

Sitzungsvorlage 2020/001

Verfasser:
Amt für Tourismus und Stadtmarketing, Andreas Senghas, Patricia della
Monica

Stand: 19.12.2019

Az.

Beteiligung:

Eugen Müller, Wirtschaftsforum Pro Ravensburg

Bildungs- und Kulturausschuss	10.02.2020	öffentlich
-------------------------------	------------	------------

Bereitstellung des städtischen Anteils am Budget der "Initiative Ravensburg"

Beschlussvorschlag:

Die Projekte der "Initiative Ravensburg" werden im Jahr 2020 fortgesetzt.

Mittel hierfür sind im Haushaltsplan 2020, Kostenstelle 5750770083, Sachkonto 43180000 in Höhe von 60.000 € bereitgestellt. Jedoch stehen diese noch unter dem Vorbehalt der Genehmigung des Haushaltes 2020 durch das Regierungspräsidium Tübingen.

Das Wirtschaftsforum Pro Ravensburg bringt einen Anteil von 20.000 € ein.

Mit der Abwicklung der Projekte wird die Stadtmarketing GmbH Ravensburg beauftragt.

Der Betrag wird in Raten an die Stadtmarketing GmbH Ravensburg ausbezahlt.

Sachverhalt:

Der inhaltliche Fokus des Stadt- und Citymanagements hat sich im Verlauf der letzten Jahre in allen Städten Deutschlands, unabhängig von der Stadtgröße, deutlich gewandelt.

Das Spektrum der Aufgabenfelder des Ravensburger Stadtmarketings bzw. der "Initiative Ravensburg" umfasst Strategieprozesse, Veranstaltungsorganisation und -durchführung, allgemeines bzw. veranstaltungsspezifisches Marketing, Digitalisierungsthemen und Maßnahmen zur Steigerung der Aufenthaltsqualität. Hierfür ist eine intensive Netzwerkarbeit zwischen den Innenstadtakteuren aus Handel, Gastronomie und Dienstleistung sowie der Stadtverwaltung und des Wirtschaftsforums Pro Ravensburg erforderlich. Seit Frühjahr 2019 wurde zudem das städtische Marktamt dem Amt für Tourismus und Stadtmarketing zugeordnet, so dass das Aufgabenfeld dort durch die Planung und Durchführung sämtlicher Märkte erweitert wurde.

Neben diesen operativen Aufgaben des Stadtmarketings liegt ein immer stärkerer Fokus heutzutage in der strategischen Ausrichtung, beispielsweise darin, Trends und Zukunftsthemen, die für die Profilierung und Weiterentwicklung einer Stadt in stadtmarketingrelevanten Themen von Bedeutung sind, zu identifizieren und die Maßnahmen konsequent darauf auszurichten.

Für das Amt für Tourismus und Stadtmarketing wird derzeit eine Gesamtstrategie unter Beteiligung des Wirtschaftsforums Pro Ravensburg, Unternehmen aus dem Einzelhandel, der Hotellerie und Gastronomie sowie Vertretern aus der Kultur und dem Sport erarbeitet. Als externe Agenturen wurden hiermit die imakomm AKADEMIE GmbH sowie Kohl & Partner Consulting beauftragt. Dieser Strategieprozess soll zum Jahresende 2020 abgeschlossen sein und in eine Stadtmarketing- und Tourismuskonzeption mit einer klaren Profilierung bzw. Markenbildung der Stadt, Benennung von strategischen Handlungsfeldern und einem Maßnahmenkatalog für die kommenden fünf bis zehn Jahre münden.

Weitere Aufgabenfelder, Projekte und Maßnahmen des Stadtmarketings bzw. der "Initiative Ravensburg" im Jahr 2020 sind u.a.:

- Planung, Durchführung und Bewerbung von Veranstaltung zur Frequenzsteigerung (bspw. zwei verkaufsoffene Sonntage, eine lange Einkaufsnacht, Christkindlesmarkt, Kunst- und Handwerkermarkt, Heimspiel Medienmacher, Osteraktion, Jazz in town, Neukonzeption eines Gastronomieevents für das Jahr 2021, Mitarbeit in der Arbeitsgruppe "Ravensburg spielt")
- Weiterentwicklung des Branchenmixes und Leerstandsmanagements in Kooperation mit lokalen, überregional bzw. national tätigen Immobilienmaklerbüros sowie Kontaktpflege zu Expansionsabteilungen aus den Bereichen Einzelhandel, Gastronomie und Dienstleistung
- Maßnahmen zur Aufenthaltsqualitätssteigerung (Beispiel neue Weihnachtsbeleuchtung in der Ober- und Unterstadt in 2019)
- Baustellenmanagement und -marketing in Kooperation mit den Fachbehörden (Tiefbauamt sowie Architektur- und Gebäudemanagement) im Zuge der Maßnahmen Gespinstmarkt und Bauhütte
- Unterstützung von Digitalisierungsprozessen bei Unternehmen (v.a. im Handel) durch Schulungs- und Beratungsangebote
- Mitarbeit bei der Konzepterstellung und Umsetzung des digital erweiterten Stadtrundganges als Leuchtturmprojekt der städtischen Digitalisierungsstrategie (Projektleitung im Bereich Tourismus, Katja Möthe)
- weiterer Ausbau des Online-Marketings für die Stadt im Sinne eines crossmedialen Marketings (Facebook und Instagram-Kanal "visit ravensburg")

- vielseitige Marketingmaßnahmen (veranstaltungsbezogenes Marketing, Magazin Ravensburg erLEBEN, Einkaufsführer, etc.)
- Quartiersmanagement und Netzwerk-Treffen (bspw. Unterstadt-Treff, Kreativfrühstück, Handelsabende)
- Betreuung von Standortanalysen (bspw. IFH Studie Vitale Innenstädte 2020)
- etc.

Kosten und Finanzierung:

Siehe Beschlussvorschlag

Anlage/n:

Keine Anlagen