

Stadt Braunschweig

Stellungnahme der Verwaltung

		Fachbereich/Referat	Nummer
		0800	731 6/0 8
zur Anfrage Nr. 703/08 d. Frau/Herrn/Fraktion CDU - Fraktion, v. 31. März 08		Datum 24. Juni 2008	
		Genehmigung	
Überschrift Touristische Vermarktung Braunschweigs durch Beherbergungsbetriebe		Dezernenten VI	
Verteiler	Sitzungstermin		
Rat	8. Juli 2008		

Aufgrund des finanzunwirksamen Antrages der CDU-Ratsfraktion hat der Rat der Stadt zum Haushalt 2008 beschlossen, dass die Verwaltung die Braunschweig Stadtmarketing GmbH veranlassen möge, ein Konzept zu entwickeln, wie Braunschweiger Beherbergungsbetriebe marketingwirksam auf touristisch interessante Sehenswürdigkeiten, Veranstaltungen etc. hinweisen können.

Die Verwaltung wird dazu um Beantwortung folgender Fragen gebeten:

1. Welche Überlegungen hat die Verwaltung zu dieser Maßnahme?
2. Wann ist damit zu rechnen, dass ein entsprechendes Konzept den politischen Gremien vorgestellt werden kann?

Zu Frage 1):

Die Braunschweig Stadtmarketing GmbH verfügt über ein Konzept zur Vermarktung von Sehenswürdigkeiten, Veranstaltungen, etc., das eine aktive Unterstützung durch die Beherbergungsbetriebe vorsieht. Dieses Konzept wird bereits erfolgreich praktiziert.

Die Braunschweig Stadtmarketing GmbH hat zahlreiche Broschüren erarbeitet und aufgelegt, die die touristische Vermarktung Braunschweigs durch Beherbergungsbetriebe unterstützen sollen. Zu diesen gehören u. a. Stadtpläne, der neue Sehenswürdigkeiten-Prospekt, der Einkaufsführer und sonstige Informationsmaterialien.

Die Beherbergungsbetriebe erhalten regelmäßig Prospekte, die je nach Grundlinie des Hauses an der Rezeption, in den Hotelhallen oder auch auf den Gästezimmern ausliegen. Einige Hotels vermarkten bereits seit 2007 Veranstaltungen wie den Braunschweiger Weihnachtsmarkt oder die Eröffnung des Residenzschlosses über Arrangements.

Um die Kooperation zu vertiefen und weitere Maßnahmen gemeinsam zu erarbeiten, wurde der Arbeitsausschuss Tourismus Braunschweig e. V. neu gegründet. Auf diesem Weg sind bereits zusätzliche (finanzielle) Beteiligungen an Werbemaßnahmen wie Werbeschaltungen, Programmprospekt, touristische Pressearbeit und Promotionsstände zustande gekommen.

Die Grundlinien des Konzeptes der touristischen Vermarktung werden am Beispiel der Beherbergungsbetriebe nachstehend dargestellt. Das Konzept beinhaltet folgende Produkte und Maßnahmen:

- **Broschüren, Flyer, Kataloge, Plakate**
 - o Broschüren reichen von Produktkatalogen (z. B. Reise- und Tagungsplaner) und Veranstaltungskalendern über Stadtpläne und Kampagnenplakate bis hin zu themenspezifischen Faltblättern (z. B. Weihnachtsmarkt).
 - o Die Broschüren werden über vielfältige Distributionskanäle und in großer Reichweite gestreut.
 - o Alle Broschüren sind jederzeit in der Tourist Information abrufbar.
 - o Auslage der Broschüren, Flyer, etc. erfolgt in den Gästezimmern der Hotels, bzw. an der Rezeption / in der Hotelhalle.
 - o Versand der Hinweise zu Veranstaltungen, Sehenswürdigkeiten, etc. an potentielle Gäste
 - o Hinweis zum Download der Broschüren unter www.braunschweig.de und auf den hoteleigenen Internetseiten

- **Neue Medien/Internet**
 - o Heute verfügen mehr als zwei Drittel aller 14 – 69-jährigen über einen Zugang zum Internet.
 - o Die Suche nach touristischen Informationen und Buchung touristischer Produkte ist eine der am häufigsten genutzten Anwendungen im Internet. Hierauf geht das Marketingkonzept ein:
 - o Hotels gestalten ihre Seiten mit allen relevanten Informationen zu den Sehenswürdigkeiten Braunschweigs.
 - o Sie haben die Möglichkeit die Braunschweig Seite auf der hoteleigenen Seite einzubinden.

- **Werbemittel/Merchandising**
 - o Die Braunschweig Stadtmarketing GmbH hat für Touristen, Geschäftsreisende und Bewohner Braunschweigs eine umfangreiche Merchandising-Serie entwickelt.
 - o Die Souvenirs werden in der Tourist Information sowie künftig auch im Online-Shop unter www.braunschweig.de vertrieben.
 - o Vereinzelt findet der Vertrieb auch in ausgewählten Braunschweiger Hotels oder bei anderen Kooperationspartnern statt.

- **Presse- und Öffentlichkeitsarbeit**
 - o Den Beherbergungsbetrieben steht als Grundlage eine Basispressemappe zur Verfügung. Hintergrundtexte und Bildmaterial sind jederzeit von der Braunschweig Stadtmarketing GmbH abrufbar.
 - o So können auch von den Beherbergungsbetrieben gezielt Informationen verbreitet und eine positive öffentliche Meinung geschaffen und gesichert werden.

Zu Frage 2):

Zur Zeit ist nicht beabsichtigt ein weiteres Konzept zu erstellen und den politischen Gremien vorzulegen. Zusätzliche Bausteine werden bedarfsgerecht zwischen der Braunschweig Stadtmarketing GmbH und dem Arbeitsausschuss Tourismus Braunschweig e. V. (ATB) entwickelt.

I. V.

gez.

Roth

Es gilt das gesprochene Wort.