

Donnerstag, 09. Mai 2019
10.00 bis 10.45 Uhr

Ergebnisse – Gedanken – Notiz-Splitter

Marketingfinanzierungsmodelle im Tourismus (öffentlich vs. Privat)

- Tourismusfond (Beteiligung der Leistungsträger, hohe Zahlungsbereitschaft)
- kurz-/ langfristiges Stadtmarketing
- Was passiert auf politischer Reite?
- Motivation
- Controlling → Vorstand des Vereins wird aus Mitgliedern gewählt (Mitspracherecht)
- Wer profitiert?
 - Große Ketten
 - Stadt
 - Einzelhandel
 - Gastronomie
- Freiwillige Tourismusfinanzierung?
 - Wer darf sich beteiligen? Alle? (Maximalgröße?)
 - Wer bekommt Stimmrechte?
- Beirat aus Stadtratsmitgliedern
 - Zu viele verschieden Ansichten
 - Impulsentscheidungen
- Koblenz:
 - Stadt unterstützt Finanzierung (z.B. Projekt Digitalisierung)
 - Verein soll gebildet werden
 - Jeder zahlt den gleichen Betrag und haben das gleiche Stimmrecht
 - Tourismus zählt als Ganzes! Gemeinschaft
- Modelle:
 - Zahlung pro Übernachtung
 - Beitragssatz
 - Mindestbeitrag für große Leistungsträger
- DAV finanzielle Beratung
 - Überregionale Vernetzung
- Gleiche Beteiligung problematisch, da größere Unternehmen auch mehr investieren
- Einfach anfangen!!!
- „Wir“-Gefühl
 - Stimmrecht mit weniger
 - Externe Spezialisten auf Entscheidungsebene
 - Bei Unzufriedenheit → Neuwahlen
- Dehoga
 - Kein „Wir“-Gefühl
 - Entscheidungen nach eigenem Interesse

- Problem im Zeitmanagement
- Konkurrenz innerhalb des Vereins
- Wie stelle ich die Beteiligten zufrieden?
- Was wäre wichtig? Was wünschen wir uns?
- Kreative Ideen? Freiwillige Beteiligung
- Vertrauen, Zuversicht der Akteure → Multiplikationseffekt (Wer sind die Multiplikatoren?)
- Transparenz
- Dürfen sich Externe beteiligen?
- Wirtschaft rückt für Mitglieder in den Hintergrund
- Wie gewinnt man Mitglieder?
 - Niedrigere Grundbeträge
 - Extra K. für interessante Themen
- Nicht nur Tourismus! → Standortmarketing bringt mehr Beteiligte (Regionen-übergreifend)
- Strukturell: Geld soll in Kommune eingesetzt werden
- IHK engagiert Unternehmen für Beihilfe