

<b>Protokoll:</b>	<b>Ausschuss für Wirtschaft und Wohnen des Gemeinderats der Landeshauptstadt Stuttgart</b>	<b>Niederschrift Nr.</b>	119
		<b>TOP:</b>	1
<b>Verhandlung</b>		<b>Drucksache:</b>	
		<b>GZ:</b>	
<b>Sitzungstermin:</b>	28.10.2016		
<b>Sitzungsart:</b>	öffentlich		
<b>Vorsitz:</b>	EBM Föll		
<b>Berichterstattung:</b>	Herr Dellnitz (SM)		
<b>Protokollführung:</b>	Frau Sabbagh / pö		
<b>Betreff:</b>	<b>Wirtschaftliche Bedeutung des Tourismus für Stuttgart und die Region - mündlicher Bericht -</b>		

Zunächst berichtet Herr Dellnitz anhand einer Präsentation, die dem Protokoll als Datei- anhang hinterlegt ist. Aus Datenschutzgründen wird sie nicht im Internet veröffentlicht. Dem Originalprotokoll und dem Protokollexemplar für die Hauptaktei ist sie in Papierform angehängt.

Ergänzend führt er aus, die in den letzten Jahren grundsätzlich positive Entwicklung des Tourismus sei bekannt. Auffallend sei aber das 2016 deutlichere Plus aus dem Inland. Dies beschreibe die allgemeine Situation in Deutschland und Europa, was das Thema Auslandstourismus Incoming für Deutschland und Europa anbelange. Seit vielen Jahren gebe es beim Incoming für Europa erstmals eine deutliche Korrektur nach unten. Die Terrorgefahr sowie die wirtschaftliche Situation in manchen Ländern in Übersee bewirkten deutliche Minuszahlen insbesondere aus dem asiatischen Raum. Vor allem seien Dresden und Köln betroffen. Hier werde deutlich, dass sich die Situation in den Städten mit ein paar Wochen Verzögerung sofort auf den Tourismus auswirke. Es komme deshalb sehr darauf an, wie das Image - u. a. auch von den Medien beeinflusst - transportiert werde. Aufgrund der veränderten Rahmenbedingungen müsse man das Thema Auslandstourismus in den nächsten zwei bis drei Jahren mit großer Aufmerksamkeit verfolgen. Doch sei man angesichts der politischen Weltlage im Marketing fast machtlos. In Teilen könne man die Stagnation oder den Rückgang aus dem Ausland durch ein größeres Wachstum aus dem Inland kompensieren. Hierauf müsse sich das Marketing konzentrieren. Im Folgenden legt er die wirtschaftliche Bedeutung des Tourismus für Stadt und Region dar.

Die Vertreter der Fraktionen danken für den Bericht und bitten Herrn Dellnitz, den Dank für die geleistete Arbeit auch an sein Team weiterzugeben.

StR Rudolf (CDU) weist auf den beträchtlichen Imageschaden durch Feinstaub und Staus hin. Seiner Ansicht nach sollte man sich deshalb um ein anderes Wort für Feinstaubalarm, z. B. Luftreinhaltetag, bemühen, denn "in Hamburg muss man sich ja überlegen, ob sie in Stuttgart mit Masken herumlaufen, wenn Alarm ist". Dass sich trotz dieser negativen Schlagzeilen der Tourismus in Stuttgart sehr gut entwickle, zeige den Nachholbedarf der Stadt im Vergleich zu anderen Städten. Er dankt Herrn Dellnitz ausdrücklich dafür, dass er der Stadt schon vor Jahren einen Weg vorgeschlagen und diesen konsequent umgesetzt habe.

Die Stadt sei in Bezug auf Messe, Oper und Sport gut aufgestellt. Bei Letzterem werde sich der Abstieg des VfB möglicherweise auf die Zahl der Tagesgäste auswirken. Insgesamt 1.200 Tagesgäste pro Tag seien ein nicht zu unterschätzender Faktor gerade für den Einzelhandel. Der Gemeinderat müsse weiterhin die Rahmenbedingungen schaffen, dass Herr Dellnitz die mit seinem Team entwickelten Konzepte umsetzen könne. Hier sei in den nächsten Jahren noch einiges zu tun. Das habe man ja beim letzten Mal schon angesprochen, und es sei den Mitgliedern des Gemeinderats noch im Hinterkopf, was man brauche und auf welchen Flächen man in nächster Zeit handeln müsse.

Die Zahlen belegten, so StR Winter (90/GRÜNE), dass es in Stuttgart nicht in erster Linie nur Geschäftstourismus, sondern auch Freizeittourismus gebe. Ein bedeutender Faktor seien die vielen Menschen, die zunächst aus privaten Gründen nach Stuttgart reisten. Genau diese müsse man für die Stadt begeistern. Er bittet um eine Einschätzung der Feinstaubalarmthematik auf den Tourismus, seiner Ansicht nach kämen die Touristen nicht aus Luftkurgründen in eine Großstadt. In diesem Zusammenhang würde ihn noch interessieren, ob Nachhaltigkeit im Tourismus ein Thema sei. Stabile Konstante sei aktuell der Inlandsbereich, und in den nächsten Monaten werde man in verschiedenen Gremien behandeln, in welche Richtung man sich entwickeln wolle, ob z. B. im Kulturbereich der Titel Oper des Jahres und die Aufnahme des Le-Corbusier-Hauses in das Unesco Weltkulturerbe das Image der Stadt verbesserten.

Herr Dellnitz vermittele Begeisterung für den Standort Stuttgart, die sich mittlerweile bundesweit z. B. im Amt des Vizepräsidenten des Deutschen Tourismusverbandes niedergeschlagen habe, erklärt StR Pfeifer (SPD). Er korrigiert StR Rudolf dahingehend, dass nicht 1.200, sondern 120.000 Tagesgäste pro Tag zu verzeichnen seien. Tourismus habe sehr viel mit der Lebensqualität der Menschen, den Angeboten vor Ort zu tun. Er warnt davor, den Erfolg einer Arbeit an statistischen Werten abzulesen. Natürlich seien dies Indikatoren, doch gebe es auch exogene Faktoren, die zurzeit vor allem Köln und Dresden träfen. Zum Thema Feinstaubalarm merkt er an, dass sich die Massenveranstaltungen gegen S 21 vor einigen Jahren im Kongressgeschäft nicht positiv ausgewirkt hätten. Touristen seien sehr sensible Wesen, die auf solche Rahmenbedingungen sehr schnell reagierten. Umso wichtiger sei, dass das sonstige Angebot stimme, was in Stuttgart ja der Fall sei. Auf jeden Fall sei der städtische Zuschuss hier gut angelegt.

Die Zahlen könnten sich sehen lassen, lobt StR Ozasek (SÖS-LINKE-PluS), und seien nicht selbstverständlich, vor allem bei einer Stadt wie Stuttgart, die nicht unbedingt auf ein starkes Touristikangebot zurückgreifen könne, wie dies in anderen Städten z. T. der Fall sei. Aber Stuttgart besetze insbesondere beim Städtetourismus aus dem Inland

eine Nische. Dabei seien die sanften Standortqualitäten relevant. Diese zu entwickeln, sei zentrale Aufgabe der Politik. Er habe in der Präsentation vermisst, dass viele Gäste in der Stadt und der Region wenig geneigt seien, eine Empfehlung zum Besuch dieser Destination auszusprechen. Daraus könne man schlussfolgern, dass das Image und die Wirklichkeit stark auseinanderklafften und die Menschen dies spürten. Hier müsse man die Aufenthaltsqualität stärker entwickeln, die Stadt fußgängerfreundlicher, grüner und sauberer machen, die mehrsprachige Information ausbauen und die Luftqualität verbessern. Statt Leuchtturmprojekten müsse umweltschonender und nachhaltiger Tourismus stärker entwickelt werden. Mit Blick auf Dresden merkt er an, wichtig sei auch, Weltoffenheit zu transportieren und dass die Stadt Vielfalt bejahe.

Für den sanften Tourismus müsse man eine solidarische Finanzierungsgrundlage entwickeln, die alle Profiteure, insbesondere auch die im Handel, hinzuziehe. Hier fehle bislang eine gesetzliche Grundlage. Die Stadt sollte eine Bettensteuer erwägen, um gezielt auch in den Tourismus und die Aufenthaltsqualität zu investieren.

StR Zaiß (FW) weist darauf hin, dass am Tourismus auch sehr viele Arbeitsplätze für geringer qualifizierte Menschen hängen. Einen Umsatz von 5 Mrd. € dürfe man auch in Stuttgart nicht vernachlässigen. Er sehe die Region im Ganzen als Anziehungspunkt, und nur das gemeinsame Agieren mit der Region werde den Tourismus voranbringen.

In den letzten sechs bis zehn Jahren habe sich, so StR Klingler (AfD), das etwas biedere Image der Stadt zu dem einer pulsierenden, weltoffenen Stadt entwickelt. Erfreulicherweise legten die Zahlen trotz der schlechten Rahmenbedingungen zu. Von wachsender Bedeutung sei auch die Camping- und Reisemobilbranche.

Der Einbruch bei russischen Touristen sei auch auf die deutschen Sanktionen zurückzuführen. Das bedaure er, da die russischen Touristen gerne Geld liegengelassen hätten. Grundsätzlich müsse die Infrastruktur gepflegt und optimiert werden, da andernfalls die Touristen ausblieben. Von den 120.000 Tagestouristen/Tag reisten viele mit dem Auto oder dem Bus an bzw. landeten am Flughafen und wollten dann in die Stadt. Die vielen Staus auf den Straßen einer Automobilstadt seien aber schlecht für deren Image. In der nicht ausreichenden Mobilität sehe er ein Hauptproblem.

In Anbetracht der vielen Betriebe, die vom Tourismus lebten und die kommunale Grundsteuer bezahlten, wäre bei einer Vollkostenrechnung kein Zuschuss an die Stuttgart Marketing notwendig. Da unterm Strich sehr viel Geld über den Tourismus in der Stadt ausgegeben werde, sei jedoch jeder Zuschuss sehr gut investiert.

StRin Yüksel (FDP) regt an, falls noch nicht geschehen, Touristen zu befragen, was sie an Stuttgart schätzten und was nicht.

Für die vielen Anregungen und Kommentare bedankt sich Herr Dellnitz. In Bezug auf den Flughafen betrachteten sowohl die Stuttgart Marketing als auch der Flughafen die Entwicklung in der Flugbranche - u. a. Zusammenlegung von Fluggesellschaften - mit Sorge. Jede Flugbewegung, die nicht mehr den Stuttgarter Flughafen anfliege, sei problematisch für den Tourismus. Der deutliche Zuwachs aus dem englischen Markt ergebe sich aus den vier Direktflugverbindungen/Tag.

Gegenüber StR Pfeifer bestätigt er, man könne mit Marketing nicht viel ausrichten, wenn bestimmte Rahmenbedingungen - u. a. Flughafen, Image, Terrorangst - vorlägen.

Hier verweist er zum Thema Feinstaubalarm auf das heute-journal vom Vorabend, in dem eine Person interviewt worden sei, die gesagt habe: "Wenn ich längere Zeit unten in der Stadt stehe, kommt mir das Würgen, und ich muss diesen Ort schnell verlassen." Dies löse beim Zuschauer sicher keine Lust aus, nach Stuttgart zu fahren. Mit einer solchen Meldung mache man Zigtausend Euro von Marketingmaßnahmen zunichte.

Die Aufenthaltsdauer liege im August etwas über dem Durchschnitt von 1,8 Tagen. Auf Stuttgarter Gemarkung sei ein klarer Bedarf an gut ausgestatteten Wohnmobilstellplätzen vorhanden. Noch nie sei die Komplexität des Tourismus so extrem gewesen, wie dies derzeit der Fall sei. Das Marketing werde komplizierter, da es mehr Möglichkeiten gebe. Man müsse allerdings auch wissen, wie man diese Möglichkeiten nutze und einsetze. Vor vielen Jahren habe man mit Imagemarketing bestimmte Botschaften senden können. Inzwischen laufe es eher so, dass man nur einen Impuls gebe und dieser in den sozialen Medien aufgegriffen werde. Hinzu kämen dann noch die aktuelle globale Situation und verschiedene Einflussfaktoren. Mit den Kollegen in Köln und Dresden sei Stuttgart Marketing eng vernetzt, dort sei z. T. nicht nur Tourismus-, sondern auch Krisenmanagement gefragt.

Den Dank werde er sehr gerne allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern weitergeben. Er selbst dankt den Mitgliedern des Ausschusses herzlich für die Unterstützung, die nicht selbstverständlich sei, wie er von Kollegen in anderen größeren Städten höre.

An StRin Yüksel gewandt erläutert er, 2015 und Anfang 2016 seien Übernachtungsgäste in Stuttgart befragt worden, zudem lägen zahlreiche Marktforschungsergebnisse vor. Deshalb wisse man sehr genau und aktuell, was die Gäste in Stuttgart nutzten, wie sie sich informiert hätten, warum sie hier seien etc. Wenn Interesse bestehe, stelle er eine Auswahl der spannenden und teilweise überraschenden Ergebnisse gerne im Ausschuss vor, er biete aber auch eine bilaterale Information an. Alle fünf Jahre werde eine sehr groß angelegte Marktforschung durchgeführt, sodass Stuttgart Marketing recht genau über die Gäste in Stuttgart informiert sei.

Auf Nachfrage von StR Currle (CDU) führt Herr Dellnitz aus, von Oktober 2015 bis Oktober 2016 habe der Hop-on/Hop-off-Bus 60.000 Gäste befördert. Man denke darüber nach, diesen Bereich im nächsten Jahr zu erweitern. Stuttgart Marketing arbeite eng mit 60 Gästeführern zusammen, und hier müsse man darauf achten, dass sich die Bereiche nicht gegenseitig kannibalisieren. Es gebe Gäste, die eine Stadtrundfahrt machten und dann auf eine Gästeführung verzichteten. In den letzten zwei bis drei Jahren seien ca. 2.000 neue Hotelbetten hinzugekommen. Seiner Einschätzung nach sei damit ein wesentlicher Nachholbedarf gedeckt. Die Berechnungen legten aber dar, dass eine stetige Zunahme bei den Gästebetten erforderlich sei, um das gewünschte Wachstum in der Branche zu ermöglichen.

EBM Föll stellt abschließend Kenntnisnahme fest.

Zur Beurkundung

Sabbagh / pö



## Verteiler:

- I. Referat WFB  
zur Weiterbehandlung  
SM  
in.Stuttgart  
Stadtkämmerei (2)
  
- II. nachrichtlich an:
  1. Herrn Oberbürgermeister
  2. OB-PR  
Rechnungsprüfungsamt  
OB/82
  3. L/OB-K
  4. Hauptaktei
  
- III.
  1. CDU-Fraktion
  2. Fraktion Bündnis 90/DIE GRÜNEN
  3. SPD-Fraktion
  4. Fraktionsgemeinschaft SÖS-LINKE-PluS (2)
  5. Fraktion Freie Wähler
  6. AfD-Fraktion
  7. Gruppierung FDP
  8. Die STAdTISTEN