

STADT FRIEDRICHSHAFEN Sitzungsvorlage Drucksache-Nr. 2015 / V 00050/1	Ausfertigungen: Dezernat I,
Dienststelle: Dezernat I Aktenzeichen:	26.05.2015, Unterschrift:
Mitzeichnung (Datum, Kurzzeichen): <input type="checkbox"/> BM Krezer _____ <input type="checkbox"/> EBM Dr. Köhler _____ <input type="checkbox"/> BM Hauswald _____ <input checked="" type="checkbox"/> Oberbürgermeister _____	

Betreff: Organisatorische und personelle Weiterentwicklung im Tourismus und Stadtmarketing der Stadt Friedrichshafen Anlage: Präsentation zum Thema Weiterentwicklung Tourismus in Friedrichshafen Neuausrichtung und Konzeption Auszug aus dem Bericht 2014 Bregenz Tourismus und Stadtmarketing GmbH Auszug aus dem Haushaltsplan 2014/2015 zum Unterabschnitt Tourismus
Medien: Bitte ankreuzen. Alles, was präsentiert werden soll, muss mindestens 1 Arbeitstag vor den jeweiligen Sitzungen der Geschäftsstelle des Gemeinderates zugeleitet werden, damit die Präsentation gewährleistet werden kann.
<input type="checkbox"/> MS Office 2003 Dateien (inkl. ppt, .mpp) <input type="checkbox"/> .pdf-, htm- Dateien <input type="checkbox"/> DVD <input type="checkbox"/> Video (VHS) <input type="checkbox"/> Folien (ungeeignet)

Referent und Zeitdauer: Herr Oberbürgermeister Andreas Brand, 30 Minutenschwaderer

Gremium:	Datum:	Zuständigkeit:	Öffentlichkeitsstatus:
Finanz- und Verwaltungsausschuss	08.06.2015	Vorberatung	nicht öffentlich
Gemeinderat	22.06.2015	Entscheidung	öffentlich

Ggf. Hinweis auf frühere Behandlung des Beratungsgegenstandes (Gremium, Datum, Drucksache-Nr.):

<u>FINANZIELLE AUSWIRKUNGEN</u>		<input type="checkbox"/> ja	<input type="checkbox"/> nein
Kosten:	<input type="checkbox"/> einmalige Kosten		Betrag: EUR
	<input type="checkbox"/> jährliche Folgekosten:	Personalkosten	Betrag: EUR
		Sachkosten	Betrag: EUR
Zuschüsse	<input type="checkbox"/> einmalige Einnahme(n)		Betrag: EUR
bzw.			
Beiträge:	<input type="checkbox"/> laufende (jährlich)		Betrag: EUR
MITTELBEREITSTELLUNG IM HAUSHALT:			
<input type="checkbox"/> Städt. Haushalt	<input type="checkbox"/> VWH	<input type="checkbox"/> VMH	Fipo:
<input type="checkbox"/> Stiftungs-Haushalt	<input type="checkbox"/> VWH	<input type="checkbox"/> VMH	Fipo:
Zur Verfügung stehende Mittel (Planansatz und Haushaltsausgabereist lfd. Jahr):			EUR
Noch bereitzustellen:			EUR
Deckungsvorschlag:			EUR

Beschlussantrag:

Die Verwaltung wird beauftragt,

- die Gründung und Bildung einer Tourismus- und Stadtmarketing GmbH auf 01.01.2016 vorzubereiten und umzusetzen
- die formale Information, Unterrichtung und Einbindung (u.a. Herren Philipp und Goldschmidt, Mitarbeiter in TI, Verkehrsverein FN, Beirat Stadtmarketing und Stadtforum, Ansprache der angedachten Gesellschafter, OV Ailingen) durchzuführen
- die gesellschaftsrechtliche Struktur in Form Gesellschaftsvertrag zu erarbeiten einschließlich der Klärung steuerlicher, gesellschaftsrechtlicher und personalrechtlicher Fragen
- die organisatorische Neuausrichtung auf 01.01.2016
- und diese Ergebnisse in einer 2.Drucksache den Gremien zur weiteren Beratung und Beschlussfassung vorzulegen
- die Stellenausschreibung für die Leitung Tourismus- und Stadtmarketing FN vorzubereiten und durchzuführen und den Gremien zur Auswahl der Leiterin/des Leiters vorzulegen.

Begründung:

Ausgangslage

Die für die Stadt zentrale Aufgabe Tourismus wird derzeit vom Amt für Tourismus, Amtsleiter Philipp in Personalunion gleichzeitig Leiter des Graf Zeppelin Hauses, und der Tourist Info verantwortet. Gleichzeitig ist der Verkehrsverein Friedrichshafen aufgrund Beschlusslage des Gemeinderates aus dem Jahr 1999 ebenfalls Träger der Tourist Info.

Das 1998 ins Leben gerufene Stadtforum Friedrichshafen entwickelte sich zur Stadtmarketing gGmbH im Jahr 2003 weiter. Ziel des Stadtmarketings ist zum einen die Markenbildung, zum anderen ist es aber ein notwendiges Instrument zur Attraktivität und zur Belebung der Städte.

Im Jahr 2013 und 2014 wurde bereits im Stadtmarketing über eine Bündelung der Kräfte Stadtmarketing und Tourismus nachgedacht und erste konzeptionelle Überlegungen zur Gründung einer gemeinsamen GmbH entwickelt.

Ausgehend von diesen grundsätzlichen, kompakten Darstellungen, ist die derzeitige Ausgangslage in Tourismus in Friedrichshafen wie folgt zu beschreiben:

- Strategische Ausrichtung des Tourismus ist in den vergangenen 10 Jahren nicht konzeptionell fortgeschrieben worden
- Tourismus hat sich unverändert positiv entwickelt, die Übernachtungszahlen steigen, das Wachstum liegt aber kontinuierlich unter dem Landesdurchschnitt und teilweise signifikant unter dem Wachstum andere Städte und Gemeinden am Bodensee
- Die Diskussion über die Etablierung einer Marke „Bodensee“ hat zur Aufspaltung und Abspaltung von der IBT Internationale Bodensee Touristik zur DBT Deutsche Bodensee Tourismus geführt
- Ein Großteil der Übernachtungsgäste rekrutiert sich aus Geschäfts- und Messereisende, der Tagestourismus ist eine stabile und wachsende Größe, der Tagungstourismus im GZH ist trotz hervorragender Räumlichkeiten und idealer Lage kontinuierlich rückläufig
- Zersplitterung der Akteure im Tourismus (Touristinfo, Stadtmarketing, Tourist Info Fischbach, Tourist-Info FN, Tourist-Info Ailingen, Museen als eigenständige Marken, nicht eingebettet in eine Gesamtkonzeption, Verkehrsverein etc.)

- Stellenbesetzung Nachfolge Herr Philipp aufgrund Erreichen des Rentenalters (planmäßiges Ausscheiden 3.Quartal 2016) jetzt einzuleiten
- Kein erkennbare Marke für die Tourismusdestination Friedrichshafen (Wer kommt warum nach FN und wer kommt warum nicht? Wen sprechen wir an? Wen wollen wir als Zielgruppe erreichen?)
- Notwendigkeit einer nach vorne gewandten Tourismusstrategie, die die Ziele und Zielgruppen für die Zukunft definiert
- Erheblicher und noch nicht beendeter Image-Schaden durch Betrugsfälle in der Tourist-Info und bei externen Dienstleistern und Personen
- Schwierige Ausgangslage des GZH, zunehmender Wettbewerbsdruck; Stichwort: Inselhall Lindau, im Event-Bereich Oberschwabenhalle, Messe FN, aber auch Big Box Kempten)
- Stadtmarketing und Tourismus in vielen Städten am See, zum Beispiel Bregenz und Konstanz, haben sich zu einer Institution zusammengeschlossen

Bewertung

Aus den aufgezeigten Gründen bestehen an verschiedenen Stellen dringende inhaltliche, aber auch personelle Handlungsnotwendigkeiten. Der Betrugsfall beschleunigt dieses Frage- und Themenstellungen und unterstreicht den Handlungsdruck.

Das touristische Angebot der Stadt Friedrichshafen hat perspektivisch und bereits jetzt ein deutlich höheres Potential, das es zu nutzen, zu bündeln, weiterzuentwickeln, zu gestalten und voranzubringen gilt.

Jetzt ist – auch durch die Betrugsfälle – deutlichst erkennbar, dass nicht nur punktuelle Änderungen notwendig sind, sondern eine Bündelung der Anstrengungen, eine inhaltlich und personelle Neuausrichtung, letztendlich ein gemeinsames und abgestimmtes Agieren aller Tourismusverantwortlichen notwendig ist.

Struktur des Tourismus und Stadtmarketing

Die inhaltsverwandten und teilweise überlappenden Aufgaben von Stadtmarketing und Tourismus sollen im Sinne eines einheitlichen, die Stadt weiter nach vorne bringenden Auftrittes gebündelt werden unter einem Dach einer neu firmierenden und zu gründenden GmbH. Das ist der Vorschlag und das Ziel.

Als Erfolgsmodell für ein herausragendes Stadt- und Tourismusmarketing steht u.a. die Stadt Bregenz. Die Bündelung aller relevanten Aktivitäten unter einem Dach ist hier gelungen.

In der Anlage 1 sind die Gründe und Fakten, Vor- und Nachteile und die Abwägung dargestellt. In der Anlage 2 ist ein Auszug aus dem Geschäftsbericht Bregenz des Jahres 2014 beigefügt.

Einen Baustein der ganzheitlichen Konzeption soll auch das GZH bilden. Dabei geht es explizit nicht um Fragen der Zuordnung zur Stiftung, diese sind gesetzt. Konkret geht es um die Einbindung der Säule GZH als Veranstaltungszentrum in die weiteren Aktivitäten von Stadtmarketing und Tourismus Friedrichshafen. Bislang ist der Dezernent des D III Fachvorgesetzter für das GZH. Diese Funktion soll zukünftig die Geschäftsführerin der neuen GmbH ausüben. Die Kontrollfunktion liegt darüber beim geplanten Aufsichtsrat.

Vorgehen und zu bearbeitende Themen

Nach der ersten Information des FVA im März 2015 fanden Gespräche auftragsgemäß mit verschiedenen Beteiligten statt.

Seitens des Verkehrsvereines gibt es ein klares Votum und eine sehr positive Einstellung zur Gründung und zum Beitritt zur GmbH. Der Verkehrsverein bündelt die vielfältigen Interessen der Hoteliers, der Gastronomie und der privaten Zimmervermieter.

Auch die Gespräche mit anderen möglichen Partnern wie TWF, Flughafen und Messe verliefen positiv; positiv bedeutet konkret das Ja zu einem Beitritt und finanziellen Engagement in der neuen Gesellschaft. Mit Ailingen fand ein erstes, auf grundsätzliches Interesse und positive Haltung stimmendes Gespräch statt. Aus Zeitgründen waren hier Details noch nicht abgestimmt.

In der beigefügten Anlage und im Beschlussvorschlag ist die weitere Vorgehensweise beschrieben. Ebenso die Abwägung der Vor- und Nachteile unterschiedlicher Organisationsformen und eine damit einhergehende Abwägung und ein daraus resultierender Vorschlag.

Im Wesentlichen sind es folgende Themen:

1. Gründung und Bildung einer Tourismus- und Stadtmarketing GmbH
 - Gesellschaftsvertrag, Geschäftsordnung
 - Kapitalausstattung
 - Kreis der aufzunehmenden Gesellschafter als Mitfinanzierer
 - Gremienbesetzungen
 - Steuerliche Fragen u.a. UST-Pflicht bei städtischen Zuschüssen
 - Personal (Personalübergang städtischer Mitarbeiterinnen als Möglichkeit, Ausgestaltung des Direktions- und Weisungsrechtes; Neueinstellung beim der GmbH)

2. Personalgewinnung für die neue Gesellschaft mit Ziel auf 01.01.2016 verbunden mit der Nachfolgeregelung Leiter GZH

3. Finanzplanung und Budgets
 - Welche Budgets sind zukünftig erforderlich, um die Aufgaben Tourismus und Stadtmarketing angemessen zu finanzieren?
 - Wie können diese Budgets refinanziert werden? Städtischer Zuschuss, Beteiligung der Gesellschafter, Beitrag Verkehrsverein, ggfs. perspektivisch weitere Möglichkeiten

4. Information, Unterrichtung, Absprache und Überzeugung der Beteiligten

Mit der Neubesetzung der Leitung Tourist-Info mit Frau Jennifer Brosy auf 01.07.2015 startet der Neubeginn in der Tourist-Info. Schwerpunktmäßig geht es um Neuausrichtung, interner Dienst- und Arbeitsbetrieb, touristische Planung (u.a. Aktivitäten, Marketing- und Mediamassnahmen für 2016) und Gewinnung von verlorenem Vertrauen. Die momentane Situation wird von den Mitarbeiterinnen sehr gut und professionell gemeistert und bewältigt, wenngleich bestimmte Themen und Inhalte im Moment zurückgestellt sind.

Um Beratung und Beschlussfassung wird gebeten.

Friedrichshafen, den 26.05.2015

B r a n d