

19. Sitzung der Enquete-Kommission „Wirtschafts- und Standortfaktor Tourismus in Rheinland-Pfalz“ am 10. April 2019

TOP Anhörverfahren „Strukturen im Tourismus in Rheinland-Pfalz“

Hier: Stellungnahme der Landesregierung

I Herausforderungen im System Tourismus in Rheinland-Pfalz

1 Hintergrund

Das bestehende Drei-Ebenen-System im rheinland-pfälzischen Tourismus ist hinsichtlich der Parameter Größe, personeller und finanzieller Ausstattung sowie Aufgabenabgrenzung gekennzeichnet von sehr heterogenen Strukturen und Organisationen. Bereits mit der Tourismusstrategie Rheinland-Pfalz 2015 wurde ein Optimierungsprozess hin zu stärker am Markt wahrnehmbaren Einheiten und unterstützenden Instrumenten eingeleitet. Ziel war vor allem, die Nachteile der kleinteiligen Strukturen auf kommunaler Ebene abzumildern und die Zusammenarbeit mit funktionalen Partnern zu koordinieren.

Dem wurde in der Tourismusstrategie Rheinland-Pfalz 2015 auf der Grundlage umfassender Analysen zu Organisation und Finanzierung in Form eines eigenen Strategiefeldes Rechnung getragen. Die hohe Bedeutung, die den darin formulierten Handlungsfeldern beigemessen wurde, spiegelte sich in der Etablierung dieser Themen in vier der zehn Schlüsselprojekte (SP) der Tourismusstrategie Rheinland-Pfalz 2015 wieder:

- Die Ziele und Handlungsfelder zur Optimierung der Aufbau- und Ablauforganisation mündeten in „SP 3 Optimierung lokaler Strukturen“ und „SP 4 System Tourismus“.
- Um die aufgabenadäquate Finanzierung des touristischen Systems zu verbessern, wurde „SP 1 Tourismusfinanzierung“ durchgeführt.
- Die Handlungsfelder zur Weiterentwicklung des Förderrahmens mündeten in „SP 2 Tourismusförderung“.

Die mit der Evaluierung beauftragte dwif-Consulting GmbH hat in ihrem öffentlich zugänglichen Endbericht zur Evaluierung der Tourismusstrategie Rheinland-Pfalz 2015 vom Oktober 2016 (EK 17/1-3) die aufgezeigten Ansätze positiv bewertet und die Fortsetzung des Optimierungsprozesses empfohlen. Verwiesen wurde in dem Zusammenhang auch auf den durch die fortschreitende Digitalisierung steigenden Handlungsdruck. Aus Faktoren wie der Kleinteiligkeit von Organisationen auf kommunaler Ebene und einer Vielzahl von Organisationseinheiten mit oft geringer Eigenfinanzierungskraft entstehen Ineffizienzen, die die wirtschaftliche Entwicklung im Tourismus hemmen und zum Verlust von Marktanteilen führen können. Daraus ergibt sich wei-

terer erheblicher Anpassungsbedarf. Neben der besseren Koordination der Aufgabenteilung und Aufgabenerfüllung zwischen den Ebenen muss die Leistungs- und Wettbewerbsfähigkeit der Destinationen weiter verbessert werden und die Einbindung von Netzwerkpartnern erfolgen. Gebraucht werden zudem verbindliche Regelungen sowie systemoptimierende Rahmenbedingungen und Unterstützungsleistungen.

Diese Empfehlungen wurden in der neuen Tourismusstrategie Rheinland-Pfalz 2025 berücksichtigt: Die Tourismusstrategie Rheinland-Pfalz 2025 analysiert die Ausgangslage und formuliert im Strategischen Weg 4 die Notwendigkeit einer Neuausrichtung im System Tourismus. Die touristischen Strukturen in Rheinland-Pfalz erweisen sich im bundesdeutschen Vergleich als kleinteilig. Viele Tourismusorganisationen sind nicht ausreichend leistungsfähig, um erfolgreich am Markt wahrgenommen zu werden. Steigender Kosten- und Finanzierungsdruck für die Marktbearbeitung auf der einen sowie Zurückhaltung bei der Einnahmengewinnung und Finanzierung des Tourismus durch die Kommunen auf der anderen Seite stellen die Tourismusorganisationen vor große Herausforderungen. Weiterer Handlungsdruck erwächst aus den Erfordernissen von digitaler Zusammenarbeit und digitalem Datenmanagement. Das System Tourismus in Rheinland-Pfalz muss überdacht werden und sich ein gutes Stück neu aufstellen.

Eine höhere Marktwirkung und mehr Wachstum kann nicht allein durch ein Mehr an Mitteleinsatz erreicht werden - für den Doppelhaushalt 2019/2020 hat das Land Rheinland-Pfalz bereits die Fördermittel für den Tourismus erheblich erhöht. Sehr entscheidend kommt es darauf an, die im System Tourismus vorhandenen Mittel und Ressourcen so effizient wie möglich zu verwenden. Für wettbewerbsfähige Destinationen in Rheinland-Pfalz und die Bildung und Entwicklung leistungsfähiger lokaler Tourismusstrukturen gilt es, die Aufgabenteilung flächendeckend zu optimieren und vorhandene Finanzierungsinstrumente zur Verbesserung der Eigenfinanzierungskraft auszuschöpfen.

Dazu wird in der Tourismusstrategie Rheinland-Pfalz 2025 das Strategieprojekt 4 „System Tourismus“ formuliert. Es beinhaltet die Analyse der Aufgaben, der Strukturen der Zusammenarbeit und der Organisation im Drei-Ebenen-System des Tourismus. In einem Konzept zur Optimierung der Strukturen und Prozesse sollen zukünftige Aufgabenteilung, der Zuschnitt der Organisationseinheiten sowie personelle und finanzielle Ressourcen dargestellt werden. Digitales Datenmanagement und digitale Marktbearbeitung sind maßgebliche Parameter. Der erste Aufgabenbaustein dazu wurde am 27.03.2019 öffentlich ausgeschrieben und ist auf der Vergabeplattform des Landes im Internet abrufbar.

Die für das Thema „Strukturen im Tourismus in Rheinland-Pfalz“ wichtigen Themenkomplexe „Eigene Einnahmemöglichkeiten der Kommunen“, „freie Selbstverwaltungsaufgabe und Aufgabenwahrnehmung durch Gemeindeverbände“ sowie „EU-Beihilferecht“ wurden im Bericht der Landesregierung zu „Finanzierungsmöglichkeiten des Tourismus“, Vorlage EK 17/1-35, in der Stellungnahme der Landesregierung zur „Umwandlung der kommunalen Tourismusförderung in eine Pflichtaufgabe der Selbstverwaltung“, Vorlage EK 17/1-34, sowie in der 6. Sitzung der Enquete-Kommission am 15.12.2017 in der entsprechenden Anhörung und deren Auswertung (siehe hierzu Stellungnahme der Landesregierung zur Auswertung des Anhörverfahrens zu „Finanzierungsmöglichkeiten des Tourismus“, Vorlage EK 17/1-45), behandelt.

Ausführlich hat sich die Enquete-Kommission Tourismus RLP auch mit der Evaluierung der Tourismusstrategie Rheinland-Pfalz 2015 als Grundlage für die Erarbeitung der neuen Tourismusstrategie Rheinland-Pfalz 2025 befasst. Auf die entsprechenden Dokumente wird verwiesen.

2 Tourismusstrategie 2015 und Instrumente zur Optimierung

Die Themen Organisation und Finanzierung des Tourismus in Rheinland-Pfalz waren bereits mit der Halbzeitbilanz und Weiterentwicklung im Jahr 2012 in die Tourismusstrategie 2015 als Strategiefeld V aufgenommen worden. Potenziale für Effizienzverbesserungen wurden benannt, verschiedene Handlungsfelder aufgezeigt und Projekte durchgeführt:

- Verbesserung der ebenenübergreifenden Zusammenarbeit,
- Optimierung der Strukturen auf der regionalen und lokalen Ebene,
- Qualifizierung der touristischen Strukturen,
- genaue Aufgabenabgrenzung,
- Verzahnung der Aufgabenwahrnehmung an Schnittstellen zu anderen Branchen,
- aufgabenadäquate Finanzierung,
- Verbesserung der Tourismusfinanzierung und Ausschöpfung bestehender Finanzierungsmöglichkeiten.

Die genannten Handlungsfelder wurden zur Umsetzung bzw. zur Schaffung besserer Rahmenbedingungen auf Landesebene drei Schlüsselprojekten (SP) zugeordnet: „SP 1 Tourismusfinanzierung“, „SP 3 Optimierung lokaler Strukturen“ und „SP 4 System Tourismus“.

„SP 1 Tourismusfinanzierung“ diente dem Ziel, in drei Teilprojekten Rahmenbedingungen und Grundlagen für eine dauerhafte und tragfähige Finanzierung kommunaler touristischer Aufgaben zu verbessern. Folgende Grundlagen und Handlungshilfen wurden erarbeitet, durch das Ministerium finanziert und durch den Tourismus- und Heilbäderverband Rheinland-Pfalz e.V. veröffentlicht: Modelle freiwilliger Beteiligung der Tourismuswirtschaft, Verbesserung der Einnahmesituation durch Erzielung zusätzlicher Eigenmittel, Tourismusfinanzierung mittels Tourismus- und Gästebeiträgen.

Infolge der vom damaligen Ministerium für Wirtschaft, Klima, Energie und Landesplanung (MWKEL) initiierten Änderung des Kommunalabgabengesetzes (§ 12 Abs. 1 und 2 KAG) und der Gemeindeordnung im Jahr 2015 können heute alle Gemeinden, denen Aufwendungen für die Tourismuswerbung und / oder für die Herstellung, den Betrieb und die Unterhaltung von Tourismuseinrichtungen entstehen, zu deren Refinanzierung einen Tourismus- und / oder Gästebeitrag erheben. Bis dahin war dies nur Gemeinden mit staatlicher Anerkennung nach Kurortegesetz Rheinland-Pfalz (KOG) gestattet. Nach § 94 Abs. 2 Satz 2 der Gemeindeordnung (GemO) kann auf eine solche Erhebung aber auch ganz oder teilweise verzichtet werden.

Die Broschüre des Tourismus- und Heilbäderverbandes Rheinland-Pfalz e.V. (THV) „Handlungshilfe Tourismusfinanzierung“, herausgegeben im Dezember 2017, gibt einen Überblick über Instrumente der Tourismusfinanzierung für Kommunen und die gesetzlichen Grundlagen. Die Grundlagenarbeiten und Erstellung der Handlungshilfe wurden vom MWVLW finanziert.

Zur Umsetzung von „SP 3 Optimierung lokaler Strukturen“ wurden mit externer Unterstützung durch Projekt M und das Europäische Tourismus Institut Empfehlungen und Erwartungen an die lokale Ebene erarbeitet und in einem Leitfaden formuliert. Mit dem Leitfaden „Strukturen und Aufgaben der lokalen Ebene im Tourismus in Rheinland-Pfalz“ hat der Tourismus- und Heilbäderverband Rheinland-Pfalz e.V. (THV) mit Unterstützung des Ministeriums für Wirtschaft, Verkehr, Landwirtschaft und Weinbau Rheinland-Pfalz (MWVLW) 2010 eine wichtige Handlungshilfe – insbesondere zur Optimierung der lokalen Tourismusstrukturen – zur Verfügung gestellt. Dieser Leitfaden bedarf inzwischen einer Aktualisierung und Anpassung an die neue Tourismusstrategie 2025. Es ist vorgesehen, dass der THV hierfür noch in 2019 eine Förderung des MWVLW erhält.

Weitere Projekte waren bzw. sind in diesem Zusammenhang die Durchführung von sogenannten Mystery Checks in lokalen Tourist-Informationen zur Bestandsaufnahme und Verbesserung der Beratungsqualität sowie die Grundlagenarbeiten zur Beschreibung und Entwicklung von

„Touristischen Service Centern“ und deren Umsetzung in sogenannten TSC-Prozessen. Nähere Ausführungen hierzu finden sich in Kapitel III.1.

Im Rahmen von „SP 4 System Tourismus“ wurden unter Federführung der RPT vor allem die Aufgabenbeschreibungen und –abgrenzungen zwischen RPT und regionaler Ebene begonnen.

Die beschriebenen Ansätze wurden im Jahr 2016 im Rahmen der Evaluierung der Tourismusstrategie 2015 bewertet. Aus den Ergebnissen der Untersuchung der dwif-Consulting GmbH lassen sich folgende Erkenntnisse zusammenfassen:

- Die befragten Akteure waren sich einig, dass die Optimierung der Strukturen der lokalen Ebene und die damit verbundene Form der Aufgabenwahrnehmung weiterhin als ungelöstes Problem betrachtet werden müssen.
- Kritisiert wurden Doppelarbeiten durch fehlende Abstimmung (Teilnahme an Messen, inflationäre Broschürenproduktion etc.). Als eine Ursache wurde der starke Eingriff der Politik in die Belange des Tourismus ausgemacht. Mit Blick auf das Fehlen verbindlicher Regelungen wurde vonseiten der Akteure vielfach das Anlegen „goldener Zügel“ gewünscht.
- Synergieeffekte könnten in der adäquaten Aufgabenteilung zwischen den Regionen und der RPT erreicht werden. Die Befragung verdeutlichte ein bei den Akteuren vorhandenes ausgeprägtes Bewusstsein über Rolle und Aufgabenspektrum von Regionalagenturen und Landesmarketingorganisation und über den anstehenden Veränderungsprozess.
- Für einen ressourcenschonenden Workflow, der auf die Ziele der Tourismusentwicklung in Rheinland-Pfalz einzahlt, gilt es, Kooperations- und Netzwerkstrukturen zu schaffen, bei denen derjenige die Aufgabe übernimmt, bei dem sie am besten angesiedelt ist. Dieser Abstimmungsprozess muss alle Partner im Land im Blick haben und einbeziehen.
- Bezüglich der „Effizienzoptimierung der lokalen Ebene durch Stärkung der Strukturen, Aufgabenübertragung oder interkommunale Kooperation“ stellt dwif fest, dass die interkommunale Kooperation und die Qualitätsverbesserung der touristischen Marktbearbeitung aufgrund der mangelhaften Personal- und Finanzausstattung und der fehlenden Ansätze der Mittelbündelung mit die größten Herausforderungen für den Tourismus im Land darstellen.

Die Evaluation legt nahe, dass die Idee, finanzielle und personelle Mittel zu bündeln, Synergien und Qualitätsverbesserungen zu schaffen, um in der Summe auf das Ziel der gewünschten Wertschöpfungssteigerung aus dem Tourismus für alle Beteiligten einzuzahlen, noch stärker

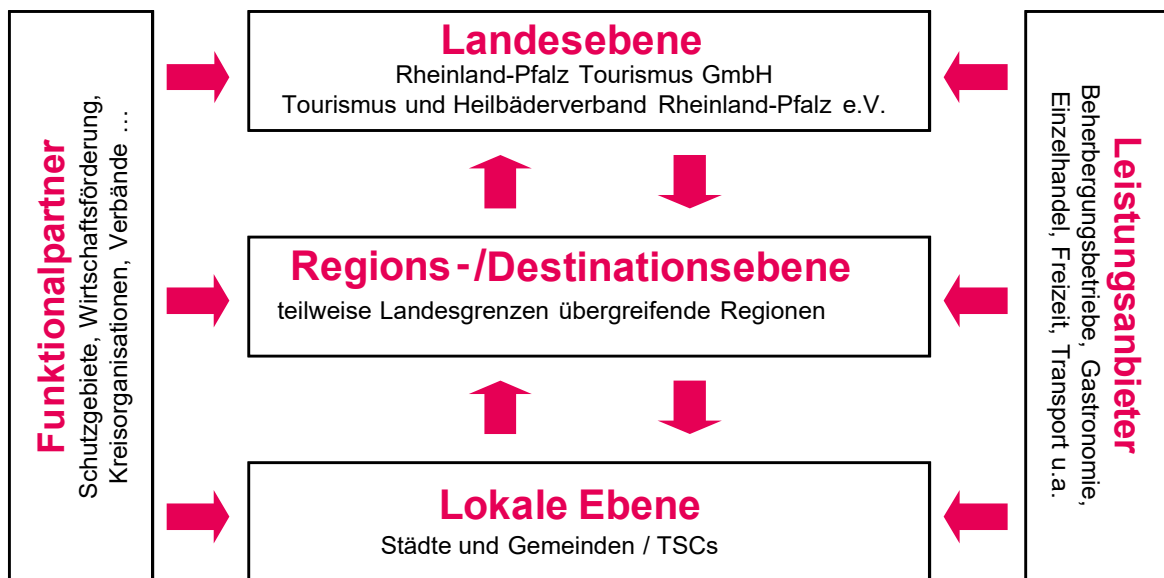
verankert werden muss. Hierbei kommt den Kommunen im Rahmen der kommunalen Selbstverwaltung eine zentrale Rolle zu.

Die Ergebnisse des dwif-Evaluierungsberichts sind der Enquete-Kommission Tourismus RLP in ihrer Sitzung vom 13.09.2017 komprimiert vorgestellt worden. Sie sind in die Entwicklung der neuen Tourismusstrategie Rheinland-Pfalz 2025 eingeflossen.

II Drei-Ebenen-System des Tourismus in Rheinland-Pfalz

Der Tourismus in Rheinland-Pfalz folgt dem sogenannten Drei-Ebenen-Modell. Das Drei-Ebenen-Modell stellt keine starre Struktur im Destinationsmanagement dar und ist in Rheinland-Pfalz auch nicht verbindlich.

Abbildung: Drei-Ebenen-Modell der touristischen Organisations- und Zusammenarbeitsstrukturen in Rheinland-Pfalz



Quelle: PROJECT M, Hamburg, 2017/2018

1 Lokale Ebene

Der Sparkassenverband hat sich im Tourismusbarometer 2011 intensiv mit Organisation und Finanzierung im Tourismus befasst. Eine Vollerhebung aller lokalen Tourismusorganisationen im Jahr 2009 hat gezeigt, dass die Strukturen durch ein hohes Maß an Heterogenität gekennzeichnet sind: von Klein- und Kleinstorganisationen, teilweise ohne öffentliche Geschäftsstelle für den Publikums- und Gästeverkehr, bis hin zu hochprofessionellen und starken Organisationen. Häufig sind die Strukturen auf lokaler Ebene nur begrenzt leistungsfähig aufgrund geringer personeller und finanzieller Ausstattung. Das Tourismusbarometer enthielt einen Selbsttest, der die Überprüfung der eigenen Destination auf Wettbewerbsfähigkeit umfasste und dessen Ergebnis der Markt- und Managementstärke in einer Matrix Orientierung bieten sollte.

Der Leitfaden „Strukturen und Aufgaben der lokalen Ebene im Tourismus in Rheinland-Pfalz“ sowie die Tourismus Service Center Prozesse (TSC-Prozesse) sind Ansätze der Professionalisierung und Harmonisierung dieser Strukturen im Sinne einer funktionierenden Aufgaben- und Arbeitsteilung für alle Ebenen. In diesem Kontext erfolgt idealer Weise die Abgrenzung zu den Aufgaben der Regionalagenturen.

Die Veröffentlichung des Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie aus dem Jahr 2013 „Tourismusperspektiven in ländlichen Räumen, Band 10: Kurzreport Organisationsstrukturen“ stellte u.a. im Fazit fest, dass für eine zukunftsfähige Tourismusentwicklung in ländlichen Räumen die Bereitschaft zu marktgerechten Organisationsanpassungen eine entscheidende Rolle spielt. Erfolgreicher Tourismus ist zwingend auf die konstruktive und partnerschaftliche Zusammenarbeit auf allen Ebenen angewiesen. Entscheidend ist der Aufbau von aufgabenorientierten und flexiblen statt hierarchischen Organisationsformen.

In Rheinland-Pfalz sind 72 Touristinformationen mit i-Marke des Deutschen Tourismusverbandes (DTV) zertifiziert, es gibt 57 mit „Servicequalität Deutschland“ zertifizierte Tourist-Informationen, 62 Touristinformationen wurden mit dem Zertifikat „Reisen für Alle“ ausgezeichnet. Den insgesamt mehr als 200 Touristischen Informationsstellen (auch ohne Zertifizierung) auf lokaler Ebene in Rheinland-Pfalz stehen z.B. 21 Lokale Tourismusorganisationen (LTO) in Schleswig-Holstein gegenüber, die aus einem fast flächendeckenden Optimierungs- und Bündelungsprozess durch interkommunale Kooperation gestärkt hervorgingen.

Ein Grund für die vergleichsweise hohen Zahlen sind die vorhandenen kommunalen Strukturen. Im Vergleich der Flächenländer verfügt Rheinland-Pfalz über sehr kleinteilige Kommunalstrukturen. Die Landkreise weisen mit durchschnittlich 124.950 Einwohnerinnen und Einwohnern 36,4

% weniger Einwohner auf als die der westdeutschen Flächenländer insgesamt. Rheinland-Pfalz stellt hinsichtlich der Einwohnerzahl die im Durchschnitt kleinsten kreisangehörigen Gemeinden. Fast die Hälfte der 2.263 Ortsgemeinden hat weniger als 500 Einwohner, rund 20 % haben sogar weniger als 300 Einwohnerinnen und Einwohner.

2 Regionale Ebene

Auf regionaler Ebene arbeiten in Rheinland-Pfalz zehn Regionalagenturen als Destinationsmarketingorganisationen (DMO), teilweise auch grenzübergreifend. Die Regionalagenturen weisen in Bezug auf die Personal- und Mittelausstattung sehr heterogene Strukturen auf und sind alle Gesellschafter der Rheinland-Pfalz Tourismus GmbH.

Das Sparkassen Tourismusbarometer 2011 zeigte auch auf, dass neben den Regionalagenturen i.d.R. auf teilregionaler Ebene (zwischen regionaler und lokaler Ebene) weitere touristische Gebietseinheiten, zum Beispiel auf Landkreisebene oder in Form von kommunenübergreifenden Zweckverbänden existieren. Der jeweilige Status ist sehr unterschiedlich und reicht von eigenständig agierenden und aktiv Marketing betreibenden Organisationen, die in der Rechtsform eines Vereins oder einer GmbH arbeiten, bis hin zu losen interkommunalen Kooperationen entlang von Themen oder geografischen Einheiten. Entlang des Rheins und in der Pfalz sind diese Gebietseinheiten am häufigsten zu finden.

Darüber hinaus übernehmen Landkreise oder Landkreisorganisationen, Wirtschaftsfördergesellschaften, Stadtmarketingorganisationen, lokale Aktionsgruppen, Großschutzgebiete etc. sowie die Fachverbände bestimmte Teilaufgaben im Tourismus.

Betriebe, Betten, Gäste und Übernachtungen nach Tourismusregionen 2018 (einschl. Camping)							
Tourismusregionen	Betriebe	Betten		Gäste	Übernachtungen	Gäste	Übernachtungen
	Stand:31 07 2018		Auslastung	Insgesamt		Ausländer	
	Anzahl		%	Anzahl			
Ahr	475	12.496	30,5	523.125	1.391.115	99.401	248.548
Eifel	1.321	43.415	22,6	1.051.798	3.581.766	275.924	1.030.802
Hunsrück	411	11.535	18,0	281.779	759.480	83.922	262.569
Mosel-Saar	3.708	73.930	27,1	2.601.162	7.319.050	759.299	2.347.268
Naheland	593	15.282	25,8	410.012	1.439.659	54.813	166.003
Pfalz	2.397	48.122	27,9	2.123.798	4.907.164	271.895	671.017
Rheinessen	428	13.421	33,7	991.716	1.649.866	219.979	372.352
Rheintal	904	26.717	28,4	1.303.357	2.770.105	264.928	554.272
Westerwald-Lahn	591	18.825	26,4	672.198	1.816.137	69.064	177.683
Rheinland-Pfalz	10.828	263.743	26,6	9.958.945	25.634.342	2.099.225	5.830.514

Quelle: Statistisches Landesamt Rheinland-Pfalz, 2019

Bevölkerung, Gästeintensität, Übernachtungsintensität, Gebietsfläche				
Tourismusregionen	Bevölkerung	Gästeintensität	Übernachtungsintensität	Gebietsfläche
	Stand 30.6.2018	je 1000 Einwohner		in km2
Ahr	100.053	5.228	13.904	716,65
Eifel	347.445	3.027	10.309	3.962,22
Hunsrück	145.073	1.942	5.235	1.689,73
Mosel-Saar	292.305	8.899	25.039	1.440,02
Naheland	245.567	1.670	5.863	1670,34
Pfalz	1.415.424	1.500	3.467	5.451,15
Rheinhessen	623.277	1.591	2.647	1.285,54
Rheintal	403.489	3.230	6.865	924,39
Westerwald-Lahn	505.471	1.330	3.593	2.711,75
Rheinland-Pfalz	4.078.104	2.442	6.286	19.858

Quelle: Statistisches Landesamt Rheinland-Pfalz, 2019

3 Landesebene

Auf Landesebene erfolgen die strategische Tourismusentwicklung sowie die Tourismusförderung im Ministerium für Wirtschaft, Verkehr, Landwirtschaft und Weinbau.

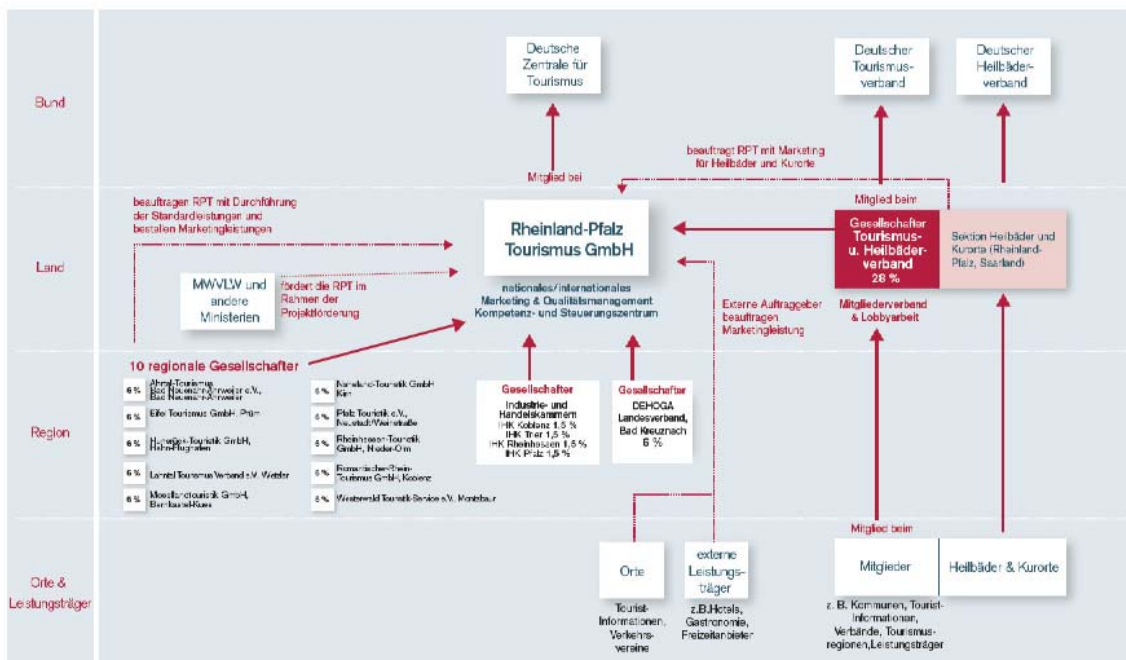
Mit dem Landestourismusmarketing ist die Rheinland-Pfalz Tourismus Marketing GmbH (RPT) betraut.

Die RPT wurde im Jahr 2000 auf Initiative des Landes Rheinland-Pfalz gegründet. Gesellschafter sind der Tourismus- und Heilbäder Verband Rheinland-Pfalz e.V. (THV) mit einem Anteil von 28 %, die 10 rheinland-pfälzischen Tourismusregionen (mit je 6 %), der DEHOGA Landesverband RLP (6 %) und die 4 IHKs (je 1,5 %). Das Land ist nicht Gesellschafter der RPT, hat allerdings gemäß Satzung einen Sitz im Aufsichtsrat.

Die RPT spielt als touristische Landesmarketingorganisation eine herausragende Rolle für den rheinland-pfälzischen Tourismus. Ihre zentralen Aufgaben sind:

- Planung und Durchführung touristischer Marketingmaßnahmen im In- und Ausland,
- Touristisches Kompetenz-, Wissens- und Steuerungszentrum für alle touristischen Akteure in Rheinland-Pfalz,
- Steuerung des Tourismus-Netzwerks in Rheinland-Pfalz.

Abbildung: Touristische Organisationen in Rheinland-Pfalz



Quelle: THV, 2019

4 Rolle der funktionalen Partner

Funktionale Partner sind beispielsweise Wirtschaftsförderungsgesellschaften, Trägerorganisationen der Schutzgebiete, Organisationen für Regionalentwicklung und –management, die LEADER-LAGen u.a.

Seitens der funktionalen Partner werden Strategien, Konzepte sowie Handlungs- und Maßnahmenpläne erstellt. Sie unterstützen die Ebenen im System Tourismus in der Regel mit Infrastrukturprojekten sowie qualitätsschaffenden und -verbessernden Maßnahmen.

Nicht in allen Punkten läuft die Zusammenarbeit zwischen den funktionalen Partnern und den touristischen Ebenen koordiniert ab. Von zentraler Bedeutung ist, dass die Aktivitäten künftig besser verzahnt werden.

III Konzentration und Professionalisierung

Einheiten auf lokaler und regionaler Ebene benötigen zur sachgerechten Erfüllung touristischer Aufgaben eine kritische Größe und Finanzierungsbasis, die es erlaubt, die in einem stabilen Netzwerk definierten Aufgaben leistungs- und wettbewerbsfähig umzusetzen.

Angesichts der Kleinteiligkeit der Organisationen sind Lösungen zu prüfen, die es sowohl leistungsfähigen Orten als auch kleineren, weniger leistungsfähigen Orten ermöglichen, den vielfältigen und ressourcenintensiven Aufgabenstellungen auf der lokalen Ebene nachzukommen:

- Gästen ein attraktives und entsprechend ihrer Urlaubsbedürfnisse hinreichend umfassendes Angebot machen zu können,
- das notwendige Know-How und die erforderlichen Fähigkeiten entwickeln zu können, die ggfls. spezialisiert und arbeitsteilig eingesetzt werden können,
- über genügend personelle Ressourcen und finanzielle Mittel zu verfügen, die für die Aufgabenerfüllung notwendig sind und
- eine professionelle Führung der lokalen Struktur und des lokalen Zuständigkeitsgebietes sicherstellen zu können.

1 Tourismus Service Center (TSC) in Rheinland-Pfalz

Im Zuge der Tourismusstrategie 2015 hat im Jahr 2009 eine Bestandsanalyse der Tourismusstrukturen auf der kommunalen Ebene in Rheinland-Pfalz gezeigt, dass die lokale Ebene von heterogenen, überwiegend kleinteiligen Strukturen mit oftmals begrenzter Leistungsfähigkeit gekennzeichnet ist.

In der Folge hat der THV ein Konzept zur Optimierung der touristischen Strukturen entwickelt, mit dem Ziel, marktfähige, strategisch geführte Einheiten auf lokaler Ebene zu bilden mit landesweit einheitlich definierten Kernaufgaben. Diese Einheiten werden Tourismus Service Center (TSC) genannt. Sie sollen die Effizienz der Tourismusarbeit der lokalen Ebene optimieren, die Ebenen übergreifende Zusammenarbeit stärken und die Kooperation zwischen lokaler Ebene und Leistungsträgern verbessern. Sie werden in der Regel durch Bildung größerer Einheiten auf lokaler Ebene erreicht, die hinsichtlich Handlungsfähigkeit, Schlagkraft und Qualität der Arbeit besonderen Maßstäben und Zielsetzungen entsprechen. Tourismus Service Center sind durch die folgenden Merkmale gekennzeichnet:

- Gewährleistung einer professionellen Führung
 - Klar definiertes Zuständigkeitsgebiet
 - Arbeit auf der Basis relevanter Planungs- und Führungsunterlagen
- Sicherstellung einer aufgabenadäquaten und marktfähigen Budget- und Personalausstattung
 - Qualifiziertes Fachpersonal
 - Ausreichendes Budget für die Marktbearbeitung und Gästeinformation
- Professionelle Bearbeitung von Kernaufgaben
 - Professioneller Betrieb einer Tourist-Information
 - Professionelle Umsetzung der Marketingaufgaben
 - Systematische Angebots- und Infrastrukturentwicklung /-pflege und Qualitätssicherung
- Einbindung in das touristische System des Landes
 - Berücksichtigung von Landes- und Regionalstrategien
 - Einbindung in die touristischen Landes- und Regionalstrukturen
 - Kooperatives Marketing mit den Regionen

Zu den Kernaufgaben gehören insbesondere:

- Professionelle, qualifizierte Führung und Administration
- Produkt und Angebotsentwicklung, insbesondere
 - Qualitätsmanagement
 - Vertrieb
 - Planung, Umsetzung und ggf. Betrieb der öffentlichen touristischen Infrastruktur
- Außenmarketing mit dem Schwerpunkt: Informierende Vermarktung (aktivierende Vermarktung in der Regel nur in Abstimmung mit der Landes- und/oder Regionalebene)
- Innenmarketing
- Gästeinformation und Betreuung

Es gibt für Kommunen unterschiedliche Möglichkeiten, Tourismus Service Center zu entwickeln. Im Wesentlichen werden drei Verfahren unterschieden:

- Übertragung von touristischen Aufgaben an Dritte (bereits starke Einrichtungen)
- Kooperation von zwei oder mehr Kommunen zur gemeinsamen Aufgabenwahrnehmung oder sogar zur gemeinsamen Trägerschaft (z.B. durch mehrere Verbandsgemeinden)
- Weiterentwicklung der Aufgabenwahrnehmung im eigenen Zuständigkeitsbereich einer Kommune durch interne Strukturverbesserung.

Im Rahmen der Umsetzung der Aufgaben und Ziele der Tourismusstrategie 2015 haben der THV und das MWVLW ein Angebot entwickelt, das den Kommunen dabei hilft, größere touristische Organisationseinheiten im Sinne eines TSC zu entwickeln. Die Orte erhalten Unterstützung bei Organisations-, Finanzierung-, Steuer- und sonstigen Fragen durch ausgewiesene Experten, die neben der fachlichen Unterstützung auch den Prozess auf dem Weg zum TSC moderieren und begleiten. Die Kosten für diesen Prozess in Höhe von maximal 30.000 € (brutto) können unter bestimmten Voraussetzungen durch eine Landesförderung unterstützt werden. Von den Kommunen ist ein Eigenanteil von 20 % zu tragen. Wichtigste Voraussetzung zur Teilnahme ist ein Beschluss der politischen Gremien, die TSC-Bildung ernsthaft umsetzen zu wollen. Die Praxis zeigt, dass die konkrete Umsetzung eines TSC ein langwieriger Prozess ist, der sich zum Teil über mehrere Jahre erstreckt.

Ausführliche Hintergründe, Erläuterungen und die praktischen Ansätze zur Bildung von TSC enthält der Leitfaden „Strukturen und Aufgaben der lokalen Ebene im Tourismus in Rheinland-

Pfalz“. Er kann im Tourismusnetzwerk Rheinland-Pfalz heruntergeladen werden, unter: <https://rlp.tourismusnetzwerk.info/inhalte/leitfaeden/tourist-information/>.

2 Abgeschlossene TSC-Prozesse

- Ferienregion „Laacher See“ (Verbandsgemeinden Brohltal, Mendig und Pellenz)
- RheinTerrassenWeg (13 Kommunen von Mainz bis Worms)
- Zentrum Pfälzerwald (Verbandsgemeinden Hochspeyer, Kaiserslautern-Süd, Landstuhl, Lambrecht (Pfalz), Rodalben und Waldfishbach-Burgalben)
- „Edelsteinstraße“ (jetzt EdelSteinLand, Verbandsgemeinden Herrstein und Idar-Oberstein)
- Ferienregion Rhein-Selz (mehrere Ortsgemeinden in der Verbandsgemeinde Rhein-Selz)
- Traben-Trarbach (Verbandsgemeinde Traben-Trarbach, nach Fusion)
- Ferienland Cochem (Stadt Cochem, Verbandsgemeinde Cochem, nach Fusion)
- Ferienregion Erbeskopf (Verbandsgemeinden Birkenfeld, Thalfang am Erbeskopf, Hermeskeil)

3 Good Practice: Ferienregion Laacher See

Die Ferienregion Lacher See besteht aus den drei Verbandsgemeinden Brohltal, Mendig und Pellenz. Der Laacher See mit der Abtei Maria Laach bildet das touristische Zentrum der Region. Neben rund einer Millionen Tagesausflügen pro Jahr machen gut 110.000 Übernachtungen in statistisch erfassten Betrieben sowie rund 40.000 Übernachtungen in Privatquartieren und Ferienwohnungen etc. die touristische Nachfrage in den drei Verbandsgemeinden aus. Grundlage ist eine hohe Dichte an natürlichen und kulturellen Attraktionen, die in den letzten Jahren mit Investitionen kontinuierlich touristisch in Wert gesetzt wurden (Lavadome, Traumpfade etc.). Die Ferienregion Laacher See verfügt über überregional bekannte Attraktionen und nah gelegene touristisch interessante Ziele (Koblenz, Nürburgring, Rheintal, Geysir Andernach u.a.).

Als Ergebnis des TSC Prozesses schlossen sich die drei Verbandsgemeinden 2015 zu einem Zweckverband zusammen und vermarkten die Region seitdem gemeinsam. Als zentrale Anlaufstelle für die Gäste eröffnete im Oktober 2015 am Laacher See eine neue Tourist-Information. Großer Wert wird bei der Zusammenarbeit auf die qualitative Weiterentwicklung der Angebote gelegt. Hilfreich ist die gute Einbindungsmöglichkeit der touristischen Leistungsträger,

z.B. durch Einrichtung eines Marketingbeirates. Weitere Vorteile dieser Organisationsform sind die Entscheidungsflexibilität, Erfolgsorientierung und die Möglichkeiten der kommunalen Einbindung. Eine wichtige Grundlage für die erfolgreiche Entwicklung und Umsetzung des TSC Ferienregion Laacher See bildete die bereits langjährige, gute touristische Zusammenarbeit der drei Verbandsgemeinden. Hierdurch bestand eine Vertrauensbasis untereinander, die einen grundlegenden Neuaufbau der touristischen Strukturen ermöglichte.

4 Initiative GesundLand Vulkaneifel

Mit der Auslobung eines Ideenwettbewerbs durch das MWVLW im Jahr 2008 wurden die rheinland-pfälzischen Heilbäder und Kurorte aufgefordert, Ideenpapiere zu entwickeln, die das besondere Profil und die Alleinstellungsmerkmale des Ortes hervorheben sollten. Das MWVLW hat bereits in einer ersten Stufe seine finanzielle Beteiligung an der Ausarbeitung der Ideenpapiere erklärt. Hierfür wurden den 21 teilnehmenden Heilbädern und Kurorten zu den förderfähigen Gesamtausgaben in Höhe von 192.000 € Fördermittel in Höhe von insgesamt 153.000 € bewilligt. Ausgelobt war die Förderung der Weiterentwicklung der Ideenkonzepte zu Masterplänen mit konkreten Umsetzungsmaßnahmen für fünf Siegerkommunen sowie eine prioritäre Förderung dieser Umsetzungsmaßnahmen durch das MWVLW.

Diese Chance haben die drei Verbandsgemeinden (VG) Bad Bertrich, Daun und Manderscheid (seit 01.06.2014 ist Manderscheid in die VG Wittlich-Land eingegliedert), die mit Ihrem Ideenkonzept „Gesundheitslandschaft Vulkaneifel“ als einer der Sieger aus dem Ideenwettbewerb hervorgegangen sind, genutzt.

Der Schwerpunkt des Ideenkonzepts der drei zusammenarbeitenden Verbandsgemeinden lag in der Gestaltung der Landschaft mit der gezielten Entwicklung von Landschaftswegen und landschaftstherapeutischen Parks. Für die Ausarbeitung eines umfassenden Masterplans / Entwicklungskonzepts für eine „Gesundheitslandschaft Vulkaneifel“ wurde zu den förderfähigen Gesamtkosten in Höhe von 200.000 € eine Zuwendung in Höhe von 160.000 € durch das MWVLW gewährt.

In einem mehrjährigen Entwicklungsprozess in den Jahren 2010 bis 2014 wurde unter großem Einsatz der beteiligten Kommunen und Landkreise zusammen mit den örtlich ansässigen Leistungsträgern sowie unter Einbindung der Öffentlichkeit das Entwicklungskonzept des heutigen „GesundLand Vulkaneifel“ erarbeitet. Für den Start wurden die Aufgaben der drei Verbandsgemeinden in einem Kompetenzzentrum „Gesundheitslandschaft Vulkaneifel“ gebündelt.

Die Vulkaneifel hat mit der Landschaftstherapie Neuland betreten, die Maßnahmen haben entsprechend Modellcharakter. Zur Umsetzung des komplexen Gesamtkonzepts waren die Beteiligung einer Vielzahl von Akteuren erforderlich sowie eine kommunale Zusammenarbeit über die Grenzen von Verbandsgemeinden und Landkreisen hinaus. Ohne das hohe Maß an Motivation aller Beteiligten wäre eine erfolgreiche Konzeptumsetzung nicht möglich gewesen.

Der Bekanntheitsgrad des heutigen „GesundLand Vulkaneifel“ konnte mit der Umsetzung von vielen Teilprojekten, die mit Landesmitteln, EU-Mitteln und der Unterstützung der Lokalen LEADER-Aktionsgruppe Vulkaneifel gefördert wurden, erreicht werden. Insgesamt wurden Investitionen in die Infrastruktur, in Fortbildungs- und Qualifizierungsmaßnahmen, in den Aufbau des Kompetenzzentrums, in die Produktentwicklung sowie in Marketingmaßnahmen in Höhe von 4.139.774 € getätigt. Es wurden Zuwendungen mit Fördersätzen zwischen 50 und 80 % in Höhe von 2.675.144 € gewährt. Mit den folgenden Teilprojekten hat das „GesundLand Vulkaneifel“ seinen Gesamterfolg erreicht:

Landschaftstherapeutischer Park Römerkessel, Bad Bertrich	738.616 € (Zuschusshöhe)	EF- RE/Bädermittel/FAG- Mittel (bewilligt)
Realisierung Online-Netzwerk, Konzept- und Pflegekosten 2010 – 2013	95.150 € (Zuschusshöhe)	LEADER / ELER (bewilligt)
Aufbau und Entwicklung eines Kompetenzzentrums (2010 - 2013)	438.000 € (Zuschusshöhe)	LEADER / ELER/ Bäd- ermittel/FAG-Mittel (bewilligt)
Vorbereitende Produktentwicklung und Entwicklung von Pilotangeboten (2011)	44.800 € (Zuschusshöhe)	Bädermittel/FAG-Mittel (bewilligt)
Aufbau und Entwicklung der Marketingbasis 2011	116.00 € (Zuschusshöhe)	Bädermittel/FAG-Mittel (bewilligt)
Einführungsphase der Marktbearbeitung (2012-2014)	623.700 € (Zuschusshöhe)	LEADER / ELER (bewilligt)
Qualifizierungsmaßnahmen (2012 - 2014)	284.498 € (Zuschusshöhe)	LEADER/ESF (bewilligt)
Umgestaltung des Kurparks Daun	334.380 € (Zuschusshöhe)	FAG-Mittel (bewilligt)
Gesamtförderung:	2.675.144 €	

In diesem Zusammenhang wird auf Teile der schriftlichen Stellungnahme der GesundLand Vulkaneifel GmbH vom 28.01.2019 (Vorlage EK 17/1-111) sowie auf die Ausführungen des als Auskunftsperson geladenen Geschäftsführers der GesundLand Vulkaneifel GmbH, Rainer Schmitz, verwiesen.

IV Ausblick

Wie weiter oben ausgeführt, formuliert die Tourismusstrategie Rheinland-Pfalz 2025 im Strategischen Weg 4 das Ziel und den Anspruch, die Strukturen und Prozesse im Tourismus konsequent zu bündeln. Das System Tourismus muss sich neu aufstellen. Dies gilt umso mehr vor dem Hintergrund der Erfordernisse von digitaler Zusammenarbeit und digitalem Datenmanagement. Zur Optimierung touristischer Aufgaben und ihrer qualitätsvollen Erfüllung sollen Strukturen und Prozesse gebündelt, Doppelstrukturen abgebaut und Ressourcenbedarfe angepasst werden. Mit effizientem Mitteleinsatz sollen größtmögliche Marktwirkung und mehr Wachstum erreicht werden.

Um die Ziele des Strategischen Weges 4 erreichen zu können, ist in der Tourismusstrategie Rheinland-Pfalz 2025 ein eigenes Strategieprojekt vorgesehen. In Strategieprojekt Nummer 4 „System Tourismus“ steht eine Analyse der Aufgaben, Strukturen der Zusammenarbeit und Organisation im Drei-Ebenen-System des Tourismus im Fokus. In einem Konzept zur Optimierung der Strukturen und Prozesse sollen die zukünftige Aufgabenteilung, der Zuschnitt der Organisationseinheiten sowie personelle und finanzielle Ressourcen dargestellt werden. Dazu wurde eine gutachterliche Studie ausgeschrieben. Die laufende Ausschreibung des MWVLW „System Tourismus“ stellt einen ersten Schritt zur Umsetzung des Strategischen Weges 4 und des Strategieprojekts 4 dar. Die Ausschreibung kann auf der Vergabepattform des Landes eingesehen werden.

Ausgangspunkt der Studie ist die Kenntnis über die im bundesdeutschen Vergleich sehr kleinteiligen touristischen Strukturen in Rheinland-Pfalz. Das Land Rheinland-Pfalz will mit der geplanten Auftragsvergabe einen Beitrag zu folgenden Zielen der Tourismusstrategie Rheinland-Pfalz 2025 erarbeiten lassen:

- Horizontale und vertikale Abstimmung sämtlicher Strukturen und Prozesse im System Tourismus auf die Umsetzung der Tourismusstrategie Rheinland-Pfalz 2025
- Abstimmung und Optimierung der Arbeit der Akteure im Tourismus auf allen Ebenen (Land, Regionen, Kommunen) insbesondere auch vor dem Hintergrund der Anforderungen der digitalen Transformation
- Stärkung des Systems Tourismus durch Bündelung und Abstimmung aller Strukturen und Prozesse, Rollen, Aufgaben, Aufgabenteilung und Mechanismen der Zusammenarbeit auf Landesebene, regionaler und lokaler Ebene

- Konsequent auf die Umsetzung der Tourismusstrategie Rheinland-Pfalz 2025 ausgerichtete Organisation und Aufgaben der Rheinland-Pfalz Tourismus GmbH
- Aufgabengerechte Organisation für leistungsfähige touristische Regionalagenturen
- Abbau der Kleinteiligkeit auf kommunaler Ebene durch Bündelung der touristischen Strukturen auf lokaler Ebene z.B. durch konsequente, flächendeckende Umsetzung von Prozessen zur Optimierung von Aufgaben und Ressourcen
- Landesweiter, zukunftsfähiger digitaler Datenmanagement-Prozess, der Verfügbarkeit, Qualität und Nutzung touristisch relevanter Contents inhaltlich und technologisch auf eine neue Evolutionsstufe bringt

Mit ersten Ergebnissen kann ab dem ersten Quartal 2020 gerechnet werden.

V Prüfauftrag

In Erledigung einer Prüfbitte der Enquete-Kommission werden folgende Informationen über die Zuständigkeiten für den Tourismus auf Landes- und auf regionaler Ebene gegeben (Marketingorganisationen):

Landesebene:

Rheinland-Pfalz Tourismus GmbH

Aufsichtsratsvorsitzender: Werner Klöckner

Geschäftsführer: Stefan Zindler

56068 Koblenz

Tourismus- und Heilbäderverband Rheinland-Pfalz e.V.

Vorsitzender: Gabriele Flach

Geschäftsführer: Stefan Zindler

56068 Koblenz

Sektion Heilbäder und Kurorte

Vorsitzender: Guido Orthen

53474 Bad Neuenahr-Ahrweiler

DEHOGA Rheinland-Pfalz e.V.

Präsident: Gereon Haumann

Geschäftsführerin: Anna Roeren-Bergs
55545 Bad Kreuznach

Verband der Campingplatzunternehmer Rheinland-Pfalz
u. Saarland e.V.

Vorstandsvorsitzender: Günter Becker
Geschäftsführer: Prof. Dr. Heinrich Lang
66851 Steinalben

Die Jugendherbergen in Rheinland-Pfalz und im Saarland e.V.

Vorstandsvorsitzender: Jacob Geditz
Geschäftsführerin: Bettina Russ
55122 Mainz

Regionale Ebene:

Auf der regionalen Ebene liegt die Zuständigkeit bei 10 touristischen Regionalagenturen, die als Gesellschafter der Rheinland-Pfalz-Tourismus GmbH die regionalen touristischen Interessen in der Landesmarketingorganisation (LMO) vertreten:

Ahrtal Tourismus Bad Neuenahr-Ahrweiler e.V.

Geschäftsführer: Andreas Wittpohl
53474 Bad Neuenahr-Ahrweiler

Eifel Tourismus GmbH

Geschäftsführer: Klaus Schäfer
54595 Prüm

Hunsrück-Touristik GmbH

Geschäftsführer: Jörn Winkhaus
55483 Hahn-Flughafen

Lahntal Tourismus Verband e.V.

Geschäftsführer: Achim Girsig
35576 Wetzlar

Mosellandtouristik GmbH

Geschäftsführerin: Sabine Winkhaus-Robert

54470 Bernkastel-Kues

Naheland-Touristik GmbH

Geschäftsführerin: Ute Meinhard

55606 Kirn

Pfalz-Touristik e.V.

Geschäftsführer: Dr. Detlev Janik

67434 Neustadt

Rheinhessen-Touristik GmbH

Geschäftsführer: Christian Halbig

55268 Nieder-Olm

Romantischer Rhein Tourismus GmbH

Geschäftsführerin: Jeanette Dornbusch

56075 Koblenz

Westerwald Touristik-Service e.V.

Geschäftsführer: Christoph Hoopmann

56410 Montabaur