



Stellungnahme zum Antrag Nr. AT/0141/2024

Vorlage: ST/0125/2024		Datum: 07.11.2024	
Dezernat 1			
Verfasser:	20-Kämmerei und Steueramt	Az.:	
Betreff:			
Stellungnahme zum Antrag der SPD-Ratsfraktion: Rheinland-Pfalz.GOLD			
Gremienweg:			
14.11.2024	Stadtrat	<input type="checkbox"/> einstimmig	<input type="checkbox"/> mehrheitl.
		<input type="checkbox"/> abgelehnt	<input type="checkbox"/> Kenntnis
		<input type="checkbox"/> verwiesen	<input type="checkbox"/> vertagt
		<input type="checkbox"/> Enthaltungen	<input type="checkbox"/> Gegenstimmen
	TOP	öffentlich	
		<input type="checkbox"/> ohne BE	<input type="checkbox"/> abgesetzt
		<input type="checkbox"/> geändert	

Stellungnahme:

Die Wirtschaftsstandortmarke Rheinland-Pfalz.Gold ist im Tourismus und der Wirtschaftsförderung schon seit einiger Zeit recht gut etabliert. Die Koblenz-Touristik ist über die rheinland-pfälzische Städtekooperation bereits im touristischen Landesmarketing unter der Marke Rheinland-Pfalz.Gold vertreten und beteiligt sich auch aktiv an der Entwicklung der Geschäftsfelder der Rheinland-Pfalz Tourismus GmbH, deren Vermarktung ebenfalls über die Marke Rheinland-Pfalz.Gold läuft. Die Wirtschaftsförderung Koblenz ist Partner des Auftritts von Rheinland-Pfalz.Gold auf der EXPO-REAL in München und Beteiligter der Innenstadtkonferenzen des Wirtschaftsministeriums.

Da sich bisher für die Koblenz-Touristik GmbH und die Stadt Koblenz keine weiteren Vorteile einer Markenpartnerschaft gezeigt haben, ist die Stadt Koblenz weder mit der Wirtschaftsförderung noch mit der Koblenz-Touristik GmbH aktuell im Markenpartnerprogramm vertreten. Die landesseitige Akquise der Markenpartner wurde aus Sicht der städtischen Ämter bisher noch wenig zielführend betrieben, weshalb keine Vorteile erkennbar waren. Es entstehen aber offenbar auch keine Nachteile aus einer Markenpartnerschaft bei Rheinland-Pfalz.Gold. Es geht der Wirtschaftsstandortmarke nicht um den Ersatz der eigenen lokalen Marken, sondern vielmehr um ein Netzwerk an starken Wirtschaftspartnern.

Aus den oben genannten Gründen steht einer Markenpartnerschaft bei Rheinland-Pfalz.Gold nichts im Wege.

Finanzielle Auswirkungen:

Keine.

Beschlussempfehlung:

Die Verwaltung empfiehlt, die Vorlage zur weiteren Beratung in den Wirtschaftsförderungsausschuss zu verweisen und dort mit Beteiligung der Koblenz-Touristik GmbH zu erörtern.