



MITTEILUNGSVORLAGE

VORL.NR. 041/18

Federführung:

Eigenbetrieb Tourismus & Events Ludwigsburg

Sachbearbeitung:

Elmar Kunz
Mario Kreh

Datum:

01.02.2018

Beratungsfolge	Sitzungsdatum	Sitzungsart
Betriebsausschuss Tourismus & Events Ludwigsburg	20.02.2018	ÖFFENTLICH

Betreff: Tourismuskonzeption Ludwigsburg

Bezug SEK: 03 - Wirtschaft und Arbeit

Bezug: Wirtschaftsplan 2018 , Vorl.Nr: 438/17

Anlagen: Präsentation Tourismuskonzept Ludwigsburg – Ausrichtung und Prozess

Mitteilung:

Im Masterplan „Wirtschaft und Arbeit“ wurde folgendes übergeordnetes Ziel definiert: „Ludwigsburg ist als Kongress- und Veranstaltungsort mit hervorragenden touristischen Angeboten bekannt.“ Auf Basis dieser Zielformulierung soll ein tragfähiges Tourismuskonzept für Ludwigsburg erstellt werden.

Der Tourismussektor spielt für Ludwigsburg eine wichtige Rolle. Ludwigsburg ist eine touristische Destination, die auf der einen Seite über attraktive und einmalige Sehenswürdigkeiten (z. B. Residenzschloss Ludwigsburg, Blühendes Barock) und Events (z. B. Ludwigsburger Schlossfestspiele, KSK Open, Venezianische Messe) verfügt; auf der anderen Seite nach wie vor sehr vom geschäftlich motivierten Übernachtungsreiseverkehr geprägt ist. Im Hinblick auf bisher noch nicht proaktiv bearbeitete Zielgruppen liegen noch erhebliche Potenziale brach, die es auszuschöpfen gilt.

Das Tourismuskonzept gliedert sich unmittelbar in den integrierten Stadtentwicklungsansatz ein; entsprechende Schnittstellen werden dabei aufgezeigt und berücksichtigt. Dies gilt insbesondere auch für den Markenbildungsprozess als integraler Bestandteil; zwischen dem Markenprozess und dem Tourismus werden wechselseitige Synergien und Stärkungsmöglichkeiten identifiziert und genutzt werden.

a) Ziele und Ausrichtung des Tourismuskonzepts sowie Einbindung auf regionaler und Landesebene

Das Tourismuskonzept Ludwigsburg soll dem Anspruch und dem Auftrag gerecht werden,

- sowohl für die Destination Ludwigsburg als auch für den Eigenbetrieb Tourismus & Events Ludwigsburg (als die DMO = Destination Management Organisation) ein tragfähiges Geschäftsmodell aufzuzeigen, um den künftigen Markt- und Wettbewerbsanforderungen gerecht zu werden,
- aufzuzeigen, wie touristische Potenziale noch besser genutzt werden können und welche zusätzlichen Zielgruppen für die Destination Ludwigsburg gewonnen werden können,
- sich in den Kontext der Landestourismuskonzeption Baden-Württemberg (2009; Landesebene) und den Strategieplan Tourismus 2022 Region Stuttgart (regionale Ebene) einzuordnen, um für Ludwigsburg (lokale Ebene) wirksame Ansatzpunkte und Synergien zu entwickeln und zu erzielen,

- neue, innovative Ansätze im Marketing und in der Besucherinformation - etwa im Bereich Digitalisierung - und entsprechende Potenziale sowie Know-how am Standort Ludwigsburg aufzuzeigen (LivingLab, Filmakademie Baden-Württemberg / Animationsinstitut etc.),
- Partnernetzwerke, Kooperations- und Marketingplattformen zu berücksichtigen und in den Fokus zu rücken mit Blick auf Synergieeffekte, Effektivität und Effizienz,
- auf das Konto des initiierten Markenprozesses in Ludwigsburg einzuzahlen sowie
- die volkswirtschaftlichen Effekte des Tourismussektors für Ludwigsburg aufzuzeigen.

Das Tourismuskonzept wird einerseits für die Destination Ludwigsburg und andererseits für den Eigenbetrieb Tourismus & Events Ludwigsburg Ziele, Strategien und Maßnahmen entwickeln. Beide Bereiche sind eng miteinander verknüpft und bedingen einander: nur wenn klar ist, welche grundsätzliche strategische Ausrichtung der Tourismussektor Ludwigsburg einnehmen wird, kann auch für den Eigenbetrieb aufgezeigt werden, welche Ressourcen und Kapazitäten zur Erfüllung der Aufgaben erforderlich sind und welche sonstigen Anforderungen - etwa im Hinblick auf Kooperationen mit wesentlichen Stakeholdern oder auf interne Prozesse - gegeben sein müssen.

Für die Destination Ludwigsburg werden aus verschiedenen Perspektiven (Anbieter, Leistungsträger, Gäste und Besucher, Eigenbetrieb Tourismus & Events Ludwigsburg etc.) quantitative, qualitative und strukturelle Ziele definiert. Dabei erfolgt eine unmittelbare Bezugnahme und Einordnung des Tourismuskonzepts zum aktuellen Strategieplan 2022 der Regio Stuttgart Marketing- und Tourismus GmbH sowie zu relevanten Konzepten und Strategien der Tourismus Marketing GmbH Baden-Württemberg (TMBW). Das Tourismuskonzept wird einen ganzheitlichen Ansatz verfolgen, der sämtliche Segmente des Tourismus - inkl. Tagesreisen und geschäftlich motivierte Reisen - berücksichtigt. Langfristige Entwicklungen, die sich etwa aus dem Bewerbungsprozess für die Landesgartenschau wie auch mit Blick auf die IBA 2027 ergeben, werden im Tourismuskonzept mit berücksichtigt.

b) Aufbau einer Projektstruktur: partizipativer Ansatz

Im Hinblick auf den Prozess der Erstellung des Tourismuskonzepts ist eine enge Einbindung einer Vielzahl von Interessens- und Anspruchsgruppen (Stakeholder) aus dem öffentlichen und privaten Sektor vorgesehen. Diese Vorgehensweise ist einerseits erforderlich, da der Tourismussektor eine „Querschnittsbranche“ darstellt, an der eine Vielzahl von Branchen und Sektoren direkt oder indirekt beteiligt sind. Darüber hinaus wird gewährleistet, dass sich die Stakeholder bereits im Prozess der Erstellung des Konzepts damit identifizieren und Maßnahmen entwickelt werden, die von den Akteuren mitgetragen werden. Letztlich gilt es durch diesen Beteiligungsprozess auch, Know-how und Erfahrungen der Stakeholder zu nutzen und im Konzept entsprechend abzubilden. Die Einbindung interner und externer Stakeholder soll wie folgt erfolgen:

- Auftaktveranstaltung am 14.03.2018 (16:00 bis 17:30 Uhr in der Musikhalle) mit einem breiten Adressatenkreis und unter Beteiligung der Presse. Auch wesentliche externe Akteure wie die Regio Stuttgart Marketing und Tourismus GmbH sowie die Tourismus Marketing GmbH Baden-Württemberg sind hierzu eingeladen.
- Bildung folgender Arbeitsgruppen:
 - Koordinationskreis (Vertreter der Fraktionen sowie weitere Verantwortliche relevanter Bereiche (max. 10-15 Personen)
 - Arbeitsgruppe „Hotellerie“: für dieses Format wird der bereits regelmäßig tagende „Jour Fixe Hotellerie“ genutzt; diese Arbeitsgruppe soll im Jahr 2018 speziell zum Tourismuskonzept tagen. Am 30.01.2018 fand bereits eine erste Arbeitssitzung im Rahmen des Jour Fixe Hotellerie statt.
 - Arbeitsgruppe „Tagungen und Kongresse (MICE = Meetings, Incentives, Conventions, Exhibitions)“ mit Vertretern der Veranstaltungsbranche.
 - Arbeitsgruppe „Kultur, Freizeit, Events“ mit Vertretern wie z. B. Schloss / Staatliche Schlösser und Gärten Baden-Württemberg, Blühendes Barock, Ludwigsburger Schlossfestspiele, Fachbereich Kunst und Kultur, LUIS e.V.

Es sind jeweils 2-3 Arbeitssitzungen des Koordinationskreises sowie der Arbeitsgruppen vorgesehen.

- Bilaterale Expertengespräche in Ludwigsburg und in der Region.
- Schriftliche und persönliche Befragungen in Ludwigsburg, in der Region und deutschlandweit, z. B.:
 - Befragung der lokalen Wirtschaft zu ihrem Bedarf an Hotel- und Tagungskapazitäten
 - Befragung von Reiseveranstaltern in Deutschland zur Destination Ludwigsburg

- Befragung von Eventagenturen zur Tagungs-/Kongressdestination Ludwigsburg
- Bilaterale Arbeitssitzungen und Gespräche mit Regio Stuttgart Marketing und Tourismus GmbH, Tourismus Marketing GmbH Baden-Württemberg, Deutsche Zentrale für Tourismus (DZT), Deutscher Tourismusverband (DTV), German Convention Bureau (GCB), Europäischer Verband der Veranstaltungszentren (EVVC).

Im Mittelpunkt des Analyseprozesses steht die gesamte Service- und Wertschöpfungskette (sog. „Customer Journey“) aus Sicht des Gastes: von der Inspirations- und Informationsphase über die Buchung, die Anreise, den Aufenthalt in Ludwigsburg und die Phasen nach seiner Abreise gilt es dabei, sämtliche Bereiche auf den Prüfstand zu stellen und den jeweiligen Optimierungs- bzw. Handlungsbedarf zu ermitteln.

Für spezifische Bereiche und Module innerhalb des Tourismuskonzepts ist die Vergabe an externe Dienstleister vorgesehen. Bereits beauftragt ist die Komponente „Wirtschaftsfaktor Tourismus für die Stadt Ludwigsburg“ an das Beratungsunternehmen dwif consulting (München). Angedacht ist auch die externe Beratung und Begleitung im Bereich des digitalen Marketings (Website, Apps bzw. progressive Apps, Social Media), sowohl im strategischen / konzeptionellen Bereich als auch bei der Umsetzung.

c) Zeitplan

Folgender grundsätzlicher Zeitplan ist vorgesehen:

- Auftaktveranstaltung: 14.03.2018
- Mitteilungsvorlagen: 20.02. & 26.06.2018
- Beschlussvorlage: 27.11.2018

Bereits vor der Beschlussvorlage kann die Umsetzung konkreter Maßnahmen auf Basis des Tourismuskonzepts erfolgen.

Das Tourismuskonzept wird über das Jahr 2018 hinaus fortgeschrieben und stetig evaluiert, um zu überprüfen, inwieweit angedachte Maßnahmen umgesetzt werden konnten und greifen. Darüber hinaus wird in diesem Zusammenhang periodisch analysiert, ob und welche Faktoren bestimmte Entwicklungen und Planungen positiv oder negativ beeinflussen und wo ggf. Anpassungsbedarf besteht. Auch hier ist die kontinuierliche Einbindung der o.g. internen und externen Partner vorgesehen. Die etablierten Gremien und Arbeitsgruppen sollen je nach Bedarf über das Jahr 2018 hinaus weiter bestehen bleiben

Elmar Kunz

Mario Kreh

Finanzielle Auswirkungen?				
<input type="checkbox"/> Ja	<input type="checkbox"/> Nein	Gesamtkosten Maßnahme/Projekt:		EUR
Ebene: Haushaltsplan				
Teilhaushalt		Produktgruppe		
ErgHH: Ertrags-/Aufwandsart				
FinHH: Ein-/Auszahlungsart				
Investitionsmaßnahmen				
Deckung		<input type="checkbox"/> Ja <input type="checkbox"/> Nein, Deckung durch		
Ebene: Kontierung (intern)				
Konsumtiv			Investiv	
Kostenstelle	Kostenart	Auftrag	Sachkonto	Auftrag

Verteiler: DI,DII,10,20,



LUDWIGSBURG

NOTIZEN