



I.

CSU-Stadtratsfraktion
Marienplatz 8 – Raum 275
80331 München

07.01.2021

Ein spezielles Marketingbudget für das Referat für Arbeit und Wirtschaft

Antrag Nr. 20-26 / A 00213 von Herrn StR Manuel Pretzl, Herrn StR Thomas Schmid, Frau StRin Ulrike Grimm, Herrn StR Sebastian Schall, Herrn StR Alexander Reissl vom 07.07.2020, eingegangen am 07.07.2020

Sehr geehrter Herr Stadtrat Manuel Pretzl,
sehr geehrter Herr Stadtrat Thomas Schmid,
sehr geehrte Frau Stadträtin Ulrike Grimm,
sehr geehrter Herr Stadtrat Sebastian Schall,
sehr geehrter Herr Stadtrat Alexander Reissl,

in Ihrem Antrag vom 07.07.2020 führen Sie Folgendes aus:

Die CSU-Stadtratsfraktion fordert die Kämmerei und den Stadtrat auf, dem Referat für Arbeit und Wirtschaft zur Bewältigung der durch Corona bedingten Wirtschaftskrise ein auskömmliches Marketingbudget zur Verfügung zu stellen.

Begründung:

Die Wirtschaft in München lahmt. Nicht nur ein wenig, sondern mittlerweile deutlich sichtbar. Insbesondere die sonst so beliebte Innenstadt leidet unter den Auswirkungen der Corona-Pandemie. Betroffen sind in erster Linie Einzelhändler, Gastronomie, Hotellerie, Clubs, Bars, Dienstleister und viele mehr.

Erste, auch traditionelle Einzelhändler und Gastronomen geben bereits auf.

Nachmieter zu finden ist derzeit kein Selbstläufer.

Es braucht folglich insbesondere mehr Werbung für die Münchner Innenstadt und ihre

Attraktionen. Das Referat für Arbeit und Wirtschaft soll mit den verfügbaren Mitteln in Kooperation mit den Kammern, City Partner, Dehoga etc. ein gemeinsames und vor allem kreatives Marketingkonzept zur Belebung des Tourismus in der Innenstadt entwickeln.

Zu Ihrem Antrag vom 07.07.2020 teile ich Ihnen Folgendes mit:

Mit dem oben genannten Antrag fordert die CSU-Stadtratsfraktion die Kämmerei und den Stadtrat auf, dem Referat für Arbeit und Wirtschaft zur Bewältigung der durch Corona bedingten Wirtschaftskrise ein auskömmliches Marketingbudget zur Verfügung zu stellen, um insbesondere mehr Werbung für die Münchner Innenstadt und ihre Attraktionen machen zu können.

In der Vollversammlung des Stadtrates am 22. Juli 2020 beschloss der Stadtrat bereits mit der Sitzungsvorlage Nr. 20-26 / V 00846 (Zusätzliches Budget für die Recovery-Kampagne im Bereich Tourismus) eine Ausweitung der Haushaltsmittel für das Produkt 44575100 Tourismus um 1.100.000 €, um Maßnahmen aus der Recovery-Strategie und die Erweiterung eines Lichtkonzepts zu finanzieren.

Die Recovery-Strategie hat die Wiederbelebung von Tourismus und Veranstaltungswirtschaft in München zum Ziel. Zudem wurde beschlossen, dass das Referat für Arbeit und Wirtschaft eine kurzfristige Offensive für den Münchner Einzelhandel und Akteure aus der Tourismus-Branche ergreift, Kombinationsangebote und Synergien bei Einkauf und Einkehr entwickelt werden und eine mit passender Werbestrategie begleitete moderne und nachhaltige Tourismus-Strategie entwickelt wird.

Aus Sicht der Stadtkämmerei ist dieses bereits erhöhte Marketingbudget zur Bewältigung der durch Corona bedingten Wirtschaftskrise auskömmlich. Das Referat für Arbeit und Wirtschaft schließt sich dieser Auffassung an.

Ich möchte Sie um Kenntnisnahme von den vorstehenden Ausführungen bitten und gehe davon aus, dass die Angelegenheit damit abgeschlossen ist.

Mit freundlichen Grüßen

gez.

Sebastian Dusch
Stadtdirektor