

Abteilung/FB	Datum	Status
Fachbereich 10	26.08.2011	öffentlich

Az:

Beratungsfolge:

Sitzungsdatum:

Ausschuss für Sport, Kultur und Tourismus

07.09.2011

zur Kenntnisnahme

Sachstandsbericht Marketing & Tourismus

Abstimmungsergebnis Ja Nein Enthaltung

Bericht:

Im zweiten Quartal bis heute ist das vom Rat der Stadt Schortens beschlossene PR- und Marketingkonzept und die von den Gremien der Stadt zusätzlich beschlossenen Ziele und Kennzahlen für den Fachbereich 12 weiter umgesetzt worden.

Neben der allgemeinen Bewerbung durch Anzeigen und Beilagen im Frühjahr 2011 ist die Internetseite „Wirtschaft/Gewerbegebiete“ im zweiten Quartal aufbereitet worden. Desweiteren sind fünf Gartenspieße mit der Aufschrift „Nettes Grundstück sucht Haus fürs Leben“ aufgestellt worden. Z.Zt. sind nur noch vier Grundstücke in der Vermarktung.



QR Codes (Quick Response / schnelle Antwort) wurden eingeführt für die Stadt Schortens allgemein (Rathaus), Aqua Toll, Bürgerhaus, Naturfreibad Schortens, JUZ und die Tourist-Information/Stadtmarketing. Voraussetzung ist ein Smart-Phone und das dazugehörige App.

Verteilung Broschüren (Gastgeberverzeichnis, Imagebroschüre, Aqua Toll-Flyer) weiterhin u.a. über das Jever-Fun-Lauf-Team (bis Juli), Stadtfest in Lüneburg (innerhalb der Werbegemeinschaft Wir 5, nächste Messe „50+ in Celle“), Friesland Touristik (FTG), Ostfriesland Touristik (OTG), die umliegenden Tourist-Informationen und über Nachfrage/ Anforderung. Verteilung Flyer Aqua Toll über professionellen Verteiler im gesamten Umland (Pfingsten/vor Sommerferien). Weiterer Aufbau einer Gästedei (Bestellung Broschüren/Flyer). Desweiteren werden auch Vermittlungen (telefonisch/persönlich) von Ferienwohnungen/Ferienhäuser/Pensionen etc. zur eigenen Statistik gesammelt.

SachbearbeiterIn		FachbereichsleiterIn:		Bürgermeister:	
Haushaltsstelle:	<input type="checkbox"/> Mittel stehen zur Verfügung	<input type="checkbox"/> Mittel stehen in Höhe von € _____ zur Verfügung		UVP <input type="checkbox"/> keine Bedenken <input type="checkbox"/> Bedenken <input type="checkbox"/> entfällt	
bisherige SV:	<input type="checkbox"/> Mittel stehen nicht zur Verfügung				
	<input type="checkbox"/> Jugendbeteiligung erfolgt				

Weiter ausgebaut wurde der Bereich Social Media (Facebook und Twitter). Wir konnten durch die Statistik (Piwik) der Schortens Internetseiten eine Steigerung z.B. im April (ohne Facebook/Twitter) 5.954 eindeutige Besucher im Vergleich Juni (mit Facebook/Twitter) 8.680 eindeutige Besucher feststellen. Allein im Juni sind 70 Besucher über Facebook auf die Internetseite Schortens.de gekommen.

Z.Zt. läuft eine Werbeaktion mit dem Jeverischen Wochenblatt/Aqua Toll „MehrWertKarten-Sixpack-Angebot“ August 2011. Zeitraum 01.-31. August 2011 und hier ist das Freizeitbad Aqua Toll angehalten MehrWert-Kartenbesucher zu zählen, um den Erfolg der Kampagne mit dem Jeverischen Wochenblatt zu messen.

Der Antrag zum staatl. anerk. Erholungsort wurde mit der Bitte um Stellungnahme und Weiterleitung an die Reg. Vertretung an den Landkreis Friesland gestellt.

Im dritten und vierten Quartal steht die Erstellung einer Neubürgerbroschüre (geplante Veröffentlichung Dezember 2011) an. Diese Broschüre wird in Zusammenarbeit mit der Druckerei Brune Mettcker erstellt und soll sich komplett über Anzeigen finanzieren. Die Gestaltung der Broschüre obliegt selbstverständlich den Richtlinien der Stadt Schortens und wird ca. 48 Seiten stark – Themen sind u.a. Wegweiser durch das Rathaus, Kommunale Einrichtungen, Kinderbetreuungsangebote, Bildung, Familien, Bauen, Wohnen und Leben (Kultur, Freizeit) u.v.m. Außerdem wird z.Zt. an der Formulierung (Kriterien) eines Befragungsbogens für ein Gewerbekataster gearbeitet.

Seit Juli 2011 gibt es innerhalb des TGM eine Arbeitsgemeinschaft Innenstadt in der auch das Stadtmarketing mitarbeitet – nächster Unternehmerabend ist am 25.08.2011.

Aufbereitet hat das Stadtmarketing nach Wünschen und Anforderungen der einzelnen Fachbereichen, u.a. den Bürgerhaushaltflyer und die TeenCard.

Veranstaltungen zur Förderung des Bekanntheitsgrades und des Images der Stadt waren unter der Organisation des Stadtmarketings das 3. Familienfest am 24.07.2011. Trotz konstantem Nieselregen wurde das Fest überraschend gut angenommen. Trotzdem wurden die Besucherzahlen vom letzten Jahr nicht erreicht. Unterstützt hat das Stadtmarketing im Bereich Vermittlung Übernachtungen die Organisatoren des Jever Fun Laufes und im Bereich Werbung den diesjährigen 59. Kramermarkt mit Anzeigen, Facebook, Twitter, PR-Texten unter www.schortens.de und in überregionalen Veranstaltungskalendern.

Veranstaltungstermine im dritten Quartal und im Oktober:

- | | |
|-----------------|--|
| 03.09.2011 | Tag der offenen Tür auf dem Fliegerhorst Upjever gemeinsamer Informationsstand mit Jever und Wangerland. |
| 23.- 25.09.2011 | Oktoberfest was diese Jahr unter dem Motto steht „Die Wiesn für die Friesn“ |
| 13.10.2011 | Herbstfest mit grünem Kinderzimmer auf dem Wochenmarkt |

Im Bereich Tourismus können wir schon jetzt eine Steigerung der Besucherzahlen zum Sommer 2010 feststellen. Zählung läuft noch bis zum 31.08.2011. Die Besuche sind zeitintensiv, d.h. selten will ein Gast selber schauen, sondern er möchte informiert und beraten werden. Im Durchschnitt beträgt ein Besuch mit Beratung ca. 5 Minuten und bei Vermittlung einer Ferienunterkunft ca. 15 Minuten.

Die Tourist-Information wurde am 27.06.2011 als i-Punkt (i-Marke des DTV) klassifiziert.

Anlagen:

keine