



## MITTEILUNGSVORLAGE

**Federführung:**  
FB Film, Medien, Tourismus

VORL.NR. 081/12

**Sachbearbeitung:**  
Boy, Martin

**Datum:**  
01.03.2012

Beratungsfolge	Sitzungsdatum	Sitzungsart
Ausschuss für Wirtschaft, Kultur und Verwaltung	13.03.2012	ÖFFENTLICH

**Betreff:** Jahresbericht 2011 des Fachbereichs Film, Medien, Tourismus und  
Ausblick auf 2012

**Bezug SEK:** Masterplan 2 - Kulturelles Leben

**Bezug:**  
**Anlagen:** Jahresbericht 2011

### Mitteilung:

#### Allgemeines

Im Juni des Berichtsjahres ist der FB von der Mathildenstrasse 21/1 in das Film- und Medienzentrum umgezogen. Neue Adresse: Königsallee 33.

Am 26.08.2010 hat der Fachbereichsleiter, Thomas Schärer, sein Amt als Bürgermeister in Sigmaringen angetreten. Seitdem ist der Fachbereich ohne Fachbereichsleiter und wird von Martin Boy, Teamleiter Veranstaltungen, kommissarisch geleitet.

Nachfolgend die wichtigsten Aktivitäten und Ergebnisse aus 2011:

#### Veranstaltungsabteilung

- Wochenmarkt an 156 Tagen
- Innenstadtflohmarkt und Stoffmarkt zum verkaufsoffenen Sonntag am 20. März 2011
- eMotionen zum verkaufsoffenen Sonntag am 09. + 10. April 2011
- Ludwigsburger Pferdemarkt, Brautage und Vergnügungspark vom 19. – 23. Mai 2011
- Kinderfest am 05. Juni 2011
- Riesenflohmärkte Bärenwiese am 27. August 2011
- Antikmeile am 24. + 25. September 2011
- Ludwigsburger Barock-Weihnachtsmarkt vom 24. November bis zum 22. Dezember 2011

#### Tourismus-Marketing

- Auch in 2011 wurden Fach- und Endverbraucher messen besucht (CMT, Touristikwelt Mainz, Reisemarkt St. Gallen, GTM, RDA). Die Messepräsentation wurde immer in Kooperation mit touristischen Partnern durchgeführt – außer beim GTM. Die Kooperationen erwiesen sich als sinnvoll und werden in 2012 fortgeführt.  
Im September wurde ein Süddeutschland-Workshop in Amsterdam besucht. Konkrete Anfragen für die Spielsaison der Schlossfestspiele 2012 sind daraus hervorgegangen.
- Die Kooperationen und die Zusammenarbeit mit der Hotellerie wurden weiter verstärkt (regelmäßig stattfindender Jour Fix, Zusammenarbeit bei Gewinnspielen).

- Die Einnahmen der Pauschalen liegen um -67% unter Budget. Bereits in 2009 (Jahr ohne Venezianische Messe) war eine Planabweichung von – 63% vorhanden. Begründen lässt sich dies dadurch, dass immer mehr Besucher ihre Zimmer direkt über die Online-Reservierungssysteme bzw. direkt beim jeweiligen Hotel buchen.  
Die Nachfrage bei Japanischen Hochzeiten ist nicht mehr vorhanden. In 2010 wurden noch 2 Hochzeiten gebucht und betreut. In 2011 fand keine Buchung mehr statt.
- Das Angebot der Stadtführungen wurde um 3 Führungen (Kaffeeführung, Ludwigsburger Heimlichkeiten und Märchenführungen) auf 21 Führungen erweitert.  
Es fanden 116 öffentliche Führungen statt, die von insgesamt 2000 Personen besucht wurden (Vorjahresergebnis: 85 Führungen / 1.530 Personen). Die durchschnittliche Besucherzahl lag bei 17,3 Teilnehmern.  
Gruppenstadtführungen wurden 198 Mal gebucht und von insgesamt 4.800 Personen besucht (Vorjahresergebnis: 126 Gruppenführungen/ 2.900 Personen). Die durchschnittliche Besucherzahl bei Gruppenstadtführungen lag bei 24,2 Teilnehmern.  
Segwaytouren wurden neu ins Programm aufgenommen. 33 Führungstermine haben stattgefunden und wurden von insgesamt 190 Personen gebucht.
- Die Übernachtungszahlen stiegen um 13,1% auf 251.489 Übernachtungen. Dies ist die bislang größte Steigerung seit 2003 (137.919 Übernachtungen).  
Die Aufenthaltsdauer lag bei 1,9 Tagen (2010 lag diese bei 2,0 Tagen), die Bettenauslastung stieg von 39,3 (2010) auf 42,0%.

## Ausblick 2012

### Allgemein – Entwicklung Fachbereich, Personal, Haushalt

Die konkreten Anforderungen des FB 89 bei der Integration der Teilaufgaben aus dem FB 41 sind derzeit nicht absehbar. Der Prozess hin zu einem Eigenbetrieb Veranstaltungsstätten, Stadtmarketing und Tourismus steht noch ganz am Anfang. Die Stellenausschreibung der Betriebsführung Eigenbetrieb läuft noch bis zum 17.03.2012.

### Veranstaltungen

Zu den Schwerpunkten gehören in diesem Jahr

- Märzklopfen am 17. und 18. März 2012; Innenstadtflohmarkt, Stoffmarkt und verkaufsoffener Sonntag zusammen mit dem LUIS e. V.
- eMotionen mit verkaufsoffenem Sonntag, zusammen mit dem LUIS e. V. am 5. und 6. Mai 2012
- Pferdemarkt vom 18. bis 21. Mai 2012
- Kinderfest am 17. Juni 2012
- Venezianische Messe vom 7. bis 9. September 2012
- Antikmeile am 29. und 30. September 2012
- Barock-Weihnachtsmarkt vom 27. November bis 23. Dezember 2012

### Tourismus-Marketing

Der Besuch von Fach- und Endverbraucher messen stellt auch in 2012 einen elementaren Bestandteil der Tourismuswerbung für Ludwigsburg dar.

Folgende Messen werden in 2012 von der Abteilung Tourismus-Marketing besucht:

**CMT in Stuttgart, 14. bis 22. Januar 2012**, in Kooperation mit BlüBa unter dem Dach der Region Stuttgart.

**NEU: FESPO (Ferien-, Sport- und Freizeitmesse) in Zürich, 26. bis 29. Januar 2012**, in Kooperation mit den Staatlichen Schlössern und Gärten BW, Region Stuttgart und der Tourismus Marketing Baden-Württemberg.

**Reisemarkt in St. Gallen, 10. bis 12. Februar 2012**, in Kooperation mit 3B-Land

**NEU: Freizeit Messe in Nürnberg, 29. Februar bis 4. März 2012**, in Kooperation mit 3B-Land

**Touristikwelt in Mainz, 17. bis 19. März 2012**, in Kooperation mit 3B-Land

**GTM (Germany Travel Mart) in Leipzig, 13. bis 15. Mai 2012**, in Kooperation mit Regio Stuttgart

**Anmerkung:** vom 5. bis 7. Mai 2013 findet der GTM in Stuttgart statt. Die Auftaktveranstaltung dazu wird am 5. Mai im Forum und im Schloss Ludwigsburg stattfinden.  
**RDA in Köln, 17. bis 19. Juli 2012,** in Kooperation mit Regio Stuttgart

In 2012 wird die Erweiterung der Stadtführungs-Angebote fortgesetzt. 7 neue Führungen werden in 2012 angeboten:

Baden und Württemberg - 60 Jahre gemeinsame Geschichte /Ludwigsburg in Europa/ Tierische Geschichten – Eine Führung für die ganze Familie / Kluge Köpfe von Ludwigsburg / Unterwegs zum Wochenmarkt mit der der Küchenmagd Anna / Familie Kerner – Eine besondere Ludwigsburger Familie / Unterwegs mit Generalleutnant Karl von Linck.

Die Kooperationen mit den touristischen Leistungspartnern (Schloss, BlüBa, Schlossfestspiele, 3B-Land, Regio Stuttgart, TMBW) werden weitergeführt und intensiviert. Mit den Schlossfestspielen, Regio Stuttgart und der TMBW wurden bereits konkrete Projekte und Marketingmaßnahmen beschlossen.

#### Tourist Information / Kartenvorverkauf

Im Frühjahr 2013 steht der Umzug der Tourist Information / des Kartenvorverkaufs in das neue Museum an. Mit dem Umzug wird die Zusammenführung der beiden Kartenvorverkaufsstellen (Marktplatz und Forum) erfolgen. Dazu wird in Absprache mit FB 41 und FB 10 die Personalstruktur und das Anforderungsprofil für den Bereich „Kartenvorverkauf“ und „Tourist Information“ neu aufgestellt.

#### Presse/Öffentlichkeitsarbeit

Die Stelle „Presse- und Öffentlichkeitsarbeit“ wurde kapazitäts- und kostenmäßig zu 100 % dem Büro OBM zugeordnet. Alle touristischen Pressereisen werden aber durch den Fachbereich 89 betreut.

#### Film- und Medien

Der Medienbeauftragte ist Mitte des Jahres der Wirtschaftsförderung zugeordnet worden und hat sein Büro im Referat NSE.

#### Zusammenfassung

Die Gesamtentwicklung im Berichtszeitraum 2011 ist für den FB 89 außerordentlich positiv. Mit Gesamteinnahmen von 932.000 € liegt das Ergebnis + 9% über Plan. Gleichzeitig wurden im Ausgabebereich mit – 245.000 € entsprechende Mittel gespart. Mit dem Anstieg der Übernachtungszahlen um 13,1% im Jahr auf gesamt 251.489 Übernachtungen wurde eine neue Bestmarke erreicht.

**Unterschriften:**

**Martin Boy**

**Verteiler:**  
D I, D II