

Datum: 27.03.2018

Informationsvorlage

Geschäftsbereich Oberbürgermeister
Presse-/Öffentlichkeitsarbeit/Tourismus

Beratungsfolge Ausschuss - Stadtrat	Termin	Tagesordnungsart	TOP
Bürgermeisterberatung	19.03.2018	nicht öffentlich	
Wirtschaftsförderungsausschuss	30.04.2018	öffentlich	

Inhalt **Touristisches Marketing - Resümee 2017, Planung 2018**

Grundlage: **Haushaltssatzung 2017/ 2018**

**Beraten und
abgestimmt:**

**Beschlüsse die
aufzuheben bzw.
zu ändern sind:**

Verantwortlich für Presse-/Öffentlichkeitsarbeit/ Tourismus
Durchführung:

Information:

Der Wirtschaftsförderungsausschuss der Stadt Plauen nimmt die Verwendung der im Haushaltsplan 2017 veranschlagten Mittel für die touristische Projektarbeit der Tourist-Information (Anlage 1) sowie die für 2018 geplanten touristischen Werbemaßnahmen (Anlage 2) zur Kenntnis.

Sachverhalt/ Begründung:

Die für touristisches Marketing zur Verfügung stehenden Haushaltsmittel werden für Maßnahmen in Umsetzung des vom Stadtrat beschlossenen Tourismuskonzeptes der Stadt Plauen eingesetzt. Wie bereits informiert, werden folgende Einsatzgebiete unterschieden.

1. Zusammenarbeit mit der TMGS (Tourismus Marketing Gesellschaft Sachsen mbH)
Die gemeinsame Arbeit in der AG Städte (Zwickau, Freiberg, Annaberg-Buchholz, Grimma, Torgau, Meißen, Radebeul, Pirna, Kamenz, Bautzen, Görlitz, Zittau, Plauen) ist in einem Kooperationsvertrag sowie jährlichen Maßnahmenplänen der AG Städte geregelt. Hierzu gehören:
Publikationen z.B. Magazin Stadtschönheiten;
Anzeigen, Online-Kampagnen;
Messeauftritte z.B. Stuttgart, Prag, Warschau;
Journalisten- und Reiseveranstalter-Inforeisen.
Die Werbemaßnahmen, deren Reichweite bzw. Vertrieb sind für eine Stadt allein weder finanzierbar noch sinnvoll.

Weiterhin gibt es Einzelprojekte, in die Plauen eingebunden ist (z.B. Sachsens Dörfer = Ortsteil Jöbnitz, Sachsen Barrierefrei).

2. Zusammenarbeit im TVV (Tourismusverband Vogtland e.V.)
Der TVV ist ebenfalls in das Marketing der TMGS einbezogen. Plauen ist als Teil des Vogtlands und Mitglied im TVV gleichermaßen Teil des Destinationsmarketings des Verbandes, welches in 3 Produktlinien realisiert wird:
 - Natur spüren
 - Familie leben
 - Musik fühlenDiese werden durch verschiedene Projekte umgesetzt (z.B. Publikationen, Anzeigen, Messen), die sich explizit an die einzelnen Zielgruppen richten. Die Stadt Plauen ist in allen Produktlinien und deren Vermarktung eingebunden und vertreten.
3. Einzelwerbemaßnahmen der Tourist-Information, ebenfalls basierend auf dem Tourismuskonzept, mit dem Ziel der Stärkung des Städtetourismus.

Alle für 2017 ursprünglich geplanten Werbemaßnahmen – mit TMGS, TVV und Einzelmaßnahmen der Stadt Plauen sowie deren tatsächliche Umsetzung sind in der Anlage 1 aufgelistet. Des Weiteren sind in Anlage 2 die für 2018 geplanten Werbemaßnahmen aufgeführt.

Anlage 1

Anlage 2

Ralf Oberdorfer

Unterschrift liegt im Original vor