

BESCHLUSSVORLAGE V0046/24 öffentlich	Vorstand Rosenfeld, Georg, Prof. Dr. Telefon 3 05-32 00 Telefax 3 05-30 19 E-Mail ifg@ingolstadt.de Datum 26.01.2024
--	--

Gremium	Sitzung am	Beschlussqualität	Abstimmungs- ergebnis
IFG Ingolstadt AöR, Verwaltungsrat	05.02.2024	Vorberatung	
Ausschuss für Finanzen, Liegenschaften, Wirtschaft und Arbeit	20.02.2024	Vorberatung	
Stadtrat	29.02.2024	Entscheidung	

Beratungsgegenstand

**Errichtung einer mobilen Surfwelle zur Belebung der Innenstadt
- Antrag der AfD-Stadtratsfraktion vom 24.06.2023 (V0589/23) -
Stellungnahme der Verwaltung**

Antrag:

1. Die Stellungnahme der IFG zum Antrag der AfD-Stadtratsfraktion zur Errichtung einer mobilen Surfwelle zur Belebung der Innenstadt wird zur Kenntnis gegeben.
2. Die Errichtung einer Surfwelle wird bis auf weiteres nicht weiterverfolgt.

Prof. Dr. Georg Rosenfeld
Vorstand

Norbert Forster
Vorstand

Sachvortrag:

Die Prüfung des Antrags wurde der zuständigen IFG übertragen, die die folgende Stellungnahme dazu abgegeben hat.

Stellungnahme der IFG Ingolstadt AöR

Die IFG-Abteilung Standortmarketing und Tourismus hat bereits im Dezember 2022 die Errichtung einer mobilen Surfwelle im Innenstadtbereich als Maßnahme für eine Attraktivitäts- und Frequenzsteigerung für das Jahr 2024 geprüft. Damals wurde Kontakt zu der Firma Citywave aufgenommen. Sie ist Eigentümerin und Betreiberin der mobilen Surfwelle, die in Regensburg vor dem Donaeinkaufszentrum (DEZ) in 2022 und 2023 im Einsatz war und auf die sich der vorliegende Antrag bezieht. Citywave ist nach IFG-Recherche die einzige Firma in Deutschland, die ein professionelles Angebot in dieser Größenordnung hat. Es gibt mit der Firma Surf-Days einen weiteren Anbieter einer mit echtem Wasser betriebenen Anlage, die allerdings deutlich kleiner und weniger leistungsfähig ist und für Events etwa auf Messen oder Veranstaltungen wochenweise zum Einsatz kam.

Der Betrieb der mobilen Surfwelle der Regensburger Qualität ist nur im Rahmen einer Beauftragung der Firma Citywave möglich. Ein Betrieb durch die Stadt Ingolstadt oder eines städtischen Unternehmens ist wirtschaftlich nicht sinnvoll, hierfür müsste eine mobile Surfwelle erworben und mit eigenem Personal betrieben werden. Der grundsätzlich als Betreiber bzw. Organisator geeignete Innenstadtmarketing-Verein IN-City e.V. sieht sich kapazitätsmäßig und finanziell nicht in der Lage, ein solches Projekt neben seinen etablierten Aktivitäten wie der Eisbahn am Paradeplatz auf die Beine zu stellen.

Voraussetzungen für die Errichtung der mobilen Surfwelle sind eine Fläche von ca. 850 m² (ca. 25 m x 35 m) für einen Zeitraum von April bis September sowie eine Strom- und Wasserversorgung. Der Betrieb für einen kürzeren Zeitraum wäre wirtschaftlich nicht sinnvoll. Der Aufwand wird zu einem Teil durch Gebühren der Surfer finanziert. Der Preis für die Endnutzer belief sich damals auf 29 bis 45 € pro Slot und Surfer. Es konnten jeweils 45-Minuten Slots für maximal zehn Surfer gleichzeitig gebucht werden. Die mobile Surfwelle vor dem DEZ in Regensburg im Jahr 2022 hatte täglich von 10:00 bis 21:00 Uhr im Zeitraum von April bis September geöffnet und dabei ca. 10.000 Buchungen gezählt.

Der Auftraggeber finanziert den verbleibenden Teil des Aufwands. Die Kosten für den Auftraggeber beliefen sich zum Zeitpunkt der Gespräche (Nov. 2022 und Juni 2023) auf ca. 150.000 € (netto) zzgl. Strom- und Wasserverbrauch. Es ist anzunehmen, dass der Preis zum heutigen Zeitpunkt noch darüber liegen würde.

Nach damaliger Rücksprache mit einem Vertreter der Stadt Regensburg zeigte die mobile Surfwelle für die Frequenzsteigerung in der Altstadt keine Wirkung. Einerseits lag dies an der relativ abgeschiedenen Lage des DEZ, andererseits am Nutzerverhalten der Surfer selbst. Sie buchten gezielt mehrere Slots und hielten sich auf dem Gelände der Surfwelle auf. Nach dem Surfen reisten sie meistens direkt wieder ab. Zusätzlicher Aufwand und personelle Kapazitäten für ein attraktives Rahmenprogramm seitens des Auftraggebers wären daher notwendig, um einen nachhaltigen Effekt für die Frequenz- und Umsatzsteigerung der umliegenden Gewerbetreibenden zu erzielen.

Der Flächenbedarf für den Zeitraum von sechs Monaten ist hoch, weil es sich aus den geschilderten Gründen de facto um eine Dauerinstallation während des Frühlings und des Sommers handelt. Ein Platz in der Ingolstädter Altstadt wäre allerdings zwingend, um trotz des oben geschilderten Nutzerverhaltens einen Effekt für die Innenstadtbelebung erzielen zu können. Potentiell nutzbare Flächen für derartige Aufbauten wie der Paradeplatz oder der Theaterplatz kommen aufgrund konkurrierender Nutzungen durch Feste und Märkte schwerlich in Frage.

Hinsichtlich der überregionalen Vermarktung ergäben sich weitere nicht unerhebliche Kosten. Die Kampagne zur Bewerbung der mobilen Surfwelle und des erforderlichen Rahmenprogramms müsste bereits gut drei Monate vor dem eigentlichen Veranstaltungszeitraum beginnen. Der Grund hierfür ist zunächst der hohe Investitionsbedarf bei überregionalen Mediaplätzen in die sogenannte „Awareness“¹ für den Umzug der Surfwelle nach Ingolstadt und im weiteren Verlauf die sogenannte „Lead-Generierung“². Auf Basis der Ausgaben für die Kampagne „Ingolstadts verwunschene Weihnachtsgeschichten“ zur überregionalen Bewerbung der Adventszeit in Ingolstadt 2023 (ca. 30.000 €) wird hier für eine vergleichbar professionelle Bewerbung ein Mediabudget, zusätzlich zu den eigenen Marketingaktivitäten des Betreibers, von mindestens 60.000-80.000 € abgeschätzt.

Angesichts der aktuell kritischen Situation des städtischen Haushalts ist eine Umsetzung des Vorhabens schwer darstellbar. Weder im Wirtschaftsplan der IFG noch in der städtischen Planung sind Mittel für eine derartige Veranstaltung vorgesehen. Es wäre aktuell auch nicht zu vermitteln, angesichts der nötigen Priorisierung und Fokussierung von Maßnahmen die Finanzierung einer Surfwelle zu übernehmen. Daher wird empfohlen, die Errichtung einer Surfwelle bis auf weiteres nicht weiterzuverfolgen.

¹ Awareness Marketing meint notwendige Werbemaßnahmen um Aufmerksamkeit für die Einführung eines neuen Produktes oder eines neuen Events zu generieren.

² Ein Lead ist ein qualifizierter Kontakt mit einem Interessenten, der sich zum einen für ein Produkt interessiert und der zum anderen dem Werbetreibenden seine Adressdaten für einen weiteren Dialogaufbau überlässt und daher mit hoher Wahrscheinlichkeit zum Kunden wird.