

Stadtvertretung der Landeshauptstadt Schwerin

Datum: 2013-10-21

Antragsteller: Fraktionen/Stadtvertreter/
Ortsbeiräte
Bearbeiter/in: CDU-Fraktion
Telefon: (03 85) 5 45 29 52

**Antrag
Drucksache Nr.**

öffentlich

01682/2013

Beratung und Beschlussfassung

Stadtvertretung

Betreff

Unterstützung der "Marketinginitiative Schwerin" durch die Landeshauptstadt Schwerin

Beschlussvorschlag

Die Stadtvertretung möge beschließen:

1. Die Gründung der Marketinginitiative Schwerin als zusätzliche, freiwillige Initiative zur Verbesserung des touristischen Außenmarketings der Landeshauptstadt wird von der Stadtvertretung begrüßt.
2. Die Oberbürgermeisterin wird gebeten, dafür Sorge zu tragen, dass die Landeshauptstadt Schwerin im Touristischen Fachbeirat der Marketinginitiative personell vertreten ist.
3. Die Höhe des jährlich von der Landeshauptstadt Schwerin gezahlten Zuschusses für das touristische Marketing an die Stadtmarketing Gesellschaft Schwerin mbH (SMG) bleibt vom freiwilligen Modell der Marketinginitiative Schwerin unberührt.

Begründung

In der Touristischen Entwicklungskonzeption für Schwerin wurde die Bedeutung des Wirtschaftsfaktors Tourismus für die Landeshauptstadt ausführlich dargelegt und begründet. Die Effekte für Wertschöpfung und Beschäftigung, die durch den Tourismus (Übernachtungen, Tagesgäste) entstehen, sind bereits jetzt erheblich und können durch Zuwächse noch verstärkt werden. Die Tourismuszahlen stagnieren seit dem Erfolg der Bundesgartenschau Schwerin 2009. Eine wesentliche Ursache wird in der finanziellen und personellen Ausstattung des touristischen Außenmarketings gesehen. Um den gestiegenen Anforderungen des Wettbewerbs gerecht zu werden und eine größere touristische Nachfrage zu generieren, müssen vorhandene Strukturen mit der Wirtschaft vernetzt und die finanziellen Mittel für gezielte Maßnahmen erhöht werden. Daher hat es sich die Marketinginitiative Schwerin zum Ziel gesetzt, durch gemeinsame, auf die Tourismusdestination Schwerin bezogene Marketingmaßnahmen den Bekanntheitsgrad der Landeshauptstadt Schwerin zu erhöhen. Dafür steht ein über drei Jahre gesichertes Budget (aktuell 50.000,00 € p.a.) zusätzlich zum bisher vorhandenen Marketingbudget zur

Verfügung. Der städtische Zuschuss an die SMG ist vertraglich vereinbart und durch einen abgestimmten Marketingplan gebunden. Es dürfen daher aufgrund der Gründung der Marketinginitiative keine Kürzungen erfolgen. Die Handlungsfähigkeit und Arbeitsgrundlage der SMG darf nicht gefährdet werden.

Die Bildung einer öffentlich-privaten Partnerschaft (PPP) im Rahmen der Marketinginitiative ermöglicht es, zusätzliche Maßnahmen für das Außenmarketing zwischen der Landeshauptstadt Schwerin und der Wirtschaft abzustimmen und durchzuführen. Aus gewählten Gründungsmitgliedern der Initiative wird ein Touristischer Fachbeirat gegründet und integriert in die SMG. Um das von der IHK zu Schwerin vorgeschlagene PPP-Modell umzusetzen, ist die Mitwirkung der Landeshauptstadt Schwerin im Touristischen Fachbeirat erforderlich.

Durch eine ausgewogene Branchenstruktur des Fachbeirats werden nicht nur touristische Leistungsträger einbezogen, sondern auch Vertreter der Branchen, die am Tourismus deutlich partizipieren. Die Marketinginitiative Schwerin will zukünftig branchenübergreifend weitere Mitglieder akquirieren. Langfristig kann diese Vernetzung zu einem ganzheitlichen Standortmarketing führen.

über- bzw. außerplanmäßige Aufwendungen / Auszahlungen im Haushaltsjahr

Mehraufwendungen / Mehrauszahlungen im Produkt: ---

Die Deckung erfolgt durch Mehrerträge / Mehreinzahlungen bzw. Minderaufwendungen / Minderausgaben im Produkt:

Die Entscheidung berührt das Haushaltssicherungskonzept:

☐ ja

Darstellung der Auswirkungen: ---

☐ nein

Anlagen:

keine

gez. Sebastian Ehlers
Fraktionsvorsitzender CDU-Fraktion