

**Beschlussvorlage**

zur Behandlung in **öffentlicher Sitzung**

**Betreff**

**Freigabe zusätzlicher Mittel aus der Kulturförderabgabe - Teilplan 1501 Wirtschaft und Tourismus - Zuschuss an die KölnTourismus GmbH**

**Beschlussorgan**

Wirtschaftsausschuss          Finanzausschuss

<b>Gremium</b>	<b>Datum</b>
Wirtschaftsausschuss	19.04.2018
Finanzausschuss	30.04.2018

**Beschluss:**

1. Im Haushaltsplan 2018 stehen 440.000 Euro aus der Kulturförderabgabe im Teilergebnisplan 1501 – Wirtschaft und Tourismus – in Teilplanzeile 15 – Transferaufwendungen - für zusätzliche Maßnahmen der KölnTourismus GmbH zur Verfügung. Der Wirtschaftsausschuss beschließt die Durchführung der in der Begründung dargestellten Maßnahmen.

Fortsetzung #urbanCGN	40.000 Euro
Culinary Cologne	100.000 Euro
MICE Bereich/ CCB	130.000 Euro
Kampagnen und Kooperationen mit Reiseveranstaltern und Verkehrsträgern	130.000 Euro
Erstellung von Fotos und Bewegtbildmaterial	40.000 Euro
<b>Gesamtsumme</b>	<b>440.000 Euro</b>

Er empfiehlt dem Finanzausschuss die Annahme des folgenden Beschlussvorschlages:

2. Der Finanzausschuss beschließt zur Durchführung zusätzlicher Maßnahmen der KölnTourismus GmbH auf der Basis des vorgelegten Umsetzungskonzeptes die Freigabe der im Teilergebnisplan 1501 - Wirtschaft und Tourismus - in Teilplanzeile 15 – Transferaufwendungen - zusätzlich veranschlagten konsumtiven zahlungswirksamen Aufwandsermächtigungen in Höhe von 440.000 Euro in 2018.

**Haushaltsmäßige Auswirkungen** **Nein**

<input type="checkbox"/> <b>Ja, investiv</b>	Investitionsauszahlungen	_____€	
	Zuwendungen/Zuschüsse	<input type="checkbox"/> Nein <input type="checkbox"/> Ja	_____ %
<input checked="" type="checkbox"/> <b>Ja, ergebniswirksam</b>	Aufwendungen für die Maßnahme	<u>440.000</u> €	
	Zuwendungen/Zuschüsse	<input type="checkbox"/> Nein <input type="checkbox"/> Ja	_____ %

**Jährliche Folgeaufwendungen (ergebniswirksam): ab Haushaltsjahr:**

a) Personalaufwendungen	_____€
b) Sachaufwendungen etc.	_____€
c) bilanzielle Abschreibungen	_____€

**Jährliche Folgeerträge (ergebniswirksam): ab Haushaltsjahr:**

a) Erträge	_____€
b) Erträge aus der Auflösung Sonderposten	_____€

**Einsparungen: ab Haushaltsjahr:**

a) Personalaufwendungen	_____€
b) Sachaufwendungen etc.	_____€

Beginn, Dauer

\_\_\_\_\_

**Begründung:****Fortsetzung #urbanCGN (40 TEUR)**

Fortsetzung der #urbanCGN Themen innerhalb des Blogs sowie auf den Social Media Kanälen, dadurch Aufrechterhaltung und weiterer kontinuierlicher Ausbau der Netzwerke in die Kreativszene Kölns und inhaltliche Untermauerung des Thema aus im Hinblick auf das EFRE Förderprojekt #urbanana, welches gemeinsam mit Tourismus NRW, Düsseldorf und dem Ruhrgebiet umgesetzt wird

**Schwerpunktthema 2018/19 Culinary Cologne (100 TEUR):**

In den Jahren 2018/19 geht es beim Schwerpunktthema CulinaryCologne rund um das Thema Essen & Trinken. Die Deutsche Zentrale für Tourismus bespielt zeitgleich das Thema Culinary Germany, so dass sich hervorragende Synergien bilden lassen. Folgende Maßnahmen sind geplant:  
 Fortführung des Blogs unter visit.koeln mit einem Schwerpunkt zu den Food-Themen, Einbindung von Bloggern/Redakteuren aus der lokalen Szene (u.a. Maibeck), Kooperation mit dem Stadttrevue Verlag zur Entwicklung einer englischen Ausgabe der Tag & Nacht zu einem Format wie das Hidden Cologne Heft mit Geschichten und Empfehlungen, Erstellung von Bewegtbild und Fotomaterial zur Bespielung der Social Media Kanäle und der Homepage, Entwicklung einer Kampagne, die auch Kölner einbindet und sich über die klassischen Medien sowie online darstellen lässt sowie Kommunikation des Themas auch in ausländischen Quellmärkten durch gemeinsame Aktivitäten mit der Deutschen Zentrale für Tourismus, Out-of Home Media Kampagne in Köln sowie in ausgewählten Städten Deutschlands.

**MICE Bereich/CCB (130 TEUR):**

Fortsetzung der interkommunalen Aktivitäten Meetropolis zur internationalen Vermarktung des Kongress-Standortes Köln durch Beteiligungen an Veranstaltungen und Workshops, die sich an den internationalen Markt richten (insb. USA) sowie dazugehörige Kommunikationsmaßnahmen. Aktive Kommunikationsmaßnahmen von Leuchtturmprojekten aus den Bereichen Messe/Kongress/Wissenschaft zu Zukunftsthemen, die Köln eine Expertise in verschiedensten Bereichen bescheinigen und somit zur Vermarktung des Standortes positiv beitragen. Dieses gilt insbesondere auch mittelfristig im Hinblick auf Perspektiven durch die Entstehung des Kongresszentrums CONFEX (ggf. und sofern möglich auch in Zusammenarbeit mit der Koelnmesse/KölnKongress). Dieses kann durch Storytelling, Darstellung von Best Practice Beispielen etc. sowohl im Online- als auch Offline Bereich, durch Text, Bild und Bewegtbild erfolgen.

**Kampagnen und Kooperationen mit Reiseveranstaltern und Verkehrsträgern (130 TEUR):**

Bereits in der Vergangenheit wurde mit KFA Mitteln in gemeinsam mit Reiseveranstaltern wie Rewe/IST oder Ameropa und unterschiedlichen Verkehrsträgern erfolgreich kooperativ Marketing in relevanten Quellmärkten betrieben, welches nachhaltig fortgesetzt werden sollte. Ziel ist eine ausgewogene Darstellung der Destination mit den Verkehrsträgern ÖBB Österreich, SBB Schweiz und Eurowings. Auch die Einbindung des Flughafens kann gerade bei einer Kampagne in Zusammenhang mit Verkehrsträger Flugzeug zielführend synergetisch sein. Die Maßnahmen erfolgen crossmedial und binden intensiv auch neue Medien und Blogger ein. Besonders hervorzuheben ist in Bezug auf die Kooperation mit Reiseveranstaltern im kommenden Jahr das US Advisory Board, welches erfolgreich nach Köln geholt werden konnte. In Kooperation mit der DZT, aber auch Düsseldorf Tourismus und Tourismus NRW werden wichtige amerikanische Reiseveranstalter nach Köln und in die Region geholt.

**Erstellung von Fotos und Bewegtbildmaterial (40 TEUR):**

Fotos und Bewegtbildmaterial in Form von Clips, die vor allem auch durch Social Media Kanäle eine Verwendung und Verbreitung finden, sind insgesamt von immer stärker werdender Bedeutung (vgl. „Vibe of Cologne „ Clip mit über 75.000 Aufrufen auf FB, mehr als 550 Mal geteilt). Neben dem Schwerpunktthema muss ein solches Material auch übergreifend für die verschiedensten touristischen Themen erstellt werden. Gleiches gilt für hochwertiges Fotomaterial.

**Begründung der Dringlichkeit**

Um die Planung und Durchführung der Maßnahmen im laufenden Jahr sicherzustellen, ist eine Beschlussfassung in den kommenden Sitzungen der beiden Ausschüsse notwendig.