

Stadt Braunschweig**Stellungnahme der Verwaltung**

		<i>Fachbereich/Referat</i>	<i>Nummer</i>
		0800	7675/09
zur Anfrage Nr. 1033/09 d. Frau/Herrn/Fraktion CDU - Fraktion, v. 4. Sept. 09		Datum 14. Sep. 2009	
		Genehmigung	
Überschrift Kaiserjahr 2009		Dezernenten VI	
Verteiler Rat	Sitzungstermin 22. Sept. 09		

Zur Ratssitzung am 22. September 2009 bat die CDU-Fraktion die Verwaltung um Auskunft zu Auswirkungen und Prognosen im Hinblick auf die Veranstaltungen zum Kaiserjahr 2009. Die Verwaltung gibt dazu folgende Stellungnahme ab:

Kaiserjahr 2009

Zielsetzung des Kaiserjahres ist es, durch intensive Pressearbeit und Werbung sowie attraktive Angebote und Veranstaltungen überregionale Aufmerksamkeit und positive Imageeffekte für Braunschweig zu erreichen. Das Kaiserjahr war mit Blick auf diese Zielsetzung bisher ein voller Erfolg. Es ist darüber hinaus gelungen, eine große Zahl von Besuchern und Touristen anzuziehen. Besonders bemerkenswert ist, dass Befragungen eine breite Unterstützung auch in der Braunschweiger Bevölkerung ergeben haben: Das Kaiserjahr ist 9 von 10 Braunschweigern bekannt, ebenso viele befürworten die Bedeutung der historischen Wurzeln.

Seit Juli letzten Jahres berichten die Medien intensiv über das Kaiserjahr. In diesem Zeitraum wurden rund 1.000 Presseberichte (national/international) erfasst. Besonders erfreulich ist, dass durch intensive Pressearbeit und -betreuung erreicht wurde, dass nahezu alle überregionalen Zeitungen, viele große regionale Tageszeitungen und Magazine berichtet haben. Insbesondere zur Eröffnung der Landesausstellung Anfang August gab es eine außerordentlich große Zahl von Berichten über Ausstellung und Kaiserjahr. Insgesamt ist die Presseresonanz damit schon jetzt noch größer als 2007 bei den erfolgreichen Aktivitäten zur „Stadt der Wissenschaft“. Die Erwartungen an die Medienresonanz des Kaiserjahres konnten weit übertroffen werden.

Dabei ist es gelungen, die Aufmerksamkeit auf Braunschweig als attraktive Stadt und als städte- und kulturtouristisches Ziel zu lenken und damit nachhaltig Aufmerksamkeit und positive Imageeffekte zu erreichen. Insofern erwartet das Stadtmarketing - abhängig von der weiteren konjunkturellen Entwicklung - auch für die Folgejahre Effekte bei der touristischen Nachfrage. Auch bei weiteren für eine überregionale Kommunikation geeigneten Ereignissen werden sich Bekanntheit und geknüpfte Kontakte positiv auswirken.

Das Konzept, mit attraktiven Themenjahren Aufmerksamkeit auf Stadt und Region zu lenken, hat sich bewährt. Die intensive Begleitung des attraktiven Anlasses durch ein umfangreiches Programm und offensive Kommunikation hat sich bewährt und sollte für vergleichbare Ereignisse in den Folgejahren fortgeführt werden, um die Image- und Bekanntheitseffekte zu verstetigen.

Einschätzung zur Wertschöpfung in der Hotellerie von Herrn Wieslaw Puzia/Vorsitzender des Arbeitsausschuss Tourismus Braunschweig e.V. (ATB)

Die bundesweiten Umsatzeinbrüche konnten nach Ansicht von Herrn Puzia durch das Kaiserjahr und die Landesausstellung zum Teil kompensiert werden. Der Stellenwert Braunschweigs in der nationalen Tourismuswirtschaft wurde durch das Kaiserjahr erheblich erhöht. Ein gesteigertes Interesse an Braunschweig sei auch an der Entscheidung des Deutschen Tourismusverbandes (DTV) erkennbar, im Dezember 2009 das Städte- und Kulturforum mit ca. 150 Führungskräften aus den bundesdeutschen Städten in Braunschweig durchzuführen.

Einschätzung zur Wertschöpfung im Einzelhandel von Herrn von Carolath/Vorsitzender des Arbeitsausschuss Innenstadt Braunschweig e.V. (AAI)

Nach Ansicht von Herrn von Carolath waren in diesem Jahr bis dato erkennbar mehr Auswärtige in der Stadt unterwegs, was er auch auf die umfangreichen Aktivitäten im Zusammenhang mit dem Kaiserjahr zurückführt. Die Aktivitäten stellten eine hervorragende Ergänzung zum Angebot der Innenstadt dar und stärken die Marke Braunschweig. Für die Wahrnehmung Braunschweigs sei dies sehr wichtig. Herr von Carolath befürwortet weiterhin solche Aktivitäten, die er als gut angelegte Investition betrachtet. Im Namen des Einzelhandels dankt er für „dieses kleine Konjunkturpaket“.

Kennzahlen

Die Auswertung von Befragungen und die amtliche Statistik sind in der Regel erst zwei bis drei Monate im Nachlauf verfügbar. Da die Landesausstellung erst Anfang August eröffnet wurde, liegen im derzeit noch im laufenden Veranstaltungsjahr bisher nur wenige Kennzahlen hierzu vor. Das Stadtmarketing hat dennoch einige Indikatoren zusammengetragen:

1. Bis Ende August fanden in Braunschweig über 1.000 Stadtführungen statt, die insgesamt von rund 23.600 Besuchern wahrgenommen wurden. Zudem verzeichnet die Touristinfo eine spürbar höhere Frequenz, ein deutlich größeres Aufkommen an Prospektanfragen und einen Zuwachs an Buchungen.
2. Die aktuellen Ergebnisse des Niedersächsischen Landesamts für Statistik liegen derzeit erst bis Juni 2009, also vor Beginn der Landesausstellung, vor. Für das erste Halbjahr kann Braunschweig eine positive Bilanz ziehen: Von Januar bis Juni 2009 wuchs die Zahl der Gästeübernachtungen um 3,2% über den Wert des ersten Halbjahres 2008. Die Zahl der Gästeankünfte stieg für den gleichen Zeitraum sogar um 5,9%. Braunschweig verzeichnet also mehr Besucher bei etwas kürzerer Verweildauer.
3. Gesamtbesucher des Kaiserjahres (Stand 14.9.09) ca. 112.400 Besucher

Wirtschaftliche Effekte

Nach in Studien ermittelten Kennzahlen des Deutschen Wirtschaftswissenschaftlichen Instituts für Fremdenverkehr (DWIF) ergibt sich zum jetzigen Zeitpunkt ein Umsatzeffekt in Höhe von knapp 6 Mio. Euro.

i. V.

gez.

Roth

Einschätzung zur Wertschöpfung in der Hotellerie von Herrn Wieslaw Puzia/Vorsitzender des Arbeitsausschuss Tourismus Braunschweig e.V. (ATB)

Die bundesweiten Umsatzeinbrüche konnten nach Ansicht von Herrn Puzia durch das Kaiserjahr und die Landesausstellung zum Teil kompensiert werden. Der Stellenwert Braunschweigs in der nationalen Tourismuswirtschaft wurde durch das Kaiserjahr erheblich erhöht. Ein gesteigertes Interesse an Braunschweig sei auch an der Entscheidung des Deutschen Tourismusverbandes (DTV) erkennbar, im Dezember 2009 das Städte- und Kulturforum mit ca. 150 Führungskräften aus den bundesdeutschen Städten in Braunschweig durchzuführen.

Einschätzung zur Wertschöpfung im Einzelhandel von Herrn von Carolath/Vorsitzender des Arbeitsausschuss Innenstadt Braunschweig e.V. (AAI)

Nach Ansicht von Herrn von Carolath waren in diesem Jahr bis dato erkennbar mehr Auswärtige in der Stadt unterwegs, was er auch auf die umfangreichen Aktivitäten im Zusammenhang mit dem Kaiserjahr zurückführt. Die Aktivitäten stellten eine hervorragende Ergänzung zum Angebot der Innenstadt dar und stärken die Marke Braunschweig. Für die Wahrnehmung Braunschweigs sei dies sehr wichtig. Herr von Carolath befürwortet weiterhin solche Aktivitäten, die er als gut angelegte Investition betrachtet. Im Namen des Einzelhandels dankt er für „dieses kleine Konjunkturpaket“.

Kennzahlen

Die Auswertung von Befragungen und die amtliche Statistik sind in der Regel erst zwei bis drei Monate im Nachlauf verfügbar. Da die Landesausstellung erst Anfang August eröffnet wurde, liegen im derzeit noch im laufenden Veranstaltungsjahr bisher nur wenige Kennzahlen hierzu vor. Das Stadtmarketing hat dennoch einige Indikatoren zusammengetragen:

1. Bis Ende August fanden in Braunschweig über 1.000 Stadtführungen statt, die insgesamt von rund 23.600 Besuchern wahrgenommen wurden. Zudem verzeichnet die Touristinfo eine spürbar höhere Frequenz, ein deutlich größeres Aufkommen an Prospektanfragen und einen Zuwachs an Buchungen.
2. Die aktuellen Ergebnisse des Niedersächsischen Landesamts für Statistik liegen derzeit erst bis Juni 2009, also vor Beginn der Landesausstellung, vor. Für das erste Halbjahr kann Braunschweig eine positive Bilanz ziehen: Von Januar bis Juni 2009 wuchs die Zahl der Gästeübernachtungen um 3,2% über den Wert des ersten Halbjahres 2008. Die Zahl der Gästeankünfte stieg für den gleichen Zeitraum sogar um 5,9%. Braunschweig verzeichnet also mehr Besucher bei etwas kürzerer Verweildauer.
3. Gesamtbesucher des Kaiserjahres (Stand 14.9.09) ca. 112.400 Besucher

Wirtschaftliche Effekte

Nach in Studien ermittelten Kennzahlen des Deutschen Wirtschaftswissenschaftlichen Instituts für Fremdenverkehr (DWIF) ergibt sich zum jetzigen Zeitpunkt ein Umsatzeffekt in Höhe von knapp 6 Mio. Euro.

i. V.

gez.

Roth