

Stuttgart, 16.05.2011

Germany Travel Mart 2013

Beschlußvorlage

Vorlage an	zur	Sitzungsart	Sitzungstermin
Ausschuss für Wirtschaft und Wohnen	Vorberatung	nicht öffentlich	27.05.2011
Verwaltungsausschuss	Vorberatung	öffentlich	08.06.2011
Gemeinderat	Beschlussfassung	öffentlich	09.06.2011

Beschlußantrag:

1. Der Gemeinderat begrüßt die Initiative der Stuttgart-Marketing GmbH, in der Zeit vom 5. bis 7. Mai 2013 den "Germany Travel Mart" in der Landeshauptstadt durchzuführen.
2. Die Landeshauptstadt gewährt der Stuttgart-Marketing GmbH für die Durchführung des Germany Travel Mart 2013 einen einmaligen zusätzlichen Gesellschafterzuschuss von 450.000 €.
3. Der zusätzliche Gesellschafterzuschuss von 450.000 EUR wird in den Erfolgsplänen 2012 und 2013 bei 0208100 43150200, Zuschüsse an Eigengesellschaften, mit je 225.000 € veranschlagt.

Begründung:

Allgemeines

Der Germany Travel Mart (GTM) ist die bedeutendste internationale Einkaufsmesse für den Deutschland-Tourismus. Veranstalter ist die Deutsche Zentrale für Tourismus (DZT). An dieser größten und wichtigsten internationalen Verkaufsförderungsveranstaltung, die in jedem Jahr in einer anderen deutschen Stadt stattfindet, wird vom 5. bis 7. Mai 2013 rd. 600 Reisefachleute/ Einkäufer und Journalisten aus rund 40 Ländern, ca. 350 deutsche Anbieter und ca. 300 DZT-Vertreter weltweit, Vertreter der Ausrichterstädte etc. zusammenführen. Bis zu 1300 Teilnehmer aus der ganzen Welt werden der Einladung des Veranstalters folgen, um sich über das vielseitige touristische Angebot in Deutschland zu

informieren. Diese Reiseeinkäufer sind vergleichbar mit den zuständigen Experten großer deutscher Reiseveranstalter.

Der GTM fand letztmals 2002 in Stuttgart statt. 2013 bietet sich erneut die einmalige Chance, den Touristikern aus aller Welt die attraktive baden-württembergische Landeshauptstadt und ihre Region zu zeigen und sie von den touristischen Angeboten der Region Stuttgart zu überzeugen. Die DZT hat Stuttgart die grundsätzliche Zusage erteilt, den GTM 2013 durchzuführen. Für die jetzt anstehende vertragliche Fixierung zwischen der Stuttgart Marketing GmbH und der DZT ist eine Finanzierungszusage seitens der Landeshauptstadt an die Stuttgart-Marketing GmbH notwendig, weshalb bereits jetzt ein entsprechender Beschluss beantragt wird.

Bedeutung des GMT für Stuttgart und die Region

Eine erfolgreiche Durchführung des GTM 2013 festigt die Position als bedeutender Tagungs- und Kongressregion und als attraktives Reiseziel. Außerdem trägt der GTM zur weiteren Imageprofilierung bei.

Die internationalen Teilnehmer sind durch die DZT nach strengen Qualitätskriterien ausgewählte Top-Key-Accounts. 68% der internationalen Einkäufer haben Städtereisen in ihrem Produktportfolio.

Durch ein attraktives Rahmenprogramm und eine Sonderstellung unter den Anbietern kann sich die ausrichtende Destination mit hoher Wirkung repräsentieren. Durch die Austragung der größten Incoming-Veranstaltung im Deutschland-Tourismus ist eine erhöhte Aufmerksamkeit der internationalen Tourismusbranche für die Region Stuttgart garantiert. Als gastgebende Stadt erfährt Stuttgart eine herausragende Position im wichtigsten Themenbereich des GTM, dem Städtetourismus. Die Touristiker aus der Region Stuttgart haben als wichtige Partner des GTM die Möglichkeit, eine Vielzahl an wertvollen Kontakten und Geschäftsbeziehungen zu nationalen und internationalen Touristikern zu sammeln. Als Gastgeber des GTM fördert die Region Stuttgart ihr touristisches Image nachhaltig und der Zugang in das Produktportfolio der internationalen Reiseveranstalter wird enorm erleichtert.

Bereits der letzte in Stuttgart ausgetragene GTM im Jahr 2002 hat gezeigt, dass durch die hohe Zufriedenheit der Teilnehmer, Stuttgart bei den nationalen und internationalen Gästen in bester Erinnerung geblieben ist. Der Zuwachs an ausländischen Übernachtungen seit dem Jahr 2002 um 53 % unterstreicht auch dies deutlich.

Programmablauf

Beim GTM geht es nicht, wie z.B. bei den touristischen Publikumsmessen, um eine freundliche, grafisch anspruchsvoll aufbereitete Präsentation des Reisezieles, sondern um konzentrierte Angebotsprüfung und erfolgreiche Verkaufsgespräche. Die ausländischen Einkäufer nutzen die Gelegenheit, um günstige Preise, Termine, Konditionen, Sonderangebote u.ä. für ihre Individual- und Gruppenreise-Programme auszuhandeln.

Die Tagesveranstaltungen des GTM 2013 sollen auf der Landesmesse Stuttgart stattfinden. Während der Präsentations- und Workshoptage (5. bis 7. Mai 2013) haben die deutschen Aussteller die Gelegenheit, ihre Programme und Angebote den Experten der internationalen Tourismusbranche zu präsentieren und mit den Einkäufern aus Europa und Übersee wichtige Trends und Entwicklungen auf dem Reisemarkt zu erörtern. Auch das Rahmenprogramm bietet ausreichend Gelegenheit, bewährte Geschäftskontakte zu pflegen und neue Geschäftspartner zu gewinnen. Die Region Stuttgart erhält als Gastgeber eine exponierte Darstellungsform.

Die Region Stuttgart hat dank der bisher sehr erfolgreichen Zusammenarbeit mit der Deutschen Zentrale für Tourismus in Frankfurt die einmalige Gelegenheit, nicht nur während des Workshops ihre „Reise-Packages“ zu präsentieren, sondern den ausländischen Einkäufern die Tourismus Region Stuttgart „live“ zu präsentieren. Hierzu bieten sich eine Reihe interessanter Tagungsstätten für Abendveranstaltungen an.

Am Vorabend der Eröffnungsveranstaltung werden die ausländischen Reiseveranstalter, die bereits nach Stuttgart angereist sind, über eine attraktive Stadtbesichtigungstour in die örtliche, Stuttgart-spezifische Gastronomie geführt. Hier steht neben dem Kennenlernen der Stadt vor allem das Thema „Gemütlichkeit“, gute Gastronomie, gutes Essen, gute Weine etc. auf dem Programm. Da die Gäste meist eine lange Anreise hinter sich haben, ist dieser Programmpunkt bewusst zum „Eingewöhnen“ und „Wohlbefinden“ gedacht.

Die Eröffnungsveranstaltung im Forum Ludwigsburg mit anschließendem Gang ins Schloss Ludwigsburg und gemeinsamem „Get to gether“ soll auf das Kulturhighlight Schloss Ludwigsburg abgestimmt sein.

Der Montagabend steht unter dem Begriff „Automobil-Region Stuttgart“. Für die Abendfeierlichkeiten ist hier das Mercedes-Benz Museum vorgesehen. Das Museum wird den gesamten Ausstellungsbereich öffnen und die Gäste mit auf eine kulinarische Zeitreise nehmen.

Begleitet wird der GTM von einer entsprechenden Berichterstattung in der Fach- und Publikumspresse. Neben den rund 500 Reiseveranstaltern aus 60 Ländern werden rund 100 bis 150 Medienvertreter aus den Teilnehmerländern mit einem umfangreichen Presseprogramm über die touristischen Highlights des Landeshauptstadt informiert. Die Medienvertreter werden zur Eröffnungspressekonferenz ins Porsche Museum eingeladen und haben im Anschluss die Möglichkeit das Museum zu besichtigen.

Auf die ausführliche Darstellung des geplanten Programms in der Anlage wird verwiesen.

Kosten, Finanzierung

Die Kosten des GMT 2013 betragen rd. 2,325 Mio. €:

Workshop und Seminare	400.000 €
Rahmen-Programm Stuttgart	20.000 €
Rahmenprogramm Ludwigsburg	173.800 €
Rahmenprogramm MercedesMuseum	241.000 €
Presseveranstaltungen	61.000 €
Transfers, Hotels	114.500 €
Kommunikation	39.200 €
Hostessen, Security, Feuerwehr	60.000 €
Genehmigungen, Versicherung, Orgabüro etc.	290.000 €
Unvorhergesehenes	125.530 €
DZT Budget (Flüge, Hotelkosten, Pre und Postconventionstouren, Catering während den Workshops etc.)	800.000 €

Diese Kosten sollen wie folgt finanziert werden:

- Deutsche Zentrale für Tourismus	800.000 €
- Stuttgart-Marketing GmbH	450.000 €
- Land Baden-Württemberg	300.000 €
- Regio Stuttgart Marketing- und Tourismus GmbH	150.000 €
- Verband Region Stuttgart	150.000 €
- Regio Stuttgart Marketing-Tourismus e.V.	150.000 €
- Mercedes-Museum, Porsche-Museum	150.000 €
- Hotellerie und sonstige Sponsoren	175.000 €

Mit dem Land, dem Verband Region Stuttgart und dem Regio e.V. (die beiden letzteren sind auch Gesellschafter der Regio GmbH) sowie den weiteren Sponsoren haben bereits Gespräche über deren Finanzierungsbeitrag stattgefunden.

Um die Stuttgart-Marketing GmbH in die Lage zu versetzen, ihre nach dem Gesellschaftszweck obliegenden Aufgaben erfüllen zu können, ist ein zusätzlicher städtischer Gesellschafterzuschuss von 450.000 € notwendig (davon je 225.000 € in 2012 und in 2013). Die zusätzlichen Mittel sind in den Doppelhaushalt 2012 / 2013 aufzunehmen.

Finanzielle Auswirkungen

Beteiligte Stellen

Michael Föll
Erster Bürgermeister

Anlagen

Anlage 1 zur GRDRs 145/2011

1. – 4. Mai 2013 Pre Convention Touren durch Deutschland von Reiseveranstaltern aus Übersee
1-2 Touren hiervon in Baden-Württemberg geplant
Organisation und Kostenübernahme DZT
2. – 4. Mai 2013 Pre Convention Touren durch Deutschland von Reiseveranstaltern aus Europa
1-2 Touren hiervon in Baden-Württemberg geplant
Organisation und Kostenübernahme DZT
4. Mai 2013 Anreise der Teilnehmer Oversea und der Pre Convention Touren
18h Stadtrundgang Stuttgart in mehreren Gruppen (ca. 300 Teilnehmer)
Themen: historisches Stuttgart (Schlossplatz, Staatstheater, Staatsgalerie, Bahnhof etc.) und modernes Stuttgart (Kunstmuseum, Pariser Platz etc.)
Anschließend Abendessen in unterschiedlichen Stuttgarter Lokalitäten (Kachelofen, Cube, Alte Kanzlei, etc.) – Thema Gemütlichkeit, schwäbisches Essen, Stuttgarter Weine etc.
Botschaft: Stuttgart, Ambiente, Kultur, Kulinarik
5. Mai 2013 ganztags: verschiedene Journalistenprogramme
Themen: bspw. Mittelalterstadt Esslingen mit Kessler Sekt, Outlecity Metzingen, Ritter Sport Waldenbuch, Burgen und Schlösser, Architekturhighlights etc..
Ganztags: Produktseminare für internationale Einkäufer
Ab 18 Uhr: offizielle Eröffnungsveranstaltung
Forum Ludwigsburg und Schloss Ludwigsburg
Botschaft: Ludwigsburg, Schloss, Kultur, Region
6. Mai 2013 Ganztags: B2B Workshop auf der Landesmesse Stuttgart
Vormittags: internationales Presseforum im Porsche Museum
Abends: Abendveranstaltung
Mercedes-Benz Museum
Botschaft: Automobilregion Stuttgart, Kulinarik, Kultur
7. Mai 2013 verschiedene Journalistenprogramme
Ganztags: B2B Workshop auf der Landesmesse
Nachmittags: Sightseeingtour für Einkäufer und deutsche Anbieter
Abreise