

Beschlussvorlage

Geschäftszeichen:
II

Verantwortliche/r:
Referat für Wirtschaft und Finanzen
Erlanger Tourismus und Marketing Verein
e. V.

Vorlagennummer:
II/254/2013

Aufbau eines Fachbereichs "Tagungen und Veranstaltungen" im Erlanger Tourismus und Marketing Verein e. V.

Beratungsfolge	Termin	Ö/N	Vorlagenart	Abstimmung
Haupt-, Finanz- und Personalaus- schuss	20.11.2013	Ö	Beschluss	einstimmig angenommen

Beteiligte Dienststellen

I. Antrag

1. Die Stadt nimmt von dem vom Vorstand des Erlanger Tourismus und Marketing Vereins beschlossenen Konzepts zur Einführung eines Fachbereichs „Tagungen und Veranstaltungen“ Kenntnis.
2. Zur Umsetzung dieses Konzeptes sind ab 2014 jährlich 10.000 Euro Sachkosten als Zuschuss aus dem städtischen Haushalt notwendig und in den Haushalt einzustellen.
3. Insgesamt wird der Zuschuss an den ETM ab 2014 von 441.000 Euro auf 466.000 Euro erhöht. Von dem Erhöhungsbetrag 25.000 Euro entfallen 15.000 Euro allgemeine Marketingmittel für den Fachbereich „Touristik“ und 10.000 Euro für den neuen Fachbereich „Tagungen und Veranstaltungen“.

II. Begründung

1. Ergebnis/Wirkungen

(Welche Ergebnisse bzw. Wirkungen sollen erzielt werden?)

Seit zwei Jahren reift eine Überlegung des Erlanger Tourismus und Marketing Vereins e. V. (ETM) in Erlangen einen Fachbereich „Tagungen und Veranstaltungen“ einzurichten. In Fachkreisen wird hierfür häufig der Begriff Convention-Büro verwendet. Hintergrund dieser Überlegung ist, dass die Heinrich-Lades-Halle (HLH) in den letzten Jahren sukzessive renoviert wurde (Toiletten, Parkett, Küche, Entrauchung Kleiner Saal, Künstlergarderoben, Facelifting, etc.). Somit kann es gelingen, dass in den kommenden Jahren die HLH wettbewerbsfähig im Tagungs- und Kongressgeschäft vermehrt auftreten kann. Darüberhinaus erfasst der ETM alle zur Verfügung stehenden Tagungsmöglichkeiten im gesamten Stadtgebiet, um ein breites Spektrum für individuelle Kundenanforderungen anzubieten.

Andere Städte wie Münster, Karlsruhe und Nürnberg haben solche „Convention Büros“ bereits erfolgreich eingerichtet.

Die großen Wirtschaftsunternehmen Siemens und AREVA aber auch die Universität sowie die universitätsnahen Institute (Fraunhofer etc.) ziehen Menschen aus der ganzen Welt an. Die Infrastruktur bzw. die Lage von Autobahnen und dem Flughafen Nürnberg, Hotels in guter Lage sowie das Kultur- und Festivalangebot machen Erlangen durchaus zu einem guten „Meeting Point“ für die MICE-Branche.

Mit über 500.000 Übernachtungen und 250.000 Gästeankünften jährlich ist die Medizin- und Universitätsstadt Erlangen auf dem vierten Platz von vierzehn fränkischen Städten. Zu diesem Erfolg trägt der ETM mit seinen Partnern und Leistungsträgern bei.

Im Umland der Städteregion Nürnberg sind bereits Planungen zu diversen Tagungshotels ange-

dacht. Im Innenstadtbereich Nürnbergs werden Hotels modernisiert bzw. neu gebaut. Das erhöht mittelfristig die Bettenkapazität in Nürnberg und lässt den sogenannten „Overflow“ auf den Standort Erlangen verringern.

Erlangen steht aber nicht nur im direkten Wettbewerb innerhalb der Städtereion, sondern auch im nationalen und internationalen Spannungsfeld. Die Auswirkungen auf diesen Sachverhalt werden sich negativ auf den hiesigen Tourismusmarkt auswirken. Es werden zunehmend weniger Übernachtungen generiert, Gewerbesteuerereinnahmen werden geringer, Arbeits- und Ausbildungsplätze fallen weg.

In diesem Zusammenhang muss erwähnt werden, dass seit Jahren das Tagungs- und Messegeschäft schwieriger wird. An Wochenenden ist die Auslastung in der Hotellerie in Erlangen sehr gering.

Mit dem neuen Fachbereich möchte der ETM die Auslastungen in der Hotellerie erhöhen, den Tourismus- und Tagungsstandort stabilisieren und die Wettbewerbsfähigkeit erhalten.

2. Programme / Produkte / Leistungen / Auflagen

(Was soll getan werden, um die Ergebnisse bzw. Wirkungen zu erzielen?)

Eine wachsende Zahl von Veranstaltungsplanern macht ihre Entscheidung für einen Tagungsort nicht nur von Erreichbarkeit, Ausstattung und Service abhängig, sondern auch davon, ob vor Ort ein thematisch passendes Branchenumfeld aus Unternehmen, Verbänden, Universitäten und Forschungsinstituten gegeben ist. Dabei wird die Vernetzung von Veranstaltungen mit der im Tagungsort ansässigen spezifischen Branchenkompetenz immer wichtiger.

Langfristiges und zentrales Marketingziel des neuen Fachbereichs „Tagungen und Veranstaltungen“ ist die Positionierung Erlangens als eigenständiger Tagungsstandort innerhalb der europäischen Metropolregion Nürnbergs.

Die Ziele definieren sich wie folgt:

Markenauftritt und Netzwerk

Aufbau eines eigenständigen Fachbereichs in der MICE-Branche sowie der dazu nötigen Vernetzung mit Verbänden und Leistungsträgern bzw. Schnittstellen der Wirtschaft und Wissenschaft.

MICE Internetauftritt

Aufbau eines Internetauftritts für die MICE-Branche sowie Nutzung des social web auf der bereits bestehenden Website: www.erlangen-marketing.de

Innenmarketing

Aufbau und Etablierung der Erlanger Veranstaltungswirtschaft.

Wissenschaft

Aufbau einer Kooperation mit der Universität, um die Zusammenarbeit mit der Veranstaltungsbranche enger zu verknüpfen und eine gemeinsame Kommunikation zu knüpfen. Ebenfalls soll der Universität Unterstützung bei Veranstaltungen geboten werden, um so eine engere Verzahnung zu erreichen.

Bidding

Aktive Bewerbung für die Ausrichtung von Tagungen in Erlangen vor allem unter Einbeziehung der Wissenschaft und erarbeitenden Kontakte.

3. Prozesse und Strukturen

(Wie sollen die Programme / Leistungsangebote erbracht werden?)

Der neue Geschäftsbereich soll die zentralen Aufgaben für den Auf- und Ausbau bzw. Akquisition von Kongressen, Tagungen und Neuagenturen übernehmen. Er wird es verstehen auf die unterschiedlichen Anforderungen aus Hotellerie, Gastgewerbe, städtische Einrichtungen sowie die HLH entsprechende kompetente Ansprechpartner in der Reiseindustrie (u.a. Reisebüros, Busunternehmen und Reiseveranstalter) zu generieren.

Das Tagungsmanagement wird die Vermarktung und den Verkauf des Kultur, Tagungs- und Tourismusstandortes weiter ausbauen. Dazu stehen verkaufsfördernde Maßnahmen, Informationsreisen und Programm/ Produktvorstellungen bei den externen Leistungsträgern auf der Tagungsordnung.

Die Partnerschaften pflegen. Kontinuierlich Kooperationen aufbauen. Mit Unternehmen und Konzernen, Fachverbänden und Wissenschaft, Kunst und Kultur, Medien und der Tourismusbranche zusammenarbeiten.



4. Ressourcen

(Welche Ressourcen sind zur Realisierung des Leistungsangebotes erforderlich?)

Sachkosten: 466.000 € bei Sachkonto: 20.575C

Für diesen Aufbau des neuen Fachbereichs benötigt der ETM eine Aufbaufinanzierung von jährlich 10.000 Euro für Sachmittel. Zusätzliches Personal soll nicht eingestellt werden, sondern durch Umstrukturierung innerhalb der bestehenden Mitarbeiterschaft bewerkstelligt werden.

Des Weiteren benötigt der ETM eine Aufstockung der allgemeinen Marketingmittel für den Fachbereich „Touristik“ in Höhe von 15.000 Euro. Deshalb ist in Summe der Zuschuss aus dem städtischen Haushalt um gesamt 25.000 Euro anzuheben. Ab 2014 beträgt er somit gesamt 466.000 Euro (für 2013: 441.000 Euro).

Wichtiger Hinweis:

Im gedruckten Haushaltsplan 2013 ist ein Zuschuss an den ETM in Höhe von 461.000 Euro veranschlagt. In der für 2013 zugrundeliegenden Berechnung für die Ermittlung der ETM-Personalkosten ist ein Fehler enthalten, deshalb sind die veranschlagten 461.000 Euro um 20.000 Euro auf 441.000 Euro zu reduzieren. Diese 20.000 Euro stehen für Mittelbereitstellungen oder Verbesserungen des Saldos im Haushalt 2013 zur Verfügung.

Im Haushaltentwurf 2014 (Seite 342) ist ein Zuschuss an den ETM in Höhe von 510.000 Euro ausgewiesen. Durch die für 2013 fehlerhafte Berechnung der Personalkosten sowie einer in der 45. KW vorgenommenen Neuberechnung der 2014-Personalkosten wird der gesamte ETM-Zuschuss in 2014 die oben genannten 466.000 Euro betragen, also 44.000 Euro weniger als im Entwurf für 2014 mit 510.000 Euro ausgewiesen.

Im Haushalt 2012 war im Ist der Zuschuss 437,3 T€.

Zur Durchführung von Aktivitäten in der Altstadt gibt es einen Zuschuss aus dem städtischen Haushalt an den Förderverein Altstadtforum. Dieser beträgt seit einigen Jahren unverändert 25.000 Euro und wird neben dem oben genannten ETM-Zuschuss auch an ETM ausbezahlt.

III. Abstimmung

Beratung im Gremium: Haupt-, Finanz- und Personalausschuss am 20.11.2013

Protokollvermerk:

Frau StRin Lender-Cassens beantragt, eine Vermittlungsgebühr zu erheben und das Projekt auf ein Jahr Probetrieb zu begrenzen. Danach soll hierüber berichtet werden.

Herr berufsm. StR Beugel wendet ein, dass ein Jahr Probetrieb zu kurz ist und sagt einen Bericht nach zwei Jahren Probetrieb zu. Die Mitglieder des Haupt-, Finanz- und Personalausschusses stimmen dem zu.

Ergebnis/Beschluss:

1. Die Stadt nimmt von dem vom Vorstand des Erlanger Tourismus und Marketing Vereins beschlossenen Konzepts zur Einführung eines Fachbereichs „Tagungen und Veranstaltungen“ Kenntnis.
2. Zur Umsetzung dieses Konzeptes sind ab 2014 jährlich 10.000 Euro Sachkosten als Zuschuss aus dem städtischen Haushalt notwendig und in den Haushalt einzustellen.
3. Insgesamt wird der Zuschuss an den ETM ab 2014 von 441.000 Euro auf 466.000 Euro erhöht. Von dem Erhöhungsbetrag 25.000 Euro entfallen 15.000 Euro allgemeine Marketingmittel für den Fachbereich „Touristik“ und 10.000 Euro für den neuen Fachbereich „Tagungen und Veranstaltungen“.

mit 14 gegen 0 Stimmen

gez. Dr. Balleis
Vorsitzende/r

gez. Beugel
Berichterstatter/in

IV. Beschlusskontrolle

V. Zur Aufnahme in die Sitzungsniederschrift

VI. Zum Vorgang