



## Protokollauszug zum BETRIEBSAUSSCHUSS TOURISMUS & EVENTS LUDWIGSBURG

am Dienstag, 24.09.2019, 17:00 Uhr, Rathaus, Sitzungssaal

ÖFFENTLICH

TOP 1

Umsetzung Tourismuskonzept

Vorl.Nr. 330/19

---

### Beratungsverlauf:

Herr **Kunz** (Eigenbetrieb Tourismus & Events Ludwigsburg) erläutert die Umsetzung des Tourismuskonzepts anhand eines kurzen Films und anhand einer Präsentation, die dem Protokoll als Anlage beigefügt ist.

Anschließend eröffnet OBM **Dr. Knecht** die Aussprache.

Stadtrat **Girrbach** möchte wissen, wie viele Posts in den Sozialen Medien organisch generiert wurden.

Stadträtin **Dr. Klünder** gefällt die strukturierte Planung und die zielorientierte Umsetzung des Tourismuskonzeptes. Insbesondere beeindruckt sie, welche große Wirkung im Bereich der Sozialen Medien mit einem kleinen Budget erzielt werden konnte. Stadträtin Dr. Klünder nimmt auch Bezug auf die Hotelsituation in der Stadt. Sie fragt, welche Gespräche der Eigenbetrieb Tourismus und Events (TELB) mit Hoteliers geführt habe, um die touristischen Angebote vor Ort aktiver zu bewerben und Kooperationen zu vereinbaren.

Stadtrat **Weiss** erachtet es als wichtig, die Zielgruppen des Tourismuskonzeptes auch als Indikatoren zu betrachten. Bezug auf das Café im MIK nehmend sagt er, dass der schöne Innenhof bislang nicht optimal genutzt werde. Er ist überzeugt, dass eine Lösung gefunden werden sollte, um den Innenhof zu beleben und mehr Gäste anzulocken.

Stadtrat **Dr. O'Sullivan** lobt die Steillagentage als einen schönen Einstieg in das Thema Weinanbau in Ludwigsburg. Daraus könne man zweifellos künftig touristisch profitieren. Seiner Ansicht nach sollte auch das Thema Fahrradtourismus, insbesondere entlang der Radwege am Neckar, in der Tourismuskonzeption von Ludwigsburg präsenter sein.

Stadtrat **Haag** merkt an, dass der Urlaub in der Heimat im Trend liegt. Er fragt in diesem Zusammenhang, ob die TELB Messungen vornimmt, um herauszufinden, welche positiven Entwicklungen im touristischen Bereich dem allgemeinen Trend geschuldet sind und welche aus den Anstrengungen des Eigenbetriebs resultieren. Stadtrat Haag möchte auch wissen, wie sich der # visit Ludwigsburg im Vergleich zum Slogan „Ludwigsburg inspiriert“ in der Werbung auswirkt. Er regt zudem an, Angebotspakete (z. B. Pakete bestehend aus Übernachtung, ÖPNV, diverse Kulturangebote) für Besucherinnen und Besucher zu bündeln und diese auf der Service-Ebene anzubieten.

Dadurch könnten unterschiedliche Leistungen sinnvoll verbunden und das touristische Angebot insgesamt verbessert werden. Schließlich möchten immer mehr Menschen, auch im Rahmen der aktuellen Klimaschutzdiskussion, ihren Urlaub zuhause verbringen und nicht weit verreisen.

Auf die Wortmeldungen eingehend erklärt Herr **Kunz**, dass die TELB im Bereich der Sozialen Medien nur punktuell Werbung mache und zwar mit einem sehr geringen Budget. Der größte Teil der dort stattfindenden Werbung werde organisch generiert. Der # visit Ludwigsburg werde durch die TELB nicht aktiv beworben, sondern von den Usern selbständig verwendet und geteilt, weil er zu einem Trend avanciert sei. Zur Hotelsituation sagt Herr Kunz, dass aktuell der Bau eines 3-Sterne Harbor Hotels mit 111 Zimmern am Kallenberg'schen Gelände geplant sei. Dieses Hotel werde dem Tourismus in Ludwigsburg nachhaltig gut tun. Die TELB werde mit dem Betreiber Gespräche führen. Zu anderen Hotelplanungen in Ludwigsburg könne er noch nichts Konkretes sagen, da sie noch sehr vage seien. Die Problematik mit dem Innenhof des Cafés im MIK sei bekannt. Hier versuche die TELB gemeinsam mit dem Fachbereich Hochbau und Gebäudewirtschaft eine gute Lösung zu finden, die auch konform mit dem Denkmalschutz sein sollte. Herr Kunz versichert, dass alle Indikatoren zu Rate gezogen werden. Als konkretes Beispiel nennt er die Bundesgartenschau. Die Stadt Ludwigsburg habe dadurch im Bereich der Übernachtungen und im Tagesausflugbereich touristisch profitiert. Herr Kunz bestätigt, dass der Urlaub in der Heimat im Trend liegt. Hier habe die TELB mit ihren naturnahen und abwechslungsreichen angeboten den Nerv der Zeit getroffen. Bezug auf die angesprochenen Servicepakete nehmend sagt Herr Kunz, dass gemäß der geltenden EU-Pauschalreiserichtlinie Destinationsmanagementorganisationen nicht als Veranstalter auftreten dürfen. Deshalb sehe die TELB ihre Aufgabe auch darin, die Aufmerksamkeit auf die Stadt Ludwigsburg zu lenken und mit Partnern aus dem Bereich der Hotellerie die unterschiedlichen Angebote, auch als Pakete, zu vermarkten. Gespräche in dieser Richtung werden bereits mit Hoteliers in der Stadt geführt. Die Weiterentwicklung des Fahrradtourismus habe die TELB ebenfalls im Blick. Hier kooperiere man auch mit dem Fachbereich Nachhaltige Mobilität.

Nach Ansicht von Stadtrat **Dr. Vierling** sollten die Steillagentage künftig zu einem echten touristischen Argument weiterentwickelt werden.

Der Ausschuss für Wirtschaft, Kultur und Verwaltung nimmt den Bericht zur Umsetzung der Tourismuskonzeption zur Kenntnis.