage des Stadtratsbeschlusses vom 10.2.2011 und der ergänzenden Beschlussfassung im Ausschuss für Tourismus am 14.6.2011 hat der Fachbereich 3, Abteilung 340, in Kooperation mit dem Verkehrsverein und vielen beteiligten Speyerer Leistungsträgern im Rahmen eines mehrstufigen Workshopverfahrens unter Einbeziehung eines externen Fachbüros den Entwurf einer Tourismusstrategie Speyer 2020 erarbeitet.

Ein erster Zwischenbericht sowie der Abschlussbericht waren Thema in zwei Sitzungen des Ausschusses für Tourismus am 14.12.2011 bzw. 27.3.2012 und wurden dort ausführlich erörtert. Dabei wurde auch vereinbart, dass der gesamte Abschlussbericht allen Mitgliedern des Ausschusses für Tourismus als Beratungsgrundlage rechtzeitig vor der 7. Sitzung des Ausschusses für Tourismus zur Verfügung gestellt wird.

Ausgangspunkt aller Erörterungen waren vier Fragestellungen in einem Antrag der CDU-Stadtratsfraktion im Februar 2011. Im Rahmen der Bearbeitung des Antrages durch die Verwaltung hat sich herausgestellt, dass eine ausführliche Analyse des Ist-Zustandes der Tourist-Information – als erster Punkt des Antrages - durch die Verwaltung vorgenommen werden kann.

Diese Analyse hat unter anderem ergeben, dass die Stadt Speyer mit ihrer als anerkannten, zertifizierten Tourist-Information die Mindestkriterien des Deutschen Tourismusverbandes derzeit erfüllt und somit auch im vergangenen Jahr wieder für drei Jahre zertifiziert wurde. Allerdings verfügen wir aufgrund des begrenzten Raumzuschnittes noch nicht über ausreichende Arbeitsplätze für alle Mitarbeiterinnen. Eine räumliche Trennung des Theken-

und Bürobereiches ist dringend erforderlich. Hier gilt es zu prüfen, ob ein sog. Back-Office-Bereich im gesamten Areal Rathaus eingerichtet werden kann. Aktuell zeichnet sich eine Lösung im Laufe des Jahres ab, bei der wir den Besucherbereich der Tourist-Information verdoppeln können, um auch auf diese Weise eine Entspannung der räumlichen Situation und eine optimierte Gästeansprache zu erreichen.

Die Beantwortung der Fragestellungen in den Punkten 2 und 3 des Antrages sollten, so die einhellige Auffassung des Ausschusses, gemeinsam mit den im Tourismus tätigen Leistungsträgern erarbeitet und abgestimmt werden. Im Einzelnen waren folgende VertreterInnen der unterschiedlichen Gruppen eingebunden:

- Bischöfliches Ordinariat
- Einzelhandelsverband
- Historisches Museum der Pfalz
- 2 VertreterInnen des Gastgewerbes
- Leistungsgemeinschaft „Das Herz Speyer“
- Sea Life
- Technik Museum Speyer
- Tourist-Information
- Verkehrsverein Speyer e.V

Dieser Diskussions- und Abstimmungsprozess unter der Leitung des Fachbüros PROJEKT M fand in der Zeit von Sept. 2011 bis März 2012 statt. In fünf Sitzungsrunden wurden die Grundlagen für den nun vorliegenden Entwurf der Tourismusstrategie Speyer 2020 gemeinsam erarbeitet.

Die wesentlichsten Analyse-Ergebnisse finden Sie in der Anlage 1 (vgl. auch Abschlussbericht S 8 ff). Die in dieser Übersicht angedeuteten konkreten vier Handlungsfelder und zehn Leitprojekte gilt es nunmehr umzusetzen bzw. auf ihre Realisierbarkeit zu prüfen und nach Wegen zu suchen, die Maßnahmenpakete in angemessener Zeit und mit angemessenem Mitteleinsatz unter Einbeziehung möglichst vieler beteiligter touristischer Akteure umzusetzen.

Anlagen:

Anlage 1 zum Beschlussvorschlag Tourismusstrategie Speyer 2020

Zusammenfassung der wichtigsten Ergebnisse

Speyer hat vom Boom des Städte- und Kulturtourismus und Schlüsselansiedlungen im Freizeitbereich stark profitiert: Heute zählt Speyer jedes Jahr bis zu zwei Mio. Tagesgäste und 0,25 Mio. Übernachtungen. Tourismus ist damit ein hochgradig bedeutender **Wirtschaftsfaktor** in Speyer.

Darüber hinaus hat er eine hohe Bedeutung für die **Wohn-/ Lebensqualität** und damit für die Gewinnung und Bindung qualifizierter Arbeitskräfte sowie für das Standortmarketing.

Der **Tagestourismus** löst etwa 2/3 der **touristischen Umsätze** i.H.v. mehr als 80 Mio. p.a. in Speyer aus. Neben dem Gastgewerbe profitiert v.a. der Einzelhandel vom Tourismus. Die wirtschaftlichen Folgewirkungen des Tourismus sind jedoch derartig umfassend, dass sich der Nutzen über die der unmittelbaren Wertschöpfung folgenden nachgelagerten Wertschöpfungsstufen in alle Bereiche von Handel, Dienstleistung und Gewerbe erstreckt. Im **Tagestourismus** scheinen insbes. zu den Hochfrequenzzeiten die Belastungsgrenzen bei den wichtigen Schlüsselangeboten und –einrichtungen erreicht.

Die Entwicklung des **Übernachtungstourismus** verlief in den letzten Jahren außerordentlich positiv. Bis heute zeigt sich eine hervorragende Betten- und Zimmerauslastung. **Gleichwohl scheinen die Wachstumsgrenzen im gegenwärtigen Geschäftsmodell erreicht.** Das Wachstum der letzten Jahre kann bei konstanten Beherbergungskapazitäten nicht fortgesetzt werden. Es bestehen jedoch erhebliche ungenutzte Potenziale, insbes. durch **Erschließung ökonomisch attraktiver Zielgruppen.**

Der **Angebotsbesatz** im tagestouristischen und im Freizeitbereich in Speyer ist herausragend (Dom als international bekanntes Highlight, hervorragende Ausstattung mit kulturellen, kulturhistorischen und Freizeit-Einrichtungen, v.a. Historisches Museum der Pfalz Speyer, Sealife und Technik-Museum Speyer).

Basierend auf dieser Ausgangssituation ergeben sich, so der Abschlussbericht, für Speyer spezifische Chancen und Risiken. Die **Chancen** bestehen in der Erschließung ökonomisch attraktiver Zielgruppen – insbesondere angesichts des guten Angebotspotentials. Dies gilt im Tagestourismus, aber v.a. im Übernachtungstourismus, etwa im Bereich Städte- und Kulturtourismus, in der verstärkten Bearbeitung internationaler Quellmärkte, die intensivere Erschließung der Potenziale in bisherigen Nebensaisonzeiten, die Weiterentwicklung des Angebotes unter Einbindung des regionalen Umfelds als Tor zur Pfalz und zur Kurpfalz.

Die **Risiken** bestehen im Einsetzen einer bereits an mehreren vergleichbar tagestouristisch attraktiven Standorten aufgetretenen, schleichenden Abwärtsspirale in Bezug auf Qualität und Service. In dem Maße, wie Mitnahmeeffekte an der bestehenden starken Nachfrage die Oberhand gewinnen, unterbleiben mittel- und langfristige **Investitionen in ein qualitätsvolles Angebot** auf Seiten der Anbieter. Tendenzen in diese Richtung finden sich bereits heute mitunter im Angebot von Gastgewerbe und Einzelhandel.

Diesem ernst zu nehmenden Risiko gilt es deutlich entgegen zu wirken, indem mit den

Möglichkeiten der Stadt konsequent strategisch gegengesteuert wird. Die Möglichkeiten bestehen, ausgehend von der hier vorliegenden Tourismusstrategie 2020, in der Umsetzung weiterer **impulsgebender Investitionen in die touristische Infrastruktur** in den beiden Schlüsselbereichen Innenstadt und Rheinlage sowie in der **Umsetzung einer auf Qualitätsgewinnung und –sicherung** ausgerichteten Marktbearbeitung zur Erschließung ökonomisch attraktiver Zielgruppen.

Vor diesem Hintergrund wurde die Tourismusstrategie 2020 für Speyer auf die **Gewinnung ökonomisch attraktiver Zielgruppen** ausgerichtet. Zu diesem Zweck sollen folgende **strategische Ziele** erreicht werden:

- Positionierung im Städte-/Kulturtourismus,
- Ausbau der Wertschöpfung pro Gast,
- Ausgleich touristischer Frequenzen / Saisonunabhängigkeit und Steigerung des Tourismusbewusstseins sowie
- der Beteiligungskultur.

Strategische Wege zur Zielerreichung wurden ebenfalls definiert:

- klare Schwerpunktsetzung der Marktbearbeitung auf das angestrebte Profil, auf ausgewählte Schlüsselthemen und –zielgruppen,
- signifikante Qualitätsverbesserung in touristischen und tourismusnahen Bereichen,
- Ausbau des freizeit- und urlaubsmotivierten Übernachtungstourismus,
- Gewinnung internationaler Gäste und
- Verbesserung der Organisations- und Finanzierungsstrukturen in Speyer.

Als Schlüsselzielgruppen für die künftige Ausrichtung Speyers wurden übernachtungstouristische Zielgruppen,

- anspruchsvolle Best Ager
- und Kulturkenner – sowohl aus nationalen, verstärkt jedoch auch aus
- internationalen Quellmärkten

definiert. Um diesen Zielgruppen ein attraktives Speyer-Erlebnis zu bieten, sollen Kultur, Kulinarik, Shopping sowie Aktiv-Angebote miteinander vernetzt werden. Bei der Entwicklung von Angeboten und Produkten sowie im Marketing sollen die Angebotspotenziale des regionalen Umfelds ebenfalls einbezogen werden.

Neben einer umfassenderen Liste von Projekten und Maßnahmen in den vier Bereichen:

- „Marktauftritt und Marktbearbeitung“,
- „Produkt & Angebotsentwicklung“,
- „Stadtentwicklung /Touristische Infrastruktur“ sowie
- „Organisation & Finanzierung“

wurden insgesamt **zehn Leitprojekte** definiert und vertieft ausgearbeitet. Diese Leitprojekte sollen alle geprüft und die entsprechende Grundlagenplanung für die Umsetzung in die Wege geleitet werden.

Anlage 2 Empfehlungen der Tourismusstrategie Speyer 2020
(Zusammenfassung)

Handlungsfeld 1: Profilierung der „Marke Speyer“ nach innen und außen

Leitprojekt 1: Sicht- und nutzbares Corporate Design
(u.a. Definition der „Marke Speyer“, Weiterentwicklung der gegenwärtigen Gestaltung, wichtiger, grundlegender Schritt zur Umsetzung der gesamten Tourismusstrategie)

Prüfauftrag: Klärung der inhaltlichen Umsetzung und Finanzierbarkeit im Beirat für Tourismus

Leitprojekt 2: Entwicklung eines eigenen Internetauftritts der Tourist-Info bzw. Relaunch des derzeitigen Auftritts
(u.a. leichte, intuitive Navigation, online-Buchbarkeit, Einbindung Mobiler Services, Vernetzung mit den Leistungsträgern)

Prüfauftrag: Umsetzung und Finanzierbarkeit sollen im Beirat für Tourismus erörtert werden.

Handlungsfeld 2: Reiseanlässe für ökonomisch attraktive Zielgruppen entwickeln

Leitprojekt 3: Umsetzung eines Veranstaltungs- und Eventkonzeptes
(u.a. Vernetzung von Veranstaltungen, Entwicklung von Regeln für das Veranstaltungsmarketing, qualitative Weiterentwicklung einzelner Veranstaltungen, Ticketing)

Zustimmende Kenntnisnahme und Weiterleitung an den Beirat für Tourismus

Leitprojekt 4: Ausbau der Speyerer Portalfunktion „zur Pfalz und Kurpfalz“
(Qualitative und quantitative Veränderungen der eigenen Aktivitäten und Maßnahmen bei Angebotsgestaltung und Vermarktung)

Zustimmende Kenntnisnahme und Weiterleitung an den Beirat für Tourismus.

Handlungsfeld 3: Konsequente Inwertsetzung der Städtischen Potentiale

Leitprojekt 5: Rheinlage der Stadt als touristisches Entwicklungspotential nutzen
(u.a. Verbesserung der Infrastruktur an den Rheinsteigern, Ergänzungsmöglichkeiten für weitere Steiger prüfen)

Zustimmende Kenntnisnahme und Prüfauftrag an die Verwaltung: Optimierung der Rheinpromenade sowie Ergänzung um einen weiteren Steiger

Leitprojekt 6: Bestandspflege, Ansiedlungsmanagement und Aktualisierung des Innenstadtentwicklungskonzepts (u.a. innerstädtische Vernetzung und Anbindung der Attraktionen durch Ausbau der Informations- und Leitsysteme, Aufbau von Services für die verschiedenen touristischen Zielgruppen)

Zustimmende Kenntnisnahme und Weiterleitung zur Erörterung in der Verwaltung und im Beirat für Tourismus.

Handlungsfeld 4: Nachhaltige tragfähige Organisations- und Finanzierungsstrukturen

Leitprojekt 7: Beteiligungsfähige Marketing- und Mediaplanung (u.a. Beteiligung und Einbindung der Anbieter, detaillierte Beschreibung jeder Maßnahme)

Zustimmende Kenntnisnahme und Weiterleitung zur Bearbeitung im Beirat für Tourismus

Leitprojekt 8: Serviceinitiative: Kooperations- und Beteiligungskriterien (Entwicklung von Qualitäts- und Beteiligungskriterien für das touristische Marketing, Besserstellung von aktiven teilnehmenden Anbietern im Basismarketing und bei zusätzlichen Marketing-Aktivitäten)

Zustimmende Kenntnisnahme und Weiterleitung zur Bearbeitung im Beirat für Tourismus

Leitprojekt 9: Weiterentwicklung der Organisationsstrukturen

Entwicklung des gegenwärtigen Arbeitskreises für Tourismus zu einem vom Stadtrat gewählten Beirat für Tourismus mit kommunaler Anbindung und klarer Aufgabenstellung, u.a.:

- operative Abwicklung der Aufgaben „Vermarktung und Vertrieb“ bleibt bei der Tourist-Information
- Übertragung der Aufgabe „ständige Koordination / Management / Umsetzungssteuerung / Abstimmung der Tourismusedwicklung“ durch den Ausschuss für Tourismus (weitere Aufgaben sind im Beirat für Tourismus zu diskutieren)
- Berichtspflicht gegenüber dem Ausschuss für Tourismus
- Zusammensetzung des Beirates (jeweils mit Stimmrecht)
 - 2 Vertreter Gastgewerbe (Hotellerie, Gaststätten)
 - 3 x Freizeitbetriebe/Museen
 - 1 x Stadtverwaltung (TI)
 - 1 x Einzelhandelsverband

- 1 x Leistungsgemeinschaft
- 1 x Domkapitel
- 1 x Ev. Landeskirche
- 1 x Verkehrsverein

Die Auswahl der Persönlichkeiten erfolgt durch die entsendende Einrichtung. Der Beirat wählt alle zwei Jahre aus seiner Mitte eine Vorsitzende/ einen Vorsitzenden. Fallweise können weitere TeilnehmerInnen als beratende Mitglieder eingeladen werden.

Die Verwaltung wird beauftragt, die Voraussetzungen für die Einrichtung und die Wahl des Beirates für Tourismus zu schaffen.

Leitprojekt 10: Entwicklung einer stabilen Tourismusfinanzierung

Grundsätzliche Feststellung:

Die Mittelausstattung der Tourist Information Speyer ist angesichts der zugeordneten Aufgaben, der Entwicklung der letzten Jahre und der Anforderungen durch die Umsetzung des Tourismuskonzeptes zu gering.

Schlussfolgerung:

Der für Speyer als richtig erachtete Weg zur Umsetzung einer nachhaltig tragfähigen Tourismusfinanzierung ist die Einführung einer Fremdenverkehrsabgabe sowie die Umsetzung von fallweisen / anlassbezogenen Mitfinanzierungen durch die Leistungsanbieter (vgl. auch Tourismusstrategie Speyer 2020, S. 99).

Die Verwaltung wird beauftragt, eine Satzung über die Erhebung eines Fremdenverkehrsbeitrages in der Stadt Speyer aufzustellen (Gültigkeit ab 1.1.2013).