

Sitzung:	Klicken Sie hier, um Text einzugeben.	TOP Nr. wird von 110 ausgefüllt
<input checked="" type="checkbox"/> Anfrage <input type="checkbox"/> Antrag der	SWG-Fraktion vom 24. Sep. 2024	
Gegenstand:	Maßnahmen zur Erhöhung der Übernachtungszahlen pro Besucher	
Berichterstatter(in):	Jörg Dörr	
Fachbereich/Abteilung:	FB 3 / 310	
Bearbeitungsaufwand:	180 Minuten, 11 BesGr/EGr	Abt. 310
	Minuten,	BesGr/EGr Abt.
	Minuten,	BesGr/EGr Abt.

Nr.	Frage/Inhalt:	Maßnahmen zur Erhöhung der Übernachtungszahlen pro Besucher - Welche Maßnahmen plant die Wirtschaftsförderung und das Tourismusmanagement um diese Zahl strategisch in den nächsten Jahren zu erhöhen?
Antwort		
Grundsätzliches und Rahmenbedingungen:		
<ul style="list-style-type: none"> • Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer von Übernachtungsgästen in Speyer von 1,75 Nächten resultiert aus der Erhebung des Statistischen Landesamtes RLP. Hier werden nur die Übernachtungen in Betrieben ab 10 Betten und Wohnmobilstellplätze ab 10 Stellplätzen erfasst. • Übernachtungen in Privatunterkünften und Ferienwohnungen/-häusern sind nicht erfasst und entsprechend nicht in den Durchschnittswert eingerechnet. • Die Statistik unterscheidet nicht zwischen gewerblich reisenden und freizeitmotivierten Gästen. Für Speyer liegen keine belastbaren Zahlen zur Verteilung vor. <ul style="list-style-type: none"> ○ Annahme: Anzahl der gewerblich reisenden und der freizeitmotivierten Gäste ist gleich groß. ⇒ Erhöhung der durchschnittlichen Aufenthaltsdauer aller Gäste um z.B. 0,5 Nächte bedarf der Erhöhung der Aufenthaltsdauer einer einzelnen Gästegruppe um 1 Nacht. • Maßnahmen zur Erhöhung der Aufenthaltsdauer müssen nach Reisemotivation unterschieden werden. • zur Info: Ø Aufenthaltsdauer in Nachbardestinationen und nach Beherbergungsarten (2023) <ul style="list-style-type: none"> ○ Stadt Mainz 1,65; Stadt Landau 1,9; Stadt Trier 1,9; Stadt Neustadt/Wstr. 2,08 ○ LK Germersheim 2,47; LK Südwestpfalz 2,5; LK Düw 2,56; LK Süw 2,71 ○ Pfalz 2,39; Rheinland-Pfalz gesamt 2,6 ○ nach Beherbergungsart (je RLP gesamt) Hotels 2,0; Camping-/Reisemobilplätze 2,97; Ferienwohnung/-haus 4,31 ⇒ zu erkennen ist ein relativ großer Unterschied zwischen urbanen und ländlichen Destinationen sowie zwischen den Beherbergungsarten ⇒ Speyer liegt mit 1,75 im unteren Mittelfeld der urbanen Destinationen • Marketingmaßnahmen kosten Geld. <ul style="list-style-type: none"> ○ Das frei verfügbare Marketingbudget der TI Speyer für das Jahr 2025 beläuft sich auf nur ca. € 7.500 (Print, online, Bloggerevent). Die eingestellten Beträge für die Städtekooperation RLP, für Unesco und Pfalz.Touristik können den Marketingmitteln zugerechnet werden. Diese sind aber Fixkosten. 		

- ⇒ Frage muss lauten: Welche Maßnahmen sind unter den Gegebenheiten realistisch umzusetzen und welchen Effekt kann das bewirken?

Freizeitmotiviert reisende Gäste

Einschränkende Faktoren für die Erhöhung der Aufenthaltsdauer freizeitmotiviert reisender Gäste allgemein und in Speyer speziell:

- Der Trend beim Reisen geht seit Jahren hin zu kürzeren Reisen, dafür öfters.
 - meist eine Haupturlaubsreise (>10Nächte) im Jahr, dazu eher drei oder vier kürzere Reisen (<3Nächte) statt eine längere Zweiturlaubsreise (>6 Nächte)
- Speyer ist ein Städtereisenziel (Zielgruppe kulturell interessierte Kleinstadtgenießer)
 - Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer für Städtereisende ist per se geringer als in Haupturlaubs- oder Naturreisezielen.
- Speyer ist eine attraktive mittelgroße Stadt, doch die Hauptattraktionen sind im zeitlichen Rahmen von zwei Besuchstagen bei einer Übernachtung zu erleben.
- Das Quellgebiet potenzieller Übernachtungsgäste mit einem längeren Aufenthaltsfenster ist sehr groß, eine Kontaktaufnahme mit hohem Aufwand und Streuverlusten verbunden.

Möglichkeiten zur Erhöhung der Aufenthaltsdauer für freizeitmotiviert reisende Gäste:

- Anreiz zur Aufenthaltsverlängerung durch stärkeren Einbezug der Umgebung in die Bewerbung Speyers - "Speyer ist keine Insel".
- Stärkung der Bemühungen um Gäste mit flexibler Reisedauergestaltung, z.B.
 - wertschöpfungsstarke Gästegruppe der Wohnmobilreisenden
 - aktive Naturgenießer (Fokus Radfahrer)

mögliche Maßnahmen (städtisch):

- Einbezug der Umgebung als Anreiz zur Aufenthaltsverlängerung
 - B2C-Newsletter regelmäßig mit Informationen zur Umgebung anreichern
 - Regelmäßig bei Instagram-Posts auch auf Umgebung eingehen
 - mit neuer touristischer Homepage Schwerpunkt auf Attraktivität der Umgebung setzen (in Arbeit)
 - konkrete Tourenvorschläge mit Ausgangs- und Endpunkt Speyer erarbeiten (dazu fixe Anlaufstellen mit Benefit akquirieren)
- Kooperation mit Partnern, um mit größerem Budget gemeinsam überregional agieren zu können (wird gemacht)
 - Pfalz.Touristik
 - Städtekooperation RLP (ehemals Romantic Cities, bedient auch Quellgebiet NL/B)
 - Unesco Deutschland e.V. (Speyer seit 2024 im Marketingbeirat, auch ausgewählte Auslandsmärkte)
- Gästegruppe Wohnmobilisten
 - Ausweisung eines zusätzlichen, attraktiven Stellplatzes in der Stadt (politischer Wille notwendig, auch Privatinitiativen prüfen)
 - Ver- und Entsorgung beim Stellplatz nicht unbedingt notwendig
 - Kontakt zur Zielgruppe ist ohne große Streuverluste möglich
- Gästegruppe Radfahrer - Speyer als zentralen Ausgangspunkt für Radtouren etablieren
 - Radinfrastruktur stärken (politischer Wille notwendig, Etat im FB 5)
 - Projekt Radreiseregion "Vom Rhein zum Wein" vorantreiben (wenig lokale Einflussmöglichkeit)
 - Weitere Rundtoureenvorschläge erarbeiten (Pfalz, Kurpfalz, Aufgabe der TI)
- „Hausaufgaben“ machen
 - Erfassung der für den Gast relevanter touristischer Daten ausweiten und touristische Datenqualität weiter optimieren (Aufgabe der TI)
- Jährliche Feedbackrunde Hotels - TI - WiFö zur Abstimmung der gegenseitigen Bedarfe

mögliche Maßnahmen (betrieblich):

- Konkrete und prominent platzierte Hinweise auf POIs der Stadt und attraktive Umgebung sowie Veranstaltungen bei der Präsentation des Beherbergungsbetriebes im Internet
- ggfs. konkrete Tourenvorschläge der TI übernehmen
- stärkere Preisdifferenzierung bei längeren Aufenthalten
- zielgruppengerechte Angebote schaffen/stärken
 - z.B. Radverleih, Bett & Bike-Gütesiegel
- Teilnahme am regionalen Gästekartensystem „PfalzCard“ inkl. freie ÖPNV-Nutzung im VRN-Gebiet
 - quasi durchlaufende Kosten, aber mit Auswirkung auf den Übernachtungspreis.

Fazit Maßnahmen zur Erhöhung der Aufenthaltsdauer freizeitmotiviert reisender Gäste

Mit eigenen Mitteln sind keine Maßnahmen einkaufbar. Der Fokus muss auf der Nutzung und dem Ausbau der Instrumente liegen, die lokal zur Verfügung stehen. Dieses Vorgehen entspricht auch der Tourismusstrategie des Landes RLP. Die Tourismusstrategie weist den einzelnen Ebenen im RLP - Tourismus explizit Aufgaben zu. Überregionales Marketing ist dabei auf der Regions- und Landesebene verortet. Es gilt, das Potenzial und die Strahlkraft von „Dachmarken“ (Unesco, Pfalz) und gemeinsame Maßnahmen mit starken Partner wie Trier, Mainz und Koblenz zu nutzen, um die Angebote Speyers nach außen zu tragen.

Eine Prüfung, ob alle Möglichkeiten ausgeschöpft sind, ist auch auf betrieblicher Seite notwendig.

Gewerblich reisende Gäste

Die Aufenthaltsdauer der gewerblich reisenden Gäste ist abhängig vom gewerblichen Reiseanlass sowie dem Budget der buchenden Firmen und nur sehr bedingt durch Marketingmaßnahmen zu beeinflussen. Hier bestehen eher Möglichkeiten, das Aufenthaltsvolumen an sich zu erhöhen.

Einschränkende Faktoren für die Erhöhung der Aufenthaltsdauer gewerblich reisender Gäste allgemein und in Speyer speziell:

- Budget für Geschäftsreisen ist begrenzt, Geschäftsreisenvolumen an sich stagniert
- Der Reiseanlass ist nur hinsichtlich Tagungen zu beeinflussen, aber
 - Tagungsräumlichkeiten für größere Gruppen sind in Speyer begrenzt.
 - Bettenkapazität der einzelnen Häuser ist für größere Gruppen beschränkt
 - Angebot an Tagungsräumlichkeiten in der Region Rhein-Neckar hingegen ist sehr groß, Hotel- und Tagungskapazitäten z.B. in Mannheim haben sich immens erhöht

Möglichkeiten zur Erhöhung der Aufenthaltsdauer für gewerblich reisende Gäste:

- Bleisure Reisen - Verknüpfung / Integration von Freizeit in Geschäftsreisen
 - die Dienstreise privat verlängern für Aktivitäten wie Sightseeing, Besuche bei Freunden oder Familien
 - mit Partner*in oder Familie auf eine Geschäftsreise antreten
- Workation / Bizcation – Arbeitnehmer verrichten ihre Arbeit nicht am üblichen Arbeitsplatz

mögliche Maßnahmen (städtisch):

- Zusammenarbeit zwischen TI und WiFö intensivieren
- Geschäftsreisen als separate Rubrik in der touristischen Internetpräsentation berücksichtigen
 - ist jedoch nicht primäre Recherchequelle für Organisatoren
- vorgefertigte Vorschläge für Ausflugs-/Abend-/Anschlussprogramme anbieten

mögliche Maßnahmen (betrieblich):

- dito Maßnahmen für freizeitmotivierte Gäste
 - Hinweise auf POIs der Stadt, attraktive Umgebung, Veranstaltungen im Internet
 - vorgefertigte Vorschläge
- preislich attraktive „Verlängerungsnächte“ für Bleisure-Reisen
- Übernachtungsmöglichkeiten schaffen, die auf das tägliche Arbeiten ausgelegt sind

- Highspeed WLAN, EDV-Infrastruktur, komfortable Arbeitsmöglichkeiten (ggfs open air)

Möglichkeiten zur Erhöhung des Aufenthaltsvolumens gewerblich reisender Gäste

- Identifikation von Geschäftsreisezielen mit geringer Beherbergungskapazität bzw. größere Firmen, an denen Speyer näher liegt als die Rhein-Neckar-Region
 - z.B. Hockenheimring
- Identifikation von Terminen, zu denen die Kapazitäten des Mitbewerbs knapp werden
 - z.B. Großveranstaltungen
- Teilnahme am „Convention bureau“ der Rheinland-Pfalz Tourismus GmbH
 - zu prüfen, da zentrale Tagungsinfrastruktur im Vergleich zu den Angeboten der anderen teilnehmenden Städte nicht adäquat ausgeprägt.

mögliche Maßnahmen (vorwiegend betrieblich):

- gezielte Kontaktaufnahme zu Firmen oder zentralen bzw. vermittelnden Institutionen
 - erste Initiative auch durch WiFö denkbar
- individuelle B2B-Kooperationsvereinbarungen auch mit speziellen Übernachtungsraten
- Einräumen von Provisionen gegenüber vermittelnden Institutionen
- Prüfen der Beteiligungskonditionen am Convention Bureau RLP (durch TI)

Fazit Maßnahmen zur Erhöhung der Aufenthaltsdauer gewerblich reisender Gäste:

Die Einflussmöglichkeiten von städtischer Seite sind beschränkt. Die Präsentation der Möglichkeiten zur Aufenthaltsverlängerung sind aber sicherlich weder von städtischer noch von betrieblicher Seite ausgeschöpft.

Eine nennenswerte Erhöhung der Aufenthaltsdauer gewerblich reisender Gäste ist durch städtische Initiativen kaum zu erreichen.

Nr.	Frage/Inhalt: <i>Klicken Sie hier, um Text einzugeben.</i>
-----	--

Antwort

Klicken Sie hier, um Text einzugeben.

(die beiden Zeilen: Nr./Antwort sind beliebig kopierbar für mehrere Fragen bzw. löschar bei nur einer Antwort)

.

■