

Beschlussvorlage

Drucksache - Nr.

101/10

Beschluss	
Nr.	vom
wird von Stabsst. 1.1 ausgefüllt	

Dezernat/Fachbereich:
Stabsstelle Zentrale
Steuerung/Stadtentwicklung

Bearbeitet von:
Wolfgang Sandfort,
Hugo Haag

Tel. Nr.:
82-2498
82-2268

Datum:
15.06.2010

1. Betreff: Tourismuskonzept Offenburg

2. Beratungsfolge:	Sitzungstermin	Öffentlichkeitsstatus
1. Haupt- und Bauausschuss	12.07.2010	öffentlich
2. Gemeinderat	11.10.2010	öffentlich

Beschlussantrag (Vorschlag der Verwaltung):

Der Haupt- und Bauausschuss empfiehlt dem Gemeinderat:

1. Der Gemeinderat nimmt vom Tourismuskonzept Kenntnis und bestätigt die Ausrichtung auf die Hauptzielgruppe der Tagestouristen.
2. Der Gemeinderat beauftragt die Verwaltung die kurz- und mittelfristigen Maßnahmen umzusetzen, die längerfristigen Maßnahmen weiter vorzubereiten und dem Gemeinderat über die Umsetzung zu berichten.
3. Der Gemeinderat befürwortet die Intensivierung der regionalen Kooperationen der Tourismusvermarktung und fordert den Ortenaukreis auf, die Koordination zentral wahrzunehmen.

Beschlussvorlage

Drucksache - Nr.

101/10

Dezernat/Fachbereich:	Bearbeitet von:	Tel. Nr.:	Datum:
Stabsstelle Zentrale	Wolfgang Sandfort,	82-2498	15.06.2010
Steuerung/Stadtentwicklung	Hugo Haag	82-2268	

Betreff: Tourismuskonzept Offenburg

Sachverhalt/Begründung:

Tourismuskonzept Offenburg

I. Vorbemerkung

Bisher wurde dem Gemeinderat zu einzelnen Themen des Stadtmarketing berichtet, wie Wochenmarkt, Fußball-WM oder City-Marketing, beziehungsweise im Rahmen der Geschäftsberichte der Stabsstelle. Auf Antrag der Fraktion der Freien Wähler (siehe Anlage) wird hiermit eine Übersicht der Aktivitäten aus dem Blickwinkel Tourismus gegeben. In diesem Zusammenhang wird darauf hingewiesen, dass eine Vielzahl von Aktionen und Angeboten anderer Bereiche der Verwaltung für Touristen attraktiv sind, wie beispielsweise Angebote im Kulturbereich, im Sport, zur Freizeitgestaltung, bei der Messe um nur die wichtigsten zu nennen. Die verschiedenen Themenbereiche vermarkten ihre Produkte eigenständig und berichten zu ihren Konzepten in den entsprechenden Gremien. Die Aufgaben der Stabsstelle Stadtmarketing haben jedoch die engste Verknüpfung zum Handel und den touristischen Betrieben, wie Hotellerie und Gastronomie. Deshalb erscheint es sinnvoll, die Angebote und Aktionen des Stadtmarketing unter touristischem Blickwinkel zu beleuchten.

Zu Beginn der Arbeiten an dem Tourismuskonzept wurde ein professionelles Angebot bei dwif-consulting in München eingeholt, die unter anderem ein Konzept für Oberkirch und Oppenau erarbeitet haben. Ein touristisches Entwicklungskonzept für Offenburg würde insgesamt bei rund 83.000 € liegen. Darin würde unter anderem eine Einwohnerbefragung, eine Gästebefragung und ein Organisationskonzept enthalten sein. Nicht zuletzt aufgrund fehlender Budgetmittel wurde von einer Beauftragung, auch von Teilbausteinen abgesehen und ein Konzept im Hause erstellt.

II. Eckpunkte des Tourismuskonzeptes

In dem beigefügten Konzept wird eine Definition des Tourismus aus fachlicher Sicht vorangestellt. Die Situation des Tourismus in Offenburg wurde bereits im Rahmen eines Gemeinderatworkshops im Februar 2007 mit einem Vortrag von dwif-consulting beleuchtet. Deutlich wurde in diesem Vortrag, dass auch in Offenburg der Tourismus ein wichtiger Wirtschaftsfaktor ist und hierbei der Tagestourismus die zentrale Rolle spielt.

Obwohl die Daten, die dem Bericht zugrunde liegen aus dem Jahre 2006 stammen, wurde davon abgesehen, zusätzliche Mittel für eine Aktualisierung auszugeben. Die Tourismus-Umsätze dürften zwischenzeitlich gewachsen sein, die Aufteilung wird sich, so auch die Bestätigung der Experten, wenig verändert haben. Daher sind die Auswertungen aus 2006 in ihren Kernaussagen immer noch gültig.

Beschlussvorlage

Drucksache - Nr.

101/10

Dezernat/Fachbereich:	Bearbeitet von:	Tel. Nr.:	Datum:
Stabsstelle Zentrale	Wolfgang Sandfort,	82-2498	15.06.2010
Steuerung/Stadtentwicklung	Hugo Haag	82-2268	

Betreff: Tourismuskonzept Offenburg

Die Auswertungen machen deutlich, dass die Hauptzielgruppe des Tourismus in Offenburg die Tagestouristen sind. Wie im beigefügten Konzept ausgeführt wird, bringt diese Gruppe den größten Umsatzanteil des gesamten Tourismus nach Offenburg und ist in diesem Segment der bestimmende Wirtschaftsfaktor.

Die Auswertungen der Buchungsstatistik des Statistischen Landesamtes machen deutlich, dass Offenburger Beherbergungsbetriebe in erster Linie zur Übernachtung für Geschäftsbesuche und für Übernachtungen auf dem Urlaubsweg (stop-over) aufgesucht werden. Touristen der Region am Oberrhein genießen den Schwarzwald und die dortigen, meist preiswerteren Hotel- und Übernachtungsangebote, suchen aber gerne als Tagestourist das Oberzentrum Offenburg mit seinen vielfältigen Angeboten auf.

Positiv wirken sich auf die Übernachtungszahlen immer Ereignisse, wie der Mountainbike-Weltcup und in diesem Jahr das Landesturnfest aus. Derartige Ereignisse wirken weit in das Umland, weil die Hotelkapazitäten in Offenburg begrenzt sind und dann nicht ausreichen. Das gleiche gilt für die verschiedenen Messeangebote. Die Betreuung der Touristen erfolgt über das Zentrale Bürgerbüro, wo auch der i-Punkt angesiedelt ist. Zunehmend informieren sich unsere Gäste über das Internet. Deshalb wurde gemeinsam mit FIT Freiburg (Freiburg-Income-Touristik), neben der Telefonhotline eine direkte Buchungsplattform eingerichtet, die zunehmend Resonanz findet. Da das Angebot an oft gewünschten preiswerten Hotelzimmern und insbesondere bei Ferienwohnungen sehr begrenzt ist, wird immer wieder ins nähere Umland ausgewichen (siehe Konzept 4.3).

Die dargestellten touristischen Angebote und die korrespondierende Werbelinie sind insbesondere auf die Zielgruppe der Tagestouristen ausgerichtet. Sie sind so konzipiert, dass sie für Gäste und Besucher aus der Region, aber auch aus Offenburg und seinem Umland attraktiv sind.

Die Innenstadt ist als gute Stube der Stadt der „Premium-Veranstaltungsort“, mit dem Marktplatz, der Hauptstraße, dem Fischmarkt und dem Lindenplatz.

Die Angebote sind in ihrer Vielfalt und Vielschichtigkeit geeignet, neben den Tagestouristen und den Offenburger Bürgerinnen und Bürgern auch die Übernachtungsgäste anzusprechen zu können. Die Bandbreite reicht von Sportveranstaltungen bis über Brauchtumsveranstaltungen um die Narrenhochburg Offenburg bis hin zu dem Themenbereich Lebensart und Wein.

Dank dem Engagement des Ehepaars Scheiderbauer und der guten Kooperation mit allen Akteuren in der Stadt ist es gelungen, dieses Jahr den 4. Weltcup in Offenburg Rammersweier durchführen zu können. Die Veranstaltung hat Offenburg in der Mountainbike-Szene etabliert und international bekannt gemacht. Die Mountainbike-Challenge ist eine feste Größe bei allen Mountainbikern geworden.

Beschlussvorlage

Drucksache - Nr.

101/10

Dezernat/Fachbereich:	Bearbeitet von:	Tel. Nr.:	Datum:
Stabsstelle Zentrale	Wolfgang Sandfort,	82-2498	15.06.2010
Steuerung/Stadtentwicklung	Hugo Haag	82-2268	

Betreff: Tourismuskonzept Offenburg

Touristisch sind beide Veranstaltungen Highlights, bringen volle Auslastung der Übernachtungsbetriebe und werben weit überregional für Offenburg. In diese Serie reiht sich der letztes Jahr erstmals gestartete „hansgrohe-Triathlon“ ein.

Besondere Attraktivität für die Tagestouristen hat die „Einkaufsstadt“ Offenburg (vergl. Bild 5). Die Attraktivität der Angebote des Handels tragen mit der Atmosphäre der Innenstadt maßgeblich zu der positiven wirtschaftlichen Bedeutung bei, unterstützt durch die Erlebnisqualität des Wochenmarktes unter dem Motto: „Treffpunkt für Genießer“.

Die Werbemaßnahmen und Aktionen für die Einkaufsstadt werden von Stadt und city partnern gemeinsam unter dem Dach von Offenburg-Marketing e.V. organisiert und finanziell getragen.

Herausragende touristische Wirkungen hatte auch das Landesturnfest in diesem Jahr. Das Großereignis war ein sympathischer Botschafter für Offenburg und brachte eine gute Auslastung für die Hotel- und Übernachtungsbetriebe in Offenburg und das Umland.

Die vielfältigen anderen Veranstaltungen und Angebote in den Bereichen Sport und Kultur bringen viele Gäste in die Stadt, haben aber nicht die breite Wirkung, wie die genannten mehrtägigen Veranstaltungen.

Das Ortenauer Weinfest, das vor über 50 Jahren erstmals stattfand, ist zu einem Markenzeichen der Ortenau geworden, das die Offenburger selbst, viele ehemalige Offenburger und viele Gästen in die Innenstadt zum Genießen und Feiern zusammenbringt. Große Anziehungskraft haben alljährlich das weihnachtliche Offenburg mit seiner besonderen Erlebnisqualität und der Weihnachtsmarkt, der während rund 4 Wochen Treffpunkt der Offenburger ist und die Gäste aus der gesamten Region nach Offenburg bringt. Zusammen mit der Eisbahn hat der Weihnachtsmarkt auf dem neuen Marktplatz seinen Standort gefunden.

Die Werbelinie des Stadtmarketing ist auf diese Veranstaltungen ausgerichtet und ergänzt mit den Prospekten und Flyern die Werbung im Internet. Im 2-jährigen Rhythmus wird gemeinsam mit den Übernachtungsbetrieben das Unterkunftsverzeichnis herausgegeben, das über das Bürgerbüro vertrieben wird. Für die nächste Ausgabe ist eine Ausweitung der Klassifizierung der Betriebe vorgesehen, damit den Gästen eine Orientierungshilfe angeboten werden kann. Auch wenn Informationen und Buchungen über das Internet immer mehr Bedeutung erhalten, soll dennoch das Unterkunftsverzeichnis zunächst in gedruckter Form beibehalten werden.

Beschlussvorlage

Drucksache - Nr.

101/10

Dezernat/Fachbereich:	Bearbeitet von:	Tel. Nr.:	Datum:
Stabsstelle Zentrale	Wolfgang Sandfort,	82-2498	15.06.2010
Steuerung/Stadtentwicklung	Hugo Haag	82-2268	

Betreff: Tourismuskonzept Offenburg

III. Entwicklungsperspektiven

Das Angebot mit Standplätzen für Wohnmobilstädte beim Gifz-See war dringend erforderlich, zumal diese Touristengruppe zunimmt und für die Städte immer interessanter wird. Ebenso wichtig wäre die Ergänzung des Angebotes in Innenstadtnähe. Der bereits angedachte Standort beim Hallenbad wäre hierfür ideal.

Campingtouristen haben in der Ortenau bereits heute ein vielfältiges Angebot, wie in Anlage 3 des beigefügten Konzeptes aufgezeigt wird.

Bereits frühere Untersuchungen haben gezeigt, dass es im Raum Offenburg wenig attraktive Standorte gibt. Bisher ist auch kein Betreiber aktiv auf die Stadt zugegangen, der einen Campingplatz im Raum Offenburg betreiben wollte. In einer erneuten Standortüberprüfung durch den Fachbereich Planen, Hochbau, Umwelt wurden insgesamt sieben Standorte überprüft und bewertet. Grundsätzlich erscheinen drei Standorte geeignet. In wie weit einer der Standorte tatsächlich realisierbar ist, hängt maßgeblich davon ab, wie die Marktsituation und Standortqualität aus Sicht eines Betreibers beurteilt wird. Vor dem Hintergrund der Angebote in der näheren Umgebung und der besonderen Freizeitattraktivität darf die Umsetzbarkeit eher kritisch beurteilt werden. Sofern jedoch ein geeigneter Betreiber auf die Stadt zu kommt, könnte ein Projekt „Campingplatz Offenburg“ konstruktiv weiterverfolgt werden.

Kurz- und Mittelfristig wird im Tourismusmarketing weiter an der Vernetzung zwischen den Akteuren zum Thema Tourismus gearbeitet. Viele Angebote, wie im Bereich Radfahren, Mountainbiking, im Bereich Kultur, das Weinfest und der Weihnachtsmarkt entstehen in enger Kooperation mit Akteuren in der Verwaltung und insbesondere auch Kooperationspartnern in der gesamten Region. Beispielhaft sei auch der regelmäßige Gesprächskreis mit den Hoteliers in Offenburg genannt, in dem die Werbemaßnahmen, wie Unterkunftsverzeichnis, Internetwerbung und Kooperationen mit dem Buchungsservice abgestimmt werden.

Gute Ansätze zeigen sich in der Zusammenarbeit mit Tourismusverbänden, wie mit der Ferienland im Schwarzwald GmbH (Triberg, Schonach, Schönwald, Furtwangen, St. Georgen). Es zeigt sich jedoch, dass immer noch Konkurrenzbedürfnisse bei Kooperationsbestrebungen bestehen, wenn in der Partnerschaft für Tagesreisen nach Offenburg geworben wird.

Dabei sollen auch verstärkt die Möglichkeiten der kostenfreien Nutzung des öffentlichen Personenverkehrs im Schwarzwald aufgegriffen werden, die über das „Konus-Projekt“ den Übernachtungsgästen in 120 Orten im Schwarzwald angeboten werden. Den Gästen in der Region soll beispielsweise bei Vorlage der Konus-Karte in den Offenburger Schwimmbädern kostenloser Eintritt gewährt werden. Damit kann, bei entsprechender Bewerbung, der Tagesausflug nach Offenburg für die Gäste attraktiv gemacht werden.

Beschlussvorlage

Drucksache - Nr.

101/10

Dezernat/Fachbereich:	Bearbeitet von:	Tel. Nr.:	Datum:
Stabsstelle Zentrale	Wolfgang Sandfort,	82-2498	15.06.2010
Steuerung/Stadtentwicklung	Hugo Haag	82-2268	

Betreff: Tourismuskonzept Offenburg

Für Offenburg wäre ein Beitritt zum Konus-Projekt mit Kosten von rd. 42.000 € verbunden, dies wären 2/3 des gesamten Tourismus-Werbeetats. Aus diesem Grund und weil die Übernachtungsgäste in Offenburg überwiegend Geschäftsreisende sind, bzw. Übernachtungen auf dem Urlaubsweg, wurde bisher von einer Beteiligung der Stadt Offenburg am „Konus-Projekt“ abgesehen.

Der Kundenkontakt für Touristen wird über das BürgerBüro am Fischmarkt angeboten. Der Tourismus-i-Punkt steht mit den Mitarbeitern und Mitarbeiterinnen während 54-Stunden in der Woche den Touristen beratend mit Informationen zur Verfügung. Die Werbemittel werden im Büro des Stadtmarketing, unterstützt von Agenturen erstellt. Ferner erfolgt dort bei Anfragen die entsprechende Beratung, die im Bürger Büro nicht geleistet werden kann. Für diese Hintergrundarbeit im Tourismus steht eine Halbtagskraft mit 70 Prozent ihrer Arbeitszeit zur Verfügung (14 Wochenstunden; die Stelleninhaberin ist derzeit in Elternzeit und wird von einer Aushilfskraft vertreten). Die anderen Personalkapazitäten im Stadtmarketing sind für die vielfältigen regelmäßigen Veranstaltungen (Narrentag, Radsportveranstaltungen, Weinfest, Weihnachtsmarkt, usw.), den Wochenmarkt und die Sonderveranstaltungen (Fußball-WM, Landesturnfest, ...) gebunden.

Ferner arbeiten Mitarbeiter des Stadtmarketing bei dem gemeinsam mit den city partnern getragenen Verein Offenburg-Marketing e.V. im Vorstand mit. Dort werden die gemeinsam getragenen City-Marketing-Veranstaltungen, wie verkaufsoffene Sonntage, Werbeaktionen an französischen Feiertagen, Weihnachtswerbung, Lichtaktionen im November organisiert.

Somit bleiben die Kapazitäten für eine durchaus gewünschte Entwicklung von Tourismusaktionen und den Vertrieb sehr begrenzt. Sonderveranstaltungen können nur durch Mehrarbeitsstunden bewältigt werden und zeigen die Grenzen der personellen Spielräume für weitere Aktionen, Angebote und Maßnahmen auf.

Um die vorhandenen Ressourcen möglichst gut einsetzen zu können, wird laufend an der Verbesserung der Kooperation zwischen der Kundenbetreuung im Bürger Büro und dem Hintergrundarbeitsbereich im Stadtmarketing gearbeitet.

Vor dem Hintergrund der beschränkten Personalressourcen müssen einige Ideen und Entwicklungsansätze für touristische Maßnahmen als längerfristige Projekte betrachtet werden. Dazu gehören Maßnahmen wie die Ausweitung des Angebots für Stadtführungen, wie zum Beispiel Audio-Erlebnis-Stadtführungen, oder verstärkte Vernetzung mit und ins benachbarte Elsass mit Bezug zum Eurodistrikt. Die Idee eines Informationssystems für Gäste und Anwohner mit internetbasierter Abfragemöglichkeit wird konzeptionell weiterverfolgt und kann nach entsprechender Mittelbereitstellung über den nächsten Doppelhaushalt zeitnah realisiert werden.

Beschlussvorlage

Drucksache - Nr.

101/10

Dezernat/Fachbereich:	Bearbeitet von:	Tel. Nr.:	Datum:
Stabsstelle Zentrale	Wolfgang Sandfort,	82-2498	15.06.2010
Steuerung/Stadtentwicklung	Hugo Haag	82-2268	

Betreff: Tourismuskonzept Offenburg

Eher längerfristig ist die Intensivierung der Kooperationen mit überregionalen Akteuren zu sehen. Die Tourismuskordinationsstelle beim Ortenaukreis ist ein Schritt in die richtige Richtung, jedoch darf an eine einzelne Fachkraft für den gesamten Ortenaukreis und den vielfältigen Interessenslagen nicht zu hohe Erwartungen geknüpft werden. Der kooperative Weg und der überregionale Ansatz muss jedoch weiter verfolgt werden. Das Stadtmarketing ist in das vor wenigen Monaten begonnene Kooperationsnetz eng eingebunden.

IV. Zusammenfassung und Ausblick

Im Focus der touristischen Aktionen und der Angebote des Stadtmarketing stehen die Tagestouristen. Zunehmend bedeutet die Entwicklung von Angeboten die Steigerung der Erlebnisqualität, um die Erwartungen der Gäste erfüllen und sich von der Vielfalt der Angebote abheben zu können. Diese Hauptzielgruppe soll auch künftig im Mittelpunkt stehen, ohne dass die Angebote ihre Attraktivität für die Offenburger Bürgerschaft, das Umland und die Region verlieren dürfen. Dabei soll immer bedacht werden, dass auch die Übernachtungsgäste durch die Angebote angesprochen werden, damit die Stadt und die Region touristische Ausstrahlung erhalten.

Neben der ständigen Verbesserung der Produkte des Stadtmarketing und der Weiterentwicklung der Angebote wird weiterhin die Verbesserung der Vernetzung der Kooperationen mit den verschiedenen Partnern eine wichtige Aufgabe sein. Insbesondere auf der regionalen Ebene liegen noch Möglichkeiten der Verbesserung der Kooperation, die mit den vorhandenen Personalressourcen möglich sind. Der Vernetzung der touristischen Akteure auf Kreisebene kommt dabei als erstem Schritt große Bedeutung zu.