

**Information**

- öffentlicher Teil -



**Beratungsfolge und Sitzungstermine**

Ö 03.05.2016 Ausschuss für Finanzen, Wirtschaft und Biosphäre

**Attraktivität St. Ingberts - Sachstandsbericht**

## **Erläuterungen**

### **Attraktivität St. Ingberts - Sachstandsbericht**

Die Familien-Partei Stadtratsfraktion St. Ingbert hat mit dem nachstehend abgedruckten Antrag vom 11.04.2016 um die Aufnahme dieses Tagesordnungspunktes gebeten.

Stellungnahme zu Punkt 2:

### **Sachstandsbericht "Gutachten zur Konzeption eines touristischen Marketingkonzeptes für St. Ingbert"**

**/Antrag: Familien Partei, Stadtratsfraktion St. Ingbert, vom 11.04.2016, eingegangen am Freitag, 15.04.2016, 19:19h**

Am 30.09.2015 wurde in der nichtöffentlichen Sitzung des Ausschusses für Finanzen, Wirtschaft und Biosphäre die Erstellung eines touristischen Marketingkonzeptes für St. Ingbert durch die Fa. Kohl & Partner aus Stuttgart beschlossen.

Das Angebot umfasst folgende Vorgehensweise:

1. **Projektmanagement:** Erstsichtung bestehender Unterlagen und Konzepte, Feinabstimmung Prozess und Termine, Abstimmung der Themenfelder  
-> Abschluss: Oktober 2015
2. **Ist-Analyse:** Durchführung von Einzel-Expertengesprächen mit wichtigen Meinungsbildnern aus verschiedensten Bereichen zur subjektiven Erfassung der Tourismussituation vor Ort und Begehung vor Ort (insg. 2 Tage vor Ort), Aufbereitung der Tourismusarbeit (Touristische Performance, Angebote und Themen, Positionierung, Zielgruppen, Gästestruktur; Organisation und Marketing), Stadtentwicklung, Themenprojekte, Auswertung weiterer Gutachten und Studien (Tourismuskonzept 2005, BRB-Rahmenkonzept, etc), Recherchearbeiten, Aufarbeitung touristischer Trends, Umfeldanalyse zu den touristischen Aktivitäten und Konzepten im Umfeld (Saarpfalz-Kreis, IHK, BRB, Saarland) sowie weiterer tangierender Themenbereiche der Stadt (Wirtschaft, Kultur, Natur), Mitbewerberanalyse zu Markenauftritt und Aktivitäten umliegender oder vergleichbarer Städte  
-> Abschluss: Januar/Februar 2016
3. **Durchführung einer Imageanalyse:** Marken- Bekanntheit, Sympathie, Besucherbereitschaft, spontane Assoziationen (Attribute), Eigenbild (Befragung von Bürgern), Fremdbild (Befragung von Gästen)  
-> Abschluss März/April 2016

4. **Expertenrunden:** 3 Themengesprächsrunden zu Stärken, Schwächen, Marken-Relevanz-Analyse, Positionsbestimmung  
-> Abschluss Februar 2016
5. **SWOT-Analyse**  
-> Abschluss April 2016
6. **Marken-Tourismus-Werkstätten:** Inhalt 1. Markenwerkstatt: Präsentation Ist-Analyse, Image, Umfeld, SWOT, Marken-Relevanz-Analyse, Diskussion Vision Alleinstellungen (USP) & komparativer Konkurrenzvorteil (KKV), Aufbau der Markenpersönlichkeit, Positionierung, Attributesammlung und Wertepositionierung, Entwicklung und Bewertung strategischer Geschäfts- und Handlungsfelder  
Inhalt 2. Markenwerkstatt: Präsentation Entwurf MarkenCompass, Zielgruppen und Tourismusstrategie mit strategischen Geschäfts und Handlungsfeldern sowie Markenstrategien, Zielfestlegung und Definition strategischer Rahmenbedingungen in den Handlungsfeldern und Markenstrategien, Erstdiskussion  
Umsetzungsplan  
-> Abschluss 1. Markenwerkstatt 10.05.2016 / 2. Markenwerkstatt Juni 2016
7. **Entwurf Marken-Tourismus-Konzept:** Aufbereitung der Ergebnisse, Themenspektrum des Marken- und Tourismuskonzeptes  
-> Abschluss: Juli 2016
8. **Abstimmung** des Konzeptes und Definition der Umsetzungsleitlinien und Verantwortungen  
-> Abschluss: Juli 2016
9. **Projektabschluss:** interne Präsentation (Stadtrat), öffentliche Präsentation  
-> Abschluss: Juli 2016

Aktuell wird die Durchführung der ersten Markenwerkstatt am 10.05.2016 vorbereitet. Bis Mitte Juni wird voraussichtlich die zweite Markenwerkstatt stattfinden, so dass davon ausgegangen wird, dass bis Ende Juli 2016 das touristische Marketingkonzept fertiggestellt sein wird.

Sowohl die Tourismuszentrale Saarland, die mit der bereits im November 2015 vorgestellten Tourismuskonzeption 2025 die Leitlinien im saarländischen Tourismus vorgibt, als auch die Saarpfalz-Touristik, die auf der Landkreisebene die vorgegebenen Strategien umsetzt und in die Kommunen trägt, sind bei der Erstellung des touristischen Marketingkonzeptes der Stadt St. Ingbert detailliert informiert und aktiv mit eingebunden. Das Tourismuskonzept der Stadt St. Ingbert ist somit ein fester Bestandteil der Stadt St. Ingbert im touristischen Rahmen des Saarpfalz-Kreises und des Landes. Damit ist sichergestellt, dass die touristische Positionierung der Stadt im gegebenen Rahmen gestärkt und ausgebaut wird.

**Anlagen:**

Antrag Familien-Partei vom 11.04.2016