



- I. Herrn Stadtrat Hans Hammer
Herrn Stadtrat Thomas Schmid
CSU-Fraktion

Rathaus

Datum
29.10.2021

Kampagne „München öffnet“

Antrag Nr. 20-26 / A 01430 von Herrn Stadtrat Hans Hammer und Herrn Stadtrat Thomas Schmid vom 11.05.2021, eingegangen am 11.05.2021

Sehr geehrter Herr Stadtrat Hammer,
sehr geehrter Herr Stadtrat Schmid,

in Ihrem Antrag fordern Sie die Stadtverwaltung auf, zusammen mit der Tourismus Initiative München e.V. und den Vertretern des lokalen Einzelhandels eine Kampagne unter dem Titel „München öffnet“ zu entwickeln. Ziel der Kampagne soll die Bewerbung der inzidenzabhängigen (Wieder-)eröffnung von Geschäften, Außengastronomie, Veranstaltungsorten und Beherbergungsbetrieben in München gegenüber dem Umland und dem restlichen Bundesgebiet sein. Hierbei soll besonders darauf geachtet werden, dass die Sicherheit der Besucher der Landeshauptstadt aufgrund des Testkonzepts und der Hygienemaßnahmen gewährleistet sind.

Da es sich im vorliegenden Fall um eine laufende Angelegenheit der Verwaltung (Art. 37 Abs. 1 Satz 1 Nr. 1 GO, § 22 GeschO) handelt, die nicht gemäß § 60 Abs. 9 GeschO im Stadtrat zu behandeln ist, erlaube ich mir, Ihren Antrag anstelle einer Stadtratsvorlage als Brief zu beantworten.

Im Zuge der allgemeinen Bemühungen, die Stadt München als Destination für Gäste, ob international, national, aus dem Umland oder sogar aus der eigenen Stadt, zu fördern, hat das Referat für Arbeit und Wirtschaft in den letzten Monaten zahlreiche Maßnahmen und Gemeinschaftsaktionen mit Partnern umsetzen können. Diese beziehen sich teils speziell auf die Innenstadt, meist auf allgemeine Anwerbung von Gästen, wovon aber auch die touristische

Wirtschaft im Innenstadtbereich besonders profitiert.

Neben der allgemeinen touristischen Recoverykampagne, die vom Referat für Arbeit und Wirtschaft mit dem Tourismus Initiative München (TIM) e.V. und der Tourismuskommission erarbeitet wurde, soll im Folgenden ein Überblick über entsprechende Maßnahmen gegeben werden, die während der schrittweisen Öffnung verschiedener Bereiche ab Mai zusätzlich zu weiteren Maßnahmen, speziell im Sinne des Antrags, kurzfristig verwirklicht werden konnten. Dank der sehr guten Zusammenarbeit zwischen dem Referat für Arbeit und Wirtschaft und seinen Partnern (z. B. TIM e.V., Innenstadtwirte, DEHOGA, CityPartner) ist es gelungen, manche Aktionen innerhalb nur weniger Tage umzusetzen.

„Viertelliebe“-Kampagne:

Im Rahmen der zentralen Restart Kampagne 2021 wurden von Mai bis August 2021 unter dem Claim „Viertelliebe“ gezielt Bewohnerinnen und Bewohner der Stadt und des Umlands angesprochen, um diese (wieder) für die Nutzung der Angebote in Gastronomie, Einzelhandel und Kultur in der Innenstadt zu begeistern. Die Kampagne arbeitete im Umland primär mit verschiedenen Onlinekanälen, Social Media und Radiospots und war mit einem Finanzaufwand von 230.000,00 Euro verbunden.

Die Viertelliebe-Stadtführungen sind weiterhin buchbar über die Website von München Tourismus www.einfach-muenchen.de.

Postkartenaktion und Radiokampagne VFR-Reisen (VFR=Verwandte, Freunde, Bekannte):

Im Rahmen dieser Kampagne wurden von Mai bis Juni 2021 via Radio, Social Media und Postkartenauslage Münchnerinnen und Münchner angesprochen mit dem Ziel, Freunde und Verwandte nach München zu locken. Dabei wurde durch die Ansprache der Einheimischen die Attraktivität der Stadt als Reiseziel auch für Bewohnerinnen und Bewohner herausgestellt. Die Aktion war eine erfolgreiche Inspiration: die hohe Seitenzugriffszahlen und die lange Verweildauer auf der Kampagnenseite www.einfach-muenchen.de bestätigen diesen Erfolg.

„Nur 4 Schritte bis zum Gastrobefuch“:

Unter diesem Motto steht die Informationskampagne, die das offizielle Stadtportal muenchen.de gemeinsam mit dem DEHOGA Bayern Kreisstelle München für Bürgerinnen und Bürger sowie Touristinnen und Touristen umgesetzt hat. In Erklärtexen und Videos wurde gezeigt, wie einfach und sicher der Besuch in der Gastronomie auch unter Corona-Bedingungen abläuft. Die Informationskampagne zur Erläuterung des Freitestens und der Konzeptöffnungen in Gastronomie, Hotellerie, Kulturbetrieben und Einzelhandel entstand im Auftrag des RAW gemeinsam mit dem BHG DEHOGA Bayern, Kreisstelle München, sowie TIM e.V. und wurde ab dem Pfingstwochenende ausgespielt.

Fußballkampagne „einfach miteinander“:

Mit dieser Mini-Kampagne sollte schon vor dem Start der städtischen Begleitkampagne zur EM 2020 die Fußballbegeisterung in München sichtbar werden. Über digitale Plakatwerbung (i.R.v. Freikontingenten) und mit zusätzlichen „Out of Home“-Platzierungen, wie Beflaggung, Rikscha-Branding, Lichtinstallation am Karlstor) wurde das touristische Werbeleitthema „einfach sportlich“ langfristig auch in der Binnenkommunikation platziert.

#esgehtwiederwas:

Am 22.6.2021 startete die Gemeinschaftsaktion von München Tourismus, BHG DEHOGA Kreisstelle München, Tourismus Initiative München (TIM) e. V., CityPartner München, Münchner Innenstadtwirte und dem MVV. Mit einer senderübergreifenden Hörfunkkampagne haben die Partner der Bevölkerung wieder Lust auf die Stadt, aufs Einkaufen, Essen in der Gastronomie oder einen gemütlichen Brunch im Hotel gemacht. Die Radiosender Arabella, Charivari und Radio Gong 96.3 sendeten bis zum ersten Juliwochenende zwei verschiedene Spots.

Tapetenwechsel:

Vom 25.6. bis zum 11.7.2021 konnten Münchnerinnen und Münchner sowie Gäste aus dem Umland für einen attraktiven, deutlich reduzierten Zimmerpreis eine Nacht in einem Hotel in München verbringen. Mit der Initiative von TIM e.V., MHA und BHG DEHOGA Kreisstelle München sollte auch in diesem Jahr die Gelegenheit geben werden, die schönsten Hotels der Stadt zu genießen und auf diesem Weg einen ganz besonderen Start in den Sommer zu erleben. Nach der enormen Nachfrage auf die Aktion im vergangenen Jahr wurden heuer ausdrücklich auch alle Bewohnerinnen und Bewohner der Landkreise rund um München zum Tapetenwechsel eingeladen.

Wie schon im Jahr 2020 beteiligten sich 50 Hotels vom 3-Sterne-Haus bis zu Unterkünften der First-Class- und Luxus-Kategorie an der Aktion. Das Ergebnis des vergangenen Jahres mit rund 1.800 Übernachtungen konnte aufgrund der um zwei Wochen kürzeren Laufzeit außerhalb der Ferienzeit nicht ganz erreicht werden, gleichwohl äußerte sich die große Mehrzahl der beteiligten Betriebe positiv über die Aktion - nicht zuletzt auch aufgrund der extrem hohen Medienresonanz.

Sommer in der Stadt:

Von den Einschränkungen zum Gesundheitsschutz im Zuge der Corona-Krise wurden seit März 2020 vor allem Kulturschaffende, Schausteller und Marktkaufleute empfindlich getroffen. Diese Branchen konnten bis in den Sommer 2021 kaum oder keine Umsätze generieren. Das Referat für Arbeit und Wirtschaft sowie das Kulturreferat haben mit dem „Sommer in der Stadt“ ein Veranstaltungsformat geschaffen, das für die Münchner Bevölkerung und Gäste der Stadt in den Sommermonaten 2020 und 2021 ein kreatives und abwechslungsreiches Programm mit überwiegend freiem Zugang geboten hat. Volksfestbetrieben und Kulturschaffenden wurden in diesem Rahmen Umsatz- und Auftrittsmöglichkeiten geschaffen. Insgesamt besuchten etwa 500.000 Menschen das Programm des Sommers in der Stadt 2021, für das der Stadtrat der Landeshauptstadt eigene Budgets genehmigt hat. Das Münchner Veranstaltungsformat wurde vielfach kopiert und fand in beiden Jahren große, auch überregionale mediale Aufmerksamkeit.

#münchenistwiederda:

Am 15.7.2021 startete im Rahmen des "Sommers in der Stadt" die Kampagne #muenchenistwiederda, eine Gemeinschaftsaktion mit TIM e.V., DEHOGA Bayern Kreisstelle München und CityPartner München unter Leitung des Referats für Arbeit und Wirtschaft. Bis zum 25.7.2021 konnten Partnerinnen und Partner aus den Bereichen Hotellerie, Gastro-

nomie, Einzelhandel sowie Kultur- und Freizeiteinrichtungen Münchnerinnen und Münchner sowie Gäste aus dem Umland mit speziellen Angeboten begeistern und das Leben in der Stadt neu entdecken lassen. Die Botschaft war: Wir sind wieder da!

Ich bitte Sie, von den vorstehenden Ausführungen Kenntnis zu nehmen und hoffe, dass Ihr Antrag zufriedenstellend beantwortet ist und als erledigt gelten darf.

Mit freundlichen Grüßen

Clemens Baumgärtner

- II. Abdruck von I.
an das Direktorium-HA II/V 1
an RS/BW
per Mail an anlagen.ru@muenchen.de
z.K.