Gemeinderatsdrucksache Nr. 87/2022

Beratungsfolge	Datum		
Gemeinderat	13.09.2022	Beschlussfassung	öffentlich

Entwicklung eines Tourismus- und Stadtmarketingkonzepts sowie eines Corporate Designs

Beschlussvorschlag:

1. Die Verwaltung wird beauftragt, die Erstellung eines neuen Tourismus- und Stadtmarketingkonzepts gemeinsam mit der Agentur Burkert Ideenreich und dem einberufenen Fachforum auszuarbeiten und final umzusetzen

Stefan Wörner
Bürgermeister

Finanzierungsübersicht:

Direkte finanzielle Auswirkungen auf den Haushaltsplan: X Ja
☐ Nein

Bemerkungen: Kostenrahmen / Kostenschätzung / Kostenberechnung etc.

GESAMTKOSTEN der Maßnahme	jährliche Folgekosten	Objektbezogene Einnahmen (Zuschüsse/Beiträge)
€ 100.000,00	€	€ 6.000

Die Maßnahme ist im Haushaltsplan unter

der Investitionsnummer	
der Kostenstelle/Kostenträger/ Sachkonto	575000 / 57500000 / 4271000
bzw. im Budget	

mit einem Ansatz von 100.000,00 Euro veranschlagt.

Ausreichende Mittel sind X vorhanden
☐ nicht vorhanden (ÜPL / APL)

Finanzierung Über-/außerplanmäßige Ausgaben:

Betrag	Deckung über KST/KTR/SK	☐ Mehreinnah. ☐ Wenigerausg.	Erläuterungen
€			

Bei Maßnahmen des Finanzhaushalts zusätzlich:

Kalkulatorische Kosten:

Die dargestellte Maßnahme hat unter Berücksichtigung der nachfolgenden Annahmen Auswirkungen auf den Ergebnishaushalt.

Angenommene Nutzungsdauer (ND): XX Jahre -> jährl. AfA-Satz: XX Prozent
Kalk. Zins = (Buchwert 01.01. + Buchwert 31.12.) x 0,5 x Zinssatz 3,5 %

	Jahr der Investition	Jahr der Investition + 1	Jahr der Investition + 2	Jahr der Investition + 3
Abschreibung				
Kalk. Zinsen				

Sachverhaltsdarstellung:

> *„Pfullingen hat mehr zu bieten, als man denkt." Diese Aussage war im Rahmen der ISEK Konzepterstellung an verschiedenen Stellen und von unterschiedlichen Personen zu hören. Die Stadt strebt deshalb eine bessere Vermarktung ihrer Angebote und Besonderheiten an. Die Innenstadt mit ihrer historischen Bausubstanz, der Natur- und Landschaftsraum inner- und außerhalb des Siedlungsgebiets oder das Freizeit- und Kulturangebot sind nur einige der Themenbereiche, welche im Zuge eines verbesserten Stadtmarketings mehr bzw. zielgerichteter in den Fokus gerückt werden sollen. Im Zuge der Umsetzung sollen hierbei vor allem die Einsatzmöglichkeiten von neuen bzw. digitalen Medien geprüft werden.*

Im ISEK-Abschlussbericht aus 2019, der auch das vorangestellte Zitat enthält, sind im Kapitel 6.7 (Naherholung – Tourismus) eine ganze Reihe strategischer Ziele formuliert, die das dort ausgegebene Grundprinzip „Pfullingen – erlebbare Stadt für Einwohner und Gäste" mit neuem Leben füllen sollen.

Die Stadtverwaltung nimmt sich für die Jahre 2022 und 2023 die Aufstellung eines neuen Tourismus und Stadtmarketingkonzeptes vor, aus dem ein neues Corporate Design für die Stadt und ihre Einrichtungen hervorgehen soll. Die Federführung hierfür liegt bei den Stabsstellen Presse- und Öffentlichkeitsarbeit sowie Wirtschaftsförderung und Stadtmarketing. Die aktive Einbindung des Gemeinderats wie auch der Pfullinger Fachöffentlichkeit ist wichtiger Bestandteil der Konzeptentwicklung. Übergeordnetes Ziel ist es, ein Gesamtkonzept aufzustellen, dass die Marke der Stadt Pfullingen definiert und für die heimische Bevölkerung wie auch für auswärtige Gäste klar erkennbar macht. Diese Marke soll sich im Gesamtauftritt der Stadt – online wie offline – wiederfinden und so die Wiedererkennbarkeit und Einzigartigkeit Pfullingens u.a. als Teil des Biosphärengebietes Schwäbische Alb präsent machen.

Das aktuelle Tourismusprogramm, das bis heute die Stadtführungen, Rundwanderwege wie den Sagenweg und thematische Touren wie den Wassererlebnispfad beinhaltet, wurde im Jahre 2012 aufgelegt. Seit diesem Zeitpunkt werden touristische Ziele und Angebote in einheitlich gestalteten Flyern beworben und erscheinen ebenso auf der Homepage.

Am 12. Juli 2022 fand eine Vorberatung im hierfür einberufenen Fachforum statt. Das Fachforum besteht aus dem Bürgermeister, Mitgliedern aus Verwaltung und Gemeinderat sowie Vertreterinnen und Vertretern der Pfullinger Fachöffentlichkeit aus den Vereinen, Handel, Gastronomie und Hotellerie sowie Unternehmern und weiteren fachkundigen Bürgerinnen und Bürgern. Nach einer kurzen Vorstellungsrunde der anwesenden Mitglieder durften sich vier ausgewählte Agenturen vorstellen. Bereits Ende vergangenen Jahres wurde eine Auswahl an Tourismusagenturen aus der näheren und weiteren Region mit dem Auftrag zur Konzept- und CD-Erstellung angeschrieben.

Die Aussprache im Anschluss an die jeweiligen Präsentationen ergab ein eindeutiges Stimmungsbild, bei welchem nahezu alle Fachforumsmitglieder **Burkert Ideenreich** als ihren Favoriten benannten. Hierbei erhielt Burkert Ideenreich insbesondere durch konkrete und anschauliche Beispiele für eine

mögliche neue Markenbildung Pfullingens großen Zuspruch. Demnach kam man im Fachforum zu dem Entschluss, dem Gemeinderat einzig diese Agentur für die Auftragsgabe vorzuschlagen und weiterzuempfehlen.

Über das weitere Vorgehen wird nach Beauftragung der Agentur beraten. Die Konzeptentwicklung soll im ersten Halbjahr 2023 abgeschlossen sein. Die CD-Entwicklung schließt sich hieran an.

Für die Entwicklung des Tourismuskonzepts sind bereits Fördermittel über das Biosphärengebet Schwäbische Alb beantragt und bewilligt worden. Die Höhe hängt vom Aufwand und den einzelnen Dienstleistungen der Agentur ab. Aktuell belaufen sich die möglichen Fördergelder auf ca. 6.000 €. Dadurch notwendig gewordene Naturschutzmaßnahmen sind bereits erfüllt worden: Auf Pfullinger Wiesen wurden Anfang Mai eine vom Biosphärengebiet empfohlene Saatmischung ausgesät.

Pfullingen, 05.09.2022

gez.
Markus Hehn
Presse-/Öffentlichkeitsarbeit

gez.
Christian Jabot
Wirtschaftsförderung/Stadtmarketing