

Stadtvertretung der Landeshauptstadt

Schwerin

Datum: 2010-01-12

Dezernat/ Amt: IV / Amt für Wirtschaft und
Liegenschaften
Bearbeiter: Frau Gorniak
Telefon: 545 - 1655

Beschlussvorlage Drucksache Nr.

00269/2010

öffentlich

Beratung und Beschlussfassung

Dezernentenberatung
Hauptausschuss
Ausschuss für Wirtschaft, Liegenschaften und Tourismus
Hauptausschuss
Stadtvertretung

Betreff

Durchführung des Schweriner Gartensommers

Beschlussvorschlag

Die Stadtvertretung nimmt das Konzept des Schweriner Gartensommers zur Kenntnis.

Begründung

1. Sachverhalt / Problem

Mit der Bundesgartenschau im Jahr 2009 und den Wiederherstellungsmaßnahmen der historischen Schlossgärten sowie dem Neubau der Schwimmenden Wiese hat die Stadt eine neue touristische Attraktion geschaffen. Es ist die Teilmarke „Parklandschaft“, die sich neben die vorhandenen Teilmarken Schloss – Stadt – Wasser stellt. Schwerin hat hierdurch eine vierte, für den Städtetourismus hoch interessante Erlebnissäule erhalten, die ein hohes Nutzungspotenzial besitzt, welches es zu entwickeln und zu vermarkten gilt.

Bereits nach den ersten Monaten der Bundesgartenschau setzen sich viele Vertreter aus Wirtschaft und Politik, sowie Schweriner und Gäste für den Erhalt möglichst vieler gärtnerischer Anlagen und die Weiterentwicklung der Parklandschaft ein. Auf Initiative der Staatskanzlei wurde in der IMAG BUGA eine Arbeitsgruppe verabredet, die die touristischen Potenziale der Garten- und Parkanlagen bewerben und eine Nutzungskonzeption für das Areal erarbeiten sollte. Die AG besteht aus verschiedenen Betrieben, Gesellschaften und Verwaltungseinheiten der Stadt und des Landes.

Laut Tourismuszahlen des Statistischen Landesamtes Mecklenburg Vorpommern halten sich Schwerinbesucher, die in Hotels und Pensionen übernachten, durchschnittlich nur 1,8 Tage in der Landeshauptstadt auf. Im Vergleich zu den insgesamt 18 Kreisen und Städten in Mecklenburg-Vorpommern, die eine Aufenthaltsdauer von durchschnittlich 4,1 Tagen

aufweisen, belegt Schwerin hier den letzten Platz. Mit einer Bettenauslastung von 34 % im Jahr 2008 rangiert die Stadt ebenfalls im unteren Viertel der Statistik. Diese Zahl zeigt den offensichtlichen Nachholbedarf Schwerins, längere touristische Aufenthalte zu erzielen.

Der Schweriner Gartensommer verfolgt als Veranstaltungsreihe in den Schlossgärten das Ziel, den vorhandenen Reigen kultureller und sportlicher Veranstaltungen zu stärken, thematisch besser zu ordnen und zu koordinieren und damit auch die touristische Verweildauer zu erhöhen. Obwohl der Schweriner Gartensommer mit seinem Programm nur selten als alleiniger Reisegrund gelten wird, so muss es das Ziel sein, Besucher Schwerins länger in der Stadt zu halten. Gerade in der Angebotskombination der touristischen Säulen liegt ein hohes Potenzial, den Wertschöpfungsprozess in der Stadt deutlich zu erhöhen. Der Schweriner Gartensommer verbreitert das touristische Profil. Daher können auch mehr Übernachtungsgäste gewonnen werden. Im Jahr 2008 zählte Schwerin 180.000 Besucherankünfte; diese Besucher haben 320.000 Übernachtungen in den Hotels und Pensionen gebucht. Ziel ist es, im Zeitraum von drei Jahren - der Mindestlaufzeit des Schweriner Gartensommers – eine Steigerung sowohl der Besucherankünfte als auch der Übernachtungsquote um 10 % gegenüber den Zahlen aus 2008 zu generieren. Entwickelt sich die Übernachtungsquote in dieser Zeit ebenfalls von 1,8 auf 2,0 Übernachtungen je Ankunft, bedeutet das im Jahr 2012 eine Erhöhung der Übernachtungszahlen auf 400.000, d.h. 80.000 Übernachtungen mehr als 2008. Ein weiterer Effekt ist die gleichzeitig steigende Zahl von Tagesbesuchern, welche für Gastronomie und Einzelhandel von nicht minderer Bedeutung sind. Die Stadtmarketing Gesellschaft Schwerin mbH geht derzeit von durchschnittlich 1,3 Millionen Tagesbesuchern im Jahr aus. Neben den prognostizierten Besucherzahlen im Rahmen des Schweriner Gartensommers ist es das Ziel, ebenfalls die Zahl der Tagestouristen um 10 % im Laufe von drei Jahren zu steigern.

Im Oktober 2009 beauftragte die Stadtmarketing Gesellschaft Schwerin mbH das Büro sinai. mit der Erstellung einer Vertiefungsstudie für den „Schweriner Gartensommer - Ein jährliches Gartenfest in der Schweriner Parklandschaft“. Unter Einbeziehung des Schweriner Veranstaltungskalenders wurde ein gartenbezogenes und die Sinne anregendes Zusatzprogramm in den vielseitigen Kulissen der Parklandschaft erarbeitet. Auch mögliche Synergieeffekte mit dem vorhandenen Kulturangebot der Stadt wurden untersucht, um die vorhandenen touristischen Säulen *Schloss*, *Altstadt* und *Wasser* mit der Säule *Parklandschaft* noch enger zu verknüpfen.

Gleichzeitig wurden alle für den Tourismus relevanten Branchen Schwerins, wie Hotellerie, Gastronomie, Veranstalter, Museen, Sponsoren und die so genannten Grünen Berufe einbezogen.

Die Studie wurde in einer Fachtagung am 17.12.2009 erfolgreich präsentiert. Diese Präsentation ist dieser Vorlage als Anlage beigefügt.

Der „Schweriner Gartensommer“ wird sich als alljährlich wiederkehrende Folge von unterschiedlich großen Einzelveranstaltungen während der Sommermonate in den nächsten Jahren etablieren und dient als Instrument zur Inszenierung der Parklandschaft. Dabei tritt dieses Gartenfest ganz bewusst nicht in Konkurrenz zu den bestehenden und etablierten Kulturveranstaltungen in der Stadt, sondern koordiniert und stärkt vielmehr das Programm, schafft Synergien und Verknüpfungen zu- und untereinander.

2. Notwendigkeit

Schwerin ist die Landeshauptstadt von Mecklenburg-Vorpommern. Als kleinster Sitz einer Landesregierung in Deutschland verfügt sie über eine attraktive historische Altstadt, direkt am Ufer des Schweriner Sees. Der Landtag befindet sich in dem zentral gelegenen imposanten Schloss mit seinen unmittelbar anschließenden Schlossgärten. Die vergleichsweise geringe Größe Schwerins bringt den Vorteil eines sehr kompakten Besucherlebnisses. Die touristische Dachmarke „Landeshauptstadt Schwerin“ wird derzeit

von drei Säulen oder auch Teilmarken getragen. Es sind die Altstadt, das Schloss und das Wasser. Alle drei Säulen erfüllen die Besuchererwartungen: Das historische Stadtbild ist geprägt von traditionellen Fachwerkhäusern, verwinkelten Gassen und den klassizistischen Prachtbauten am Alten Garten mit dem Staatlichen Museum sowie dem berühmten Theaterbau. Das Schloss Schwerin erscheint mit seiner Größe, den zahlreichen Türmen und verschiedenen Baustilen wie ein Märchenschloss. Die direkte Lage der Schlossgärten am Ufer des Schweriner Sees, der Bezug zum Wasser mit fantastischen Blickbezügen und guten Möglichkeiten für den Wassersport sind in ihrer Kombination einmalig. Die kurzen Wege innerhalb der Gärten erweisen sich als besonders besucher- und nutzerfreundlich. Mit den restaurierten Barock- und Landschaftsgärten und den zur Bundesgartenschau 2009 neu entstandenen Gärten präsentiert sich ein gartenkünstlerisches Ensemble aus drei Jahrhunderten. Es besteht die Notwendigkeit, dieses gärtnerische Juwel in den Folgejahren zu erhalten, zu pflegen aber auch zu vermarkten.

Mit der BUGA Schwerin 2009 ist es gelungen, die Schweriner Parklandschaft mit ihren Gärten als ein gartentouristisches Ziel hoher Qualität zu positionieren und bekannt zu machen. Die Landesregierung Mecklenburg-Vorpommern und die Stadt Schwerin wollen gemeinsam die Chance nutzen, in den Folgejahren diese gelegte „touristische Spur“ zu vertiefen und bei einem touristisch relevanten Zielpublikum zu verstetigen.

In der Arbeitsgruppe Schweriner Gartensommer wurde gemeinsam nach der sinnvollsten Trägerstruktur gesucht. Gemeinsame Auffassung aller Beteiligten war es, die Aufgabe der Stadtmarketing Gesellschaft Schwerin mbH zu übertragen. Für die Gesellschaft spricht die Gesellschafterstruktur mit einem hohen Anteil an privaten Gesellschaftern sowie das vorhandene touristische Knowhow.

Der Aufsichtsrat der Stadtmarketing GmbH hat die Aufgabenübernahme in der Sitzung am 10.12.2009 positiv zur Kenntnis genommen.

Der Verein Pro Schwerin wird die Stadtmarketing Gesellschaft mbH bei der Durchführung des Schweriner Gartensommers, insbesondere bei der Gewinnung von Sponsorengeldern unterstützen.

3. Alternativen

In der Arbeitsgruppe wurde intensiv beraten, ob der Schweriner Gartensommer nicht nur als Teilmarke sondern als Klammer der vorhandenen touristischen Teilmarken geeignet ist. Dieser Ansatz wurde verworfen. Diskutiert wurde weiterhin der Verzicht auf eine an die Themen der BUGA angelehnte „Bespielung“ der Gärten und Parks 2010. Dies wurde wegen der notwendigen direkten zeitlichen Anknüpfung an die Bundesgartenschauen verworfen. Letztlich wurde auch nach Alternativen hinsichtlich der Organisation, des Veranstalters etc. gesucht. Diese wurden nicht gefunden.

4. Auswirkungen auf die Lebensverhältnisse von Familien

Die Familien aus Schwerin und aus dem Umland können in den folgenden Jahren die herrliche Parklandschaft gemeinsam genießen, die vorhandenen Einrichtungen nutzen sowie die geplanten Veranstaltungen besuchen.

Gleichzeitig wird das familienfreundliche Angebot auch zu einer Steigerung des Familien – Tourismus führen. Hierzu können gezielt weitere ergänzende Produkte angeboten werden (z. B. Schweriner Zoo, Kletterwald, Schifffahrt und Kaninchenwerder).

5. Wirtschafts- / Arbeitsmarktrelevanz

Eine BUGA lässt sich nicht wiederholen, wohl aber können durch den Schweriner Gartensommer erneut positive Effekte für den Arbeitsmarkt erreicht werden. Dieses gilt

insbesondere für die unmittelbar betroffenen Branchen der Gastronomie, der Hotellerie und des Einzelhandels. Auch in der Durchführung werden erneut Arbeitsplätze, teilweise auch über Kommunal-Kombi geschaffen.

6. Finanzielle Auswirkungen

Aus der Durchführung des Schweriner Gartensommers resultiert keine Belastung des Haushaltes. Die Pflege der städtischen und der Landesliegenschaften ist koordiniert. Maßnahmen im Bereich Kommunal-Kombi werden durch die SDS koordiniert und durch das Wirtschaftsministerium und den Betrieb für Bau und Liegenschaften bezuschusst. Das Konzept des Schweriner Gartensommers geht von nachfolgenden Ausgaben und Einnahmen aus:

Übersicht Ausgaben

1. Kosten der Durchführungsgesellschaft	190.000 €	
2. Temporäre technische Infrastruktur	70.000 €	
3. Temporäre gärtnerische Inszenierungen	90.000 €	
4. Veranstaltungen	285.000 €	
5. Marketing und Vertrieb	95.000 €	
		730.000 €

Übersicht Einnahmen

1. Erlöse aus Eintritten	105.000 €	
2. Erlöse aus Sponsoring	147.500 €	
3. Erlöse aus Konzessionen	20.000 €	
4. Einsparungen durch Synergien SMG	35.600 €	
		308.100 €

Deckungsgrad

Ausgaben gesamt	730.000 €
Einnahmen gesamt	308.100 €
Zuschuss gesamt	421.900 €

Finanzierung des notwendigen Zuschusses

Landeshauptstadtvertrag	300.000 €
Personalkostenzuschuss	60.000 €
Marketing Tourismusverband M-V	45.000 €
Gesamt	405.000 €

Es bleibt zum jetzigen Zeitpunkt eine Finanzierungslücke von 16.900 €. Diese ist durch Mehreinnahmen (gegenwärtig denkt das Land über eine höhere Förderung nach) oder durch Minderausgaben (es könnte z. B. auf 2 mittlere Veranstaltungen verzichtet werden) zu schließen.

Im städtischen Haushaltsplan ist die Erhöhung der Einnahme-Haushaltsstelle aus dem Landeshauptstadtvertrag zu veranschlagen. Gleichzeitig ist in Höhe von 300.000 € eine korrespondierende Ausgabe-Haushaltsstelle für den Schweriner Gartensommer zu schaffen.

über- bzw. außerplanmäßige Ausgaben / Einnahmen im Haushaltsjahr

Mehrausgaben / Mindereinnahmen in der Haushaltsstelle: entfällt

Deckungsvorschlag

Mehreinnahmen / Minderausgaben in der Haushaltsstelle: entfällt

Anlagen:

Vertiefungsstudie zum Konzept „Der Schweriner Gartensommer“,
erstellt von sinai. Freiraumplanung + Projektsteuerung GmbH (Stand Dezember 2009)

gez. i. V. Dr. Wolfram Friedersdorff
1. Stellvertreter der Oberbürgermeisterin