

Antrag

der Abg. Veronika Netzhammer u. a. CDU

und

Stellungnahme

des Wirtschaftsministeriums

„Automobilsummer 2011“

Antrag

Der Landtag wolle beschließen,

die Landesregierung zu ersuchen

zu berichten,

1. welche Zielsetzung hinter dem Konzept „Automobilsummer 2011“ für das Tourismusland Baden-Württemberg steckt;
2. wie die inhaltliche und zeitliche Konzeption des Projekts – begleitet durch die Tourismus-Marketing GmbH Baden-Württemberg (TMBW) – ausgestaltet ist;
3. wie die Finanzierung des landesweiten Projekts angesichts finanzpolitischer Sparmaßnahmen gesichert wird;
4. in welcher Höhe das Land Baden-Württemberg den „Automobilsummer 2011“ finanziell zu unterstützen plant;
5. ob und inwieweit Beteiligungen durch externe Akteure, seien es Firmen, Kommunen, Verbände oder Kammern, angesichts der Finanz- und Wirtschaftskrise geplant sind und auch gewährleistet werden können;

6. wie sie die Nachhaltigkeit des Projekts mit Blick auf das wirtschaftliche Standortmarketing, insbesondere für die Tourismuswirtschaft Baden-Württembergs, und für die Vernetzung von Städtetourismus und Tourismus im ländlichen Raum bewertet.

03. 02. 2010

Netzhammer, Schütz, Köbler, Schwehr, Groh CDU

Begründung

Baden-Württemberg besitzt national wie international einen ausgezeichneten Ruf als Automobilstandort für Automobilhersteller wie auch Automobilzulieferer. Die Geschichte des Automobils wurde in Baden-Württemberg maßgeblich beeinflusst und vorangetrieben. Anlässlich des 125-jährigen Geburtstags des Automobils im Jahre 2011 veranstaltet das Land Baden-Württemberg unter der Federführung von Wirtschaftsministerium und Tourismus-Marketing GmbH Baden-Württemberg den „Automobilsummer 2011“. Damit sollen neue Impulse für den Tourismus im Land gesetzt und beteiligte Akteure branchenübergreifend und nachhaltig miteinander vernetzt werden.

Stellungnahme

Mit Schreiben vom 8. März 2010 Nr. 3-4360.0/1307/1 nimmt das Wirtschaftsministerium im Einvernehmen mit dem Staatsministerium und dem Ministerium für Ernährung und Ländlichen Raum zu dem Antrag wie folgt Stellung:

Der Landtag wolle beschließen,

die Landesregierung zu ersuchen

zu berichten,

1. welche Zielsetzung hinter dem Konzept „Automobilsummer 2011“ für das Tourismusland Baden-Württemberg steckt;

Zu 1.:

Anlass des Automobilsummers 2011 ist das 125-jährige Jubiläum der Erfindung des Automobils im nächsten Jahr, nachdem 1886 das Patent auf den Motorwagen von Carl Benz erteilt und von Gottlieb Daimler eine Motorkutsche entwickelt wurde. Vor diesem Hintergrund soll der Automobilsummer 2011 Ausgangspunkt für die Entwicklung eines Alleinstellungsmerkmals und eines zusätzlichen Vermarktungsansatzes für den Tourismus im Land sein. Dabei soll der Bogen von der Tradition zur innovativen Zukunft des Automobils („Roots & Visions“) gespannt werden. Das Thema „Automobil“ ist so vielfältig touristisch ansprechend interpretier- und inszenierbar, soll aber nun mit einem einheitlichen Auftritt neue Impulse für den Landestourismus geben und eine solide und tragfähige Grundlage für eine langfristige Vermarktung des Themas „Automobil und Tourismus“ bilden.

Dabei soll nicht nur die Leistungsfähigkeit der Akteure erhalten, sondern auch ihre Wertschöpfung gesteigert werden. Die branchenübergreifende Kooperation von Tourismuswirtschaft und anderen Wirtschaftszweigen ist als ein wichtiger Handlungsansatz für den Automobilsommer 2011 zu betrachten, der den Projektpartnern neue Möglichkeiten der Vermarktung eröffnet. Nicht zuletzt liegen Ziele in einer hohen Medienaufmerksamkeit. Für das Tourismusland Baden-Württemberg insgesamt soll im Automobilsommer 2011 auch gezeigt werden, dass in Baden-Württemberg automobiler Traditionen, automobiler Gegenwart und die automobiler Zukunft beheimatet sind.

2. wie die inhaltliche und zeitliche Konzeption des Projekts – begleitet durch die Tourismus-Marketing GmbH Baden-Württemberg (TMBW) – ausgestaltet ist;

Zu 2.:

Die Idee des Automobilsommers 2011 ist im Jahr 2007 entstanden. Nach positiver Rückmeldung aus der Automobil- und der Tourismuswirtschaft wurde vom Wirtschaftsministerium eine Potenzialanalyse zum Automobilsommer 2011 in Auftrag gegeben, welche das touristische Potenzial des Themas bestätigt hat. Das Projekt „Automobilsommer 2011“ wird von dem Wirtschaftsministerium und der Tourismus-Marketing GmbH Baden-Württemberg (TMBW) aufgebaut. Der TMBW kommt die Aufgabe zu, den Automobilsommer touristisch zu vermarkten. Die TMBW hat in diesem Zusammenhang im September 2009 nach einer europaweiten Ausschreibung einen Agenturauftrag erteilt. Die Agentur arbeitet in Kooperation mit der TMBW und dem Wirtschaftsministerium an der weiteren Konkretisierung des Automobilsommers 2011.

Vom 7. Mai bis zum 10. September 2011 sollen im Rahmen des Automobilsommers 2011 verschiedenste Events rund um das Automobil stattfinden. An diesen 125 Tagen sollen die von der Thematik Automobil und Mobilität ausgehende Faszination, Emotion und Begeisterung im Vordergrund der Aktivitäten stehen. Dabei sollen nicht nur automobiler Traditionen, sondern auch die innovative Zukunft des Automobils eine tragende Rolle spielen. Die Vielfalt des Automobilsommers 2011 spiegelt sich in den Themengebieten „Entstehung und Geschichte“, „Genuss und Reisen“, „Technik und Forschung“, „Wellness und Gesundheit“, „Kunst, Kultur und Lifestyle“, „Familie und Kinder“, „Natur, Umwelt und Nachhaltigkeit“ sowie „Motorsport und Tuning“ wider.

Interessierte Akteure können sich als Event-, Kommunikations- oder Finanzierungspartner am Automobilsommer 2011 beteiligen. Ausgewählte „Leuchtturmevents“ sollen den Rahmen des Projektes markieren. Der im Dezember 2009 von der TMBW ausgeschriebene Ideenwettbewerb bietet unter anderem Unternehmen, Regionen, Städten, Gemeinden, Museen, Künstlern, Vereinen und Forschungseinrichtungen die Möglichkeit, sich mit eigenen Projekten in die Eventreihe des Automobilsommers einzubringen. Der Wettbewerb läuft bis zum 15. März 2010.

Besondere Bedeutung kommt diesbezüglich der Schaffung von buchbaren Produkten zu. In Zusammenarbeit mit dem DEHOGA werden derzeit buchbare Pauschalangebote akquiriert, die entweder schon bestehen oder speziell für den Automobilsommer 2011 kreiert werden. Ab Mai 2010 sollen der Veranstaltungskalender des Automobilsommers 2011 veröffentlicht und die einzelnen Angebote, Produkte und Veranstaltungen beworben werden.

Die TMBW hat bereits mit der Vermarktung des Automobilsommers 2011 begonnen. Das Projekt wurde auf der CMT 2010 im Rahmen des Tourismustags und durch verschiedene Infomaterialien der Öffentlichkeit präsentiert. Die Website *www.automobilsommer2011.de* ist seit dem 18. Januar 2010 freigegeben und auch in englischer und französischer Sprache verfügbar. Neben der Präsentation des Projekts auf der ITB in Berlin (10. bis 14. März 2010) und dem GTM in Mainz (18. bis 20. April 2010) wird die TMBW den Automobilsommer 2011 auch in ausländischen Quellmärkten, unter anderem bei dem WTM in London, einer Roadshow im Westen der USA und der Vemex in USA/Canada, vorstellen. Zur internationalen Vermarktung wird die TMBW außerdem mit der DZT zusammenarbeiten, die im Bereich internationales Marketing die Expertisen aus den unterschiedlichen Märkten vereint und professionelles marktspezifisches Marketing sicherstellen kann.

Die vorhandenen Medien der TMBW, wie beispielsweise Tourismus aktuell, BW erleben, Wellness Stars, familien ferien usw. werden ebenfalls zur Vermarktung genutzt, ebenso wie kompetente Partner, die über ihre Einrichtungen das Projekt bewerben können, z. B. die Staatlichen Schlösser und Gärten. Über diese Werbemaßnahmen hinaus sollen Kommunikationspartnerschaften geschlossen werden, um über den Automobilsommer 2011 zu berichten.

3. wie die Finanzierung des landesweiten Projekts angesichts finanzpolitischer Sparmaßnahmen gesichert wird;

Zu 3.:

Der Automobilsommer soll überwiegend privatwirtschaftlich finanziert werden. Die von der Agentur im Auftrag der TMBW ausgearbeitete Finanzierungsstruktur sieht einen exklusiven Sponsorenkreis vor, um den Finanzierungspartnern im Rahmen des Automobilsommers 2011 eine bestmögliche Präsenz in der Öffentlichkeit zu garantieren und damit eine adäquate Gegenleistung zu dem Sponsoring des Projektes zu erbringen. An der Umsetzung des Finanzierungskonzepts wird derzeit gearbeitet.

Gespräche mit potenziellen Finanzierungspartnern sind bereits in den Jahren 2008 und 2009 angelaufen und werden derzeit im Auftrag der TMBW von der Agentur intensiviert. Es ist beabsichtigt, dass der überwiegende Teil der Gesamtfinanzierung bis zum Ende des ersten Halbjahres 2010 gesichert sein soll. Im Übrigen sind die Eventpartner des Automobilsommers 2011 selbst dafür verantwortlich, die Finanzierung ihrer Angebote sicherzustellen. Eventpartner profitieren von den Marketingleistungen der TMBW, für die insoweit kein gesondertes Entgelt verlangt wird.

4. in welcher Höhe das Land Baden-Württemberg den „Automobilsommer 2011“ finanziell zu unterstützen plant;

Zu 4.:

Die Rolle des Wirtschaftsministeriums konzentriert sich auf konzeptionelle Vorarbeiten und die konzeptionelle Begleitung des Projektes sowie auf die Anschubfinanzierung der touristischen Vermarktung des Automobilsommers durch die TMBW. Die geplante Unterstützung der TMBW durch das Wirtschaftsministerium beläuft sich auf insgesamt rund eine Million Euro.

Das Landesmarketing wird den Automobilsommer 2011 nutzen, um für den Automobil-, Technologie- und Innovationsstandort Baden-Württemberg zu werben.

5. ob und inwieweit Beteiligungen durch externe Akteure, seien es Firmen, Kommunen, Verbände oder Kammern, angesichts der Finanz- und Wirtschaftskrise geplant sind und auch gewährleistet werden können;

Zu 5.:

Es ist davon auszugehen, dass die Finanz- und Wirtschaftskrise auch für die potenziellen Partner des Automobilsommers eine erhebliche Belastung darstellt. Gleichwohl wurde nach Aussage der TMBW in Einzelgesprächen mit Akteuren und durch den positiven Zulauf an Projektideen im Rahmen des Ideenwettbewerbs bereits zum jetzigen Zeitpunkt deutlich, dass bereits eine Vielzahl potenzieller Partner mit der Projektplanung begonnen hat. Die Städte Stuttgart, Karlsruhe und Mannheim haben bereits ihr Interesse bekundet, ein Leuchtturmevent zu veranstalten.

Ein Kriterium für die Teilnahme am Ideenwettbewerb ist die Finanzierbarkeit eines jeden Projekts. Diese soll von den Projektträgern gesichert werden. Die rege Beteiligung von Einrichtungen, Kommunen und Firmen unterschiedlichster Art spricht dafür, dass eine qualitativ hochwertige Gesamtveranstaltung geschaffen werden kann.

Auf Ziff. 2. wird verwiesen.

6. wie sie die Nachhaltigkeit des Projekts mit Blick auf das wirtschaftliche Standortmarketing, insbesondere für die Tourismuswirtschaft Baden-Württembergs, und für die Vernetzung von Städtetourismus und Tourismus im ländlichen Raum bewertet.

Zu 6.:

Der Automobilsommer bietet die Möglichkeit bestehende Einrichtungen wie, z. B. Museen, mit den Angeboten des ländlichen Raums zu verknüpfen. Denkbar sind Pauschalangebote, die den Besuch einer Kultureinrichtung ebenso beinhalten, wie die Unterkunft in einem Hotel im Umland und beispielsweise eine Probefahrt mit einem Oldtimer oder Elektromobil.

Dabei ist auch zu berücksichtigen, dass eine Vielzahl von Automobilmuseen im ländlichen Raum liegt. Auch andere automobiltouristische Events finden im ländlichen Raum statt, wie bereits in der Potenzialanalyse des Wirtschaftsministeriums dargestellt ist.

Das Thema Automobil ist für das ganze Land Baden-Württemberg charakteristisch. Der Automobilsommer 2011 trennt daher auch nicht zwischen Städtetourismus und Tourismus im ländlichen Raum. Da die potenziellen externen Akteure sowohl im städtischen Bereich als auch im ländlichen Bereich angesiedelt sind, wird eine breite Beteiligung erwartet. Welche touristischen Aktionen tatsächlich durchgeführt werden und inwieweit diese konkret zur Vernetzung von Städtetourismus und Tourismus im ländlichen Raum beitragen, lässt sich erst nach der weiteren Konkretisierung der Eventpartnerschaften beurteilen.

Pfister
Wirtschaftsminister