

Datum: 14.11.2011

Informationsvorlage

Geschäftsbereich Oberbürgermeister
Presse-/Öffentlichkeitsarbeit/Tourismus

Beratungsfolge Ausschuss - Stadtrat	Termin	Tagesordnungsart	TOP
Wirtschaftsförderungsausschuss	21.11.2011	öffentlich	

Inhalt **Stand der Umsetzung des Tourismuskonzeptes**

Grundlage: **Tourismuskonzept Stadt Plauen**

**Beraten und
abgestimmt:**

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

**Verantwortlich für
Durchführung:** **Presse- und Öffentlichkeitsarbeit / Tourismus**

Information:

Der Wirtschaftsförderungsausschuss nimmt den aktuellen Arbeitsstand des Tourismuskonzeptes der Stadt Plauen zur Kenntnis.

Sachverhalt/ Begründung:

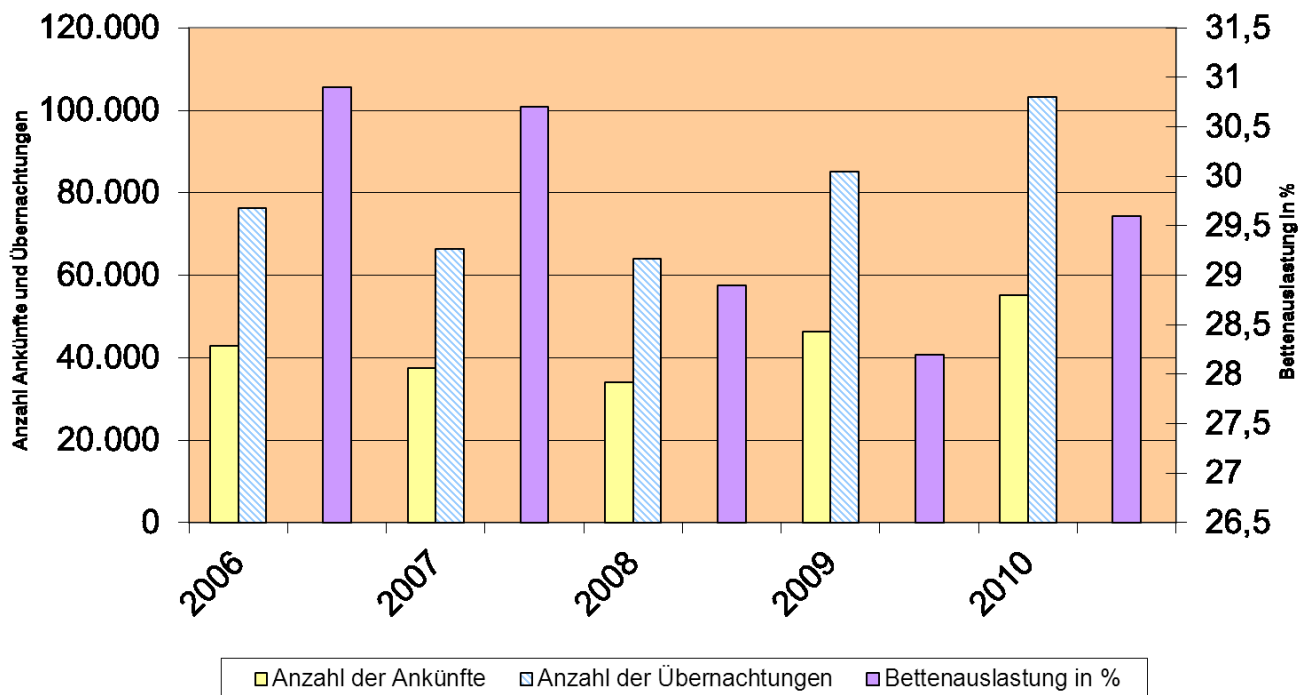
Im November 2009 hat der Stadtrat der Stadt Plauen das Tourismuskonzept als mittelfristige strategische Leitlinie für die weitere touristische Entwicklung der Stadt Plauen in der Ferienregion Vogtland beschlossen. Seither wird kontinuierlich an der Umsetzung des Konzeptes gearbeitet, in Abhängigkeit von den finanziellen Möglichkeiten laut Haushaltplan.

Das Tourismuskonzept soll die touristische Entwicklung der Stadt Plauen nachhaltig beeinflussen und Grundlage und Orientierungsrahmen für die zukünftige Planung der lokalen Tourismusentwicklung sein. Ebenso zeigt es Wechselwirkungen mit der Region Vogtland und dem Tourismusverband Vogtland (TVV), den Städten der Euregio Egreensis sowie den Mitgliedsstädten der AG Städte der Tourismus Marketing Gesellschaft Sachsen (TMGS) auf.

Maßgebliches Ziel des Tourismuskonzeptes mit seinem konkreten Maßnahmenplan ist es, zu einer höheren Auslastung der touristischen Kapazitäten in der Stadt Plauen beizutragen.

Betrachtet man die Entwicklung der Übernachtungszahlen in Plauen in den zurückliegenden Jahren, wurde dieses Ziel erreicht.

Jahresübersicht gesamt



Diese Entwicklung ist jedoch nicht allein der Umsetzung des Konzeptes zuzuschreiben. Die Gründe sind sehr vielschichtig, von einer verbesserten Zusammenarbeit der Plauer Hoteliers und deren Eigenmarketing, der besseren Vernetzung der Leistungsträger, über das erfolgreiche Marketing von TVV und TMGS bis hin zu gemeinsamen Marketingaktivitäten der AG Städte der TMGS.

Mit dieser Vorlage soll über den aktuellen Stand der Umsetzung des Konzeptes informiert werden.

Thema „Spitzenerlebnis“	
M 1 Spitzenzentrum	<ul style="list-style-type: none"> ◆ Erarbeitung des Marketingkonzeptes durch Project M im Mai 2010 ◆ geplanter Beginn der Baumaßnahmen vorauss. 2014 (Fördermittel) ◆ geplante Eröffnung vorauss. Ende 2015 ◆ turnusmäßige Arbeitsgruppengespräche
M 2 Spitzenfest als thematisches zentrales Event	◆ ständiger Kontakt zum Spitzenfestverein und Dachverband Stadtmarketing
M 3 Spitzen-Leitsystem	<ul style="list-style-type: none"> ◆ Umsetzung der Diplomarbeit 2011 einer BA- Studentin der Tourist-Information in Zusammenhang mit dem Angebot einer Designerin (Entscheidungsvorlage für Ausschuss wird vorbereitet) Umsetzung soll stufenweise erfolgen, evtl. über zwei Jahre, (2012 nicht im Haushalt berücksichtigt):
M 4 Thematischer Stadtrundgang	◆ in Verbindung mit M 3 in Vorbereitung
M 5 Heiraten in Plauen	<ul style="list-style-type: none"> ◆ Sanierung Trausaal begonnen ◆ Entwicklung eines Angebotes Sektempfang nach der Trauung (Ausbau des Service-Angebotes) ◆ Berücksichtigung des Themas bei Konzeption für DZSS
M 6 Kursangebote Schaustickerei	◆ Angebote zur Erlangung des Spitzenzertifikates und des Spitzendiploms
M 7 Sportbekleidung	Nein

Thema „e.o. plauen“	
M 8 e.o.plauen –Tage/Nächte	<ul style="list-style-type: none"> ◆ Konzept für ein Event „Vater-und-Sohn-Treffen“ unter Federführung des Dachverbandes Stadtmarketing derzeit in Arbeit ◆ erste Vater-und-Sohn-Pauschalen der Hoteliers für 2012 liegen vor
M 9 Klassenfahrtprogramme	◆ in Zusammenarbeit mit der Jugendherberge bereits z.T. umgesetzt
M 10 Stadtrundgang für Kinder	<ul style="list-style-type: none"> ◆ individuell – Flyer „Kinderaugen entdecken Plauen“ ◆ Gruppe - Stadt- und Turmführungen „Im Blickwinkel junger Augen“ (ganzjährig) und Stadtführung „Auf den Spuren des Weihnachtsmannes“

M 11 Kinder- und familienfreundlicher Wander- und Spazierweg	◆ Umsetzung der Diplomarbeit 2010 einer BA- Studentin der Tourist-Information ist in Vorbereitung (je nach Finanzierung)
M 12 Theaterprojektstage	◆ durch Vogtlandtheater ständig umgesetzt (Angebote für Plauener Schulen) ◆ Angebote für Gäste der Jugendherberge in Planung
M 13 Kinder führen Kinder	Nein
M 14 Familienprodukte	◆ in Verbindung mit M 8 in Vorbereitung

Thema „Kultur- und Stadterlebnis“	
M 15 Strand Mitte	◆ durch Privatbetreiber seit 2010 bereits umgesetzt
M 16 Erlebbarkeit Altstadt	◆ durch Fachabteilungen Umsetzung in Vorbereitung
M 17 Museumsmeile	◆ zum Teil umgesetzt – Umzug der Galerie e.o.plauen im September 2010 ins Erich-Ohser-Haus
M 18 Stadtführungen individuell	◆ Durchführung von öffentlichen Stadt- und Turmführungen von Mai bis Oktober ◆ Ausleihe von Audio Guides (auch in Englisch) ◆ Möglichkeit der individuellen Stadtführung mit dem eigenen Handy (auch in Englisch)
M 19 Basispauschalen individuell	◆ ständig – bei verschiedenen Events (z.B. Verleihung e.o. plauen Preis), Vater-und-Sohn-Angebote
M 20 Busprogramme	◆ Erstellen der Broschüre Bus- und Gruppenreiseangebote Plauen ◆ Herausgabe eines Flyers über die AG Städte der TMGS (wird themenbezogen fortgeführt) ◆ Anzeige im Busplaner (Vorstellung der Angebote) ◆ Buchbarkeit der Angebote und verbesserte Kundenbetreuung durch neue Software ab 2012 möglich

Thema „Aktiv“ (Wandern, MTB, Rad)	
M 21 „Plauener Spitzen“ Wanderweg	◆ Umsetzung der Diplomarbeit 2010 der BA- Studentin der Tourist-Information ist derzeit in Vorbereitung
M 22 MTB- und Radtourismusankerpunkt	Nein
M 23 themat. Profilierung Gastgewerbe	◆ ständig durch TVV
M 24 Verleihstation Stadtzentrum	◆ Tourist-Information ist seit 2010 Verleih- und Ladestation für E-Bikes (3-Jahres-Vertrag)
M 25 Stadt-Umlandtouren	◆ NaturFreunde erarbeiten Projekt zu Wandertouren Plauen / Vogtländische Schweiz und Talsperre Pöhl ◆ einige Wanderwege werden auch als GPS-Touren beworben (www.wanderkompas.de)

Thema „Marketing“	
M 26 Corporate Design inkl. Wort-Bild-Marke	◆ Corporate Design ist für die Stadt insgesamt notwendig, ◆ Diskussion hierfür ist im Rahmen des Imagekonzeptes des Stadtkonzeptes 2022 zu führen ◆ derzeit läuft eine Voruntersuchung durch Studenten der Uni Siegen zur Außenwahrnehmung der Stadt Plauen
M 27 Website	◆ Relaunch der gesamten Website ist in Umsetzung ◆ ein Schwerpunkt wird die touristische Darstellung sein
M 28 Printpaket	◆ ständige Umsetzung – zum Beispiel Gastgeberverzeichnis, Veranstaltungs-Kalender (2 x jährlich), Kreuz und quer durch die Spitzenstadt (Broschüre über Angebote der TI zu Führungen und Rundfahrten), Broschüre Bus- und Gruppenreiseangebote Plauen
M 29 Messen	◆ ständig – gemeinsam mit TVV, TMGS und SBSN
M 30 Ausbau der Kooperation mit regionaler Ebene	◆ ständig – gemeinsam mit TVV
M 31 Vertrieboptimierung	◆ in Umsetzung - neue Software (Buchungssystem) in der TI
M 32 Merchandising	Nein
M 33 Profilierung und Qualitätssicherung des Gastgewerbes	◆ ständig – durch TVV
M 34 Controlling und Marktforschung	◆ ständig – z.B. neue Gästebefragung