Stadt Neumünster **Neumünster, 31. Juli 2015**
Der Oberbürgermeister
Stadtplanung und –entwicklung
- Abt. Stadtentwicklung und Verwaltung -

AZ: 61.2 / Herr Lewandowski

Drucksache Nr.: 0530/2013/DS

Beratungsfolge	Termin	Status	Behandlung
Hauptausschuss	01.09.2015	Ö	Kenntnisnahme
Finanz- und Wirtschaftsförderungsausschuss	09.09.2015	Ö	Vorberatung
Ratsversammlung	15.09.2015	Ö	Endg. entsch. Stelle

Berichterstatter: OBM

Verhandlungsgegenstand: **Tourismusstrategie 2015 für Neumünster**

A n t r a g :

1. Die Ratsversammlung nimmt den Sachstandsbericht der Verwaltung zur Tourismusstrategie zur Kenntnis.

2. Die Ratsversammlung beschließt die inhaltliche Ausrichtung der Tourismusstrategie 2015 für Neumünster.

3. Die Aussagen des Gutachters zur erforderlichen finanziellen Ausstattung der Tourismusmarketingorganisation werden zur Kenntnis genommen.

Finanzielle Auswirkungen: Haushaltsmittel für die Umsetzung sind in den Ansätzen zum Tourismus im Doppelhaushalt 2015/2016 berücksichtigt.

B e g r ü n d u n g :

1. Das erste Tourismuskonzept für die Stadt Neumünster wurde am 12.11.2002 der Ratsversammlung als Drucksache 714/98 vorgelegt. Dieses Konzept war die Basis der (wieder) gestarteten Aktivitäten im Tourismus in Neumünster.

Mit der Vorlage des Handlungskonzeptes für die Neuausrichtung des Tourismus in Schleswig-Holstein 2006 und der damit verbundenen Neuausrichtung des Marketings hat der Tourismus innerhalb des Landes einen deutlichen Bedeutungszuwachs erfahren. Mit diesem Tourismuskonzept des Landes wurde das Marketing an den Kernzielgruppen „Anspruchsvolle Genießer“, „Familien mit kleinen Kindern und mittlerem / hohem Einkommen“ und „Best Ager“ ausgerichtet. Zudem wurden die landesweiten Themen Kultur, Gastronomie, Rad fahren, Naturerlebnis und Reiten in den Fokus genommen. Mit der Vorlage 0221/2008/DS wurde die Fortschreibung des Tourismuskonzeptes für Neumünster an diese neue Ausrichtung der Landesstrategie angepasst. Der Finanz- und Wirtschaftsförderungsausschuss hat dem „Tourismuskonzept Stadt Neumünster 2008“ am 21.01.2009 einstimmig zugestimmt.

Mit der neuen „Tourismusstrategie Schleswig-Holstein 2025“, die am 01.07.2014 dem Fachpublikum vorgestellt worden ist, wurden diese Zielgruppen präzisiert und ergänzt. Es erfolgte eine Konzentration auf die chancenreichsten Zielgruppen, eine Fokussierung auf die potentialträchtigsten Themen sowie eine Definition von Zielgruppen-Themen-Kombinationen.

Für den Urlauberreiseverkehr aus Deutschland stehen zukünftig folgende Zielgruppen im Fokus des Landesmarketings:

- Natururlauber, die in Schleswig-Holstein Ursprünglichkeit und Natur erleben wollen.
- Familien mit Kindern, die sich fast nur für Aktivitäten am und auf dem Wasser interessieren (sogenannte „Wasserraten“) sowie „Aktivfamilien“, die Wert auf vielseitige Aktivitäten auch abseits der Küste legen.
- Entschleuniger, die sich gerne verwöhnen lassen, Luxus genießen und etwas für die Gesundheit tun wollen.
- Neugierige, die Land und Leute kennenlernen wollen und viele unterschiedliche Aktivitäten ausprobieren wollen, meist als Paar.
- Städtereisende werden als „Entwicklungszielgruppe“ erstmals berücksichtigt. Dieser Zielgruppe wird ein enormes Wachstumspotenzial zugetraut.

Ein zielgruppenorientiertes Themenmarketing soll die spezielle Ausrichtung auf Zielgruppen ergänzen:

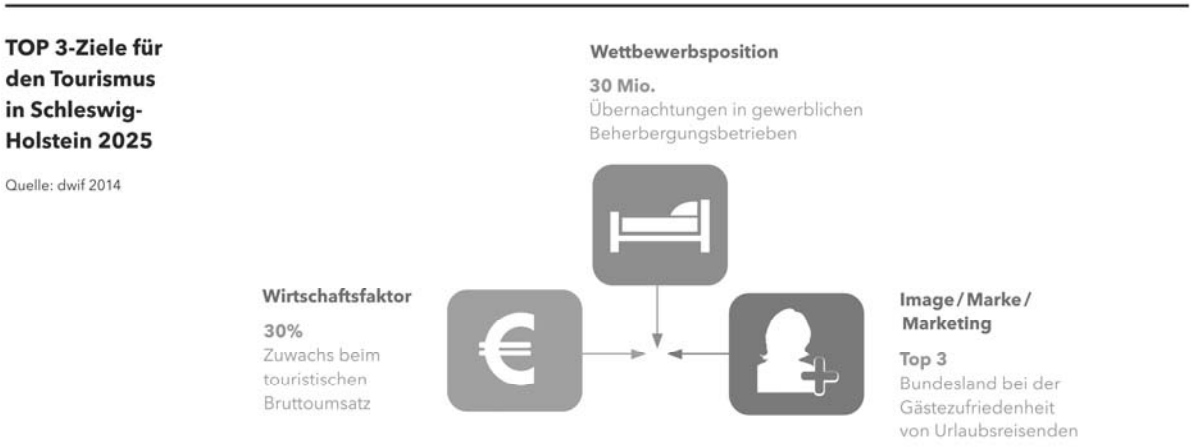
- Natur, Familie und Strand als Kernkompetenzen des Tourismus in Schleswig-Holstein passen zu allen Zielgruppen.
- Rad fahren und Segeln sind Aktiv-Themen, die eng mit den Kernkompetenzen verbunden sind.
- Städtereisen und Gesundheitsurlaub sind Entwicklungsthemen, die stärker für den Schleswig-Holstein-Tourismus erschlossen werden sollen.
- „Gesundheit“ gilt als wichtiges Querschnittsthema, das sich bei allen Zielgruppen platzieren und mit den anderen Themen kombinieren lässt.

Diese Neuorientierung des Tourismusmarketings auf Landesebene ist aus Sicht Neumünsters sehr zu begrüßen, da sich Neumünster in den vergangenen Jahren neben den Zielgruppen aus dem sog. „Berger-Gutachten“ insbesondere für das Themenfeld Städtereisen eingesetzt hat.

Neu am Ansatz der Tourismusstrategie Schleswig-Holstein 2025 ist die Erfolgsmessung. Bis 2025 setzt sich das Land unter dem Motto „30 – 30 – 3“ messbare Wachstumsziele:

- 30 Mio. gewerbliche Übernachtungen im Jahr 2025 (Stand 2012: 24,5 Mio.)

- Einen Zuwachs von 30% beim touristischen Bruttoumsatz im gleichen Zeitraum (Stand 2012: 6,9 Mrd. Euro)
- Bis 2025 zählt Schleswig-Holstein zu den drei Bundesländern mit der höchsten Gästezufriedenheit bei Urlaubsreisen. (Stand 2013: Rang 7).



(Tourismusstrategie Schleswig-Holstein 2015, Seite 4)

2. Die neue Tourismusstrategie für Neumünster knüpft an die Landesstrategie an. Die bislang additiven Aspekte ‚Städtereisende' und ‚Tagestouristen' der Tourismusstrategie in Neumünster sind jetzt auch auf Landesebene aufgegriffen worden. Die neue Landesstrategie berücksichtigt somit erfreulicherweise Zielgruppen und Themen, die für Neumünster von hoher Priorität sind.
   Die Tourismusstrategie für Neumünster verfolgt das Ziel, die Potenziale, die der Tourismus für die Stadt bietet, vollumfänglich zu nutzen. Dies geschieht durch die
   - Stärkung der Wirtschaft der Stadt durch die Gewinnung von Gästen und Bindung von Kaufkraft, Generierung touristischer Umsätze und damit von Einkommen, zudem Sicherung und Ausbau von Arbeitsplätzen
   - Sicherung und Entwicklung von Tourismus-Strukturen und Freizeitgelegenheiten
   - Förderung von Image, Bekanntheit und Qualität am Standort Neumünster
   - Stärkung der Position der Stadt innerhalb der Strukturen Schleswig-Holsteins mit dem Ziel, die Interessen der Stadt bei struktur- und finanzpolitischen Entscheidungen angemessen zu berücksichtigen.

   Neumünster ist kein Tourismusstandort mit herausragender Bedeutung für den klassischen Urlaubstourismus, jedoch bedeutender Tourismusort im Binnenland Schleswig-Holsteins als:
   - Messestand- und Veranstaltungsort
   - Einkaufsstadt
   - Industrie/Gewerbestandort mit internationaler Verflechtung, damit Bedeutung für den Geschäftsreisetourismus
   - Standort mit zentraler Lage in Schleswig-Holstein (gute verkehrliche Erreichbarkeit und Nähe zu den Destinationen Hamburg und Kiel)

   Ebenso wie das Land Schleswig-Holstein sollte sich Neumünster eigene Ziele im Tourismus setzen. Abgeleitet an den Zielen der Landesstrategie sollte Neumünster anstreben,

- bis 2025 ein Gesamtvolumen von 165.000 Übernachtungen in Betrieben ab 10 Betten zu erreichen.
- den touristischen Bruttoumsatz bis 2025 um rd. 30 % auf 125 Mio. Euro zu steigern (Basisjahr in Neumünster 2011: 95,4 Mio. Euro).
- die Gästezufriedenheit in Neumünster mindestens den jeweiligen Werten des Landesdurchschnittes entsprechen zu lassen.

Hieraus leiten sich die konkreten Ziele der Qualitätsentwicklung ab, die für eine Zielerreichung erforderlich sind, wie z. B. DEHOGA-Klassifizierungen und weitere Beteiligungen am System „Servicequalität Deutschland“.

Die Kernzielgruppen der Landesstrategie werden von Neumünster ebenso bedient wie die Kernthemen ‚Städtereisen‘ und ‚Radfahren‘ die Kernmärkte ‚MICE‘, ‚Städtereisende‘ und ‚Tagestourismus‘.

Zudem wird empfohlen, die inhaltliche Kommunikation stärker an das Markenbild des Landes und die dort vermittelten Markenkernaussagen „nördliche Lage“ und „Authentizität der Menschen“ anzugleichen. Auf den eigenen Printprodukten und Anzeigen hat die Stadt Neumünster des Slogans „Schleswig-Holstein - Der echte Norden“ bereits aufgegriffen.

Die Verfasser der Tourismusstrategie liefern Empfehlungen zu Ausstattung und Organisationsform. Gemessen an der wirtschaftlichen Bedeutung sollte Neumünster touristisch ‚angemessen‘ aufgestellt sein. Für ein entsprechendes Tourismusmarketing-Budget seien Einnahmen und Beteiligungen der Wirtschaft erforderlich.
Hinsichtlich der Organisationsformen im Tourismusmarketing geht die Tourismusstrategie auf das aktuelle EU-Beihilferecht, das ab April 2016 in nationales Recht umgesetzt sein muss, ein. Abschließend werden die Aufgaben und Zielgruppen des Tourismusmarketings und des Citymanagements gegenübergestellt.

Dr. Olaf Tauras
Oberbürgermeister

Anlage:

- Tourismusstrategie Stadt Neumünster 2015 ff