

Beschlussvorlage	Geschäftsbereich	Verwaltungsleitung
	Ressort / Stadtbetrieb	Ressort 003 - Stadtmarketing und Wirtschaftskommunikation
	Bearbeiter/in	Dr. Andreas Kletzander
	Telefon (0202)	563 5806
	Fax (0202)	563 4898
	E-Mail	andreas.kletzander@stadt.wuppertal.de
	Datum:	28.04.2003
	Drucks.-Nr.:	VO/1434/03 öffentlich
Sitzung am	Gremium	Beschlussqualität
21.05.2003	Ausschuss für Stadtmarketing	Beschlussempfehlung
22.05.2003	Finanzausschuss	Beschlussempfehlung
28.05.2003	Hauptausschuss	Beschlussempfehlung
02.06.2003	Rat der Stadt Wuppertal	Entscheidung
Gründung des "Bergisches Land Tourismusmarketing e.V."		

Grund der Vorlage

Beschlussfassung über die Gründung des „Bergisches Land Tourismusmarketing e.V.“

Beschlussvorschlag

Der Rat der Stadt beschließt die Gründung des „Bergisches Land Tourismusmarketing e.V.“ und tritt diesem als Gründungsmitglied bei. Der Verein tritt die Nachfolge der Bergisches Land Touristik GmbH an. Der beigefügten Vereinssatzung wird zugestimmt.

Der Mitgliedsbeitrag der Stadt Wuppertal wird auf 20.000 Euro pro Jahr festgeschrieben.

Einverständnis

Der Kämmerer ist einverstanden.

Unterschrift

Dr. Hans Kremendahl

Begründung

1. Neuorganisation des Tourismusmarketing im Bergischen Land

Das Tourismusmarketing im Bergischen Land befindet sich in einer tiefgreifenden Umstrukturierung. Die Bergisch Land Touristik GmbH (BLT) hat ihre Aktivitäten eingestellt und wird gerade liquidiert. Grund für die Auflösung war zum einen, dass die BLT nach Auslaufen der Landesförderung in der bisherigen Form nicht mehr finanzierbar war, und zum anderen, dass sie den Anforderungen eines modernen Tourismusmarketing nicht mehr gerecht wurde.

Bei der Gesellschafterversammlung am 21.05.2002 wurde seitens der Gesellschafter beschlossen, eine Nachfolgeorganisation der BLT zu gründen. Folgende Prämissen wurden dabei festgesetzt:

- Die Dachmarke Bergisches Land bleibt erhalten
- Der Zuschuss der einzelnen Partner dürfen 20.000 Euro im Jahr nicht überschreiten
- Die eingesetzten Mittel sollen zum größten Teil dem operativen Tourismusmarketing bzw. konkreten Projekten zugute kommen
- Um Overhead-Kosten zu vermeiden, wird das Tourismusmarketing im Bergischen Land künftig netzwerkartig und arbeitsteilig organisiert.
- Als Rechtsform der neuen Kooperation ist eine Vereins- oder GmbH-Lösung anzustreben

Auf dieser Grundlage haben die Tourismusbeauftragten der ehemaligen BLT-Gesellschafter die Gründung einer Nachfolgeorganisation vorbereitet. Um die Verwaltungskosten möglichst niedrig zu halten, wird von allen Partnern die Gründung eines Vereins empfohlen.

Gründungsmitglieder des neuen Vereins "Bergisches Land Tourismusmarketing" sind die Städte Wuppertal, Solingen und Remscheid, sowie die Landkreise Oberberg und Rheinisch-Bergischer Kreis. Allerdings wird der Verein auch weiteren Gebietskörperschaften und tourismusrelevanten Organisationen offen stehen.

Der beigegefügte Satzungsentwurf wurde federführend vom Rechtsamt der Stadt Wuppertal als letzter Vorsitzenden der Gesellschafterversammlung geprüft und abgestimmt.

Schon im Vorfeld der Vereinsgründung wurden die Aufgaben der BLT auf die verschiedenen Gesellschafter verteilt. Remscheid und Oberberg organisieren die Messeauftritte, Solingen ist zuständig für die Pressearbeit und Wuppertal ist für die telefonische Beratung und den Prospektversand verantwortlich. Die Rheinisch-Bergische Wirtschaftsförderungsgesellschaft hält die Geschäftsadresse und ist in die Liquidierung eingebunden.

Diese Aufgabenteilung bildet auch die Grundlage der künftigen Vereinsarbeit. Durch den Verein erhält die netzwerkartige Kooperation eine organisatorische Basis, ohne dass dadurch aufwendige Overhead-Strukturen entstehen. Eigene Geschäftsräume und hauptamtliches Personal sind angesichts der beschränkten Mittel von maximal 100.000 Euro nicht finanzierbar.

Stattdessen sollen schlanke Arbeitsstrukturen dazu führen, dass annähernd 100 Prozent der verfügbaren Mittel für das operative Geschäft zur Verfügung stehen. Die Tourismusbeauftragten der fünf Partner bilden eine Programmkommission, die über Projektauswahl und Mitteleinsatz entscheiden.

2. Arbeitsprogramm 2003

Aufgrund der beschränkten Mittel wird sich der neue Verein in jedem Jahr auf ein Leitprojekt konzentrieren, das möglichst große Effizienz und Wirkung verspricht. Im Jahr 2003 wird dies der Aufbau eines Internet-Portals sein, das sich an den Standards etablierter Tourismusregionen orientiert.

Im Tourismus spielt das Internet eine immer wichtigere Rolle. Zwar sind die Nutzer noch zurückhaltend, was Online-Buchungen angeht, aber das Internet ist mittlerweile zum wichtigsten Informationsmedium bei der Wahl eines Urlaubsortes geworden.

Unter fünf Anbietern haben die Tourismusbeauftragten des Bergischen Landes einstimmig die Wuppertaler Firma "links up" mit der Erstellung des neuen Internet-Portals beauftragt. Die Fertigstellung ist für Herbst 2003 geplant. Geplant ist auch, ein Online-Buchungssystem zu integrieren.

Im Vorfeld wird zusammen mit der Agentur "links up" die neue Marketingkonzeption des Bergischen Land Tourismusmarketing entwickelt. Die neue Positionierung wird im Slogan:

"Bergisches Land – erlebe die Elemente"

deutlich. Über die Elemente Wasser, Luft, Feuer und Erde wird die Einzigartigkeit des Kultur- und Naturraumes Bergisches Land zielgruppengerecht kommuniziert. Neben den bisherigen Zielgruppen mittlere und ältere Generation sowie Familien soll verstärkt auch die jüngere Generation angesprochen werden.

Insgesamt sehen die Planungen des Vereins für 2003 so aus:

Entwicklung eines Marketingkonzeptes	-
Aufbau eines Internetportals	35.000 Euro
Messeauftritt Reisemarkt Köln	20.000 Euro
Messeauftritt Tour Natur Düsseldorf	8.000 Euro
Gastgeberverzeichnis (anzeigenfinanziert)	-
Nachdruck Imagebroschüre	10.000 Euro
Mitgliedsbeitrag NRW Tourismus	17.000 Euro
Sonstiges (z.B. Vereinseintrag)	10.000 Euro
<u>Summe</u>	<u>100.000 Euro</u>

3. Planungen für 2004

Das Prospektmaterial im Bergischen Land ist vielfältig, uneinheitlich und für den potenziellen Gast unübersichtlich. Ein eigenständiges Profil des Bergischen Landes wird damit nicht erreicht.

Daher ist vorgesehen, ab 2004 die wichtigsten Inhalte der Prospekte in einem jährlichen "Gästejournal Bergisches Land" zu bündeln. Ein solches jährlich fortgeschriebenes und aktualisiertes Gästejournal sollte aus vier Teilen bestehen

- einem Imageteil, der die Funktion der bisherigen Imagebroschüre übernimmt,
- dem Hotelverzeichnis,
- Veranstaltungshighlights
- und Pauschalangeboten

Die Bündelung von touristischen Informationen in jährlichen Gästejournalen ist ein Trend, der in immer mehr Tourismusregionen zu beobachten ist. Dies führt zum einen zu Kosteneinsparungen durch Synergieeffekte, und zum anderen erleichtert es den potenziellen Besucher, sich umfassend über seine Urlaubsregion zu informieren.

4. Fazit

Zweifellos gibt es in der neuen Tourismuskoooperation im Bergischen Land noch Anlaufschwierigkeiten. Gleichzeitig hat sich in den letzten Wochen eine vertrauensvolle und konstruktive Partnerschaft zwischen den Tourismusbeauftragten bei den Landkreisen und den drei Großstädten entwickelt.

Mit der Gründung des neuen Vereins ergibt sich jetzt die Möglichkeit, die bisher provisorische Aufgabenverteilung auf eine solide Basis zu stellen. Auch werden durch die neue Organisationsstrukturen die jährlichen Ausgaben für das Tourismusmarketing im Bergischen Land von 300.000 Euro (Jahresetat der BLT GmbH) auf 100.000 Euro (Jahresetat des Vereins) gesenkt.

Natürlich sind aufgrund dieser beschränkten Mittel, die nur einen Bruchteil der Budgets anderer Tourismusregionen ausmachen, keine großen Sprünge möglich. Daher gilt es, die Aufgabenverteilung zu optimieren, das Netzwerk durch weitere Partner zu stärken und im Tourismusmarketing Schwerpunkte zu setzen.

Kosten und Finanzierung

Der jährliche Mitgliedsbeitrag der Stadt Wuppertal wird auf 20.000 Euro festgeschrieben.

Anlagen

Satzungsentwurf