



AMT:	1
Sachgebiet:	135
Vorlagen.Nr.:	2020/017
Datum:	16.01.2020

Sitzungsvorlage an den

Finanzausschuss	23.01.2020	öffentlich	zur Entscheidung
-----------------	------------	------------	------------------

Kitzingen, 16.01.2020 Amtsleitung	Mitzeichnungen:	Kitzingen, 16.01.2020 Oberbürgermeister
---	-----------------	---

Bearbeiter:	Vanessa Feineis	Zimmer:
E-Mail:	vanessa.feineis@stadt-kitzingen.de	Telefon: 09321/20-1351

Genehmigung von Sondermitteln für die Touristinfo

Beschlussentwurf:

1. Vom Sachvortrag wird Kenntnis genommen.
2. Es besteht Einverständnis damit, die HH-Ansätze für Dienstkleidung auf 2.500 € (7901.5601), sowie für Öffentlichkeitsarbeit (7901.6321) auf 42.000 € zu erhöhen.
3. Es besteht Einverständnis, für die Veranstaltungsformate „Main-Festival“ für das HH-Jahr 2020 einen HH-Ansatz in Höhe von 5.000 € bereit zu stellen.
4. Es besteht Einverständnis, für die Jahre 2020 – 2022 je 6.000 € auf den Einnahme- und Ausgabe Haushaltsstellen (7901.1187, 7901.6317) für „Best of wine Tasting“ bereit zu stellen.

Sachvortrag:

7901 5601 Dienstkleidung mit Logo | Ansatz für 2020: 2.500 €

bisher:

2018	500 €
2019	1.000 €

Zukünftig werden die Mitarbeiter der Touristinfo am Front Desk Dienstkleidung tragen. Geplant ist eine Auswahl an Poloshirts, Blusen/Hemden sowie ein Sakko/Blazer jeweils bestickt/bedruckt mit dem Kitzinger Logo. Vom Budget 2019 wurde bereits ein Teil der Servicekleidung beschafft. Der zweite Teil soll 2020 beschafft werden und sämtliche Kleidungsstücke im Anschluss bedruckt/bestickt werden. Für die weitere Beschaffung und Bedruck/Bestickung sind 2500 € vorgesehen.

Wieso Dienstkleidung in der Touristinfo?	
Umsetzung der Corporate Identity, ist in vielen Tourist Informationen (da Servicedienstleister) üblich.	
- Identifikation mit dem Arbeitgeber	
	Starke Verbindung zwischen den Beschäftigten
	stärkt den Teamgeist und das Zusammengehörigkeitsgefühl
	Mit einheitlicher Berufsbekleidung transportieren Mitarbeiter nicht nur den Look des Unternehmens, sondern auch deren Werte, Botschaft und Image
- Dienstkleidung als Kommunikationsinstrument für den ersten visuellen Kontakt mit dem Gast	
	Als Orientierungshilfe (einfaches Erkennen des Ansprechpartners/der Servicekraft von Seiten des Gastes)
	Auf Messen und Veranstaltungen mit einheitlichem Auftreten
- Als Kompetenzinstrument	
	Ausstrahlung von Selbstbewusstsein
	vermittelt auf den ersten Blick einen professionellen Eindruck und strahlt Kompetenz aus
	Mitarbeiter die in der gleichen Teamkleidung Tag für Tag zusammen arbeiten, identifizieren sich automatisch mehr mit Ihren Kollegen. Das vergrößert das Zusammengehörigkeitsgefühl, stärkt den Teamgeist und erhöhen die Motivation - was sich letztendlich positiv auf das Betriebsklima auswirkt.

7901 6316 Main-Festival mit dem STMV | Ansatz für 2020: 5.000 €

Gemeinsam mit dem STMV planen wir das Main-Festival am 1. Mai zu Beginn der Erlebnissaison in Kitzingen als Qualitätsveranstaltung noch weiter zu stärken und attraktiver zu gestalten. Das Veranstaltungs-Konzept ist jährlich geplant. Verstärkt werden soll der Fokus auf das Thema Wein, Musik und Unterhaltung, z.B. individuelle Führungen nur für das Event.

7901 6317 Best of Wine Tasting | Ansatz für 2020/21/22: je 6.000 €

Ausgabe-Haushaltsstelle: Neues Veranstaltungskonzept (auf drei Jahre geplant), welches geplant jährlich als Serie wiederholt werden soll. Wir versuchen anstatt der klassischen Eröffnung der Tourismussaison ein neues Veranstaltungskonzept zu fahren, dass die Vorzüge einer historischen Weinhandelsstadt verstärkt hervorheben und klassische Elemente wie den Hofrat mit Hofstaat wieder miteinzubinden. Beim Best of Silvaner Tasting 2020 wird die fränkische Signaturrebsorte in den Vordergrund gerutscht, bei der Veranstaltung soll es zwischen 20 und 30 Weine der beliebten Rebsorte als Kostprobe zu probieren geben. Im stilvollen Rahmen und mit Musik, wird während des Kitzinger Frühlings eine Qualitätsveranstaltung etabliert. Hierzu muss vor allen Dingen für die Weine, Musik und Veranstaltungstechnik in Vorleistung gegangen werden.

7901 1187 Best of Wine Tasting | Ansatz für 2020/21/22: je 6.000 €

Einnahme-Haushaltsstelle: Die Veranstaltung soll sich durch seine Einnahmen der Weinproben im Idealfall amortisieren, im Bestfall sogar ein kleines Plus erwirtschaftet werden.

7901 6321 Öffentlichkeitsarbeit | Ansatz ab 2020: 42.000 €

bisher:

2018	27.000 €
2019	37.000 €

Die Werbe- & Medienwelt befindet sich im Wandel. Rechtliche Grundlagen und strategischere Ausrichtung auf zielgruppenspezifische Märkte erfordern ein anderes Werbeverhalten und eine strategische Neuaufstellung der Werbe- und Marketingaspekte, dafür benötigen wir zusätzliche Mittel.

- Mehr Anzeigensetzung Print (in zielgruppenspezifischen Printmedien (z. B. Preis für ein klassisches Advertorial 2-Seitig, zwischen 1.000 und 2.000 €)

- Mehr Anzeigensetzung Digital (gerade Veranstaltungen benötigen eine große digitale Streuung, die sich über die Webplattformen von Zeitungen & Zeitschriften streuen).

- Externer Einkauf von Leistungen wie Redaktionelles, Grafisches und Übersetzungen.

Um sich als Destination vom Markt abzuheben, bedarf es einer professionellen Aufstellung, die nur mit Hilfe von externen Dienstleistern zu bewältigen ist

- Bedingt durch neue Rechtslagen (z. B. DSGVO) bedarf neuer rechtssicherer Fotos (Foto-Datenbanken die wieder neu aufgebaut und befüllt werden müssen). Investition in

Fotografen für Fotoshootings rund ums Jahr und prägnante Veranstaltungen müssen getätigt werden, um eine ausreichende professionelle Bildsprache geltend machen zu können.

- Entwicklung neuer Produkte/ Souvenirs für Verkauf in der TI, um die Marke Kitzingen zu stärken (Notwendigkeit der Vorkasse).

7901 6412 Umsatzsteuer | Ansatz ab 2020:8.000 €

Entsprechend der höheren Ausgaben für die Öffentlichkeitsarbeit bedarf es auch höherer Ansätze bei der anfallenden Umsatzsteuer.