

Entwicklungsprozess wettbewerbsfähige Tourismusorganisation: Pfälzer Bergland



**Aktueller Sachstand
Tourismus Service Center (TSC)
Pfälzer Bergland**

Pfälzer Bergland?



Pfälzer Bergland?

Kennzahlen

- 75.800 km²
- 131.000 Einwohner
- 150.000 Übernachtungen
- 2.025 Betten

amtl. Statistik

Aufgabe Tourismus

- FVZV Pfälzer Bergland
- Verkehrsverein Pfälzer Bergland e.V.
- Landkreis Kusel
- VG Bruchmühlbach-Miesau
- VG Kusel-Altenglan
- VG Lauterecken Wolfstein
- VG Oberes Glantal
- VG Otterbach-Otterberg



Wieso Veränderung?



4. strategische Weg zum Ziel: Strukturen und Prozesse konsequent bündeln



- Tourismus der Zukunft bedeutet nicht Prospekte verteilen, sondern Management des Tourismus und Entwicklung der Region.
- Der Wettbewerb zwischen den Regionen wird größer. Wir müssen wettbewerbsfähig bleiben
- Kritische Betrachtung erforderlich:
Wie wirtschaftlich kann man Tourismus durchführen?



SYSTEM TOURISMUS RHEINLAND-PFALZ

Gutachterliche Studie zur
Optimierung des Systems
Tourismus in Rheinland-Pfalz



RECHNUNGSHOF
RHEINLAND-PFALZ
prüfen und beraten

Feststellung des Rechnungshofes
Landkreis dominiert bei Kostenträgerschaft
im Fremdenverkehrszweckverband
→ Existenzberechtigung fraglich

Wieso Veränderung?

Land

Region: Pfalz

Lokal:

- FVZV Pfälzer Bergland
- Verkehrsverein Pfälzer Bergland e.V.
- Landkreis Kusel
- VG Bruchmühlbach-Miesau
- VG Kusel-Altenglan
- VG Lauterecken Wolfstein
- VG Oberes Glantal
- VG Otterbach-Otterberg

RLP Tourismustag 2021 (*Zitat Gabriele Flach Vorsitzende THV RLP e.V.*)

Tourismus ist eine freiwillige Leistung der lokalen Ebene, deswegen sollten

- effiziente Strukturen geschaffen werden
- Doppelstrukturen vermieden werden
- Ressourcen gebündelt werden

Erstmal anfangen

- November 2021** **Entschluss** der Verbandsversammlung TSC Prozess zu starten
- Juli 2022** **Förderantrag** zur Förderung eines TSC Prozesses
(80% Förderung max. 30.000,- € Gesamtkosten)
Kooperationsvereinbarung:
*„Die kommunalen Partner haben die feste Absicht, ihre touristischen Strukturen zu vernetzen und im Sinne eines Touristischen Service Centers (TSC) zu führen. Als TSC definiert der Leitfaden des THV „Strukturen und Aufgaben der lokalen Ebene in Rheinland-Pfalz“ strategisch geführte Organisationen, die im touristischen System marktgerechte Aufgaben mit finanziell und personell adäquat ausgestatteten Strukturen wahrnehmen.
Zu den Aufgaben gehören unter anderem:
Strategische Tourismusentwicklung; Produkt- und Qualitätsmanagement; ggf. Führung der TI; Besucherlenkung; ggf. Infrastrukturentwicklung; Vertrieb & Gästeservice; Marketing & Kommunikation; Koordination & Kooperation“*
- Februar 2023** **Kick Off** TSC Prozess mit Agentur Kohl > Partner
Diplom- Geograph Christopher Krull
27 Jahre Erfahrung als leitender Destinationsmanager Schwarzwald, Weserbergland und Oberstaufer. Davon **21 Jahre Geschäftsführer** und Entwickler der Marke Schwarzwald bei der **Schwarzwald** Tourismus GmbH.

unser TSC Prozess

Lenkungsgruppe

Projektleiter (Kohl & Partner),
Pfalz.Touristik, THV RLP, Landrat,
Bürgermeister der VGs, Mitarbeiter der KV
Kusel

Workshopteilnehmer

Projektleiter, Pfalz.Touristik, THV RLP,
Tourismus Sacharbeiter des Landkreises
und der Verbandsgemeinden



unser TSC Prozess

Lenkungsgruppe

Projektleiter (Kohl & Partner),
Pfalz.Touristik, THV RLP, Landrat,
Bürgermeister der VGs, Mitarbeiter der KV
Kusel

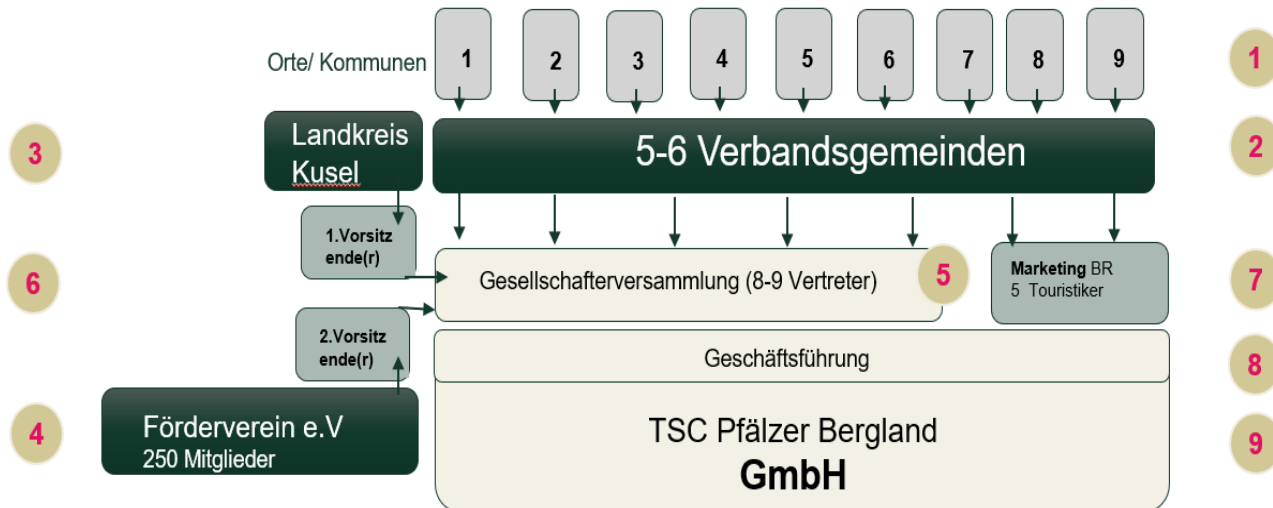


Workshopteilnehmer

Projektleiter, Pfalz.Touristik, THV RLP,
Tourismus Sacharbeiter des Landkreises
und der Verbandsgemeinden



TSC Pfälzer Bergland



1. Alle Orte sind über ihre Verbandsgemeinden in der Gesellschafterversammlung vertreten

2. Fünf Verbandsgemeinden, wenn Weilerbach auch zustimmt 6 VGs erwerben
Gesellschafteranteile, in der Summe z.B. 50%

3. Der Landkreis Kusel wird Gesellschafter

4. Der Förderverein hat ca. 250 Betriebe als Mitglieder und trägt einen Anteil am Stammkapital, der noch zu bestimmen ist

5. Die Gesellschaft hat 8 Gesellschafter und entsprechend viele Personen in der Gesellschafterversammlung

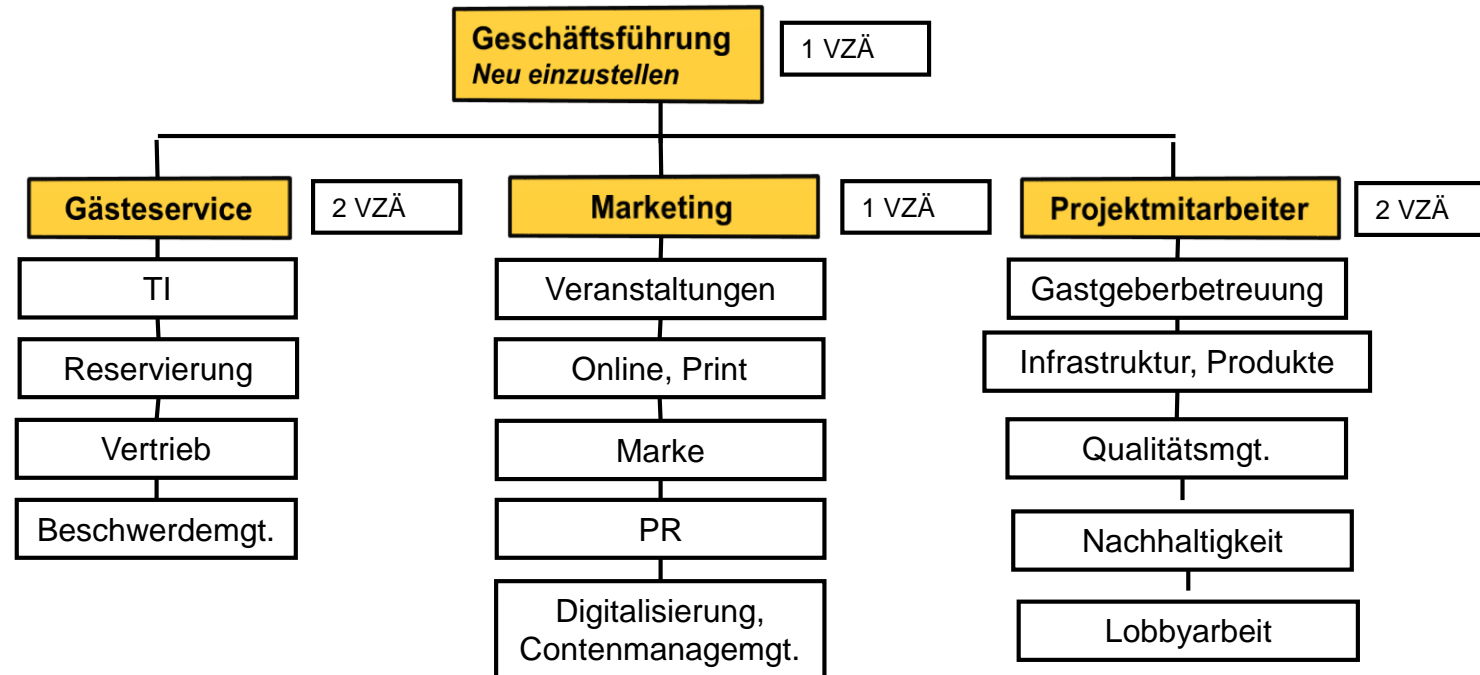
6. Der Landkreis Kusel ist der größte Einzelgesellschafter und stellt den Vorsitzenden, der Förderverein als zweitgrößter Ges. den stv. Vorsitzenden der GV

7. Die Touristiker der Verbandsgemeinden und der Förderverein bilden den beratenden Marketingbeirat

8. Der/ die Geschäftsführer(in) ist Organ der Gesellschaft

9. Die GmbH erhält von ihren Gesellschaftern jährl. Beiträge

Personal



TSC Pfälzer Bergland

Bereich	Inhalte
Destinations-organisation	<p>Personal:</p> <ul style="list-style-type: none"> Mind. 3 Vollzeitäquivalente im Destinationsmanagement, davon: <ul style="list-style-type: none"> 1x Geschäftsführung, Netzwerk & Controlling; 1x Marken- und Produktmanager 1x Marketing-Koordinierungsstelle (Schnittstelle zur RPT) Zzgl. je nach Tourismusaufkommen Personal im Gästeservice mind. 2 Mitarbeiter mit fachtouristischem Studium regelmäßige Weiterqualifizierung der Mitarbeiter <p>Finanzen:</p> <ul style="list-style-type: none"> mind. 250 TEUR Gesamtbudget p.a. mind. 50 TEUR p.a. eigenes Marketing-/Maßnahmenbudget zzgl. 50 TEUR Einnahmen aus freiwilligen Marketingbeteiligungen
Relevante Destinationsnachfrage	<ul style="list-style-type: none"> mind. 150.000 Übernachtungen gemäß amtlicher Statistik mind. 1.500 Gästebetten gemäß amtlicher Statistik
stabile, langfristig beständige Destinationsidentität	<ul style="list-style-type: none"> orientiert an geographisch-topographischen Grenzen Klar abgegrenztes, verbindlich festgelegtes Zuständigkeitsgebiet max. 30-45 Pkw-Minuten/Durchmesser Wahmehmbarkeit als Teilregion der Destination Naturräumlicher / kulturhistorischer Zusammenhang mit starker Identifikation nach Innen

Die, für den neuen TSC Prozess angedachte Gebietskulisse umfasst

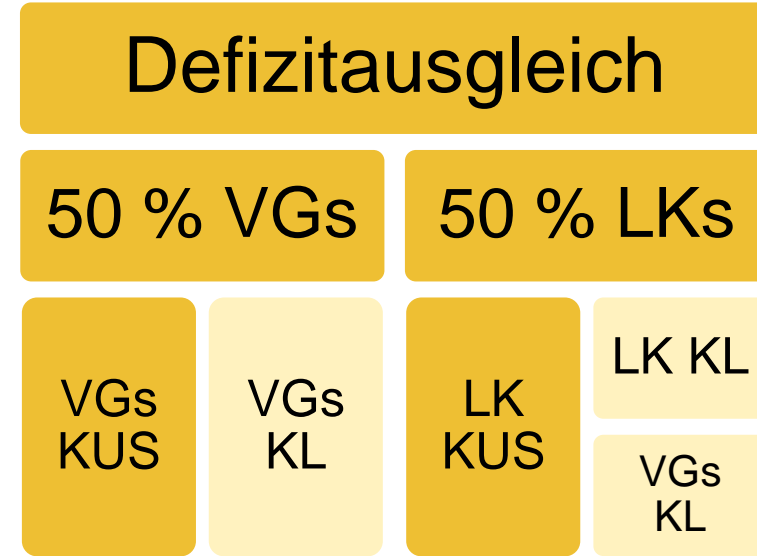
- rund **150.000 Übernachtungen** (statistisch gewerblich ohne Camping)
- **54.000 Gästeankünfte**,
- **2.025 Gästebetten** und

und erfüllt somit knapp die Mindestkriterien, welche vom Land für die lokale Ebene vorgeschlagen sind.

Finanzen

Haupteinnahmequelle sind die künftigen **Defizitausgleichszahlungen** der Gesellschafter.
Für deren Berechnung bieten sich folgende Kriterien an:

- a. Die Kosten werden 50% aufgeteilt: Landkreis und Verbandsgemeinden, dort wo der Landkreis die 50% nicht übernimmt, dort zahlt die Verbandsgemeinde den Anteil des Landkreises mit
- b. Berechnung **Methode Pfalz Touristik** (ab 24)
Grundbeitrag, Einwohner, Anzahl Betten, Übernachtungen



Die Vorteile

- Effiziente Strukturen erhöhen den **Kosten-Nutzen Faktor**
- Die Spezialisierung der touristischen Ansprechpartner steigert die **Kompetenz**.
- Eine gute touristische Infrastruktur steigert auch die **Lebensqualität** der Einheimischen und die Attraktivität der Region als Lebensraum.
- Ein starkes gemeinsames Marketing steigert die **Identifikation** der Einheimischen und die **Attraktivität** für Gäste.
- **Wirtschaftsförderung** für Gastgewerbe und alle anderen Betriebe (Attraktivität des Standortes für Fachkräfte)

Sachstand

Nach gemeinsamen Informationsveranstaltungen,
Vorstellung und Beratung in den Ausschüssen und in den Gremien,

haben die Gremien inzwischen alle folgendes beschlossen:

- Befürwortung der Gründung eines Tourismus Service Centers.
- Beteiligung als Gesellschafterin und Übertragung der Aufgabe Tourismus an das zu gründende Tourismus Service Center.
- Der Vorsitzende o.V.i.A. wurde ermächtigt, alle weiteren Schritte zur Bildung eines TSC in die Wege zu leiten.

Nächste Schritte

- Ausarbeitung detailliertes Finanzierungskonzept
- Entwurf Gesellschaftervertrag
- Liquidierung des Fremdenverkehrszweckverbandes
- Satzungsänderung Verkehrsverein und Beschluss zur Gesellschaftertätigkeit
- Gründung GmbH
- Überleitung Personal zur GmbH
- Bestellung Geschäftsführung
- Go Life TSC GmbH

Weiterhin begleitet durch

KOHL ► PARTNER

in 3 Stufen zum Ziel

Stufe 1

Installation der Geschäftsführung in bestehenden Räumlichkeiten

Stufe 2:

Zuordnung weiterer Mitarbeiter, Vorbereitung einer neuen Geschäftsstelle und TI

Stufe 3:

Optimale Mitarbeiterbesetzung (6 VZÄ), neue Geschäftsstelle, neue TI

**Vielen Dank
für Ihre Aufmerksamkeit**

Wir sehen uns im Pfälzer Bergland