

<b>Protokoll:</b>	<b>Ausschuss für Wirtschaft und Wohnen des Gemeinderats der Landeshauptstadt Stuttgart</b>	<b>Niederschrift Nr.</b>	94
		<b>TOP:</b>	3
<b>Verhandlung</b>		<b>Drucksache:</b>	
		<b>GZ:</b>	
<b>Sitzungstermin:</b>	25.06.2021		
<b>Sitzungsart:</b>	öffentlich		
<b>Vorsitz:</b>	BM Fuhrmann		
<b>Berichterstattung:</b>	Herr Dellnitz (SM)		
<b>Protokollführung:</b>	Frau Sabbagh / pö		
<b>Betreff:</b>	<b>"Wie bringen wir den Tourismus in Stuttgart nach den Corona-Beschränkungen wieder in Fahrt?"</b> <b>- Antrag Nr. 66/2021 vom 26.02.2021 (CDU)</b> <b>- mündlicher Bericht -</b>		

Der im Betreff genannte Antrag ist dem Originalprotokoll sowie dem Protokollexemplar für die Hauptaktei beigelegt.

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

Seine Ausführungen sind dem Protokoll im Wortlaut als Anhang beigelegt. Dem Originalprotokoll und dem Protokollexemplar für die Hauptaktei sind sie in Papierform angehängt.

BM Fuhrmann und die Vertreter der Fraktionen danken für den Bericht und die von Herrn Dellnitz und seinem Team geleistete Arbeit.

StRin Porsch (CDU) geht davon aus, dass sich die Stadt im Tourismus angesichts der in prosperierender Zeit aufgebauten Überkapazitäten bei den Hotelbetten neu erfinden müsse, weg vom Geschäftstourismus hin zum Freizeittourismus. Das Strategiepapier sei zwingend erforderlich. Man dürfe die einzelnen Projekte nicht punktuell betrachten, sondern müsse eine langfristige Strategie entwickeln. Sie hofft auf ein Sicherheitskonzept, um einen Imageverlust der Stadt vermeiden zu können. Zum Antrag ihrer Fraktion

erklärt sie, eine Aufstockung des Budgets bei den Haushaltsplanberatungen im Blick zu behalten.

Die Regionalisierung wird von StR Roth ((90/GRÜNE) begrüßt. Ebenso die Entwicklung von Quantität zu Qualität. Er nehme an, dass im Geschäftsleben viele der früheren Präsenztreffen durch Videokonferenzen ersetzt würden. In Stuttgart fehlten spannende Hotels für den Freizeitbereich.

StR Ozasek (Die FrAKTION LINKE SÖS PIRATEN Tierschutzpartei) merkt kritisch an, die Strategie der Stuttgart Marketing (SM) sei auf schnelles Wachstum ausgerichtet gewesen. Nun gebe es viele nicht ausgelastete Hotels. Deshalb empfehle er, den Aspekt der Nahraumorientierung, des sanften, klimagerechten Tourismus im Strategieplan zu stärken. Seine Fraktion unterstütze die Partnerschaft mit der Bahn und "bwegt" im Marketing. Stuttgart sollte als Destination für sich sprechen, z. B. durch eine autofreie Innenstadt, eine qualitätsvolle Stadtentwicklung, gute Architektur und innovative Firmen. Mit Blick auf die RegioCard bedauert er die Tendenz einer starken Verinselung. Statt hier eine weitere App oder Card zu schaffen, sollten solche Angebote besser z. B. an die PolygoCard angedockt werden.

Den aktuellen Strategieprozess der SM beurteilt StRin Schanbacher (SPD) als enorm wichtig, da während der Pandemie Erfahrungen gemacht worden seien, die langfristig bleiben würden. Angesichts sehr durchwachsener Bewertungen von Menschen, die Stuttgart besucht hätten, gebe es noch viel zu tun. Stuttgart habe kulturell sehr viel zu bieten. Die kulturelle Vielfalt Stuttgarts, die auch die Subkultur einschlieÙe, müsse nach außen sichtbar sein.

Es wäre wünschenswert, so StR ZaiÙ (FW), wenn der Tourismus wieder auf den Stand von 2019 käme. Auch er geht von einem dauerhaften Rückgang der Geschäftsreisen aus, weshalb der Freizeittourismus gesteigert werden müsse.

Zu den Fragen und Anmerkungen führt Herr Dellnitz aus, ausschließlich auf den Businesskunden ausgerichtete Hotels müssten sich anpassen. Für die Hotels, die beide Bereiche "gut könnten", sehe er in den nächsten Jahren die größten Chancen. In dieser Richtung berate die SM auch die Hotels.

Die Nachhaltigkeit werde im Strategieplan eine übergeordnete und sehr zentrale Rolle spielen.

Das Thema RegioCard und PolygoCard nehme er mit. Hier sollten Schnittstellen gefunden und eine breitere Anbindung vorgenommen werden.

Die Zielgruppensystematik sei im Strategieplan neu durchdacht worden. Es werde klare Zielgruppenfokussierungen geben, die dann im Aufsichtsrat diskutiert würden.

Und schließlich benötigten die Herausforderungen der nächsten Jahre eine gewisse finanzielle Grundlage. Jedoch sei mit Geld nicht alles zu erreichen. Man müsse die beteiligten Player begeistern und nutzen. Kampagnen seien wichtig, aber oft nicht nachhaltig. Langfristig brauche man eine Strategie und einen systematischen Aufbau. Dafür brauche die SM in den nächsten Jahren möglicherweise ein etwas höheres Budget.

BM Fuhrmann kündigt an, die Tourismusstrategie nach dem Beschluss im Aufsichtsrat auch im Ausschuss vorzustellen.

Er stellt fest:

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

Zur Beurkundung

Sabbagh / pö

## Verteiler:

- I. Referat WFB  
zur Weiterbehandlung  
SM  
Stadtkämmerei (2)
  
- II. nachrichtlich an:
  1. Herrn Oberbürgermeister
  2. Rechnungsprüfungsamt
  3. L/OB-K
  4. Hauptaktei
  
- III.
  1. Fraktion Bündnis 90/DIE GRÜNEN
  2. CDU-Fraktion
  3. Fraktionsgemeinschaft Die FrAKTION  
LINKE SÖS PIRATEN Tierschutzpartei
  4. SPD-Fraktion
  5. FDP-Fraktion
  6. Fraktion FW
  7. AfD-Fraktion
  8. Fraktionsgemeinschaft PULS