

Gedanken zur Entwicklung¹⁾ **Tourismusorganisation** **Stabstelle Wifö Rottweil**

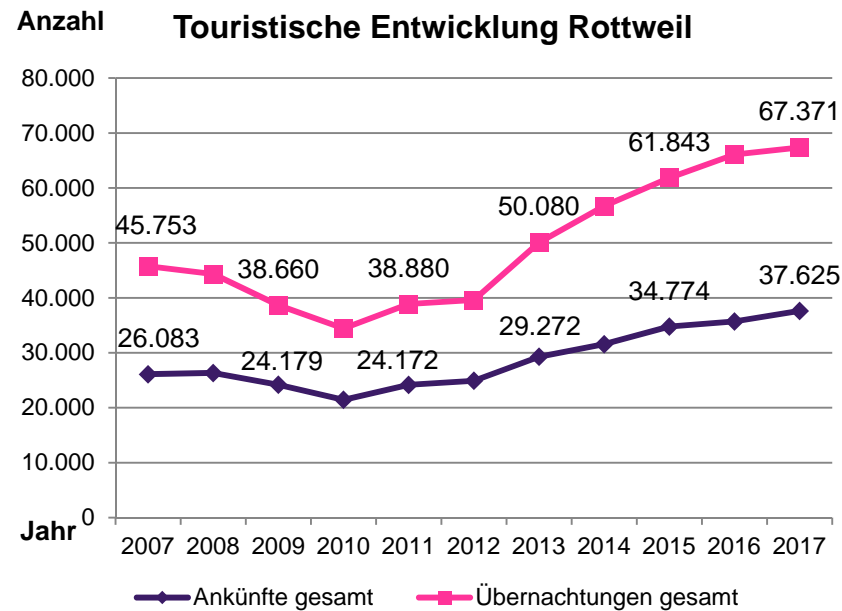
Alexander Seiz

21. November 2018

¹⁾ Basis der Arbeiten ist der Bericht von Kohl & Partner zur Weiterentwicklung und Optimierung der TI vom 20.10.16 und der Vorarbeiten zur Optimierung vom 19.09.16, ergänzt um aktuelle Daten/Entwicklungen

Touristische Entwicklung Rottweil

Übernachtungstourismus

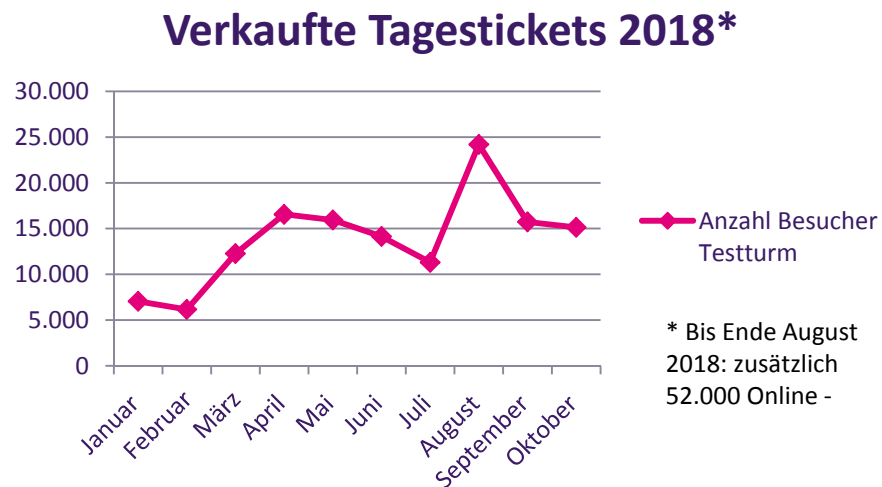
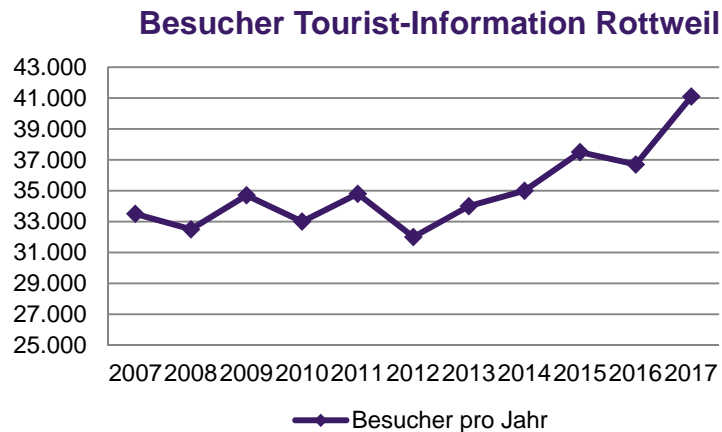


Jahr	Betriebe	Betten
2007	12	451
2008	11	439
2009	11	434
2010	9	536
2011	10	425
2012	11	430
2013	12	512
2014	12	510
2015	12	565
2016	12	553
2017	12	560



Touristische Entwicklung Rottweil

Tagestourismus 1



Wirtschaftseffekte Tourismus (DIWF 2016)

- Jährlich ca. 1,2 Mio. Tagesreisende
- Durchschnittliche Ausgaben pro Gast 24,50 €
- Gesamtsatzes Tourismus 38,3 Mio. €
 - 8,9 Mio. € Umsatz Übernachtungsgäste
 - 29,4 Mio. € Umsatz Tagesgäste

Weitere Besucherzahlen (Stand 2017/2018)

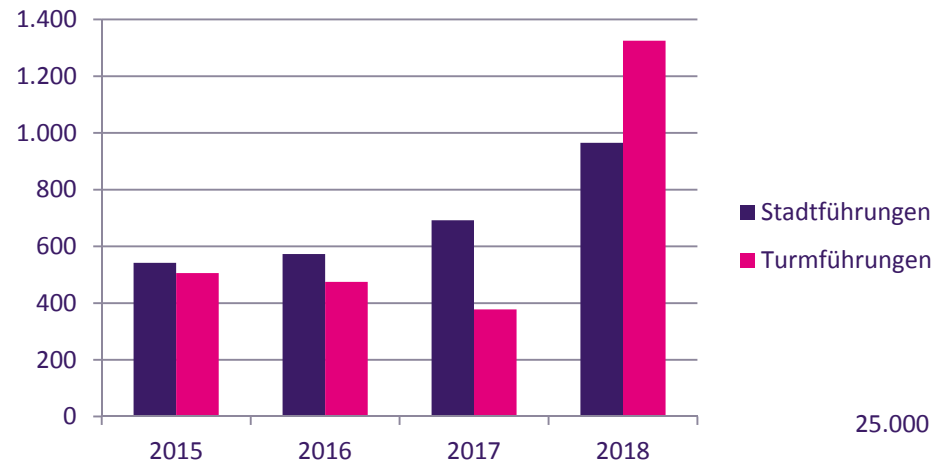
- 28.000 Kletterzentrum
- 20.000 Kartbahn
- 80.000 Freibad-Gäste
- 400.000 AquaSOL-Gäste
- 13.000 Besucher Dominikanermuseum



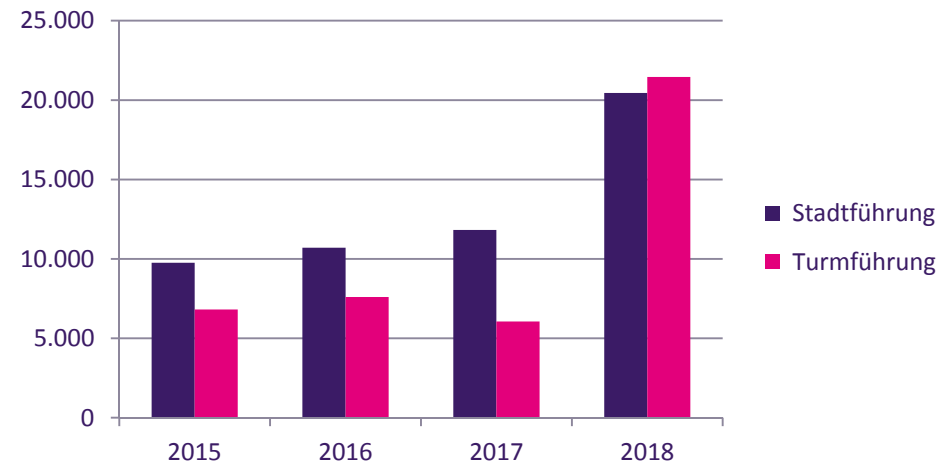
Touristische Entwicklung Rottweil

Tagestourismus 2

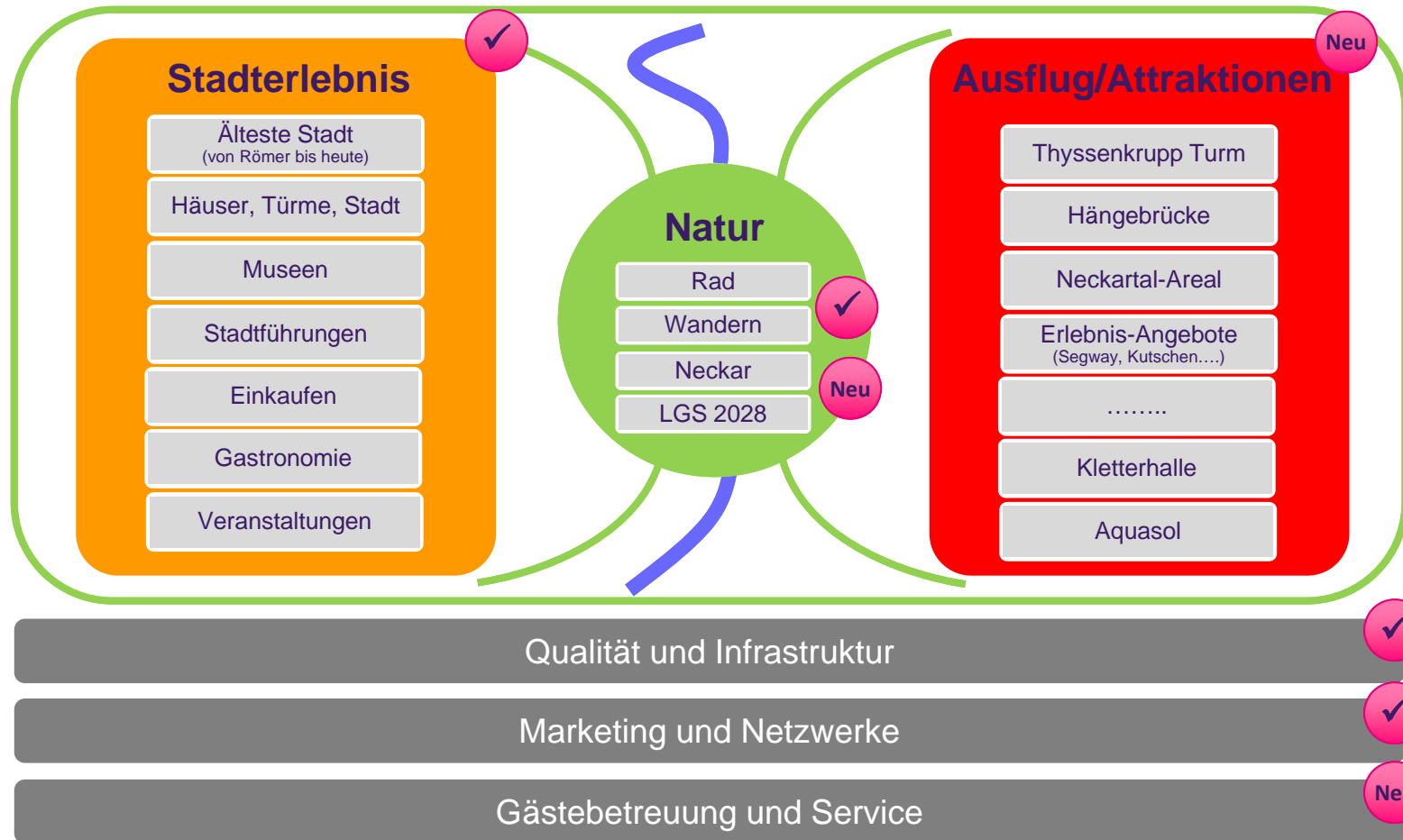
Anzahl gebuchter Führungen



Teilnehmer gebuchter Führungen



Anpassung Touristische Positionierung



Status Quo Tourismus

Personal gemäß Stellenplan: 4 VZÄ

1,0 Leitung	0,9 Tourismusfachkraft und Gästeservice	0,7 Tourismusfachkraft und Gästeservice	0,5 Gästeservice
0,55 Gästeservice	0,35 Gästeservice	+ 1 BA-Student	

Befristete Stellenschaffung GR 16. Mai 2018 (Vorlage-Nr. 076 / 2018):

2,5 VZÄ im Vorgriff auf den Stellenplan 2019

Interne Fremdvergabe

bis zu 20h/Monat an FB3 (Einpflügen Veranstaltungskalender Homepage)	bis zu 10h/Monat an FB3 (Einpflügen Vibus Ticketing)
--	--



Aktuelle und neue Aufgaben

- Abgeleitet aus Leitbildanpassung -

Touristische Themenbereich und Aufgaben	Beispiele und Konkretisierung für Rottweil (Veränderungen)	Optionale Sonderprojekte mit zusätzlichem Sach-/Personal-Sachbedarf
<p>Führung & Planung Leitbild, Markenentwicklung, Konzepte Organisation & Personal Partnerschaften, Repräsentation</p>	<ul style="list-style-type: none"> + Neue Touristische Marke und Neupositionierung + Marketing- und Kommunikationskonzept und Umsetzung (z.B. Imagefilm) + Controlling, Datenaufbereitung + Netzwerke: Landkreis, Gremienarbeit bei STG, TMBW, SAT, Kooperation andere Ausflugsziele + Interne Abstimmung 	
<p>Produktentwicklung Entwicklung buchbare Angebote/ Produkte Qualitätsmanagement Veranstaltungsmanagement Infrastrukturmanagement</p>	<ul style="list-style-type: none"> + Produktentwicklung und -koordination Stadterlebnis/Ausflug/Natur + Weiterentwicklung der Stadt- und Turmführungen, Multimediale Stadtführung + Entwicklung Kulturpauschalen und erlebnisorientierte Angebote + Begleitung Hotelansiedlung/Betten-erweiterung, Zeitreise Bereich Turm-Innenstadt + (technische) Optimierung Prozesse und Abläufe - Qualitätssicherung Rad/Wandern (Beschilderung/Wege, keine Neuentwicklung) - Reduzierung „Kulturaufgaben“ 	<ul style="list-style-type: none"> - Aufbau und Etablierung Rottweil Card (=> +1 Stelle Card) - Intensive Koordination/Entwicklung/Anbindung Berner Feld (=> +1 Stelle Entwicklung BF) - Ausbau Naturangebote für Landesgartenschau (=> +0,5 Stelle Themenmanagement Natur)



Aktuelle und neue Aufgaben

- Abgeleitet aus Leitbildanpassung -

Touristische Themenbereich und Aufgaben	Beispiele und Konkretisierung für Rottweil (Veränderungen)	Optionale Sonderprojekte mit zusätzlichem Sach-/Personal-Sachbedarf
Außenmarketing Marktforschung Informationen, Content-/Datenpflege Verkaufsförderung (Messe etc.) Print/Anzeigen Presse & Öffentlichkeitsarbeit Webpräsenz, Social Media, Plattformen Zuarbeiten regional/überregional	+ Content-/Datenmanagement (erheben, pflegen, auswerten) z.B. Bilddatenbank + Ausbau Gruppenreisen/Veranstalter + Professionelles CRM etablieren + Ausbau Print auf Mehrsprachigkeit + Ausbau Pressearbeit + Zuarbeiten STG, SAT, LKR, LEADER	- Ausbau Social Media und Digitalisierung (=> +0,5 Stelle)
Innenmarketing Vermieter-Coaching Netzwerke, Versammlungen Qualifizierung, Seminare Koordinierung Termine	+ Basisarbeit Leistungsträger-Betreuung und Vermieter-Coaching + Interne Netzwerkpflge Handel & Gastronomie + Qualifizierung der Anbieter, Seminare + Klassifizierung + Information und Sensibilisierung der Bürger, ev. Innenkampagne	- Intensivierung Anbieter- und Leistungsträger-Betreuung, Vermieter-Coaching (=> +0,5 Stelle)



Aktuelle und neue Aufgaben

- Abgeleitet aus Leitbildanpassung -

Touristische Themenbereich und Aufgaben	Beispiele und Konkretisierung für Rottweil (Veränderungen)	Optionale Sonderprojekte mit zusätzlichem Sach-/Personal-Sachbedarf
<p>Gästeinfo/ Service Anfragen (Telefon, E-Mail, Brief usw.) Beratung, Counterdienst Informationsversand Verkauf (Souvenirs, Ticketing usw.)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Reduzierung Anfragen durch digitale Unterstützung, Prozessoptimierung + Beratung um die neuen Themen und Highlights erweiterten und intensivieren 	<ul style="list-style-type: none"> - Modernisierung Tourist-Info historische Innenstadt (=> + Sonderbudget, Planung 2019, Umsetzung 2020) - Erweiterung Öffnungszeiten TI hist. Innenstadt Sa/So 09-16 Uhr (=> + 0,3 Stelle bei Wochenende) - Erweiterung Besetzung am Testturm (=> auf 5 Tage + 0,3 Stelle) (=> auf 6 Tage + 0,6 Stelle)
<p><u>Aktueller Status</u> => 4 VZÄ</p> <p>=> Sachmittel 107.200€</p>	<p><u>Mindestempfehlung „Normalbetrieb“ mit Aufbau Digitalisierung</u> => Empfehlung 6 VZÄ für Kernaufgaben und +0,5 VZÄ für Einstieg in die touristische Digitalisierung (insgesamt 6,5 VZÄ)</p> <p>=> Sachmittel 230.700€</p>	<p><u>Optionale Sonderprojekte</u> => insgesamt max. 3,8 Stellen (ohne Erweiterungszeiten Besetzung Testturm)</p> <p>=> Budget gesamt 65.000€</p>

Anmerkung: Die Berechnung der konkreten Zeitanteile und Veränderungen basieren auf einer detaillierten Excel-Tabelle, bei der jede einzelne Aufgabe nach Erfahrungen von Kohl & Partner in Abstimmung mit den Erfahrungen des Tourismusteams in Rottweil bewertet wurden und eine Neueinschätzung des Zeitbedarfs und der Sachmittel erfolgte. Veränderte Prioritätensetzungen (Normalbetrieb oder Sonderprojekte) haben zur Folge, dass andere Aufgaben eventuell reduziert werden müssen.



Einschätzung Auslagerung TI

- Erfahrung/Bewertung Kohl & Partner -

Erfahrungswerte Kohl & Partner:

- Bis auf Glücksburg Consulting (GLC) kaum komplette Auslagerungen an private Dienstleister/Unternehmen bekannt (6 Fälle in D), die Erfahrungen sind sehr differenziert
- Auslagerungen an regionale Tourismus-organisationen oder Gemeinden bekannt, gute Erfahrungen, z.B.
 - Lossburg an Freudenstadt, Enzklösterle an Wildbad
 - Gemeinden Hochschwarzwald an HTG, Ferienland
- Durchaus Kombinationen bekannt, TI+TI
 - Mit Reisebüro, Café, Radverleih, Museum, DB/Mobilität
- Bei Einzelleistungen bekannt, aber Einzelfälle:
 - Prospektversand, Stadtführungen, Pauschalentwicklung/Reiseveranstalter
 - Pressearbeit/Marketing (als ergänzender Dienstleister)
- Trend Tourist-Information:
 - TI als „Service-Hub“ der Destination, Treffpunkt und Markenkontaktpunkt, geführt von Tourismus-organisation (Newsletter Kohl & Partner 06/2018)

Bewertung „Outsourcing“:

a) Vorteile

- Schnellere, flexiblere, kostengünstigere Abwicklung
- „Keine Arbeit“ der Gremien mehr mit Tourismus-Details

b) Nachteile

- Notwendige „Neutralität“ gegenüber örtlichen Leistungsträgern nicht gesichert
- „Qualität“ der Dienstleistung schwierig abzusichern
- Externe Dienstleister setzen Prioritäten bei wirtschaftlichen Leistungen, nicht Information und Beratung
- Weniger Einfluss auf Entscheidungen
- Fehlender/Geringer Kontakt zur Verwaltung
- Bei Mängeln, fällt dies dennoch auf die Stadt zurück
- Steuerbarkeit bei Stadtführungen zur Besucherstromlenkung und Entzerrung schwierig

c) Erkenntnis

- ➔ Planung, Produktentwicklung, Innenmarketing und Gästebetreuung nicht wirtschaftlich refinanzierbar, brauchen Qualität/Neutralität und werden weniger ausgelagert
- ➔ Zimmervermittlung, Pauschalen, Stadtführungen, Kartenverkauf, Shop, Marketing auslagerbar, aber diese attraktivieren das Angebot der TI/TO, schaffen Einnahmen

Empfehlung Kohl & Partner für Rottweil:

- ➔ Stadtführungen als wirtschaftliche Einnahmequelle und zur Steuerungsinstrument zur Besucherlenkung nicht auslagern
- ➔ Beratung am Turm im Berner Feld auslagerbar, jedoch nur mit hoher Qualitätssicherung
- ➔ Auslagerung bei fachlicher Begleitung Projekte (z.B. Markenkonzept, Card) oder Prospektversand und Pressearbeit sinnvoll



Fazit

Empfehlung Kohl & Partner

- Zum aktuellen Zeitpunkt ist die Tourismusabteilung für das aktuelle Aufgabenspektrum in einem Normalbetrieb unterbesetzt
 - => Aufstockung des Tourismus für die Bearbeitung der Standardaufgaben um 2 und für den Einstieg in den digitalen Tourismus um 0,5 Stellen) von 4 auf 6,5 Stellen
 - => Schaffung der Stellen vor allem für den Bereich eigenständiges Themen- und Projektmanagement mit Tourismusfachkräften
- Planung weiterer Sonderprojekte und -ressourcen für dringend notwendige neue und zusätzlich kommende Aufgaben
 - => Beginn mit Markenkonzept, Modernisierung TI, Ausbau Digitalisierung und Koordinierung Entwicklung Berner Feld
- Privatisierung nochmals nach eigenen Prioritäten und Wünschen prüfen
 - => Beratung gerade für die Optimierung des Angebotes laut KP-Studie besonders wichtig (Auslagerung nur mit hoher Qualitätssicherung)
 - => Für Rottweil nur Auslagerung bei fachlicher Begleitung von Projekten (z.B. Markenkonzept, Card) oder Prospektversand und Presse sinnvoll



Gemeinsam erfolgreich

Besten Dank!

Kohl & Partner Stuttgart
Auf der Höhe 42
73529 Schwäbisch Gmünd
Tel. 07171 / 9 47 70 11
Fax 07171 / 9 47 70 14
E-Mail: stuttgart@kohl-int.com
www.kohl.at

