



<p>Verwaltungsvorlage</p> <p>Federführend: Außenorganisationseinheit Stadtleben</p> <p>Beteiligt:</p>	<p>Vorlage-Nr: VO/2009/460 Status: öffentlich AZ: Datum: 30.10.2009 Mitzeichnung: Mitzeichnung: Beantragende Fraktion:</p>								
<p>Tourismusbericht 2009 / II</p>									
<p>Beratungsfolge:</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Status</th> <th>Datum</th> <th>Gremium</th> <th>Zuständigkeit</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Ö</td> <td>09.11.2009</td> <td>Hauptausschuss</td> <td>Entscheidung</td> </tr> </tbody> </table>		Status	Datum	Gremium	Zuständigkeit	Ö	09.11.2009	Hauptausschuss	Entscheidung
Status	Datum	Gremium	Zuständigkeit						
Ö	09.11.2009	Hauptausschuss	Entscheidung						

Übersicht

Der Tourismusbericht umfasst folgende Bereiche:

- Daten & Fakten – aktuelle Zahlen aus dem Geschäft der Tourist Info
- Bericht zum Dienstleistungsauftrag Bosau
- Veranstaltungen & Marketing
- Regionale Projekte

2009 war für die Tourist Info Großer Plöner See ein sehr gutes Jahr. Zweistellige Steigerungen bei der Zimmervermittlung, ein sehr gutes erstes Bosau-Jahr, zufriedene Einzelhändler, ein erfolgreiches Stadt-Bucht-Fest, viele kleine, feine Plön-typische Veranstaltungen. Wermutstropfen sind die Rückgänge bei den Gruppenführungen und die Zahlen des Statistischen Landesamts, wobei diese als Bewertungsgrundlage für erfolgreiche Tourismusarbeit aufgrund des Erfassungsumfangs nicht dienen kann.

Daten & Zahlen

1. Zahlen des Statistischen Landesamtes

Das Statistische Landesamt Nord erfasst monatlich die Anzahl der Ankünfte und Übernachtungen in den Orten in Schleswig-Holstein. Leider werden nur die Betriebe mit mehr als 9 Betten erfasst (Plön: 17 Häuser mit 1.168 Betten). Somit spiegelt diese Statistik nur die Belegung eines Teils der touristischen Betriebe wider (in Plön z.B. nur etwa die Hälfte der „touristischen“ Betten).

Bis August 2009 wurden **21.671 Ankünfte und 86.608 Übernachtungen** erfasst, dies entspricht einem Rückgang von jeweils 9%. Eine Analyse der Rückgänge hat ergeben, dass im Bereich der **Hotellerie Zuwächse** zu verzeichnen sind und die **Rückgänge in den Bereichen Vorsorge- und Rehaeinrichtungen sowie Erholungs- und Schulungsheime** zu finden sind. Dies wird auch durch die Abrechnung der Kurabgabe bestätigt. Zudem leiden die Zahlen unter der umbaubedingten Schließung der Jugendherberge (seit August).

Die Leiterin der Tourist Info GPS führt derzeit Einzelgespräche mit den Betreibern der Einrichtungen, inwieweit eine stärkere Einbindung in die Arbeit der Tourist Info GPS möglich, sinnvoll und gewünscht ist.

Zu den statistisch erfassten Daten übernachteten jährlich ca. 10.000 - 11.000 Gäste (60.000 – 70.000 Übernachtungen) in den 450 nicht-gewerblichen Betten im Plöner Stadtgebiet.

2. Wertschöpfung aus dem Tourismus

Die Ermittlung der Wertschöpfung wurde im Tourismusbericht 2009 / 1 ausführlich erläutert. Die jährliche touristische Wertschöpfung liegt bei mehr als 15 Mio. € allein aus den Übernachtungsgästen, hinzuzählen sind die Wertschöpfung aus den Tagesgästen und der Gäste im Umland.

3. Zentrale Zimmervermittlung

Zahlen 2009

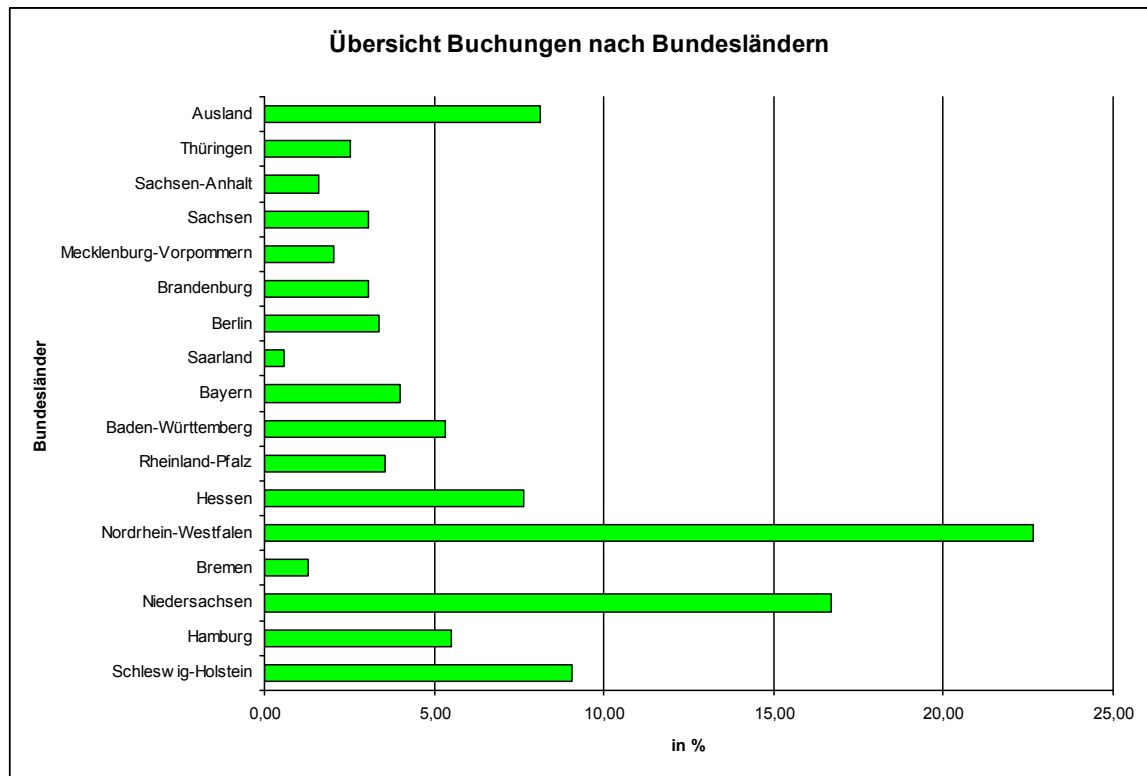
Die Tourist Info Großer Plöner See (im Folgenden „TI GPS“ genannt) hält eine zentrale Zimmervermittlung vor, d.h. dass Buchungsfragen, die bei der TI GPS per Telefon, Fax, Post oder E-Mail auflaufen, direkt beantwortet werden.

In 2009 hat die **Zimmervermittlung sehr erfolgreich** gearbeitet – bereits Ende August 2009 wurde das Gesamtjahresergebnis erreicht. Konkret bedeutet dies, dass bis Stichtag 30.09. **12% mehr Buchungen** generiert wurden (absolut: 134 Buchungen).

Jahr	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Jan	21	42	19	19	45	60	29
Feb	20	44	52	45	58	48	48
März	37	54	35	56	75	46	72
April	54	68	72	65	75	75	82
Mai	113	122	114	132	111	163	132
Juni	220	158	200	174	188	141	204
Juli	294	238	221	228	252	229	277
Aug.	240	178	213	193	211	167	240
Sept.	124	71	101	133	67	83	138
Okt	48	26	37	61	52	43	
Nov	19	15	21	30	28	23	
Dez	10	10	12	24	16	10	
Gesamt	1.200	1.026	1097	1160	1178	1088	1222

Mit den Buchungszahlen bis September 2009 sind Umsätze von 260.000 € brutto verbun-
den. Davon flossen 235.000 € an die Vermieter und 25.000 € brutto an die TI GPS, nach
Abzug der MwSt. 21.0000 €.

Anhand der folgenden Übersicht ist erkennbar, dass der Großteil der Übernachtungsgäste
aus den traditionellen Urlaubsmärkten in Niedersachsen und Nordrhein-Westfalen (insg.
40%), gefolgt von Schleswig-Holstein, Hessen, Hamburg.



Provisionserhöhung ab 2010

Die **Einführung** der vom Hauptausschuss beschlossenen Provisionserhöhung lief **reibungslos**. Beschwerden über die Erhöhung wurden gegenüber den MitarbeiterInnen nicht geäußert.

Die Vermieter wurden fristgerecht angeschrieben. Bis Ende 2009 sind 123 Vermieter aus Plön und dem näheren Umland über die TI GPS buchbar, ab 2010 reduziert sich die Zahl auf 117. Die 6 Vermieter begründen dies mit Hausverkauf (2), Kosteneinsparungen (3, diese wollen zunächst eine eigene Vermietung testen) und ein Vermieter war unzufrieden mit der Anzahl der Vermittlungen. Zusätzlich werden über Plön 20 Bosauer Vermieter vermittelt.

Somit sind ab 2010 **137 Vermieter mit 403 Unterkünften und 940 Betten** über Plön buchbar.

4. Pauschalen

Die Tourist Info GPS legt diverse Pauschalen auf, diese „inszenieren“ die verschiedenen Urlaubsthemen der Region und sind zielgruppenbezogen. Die am häufigsten Pauschalen sind Rad-Pauschalen für Best-Ager und die ganztägigen Gruppenangebote.

	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009 (bis 09)
Pauschalen	37	18	20	21	38	20	32	31
Personen	158	60	54	141	422	281	1021	675

5. Stadt- und Prinzenhausführungen

Die TI GPS vermittelt Führungen sowohl durch Stadt- und Schlossgebiet als auch im Auftrag des Vereins Prinzenhaus e.V. durch das Prinzenhaus. Hier sind leider **Rückgänge um ca. 25%** zu verzeichnen, diese sind im Wesentlichen im Bereich der Gruppenführungen. Ursachen für die Rückgänge sind schwer zu eruieren. Um dieser Entwicklung entgegen zu steuern ist für 2010 folgendes geplant:

- in Kooperation mit dem Nordic Hotel werden wieder **Gruppenpauschalen mit Übernachtungsleistungen** aufzulegen. In diese Pauschalen sollen auch Führungen eingebaut werden.
- **prominentere Darstellung** des Gruppengeschäftes auf den beiden von der TI GPS betriebenen **Homepages**
- Integration der Angebote in die **online-Portale**

	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Stadtführungen (inkl. Kombi)	58	67	110	175	220	224	170
Prinzenhausführungen	37	86	64	134	175	170	125
gesamt	95	153	174	309	395	394	295

6. Internet

Die Zugriffe auf die Internetseiten www.touristinfo-ploen.de und www.grosser-ploener-see.de zwischen Januar und September 2009 entsprechen in etwa denen des Vorjahreszeitraumes; konkret **180.000 Besucher und 1,02 Mio. Zugriffe auf der Plöner Seite** und 180.000 Besucher und 750.000 Zugriffe auf der Regionsseite.

Im Frühjahr wurde eine **gemeinsame online-Buchungsplattform auf der Regionsseite** umgesetzt. D.h. die Leistungsträger Orte am See, die mit Eurosoft arbeiten (alle außer Ascheberg), werden nun über eine gemeinsame Buchungsplattform angeboten. Diese zusätzliche Vermarktungsplattform wird den **Unterkunftsanbietern kostenlos zur Verfügung** gestellt.

In 2010 ist ein Relaunch beider Internetauftritte geplant; hier finden derzeit Gespräche mit der TASH und dem OHT statt, inwieweit sich Orts- und Regionsebenen an die von diesen

Organisationen genutzten Datenbanken anschließen können. Eine solche Kooperation hätte enorme Vorteile im Bereich der Kosten, der Dateneingabe und künftigen –pflege.

7. Frequenz in der Tourist Info Großer Plöner See

Nach wie vor geht es in der Tourist Info zu „wie auf einem Bahnhof“ – viele Gäste, viele Bahnkunden und auch zunehmend Besucher im Veranstaltungsbereich.

Seit der Eröffnung der neuen Tourist Info waren mehr **als 100.000 Besucher** in der neuen Tourist Info, allein in der Hauptsaison knapp 10.000 Besucher monatlich, **stärkster Monat: Juli mit 12.500 Besuchern**. Etwa 20% der Besucher sind Bahnkunden.

Von Januar bis September 2009 wurden zudem ca. 10.000 telefonische Anfragen, ca. 700 Faxe und ca. 3.500 E-Mails entgegengenommen und bearbeitet.

Bis September 2009 fanden zudem **50 Veranstaltungen** mit insgesamt geschätzten 1.500 bis 2.000 Besuchern von externen Vereinen und Institutionen im Bahnhof statt; dazu gehören z.B. Vorträge der Universitätsgesellschaft und der VHS, Treffen der Briefmarkenfreunde, der kleine Wirtschaftsgipfel der Wirtschaftsförderung etc.

Bericht zum Dienstleistungsauftrag Bosau

Das erste Bosau-Jahr ist **sehr positiv** verlaufen, die inhaltlichen, arbeitsorganisatorischen und kalkulatorischen Planungen haben sich bestätigt. Die Leistungsträger und der Mitglieder des Bosauer Wirtschafts- und Tourismusausschusses zeigen sich auch sehr zufrieden mit der Arbeit.

- **20 Vermieter** haben einen Zimmervermittlungsvertrag mit der TI GPS abgeschlossen und haben sich auch für eine Darstellung auf den Internetseiten www.touristinfo.ploen.de und www.grosser-ploener-see.de entschieden.
- Von Januar bis September wurden für die Bosauer Vermieter **180 Buchungen** getätigt, dies entspricht **doppelt so vielen Buchungen** wie im Vorjahr.
- Die Weiterleitung sämtlicher Kommunikationskanäle und die Einrichtung des „roten Telefons“ verlaufen wie geplant; die Reaktionen auf dieses Serviceangebotes sind positiv.
- Die Veranstaltungsplanung erfolgte inhaltlich wie in den vergangenen Jahren; für 2010 sind einige Veränderungen geplant, dies wird sich in den kommenden Monaten verdichten.
- Von April bis Oktober 2009 war die TI vor Ort an knapp 600 Stunden geöffnet; in dieser Zeit wurden 1.471 Besucher (davon 1.300 Gäste und 171 Vermieter & Lieferanten) und 570 Telefonate erfasst. Anhand der Besucher-/Öffnungszeitenanalyse ist ersichtlich, dass eine wie von der TI GPS vorgeschlagene reduzierte Präsenz vor Ort sehr sinnvoll ist.

Veranstaltungen & Marketing

Veranstaltungen

Die Tourist Info GPS hat in der Saison 2009 **knapp 150 Angebote** für die Gäste durchgeführt – von Stadt- und Schlossgebietsführungen und Stadtführungen mit dem Kanu über Kinderangebote (Märchen im Park, Lagerfeuersingen etc.) bis zu Rum-Tastings, Diavorträgen und Nostalgischen Musikdampferfahrten.

Die **erfolgreichsten Angebote** waren **Märchen im Park** (5 Termine, pro Termin zwischen 10 und 25 Kinder, zzgl. Eltern), das **Lagerfeuersingen am Campingplatz** (5 Termine, pro Termin zwischen 40 und 60 Kinder, zzgl. Eltern), die **Nostalgischen Musikdampferfahrten** (beide Termine mit jeweils 90 Personen ausgebucht) und die **Stadtführungen mit dem Kanu** (21 Termine, 206 Teilnehmer).

Zudem hat die Tourist Info GPS mit dem Stadtmarketingverein und dem Ehepaar Girschkowski das **3. Stadt-Bucht-Fest** organisiert. Fazit: Tolle Aktivitäten auf dem Wasser, ein abwechslungsreiches Bühnenprogramm, leckere Spezialitäten, begeisternde Kinderangebote und perfektes Sommerwetter und ca. **10.000 Besucher**.

Zur besseren Bewerbung hat die Tourist Info GPS wöchentlich ein **Veranstaltungsplakat** mit allen Veranstaltungen gedruckt und an knapp **100 Geschäfte**, Restaurants, Hotels, Museen etc. verteilt; zudem wurde es als pdf an alle Vermieter zum Ausdruck für die Gäste gemailt.

Marketing: Rückblick 2009

In 2009 wurden ca. 90.000 € in Marketingaktivitäten investiert; davon ca. 35.000 € in das GGK 2010, ca. 22.000 € in Anzeigen (online/offline), ca. 8.500 € in Messen & Promotions, 4.500 € in Pressearbeit, 15.000 € in Printprodukte, ca. 5.000 € in die Internetauftritte. Viele der Maßnahmen erfolgten in Kooperation mit den Partnern in der Holsteinischen Schweiz, Beteiligungen von TASH und OHT wurden genutzt.

Umworbene Zielgruppen waren Best Ager, Gruppenreisende, Tagesausflügler und Familien mit Kindern; Themen Aktivurlaub, Kurztrips, Kultur; Quellmärkte: Hamburg, Schleswig-Holstein, Niedersachsen, Dänemark.

Marketing: Ausblick 2010

- Die Holsteinische Schweiz wird mit einem eigenen Stand vertreten sein auf folgenden Messen: Reisen in Hamburg, Grüne Woche in Berlin, Messen in Bremen, Oldenburg, Bad Oyenhausen und Herning (DK)
- Andocken der Internetauftritte der Holsteinischen Schweiz, der Region Großer Plöner See und der Tourist Info Großer Plöner See an die Landes- und Regionsebene
- Ausbau der Printprodukte der Holsteinischen Schweiz (bisher Imageflyer, Radtourenflyer; künftig noch Tagesausflugstipps, Direktvermarkter)
- Ausbau der Gruppen & Grüppchen – Angebote (z.B. Erweiterung um Übernachtungspauschalen für Gruppen, regionaltypische Angebote mit Fischern, Holzschuhmacher etc.)
- Ausbau des Veranstaltungsprogramms vor Ort („kleine Angebote“, wie die in 2009 erfolgreich eingeführten Veranstaltungen Märchen im Park und Stadtführung per Kanu)

Regionale Projekte

Lokale Tourismusorganisation Holsteinische Schweiz

In der Anlage befindet sich ein aktueller Projektstand. Sobald in der Lenkungsgruppe konkrete Informationen vorliegen (Finanzierungsanteile, Mitspracherechte etc.), erfolgt eine umfangreiche Beratung im Hauptausschuss.

AktivRegion-Projekt „Attraktivierung der Personenschifffahrt in der Holsteinischen Schweiz“

Am 11.05.2009 hat der Hauptausschuss eine finanzielle Beteiligung an dem Projekt beschlossen. Aktuell läuft das Ausschreibungsverfahren zur Umsetzung des Projektes, die Anbieterpräsentation findet Mitte November statt.

Beschlussvorschlag:

Der Hauptausschuss nimmt den Tourismusbericht 2009 / II zur Kenntnis.

i. A.
Backmann