

Stuttgart, 07.06.2018

## **Weihnachtliche Illumination in der Stuttgarter City Sonderzuschuss an die Stuttgart Marketing GmbH**

### **Beschlussvorlage**

Vorlage an	zur	Sitzungsart	Sitzungstermin
Ausschuss für Wirtschaft und Wohnen Verwaltungsausschuss	Beschlussfassung Beschlussfassung	öffentlich öffentlich	13.07.2018 18.07.2018

### **Beschlussantrag**

1. Von dem Konzept zur weihnachtlichen Illumination in der Stuttgarter City wird Kenntnis genommen.
- 2.1 Die Stuttgart Marketing GmbH erhält zur Finanzierung ihres Kostenanteils folgende Zuschüsse der Landeshauptstadt:
  - 2018 zur Deckung einmaliger Kosten bis zu 650.000 EUR
  - 2018 zur Durchführung bis zu 250.000 EUR
  - 2019 und 2020 zur Durchführung, jeweils bis zu 235.000 EUR

Die Zuschüsse sind nach den tatsächlichen Aufwendungen und Erträgen abzurechnen, wobei vorstehende Beträge nicht überschritten werden dürfen.
- 2.2 Im Teilergebnishaushalt 200 Stadtkämmerei wird unter 0208100 Abwicklung Eigenbetriebe, Beteiligungen, Konto 43150200 Zuschüsse an Eigengesellschaften / Beteiligungen im Haushaltsjahr 2018 ein überplanmäßiger Aufwand von 900.000 EUR und im Vorgriff auf das Haushaltsjahr 2019 von 235.000 EUR zugelassen. Die Deckung erfolgt jeweils durch Inanspruchnahme der im Teilergebnishaushalt 900, Amtsbereich 9006120 Sonstige allgemeine Finanzwirtschaft in KGr. 440 Sonstige ordentliche Aufwendungen veranschlagten Deckungsreserve.
- 2.3 Sollte eine Umsetzung des Konzepts erst ab dem Jahr 2019 möglich sein, werden die 2018 zur Deckung einmaliger Kosten bewilligten Mittel von 650.000 EUR nach 2019 übertragen.

## **Begründung**

### **Aktuelle Situation/Anlass**

Stuttgart und seine Region verzeichnen seit neun Jahren einen jährlichen, deutlichen Zuwachs an Übernachtungszahlen. Gleichzeitig wächst die Zahl der Gästebetten; allein die Landeshauptstadt erhält in den nächsten Jahren 3.000 zusätzliche Betten.

Mit dem Ziel, die Auslastung in den Beherbergungsbetrieben auf hohem Niveau zu halten, aber auch die Frequenz im Einzelhandel sowie den innerstädtischen Kultur- und Freizeiteinrichtungen zu steigern, müssen neue und innovative Angebote geschaffen werden. Es bedarf ständig neuer Impulse für einen Besuch in Stuttgart, für Übernachtungs- und Tagesgäste gleichermaßen.

Insbesondere der Zeitraum zwischen Mitte Dezember und Mitte Januar gehört im Jahresverlauf zu den auslastungsschwächeren Wochen und steht somit im besonderen Fokus dieser Projektidee.

Darüber hinaus steht der stationäre Einzelhandel unter steigendem Wettbewerbsdruck durch den massiv expandierenden online-Handel. Daher ist es insbesondere für Handelszentren mit regionaler und überregionaler Ausstrahlung wie die Stuttgarter City von existenzieller Bedeutung durch besondere Erlebniswelten auch im öffentlichen Raum ihre Attraktivität und Qualität zu steigern. Dazu sind vielfältige Aktivitäten notwendig, zu denen auch eine anspruchsvolle weihnachtliche Illumination gehört.

Der Weihnachtsmarkt endet vor den Feiertagen. Eine Bündelung vieler attraktiver Weihnachtsangebote und deren Präsentation auf einer neuen, innovativen und aufmerksamkeitsstarken Plattform ist Ideengrundlage des Projektes.

Ziel des Projektes ist es, die Besucherfrequenz in der Stuttgarter Innenstadt zu erhöhen, zusätzliche Übernachtungsgäste zu gewinnen, auf neue Angebote aufmerksam zu machen sowie modernste Mechanismen im Marketing zu nutzen.

Die Stuttgart-Marketing GmbH plant in enger Kooperation mit der in.stuttgart sowie der CIS (City Initiative Stuttgart) eine außergewöhnliche weihnachtliche Illumination für den Zeitraum Ende November bis Anfang Januar. Die innerstädtische weihnachtliche Illumination verbindet Emotion mit einem hohen Maß an Innovation und ist Grundlage für ein modernes, effizientes und glaubwürdiges Marketing.

### **Inhalt des Konzepts**

**In der Sitzung des Ausschusses für Wirtschaft und Wohnen wird mittels einer visualisierten Präsentation gezeigt, wie die Umsetzung des Konzepts aussehen könnte.**

#### *Schlossplatz*

Herzstück sind etwa sechs überdimensionale Figuren/Skulpturen, die auf dem Schlossplatz mit tausenden von LED- Lampen verkleidet werden. Sie repräsentieren die touristischen Besonderheiten Stuttgarts, zeigen zentrale Elemente des touristischen Markenkerns (angefragt: Staatstheater – Teilnahme erst ab 2019 möglich –, Fernsehturm, Mercedes-Benz Museum, Porsche Museum, Stage Entertainment/Musicals, Wilhelma, Cannstatter Volksfest/Wasen).

An jedem Abend verwandeln diese sich in lebendige und atemberaubend schöne weihnachtliche Lichtkunstwerke. Ergänzt mit besinnlicher Musik und akustischen Effekten rücken die touristischen Besonderheiten der Landeshauptstadt zusammen, werden im Herzen der Stadt lebendig und erlebbar.

Mit Hilfe einer mobilen Website und/oder App werden Informationen über jedes touristische Highlight ausgespielt. Dabei unterstützt die durch die Stuttgart-Marketing GmbH initiierte Infrastruktur des öffentlichen W-Lan die Datengrundversorgung.

Jeder Partner tritt dabei mit seinen Angeboten auf, die er speziell zur Weihnachts- und Neujahrszeit entwickelt hat. In kompakter Form wird damit deutlich, wie facettenreich, unterhaltsam und feierlich das touristische Angebot in der anstehenden Urlaubszeit bis Heilige Drei Könige in den einzelnen Tourismuseinrichtungen sein wird.

### *Jubiläumssäule*

Die Jubiläumssäule wird ebenfalls eingekleidet in modernste, einzeln ansteuerbare Lichter. Sie steht symbolisch für eine Spendenaktion für einen wohltätigen Zweck. Über ein sicheres Zahlssystem (offline und online) kann der Besucher spenden. Bei jeder Spende reagiert die Jubiläumssäule mit einem beeindruckenden Dankesgruß in Form eines Lichterregens. Die Lichttechnik ermöglicht es, den Spendenstand in bestimmten Abständen auf der Säule anzuzeigen.

Auf dem Schlossplatz entsteht eine weihnachtliche neue „Plattform“, die die touristischen Besonderheiten in einer Kombination aus Weihnachtsbeleuchtung und digitalen Informationen in zeitgemäßer Form präsentiert.

Darüber hinaus werden mit Hilfe digitaler Techniken Voraussetzungen geschaffen, attraktive Weihnachts- und Neujahrsbotschaften an Freunde und Bekannte in der ganzen Welt auszusenden. Es werden die Voraussetzungen geschaffen, um aus dem richtigen Blickwinkel Selfies erstellen zu können. Natürlich immer mit dem jeweiligen touristischen Highlight im Hintergrund.

### *Königstraße*

Darüber hinaus wird die gesamte Königstraße illuminiert. 110 Bäume mittig der Einkaufsstraße werden mit zigtausenden von LED-Lampen eingekleidet. Ebenfalls sind diese Lichter in Farbe und Intensität ansteuerbar. An jedem Abend erscheint die Königstraße in einem anderen Licht.

Die Steuerung erfolgt über individuelle Programme, mit deren Unterstützung vielschichtige Lichtwelten erzeugt werden.

### *Einzigartigkeit*

Diese moderne Art der Weihnachtsbeleuchtung schafft es, dank neuester Technologie und einer intelligenten Verbindung unterschiedlicher Attraktionen, eine hohe Interaktivität zu gewährleisten.

Der Gast kann nicht nur die Weihnachtsbeleuchtung bestaunen. Er kann auch teilhaben, indem er mit einer Spende die Lichter der Jubiläumssäule aktiviert, auf eigens vorgesehenen Selfie-Points Grußbotschaften in die Welt versendet und sich direkt über die weitergehenden Angebote der touristischen Besonderheiten informiert.

Das Projekt wird in Deutschland einzigartig sein. Es nutzt die bekannte Weihnachtsbeleuchtung von Innenstädten als modernes und kreatives Marketinginstrument. Es baut eine enge Verbindung von Digitalisierung, Weihnachtsbeleuchtung und touristischen Highlights.

Der Zugang für die aktive Teilnahme von Bevölkerung und Gästen ist niederschwellig. Es ist darauf ausgerichtet, mehrere hunderttausend Menschen aktiv in das Projekt einzubeziehen und somit einen sehr hohen Marketingwert zu erzielen.

## **Kosten und Finanzierung**

Das Projekt ist komplex und in dieser Form einzigartig. Es erfordert die Beteiligung zahlreicher Partner, auch bei der Finanzierung. Derzeit läuft die europaweite Ausschreibung. Deshalb sind endgültige Kostenangaben derzeit noch nicht möglich.

Es wird mit einmaligen Kosten (ohne die von den Partnern direkt finanzierten Lichtskulpturen) von rd. 650.000 EUR und jährlichen Betriebs- und Nebenkosten von rd. 470.000 EUR gerechnet. Die Partner der Lichtskulpturen auf dem Schlossplatz übernehmen Betriebskosten von zusammen pauschal 105.000 EUR jährlich (in 2018 von 90.000 EUR – ohne Staatstheater). Durch Sponsoren ist mit weiteren jährlichen Erträgen von 130.000 EUR zu rechnen. Im Einzelnen wird auf die Kosten- und Finanzierungsübersicht (Anlage) verwiesen.

Somit verbleiben bei Stuttgart Marketing einmalige Kosten von rd. 650.000 EUR und Durchführungskosten von rd. 250.000 EUR in 2018 und rd. 235.000 EUR. Hierfür soll Stuttgart Marketing jährliche Sondermittel aus dem Stadthaushalt erhalten:

2018	bis zu 900.000 EUR
2019	bis zu 250.000 EUR
2020	bis zu 235.000 EUR

Die Zuschüsse sind jährlich nach den tatsächlichen Aufwendungen und Erträgen abzurechnen. Die im Beschlussantrag genannten Beträge sind Höchstbeträge; ggf. entstehende höhere Unterdeckungen sind von der Stuttgart Marketing zu decken.

Unter der Voraussetzung eines reibungslosen Ausschreibungsverfahrens und weiteren Projektverlaufs ist eine Umsetzung bereits im Jahr 2018 möglich.

Michael Föll  
Erster Bürgermeister

Anlage  
Kosten- und Finanzierungsübersicht

**Finanzielle Auswirkungen**

<Finanzielle Auswirkungen>

**Mitzeichnung der beteiligten Stellen:**

**Vorliegende Anfragen/Anträge:**

**Erledigte Anfragen/Anträge:**

Anlagen

<Anlagen>