

Abteilung/FB	Datum	Status
Fachbereich 12	14.09.2012	öffentlich

Az:

Beratungsfolge:**Sitzungsdatum:**

Ausschuss für Sport, Kultur und Tourismus

26.09.2012

zur Kenntnisnahme

Sachstandsbericht des FB Marketing & TourismusAbstimmungsergebnis Ja Nein Enthaltung**Bericht:**

Neben der Umsetzung des vom Rat der Stadt Schortens beschlossenen PR- und Marketingkonzeptes und des Neuzuschnitts der Aufgaben des Fachbereichs 12 umfasst der Sachstandsbericht auch die von den Gremien der Stadt beschlossenen Ziele und Kennzahlen für den Fachbereich 12 – Stand 10.09.2012:

1. Unternehmerbefragung 2012

Die Unternehmerbefragung endete offiziell am 15.05.2012. Ausgesandt wurde der Fragebogen an 1127 Firmen, abzüglich der 53 Rückkehrer wg. u.a. Geschäftsaufgabe/ Verlegung der Betriebsstätte/ Sparen von Abmeldekosten d.h. die korrekte Anzahl der angeschriebenen Firmen lautet 1074. Teilnehmer/Rücksendung: **99** (Stand 01.06.2012). Der Fragebogen lag für spätere Rücksendungen und Neuansmeldungen bis zum 15.06.2012 noch im Ordnungsamt aus. Zurzeit erfolgt die Auswertung / Auswertungszeit pro Bogen beträgt ca. 10 Min – Stand **52** Bögen (Stand 10.09.2012) ausgewertet.

2. Radrouten im Knotenpunktsystem

Die Eröffnung der Radwanderroute nach dem holländischen Knotenpunktsystem erfolgte am 26.07.2012 im Beisein der Presse, des ADFC, Bürgervereine und Vertretern aus der Politik.

Kostenloses Informationsmaterial über die 3 erarbeiteten Fahrradrouten ist seit dem 26.07.2012 und die Radwanderkarte Schortens nach dem Knotenpunktsystem ist seit dem 17.08.2012 für € 2,90 in der Tourist Information (Stadtmarketing) erhältlich. Die erste Erweiterung erfolgt mit Knotenpunkt 88 „Barkel/GPS“.

Die aufbereitete Tour de Fries Karte des Landkreises Friesland ist seit dem 15.08.2012 in der Tourist-Information erhältlich

Radkarten Verkauf Jever-Fun Lauf: 7

Radkarten Verkauf insgesamt nach Veröffentlichung (Stand 10.09.2012): 112

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

3. Potentialflächenmanagement (Leerstandmanagement)

Der Maßnahmenkatalog wurde am 27.07.2012 inklusive Anlagen fertiggestellt und ist dieser Sitzungsvorlage zur Kenntnisnahme beigelegt.

4. Unternehmerbesuche:

- Gespräch innerhalb der Räumlichkeiten Stadtmarketing: Firma H.-B. Reelfs mit Herrn Reelfs am 23.05.2012
- Firmenbesuch vor Ort: Firma Konzept GmbH mit Herrn Golland am 31.05.2012
- Firmenbesuch vor Ort: Ing. Dr. Schwerdthelm u. Tjades Gbr am 11.09.2012
- Keine Besuche in den Hochsaisonzeiten Juni - August

5. Veranstaltungen zur Förderung des Bekanntheitsgrades und des Images der Stadt:

- Flyer Kramermarkt (Rückseite Oktoberfest) Verteilung erfolgte vor Pfingsten, u.a. in der Innenstadt, Bürgerhaus, Rathaus, Aqua Toll, Campingplatz, Diskothek Nachtschicht etc.
Pressebericht in der Schortens Aktuell, Anzeigen nach Mediaplan Stadtmarketing: WZ / JWO
- Das Familienfest im Klosterpark (22.07.2012) organisiert und veranstaltet durch den Verein der Klosterpark-Freunde e.V. Das Stadtmarketing unterstützte die Veranstaltung im ersten Jahr mit Handzetteln und Poster, keine Anzeigen geschaltet, Informationsmaterial lag aus.
- Ein Veranstaltungskalender wurde erstellt und ging in die Verteilung – Bereich Küste/Umland und Stadtgebiet der Stadt Schortens. Erste Auflage 2500 Anfang Juni 2012 (Veranstaltungen bis September), zweite Auflage 2500 Ende Juli 2012 (Veranstaltungen bis Dezember) – Rückseite: Werbung Aqua Toll

5.1. Oktoberfest: 21.-23.09.2012 - Werbemaßnahmen vorab erfolgt u.a.

- Rückseite Frühlingsfest – Auflage: 1000 Stück, Verteilung Schortens im April
- Rückseite Kramermarkt – Auflage 1000, Verteilung Schortens Mai
- Rückseite Werbehandzettel Aqua Toll/Veranstaltungskalender – Auflage insgesamt 5000, Verteilung Küste/Umland und Stadtgebiet Stadt Schortens Juni - August
- Seite in der September Ausgabe My Time 300.000 Auflage, Gebiet Weser-Ems (mit Preisausschreiben)
- PR-Text und Anzeige „Der neue Lotse“ – Auflage 15.000 – Verteilung Region, September
- PR-Text und Anzeige „Schortens Aktuell“ – Auflage 8900 – Verteilung Stadt Schortens, September
- VA-Kalender „Nordseeurlaub“ 50.000 Auflage: Wangerland, Küste und Jever, September
- Kompass Wilhelmshaven September / WZ-Verbreitung / PR Text
- Scout Veranstaltungsheft September / PR Text
- Internetseite Schortens und gesamte Region (OTG)
- Banneraushang erfolgte ab 22.08.2012

- Mühlenköniginaufruf Internet ab 23.07.2012, Erste Pressemeldungen am 01.08., 11.08 und 24.08.2012, offizieller Aufruf/Pressetermin 29.08.2012 in den Medien am 30/31.08.2012
- Programmheft und Poster - Verteilung in der 36 KW
- Pressetermin: 12.09.2012
- Anzeigen lt. Mediaplan Stadtmarketing: Neubauanzeige mit Hinweis Arvato am 14.09.2012, Neue Rundschau Cover und PR am 19.09.2012, Beilagen Jeverisches Wochenblatt/Wilhelmshavener Zeitung mit PR am 21.09.2012.

Weitere Informationen zum Fest inkl. Beteiligung (freiwillige Umlage) Gewerbe und Verlauf Sponsoring liegt erst nach dem Oktoberfest (21.-23.09.2012) vor und erfolgt in der Sitzung im **nicht** öffentlichen Teil.

6. Tendenz Übernachtungszahlen / Buchungszahlen Stadt Schortens 2012

Eine eventuelle Steigerung, bzw. die Übernachtungszahlen 2012 stehen erst im Januar 2013 fest.

Auf Basis der Daten des Landesbetriebes für Statistik und Kommunikationstechnologien Niedersachsen (LSKN) gibt der Marktforschungs-Bericht (Mafo) der TMN monatlich, bzw. pro Quartal Auskunft über die aktuellen Zahlen der Übernachtungen sowie Reise-Trends in Niedersachsen. Nach eigenem Eindruck und trotz des unbeständigen Wetters im Juni/Juli gehen wir z.Zt. von einem 4 - 6 % Übernachtungszuwachs für die Stadt Schortens aus.

Voranmeldungen Busreisen über Buskontor grenzenlos:

St. Stephanus	2012: 1	Voranmeldung 2013: 1
Accumer Mühle:	2012: 0	Voranmeldung 2013: 10

Eine Umfrage über den Verlauf der Saison 2012 mit Berücksichtigung der Frage nach Monteuren und Urlaubern lag dem Schreiben „Gastgeber 2013“ bei.

7. Vertrieb, Präsentationen und Zahlen

Neben der normalen Versendung von Broschüren und Prospekten auf direkter Anforderung, hat das Stadtmarketing, in Rücksprache mit Herrn Kramer, die Verteilung der Informationsflyer „Das ist ja prima schwimmen im Aqua Toll“ (Rückseite Veranstaltungskalender) in der Region/Küste organisiert – 1. und 2. Auflage gesamt 5.000

Desweiteren Vertrieb über die Werbegemeinschaft WIR 5 mit ortseigenen Broschüren/Gastgebern, FTG und OTG nur mit Frieslandbroschüren und auf direkter Nachfrage.

Informationsmaterial lag u.a. Pfingstturnier, Familienfest, Jever Fun Lauf, 14.DBM Golfmeisterschaft 2012 (Schützenhof, Golfanlage Mennhausen) aus.

Informationsstand während des **Fun-Laufes am 18.08.2012** von 13.00 bis 18.00 Uhr. Werberollos und Messewand konnten wegen des Windes nicht aufgestellt werden. Zulauf war gut, 30 Personen fragten nach Informationsmaterial (Stadtplan, Fahrradroute, allgem. Prospekte) im Vergleich 2011 ohne offiziellem Stand, von 14:30 – 18:00 Uhr: 21 Personen.

Besucherzahlen: Gegenüber 2011 ist es 2012 zu einer Steigerung von 3,75 % gekommen. Neben Besuchern/Touristen der Stadt haben auch verstärkt Bürger/Bürgerinnen aufgrund der neuen Radwanderkarte die Tourist-Information besucht.

8. Zur Information „Transparent-Werbe-Mastanlagen“ (VA vom 22.05.2012)
Sponsorenschreiben sind an folgende Nutzer der neuen Werbeanlage am 29.05.2012 geschickt worden: Jever-Fun-Lauf-Organisatorenteam, Katholische Kirche Schortens, TGM Schortens, Marktbeschicker Wochenmarkt Stadt Schortens, Freunde des Klosterparks.

Jever-Fun-Lauf (HFC) unterstützt die Werbeanlage pro Jahr mit € 50,00 (brutto) auf maximal 5 Jahre.

Keine weiteren Zusagen erfolgt.

In der Sitzung stehe ich Ihnen gern für weitere Fragen oder Anmerkungen gern zur Verfügung.

Anlagenverzeichnis: