

Pfalz Akademie Lambrecht

Mittwoch, 15. März 2006

Seminar: Fachkonferenz Tourismus;

„Organisation der Tourismusförderung in nichttouristischen Gemeinden“

Referent: Reiner Hör, Büroleiter bei der
Verbandsgemeindeverwaltung 76870 Kandel

Inhalt:

1. Willensbildungsprozess
2. Akteure
3. Organisationsformen
4. Verfahrensschritte
5. Rechtlicher Rahmen
6. Standortentscheidung
7. Personalauswahl und Besetzung
8. Abgrenzung/Zusammenarbeit Verein und Verbandsgemeindeverwaltung
9. Finanzierung
10. Praktische Arbeit
 - Angebote
 - Werbung
 - Zusammenarbeit mit anderen Leistungsträgern
 - steuerrechtliche Fragen
 - Technologien (Informations- und Leitsystem, Informations- und Reservierungssystem)
11. Zusammenfassung

1. Willensbildungsprozess

Voraussetzung für eine erfolgreiche Teilnahme am Tourismusmarkt ist die Erkenntnis und Überzeugung, dass der Tourismus – nicht zuletzt aufgrund der demografischen Entwicklung unserer Gesellschaft – immer mehr an Bedeutung gewinnt und zunehmend ein immer wichtigerer Wirtschaftsfaktor wird bzw. ist. Dass der Tourismus eine kommunale freiwillige Selbstverwaltungsaufgabe ist, wird sehr ausführlich und anschaulich im Kommunalbrevier Rheinland-Pfalz 2004 (Seiten 644 ff. – s. Anlage 1) dokumentiert.

2. Akteure

Wenn sich die Verwaltungsspitze (Bürgermeister und Beigeordnete) darüber einig ist, dass sie den Tourismus fördern wollen, ist zu entscheiden, wer mit ins „Tourismusboot“ genommen wird. Die Entscheidung allein über die politischen Gremien herbeizuführen, kann nicht von Erfolg gekrönt sein. Wichtig ist, diejenigen, die selbst ein großes wirtschaftliches Interesse am florierendem Tourismus haben, mit einzubinden. Deshalb sollten bereits bei der Auftakt- oder Informationsveranstaltung Gastronomen, Hotels und Beherbergungsbetriebe, Direktvermarkter, Weinbaubetriebe, Einzelhandelsgeschäfte, etc. eingeladen werden (s. Einladungs-Muster – Anlage 2).

3. Organisationsformen

Die Kommune muss sich entscheiden, ob sie die öffentlich-rechtliche (Eigen- oder Regiebetrieb, Zweckverband) oder privatrechtliche Organisationsform (GmbH, AG oder Verein) will. In kleineren Gemeinden oder Verbandsgemeinden ist in der Regel die Vereinsform kostengünstiger (z.B. Prüfkosten, Personalkosten). Doch nicht nur die Kosten, sondern auch die Bereitschaft auf freiwilliger Basis mitzuarbeiten, spricht für eine Vereinsform. Das „Wir-Gefühl“ ist hier besonders stark ausgeprägt und strahlt auf die Vereinsmitglieder und deren berufliches, gesellschaftliches und privates Umfeld aus.

4. Verfahrensschritte

Nach der Durchführung der Auftaktveranstaltung entscheidet sich in der Regel „wo die Reise hingeht“. Ist der Zuspruch sehr groß, fällt es den politisch Verantwortlichen leicht, die Tourismusaufgabe voranzutreiben. Bei dieser Auftaktveranstaltung sollte man darauf bedacht sein, die Teilnehmer in einer Liste festzuhalten und dabei gleichzeitig abzufragen, ob sie an einer weiteren Mitarbeit oder gar an einem Beitritt in einem Verein interessiert sind. Danach empfiehlt sich der Schritt, die „freiwillige Selbstverwaltungsangelegenheit“ in den politischen Gremien zu behandeln. Dabei ist bei einer Verbandsgemeinde darauf zu achten, dass die Ortsgemeinderäte die Entscheidung mittragen. Egal, ob es ein Beitritt zu einem Verein ist oder als freiwillige Selbstverwaltungsaufgabe der Verbandsgemeinde wahrgenommen werden soll (siehe hierzu auch Ziff. III, 1. des Kommentars der Anlage 1): Ohne die Zustimmung der jeweiligen Ortsgemeinde, die auch die finanziellen Lasten mittragen soll, ist eine Aufgabenwahrnehmung nur unter erschwerten Bedingungen möglich. Im Falle einer Vereinsgründung ist es nicht so dramatisch, wenn eine einzelne Ortsgemeinde nicht mitwirken möchte. Selbstverständlich wird jeder fehlende Vereinsbeitrag die Aktivität des Vereins einschränken, doch ein „Überstülpen“ der Aufgabe mit qualifizierter Ratsmehrheit ist mit Sicherheit nachteiliger. Nach den Entscheidungen in den jeweiligen Ratsgremien (Muster einer Sitzungsvorlage – s. Anlage 3), kann mit der eigentlichen Vereinsarbeit begonnen werden.

5. Rechtlicher Rahmen

Die Arbeit im Verein muss nach einschlägigen gesetzlichen Vorgaben (s. §§ 21 ff BGB) durch Satzung geregelt sein. Wichtig ist dabei nicht nur, welche Aufgaben und Kompetenzen wahrzunehmen sind, sondern auch der Vereinsname. Dieser sollte die örtlichen oder regionalen Besonderheiten beinhalten. (Satzungsmuster – s. Anlage 4).

6. Standortentscheidung

In der Regel sind die kommunalen Tourismusbüros in den Verwaltungen der Städte bzw. Verbandsgemeinden untergebracht. Dies oft deshalb, weil der Sitz der Verwaltung zentral liegt und die Besucher ohnehin den Ortsmittelpunkt aufsuchen werden. Anders stellt sich die Situation dar, wenn die Touristen durch günstige Verkehrsverbindungen (z.B. ÖPNV) an anderer Stelle erstmals ankommen. Ein anschauliches Ambiente kann dann für eine Stationierung des Tourismusbüros entscheidend sein. Gerade ein restauriertes Bahnhofsgebäude bietet sich hierfür an. Gleich nach dem Verlassen des Zuges, können die Touristen auf die Sehenswürdigkeiten der Kommune hingewiesen werden.

7. Personalauswahl und Besetzung

Erfolg oder Mißerfolg eines Tourismusbüros hängt in erster Linie von dem Personal ab. Engagierte, freundliche und hilfsbereite Mitarbeiter garantieren auf Dauer Erfolg. Grundvoraussetzung sind jedoch eine ausreichende Qualifikation für die Tourismusbranche und kaufmännische Vorbildung. Die Besetzung selbst orientiert sich in erster Linie nach den finanziellen Möglichkeiten der Kommune bzw. des Vereins. Übersehen wird dabei oft, dass Erfolg nur möglich ist, wenn die Besucher/Touristen die touristischen Angebote nur dann wahrnehmen können, wenn sie gut vermarktet werden. Das heißt, dass die Kommune bei Beginn der touristischen Aktivitäten zunächst davon ausgehen muss, dass die Ausgaben höher sind als die Einnahmen.

8. Abgrenzung/Zusammenarbeit Verein und Kommunalverwaltung

Ohne die Zusammenarbeit und Unterstützung der örtlichen Verwaltung ist eine erfolgreiche Tourismuserarbeit nicht möglich. Wichtig ist jedoch, dass die Arbeiten, Zuständigkeiten und Kompetenzen klar abgegrenzt werden. Dies ist auch für die finanziellen Zuordnungen unerlässlich (u.a. Umsatzsteuerausweisung, Bilanzierung).

9. Finanzierung

Bei einer Kommune wird die Finanzausstattung durch die Vorgaben des Haushaltsplan bestimmt. Bei einem Verein bestimmen Mitgliedsbeiträge und Spenden die Aktivitäten des Handelns. Deshalb ist eine ausreichende Finanzausstattung überlebenswichtig. Ohne Aktionen, verbunden mit zusätzlichen Einnahmemöglichkeiten, wird der Verein auf Dauer keine Überlebenschance haben. (Muster einer Angebotspalette mit Zuordnung der Leistungsträger und Finanzierung – s. Anlage 5, Gebührenmuster – s. Anlage 6).

10. Praktische Arbeit

❖ Angebote

Wenn man sich nicht auf die Tagestouristen konzentrieren will, sind Pauschalangebote, die die örtlichen Besonderheiten beinhalten sollten, unerlässlich (s. z.B. Seite 25 Tourismusprospekt „Südpfalztourismus Kandel e.V.“)

❖ Werbung

Die „Mund-zu-Mund-Werbung“ ist die auf Dauer gesehen, wirksamste Werbung. Doch bis es zu dieser Werbung kommt, sind viele Anstrengungen nötig, die Besucher an den Ort zu locken, über den dann positiv berichtet werden kann. Das beginnt mit einer Auftaktwerbeveranstaltung zu Neuheiten, über Ankündigungen in der Fachpresse, überörtlichen Presse, örtlichen Presse (Amtsblatt) bis hin zu Events (Stadtfeiern, Nachtverkauf, Märkte etc.). Die ständige Präsenz und freundliche Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sind unverzichtbar.

❖ Zusammenarbeit mit anderen Leistungsträgern

Das Tourismusgeschäft kann nur regional oder überregional funktionieren. Kaum eine Stadt oder ein Tourismusverein kann allein existieren. Die Zusammenarbeit mit einem Dachverband bzw. anderen Tourismusverbänden ist dabei ebenso wichtig, wie die Zusammenarbeit mit den Anbietern. Eine gute Zusammenarbeit mit der Presse ist ebenso Voraussetzung für eine erfolgreiche Arbeit.

❖ Steuerrechtliche Fragen

Nachdem die Arbeit des Tourismusvereins nach wirtschaftlichen Kriterien ausgerichtet ist, scheidet die Gemeinnützigkeit aus (vgl. auch Seite 646 Kommunalbrevier Rheinland-Pfalz). Deshalb ist es sinnvoll, schon frühzeitig eine Steuerfachkraft hinzuzuziehen, die die Umsatzsteuererklärungen, die Voranmeldungen, die Bilanz oder Gewinn- und Verlustrechnungen erstellt oder dabei behilflich ist. Bei Führung des Tourismusbüros in einer Kommunalverwaltung stellt sich diese Frage nicht, da die Kommune weder Vorsteuer berechnen noch absetzen kann.

❖ Neue Technologien

Ohne Internetanbindung kann kein Tourismusbüro auf Dauer überleben. Im Rahmen der Neustrukturierung des Tourismussektors in Rheinland-Pfalz wurde auch das sog. TKN (Touristische Informations- und Reservierungssystem) eingeführt. Leider ist festzustellen, dass die Branche dieses kostengünstige System noch nicht so angenommen hat, wie es in eigenem Interesse wünschenswert wäre. Die Vorteile liegen auf der Hand (s. auch Seite 649 a.a.O.). Manche Kommune hat ergänzend hierzu ein sog. „Orts-, Informations- und Leitsystem“, das die Besucher bzw. Touristen auf die wichtigsten Infrastruktureinrichtungen, Sehenswürdigkeiten und touristischen Attraktionen hinweist.

11. Zusammenfassung

Erfolg oder Misserfolg einer touristischen Arbeit steht und fällt mit dem Willen aller am Tourismusprozess Beteiligten. Der Aufbau und die Organisation einer Tourismuslandschaft ist eine reizvolle Aufgabe, die gerade im Hinblick auf die aktuelle Diskussion zur Neuorganisation der rheinland-pfälzischen Gemeinden zusätzliches Gewicht erhält.