

Tourismuskonzept Hauptausschuss 12.7.2010

Um zu Anfang der Diskussion Klarheit zu schaffen gilt folgende Feststellung:

Es ist nicht Sache des Tourismusmarketings der Stadt mit Angeboten auf Messen und Tourismusbörsen für die Stadt zu werben. Dazu ist der Bekanntheitsgrad und die Bedeutung nicht gegeben. Dazu kommt, dass viele Solo und Einzelangebote in der Region „ Ortenau „ sich gegenseitig aus Konkurrenzgründen ständig beäugen statt unter dem Dach des Kreises die Ressourcen zu bündeln und gemeinsam zu werben. Warum kann z.B. Die Chrysanthema in Lahr, der 2 Ufergarten in Kehl, und das Weinfest in Offenburg gemeinsam überregional als Ortenautypisch beworben werden?

Diese Fragen gilt es aber heute nicht zu klären hier ist der Ortenaukreis gefordert.

Die Zustandsbeschreibung der Offenburger Tourismusförderung macht deutlich, dass Tourismus **als Wirtschaftsförderung gesehen werden muss**, denn um eine solche handelt es sich ja, **und nicht eine Ansammlung von Aktivitäten darstellt** mit der Besucherbindung an die Stadt erzeugt werden soll , sondern es dringend eines **Konzeptes bedarf** welches aufzeigt wo die Schwerpunkte zu liegen haben, wie sich die Stadt versteht, **wo die Grenzen des Machbaren und Notwendigen festzulegen sind.**

Dies war der Hintergrund unseres Antrags, gefordert aus der Erkenntnis welche aus dem Workshop des Dwif erwachsen aber immer wieder zurückgestellt oder gerade nicht opportun war.

Die nun vorgelegte Bestandserhebung ist ehrlich, zeigt großes Potential, zeigt aber auch Schwächen die es in Zukunft abzustellen und auf eine neue Ebene zu bringen gilt.

- Dies erfordert eine Diskussion über bestehende Strukturen in der Vermarktung ,
- Überdenken der jetzigen Struktur des Stadtmarketings e.V

- Verbesserte Vernetzung und Qualifikation der Mitarbeiter die sich mit Tourismus zu beschäftigen haben.
- Die Einbindung regionaler und überregionaler Strukturen wie Ortenaukreis und Eurodistrikt Schwarzwaldtourismus, Hotel und Gaststättenverband, Weinwerbung usw.
- Eine bessere Präsentation
- Einrichtung eines Tourismusbüros

Die in Punkt 2 des vorgelegten Konzepts beschriebene **Definition von Tourismus** und die sich daraus ergebenden Handlungsfelder, zeigen klar auf dass der Schwerpunkt touristischer Aktivitäten sich in der Hauptsache auf **Tagestouristen** beziehen, den **Wochenendtouristen hinzufügt**, die Stadt aber kein Ferienort mit längeren Aufenthalten von Besuchern darstellt.

Daraus ergeben sich Notwendigkeiten , welche im Konzept zwar richtig dargestellt, aber nicht immer heutigen Ansprüchen gewachsen sind.

Beschäftigt man sich mit der Anlage 2 des Konzepts so wird deutlich dass es ein immenses Angebot in den verschiedensten Bereiche von Kultur über Sport, Innenstadtaktionen, Messe und Ausstellungen gibt, aber das Auskennen und Vermitteln an den interessierten Besucher auch daran scheitert, dass die Vernetzung der einzelnen Anbieter nicht optimiert , der eine vom anderen nichts weis und deshalb wichtige Synergieeffekte verpuffen.

Die Präsentation der Angebote im Bürgerbüro hat in den letzten Tagen eine Verbesserung erfahren. Durch die im Eingangsbereich nach Interessen geordnete Steelen mit den verschiedenen Veranstaltungstips und Informationsbroschüren hat man eine gute Übersicht und kann ohne Wartezeit zunächst sich über das Angebot informieren.

Dies ersetzt aber nicht ein personelles Angebot, welches Hilfestellung und weitere Informationen anbietet, bis hin zur Hinweisen auf Verkehrsangebote, Hotelhinweisen und

Kartenservice. Eine Trennung von ordnungspolitischem Bereich und Tourismusinformatio n ist mittelfristig zu erreichen.

An dieser Stelle ist uns die Antwort auf unseren Antrag zur Umsetzung im Bürgerbüro zu wenig.

Größere Veranstaltungen mit überregionaler Bedeutung wie

- Messe
- Mountainbike Veranstaltungen
- Weinfest und Weihnachtsmarkt
- Fasnacht

sind **Frequenzbringer für die Hotelerie und Handel**, einem weiteren Schwachpunkt in der Vermarktung .Hier besteht ebenfalls Handlungsbedarf, was aber nicht unbedingt der Stadt anzulasten,sondern vielmehr dem mangelnden Interesse einzelner Hotelbetreiber zuzuschreiben ist. Hier sind auch die Events der City Partner anzusiedeln
Es ist sicherlich noch viel Überzeugungsarbeit zu leisten um zu einem auch **Internetfähigen** Buchungskonzept zu kommen.

Mit der Darstellung zum Thema „Wohnmobilstellplätze“ teilen wir die Ansicht der Verwaltung. Die Errichtung weiterer, insbesondere stadtnaher Stellplätze z.B. beim Hallenbad, halten wir für dringend erforderlich.

Die Darstellung der Campingplatzangebote im Ortenaukreis nehmen wir zur Kenntnis, das Projekt Campingplatz sollte aber weiter verfolgt werden, auch **wenn heute mancher Ortsteil** in dem eine Einrichtung möglich wäre ein negatives Votum abgegeben hat. Sollte sich ein Investor und Betreiber für eine derartige Anlage finden besteht zumindest jetzt ein voruntersuchtes Gebiet in dem eine solche Einrichtung verwirklicht werden könnte.

Die in Ziffer 5.1 des Konzepts dargestellten Überlegungen zur kurz und mittelfristigen Umsetzung finden unsere Zustimmung. Im laufe der weiteren Beratung werden sicherlich noch andere Vorschläge und Anregungen einfließen

In der mittelfristigen Entwicklung sehen wir aber die Notwendigkeit der Veränderung des Stadtmarketingkonzepts.

Hier ist insbesondere eine Trennung von Stadtmarketing und Citypartner anzustreben und auf eine neue Basis zu stellen.

In der bisherigen Struktur sehen wir die City Partner als Vertreter des Handels, als Lobbyisten also in einer Überbewertung, Auch ist die personelle Tätigkeit im Rathaus mit Fragezeichen zu versehen. Hier wird Verwaltungstätigkeit und Lobby vermischt.

Eine Neue Struktur unter dem Überbegriff
Stadtmarketing

sollte zunächst die **Bereiche innerhalb der Verwaltung, nämlich**

Stadt/ Tourismus/Kultur/Event /Fahrrad

Miteinander vernetzen, Angebote austauschen und zusammenstellen, der eine sollte vom anderen wissen, die Ergebnisse beim zentralen Stadtmarketing umgesetzt werden. Dies bedeutet nicht dass man in die Zuständigkeiten direkt eingreift, aber eine bessere Gesamtplanung ermöglicht.

Dies kann in der angedachten Lösung des runden Tisches erreicht werden.

Hinzu kommen die, ich nenne sie mal **Kooperationspartner** wie:

***Messe/ Gastronomie / Event / Handel/
Weinwerbung/Ortenaukreis/Eurodistrikt/Schwarz
waldtourismus/ Wirtschaftsförderung und
andere,***

welche Ihre Vorstellungen in die Diskussion einbringen.

Dies erfordert aber eine personelle Verstärkung und Umorganisation die nicht kostenneutral zu haben ist, aber längerfristig überdacht werden sollte.

Die Überlegungen einer Tourismuskoordination auf Kreisebene sind mit einzubeziehen . Meines Erachtens sollte die Tourismusbeauftragte nicht im Vogtsbauernhof in Gutach sitzen, sondern in

Offenburg im Landratsamt wo die Fäden des Ortenautourismus zusammenlaufen sollten.

Wir sehen die heutige Vorstellung des Konzepts als einen ersten Schritt in eine bessere Zukunft, erhoffen uns in den weiteren Beiträgen von Verwaltung und Fraktionen interessante Perspektiven und bitten die heute vorgetragenen Anregungen zu bündeln, aufzuarbeiten und in einem Umsetzungsvorschlag im Herbst erneut zur Beratung vorzulegen. Dieser sollte auch die finanziellen Auswirkungen darstellen, damit Entscheidungshilfen gegeben sind.

Die unter den längerfristig anzustrebenden Maßnahmen (bezeichnet unter den Ziffern 1-4 des Konzepts) sind dringend weiterzuverfolgen, besonders das unter Punkt 2 angedachte Stadtinformationssystem erscheint uns geeignet, die Zeitlücken durch ein geschlossenes Bürgerbüro z.B. an Sonntagen zu schließen. Hier erwarten wir eine baldige Kostenermittlung und ggf. Umsetzung.

Wie gesagt: Dies ist ein erster Schritt, dem weitere Folgen müssen, aber nicht mehr in einer unbestimmten Zukunft, sondern in zeitnaher Perspektive

Wir stimmen deshalb dem Beschlußvorschlag zu, welcher auch beinhaltet die heutigen Erkenntnisse und Forderungen in die Überlegungen einzubeziehen.