Stadt Ravensburg

Sitzungsvorlage DS 2019/052

Amt für Tourismus und Stadtmarketing
Andreas Senghas
Katja Möthe
Patricia della Monica
(Stand: **12.02.2019**)

Mitwirkung:

Aktenzeichen:

Bildungs- und Kulturausschuss
öffentlich am 25.02.2019

Stadtmarketing- und Tourismuskonzeption – Festlegung des Verfahrens

Beschlussvorschlag:

1. Der Bildungs- und Kulturausschuss stimmt dem Verfahren zu.

2. Die Verwaltung wird beauftragt, an Hand eines Pflichtenheftes als Ausschreibungsbestandteil drei bis fünf Agenturen zur Angebotsabgabe aufzufordern.

Sachverhalt:

Stadtmarketing- und Tourismusstrategien sind einer ständigen strategischen wie auch operativen Anpassung unterworfen. Mit der Zusammenführung der beiden Abteilungen Tourismus und Stadtmarketing zu einem Amt zum 1. April 2018 war und ist zukünftig geplant, Kooperationen zu fördern, Synergien in der Bewerbung der Stadt zu nutzen und die Stadt zukünftig als Ganzes zu vermarkten.

Darüber hinaus haben sich die Rahmenbedingungen im Tourismus und im Einzelhandel in Ravensburg in den letzten Monaten und Jahren nicht unwesentlich verändert: Der Handel ist u.a. aufgrund eines sich veränderten Konsumverhaltens der Kunden, dem damit einhergehenden zunehmenden Online-Umsatzanteil und erforderlichen Digitalisierungsprozessen der Einzelhändler deutschlandweit mehr denn je im Wandel.

Die aus dem letzten Tourismusgutachten 2001 empfohlenen Maßnahmen sind mittlerweile alle umgesetzt. Künftige Themenfelder und Zielgruppen sind zu analysieren und darauf aufbauende Marketingmaßnahmen zu entwickeln. Um sich im ständigen Wettbewerb zu positionieren ist eine strategische Ausrichtung – auch unter Benennung der Alleinstellungsmerkmale – gemeinsam mit den Leistungsträgern zu definieren. Darüber hinaus wird sich die Bettenkapazität in den Jahren 2020 bis 2022 auf rund 1.200 Betten verdoppeln, welches zu entscheidenden Veränderungen im Übernachtungstourismus führt.

Während die Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes durch das Büro Dr. Donato Acocella im Jahr 2018 den steuerungspolitischen Rahmen der Einzelhandelsentwicklung als Instrument der Stadtplanung abbildet, empfiehlt die Stadtverwaltung, in einem breit angelegten Prozess, die strategische Ausrichtung im Stadtmarketing von externer Sicht prüfen zu lassen, um damit neue Impulse für die operative wie auch strategische Arbeit der "Initiative Ravensburg" (Stadt und Wirtschaftsforum Pro Ravensburg) zu erhalten.

Ein Prozess, der die Attraktivität der Stadt Ravensburg im Wettbewerb mit anderen Städten steigern soll, muss an den vorhandenen Defiziten, an besonderen Stärken und erfolgsversprechenden Potentialen ansetzen. Mit Stärken-/ Schwächen- bzw. Imageanalysen soll in der Konzeption hinterfragt werden, für was Ravensburg in der Außenwahrnehmung steht.

Das zu beauftragende Stadtmarketing- und Tourismuskonzept soll stark praxis- bzw. umsetzungsorientiert ausgerichtet sein und Profilthemen, Handlungsfelder sowie dazugehörige Maßnahmen (unterteilt nach kurz-, mittel- und langfristigen Maßnahmen für einen Zeithorizont von mindestens fünf Jahren) für die Bereiche Stadtmarketing und Tourismus beinhalten.

Bei der Konzepterarbeitung sollen u.a. die Leistungsträger aus den Bereichen Hotellerie und Gastronomie, Freizeiteinrichtungen, das Wirtschaftsforum Pro Ravensburg und weitere Vertreter des Einzelhandels aktiv eingebunden werden, um das know how vor Ort zu nutzen, deren Erwartungshaltungen zu er-

mitteln, um darauf aufbauend passgenaue Maßnahmen ableiten zu können. Darüber hinaus sollen auch weitere ämterübergreifende Kooperationen mit den jeweiligen Fachämtern der Stadtverwaltung geprüft werden.

In einem Bieterverfahren sollen zwischen drei bis fünf für diese Aufgabenstellung spezialisierte Agenturen zur Angebotsabgabe aufgefordert werden. Auf Grundlage der Vergabeunterlagen fordert der Auftraggeber den Bieterkreis auf, ein Angebot, verbunden mit einer ersten Ideenskizze, einzureichen.

In der Sitzung des Bildungs- und Kulturausschusses am 24. Juni 2019 sollen sich letztendlich zwei Agenturen vor dem Gremium präsentieren. Die Vorauswahl dieser beiden Agenturen erfolgt in Abstimmung mit dem Ersten Bürgermeister Simon Blümcke über das Amt für Tourismus und Stadtmarketing.

Die Auftragsvergabe soll an Hand der Kriterien Agenturvorstellung bzw. Gesamteindruck der Bewerbung (zu 40%), des Angebotspreises (zu 40%) und der angegebenen Referenzen (zu 20%) erfolgen. Die Auftragsvergabe steht unter dem Vorbehalt der Genehmigung des Haushalts 2019.

Im Haushalt 2019 sind für die Einarbeitung der Stadtmarketing- und Tourismuskonzeption unter der Kostenstelle: 5750770083, Kostenart: 42711100 sowie Kostenstelle: 5750730083, Kostenart: 42711100 40.000 € eingestellt worden.

Kosten und Finanzierung:

Einmalige Kosten (Beschaffungs-/Herstellungskosten, abzügl. Zuschüsse, Beiträge usw.)	
	€ 40.000

Laufende Kosten (u. a. Personal-, Sachkosten, abzüglich zu erwartende Einnahmen)	
	€

Mittelbereitstellung im Haushalt
Ergebnishaushalt: Kostenstelle: 5750770083, Kostenart: 42711100 (20.000 €)
Ergebnishaushalt: Kostenstelle: 5750730083, Kostenart: 42711100 (20.000 €)