

Angebot

Vor dem Hintergrund der Liquidation der EWT GmbH und dem Beschluss der Samtgemeinde Lüchow (Wendland), zukünftig ein Informationszentrum für Touristen und Bürger in Eigenregie zu tragen, unterbreitet der Wendland Regionalmarketing e.V. (WRM) der Samtgemeinde Lüchow (Wendland) (SG) folgendes Angebot:

WRM bietet an, als Auftragnehmer der SG ein Bürger- und Informationszentrum an zentraler Stelle in der Stadt Lüchow (Wendland) zu betreiben.

Das Betreiber-Modell skizziert sich wie folgt:

Kurzfassung Geschäftsmodell

- Ziel ist es, ein Bürger- und Informationszentrum in den Bereichen Kommunikation, Tourismus, Marketing, Kultur (ggf. mit Tagungsmöglichkeit und Ausstellungsraum), Bürogemeinschaften, und einem Shop-Verkauf für ausgewählte regionale Produkte und Merchandise-Artikel anzubieten. Konkurrenz zum hiesigen Handel ist zu vermeiden.

1. Geschäftsidee

- Aus einer rein touristischen Informationsstelle wird ein Bürger- und Informationszentrum für die Regionalentwicklung und Präsentation des Wendlandes (auch zu touristischen Zwecken).
- Ziel ist u.a. die Bündelung von Ressourcen, Verbesserung der Kooperation mit Institutionen und Vereinen der Region und die Professionalisierung der Innen- und Außenwerbung.
- Beratung und Vermittlung im touristischen Bereich, Entwicklung von Marketingkonzepten für Handel und Gewerbe, Konzeptionierung von Werbemaßnahmen und Kampagnen, Koordinierung von Projekten sind wesentliche Aufgaben.
- Die Entwicklung der Marke Wendland, einer einheitlichen Darstellung sowie der Identifikation mit der Region Wendland gilt es vorzunehmen.

2. Markteinschätzung

- Das Zentrum richtet sich an Besucher und Neubürger, die Informationen über die Region suchen sowie Einwohner und Gewerbetreibende mit Interesse an der Identitätssteigerung des Wendlandes.
- Urlauber und Neubürger suchen Orientierung bei Freizeit- und Serviceangeboten sowie der kommunalen Infrastruktur. Vereine profitieren von einer verbesserten Vernetzung und Koordination von Projekten und das Gewerbe über identitätssteigernde Maßnahmen im Handel und der Werbung.
- Für Besucher und Reisegruppen müssen in Zusammenarbeit mit der zentralen Vermarktungsgesellschaft (Landkreis) und den ansässigen Tourismusvereinen/-akteuren zeitgemäße touristische Angebote entwickelt und die Beherbergungsstrukturen verbessert werden. Für die Stärkung von Einzelhandel und Gewerbe werden mit den entsprechenden Akteuren Kampagnen und Veranstaltungen entwickelt und umgesetzt.
- WRM, Region Wendland Tourismus und IHG Lüchow umfassen mehrere hundert Betriebe in der SG, die sich bereits sowohl organisatorisch als auch finanziell an Marketingmaßnahmen eingebracht haben. BUND und Nabu zeigen Interesse an einer Beteiligung am Informationszentrum (Bürogemeinschaft).

3. Wettbewerbssituation

- Das Bürger- und Informationszentrum Wendland hätte ein absolutes Alleinstellungsmerkmal im Landkreis Lüchow-Dannenberg und versteht sich als Ergänzung zu den touristischen Informationsstellen in den benachbarten Samtgemeinden.
- Die Beratung für Besucher und Mitglieder ist kostenlos. Für die Nutzung eines Internetterminals wird eine Gebühr erhoben. Für Werbemaßnahmen und Kampagnen werden Anzeigenkosten und Beteiligungsgebühren berechnet.
- Professionelle Beratung, ein ansprechendes und modernes Marketing sowie die Koordination von Marketingaktionen bündelt organisatorische und finanzielle Mittel und schafft somit eine Attraktivitätssteigerung der Region.

4. Dienstleistungsfaktoren

- Das Informationszentrum wird von zwei Kräften betrieben mit einem Stundenumfang von 70 bis 80 Std./Woche; werktags von 10 – 17 Uhr, Sonnabend von 10 – 15 Uhr sowie bei Stadtfesten, während der KLP und an ausgewählten Sonn-/Feiertagen. Das Projektmanagement des WRM ist hiervon losgelöst zu sehen.
- SB-Infotheke für Magazine Flyer, Willkommenspakete etc., offener Internet Platz, ggf. Spielecke für Kinder.
- Dafür werden drei Computerarbeitsplätze eingerichtet, ein Empfangsbereich mit Infotresen und Infomaterialien geschaffen sowie ein Internetterminal für Besucher.
- Für den Vertrieb von Merchandiseartikeln gibt es einen kleinen Shop, der über den Counter betreut wird.
- Neben Büro und Empfangsbereich, sind auch sanitäre Anlagen, Tagungs- und Lagerräumlichkeiten sowie Büroräume für weitere Nutzer des Bürgerzentrums geplant.

5. Aufgabenbereiche

- Am Counter geht es um Kunden- und Mitgliederberatung sowie -betreuung, den Verkauf von Merchandiseartikeln und die laufende Aktualisierung der Website, die Internetauftritte der Mitglieder und ggf. um die Nutzung eines Buchungsportales.
- Im Backoffice des Tourismusbereiches werden Pauschal- und Themenreisen sowie Merchandiseartikel entwickelt, Mitglieder in der Verbesserung ihrer Internetpräsenz und Einrichtung ihrer Unterkünfte beraten, Messeauftritte und Veranstaltungen koordiniert.
- Das WRM intensiviert die Kooperation zwischen Vereinen, Werbegemeinschaften, Kommunen und Institutionen, baut Kontakte zu überregionalen Kooperationspartnern auf, initiiert Runde Tische mit verschiedensten Themenschwerpunkten und entsprechenden Referenten, erweitert die Website um neue Themen, wie Leerstand, Fachkräfte und Geschäftsübernahmen, informiert Mitglieder durch einen Newsletterservice, entwickelt überregionale Marketingkampagnen und präsentiert das Wendland ggf. auf ausgewählten Veranstaltungen und Messen.

6. Standortwahl

- Der Standort sollte sich in zentraler Lage im Lüchower Innenstadtbereich befinden, barrierefrei und in Parkplatznähe.

7. Zukunftsaussichten

- Entwicklung der „Marke Wendland“, Attraktivitätssteigerung der Region für Besucher, Neubürger, Einwohner und Gewerbetreibende.
- Professionellere Werbung, die Nutzung „Neuer Medien“ und der Entwicklung neuer Produkte und Projekte.
- Steigerung des Tourismus und der Vermarktung regionaler Produkte sowie der Festigung und Wiederbelebung von Einzelhandel und Gewerbe.
- Bei erfolgreicher Platzierung der Marke, werden sich mehr Organisationen und Betriebe beteiligen und helfen die Region zu stärken.
- Mit einer Charmeoffensive und guten Ergebnissen wird Neidern und Bedenkenträgern entgegengetreten.

8. Weitere wichtige Aspekte

- Das Bürger- und Informationszentrum wird vom WRM für die SG gehandhabt. Das WRM ist alleiniger Auftragnehmer der SG und wird in der Umsetzung partnerschaftlich mit dem Tourismusverein Region Wendland zusammenarbeiten.
- Anmietungen von Räumlichkeiten erfolgen über das WRM sowie auch der Abschluss von notwendigen Verträgen und Versicherungen etc.
- Für seine Aktivitäten erhält das WRM eine entsprechende Kostenerstattung durch die SG (Personal- und Sachkostenerstattung).

9. Finanzen

Geschätzte Kosten Infostelle

• Personalkosten	54.000
• Raumkosten	12.000
• Sachkosten	20.000
• Projektbudget	10.000
• Shop	<u>5.000</u>
• Gesamtausgaben	101.000
• zzgl. einmaliger Sachkosten (Grundeinrichtung)	20.000

Geschätzte Einnahmen

• Kostenerstattung durch SG für Infostelle	96.000
• Zuschuss v. Tourismusverein Region Wendland	6.000
• Zuschuss v. der Stadt Lüchow	5.000
• Verkauf Shop	<u>7.000</u>
• Gesamteinnahmen	114.000
• zzgl. einmaliger Kostenerstattung Sachkosten	20.000

Der Kostenbeitrag der SG beliefe sich somit auf eine Summe von 96.000,00 € p.a zzgl. 20.000,00 € an einmaligen Sachkosten.

Das WRM ist natürlich bestrebt die Sachkosten und insbesondere die einmaligen Sachkosten so gering wie möglich zu halten, um nach Möglichkeit die geschätzten Kosten weiter zu reduzieren.

Demgegenüber nehmen sich die Kosten für den „Eigenbetrieb“ der Infostelle durch die SG wie folgt aus:

Voraussichtliche Kosten Samtgemeinde bei Eigenbetrieb

• Personalkosten	70.000
• Miete	12.000
• Sachkosten	20.000
• Projektbudget	10.000
• Gesamtkosten	112.000
• zzgl. einmalige Sachkosten (Grundeinrichtung)	20.000

Somit käme die SG bei Vergabe an das WRM zu einem Kostenvorteil von 16.000,00 € p.a.

Lüchow (Wendland), 01.10.2015
Der Vorstand