

Öffentliche **Beschlussvorlage**

Vorlagen-Nr.:	V/0598/2016
Auskunft erteilt:	Herr Prof. Dr. Hauff
Ruf:	492-6135
E-Mail:	HauffTho@stadt-muenster.de
Datum:	16.09.2016

Betrifft	Antrag der CDU-Fraktion im Betriebsausschuss Münster Marketing "Umfrage Münster - Tourismusangebot": Vorgehen zur Umsetzung
----------	---

Beratungsfolge	22.11.2016 Betriebsausschuss Münster Marketing	Entscheidung
----------------	--	--------------

Beschlussvorschlag:

I. Sachentscheidung:

1. Die Verwaltung wird beauftragt, die Inhalte des Antrages „Umfrage Münster – Tourismusangebot“ der CDU-Fraktion an den Betriebsausschuss Münster Marketing (Anlage 1) entsprechend dem vorgeschlagenen Vorgehen umzusetzen.
2. Der Antrag der CDU-Fraktion an den Betriebsausschuss Münster Marketing „Umfrage Münster – Tourismusangebot“ (Anlage 1) ist damit erledigt.

II. Finanzielle Auswirkungen:

Teilergebnisplan					
	Nr.	Bezeichnung	Haush.- jahr	Betrag €	Bemerkungen
Produktgruppe	0901				
Zeile	06	Kostenerstattungen und Kostenumlagen	2016	8.000	
Zeile	16	Sonstige ordentliche Aufwendungen	2016	40.000	

Für die im zweiten Schritt geplante bundesweite Imageumfrage 2018 wird ein Finanzmittelbedarf von ca. 30.000 € geschätzt. Der genaue Finanzmittelbedarf wird im Rahmen der Vorbereitung der Umfrage konkretisiert. Ebenso wird dann auch ein Vorschlag zur Finanzierung erarbeitet.

Begründung:

Antrag und Vorschlag der Verwaltung zur Prüfung (Mitteilung vom 17.03.2015)

In seiner Sitzung am 02.12.2014 hat der Betriebsausschuss Münster Marketing den Antrag der CDU-Fraktion „Umfrage Münster – Tourismusangebot“ an die Verwaltung verwiesen. Die Verwaltung hat dem Betriebsausschuss Münster Marketing zur Sitzung am 17.03.2015 mit einer Mitteilung eine erste Einschätzung der Antragsinhalte übermittelt und das Verfahren zur weiteren Prüfung vorgeschlagen. Dem ist der Ausschuss gefolgt. Mit der vorliegenden Beschlussvorlage werden auf der Basis der zwischenzeitlichen Prüfungen nachfolgende Schritte zur Umsetzung des Antrages vorgeschlagen (vgl. Übersicht in Anlage 2).

In der Mitteilung hat die Verwaltung deutlich gemacht, dass sie die Einschätzung der Antragstellenden grundsätzlich teilt, dass aufgrund der oberzentralen Funktion Münsters aktuelle Informationen zur Ausstrahlung von Münster, zum Einzugsbereich, zur regionalen wie auch überregionalen Wahrnehmung sowie zur touristischen Positionierung für die Stadtentwicklung und das Stadtmarketing von großer Bedeutung sind.

Zugleich hat die Verwaltung ausgeführt, dass der vorliegende Antrag unter dem Titel „Umfrage Münster - Tourismusangebot“ mehrere Themenkomplexe anspricht, die deutlich über den Aspekt des Tourismus hinausgehen und auch die Funktion, die Ausstrahlung und die Wahrnehmung von Münster als solitäres Oberzentrum umfassen. Vor diesem Hintergrund spricht der Antrag inhaltlich drei eigenständige Umfragen an:

- Besucherbefragungen an Münsteraner Freizeit- und Kultureinrichtungen mit entsprechender regionaler Ausstrahlung (z. B. Allwetterzoo, Theater Münster, LWL-Museum für Kunst und Kultur, LWL-Museum für Naturkunde etc.).
- Befragung der Regionsbevölkerung zur Attraktivität und Nutzung der oberzentralen und touristischen Angebote in Münster.
- Positionierung und Image von Münster in Nordrhein-Westfalen und in Deutschland. Diese wären mittels einer bundesweiten Umfrage zu erheben, wobei auf die bundesweite Imageumfrage 2008 aufgebaut werden könnte.

Der Antrag macht zudem deutlich, dass keine einmalige Durchführung der Umfragen intendiert wird, sondern diese nach Möglichkeit in regelmäßigen Abständen wiederholt werden sollen. Dies wird von der Verwaltung ebenfalls als wichtiger Punkt angesehen, da sich nur so Entwicklungslinien erkennen und Veränderungen aufzeigen lassen.

Im Zusammenhang mit dem Antrag ist ausdrücklich darauf hinzuweisen, dass die angesprochenen potenziellen Umfragen nicht die bisherigen Analysen des Touristikbereiches von Münster Marketing zum Wirtschaftsfaktor Tourismus (v. a. DWIF 2006, 2011) ersetzen, sondern komplementär zu verstehen sind. Parallel mit der Prüfung dieses Antrags und in enger Abstimmung werden daher die laufenden Bemühungen um eine weitergehende Qualifizierung der touristischen Grundlagendaten fortgeführt: z. B. Informationen zu Besuchsmotiven und Ausgabeverhalten der Tagestouristen, der Übernachtungstouristen sowie der Tagungs- und Kongressbesucher. Hierbei spielt auch die Frage des Vergleichs mit anderen Destinationen eine wichtige Rolle („Benchmarking“).

Im Hinblick auf die benötigten finanziellen Ressourcen für die Umsetzung der Antragsinhalte hat die Verwaltung geschätzt, dass für die skizzierten Umfragen finanzielle Ressourcen erforderlich werden, die nach erster grober Schätzung in der Gesamtheit in einem mittleren fünfstelligen Bereich liegen

dürften. Da die Mittel bisher nicht in diesem Umfang veranschlagt sind, hat die Verwaltung neben den inhaltlichen Aspekten vor allem auch den Finanzbedarf und die Finanzierungsmöglichkeiten geprüft.

Als Ergebnis der in der Mitteilung aufgeführten Prüfschritte wird mit dieser Vorlage nachfolgend dargestelltes inhaltliches Vorgehen zur Umsetzung des Antrages vorgeschlagen.

Zu 1. Vorschlag zur Umsetzung des Antrags

Besucherbefragungen bei Münsteraner Freizeit- und Kultureinrichtungen mit regionaler Ausstrahlung

Die Verwaltung hat bereits Mitte 2015 beim Allwetterzoo Münster, beim Theater Münster, beim LWL-Museum für Naturkunde sowie beim LWL-Museum für Kunst und Kultur erfragt, ob hier bereits Besucherumfragen durchgeführt werden und ob Besucherbefragungen geplant sind. Diese Abfrage hat ergeben, dass mit Ausnahme des Theaters Münster bereits Besucherumfragen durchgeführt wurden. Über aktuelle Besucherumfragen verfügen der Allwetterzoo Münster und das LWL-Museum für Naturkunde, bei beiden Einrichtungen sind auch Wiederholungen geplant.

Darüber hinaus sieht auch das LWL-Museum für Kunst und Kultur die Notwendigkeit, nach der Neueröffnung im September 2014 eine Besucherumfrage durchzuführen, wird dies aber erst nach den Skulptur Projekten 2017 aufgrund der verfügbaren Kapazitäten realisieren können. Ebenso hat auch das Theater Münster grundsätzliches Interesse an einer Besucherinnen- und Besucherumfrage artikuliert.

Da das methodische Vorgehen bei den bisherigen Umfragen der genannten Einrichtungen nicht vergleichbar ist, müsste zunächst ein einheitliches Untersuchungsdesign unter den Einrichtungen abgestimmt werden, wenn eine gemeinsam getragene Umfrage angestrebt würde. Angesichts der bereits realisierten und geplanten Umfragen wird hier kein prioritäres Handlungsfeld der Verwaltung gesehen. Vielmehr wird die Verwaltung versuchen, nach Konkretisierung des Interesses der Einrichtungen und bei entsprechender Gelegenheit ein Kooperationsprojekt mit Hochschulen zu vermitteln. So werden Lehrende am Institut für Geographie der Westfälischen Wilhelms-Universität Münster auch 2017 mit einem Projektseminar wieder die Besucherinnen und Besucher der Skulptur Projekte befragen (Wiederholungsumfrage Skulptur Projekte 2007).

Befragung der Regionsbevölkerung zur Attraktivität und Nutzung der zentralörtlichen Angebote in Münster

Die Verwaltung ist der Ansicht, dass eine Umfrage zu „Bedeutung und Attraktivität von Münster aus Sicht der Region“ wichtige Informationsgrundlagen für Münster liefern wird und hat daher eine derartige Umfrage in Rückkopplung zu relevanten Partnern wie der Initiative Starke Innenstadt (ISI) konzipiert. Themenschwerpunkte und Erfahrungen der Regionalumfrage der Stadt Karlsruhe, die bereits mehrfach telefonisch Bewohnerinnen und Bewohner der Region zu ihren Einschätzungen über Karlsruhe als Oberzentrum befragt hat (letztmalig 2016), wurden hierbei berücksichtigt.

Folgende Themen sollen angesprochen werden:

- Funktion von Münster als Oberzentrum: Einkaufsstadt, Kultur-, Sport- und Freizeitstadt, touristische Attraktivität, Arbeitsmarktzentrum, Bildungsstandort, Gesundheitsstandort, Verwaltungs- und Dienstleistungszentrum etc.
- Erreichbarkeit von Münster, Verkehrsmittelwahl und Reisezwecke
- Attraktivität der Innenstadt und des innerstädtischen Einzelhandels
- Nutzung touristischer Angebote in Münster

- Gründe für den Besuch von Konkurrenzstandorten

Mit der Umfrage soll die Attraktivität von Münster für die Region in einem ca. 75 km-Radius ermittelt werden. Dieser Radius orientiert sich an den vorliegenden Angaben zu den Reichweiten des Münsteraner Einzelhandels, zum Einzugsbereich von touristischen Einrichtungen und zu den Berufspendlerverflechtungen. Dieser Befragungsraum umfasst sowohl die Münsterlandkreise Borken, Coesfeld, Steinfurt und Warendorf als auch angrenzende Räume in Nordrhein-Westfalen, in Niedersachsen und in den Niederlanden. In den Münsterlandkreisen und in den angrenzenden niedersächsischen und niederländischen Räumen leben ca. 2,3 Millionen Menschen. Hinzu kommen die angrenzenden Räume in Nordrhein-Westfalen, in der je nach Abgrenzung bis zu 6 Millionen Menschen leben. Insgesamt dürfte damit der 75 km-Radius ausreichend dimensioniert sein, auch wenn bei spezifischen Faktoren der Einzugsbereich von Münster sicher darüber hinausgeht.

Bei der Karlsruher Regionalumfrage 2016 wurden für einen Einzugsbereich von ca. 900.000 Menschen 1.100 Interviews durchgeführt. Damit dürften für die Münsteraner Umfrage in dem definierten Radius 2.000 Interviews angesichts der Fragestellungen die Untergrenze darstellen. In Abhängigkeit von den Ausschreibungsergebnissen und dem verfügbaren Budget wird angestrebt, diese Zahl nach Möglichkeit für den Hauptverflechtungsbereich noch zu erhöhen, um tiefere Ergebnisse (z. B. zur Verkehrsmittelwahl) zu erhalten.

Die Durchführung der Telefonumfrage soll durch ein Marktforschungsinstitut auf der Basis einer öffentlichen Ausschreibung im ersten Quartal 2017 erfolgen. Die Auswertung und Aufbereitung der Daten würde im Rahmen der Stadtforschung im Amt für Stadtentwicklung, Stadtplanung, Verkehrsplanung durchgeführt, was sich bei der Imageumfrage 2008 bewährt hat. Die Ergebnisse sollen u.a. verwendet werden für die Verkehrsplanung, die Stadt- und Standortentwicklung sowie das City-, Stadt-, Standort- und Tourismusmarketing. Ebenso bilden die Ergebnisse eine wichtige Informationsgrundlage für die stadtregionale, regionale und grenzüberschreitende Zusammenarbeit sowie den Zukunftsprozess „MünsterZukünfte 20 | 30 | 50“ (V/0494/2016).

Im Hinblick auf die Finanzierung ist darauf hinzuweisen, dass einerseits Mittel der Verwaltung aus den Bereichen Statistik, Stadtentwicklung und Verkehrsplanung gebündelt werden, andererseits haben die Wirtschaftsförderung Münster GmbH und die „Initiative Starke Innenstadt (ISI)“ zugesagt, die Umfrage finanziell unterstützen. Es ist geplant, die Umfrage in geeignetem Abstand (ca. 3 - 5 Jahre) zu wiederholen. Die Ergebnisse der Umfrage „Bedeutung und Attraktivität von Münster aus Sicht der Region“ sollen Mitte 2017 aufbereitet vorliegen. Auf dieser Basis können Schlussfolgerungen für die o.g. Verwertungszusammenhänge abgeleitet werden.

Planung zur Wiederholung der Imageumfrage 2008 im Jahr 2018

Bereits 2008 hat die Verwaltung mit finanzieller Unterstützung der „Wirtschaftsinitiative Münster (WIN)“ und der „Initiative starke Innenstadt (ISI)“ eine bundesweite repräsentative Imageumfrage durchgeführt. Dabei wurden nach Bundesländern ermittelt: Bekanntheitsgrad, Klarheit des Münsterbildes, Spontanassoziationen zu Münster, Eigenschaftsprofil (Ist-Soll), Angebotsprofil (Ist-Soll), Gesamturteil zu Münster und Nachbarzentren. Die Umfrage hat wichtige Informationen zur Wahrnehmung von Münster geliefert.

Verwaltung und damalige Kooperationspartner sind sich einig, dass eine Wiederholung der Umfrage sinnvoll und notwendig ist. Angesichts der begrenzten Ressourcen haben sich Verwaltung und die Initiative Starke Innenstadt darauf verständigt, zunächst die Regionalumfrage aufgrund der Relevanz für laufende Prozesse durchzuführen und für 2018 eine Wiederholung der Imageumfrage vorzusehen.

Für dieses Zeitfenster spricht auch, dass 2018 dann auch die Wahrnehmung der Skulptur Projekte 2017 thematisiert werden kann.

Verbesserung der Informationsgrundlagen zu touristischen Grundlagendaten

Zur Verbesserung der touristischen Informationsgrundlagen ist im Rahmen der Umsetzung dieses Antrags weiterhin vorgesehen, einen Fragebogen zu touristischen Fragestellungen (z. B. Besuchsmotive, Herkunft etc.) zu erarbeiten und diesen probeweise an besucherstarken Einrichtungen und Sehenswürdigkeiten (z. B. Münster-Info, Info Rathaus, Friedenssaal) zu verteilen. Vorgesehen sind ein Fragebogenteil mit festen Fragen sowie ein variabler Teil zu den aktuellen touristischen Fragestellungen (z.B. rund um Angebote in der Weihnachtszeit). Die Verwaltung plant, die Erarbeitung und Abstimmung des Fragebogens möglichst bis Ende 2016 abzuschließen. Nach einer Erprobung 2017 soll über den weiteren Fortgang dieses Projektes entschieden werden.

Weitere Umfragen und Analysen zum Tourismus- und Kongressbereich in Münster

Es ist darauf hinzuweisen, dass komplementär zu vorstehend genannten Umfragen Münster Marketing eine weitergehende Qualifizierung der Datengrundlagen zum Tourismus- und Kongressbereich verfolgt. In diesem Zusammenhang ist insbesondere auf die laufende Ermittlung der wirtschaftlichen Bedeutung des Kongresssektors hinzuweisen. Ebenso sollen 2017 die Analysen zum Wirtschaftsfaktor Tourismus aktualisiert werden (vgl. Anlage 2).

Zu 2. Erledigung des Antrags

Mit der Umfrage „Bedeutung und Attraktivität von Münster aus Sicht der Region“ (2017), der geplanten bundesweiten „Imageumfrage“ (2018) und der vorgesehenen Befragung an besucherstarken Standorten (z.B. Friedenssaal) werden die Anliegen des Antrags der CDU-Fraktion „Umfrage Münster – Tourismusangebot“ umgesetzt. Die ebenfalls angesprochenen Besucherbefragungen bei Münsteraner Freizeit- und Kultureinrichtungen mit regionaler Ausstrahlung laufen teilweise bereits durch Initiative der Einrichtungen. Auch hier wäre eine gemeinsam getragene Umfrage mit einheitlicher Methodik sicher interessant, angesichts der knappen Personal- und Finanzressourcen wird hier aber zunächst kein prioritäres Handlungsfeld der Verwaltung gesehen. Gleichwohl wird sich die Verwaltung bemühen, entsprechende Kontakte für Praxisprojekte mit Hochschulen zu vermitteln.

I.V.

gez.

Schultheiß
Stadtdirektor

Anlagen:

Anlage 1: Antrag der CDU-Fraktion an den Betriebsausschuss Münster Marketing v. 13.11.2014
„Umfrage Münster – Tourismusangebot“

Anlage 2: Übersicht „Umfragen zum Tourismusangebot in Münster“