

Protokoll:	Ausschuss für Wirtschaft und Wohnen des Gemeinderats der Landeshauptstadt Stuttgart	Niederschrift Nr.	74
		TOP:	2
Verhandlung		Drucksache:	
		GZ:	
Sitzungstermin:	06.05.2022		
Sitzungsart:	öffentlich		
Vorsitz:	BM Fuhrmann		
Berichterstattung:	Herr Dellnitz (SM)		
Protokollführung:	Frau Sabbagh / pö		
Betreff:	Tourismusstrategie - mündlicher Bericht		

Vorgang: Ausschuss für Wirtschaft und Wohnen vom 18.03.2022, öffentlich, Nr. 22
 Ergebnis: Zurückstellung

Die zu diesem Tagesordnungspunkt gezeigte Präsentation ist dem Protokoll als Datei-
 anhang hinterlegt. Aus Datenschutzgründen wird sie nicht im Internet veröffentlicht.
 Dem Originalprotokoll ist sie in Papierform angehängt.

Zunächst stellt Herr Dellnitz die Tourismusstrategie 2027 anhand der Präsentation vor.
 Darüber hinaus präsentiert er eine Zusammenstellung aktueller und mit Musik untermal-
 ter Bilder, die fortlaufend erweitert werden sollten. Was den Tourismus anbelange, bli-
 cke er jetzt wieder sehr zuversichtlich in die Zukunft.

BM Fuhrmann bedankt sich insbesondere für den langen Prozess mit externer Unter-
 stützung, den Herr Dellnitz gesteuert habe. Das Ergebnis könne sich sehen lassen.

Die Vertreter*innen der Fraktionen danken für die Ausführungen.

StR Winter (90/GRÜNE) hebt die Bedeutung des Freizeit- und des Tagestourismus her-
 vor. Die Pandemie stelle immer noch eine Gefahr dar. Es habe sich gezeigt, dass Han-
 del, Gastronomie und Hotellerie sowie Kultur einander brauchten. Geschäftsreisen
 nähmen zahlenmäßig ab, würden dafür aber etwas ausgiebiger. Daran müsse man an-
 knüpfen. Insbesondere die Hotelbranche dürfe sich nicht auf dem Erreichten ausruhen.

Der Gemeinderat habe die Werbeflächen für die Stadt deutlich erweitert, um andere Akzente setzen zu können. Gespannt sei seine Fraktion auf die Impulse durch das Haus des Tourismus. Die Stadt sei sehr vielfältig, sehr unterschiedlich und sehr divers, und dies müsse nach außen gelebt werden.

Dankbar ist StR Stradinger (CDU) dafür, wie der Prozess durchgeführt worden sei. Allmählich zeige sich, dass Tourismus als Wirtschaftsfaktor lange Zeit völlig unterschätzt worden sei. So habe der Tagestourismus eine dreifache Wertschöpfung. Die Stadt müsse ihre Stärken bewusst stärken. Dies müsse auch den Einheimischen zugutekommen. Sehr große Hoffnungen setze die DEHOGA in das Haus des Tourismus. Die Situation in der Hotelbranche bewertet er ähnlich wie sein Vorredner, wenngleich ihm in Stuttgart gewisse Marken noch fehlten. Als Landeshauptstadt sollte die Stadt auch ein Kongresszentrum haben.

Auch seine Fraktion sei von dem Prozess in der Tourismusstrategie beeindruckt, betont StR Dr. Jantzer (SPD). In der Bilderzusammenstellung habe er nur junge Menschen gesehen, dabei seien die Touristen, die Stuttgart besuchten, eher mittleren oder höheren Alters. Auch Sportereignisse seien nicht vorgekommen, ebenso die Naherholung und die Gemütlichkeit, die Stuttgart verkörpere. Im Hinblick auf die Innenstadt als Wohlfühlort seien auch die Sicherheit bzw. das Sicherheitsgefühl in der Stadt wichtig. Diese wichen in Stuttgart stark voneinander ab. Hier müsse man handeln. Zum Thema Kongresszentrum merkt er an, das vorhandene am Flughafen rücke mit der neuen Bahnanbindung näher an Stuttgart heran, weshalb er ein weiteres im Innenstadtbereich für überflüssig halte.

StR Rockenbauch (Die FrAKTION LINKE SÖS PIRATEN Tierschutzpartei) räumt ein, dass ihn vieles an der Tourismusstrategie begeistere, seine Haltung als Lokalpolitiker aber grundsätzlich eine andere sei. Würde man die Probleme - u. a. Sicherheit, Wohnungsnot - zum Wohl der Bürgerinnen und Bürger weiterentwickeln, brauchte man keinen Imagefilm. Vermisst habe er im Film die Originalität und die Stärken der Stadt, z. B. Naturschätze, die Bäder und das Mineralwasser. Stattdessen verwende er eine Bildsprache, die hip, modern und schön sei. Doch lebten in Stuttgart auch alte Menschen. Die Stadt sei durch die Stärke des Wirtschaftsstandorts verwöhnt gewesen, was sich ändern werde. Man brauche nicht immer mehr Betten und mehr Touristen, denn Hotels ließen sich anderweitig besser nutzen. Er halte es für falsch, ein Hotel für allerhöchste Ansprüche, das es in Stuttgart bislang noch nicht gebe, zu bauen.

Angesichts der Neigung, die schöne Stadt gerne unter Wert zu verkaufen, freut sich StR Neumann (FDP) über die positive Darstellung durch Herrn Dellnitz. Er bittet ihn, OB Dr. Nopper bezüglich der Kommunikationsstrategie zum Thema Innenstadt zu beraten. Man müsse etwas tun, damit die Innenstadt funktioniere. Doch habe es eine schlechte Außenwirkung, wenn die Presse von einer kriminellen Stadt mit Waffenverbotszonen berichte.

StR Puttenat (PULS) lobt die Leidenschaft, mit der Herr Dellnitz in schwieriger Situation agiere. Allerdings müsse das Mineralwasser eine viel größere Rolle, auch in der Vermarktung, spielen. Den Fluss müsse man in die Stadt holen, und schließlich habe Stuttgart ein riesiges Potenzial als Stadt des Wissens: Transformation in Richtung Zukunft, Mobilität etc. Stuttgart sollte eine Vorzeigestadt werden, wie man die Zukunft gestalte. Dies sollte in der Tourismusstrategie ebenfalls präsent sein. Der Film hätte, wenn man von einigen typischen Gebäuden absehe, auch eine andere Stadt zeigen können.

StR Zaiß (FW) macht darauf aufmerksam, dass der Film nur einen kleinen Ausschnitt zeige. Das Haus des Tourismus sei glücklicherweise beschlossen. Kongresse könne man natürlich auch auf den Fildern veranstalten, doch ermöglichten Kongresse in der Stadt gleichzeitig auch, shoppen zu gehen und Sport- oder kulturelle Angebote zu nutzen. Explizit bedankt er sich bei Herrn Dellnitz für dessen Engagement für Stuttgart und die Stuttgarter Wirtschaft. Der Tourismus generiere notwendige Umsätze für Stadt und Region.

StR Köhler (AfD) schließt sich an. Als weiteres Thema nennt er die "Stadt der Dichter und Denker". Grundsätzlich begrüße seine Fraktion das Hotelbettenwachstum. Offensichtlich sähen die Hotelbetreiber die Entwicklung nicht so negativ. Seinem Eindruck nach hätten die Veranstaltungen eine bislang nicht gebührend beachtete magnetische Wirkung auf die Touristen.

Auf die Wortmeldungen eingehend führt Herr Dellnitz aus, Stuttgart Marketing arbeite nicht mit einer nach Altersgruppen gegliederten Zielgruppensystematik, sondern gehe konsequent nach Sinus-Milieus. Die Bilder im Film stellten bewusst nur einen Schulterblick dar, nicht die endgültige Fassung. Es sei auch kein Imagefilm, sondern solle nur Ausschnitte bzw. Themen zeigen. Die Kritik nehme er mit.

Zu Recht sei das Thema Willkommenskultur angeschnitten worden. Es habe Jahre gedauert, bis auf den Variotafeln ein "Herzlich willkommen in Stuttgart" und "Auf Wiedersehen in Stuttgart" installiert worden sei, aus Gründen der Verkehrssicherheit allerdings nicht dauerhaft.

Sicherheit sei eine der wichtigen Grundlagen im Städtetourismus. Ausschlaggebend dafür, wie Menschen sich bewegten, sei die gefühlte Sicherheit.

Zum Kongresszentrum merkt er an, die Nachfrage im Convention Büro zeige, dass es zwei verschiedene Zielgruppen gebe: Die einen wollten gezielt zur Messe und die anderen wollten in die Innenstadt. Er stimme mit der Messe-Geschäftsführung überein, dass es sich hierbei nicht um Konkurrenz handle, sondern um zwei verschiedene Bedürfnislagen. So könne man auch neue Zielgruppen in die Stadt bringen.

Qualität sei, auch unter Nachhaltigkeitsaspekten, im Städtetourismus von ausschlaggebender Bedeutung. Dies müsse über allem stehen und sei in der Vergangenheit vielleicht etwas vernachlässigt worden.

Mit Blick auf die "Stadt des Wissens" erläutert er, hier sollten Wissenschaft und Wirtschaft mit allen Faktoren integriert werden.

Die Hotelinvestoren und -direktoren, mit denen er im Austausch sei, befürchteten einen Verdrängungswettbewerb. Es sei aber normal, dass Hotels minderer Qualität vom Markt verschwänden. Die meisten neuen Hoteldirektoren seien zuversichtlich, dass ihr Produkt sich aufgrund seiner Qualität durchsetzen werde. Als Beispiel nennt er das Adina Apartment Hotel gegenüber der Stadtbibliothek, in dem jedes Zimmer über einen kleinen Küchenbereich verfüge. Das Vier-Sterne-Hotel habe auch ein Schwimmbad. Für alle Hoteldirektoren sei klar, dass der Freizeittourismus ganz oben auf der Agenda stehen müsse. Hierfür biete die Stuttgart Marketing den Hotels für ihre Rezeption speziell auf das jeweilige Hotel ausgerichtete Tablets an, auf denen alle Veranstaltungen des

Abends stünden, wie viele Karten es jeweils noch gebe und wie man fußläufig vom Hotel dorthin komme.

Schließlich bedankt er sich beim Ausschuss für die Statements und die Unterstützung, die in Stuttgart ganz besonders groß sei.

BM Fuhrmann dankt Herrn Dellnitz und seinem Team und stellt fest:

Der Ausschuss für Wirtschaft und Wohnen hat vom Bericht Kenntnis genommen.

Zur Beurkundung

Sabbagh / pö

Verteiler:

- I. Referat WFB
zur Weiterbehandlung
Stadtkämmerei (2)
SM
in.Stuttgart

- II. nachrichtlich an:
 1. Herrn Oberbürgermeister
 2. Amt für Revision
 3. L/OB-K
 4. Hauptaktei

- III.
 1. *Fraktion Bündnis 90/DIE GRÜNEN*
 2. *CDU-Fraktion*
 3. *SPD-Fraktion*
 4. *Fraktionsgemeinschaft Die FrAKTION
LINKE SÖS PIRATEN Tierschutzpartei*
 5. *FDP-Fraktion*
 6. *Fraktionsgemeinschaft PULS*
 7. *Fraktion FW*
 8. *AfD-Fraktion*

kursiv = kein Papierversand