

Der Oberbürgermeister

Dezernat, Dienststelle
II/20/201/2

Freigabedatum

Dringlichkeitsentscheidung und Genehmigung

In **öffentlicher Sitzung**

Betreff

Germany Travel Mart (GTM) 2011

Begründung für die Dringlichkeit:

Am 18.04.2010 beginnt der diesjährige GTM. Zum Ende der diesjährigen Veranstaltung muss der Austragungsort für nächstes Jahr bekannt gegeben werden. Da die nächste Ratssitzung erst am 20.05.2010 stattfindet, ist eine Dringlichkeitsentscheidung notwendig.

Zur Entscheidung

im Hauptausschuss
gemäß § 60 Abs. 1 Satz 1 GO NW
und Genehmigung durch den Rat

durch den Oberbürgermeister
und ein Ratsmitglied gemäß
§ 60 Abs. 1 Satz 2 GO NW
und Genehmigung durch den Rat

durch den Bezirksbürgermeister
und ein Mitglied der
Bezirksvertretung gemäß § 36
Abs. 5 Satz 2 GO NW

durch den Oberbürgermeister und den
Ausschussvorsitzenden oder ein Mitglied
des Ausschusses gemäß § 60 Abs. 2 Satz
1 GO NW und Genehmigung durch den
Ausschuss

und Genehmigung durch die Bezirksvertre-
tung

Beschlussvorschlag einschl. Deckungsvorschlag, Alternative

Wir stimmen der Ausrichtung des „Germany Travel Mart 2011“ in Köln durch die KölnTourismus GmbH zu und erklären uns mit der Erhöhung des Betriebskostenzuschusses für die KölnTourismus GmbH um 75.000 € für das Geschäftsjahr 2011 einverstanden. Die erforderlichen Mittel in Höhe von 75.000 € werden im Rahmen der Aufstellung des Doppelhaushaltes für 2010/2011 veranschlagt.

Datum

Abstimmungsergebnis

Unterschrift

Unterschrift

Der Rat genehmigt gemäß § 60 Abs. 1 Satz 3 GO NW vorstehende Dringlichkeitsentscheidung des

Hauptausschusses

Oberbürgermeisters und eines Ratsmitgliedes

Die Bezirksvertretung genehmigt
gemäß § 36 Abs.5 Satz 2 i.V.m
§ 60 Abs. 1 Satz 3 GO NW
vorstehende Dringlichkeitsent-
scheidung des Bezirksbürgermeisters
und eines Mitglieds der BV

Der Ausschuss genehmigt vorstehende Dringlichkeitsentscheidung
nach § 60 Abs. 2 Satz 2 GO NW

Haushaltsmäßige Auswirkungen

| | | | | | |
|--------------------------------------|---|--|---|---|--------------------------|
| <input type="checkbox"/> Nein | <input checked="" type="checkbox"/> ja, Kosten der Maßnahme 75.000 € | Zuschussfähige Maßnahme ggf. Höhe des Zuschusses _____ % | <input type="checkbox"/> nein <input type="checkbox"/> ja | Jährliche Folgekosten a) Personalkosten _____ € | b) Sachkosten _____ € |
| Jährliche Folgeeinnahmen (Art, Euro) | | Einsparungen (Euro) | | | |

Problemstellung des Beschlussvorschlages, Begründung, ggf. Auswirkungen

Der GTM (Germany Travel Mart) ist mit bis zu 1.200 Fachbesuchern die größte Incoming-Veranstaltung für den Deutschland-Tourismus und wird im jährlichen Turnus in einer anderen deutschen Stadt ausgerichtet.

Auf diesem Marktplatz für das Business to Business-Geschäft kommen mehr als 550 internationale Teilnehmer und ca. 350 Anbieter der deutschen Tourismusindustrie zusammen. Zusätzlich berichten jeweils mehr als 150 internationale Journalisten über diesen Workshop. Sowohl die Teilnehmer als auch die Journalisten werden in Pre- und Post-Convention-Touren mit der gastgebenden Stadt und ihrem näheren Umland vertraut gemacht.

Bei dem GTM können sich die geladenen Einkäufer und Journalisten aus den wichtigsten Schlüsselmärkten über die Highlights und marktgerechten Angebote informieren, Verträge abschließen, neue Kontakte knüpfen sowie bestehende Kontakte ausbauen. Die Deutsche Zentrale für Tourismus (DZT) bietet am Tag vor dem Workshop den internationalen Einkäufern zusätzlich unterschiedliche Produktseminare an. Darüber hinaus bieten die Abendveranstaltungen hervorragende Möglichkeiten zum Networking.

Gemäß Ratsbeschluss vom 07.09.2000 wurde 2001 mit der DZT sowie den Städten Bonn und Düsseldorf rechtsverbindlich vereinbart, dass der GTM in den Jahren 2001, 2006 und 2011 in jeweils einer der drei Städte stattfindet und damit die Rheinmetropolen international bestmöglich repräsentiert werden. Die Vereinbarung beinhaltet weiterhin, dass in jedem Jahr jeweils ein Abend in den beiden nicht gastgebenden Städten durchgeführt wird. In den Jahren 2001 (Workshop in Köln) und 2006 (Workshop in Düsseldorf) ist dies auch entsprechend erfolgt.

Diese Art der Zusammenarbeit senkt die Kosten für die einzelne Stadt, fördert die Gemeinsamkeit und verstärkt durch Wiederholung die Positionierung der rheinischen Erlebnisstädte im nationalen und internationalen Wettbewerb.

Die Tourismus & Congress GmbH Bonn sieht nunmehr leider keine Möglichkeiten, den Workshop 2011 in Bonn zu realisieren. Hintergrund hierfür ist, dass sich die Fertigstellung des Erweiterungsbaus des neuen Konferenz-Zentrums, der für den Workshop vorgesehen war, bis mindestens in den Sommer 2011 hinein verzögern wird. Alternative Möglichkeiten konnten in Bonn nicht gefunden werden.

Gemeinsam mit den Kollegen in Bonn und Düsseldorf, aber auch mit der DZT in Frankfurt, ist die KölnTourismus GmbH bemüht, eine optimale Lösung dieses Problems, unter Wahrnehmung aller Chancen, für die Reise- und Kongress-Destination Köln zu erreichen. Hierbei besteht jedoch ein enormer Zeitdruck: spätestens am 20.04.2010 muss der Fachöffentlichkeit beim Abschlussabend des GTM in Wiesbaden die nächste Gastgeberstadt bekannt gegeben werden; diese könnte Köln anstelle von Bonn sein.

Laut Auskunft der Koelnmesse Ausstellungen GmbH können die entsprechenden Kapazitäten zum gewünschten Termin im Mai 2011 zur Verfügung gestellt werden.

Basierend auf dem o. g. Ratsbeschluss ist in 2011 geplant ein Galaabend in Köln auszurichten. Gelänge es, zusätzlich die gesamte 3-tägige Veranstaltung nach Köln zu holen, ist von einem wesentlich höheren Budgetbedarf auszugehen (2001 hat die Stadt Köln knapp 1 Million DM in dieses prestigeträchtige Projekt investiert). Entsprechend des Angebotes der Koelnmesse Ausstellungen GmbH sowie nach aktueller Berechnung der KölnTourismus GmbH wird sich der Budgetbedarf auf insgesamt 485.000 € summieren.

Es ist beabsichtigt, dass die Städte Köln und Bonn die Veranstaltung unter dem Titel „GTM 2011 in Köln/Bonn“ als Host-Cities durchführen, mit der Folge, dass die Kosten – vorbehaltlich der Zustimmung der Bonner Gremien – auf 290.000 € reduziert werden können. Mündlich in Aussicht gestellt wurden darüber hinaus folgende Sponsorleistungen:

- | | |
|-----------------------------------|-----------|
| • Deutsche Zentrale für Tourismus | 100.000 € |
| • Flughafen Köln/Bonn | 30.000 € |
| • 80/Wirtschaftsförderung | 25.000 € |
| • KölnTourismus | 30.000 € |
| • KölnPlusPartner | 30.000 € |

Seitens des städtischen Haushaltes verbleibt somit zur Finanzierung der Gesamtmaßnahme noch Kostenanteil in Höhe von 75.000 €. Diese im Rahmen der Aufstellung des Doppelhaushaltes zu veranschlagenden Mittel erhöhen die bereits jetzt bestehende Deckungslücke. Sofern nach Ausrichtung der Veranstaltung nicht alle veranschlagten Mittel benötigt werden, sind diese an den städtischen Haushalt zurückzuführen. Mehrkosten trägt die KölnTourismus GmbH.

Zur Erfüllung des mit Ratsbeschluss vom 07.09.2000 formulierten Regionalgedankens bei der Durchführung der Veranstaltung wurden mit Beschluss des Rates vom 20.09.2005 für die in

Köln stattfindende Abendveranstaltung des GTM 2006 ebenfalls 200.000 €
außerplanmäßig bereitgestellt.

Seinerzeit haben die Gästezahlen in den Folgejahren dieses Engagement als zielführend bestätigt. In der derzeitigen Imagekrise bietet sich hierdurch eine einmalige Chance, die positiven Kräfte unserer Stadt bundesweit und International einer größeren Öffentlichkeit zu präsentieren und die Attraktivität der Stadt hervorzuheben. Gleichzeitig wird damit ein international wirksames Signal als guter Gastgeber gesendet, welches sicher hilfreich für alle Wirtschaftsbereiche der Stadt sein wird. Den in den letzten beiden Jahren in den Fernmärkten erfolgten Einbrüchen könnten mit der Durchführung der Veranstaltung in Köln wieder Zuwächse gegenüberstehen.

Ein zusätzlicher Vorteil für die Stadt Köln, sind die Ausgaben, die die rund 1.200 Teilnehmer in Köln tätigen werden. Diese betragen laut der Studie des ifo Instituts für Wirtschaftsförderung an der Universität München (für die KölnKongress GmbH) mehr als 200.000 €.

Weitere Erläuterungen, Pläne, Übersichten siehe Anlage(n) Nr. 1