FDP-Fraktion
(Antrag Nr. 2134/2011)

Eingereicht am 24.11.2011 um 00:00 Uhr.

Ratsversammlung 15.12.2011

Antrag der FDP-Fraktion zur Harmonisierung und Koordination der Marketingstrategien der städtischen und nichtstädtischen Museen in Hannover

Antrag zu beschließen:
Die Verwaltung wird aufgefordert ein Konzept vorzulegen, in welcher Form eine gemeinsame Koordination von Werbung und Öffentlichkeitsarbeit der städtischen sowie der nicht-städtischen Museen zu realisieren ist.
In diesem Kontext soll auch geprüft werden, inwieweit entsprechende Konzepte in eine Kooperation mit dem städtischen Nahverkehr und der Messe Hannover zu integrieren sind.

Begründung:
Hannover verfügt über eine Vielzahl von Museen in städtischer sowie nichtstädtischer Trägerschaft. Einige dieser Museen sind weniger bekannt und finden in der touristischen Wahrnehmung kaum Beachtung.
Untersuchungen in anderen Städten haben gezeigt (Anhörung vom 16.9.2011 im Kulturausschuss), dass Touristen in der Regel kulturelle Komplettpakete wünschen. Eine bisher fragmentierte und teilweise mangelhaft präsentierte Museenlandschaft bedeutet daher eine ausgelassene Möglichkeit die Stadt Hannover als Marke zu präsentieren.
Die bestehende Vielzahl attraktiver Museen in Hannover stellt ein großes, bis dato noch weitgehend ungenutztes Potential für Hannovers Tourismus und Wirtschaft sowie für die Schärfung des Profils der Stadt als lebenswerte und kulturell attraktive Metropole dar.
Erfahrungen anderer Städte mit der Koordination von Öffentlichkeitsarbeit und Vermarktung kultureller Einrichtungen zeigen, dass zum einen die Bekanntheit und die Frequentierung der Einrichtungen zugenommen haben und zum anderen ihre wirtschaftliche Bilanz erheblich verbessert werden konnte. So wurde festgestellt, dass der durchschnittliche Museumstourist mindestens 3 Tage in der Stadt bleibt und dort rund 80,- € pro Tag ausgibt.
Durch die Entwicklung eines gemeinsamen Vermarktungskonzepts können die Museen eine breitere Öffentlichkeit erreichen und wirtschaftlich bessere Synergieeffekte generieren. Zudem profitieren Hannovers Wirtschaft und Tourismus von einer Steigerung der kulturellen Präsenz der Stadt. Schließlich würde eine solche Strategie einen wesentlichen Teil dazu beitragen können, die Marke Hannover besser in der Öffentlichkeit zu positionieren.

Wilfried H. Engelke
Fraktionsvorsitzender

Hannover / 24.11.2011