

## Unterlage zur Sitzung im öffentlichen Teil

Gremium	am	TOP
Wirtschaftsausschuss	09.12.2010	2.2

Anlass:

Mitteilung der Verwaltung

Beantwortung von Anfragen aus früheren Sitzungen

Beantwortung einer Anfrage nach § 4 der Geschäftsordnung

Stellungnahme zu einem Antrag nach § 3 der Geschäftsordnung

### **Beantwortung der Anfrage der SPD-Fraktion vom 10.09.2010 zum Thema: "Gast in der eigenen Stadt - Initiative für die Kölner Hotellerie"**

Die Fragen der SPD-Fraktion werden nachstehend wie folgt durch die **KölnTourismus GmbH** beantwortet:

Das Angebot als Tourist einmal die eigene Stadt zu erleben und in einem der zahlreichen attraktiven Hotels zu übernachten, wird als eine gute Marketingmaßnahme zur Senkung der Hemmschwelle der Einwohner gegenüber der gehobenen Hotellerie und gleichzeitig als Chance zur Steigerung zukünftiger Übernachtungszahlen durch deren Gäste gesehen.

Ein solcher „Urlaub vor der Haustür“ sollte durch den Einbezug weiterer touristischer und kultureller Leistungen ergänzt werden, um somit Bürgern aus Köln und dem Umland die Qualität und Leistungsstärke der Branche näher zu bringen.

1) Kann die Aktion „Gast in der eigenen Stadt“ zu analogen Bedingungen wie in Frankfurt auch in Köln ab 2011 ff. stattfinden?

Ja, eine Aktion „Tourist in der eigenen Stadt“ ist auch für Bürger aus Köln und dem Umland an einem auslastungsschwächeren Wochenende, eventuell kurz vor den Schul-Sommerferien in NRW, möglich. Ein solcher Termin könnte gleichzeitig ein Startschuss einer Marketingkampagne für einen „Summer Sale“ der Kölner Hotellerie sein; für die Zeit der Sommerferien könnten durchgehend preisgünstige Übernachtungs-Pakete angeboten werden.

2) Welche Voraussetzungen sind dafür zu schaffen?

Partner aus Hotellerie, Gastronomie, Handel und kulturellen und touristischen Einrichtungen sowie Medienpartner zur Bewerbung des Angebots müssen gewonnen werden.

3) Welche Dienststelle bzw. welche städtische Gesellschaft sollte dabei die Federführung haben?

Die Abwicklung dieser Aktion sollte federführend über die KölnTourismus GmbH erfolgen. Die Bündelung von Einzelhandelsangeboten und eventuellen zum Zeitpunkt der Aktion im Stadtgebiet stattfindenden Sonderaktionen sollte von City-Marketing Köln e.V. vorgenommen werden.

In einem ersten Gespräch zur Vorbereitung einer solchen Aktion in Köln haben sich City-Marketing und KölnTourismus verständigt, die Aktion als gemeinsames Projekt unter Einbezug des Köln *plus Partner* e.V. durchzuführen.

4) Welche privatwirtschaftlichen Organisationen bzw. gemeinnützigen Vereine sind zu involvieren?

Neben den drei vorgenannten Institutionen sind der DEHOGA Köln und der Einzelhandels- und Dienstleistungsverband Aachen-Düren-Köln e.V. zu beteiligen. Darüber hinaus müssen eine Vielzahl von Betrieben aus Hotellerie und Handel sowie kulturelle und touristische Einrichtungen als Sponsoren gewonnen werden. Medienpartner aus den Bereichen Hörfunk, TV und Print müssen von einer Unterstützung der Aktion überzeugt werden.

Nach Abstimmung des Konzeptes mit den zu Punkt 3) genannten Partnern werden zur Realisierung einer solchen Aktion in Köln die Gespräche mit den zu beteiligenden Firmen und Institutionen aufgenommen.

gez. Klug