
Herzlich Willkommen

 Koordinationsbeirat
Neues Konferenzzentrum

3. Beiratssitzung

06. November 2012



Sitzungsablauf

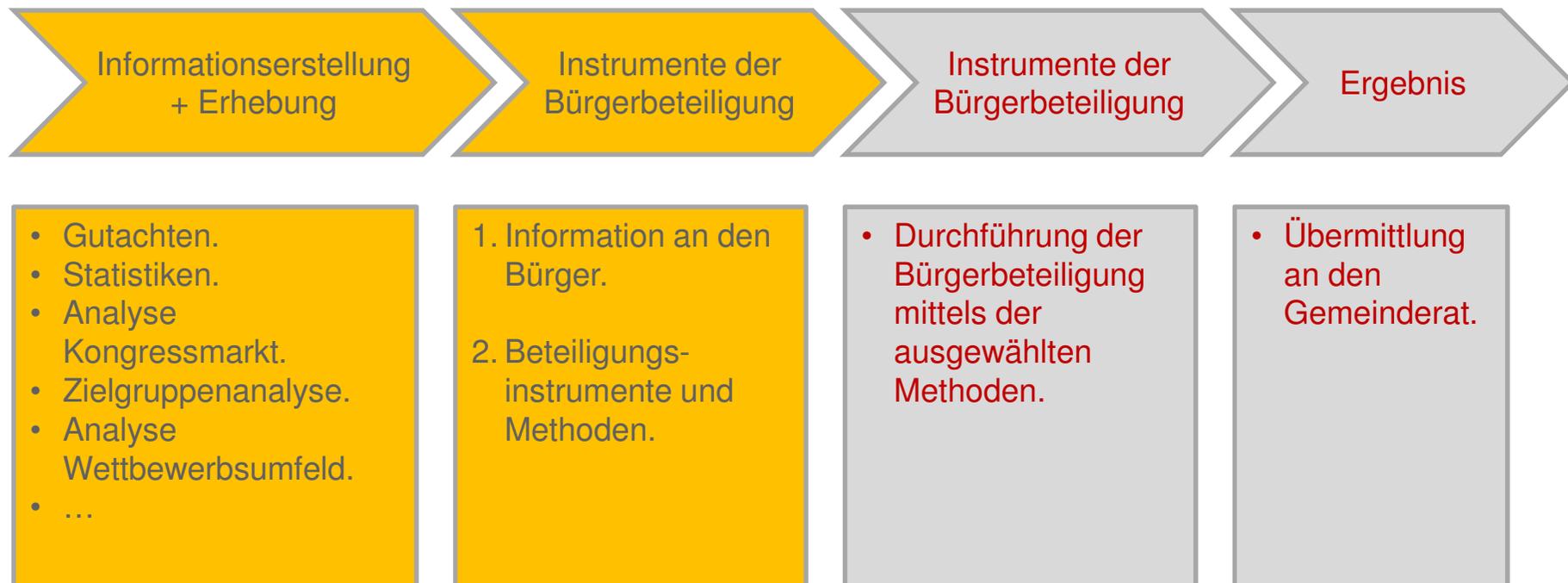
1. Eröffnung.
 - Genehmigung des Protokolls der 2. Beiratssitzung vom 26. September 2012.
2. Bürgerfragerunde.
3. Beteiligungsphase 1 (Bedarfserhebung).
 - Verlauf der Beratung in politischen Gremien.
 - Vorstellung/Abstimmung der Bedarfserhebung und Instrumente der Bürgerbeteiligung.
4. Weiteres Verfahren
 - Ausblick Beteiligungsphase 2 (Standortsuche).
5. Verschiedenes.
6. Bürgerfeedback.

2. Bürgerfragerunde

- Ihre Meinung, Anregungen und Feedback sind uns wichtig.



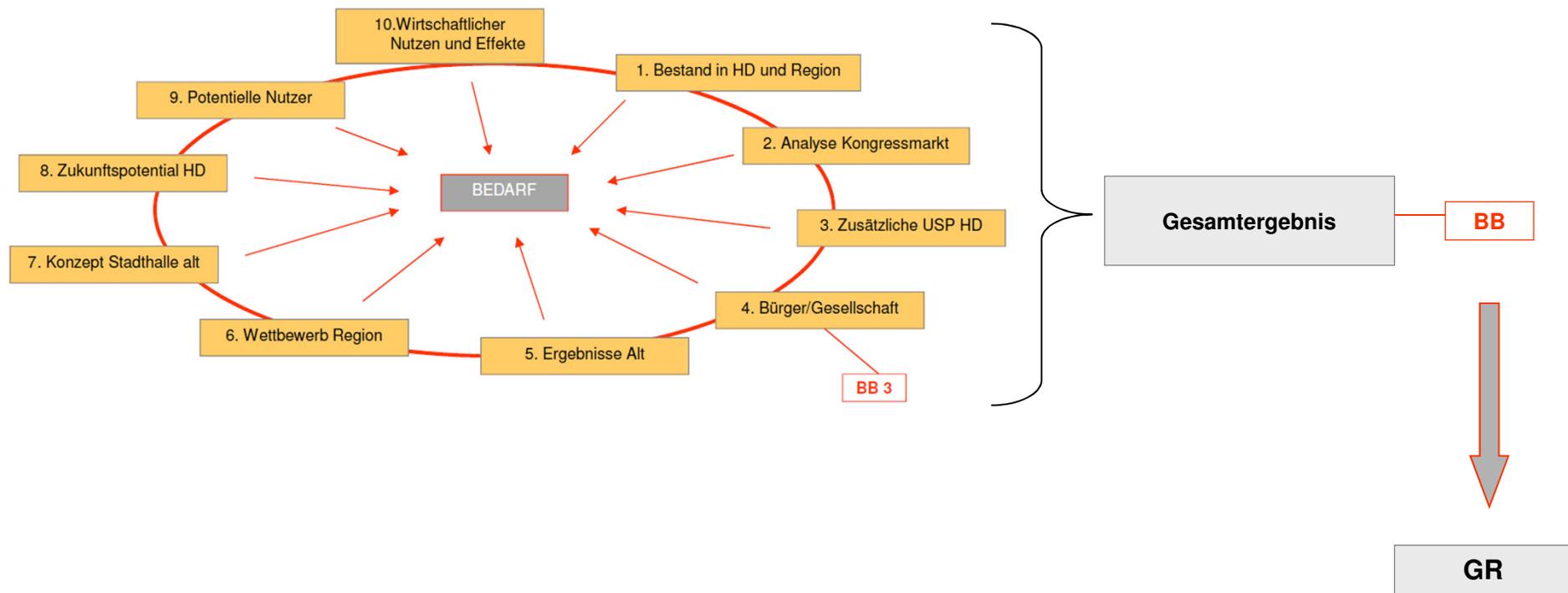
3. Prozess / Verfahren



3.1 Vorbereitung Beteiligungsphase 1

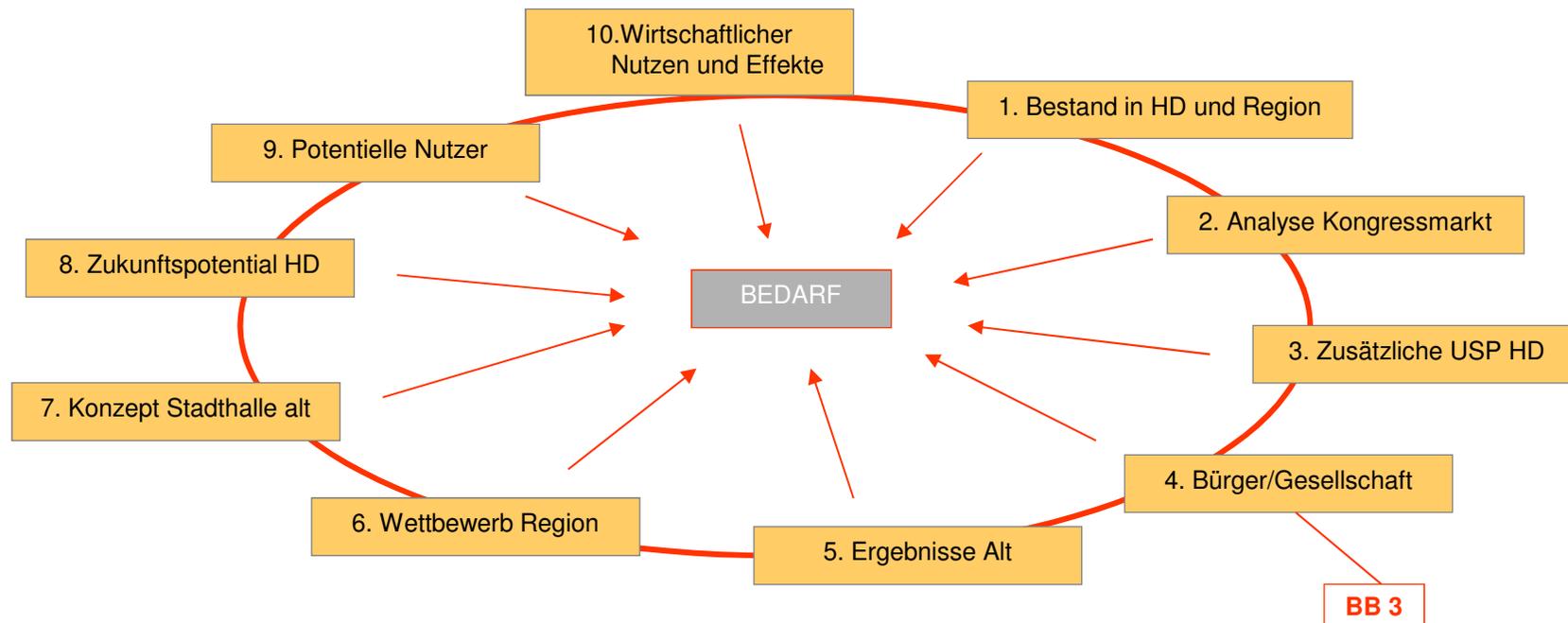
Prozess/Verfahren

Informationslage zum Bedarf



3.1 Vorbereitung Beteiligungsphase 1

Quellen für die Informationslage



3.2 Vorbereitung Beteiligungsphase 1

Prozessbeteiligte zur Erstellung der Informationslage

Wer	Aufgabe	Status
Geschäftsstelle KB	Koordination, Zusammenführung, eigene Erfassung, Abstimmung der Quellen, Zeitmanagement, Zusammenfassung, Gremienzuführung	1 Projektmitarbeiter 2 neue Stellen beantragt
Ext. Dienstleister I.	Projektmanagement, Prozesssteuerung, Recherche, Strukturierung, Systematisierung, Datenerfassung, Aufbereitung, Ausrichtung, Dokumentation, Evaluierung, Archivierung,	Auswahlverfahren läuft 13 Unternehmen angefragt 5 short list Angebotseinholung Auftragserteilung
Ext. Dienstleister II.	Spezialist für Datenerhebung, Erfassung, Verarbeitung, Methodik, Befragung, Erhebung, Bürgerbeteiligung, z.B. Entwicklung genereller Fragebogen, Fragebogen spezifisch, Telefonumfrage...	Vorgespräch mit UNI Institut geführt, Briefing folgt, Abstimmung und Rebriefing, Auftrag und Umsetzung incl. BB

3.2 Vorbereitung Beteiligungsphase 1

Kategorie 1: Bestand in Heidelberg.

Beschreibung/Thema	Informationsquellen/ Beschaffung	Erfassung/Umsetzung
<p>Ziel ist die Erhebung möglichst aller verfügbaren Kongress- und Tagungsräumlichkeiten in Heidelberg ab einer Größe von ca. 60 qm. Dabei werden alle Anbieter kontaktiert und befragt.</p>	<ul style="list-style-type: none">• Heidelberg Marketing.• IHK.• Universität Heidelberg.• ...	<ul style="list-style-type: none">• Koordination: Geschäftsstelle KB.• Bearbeitung: Externer Dienstleister I.• Erhebung: Externer Dienstleister I.

3.2 Vorbereitung Beteiligungsphase 1

Kategorie 2: Analyse Kongressmarkt.

Beschreibung/Thema

Anhand von statistischen Auswertungen und Analyse aktueller regionaler, nationaler und internationaler Trends soll die Entwicklung des Kongress- und Tagungsmarktes zusammengefasst und Zukunftsszenarien ermöglicht werden.

Daraus werden Rückschlüsse auf die zu erwartenden Auswirkungen sowie das Potenzial der Kongress- und Tagungsdestination Heidelberg gezogen.

Informationsquellen/ Beschaffung

- Studien.
- Brancheninformationen.
- Statistiken.
- ...

Erfassung/Umsetzung

- **Koordination:** Externer Dienstleister I.
- **Bearbeitung:** Externer Dienstleister I.
- **Erhebung:** Externer Dienstleister I.

3.2 Vorbereitung Beteiligungsphase 1

Kategorie 3: Zusätzlicher USP Heidelberg.

Beschreibung/Thema	Informationsquellen/ Beschaffung	Erfassung/Umsetzung
<p>Eine erfolgreiche Kongress- und Tagungsdestination lebt von Alleinstellungsmerkmalen.</p> <p>Welche Besonderheiten des Standortes grenzen Heidelberg zu regionalen, nationalen und internationalen Kongressstädten ab?</p> <p>Welche Angebote / örtlichen Voraussetzungen bieten Kongress- und Tagungsanbietern sowie –teilnehmern ein positives Entscheidungskriterium für Heidelberg?</p>	<ul style="list-style-type: none">• Kultur.• Tourismus.• Wissenschaft.• Stadt Heidelberg.• ...	<ul style="list-style-type: none">• Koordination: Geschäftsstelle KB.• Bearbeitung: Externer Dienstleister I.• Erhebung: Heidelberg Marketing.

3.2 Vorbereitung Beteiligungsphase 1

Kategorie 4: Bürger/Gesellschaft.

Beschreibung/Thema	Informationsquellen/ Beschaffung	Erfassung/Umsetzung
<p>Bürgerinnen und Bürger sollen frühzeitig bereits bei der Bedarfserhebung beteiligt werden.</p> <p>Dabei soll nicht nur ein qualifiziertes Feedback über persönliche Bedarfe und Wünsche eingeholt werden, sondern auch Anregungen von Vereinen, Verbänden, Arbeitgebern etc. Berücksichtigung finden.</p> <p>Ziel ist es, eine repräsentative Umfrage im gesamten Stadtgebiet durchzuführen.</p>	<ul style="list-style-type: none">• Bürgerinnen und Bürger der Stadt Heidelberg.• Eigenbedarf.• Ehrenamt / Bedarf von Vereinen.• Arbeitgeber.• ...	<ul style="list-style-type: none">• Koordination: Geschäftsstelle KB.• Bearbeitung: Externer Dienstleister I.• Erhebung: Externer Dienstleister II.

3.2 Vorbereitung Beteiligungsphase 1

Kategorie 5: Ergebnisse Alt.

Beschreibung/Thema	Informationsquellen/ Beschaffung	Erfassung/Umsetzung
<p>Die bisherigen Gutachten und Untersuchungen zum Kongress- und Tagungsstandort Heidelberg werden zusammengefasst.</p> <p>Nutzbare Erkenntnisse werden nach Aktualität und Objektivität in die Bedarfserhebung aufgenommen.</p>	<ul style="list-style-type: none">• Heidelberg Marketing.• Stadt Heidelberg.• ...	<ul style="list-style-type: none">• Koordination: Geschäftsstelle KB.• Bearbeitung: Externer Dienstleister I.• Erhebung: -

3.2 Vorbereitung Beteiligungsphase 1

Kategorie 6: Wettbewerb Region.

Beschreibung/Thema	Informationsquellen/ Beschaffung	Erfassung/Umsetzung
<p>Eine Mitbewerberanalyse der weiteren Region sowie ausgewählter nationaler Kongress- und Tagungsstandorte soll Erkenntnisse über vorhandene Angebots- und Marktsegmente schaffen.</p> <p>Daraus wird das strategische Marktsegment bzw. die Angebotsnische hergeleitet.</p> <p>Konkurrenzsituationen zu regionalen Wettbewerbern sollen frühzeitig erkannt und analysiert werden. Mögliche Synergien, die eine gesamtheitliche Konzeption stützen könnten, sollten herausgearbeitet werden.</p>	<ul style="list-style-type: none">• Mitbewerber der Region, z.B.<ul style="list-style-type: none">• Mannheimer Rosengarten.• Darmstadtium.• Das Wormser.• Pfalzbau Ludwigshafen.• Kongresszentrum Karlsruhe.• Congressforum Frankenthal.• Ausgewählte nationale Standorte.• ...	<ul style="list-style-type: none">• Koordination: Externer Dienstleister I.• Bearbeitung: Externer Dienstleister I.• Erhebung: Externer Dienstleister I.

3.2 Vorbereitung Beteiligungsphase 1

Kategorie 7: Konzept Stadthalle Heidelberg.

Beschreibung/Thema	Informationsquellen/ Beschaffung	Erfassung/Umsetzung
<p>Die Stadthalle Heidelberg wird sich in den kommenden Jahren strategisch neu am Markt positionieren.</p> <p>Diese Entwicklung ist zwingend bei der zu entwickelnden Positionierung eines neuen Kongresszentrums zu berücksichtigen.</p> <p>Synergien und Kooperationen beider Häuser bilden zusätzliches Potenzial für Heidelberg.</p>	<ul style="list-style-type: none">• Heidelberg Marketing.• ...	<ul style="list-style-type: none">• Koordination: Geschäftsstelle KB.• Bearbeitung: Externer Dienstleister I.• Erhebung: Heidelberg Marketing.

3.2 Vorbereitung Beteiligungsphase 1

Kategorie 8: Zukunftspotenzial Heidelberg.

Beschreibung/Thema	Informationsquellen/ Beschaffung	Erfassung/Umsetzung
<p>Visionäre Ziele Heidelbergs definieren auch die strategische Entwicklung des Kongress- und Tagungswesens.</p> <p>Dazu werden Stadtentwicklungsziele und Zukunftsvisionen herangezogen und in die Bedarfserhebung integriert.</p> <p>Beispiele hierfür sind die Internationale Bauausstellung, Stadt der Wissenschaft, Vision Heidelberg 2032...</p>	<ul style="list-style-type: none">• Heidelberg Marketing.• Stadt Heidelberg.• Bürgerinnen und Bürger.• Wirtschaft / Wissenschaft.• Kultur.• ...	<ul style="list-style-type: none">• Koordination: Geschäftsstelle KB.• Bearbeitung: Externer Dienstleister I.• Erhebung: Externer Dienstleister I.

3.2 Vorbereitung Beteiligungsphase 1

Kategorie 9: Potenzielle Nutzer.

Beschreibung/Thema	Informationsquellen/ Beschaffung	Erfassung/Umsetzung
<p>Potenzielle Nutzer eines neuen Konferenzzentrums sowie Nutzer der Stadthalle werden gezielt nach ihrem Bedarf an Kongress- und Tagungsräumlichkeiten befragt.</p> <p>Dabei werden sowohl</p> <ol style="list-style-type: none">1. aktuell abgedeckte Bedarfe2. offene nicht abgedeckte Bedarfe3. prognostizierbare Bedarfe <p>berücksichtigt.</p>	<ul style="list-style-type: none">• Heidelberg Marketing.• IHK.• Universität Heidelberg.• Unternehmen.• Kongressveranstalter.• ...	<ul style="list-style-type: none">• Koordination: Geschäftsstelle KB.• Bearbeitung: Externer Dienstleister I.• Erhebung: Externer Dienstleister II.

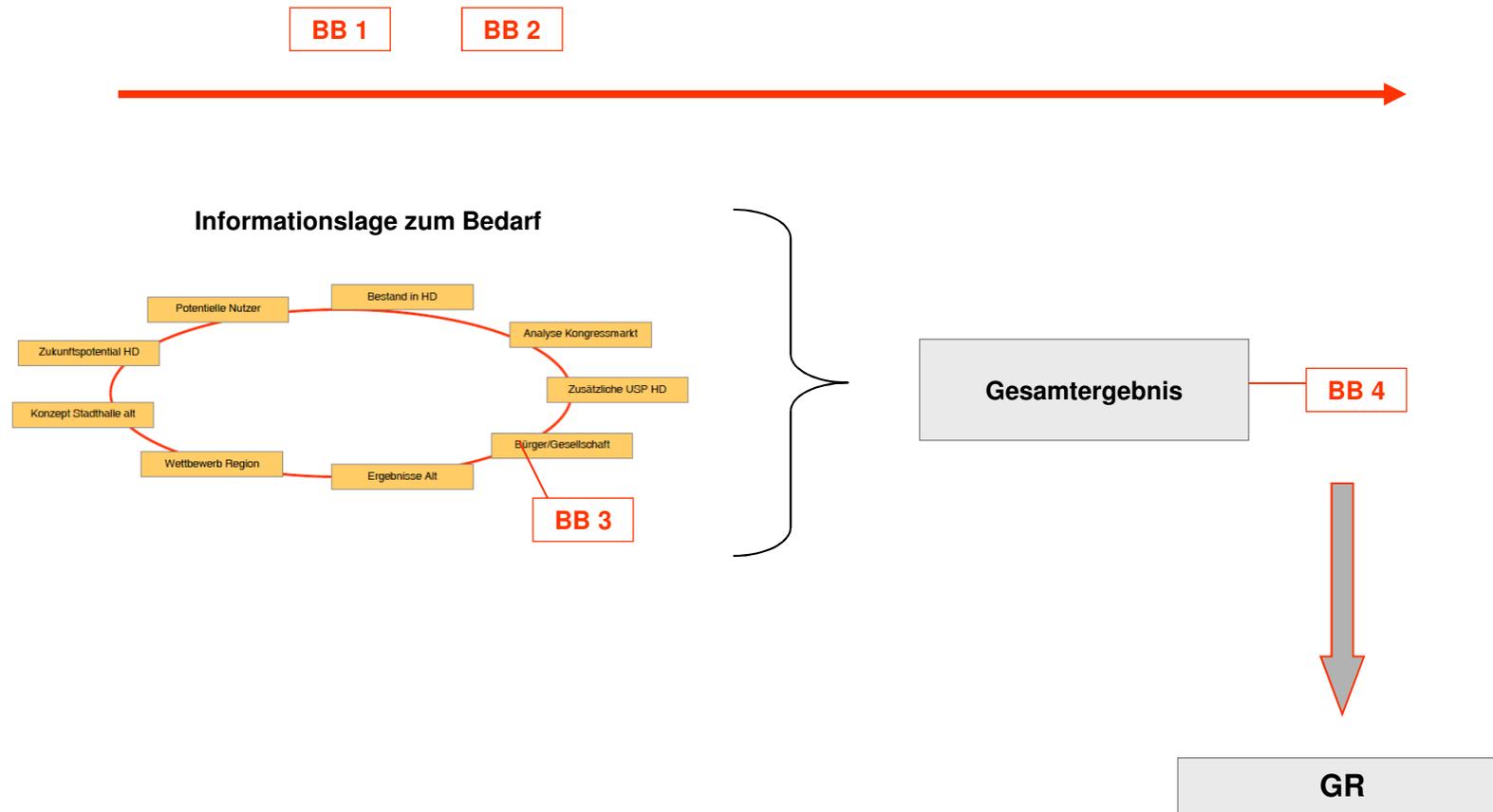
3.2 Vorbereitung Beteiligungsphase 1

Kategorie 10: Wirtschaftlicher Nutzen und Effekte.

Beschreibung/Thema	Informationsquellen/ Beschaffung	Erfassung/Umsetzung
<p>Untersucht werden sollen die direkten und indirekten gesamtwirtschaftlichen Auswirkungen, die durch ein neues Konferenzzentrum impliziert werden könnten.</p> <p>Dazu gehört sowohl eine branchenspezifische Analyse (Gastronomie/Hotellerie, Einzelhandel, etc.) als auch perspektivische Betrachtungsweise.</p>	<ul style="list-style-type: none">• IHK.• Einzelhandelsverband.• Stadt Heidelberg.• Kultur.• ...	<ul style="list-style-type: none">• Koordination: Geschäftsstelle KB.• Bearbeitung: Externer Dienstleister I.• Erhebung: Externer Dienstleister I.

3.3 Vorbereitung Beteiligungsphase 1

Bürgerbeteiligung



3.3 Vorbereitung Beteiligungsphase 1

Bürgerbeteiligung – *Permanente Angebote*

BB 1 Öffentliche Sitzungen Beirat.

- Bürgerfragerunde.
- Bürgerfeedback – erweiterte Sitzungszeit am 06. November 2012.

In jeder Sitzung eingerichtet	
Angebot erstmals am 06. November	

BB 2 Information und Interaktion.

- Interesse der Bevölkerung wecken (z.B. intensive Medienarbeit, Postkartenverteilung an Haushalte, Aushang im ÖPNV,...)
- „Litfaßsäule“ mit stetig aktuellen Infos.
- „Anregungs-Box“.
- Internetkommunikation
www.heidelberg.de/konferenzzentrum

<ul style="list-style-type: none"> • Aktivierung durch Postkarte an alle HH. • Plakate im ÖPNV und Stadtgebiet zum Auftakt und während der Beteiligung. • Aktive Kooperation mit RNZ, Stadtblatt und weiteren lokalen Medien. 	
<ul style="list-style-type: none"> • Aufstellung im Rathausfoyer genehmigt. • Lieferzeit 2-3 Wochen. • Bereitstellung eines Terminals – Ortstermin. 	
<ul style="list-style-type: none"> • Aufstellung im Rathausfoyer genehmigt. • Produktion/Lieferung ca. 2 Wochen. 	
<ul style="list-style-type: none"> • Homepage ist eingerichtet und aktiv. • Feedbackfunktion über „Heidelberg direct“. 	

3.3 Vorbereitung Beteiligungsphase 1 Bedarfsanalyse

Bürgerbeteiligung – *BB 3 Bedarfserhebung.*

1. Befragung über TeleLab.
 - Unterstützung durch erfahrenen Dienstleister.
 - Repräsentative Telefoninterviews.
 - Fragebögen online.
2. Inhalte.
 - Persönlicher Bedarf.
 - Bedarf von Vereinen, Organisationen, Stiftungen, Parteien,...
 - Arbeitgeber-Bedarfe.
 - Bedarfe für Kultur- und Freizeitveranstaltungen.
3. Ziel: Breite, vielschichtige Beteiligung.

- Begleitung durch erfahrenen Experten.
- Vorgespräch bereits geführt.
- Detailbriefing nächster Schritt.
- Repräsentatives Ergebnis erreicht durch ausgewählte Telefoninterviews.
- Befragung aller Bevölkerungsgruppen.
- Zusätzliches Angebot über Online-Formular.



3.3 Vorbereitung Beteiligungsphase 1 Bedarfsanalyse

Bürgerbeteiligung – *BB 4 Meinungsbild über Bedarfsanalyse.*

1. Instrumente:
 - Bürgerversammlung.
 - Planungswerkstatt.
2. Teil 1 - Informieren:
 - Information der Öffentlichkeit über die Ergebnisse der Bedarfsanalyse.
 - Verständlich, übersichtlich, strukturiert.
3. Teil 2 – Meinungsbild einholen:
 - Bildung von moderierten Thementischen.
 - Klare Fragestellungen.
 - Strukturierte Dokumentation.
4. Ziel: Umfassendes Meinungsbild zur Bedarfsanalyse.

- Zeitplan: Frühjahr 2013 (abhängig von Zeitaufwand der Bedarfserhebung).
- Öffentliche Einladung.
- Veranstaltungsort Stadthalle.
- Vorstellung der Ergebnisse im großen Saal.
- Bildung von Thementischen in Tagungsräumen.
- Besetzung der Themen und Moderation in Kooperation mit am Koordinationsbeirat beteiligten Institutionen sowie zusätzlichen Experten.
- Externe Moderation – Vorauswahl getroffen.
- Anfrage und Briefinggespräch folgt.

4. Weiteres Verfahren

Ausblick Phase 2 (Standortsuche).

1. Voraussetzungen.
 1. Ergebnisse der Bedarfserhebung zur Vorlage im Gemeinderat.
 2. Zustimmende Grundsatzentscheidung des Gemeinderates zur Notwendigkeit eines neuen Konferenzzentrums.

 2. Vorbereitungen.
 1. Entwicklung des Erfassungsprozesses für Standorte
 2. Erarbeitung eines Kriterienkatalogs (Profil) für Standorte auf Basis der Bedarfsanalyse und erweiterter Kriterien.
 3. Ableitung eines objektiven Bewertungssystems nach Punkt 2.
 4. Definition einer umfassenden Bürgerbeteiligung an der Standortsuche.
 5. Entwicklung des Kommunikationskonzeptes zum Thema Standortsuche
 6. Operative Prozessstruktur und Finanzierung

 3. Umsetzung.
-

5. Verschiedenes

 Koordinationsbeirat
Neues Konferenzzentrum



6. Bürgerfeedback

- Ihre Meinung, Anregungen und Feedback sind uns wichtig.

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit.

4. Beiratssitzung

27. November 2012

16 – 18 Uhr

Stadthalle Heidelberg

