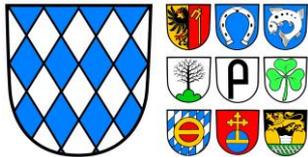


Dezernat II – Bürgermeister Leonhardt		Melanchthon Stadt Bretten	
Vorlage zur Sitzung Gemeinderat			
Sitzungsdatum:	19.05.2015		
Verantwortlich:	40-Bildung und Kultur	Vorlagennummer:	106/2015
Umsetzung Tourismuskonzeption Kraichgau-Stromberg Tourismus e.V. - Mitgliedsbeitragserhöhung ab 2016			

Beschlussantrag

Der Gemeinderat ermächtigt den Oberbürgermeister in der Mitgliederversammlung des Kraichgau-Stromberg Tourismus e.V. für die Teilumsetzung der Tourismuskonzeption mit der damit verbundenen Erhöhung des Mitgliedsbeitrags nach dem Beitragsmodell 1b zu stimmen.

BESCHLUSSFOLGE						
Gremium	Behandlung	Datum	Status	Ergebnis		
				J	N	E
Gemeinderat	Entscheidung	19.05.2015	Ö			

AUSWIRKUNGEN						
Kosten	13.000 €	<input checked="" type="checkbox"/> Aufwandskonto im Ergebnishaushalt 44290100 Mitgliedsbeiträge		<input type="checkbox"/> Auszahlung im Finanzhaushalt		
		<input type="checkbox"/> Maßnahme im Erfolgsplan EAB		<input type="checkbox"/> Maßnahme im Vermögensplan EAB		
Deckung durch Veranschlagung im sowie im / in den Folgejahr / Folgejahren		<input checked="" type="checkbox"/> Haushaltjahr	2016	über		
		<input type="checkbox"/> Wirtschaftsjahr			über	
Nachfinanzierungsbedarf		<input type="checkbox"/> nein	ja, über- / außerplanmäßig im			
			<input type="checkbox"/> Haushaltjahr		über	
		<input type="checkbox"/> Wirtschaftsjahr		Deckung		
Einnahmen			<input type="checkbox"/> Ertragskonto im Ergebnishaushalt			
			<input type="checkbox"/> Einzahlung im Finanzhaushalt			

Sachdarstellung

Der als Verein organisierte Kraichgau-Stromberg Tourismus e.V. (KST) benötigt auf Grund erhöhter Ausgaben eine Erhöhung der Mitgliedsbeiträge seiner Mitglieder. Das Ausmaß der Erhöhung ist von der zukünftigen Ausrichtung des Vereins und des gewünschten Grades der Wahrnehmung touristischer Aufgaben abhängig. Daher wurden alle Mitglieder angeschrieben, ein entsprechendes Votum für die zukünftige Höhe des Mitgliedsbeitrags

abzugeben, die dann in der Mitgliederversammlung im September beschlossen werden soll. Im Folgenden werden die Aufgabenstellung des KST, die künftige Marketingstrategie und die damit einhergehenden finanziellen Auswirkungen dargestellt. Außerdem wird auf die Auswirkungen der Marketingstrategie für den Tourismus in Bretten eingegangen.

1. Vorgeschichte KST

Die Stadt Bretten ist Gründungsmitglied des Kraichgau-Stromberg Tourismus e.V., einem Zusammenschluss von

- 44 Kommunen (aus den fünf Landkreisen Karlsruhe, Rhein-Neckar Kreis, Heilbronn, Ludwigsbug und Enzkreis) und
- drei Leistungsträgern (Tripsdrill, die Landgastlichen sowie das Auto-und-Technik-Museum Sinsheim)

Die Hauptaufgaben des KST sind

- die Beratung der Mitglieder in touristischen Fragen
- Projektarbeit (wie Radtourenkarte, Beschilderung, Wohnmobiltourismus)
- Erstellung von Werbebroschüren
- Präsentation der Region auf zahlreichen Messen zwischen Berlin, Stuttgart und Saarbrücken
- Durchführung von Workshops und Informationsveranstaltungen für touristische Leistungsträger und Kommunen
- interkommunale Vernetzung
- Klassifizierung von Ferienwohnungen und Privatzimmern
- Vertretung bei überregionalen Dachverbänden z.B. TMBW (Tourismus Marketing GmbH Baden-Württemberg)

Der jährliche Mitgliedsbeitrag für die Stadt Bretten beträgt rund **19.000 €**. Er berechnet sich aus der Einwohnerzahl (0,60 € pro Einwohner) und der Anzahl der Gästebetten (5,00 € pro Bett). Die Beitragsordnung wurde zuletzt bei der Mitgliederversammlung 2008 festgelegt. Im Landkreis Karlsruhe fördert dieser die Kommunen mit der teilweisen Übernahme des Mitgliedsbeitrags in Höhe von 0,11 € pro Einwohner). Insgesamt zahlt die Stadt damit derzeit jährlich 15.800,00 € an den KST.

Darüber hinaus ist der Sitz der Geschäftsstelle des KST in Bretten, seit 2009 im Gebäude der Melanchthonakademie in der Melanchthonstr. 3. Dafür übernimmt die Stadt Bretten gemäß einer Vereinbarung vom 16.07.2012 zusätzlich zum Mitgliedsbeitrag Sachkosten für die Unterbringung der Geschäftsstelle in Bretten in Höhe von rund 30.000,00 € jährlich.

Seit Mai 2013 zahlt der KST monatlich 500,00 € Miete für die Zurverfügungstellung von Büro- und Lagerräumen in der Melanchthonstr. 3.

2. Aktuelle Sachlage

2.1. Finanzierung

Die Finanzierung des KST basiert auf einem Umlagemodell mit Gemeinden, Landkreisen und Leistungsträgern und bezieht sich bei den Gebietskörperschaften auf die Einwohnerzahl und einem Betrag je Gästebett. Der Mitgliedsbeitrag wurde im Jahr 2009 gesenkt und ist seitdem unverändert:

aktuelle Berechnung: 0,60 €/Einwohner
 + 5,00 €/Gästebett
 - 0,11 €/Einwohner (Förderung Landkreis Karlsruhe)

Bretten bezahlte im Jahr 2014 **15.800,31 €** (0,60 € * 28.419 Einwohner + 5,00 € * 375 Gästebetten - 0,11 € * 28.419 Einwohner).

Diese Finanzierung und die steigenden Kosten unabhängig von der neuen geplanten Marketingkonzeption, führten zu Verlusten des Vereins in den letzten drei Jahren, die durch die Rücklagen ausgeglichen wurden. Ende 2015 sind die Rücklagen aufgebraucht.

Die Fortführung der bisherigen Aktivitäten und des Leistungsumfangs macht zur Deckung des Mittelbedarfs von rund 385.000 €/ Jahr eine Erhöhung des Mitgliedsbeitrages notwendig, die unter Punkt 2.3 als Variante 2 (Bestandssicherung) angegeben ist.

2.2. Marketingkonzept

Die Firma ift Freizeit- und Tourismusberatung hat 2014 ein Marketingkonzept für die Touristengemeinschaft erstellt. Dabei wurden aufgrund von Befragungen, Potentialanalysen und weiteren Instrumenten künftige Ziele und Handlungsstrategien definiert, die in insgesamt 38 vorgeschlagenen Maßnahmen münden. Diese sollen nun vom KST in Zusammenarbeit mit den Mitgliedsgemeinden umgesetzt werden.

Strategische Handlungsfelder sind

- die Destinationsentwicklung (Ausbau der touristischen Infrastruktur, Stärkung der Betriebe, Qualitätssicherung, Ausbau von Kooperationen)
- der Bereich Marketing und Vertrieb: Destinationsmarketing (Region, Orte), Themenmarketing (Wein, Wandern etc.) sowie das Lifestylemarketing (Aufbereitung der Produkte und Ansprache der Gäste in homogenen Paketen entsprechend ihrem Lebensstil).

Der Vorstand des KST hat in einer Klausursitzung im März 2015 aus den Ergebnissen des Marketingkonzepts Ziele und Handlungsstrategien für den KST erarbeitet. Als Profilhemen wurden die Bereiche **Radfahren und Wandern** sowie **Wein und Genuss** festgelegt. Die Umsetzung der Konzeption ist für die nächsten drei Jahre geplant.

Abhängig vom Umfang der Umsetzung sind die benötigte personelle Ausstattung der Geschäftsstelle und die Erhöhung der Mitgliedsbeiträge zur Finanzierung von Personal- und Sachausgaben. Die einzelnen Modelle werden nachfolgend vorgestellt.

2.3. Entscheidungsalternativen Erhöhung Mitgliedsbeitrag

Um den Finanzbedarf des KST in Zukunft zu sichern, ist eine Erhöhung des Mitgliedsbeitrags unumgänglich. Hierzu werden drei Alternativen mit unterschiedlichen Grundzahlungen je EW vorgelegt. Unverändert sollen weiterhin 5,00 € je Gästebett berechnet werden. Auch die Förderung durch den Landkreis wird bei den Alternativen wie bisher berechnet.

Variante	Beitrag je Einwohner	zu zahlender Beitrag	Differenz zum aktuellen Beitrag
Beitragsmodell 2 Erhöhung zur Bestandssicherung	0,85 €	22.905,06 €	+ 7.104,75 €
Beitragsmodell 1a Umsetzung der Tourismuskonzeption	1,20 €	32.851,71 €	+ 17.051,40 €
Beitragsmodell 1b Teilumsetzung der Tourismuskonzeption	1,05 €	28.588,86 €	+ 12.788,55 €

In den oben genannten Beträgen ist die Pauschale pro Gästebett und die Förderung durch den Landkreis Karlsruhe bereits berücksichtigt.

3. Tourismus in Bretten

Der Schwerpunkt in Bretten liegt in der Vermarktung von Kurzreisen, Stadtführungen, Besuch und Führungen in den Museen (Melanchthonhaus, Schweizer Hof, Gerberhaus) und der Gästeinformation vor und während Veranstaltungen.

Im Jahr 2014 registrierten die örtlichen Übernachtungsbetriebe mit mehr als zehn Betten insgesamt 43.700 Übernachtungen bei einer Auslastung von rund 46 %. In Bretten besteht im Vergleich zu anderen Großen Kreisstädten im KST-Gebiet ein geringes Angebot an Gästebetten (Bietigheim-Bissingen: 602 Gästebetten mit 86.000 Übernachtungen, Bruchsal: 1.341 Gästebetten mit 123.246 Übernachtungen, Eppingen: 189 Gästebetten mit 20.200 Übernachtungen, Sinsheim: 984 Gästebetten mit 107.640 Übernachtungen).

Die Aufgaben der Tourist-Info beziehen sich überwiegend auf Servicetätigkeiten. Die Schwerpunkte liegen im Kartenvorverkauf für regionale Veranstaltungen und über Ticketsysteme, Verkauf von Fahrkarten, allg. Informationen zur Stadt und der Vermittlung und Organisation von Stadt- und Museumsführungen. Darüber hinaus werden Serviceaufgaben für die Volkshochschule übernommen (Anmeldungen, einfache Auskünfte).

Das Personal in der Tourist-Organisation erledigt überwiegend diese laufenden Servicedienste (44 Öffnungszeiten je Woche, auch am Samstag), sowie Sonderdienste bei Messen, verkaufsoffenen Sonntagen und weiteren Veranstaltungen. Der Großteil der Kunden sind Bürger der Stadt.

3.1. Auswirkungen der KST-Aktivitäten bei einer (teilweisen) Umsetzung der Marketingkonzeption auf Bretten

Die Hauptaufgaben des KST liegen in der touristischen Vermarktung der einzelnen Mitgliedsgemeinden. Dazu ist vor Ort eine intensive Auseinandersetzung mit touristischen Fragestellungen notwendig, die Zeit und Geld kostet. Insbesondere in den vom KST definierten thematischen Schwerpunkt wäre zunächst Grundlagenarbeit zu leisten. Neben dem Amt Bildung und Kultur sind hier insbesondere die Ämter Technik und Umwelt sowie Stadtentwicklung und Baurecht (Wander- und Radwege, Ausweisung von Wohnmobilstellplätzen etc.) betroffen.

Die Entwicklung touristischer Angebote und deren Vermarktung mithilfe von Flyern, Broschüren und der Internetdarstellung finden aufgrund der personellen und finanziellen Ressourcen nur eingeschränkt statt. Hier wäre aber ein Schwerpunkt bei der Umsetzung der Marketingkonzeption des KST zu sehen. Das Budget für die Entwicklung von touristischen Angeboten müsste ebenfalls angepasst werden. Hier ist insbesondere an die Vergabe von Aufträgen an Dienstleister zu denken.

Auch die Leistungsträger sollten bei der Entwicklung neuer touristischer Produkte eingebunden werden, was sich ebenfalls auf die personellen und ggf. finanziellen Ressourcen auswirken würde.

4. Fazit und Empfehlung

Es wird empfohlen, die vom KST beauftragte Marketingkonzeption nach dem Modell 1b mit einer Erhöhung des Mitgliedsbeitrags auf 1,05 € pro Einwohner teilweise umzusetzen.

Alle Marketing- und Werbeaufgaben des KST verlangen die Erarbeitung von Inhalten bei den einzelnen Vereinsmitgliedern. Die Grundlagen für die Entwicklung neuer Produkte sind in

Bretten in vielen Bereichen noch zu erarbeiten.

Dies sollte mit einer Erhöhung der Ressourcen (personell und finanziell) in den oben genannten Bereichen der Stadt Bretten einhergehen, um die Erarbeitung von Inhalten, die der KST anschließend vermarktet, zu ermöglichen. Hierzu müssten im Haushalt 2016 ergänzende Mittel vorgesehen werden. Auch eine personelle Verstärkung im Tourismus-Marketing wäre anzustreben.

gez.
Wolff
Oberbürgermeister

gez.
Leonhardt
Bürgermeister