

Sitzungsvorlage 2023/096

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

Stand: 04.04.2023

Az.

Beteiligung:

Ausschuss für Kultur, Tourismus und Stadtmarketing	17.04.2023	öffentlich
--	------------	------------

Bereitstellung des städtischen Anteils am Budget der "Initiative Ravensburg"

Beschlussvorschlag:

Die Projekte der "Initiative Ravensburg" werden in den Jahren 2023 ff fortgesetzt.

Mittel hierfür sind im Haushaltsplan für die Jahre 2023 und 2024, Kostenstelle 5750770083, Sachkonto 43180000 in Höhe von 60.000 € bereitgestellt. Jedoch stehen diese noch unter dem Vorbehalt der Genehmigung des Doppelhaushaltes 2023/2024 durch das Regierungspräsidium Tübingen.

Das Wirtschaftsforum Pro Ravensburg bringt jährlich 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.

Ein erneuter Jahresbericht zu den Aktivitäten der Initiative Ravensburg soll im Frühjahr 2026 vorgestellt werden (nachfolgend im 3-Jahres-Turnus).

Sachverhalt:

Im Verlauf der letzten Jahre hat sich das Aufgabenprofil des Stadtmarketings wesentlich verändert bzw. erweitert. Neben den klassischen Stadtmarketingaufgaben wie bspw. der Veranstaltungsorganisation und –durchführung, dem allgemeinen bzw. veranstaltungsspezifischen Marketing zur Frequenzsteigerung in den Innenstädten, der Netzwerkarbeit mit den Innenstadtakeuren aus Handel und Gastronomie, Kultur, Sport etc. kamen in den letzten Jahren bspw. Digitalisierungsprojekte, Maßnahmen zur Steigerung der Aufenthaltsqualität (mobiles Grün, Kunst im öffentlichen Raum, Ausbau des Stadtmobiliars) und das Leerstands- und Ansiedlungsmanagement als zusätzliche Aufgaben des Stadtmarketings bzw. der "Initiative Ravensburg" hinzu. Die Aufgabe des Citymanagements ("Kümmererfunktion") erfordert aufgrund der Transformationsprozesse in der Innenstadt und der Baustellensituationen des weiteren deutlich höhere zeitliche und personelle Ressourcen als noch vor einigen Jahren.

Nach der Umsetzung verschiedenster Sonderprojekte im Rahmen des "12 Punkte-Programms" und des Programms "Zukunft Altstadt" in den Jahren 2021 und 2022 (siehe Bericht am 13.02.2023 im KTS) sollen auch in den Folgejahren weitere Maßnahmen zur Stärkung der Innenstadt aus Mittel der "Initiative Ravensburg" und dem städt. Stadtmarketingbudget umgesetzt werden, um die Funktionsvielfalt, den Branchenmix und letztendlich die Attraktivität der Innenstadt als Einkaufs- und Erlebnisstadt zu erhalten bzw. zu sichern.

Projekte und Maßnahmen des Stadtmarketings bzw. der "Initiative Ravensburg" im Jahr 2023 sind u.a.:

- Planung, Bewerbung und Durchführung von Veranstaltung zur Frequenzsteigerung in der Innenstadt:
 - verkaufsoffener Sonntag mit Mobilitätstag am 26.3.,
 - Ostermarkt mit Kreativwerkstatt am 8.4.,
 - Flohmarkt am 20.5.,
 - Weinfest "Brot und Wein" vom 6. bis 10.6.,
 - "Jazz in the City", am 17.6.,
 - Klangvolles Ravensburg "Musik in der Stadt" (jeden 1. Samstag in den Monaten Juli, August, September),
 - Kunst- und Handwerkermarkt am 1. und 2.7. in der Unterstadt,
 - Abendflohmarkt am 19.8.,
 - Heimspiel Medienmacher zum Rutenfestauftakt am 21.7.,
 - Mitarbeit in der Arbeitsgruppe "Ravensburg spielt" am 9. und 10.9.,
 - Verkaufsoffener Sonntag mit Martinimarkt am 12.11.,
 - Christkindlesmarkt vom 24.11. bis 23.12.,
 - Ravensburger Einkaufsnacht am 25.11.,
 - verschiedene Kooperationen bei Veranstaltungen durch andere Fachämter der Stadt (bspw. "RV läuft" am 24.6.) oder durch externe Veranstalter (bspw. Kinderradsonntag des KJC am 9.7.)
- Marketingmaßnahmen zur Bewerbung der Einkaufs- und Erlebnisstadt
 - überregionale Anzeigenkampagne in der Schwäbische Zeitung, im Südkurier, in der Südwestpresse, in den Vorarlberger Nachrichten etc.,
 - veranstaltungsbezogenes Marketing (zu den oben genannten Veranstaltungen),
 - Drei Ausgaben pro Jahr des Magazins Ravensburg Erleben zur Darstellung der Einkaufs- und Erlebnisstadt in der Region (Kooperation mit Schwäbisch Media, Verteilung im Umkreis von 50 km),

- Marketingkooperationen mit anderen Fachämtern der Stadtverwaltung zu "RV spielt", "RV läuft", Kulturveranstaltungen etc.
 - Ausbau des Online-Marketings über visit ravenzburg (aktuell 10.500 Follower) durch touristische und stadtmakingrelevante Inhalte (digitale Anzeigenkampagnen in Vorarlberg, in der Schweiz, in den Landkreisen Sigmaringen, Bodenseekreis, Biberach), influencer Marketing, etc.
- Erstellen eines neuen Imagefilmes zur gesamtstädtischen Vermarktung (Finanzierung über das städtische Stadtmakingbudget)
 - Baustellenmanagement und -marketing im Zuge der Fernwärmebaumaßnahme (in 2023: letzte Bauabschnitte in der Herrenstraße und nördlicher Marienplatz)
 - weitere Maßnahmen zur Aufenthaltsqualitätssteigerung (Ergänzung Weihnachtsbeleuchtung, mobiles Grün, ggf. weiteres Stadtmobiliar, etc.)
 - Leerstands- und Ansiedlungsmanagement in Kooperation mit der Immobilienwirtschaft und den Hauseigentümern zur Ansiedlung neuer Einzelhandels- und Gastronomiekonzepte als Nachnutzung von Leerständen und Betreuung der Unternehmen in Genehmigungsverfahren
 - Schulungs- und Beratungsangebote für Einzelhandelsunternehmen (u.a. CIMA-Beratung zur Schaufenstergestaltung und Ladenbau im 2. Quartal)
 - Quartiersmanagement und Netzwerk-Treffen (bspw. Unterstadt-Treff im April)
 - Weiterentwicklung der Online-Plattform in-rv.de in Kooperation mit dem Unternehmen RaumZeit als virtuelle Abbildung der Innenstadt und zur digitalen Präsentation der Einzelhandels- und Dienstleistungsgeschäfte, der Gastronomie etc.
 - Einführung eines digitalen Einkaufsgutscheins als wichtiges Kaufkraftbindungsinstrument
 - etc.


Diese Projekte und Aktivitäten der "Initiative Ravensburg" werden durch zusätzliche Maßnahmen durch das Amt für Tourismus und Stadtmaking (ATS) ergänzt.

Kosten und Finanzierung:

Ergebnishaushalt (konsumtiver Aufwand und Ertrag)	
Gesamtkosten der Maßnahme	60.000 €
Mittelbereitstellung im Haushaltsplan	
Kostenstelle (10-stellig)	5750770083
Bezeichnung Kostenstelle	Stadtmarketing
Seite im Haushaltsplan	561 ff
Planansatz ordentlicher Sachaufwand	60.000 €
Sachkonto (Kostenart) und Bezeichnung	43180000 Zuschüsse für lfd. Zwecke an übrigen Bereich

Klimawirkungsprüfung:

Einschätzung der CO₂-Relevanz

	Hat der Beschlussgegenstand voraussichtlich Auswirkungen auf die CO ₂ -Bilanz der Stadt Ravensburg?	
	Ja <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> positiv <input type="checkbox"/> negativ
		Nein <input checked="" type="checkbox"/>

1. Menge der CO₂-Emissionen

- gering** → bis ca. 3 t CO₂ / Jahr (entspricht < 6,3 MWh_{el} / 12 MWh Erdgas / 13.800 PKW km)
- mittel** → bis ca. 130 t CO₂ / Jahr (entspricht < 270 MWh_{el} / 525 MWh Erdgas / 600.000 PKW km)
- erheblich** → über ca. 130 t CO₂ / Jahr (entspricht > 270 MWh_{el} / 525 MWh Erdgas / 600.000 PKW km)

2. Dauer der CO₂-Emissionen

- kurz** → max. 1 Jahr
- mittel** → 1 Jahr bis 10 Jahre
- langfristig** → 10 und mehr Jahre

Textliche Begründung der Einschätzung (Kurzversion)

Text Sachverhalt

Folgende Maßnahmen wurden getroffen, um die CO₂-relevanten Auswirkungen zu optimieren:

Text Sachverhalt

Weitere Alternativen wurden geprüft / werden zur Prüfung empfohlen:

Text Sachverhalt

Klimawirkungsprüfung entfällt

Beschlussgegenstand wurde bereits im Text Sachverhalt am Text Sachverhalt bewertet.

Anlage/n: