

Beschlussvorlage öffentlich Federführend: 13.3 Tourismuszentrale Beteiligt: I Bürgermeister III Senatorin 13 AMT FÜR WELTERBE, TOURISMUS UND KULTUR 20 AMT FÜR FINANZVERWALTUNG 30 RECHTSAMT 10.22 SG Organisation 1 Büro der Bürgerschaft	Nr.	VO/2016/1671-07 öffentlich
	Datum:	22.10.2020
	Verfasser:	Donath, Sibylle Berlin, Ute
Fortführung von wismarPLUS in 2021		

Status	Datum	Gremium	Zuständigkeit
Öffentlich	10.11.2020	Ausschuss für Wirtschaft und kommunale Betriebe	
Öffentlich	26.11.2020	Bürgerschaft der Hansestadt Wismar	

Beschluss:

Die Bürgerschaft der Hansestadt Wismar beschließt die Fortführung von *wismarPLUS* zum 1. Januar 2021 zum unveränderten Verkaufspreis von 12,00 €.

Begründung:

Die Hansestadt Wismar, Amt für Welterbe, Tourismus und Kultur, Abteilung Tourismuszentrale plant die 6. Auflage des Couponheftes *wismarPLUS* für 2021. Der derzeitige Verkaufsstand von *wismarPLUS* 2020 bewegt sich, trotz der Anfang des Jahres nicht zu erwartenden Einschränkungen, auf einem erfreulich hohen Niveau. Per 15. Oktober 2020 sind bereits 381 Verkäufe getätigt worden. Im gleichen Zeitraum des Vorjahres wurden 322 Couponhefte veräußert. In der Anlage 5, Genese, finden Sie alle relevanten Werte auf einen Blick.

wismarPLUS ist weiterhin für 12,00 € erhältlich. In diesem Preis ist eine Stadtführung, ein Besuch der Aussichtsplattform von St. Georgen und der 3D-Film „Bruno Backstein“ in St. Marien inkludiert. Im Vergleich zum individuellen Erwerb dieser drei Leistungen, spart der Nutzer bereits 1,00 €.

Zusätzlich zu den bereits im Verkaufspreis enthaltenen Leistungen erwirbt der Inhaber der Karte eine Vielzahl weiterer unterschiedlicher Vergünstigungen, welche ihn berechtigen, jede Offerte einmalig in Anspruch zu nehmen. Alle Partner von *wismarPLUS* bündeln ihre individuellen Leistungen zu einem gemeinsamen Angebot, welches attraktive Ermäßigungen bietet.

wismarPLUS ist für das ganze Kalenderjahr 2021 gültig und nicht personengebunden.

Die Kosten für die Herstellung des Couponheftes trägt die Hansestadt Wismar, die Partner verpflichten sich im Gegenzug dazu, ihre angebotenen Vergünstigungen ganzjährig vorzuhalten.

Die teilnehmenden Partner schätzen neben dem gemeinsamen Auftreten vor allem das lokale Netzwerk, an dem alle gleichwertig beteiligt sind. Dieses Miteinander ist ein zentraler Punkt der im Dezember 2019 verabschiedeten Tourismuskonzeption für die Hansestadt Wismar (VO/2019/3289) und findet Ausdruck in diesem Produkt.

Gleichfalls ist *wismarPLUS* als zusätzliches Marketinginstrument für alle Beteiligten von nicht zu unterschätzender Wirkung. Dieses Medium erreicht durch den gebündelten Auftritt insgesamt mehr Menschen, als die individuellen Maßnahmen, welche jedes Unternehmen für sich alleine platziert.

Die Darstellung zur Entwicklung des Kostendeckungsgrades über die Jahre gibt einen umfänglichen Überblick zur derzeitigen Wirtschaftlichkeit des Couponheftes:

Kosten/Erlöse WismarPLUS			
Jahressummen	Aufwand, brutto	Ertrag, brutto	Kostendeckung
2016	4.104,31 €	264,00 €	6,4%
2017	4.370,98 €	4.692,00 €	107,3%
2018	2.061,67 €	5.736,00 €	278,2%
2019	1.913,30 €	5.424,00 €	283,5%
2020 (Jan-Jun)	1.937,32 €	2.700,00 €	233,6%
2020 (Jul-Dez)*		1.825,20 €	

*=Stand 15.10.2020 bei reduzierter MwSt. 16% => Verkaufspreis von 11,70 €

Das Prinzip von *wismarPLUS* soll auch in 2021 fortgeführt werden. Mit dem Kauf von *wismarPLUS* erwirbt man weiterhin die Berechtigung zur Teilnahme an einer öffentlichen Stadtführung, zum Besuch der Aussichtsplattform von St. Georgen, sowie für den Besuch des 3D-Films in St. Marien über Bruno Backstein. Zusätzlich erhält der Käufer eine Vielzahl an zusätzlichen touristisch relevanten Angeboten, die darüber hinaus einmalig in Anspruch genommen werden können. Die bisher teilnehmenden Partner konnten auch für 2021 wieder gewonnen werden. Das Schabbell, das Marien kino, der Tierpark, das Theater und die NDR-Konzerte locken mit reduzierten Eintrittspreisen. „Wismars Lieblinge“ gewähren einen Nachlass bei Erreichen eines Mindestumsatzes. Die Hanse Sektkellerei bietet die Besichtigung des Gewölbes einschließlich Sektproben ermäßigt an, die Adler-Schiffe stellen einen 10%-Rabattgutschein aus und das phanTECHNIKUM bietet ebenfalls einen ermäßigten Eintritt.

Besonders an Familien richten sich die Angebote des NAHBUS Nordwestmecklenburg und vom Mumpitz mit einer ermäßigten Tageskarte für Familien bzw. einer Familienermäßigung. Auch das Wonnemar beteiligt sich wieder mit einem freien Kindereintritt (bis 16 Jahren) in Begleitung eines Vollzahlers. Gleichfalls im Sinne der Familienfreundlichkeit stehen die Angebote öffentliche Stadtführung, Aussichtsplattform St. Georgen und der 3D-Film „Bruno Backstein“ in St. Marien auch Kindern der Couponheft-Nutzer im Alter bis zu 16 Jahren kostenfrei zur Verfügung.

Das Spektrum der Angebote kann auch in 2021 wieder um neue Partner erweitert werden. Erstmals sind zwei Anbieter für Stadtrundfahrten in das Couponheft involviert. Die MS Stadtrundfahrten GmbH beteiligt sich mit einer Ermäßigung von 2,00 € und Hanse City Tours bietet ebenfalls 2,00 € Nachlass auf den Ticketpreis an.

Somit kann der Nutzer von *wismarPLUS* 2021 rein rechnerisch eine maximale Ersparnis in Höhe von 62,05 € erzielen. Bei der Berechnung der effektiven Ersparnis ist der Verkaufspreis in Höhe von 12,00 € für das Couponheft bereits subtrahiert.

Die Anfragen an die Fördervereine der Traditionssegler Poeler Kogge und Atalanta sind abschlägig votiert worden, die Traditionsschiffe würden jedoch gerne für 2022 wieder angefragt werden.

Eine Einbindung der touristischen Partner in den Umlandgemeinden (Insel Poel, Gemeinde Zierow und Boltenhagen) ist von den jeweiligen Akteuren bei den Kurverwaltungen und bei den Tourismusverantwortlichen für das kommende Kalenderjahr nicht geplant, wird jedoch für 2022 weiter im Auge behalten bzw. von den Partnern bedacht.

Die aktuelle Beibehaltung der bestehenden Konzeption ist ein Beitrag für eine gute Produktplatzierung. Rückmeldungen beteiligter Partner und Wiederverkäufer signalisieren die Notwendigkeit einer langfristigen Kontinuität. Eine Marktdurchsetzung braucht Zeit und größere Strategiewechsel könnten sich negativ auf die Planungssicherheit der beteiligten Partner auswirken.

Die Beherbergungsbetriebe erhalten mit *wismarPLUS* eine interessante Offerte, um individuelle Arrangements für ihre Gäste aufzulegen und neben der Übernachtung weitere attraktive Leistungen vorzuhalten.

Finanzielle Auswirkungen (Alle Beträge in Euro):

Durch die Umsetzung des vorgeschlagenen Beschlusses entstehen voraussichtlich folgende finanzielle Auswirkungen auf den Haushalt:

	Keine finanziellen Auswirkungen
X	Finanzielle Auswirkungen gem. Ziffern 1 - 3

1. Finanzielle Auswirkungen für das laufende Haushaltsjahr

Ergebnishaushalt

Produktkonto /Teilhaushalt:		Ertrag in Höhe von	
Produktkonto /Teilhaushalt:		Aufwand in Höhe von	

Finanzhaushalt

Produktkonto /Teilhaushalt:		Einzahlung in Höhe von	
Produktkonto /Teilhaushalt:		Auszahlung in Höhe von	

Deckung

	Deckungsmittel stehen nicht zur Verfügung		
	Die Deckung ist/wird wie folgt gesichert		
Produktkonto /Teilhaushalt:		Ertrag in Höhe von	
Produktkonto /Teilhaushalt:		Aufwand in Höhe von	

Erläuterungen zu den finanziellen Auswirkungen für das laufende Haushaltsjahr (bei Bedarf):

2. Finanzielle Auswirkungen für das Folgejahr / für Folgejahre

Ergebnishaushalt

Produktkonto /Teilhaushalt:	57503.4629930/03	Ertrag in Höhe von	5.042,00 €
Produktkonto /Teilhaushalt:	57503.5xxxxxx/03	Aufwand in Höhe von	1.995,00 €

Finanzhaushalt

Produktkonto /Teilhaushalt:	57503.6629910/03	Einzahlung in Höhe von	5.042,00 €
Produktkonto /Teilhaushalt:	57503.7xxxxxx/03	Auszahlung in Höhe von	1.995,00 €

Deckung

	Deckungsmittel stehen nicht zur Verfügung		
	Die Deckung ist/wird wie folgt gesichert		
Produktkonto /Teilhaushalt:		Ertrag in Höhe von	
Produktkonto /Teilhaushalt:		Aufwand in Höhe von	

Erläuterungen zu den finanziellen Auswirkungen für das Folgejahr/ für Folgejahre (bei Bedarf):

Die finanziellen Auswirkungen für das Folgejahr sind unter der Annahme einer verkauften Anzahl von 500 Stück ermittelt worden. Die Erträge sind abzüglich Umsatzsteuer ausgewiesen. Die Aufwendungen beinhalten die Kosten für Heftgestaltung, Druck, Marketing, Vertrieb sowie Personal- und Gemeinkosten.

3. Investitionsprogramm

X	Die Maßnahme ist keine Investition
	Die Maßnahme ist im Investitionsprogramm enthalten
	Die Maßnahme ist eine neue Investition

4. Die Maßnahme ist:

	neu
X	freiwillig
	eine Erweiterung
	Vorgeschrieben durch:

Anlage/n:

Der Bürgermeister