

Stadt Hitzacker (Elbe)

Beschlussvorlage (öffentlich) (04/031/2013)	
Datum:	Dannenberg (Elbe), 01.02.2013
Sachbearbeitung:	Frau Fallapp , Marketing

Beratungsfolge	Termin	Behandlung	TOP
Verwaltungsausschuss der Stadt Hitzacker (Elbe) neu	11.02.2013	Vorberatung	
Ausschuss für Tourismus, Wirtschaftsförderung, Umweltschutz sowie Jugend, Soziales und Kultur des Rates der Stadt Hitzacker (Elbe)	26.02.2013	Vorberatung	
Verwaltungsausschuss der Stadt Hitzacker (Elbe) neu	07.03.2013	Entscheidung	

ALMA - Überprüfung der Mitgliedschaft - Antrag der SPD-Fraktion

Beschlussvorschlag:

Sachverhalt:

Im Jahre 2006 wurde der Marketingverein "ALMA Elbtalau - Alle machen Marketing e.V." gegründet. Als einen Zusammenschluss zwischen der Werbegemeinschaft Dannenberg e.V., dem Tourismusverein Elbtalau Dannenberg e.V. und dem seinerzeit ehrenamtlich arbeitenden Stadtmarketing wurde die neue Vereinsarbeit angesehen. Insbesondere war es den Entscheidungsträgern ein Anliegen, Interessenlagen zu bündeln und in eine Richtung zu führen. Die Satzung des Marketingvereins "ALMA Elbtalau - Alle machen Marketing e.V." ist dieser Vorlage als Anlage beigefügt.

Im Zuge der Fusionen der Samtgemeinde Dannenberg (Elbe) und der Samtgemeinde Hitzacker (Elbe) wurde die Satzung des Marketingvereins bereits so formuliert, dass alle Mitgliedsgemeinden der Samtgemeinde Elbtalau von diesem Marketingverein profitieren sollten.

Der Rat der Stadt Hitzacker (Elbe) hat in seiner Sitzung am 17.02.2009 folgenden Beschluss gefasst:

"Die Stadt Hitzacker (Elbe) wird Mitglied im Verein 'ALMA Elbtalau - Alle machen Marketing e.V.'. Ab dem 01.07.2009 wird als Vertreter des Rates der Stadt Hitzacker (Elbe) für die Sparte C 'Kommunale Gebietskörperschaften' Bürgermeister Dr. Karl-Heinz Jastram benannt.

Die Benennung des Vertreters des Bürgermeisters wird in den Fachausschuss (Tourismus-Ausschuss) Hitzacker (Elbe) verwiesen. Der Tourismusausschuss Hitzacker (Elbe) bzw. der Rat der Stadt Hitzacker (Elbe) hat Herrn Norbert Schulz als Vertreter des Bürgermeisters benannt.

Derzeit arbeiten der Bürgermeister Holger Mertins und der jetzt stellvertretende Bürgermeister Jürgen Wedler sowie der stellvertretende Bürgermeister Christian Guhl in der Sparte C "Kommunale Gebietskörperschaften" des Marketingvereins mit."

Die Aufgaben des Marketingvereins dehnten sich im Laufe der Zeit zum Wohle der gesamten Region und der Bürgerinnen und Bürger aus.

I.

Sowohl die **Wirtschaftskraft als auch der Tourismus** in der Samtgemeinde Elbtalau werden seit 2006 kontinuierlich durch die Entwicklung des Marketingvereins gestärkt. Gewerbetreibende in Produktion, Handel und Dienstleistung sowie Fremdenverkehr und Tourismus, ehrenamtliche Vereine, Bürgerinnen und Bürger profitieren von dieser Einrichtung. So ist es auch wünschenswert, dass ehrenamtliche Engagierte neben kommunalen Vertretern Projekte ausarbeiten und diese umsetzen.

Seit der Gründung des Marketingvereins hat sich das Innenmarketing für die Samtgemeinde Elbtalau maßgeblich verbessert. Ein positives Beispiel dafür ist der Wettbewerbserfolg der Aktion "Ab in die Mitte! Die City-Offensive Niedersachsen" aus dem Jahre 2011, in dem sich alle Mitgliedsgemeinden und die Städte in der Samtgemeinde Elbtalau über den Marketingverein zunächst darauf verständigt haben, Schwächen zu formulieren und diese zu Stärken umzuwandeln.

In der Außenwerbung für die Region sind ebenfalls gute Ergebnisse erzielt worden. Dieses zeigt sich insbesondere auch durch den erneuten Gewinn der Städte Dannenberg (Elbe) und Hitzacker (Elbe) in dem vom Land Niedersachsen ausgeschriebenem Wettbewerb "Ab in die Mitte! Die City-Offensive Niedersachsen".

II.

Durch die enge Verzahnung der Interessenlagen in dem existierenden Marketingverein ist es gelungen, die **Werbung und das Marketing in der Samtgemeinde Elbtalaue** aufeinander abzustimmen und gemeinsam zu betreiben.

Verbindungen zu anderen Wirtschafts- oder Tourismusverbänden auch außerhalb des Landkreises Lüchow-Dannenberg zu schaffen, öffentliche oder private Fördermittel von nationalen oder internationalen Institutionen einzuwerben und diese gemeinsam für die Region zu nutzen, waren weitere Ziele, die inzwischen erreicht wurden.

Der Zusammenschluss mit der Prignitz führt zu einer gemeinsamen Werbelinie und einer guten Darstellung des Elbe-Raumes.

In den Einrichtungen der Tourismus GmbH Prignitz und in der Gäste-Information in Wittenberge werden Angebote wie die "Winterlichen Musiktage" durch diesen Zusammenschluss über den Marketingverein vermarktet.

III.

Gerade das **Marketingbüro in Hamburg/Altona**, das sich mit touristischen Anfragen und Buchungen, der Vermittlung von Immobilien und Kontakten zu Wirtschaftspartnern befasst, ist für die Stadt Hitzacker (Elbe) eine bedeutsame Einrichtung. Ferienwohnungen und Hotels, Einzelhandel, die historische Fachwerkstadt, touristische Merkmale und Veranstaltungen werden dort beworben. Die Anzahl der Besucher in dem Marketingbüro in Hamburg/Altona hat sich von 117 im Jahre 2008 auf 1.280 im Jahre 2012 gesteigert. Die touristischen Anfragen, die die gesamte Region betreffen, konnten von 13 im Jahre 2008 auf nunmehr 495 im Jahre 2012 gesteigert werden. Im Jahre 2008 gab es über das Marketingbüro in Hamburg/Altona keine Buchungen; im Jahre 2012 waren dies bereits 115. Von diesen 115 Buchungen sind insgesamt 31 Buchungen für die Stadt Hitzacker (Elbe) zu verzeichnen.

IV.

Die **Linienschiffahrt**, die im Rahmen des Wettbewerbsgewinnes "Ab in die Mitte! Die City-Offensive Niedersachsen" sowohl von Hamburg nach Hitzacker (Elbe) als auch von Magdeburg nach Hitzacker (Elbe) geführt wird, wird maßgeblich über den Marketingverein beworben und vermarktet. Auch hier ist eine erhebliche Steigerung erfolgt.

Im Jahre 2009 fanden 12 Fahrten mit 187 Personen statt. Die Anzahl der Fahrten wurde bis zum Jahre 2012 auf 16 erhöht. Die Fahrgastzahl stieg um das Doppelte.

V.

Tagesausflüge für Gruppenreisen in die Elbtalaue sind das tägliche Geschäft im Marketingbüro in Hamburg/Altona. Busreisetouren mit Tages- oder Mehrtagesausflügen in die Region Hitzacker (Elbe) sind gerade in den vergangenen Tagen an 273 Unternehmen versandt worden. Die Stadt Hitzacker (Elbe) wird in den ausgearbeiteten Tourenplan, der von den Mitarbeiterinnen aus der Gäste-Information in Dannenberg (Elbe), die ebenfalls vom Marketingverein "ALMA Elbtalaue" betrieben wird, mehrfach einbezogen. Auch eine erarbeitete Adressdatei mit 300 renommierten Einrichtungen der Seniorenpflege aus Hamburg konnte in den vergangenen Tagen mit entsprechenden Wochenendtouren nach Hitzacker (Elbe) bedient werden.

VI.

Bei der **Ausstellung im Geschäftshaus Mercado** in Hamburg/Altona haben sowohl die Veranstaltungen aus Hitzacker (Elbe), wie die "Sommerlichen Musiktage" als auch der Kneipp-Kurort und die im Sommer stattfindenden Veranstaltungen, wie das Lampionfest oder die Zwergentage sowie "Hitzacker tischt auf", eine besondere Darstellung erhalten. Täglich werden die Angebote aus Hitzacker (Elbe) entweder durch ehrenamtlich Beteiligte vorgestellt oder durch die Mitarbeiterinnen der Gäste-Information in Dannenberg (Elbe) den Hamburgern angeboten.

VII.

Presstexte werden sowohl für Veranstaltungen als auch für touristische Merkmale in der Stadt Hitzacker (Elbe) nach Bekanntwerden versandt.

VIII.

Zurzeit erarbeiten die Mitarbeiterinnen in der Gäste-Information Dannenberg (Elbe) eine **Präsentation** auf verschiedenen **Reitermessen**, so z.B. auf der "Pferd und Jagd" in Hannover und der "Hanse-Pferd" in Hamburg. Hier werden derzeit die Betriebe aus der Region Hitzacker (Elbe) abgefragt, ob sie Interesse haben, sich an einem gemeinsamen Messeauftritt zu beteiligen. Die Anfragen werden sehr positiv aufgenommen.

IX.

Derzeit wird ein **Netzwerk mit Websites** von Hamburger Einrichtungen ausgearbeitet, um hier eine entsprechende Verbindung zwischen Hitzacker (Elbe) und Hamburg/Altona zu schaffen.

X.

In der **Gäste-Information in Dannenberg (Elbe)**, einer Einrichtung des Marketingvereines, werden die Veranstaltungen der Stadt Hitzacker (Elbe) vermarktet. So sind die Mitarbeiterinnen damit beschäftigt, Flyer und Plakate in den Dannenberger Geschäften zu verteilen. Gerade in der Februar-Zeit wird für die "Musikwoche" Werbung gemacht.

XI.

Der Marketingverein plant in diesem Jahr die Herausgabe eines **Newsletters**. Die Städte Hitzacker (Elbe) und Dannenberg (Elbe) werden darin einen besonderen Stellenwert erhalten.

Urlaubsdestinationen stehen in großem Wettbewerb untereinander. Die Mobilität der Gäste und ihre Ansprüche an ein attraktives Preis-/Leistungsverhältnis der Angebote fordern touristische Leistungsträger immer wieder heraus, sich im Vertrieb von den Mitbewerbern abzuheben. Produkte, die über den Marketingverein "ALMA Elbtalau" entwickelt und vermarktet werden, haben bisher gute Erfolge einfahren können. Die Zusammenarbeit mit der Elbtalau-Wendland-Touristik GmbH erfolgt in Ergänzung zur Produktentwicklung mit dem besonderen Ansatz, die Metropolregion Hamburg konkret zu bedienen. Für die Stadt Hitzacker (Elbe) ist in der Gästebefragung, die über den Marketingverein finanziert und von den Ehrenamtlichen im Marketingarbeitskreis in Hitzacker (Elbe) initiiert wurde, das Ergebnis erzielt worden, dass Hitzacker (Elbe) in der Beherbergungsbenotung sehr gut abschneidet und viele Hamburger als Tagestouristen oder Mehrtagestouristen die Stadt Hitzacker (Elbe) aufsuchen. Aus diesem Grunde gilt es auch hier, die Tätigkeit fortzusetzen und diesen positiven Fundus weiter zu nutzen, um entsprechende Strukturen aufzubauen.

In der weiteren Arbeit des Marketingvereins ist daran gedacht, für Hitzacker (Elbe) eine Maßnahme zu entwickeln, mit der die Verlängerung der Verweildauer auf der Stadtinsel erreicht wird. Des Weiteren ist die Erschließung des rechtselbischen Raumes ebenfalls ein Thema, das über den Marketingverein "ALMA Elbtalau" begleitet wird. Mit dem Leerstandsmanagement und der Betriebsnachfolgeregelung für örtliche Geschäftspartner kombiniert der Marketingverein die für 2013 auf der Jahreshauptversammlung zu beschließenden Maßnahmen.

Abschließend bleibt festzuhalten, dass das Budget der Stadt Hitzacker (Elbe) gewinnbringend angelegt ist. Der Marketingverein hat insgesamt ein Einnahmenvolumen von rd. 103.000,00 €; dem stehen Ausgaben in Höhe von 102.000,00 € gegenüber. Finanziert wird aus diesem Budget

das Marketingbüro in Hamburg/Altona	
Miete und Personalkosten	45.000,00 €
die Gäste-Information in Dannenberg (Elbe)	42.000,00 €
andere Maßnahmen	15.000,00 €
zusammen:	102.000,00 €

Die Einnahmen in Höhe von 103.000,00 € basieren auf kommunalen Zuschüssen in Höhe von 31.000,00 € und privaten Zuschüssen in Höhe von 72.000,00 €.

Die Stadt Hitzacker (Elbe) zahlt einen Mitgliedsbeitrag in Höhe von 1,50 € pro Einwohner, damit jährlich einen Betrag von 7.500,00 €.

In Anbetracht der Ergebnisse, die aus der Arbeit im Marketingverein für die Stadt Hitzacker (Elbe) erwachsen, sollte die Mitgliedschaft im Marketingverein "ALMA Elbtalau - Alle machen Marketing e.V." bestehen bleiben.

Finanzielle Auswirkungen bei Beschlussfassung:

7.500,-- € jährlich

Anlagen:

Antrag der SPD-Fraktion

Satzung ALMA Elbtalau – Alle machen Marketing e.V.