

Antrag für den
Rat
am 15.5.2013

Geschäftsführung: Jürgen Bartz

Tel: 0551-400-2785
Fax: 0551/400-2904
GrueneRatsfraktion@goettingen.de
www.gruene-goettingen.de

26.04.2013

Potenzialanalyse für den Stadttourismus

Der Rat möge beschließen:

Die Verwaltung wird beauftragt, zu prüfen welchen Aufwand es bedeuten würde, eine Analyse der vorhandenen und möglichen touristischen Attraktionen anzufertigen und Vorschläge zu erarbeiten, wie die Potenziale für die bürgerschaftliche Identitätsbildung sowie den Tages- und Städtetourismus mittelfristig erschlossen werden könnten. Hierbei ist auch die Kooperation mit regionalen Hochschulen und dem Hotelgewerbe zu erwägen.

Eine grobe Kosten-Nutzen-Einschätzung, auch aufgrund der Erfahrungen anderer vergleichbarer Städte, wäre hilfreich. Die Finanzierung durch Drittmittel wie z.B. EU-Mittel ist zu prüfen.

Begründung:

Göttingens Tourismuswirtschaft ist maßgeblich vom Tagungs- und Kongressgeschehen geprägt, ein Tourismussegment, das in der öffentlichen Wahrnehmung im Vergleich zum Urlaubstourismus eher stiefmütterlich behandelt wird. Mit 417440 Übernachtungen im Jahr 2012 ist Göttingen das viertstärkste Städtereiseziel in Niedersachsen, nach Hannover, Wolfsburg und Braunschweig, aber noch vor den deutlich größeren Städten Oldenburg und Osnabrück. 80 Prozent dieser Übernachtungen in Göttingen werden von Geschäftsreisenden und Tagungsbesuchern getätigt. Der iWissenschaftsbetrieb ist daran maßgeblich beteiligt, mit der Universität, den Max-Planck-Instituten und vielen weiteren wissenschaftlichen Einrichtungen. Aber auch unsere exportorientierte Wirtschaft trägt zu diesen Zahlen bei. 2010 hat das dwif einen Netto-Umsatz aus dem Tourismus von 278 Mio. € und ein Steueraufkommen von rund 7 Mio.€ für unsere Stadt ermittelt. Damit ist der Tourismus ein wichtiger Wirtschaftsfaktor.

Der Interkommunale Wettbewerb stellt an die Tourismusunternehmen immer höhere und sich stets wandelnde Ansprüche. Immer anspruchsvollere Kunden müssen zufriedengestellt, neue Trends erkannt und genutzt sowie Prioritäten gesetzt werden, wenn man sich auf dem Markt behaupten will. So hat sich z.B. der Göttingen Tourismus das Thema Tagungstourismus in den letzten Jahren verstärkt auf die Fahne geschrieben.

Unsere Stadt hat in den letzten Jahrzehnten deutlich an touristischer Bedeutung gewonnen. Damit einher geht ein gewachsenes Bewusstsein für den wirtschaftlichen Stellenwert von Stadtmarketing, Image und Städtetourismus. Diese Aspekte haben für viele Menschen auch Auswirkungen auf die Wahl ihres Studienortes und Arbeitsplatzes. Göttingen steht hier in Konkurrenz zu vergleichbaren Städten, die objektiv nicht mehr zu bieten haben, aber die vorhandenen Potenziale z. T. gekonnter kommunizieren. Dies und der wachsende innerdeutsche Tourismus sollte uns motivieren die eignen Qualitäten besser heraus zu arbeiten."