

Zuständiges Dezernat/Amt: Dezernat I / Amt für Kreisentwicklung, Bau und Liegenschaften

Beschlussvorlage

öffentliche Sitzung

Beratungsfolge	Datum	Stimmenverhältnis				Lt. Beschlussvorschlag	Abweichender Beschluss (s. beiliegendes Formblatt)
		Ja	Nein	Stimmenenthaltung	Einstimmig		
Ausschuss für Regionalentwicklung	23.08.2021						
Ausschuss für Finanzen und Rechnungsprüfung	31.08.2021						
Kreisausschuss	07.09.2021						
Kreistag Uckermark	15.09.2021						

Inhalt:

Fortführung der Arbeit der tmu GmbH

Wenn Kosten entstehen:

Kosten 2.250.000,00 €	Produktkonto 57510.531301/731301	Haushaltsjahr 2022 bis 2026	☐ Mittel stehen zur Verfügung
☐ Mittel stehen nicht zur Verfügung ☐ Mittel stehen nur in folgender Höhe zur Verfügung: €	Deckungsvorschlag:		

Beschlussvorschlag:

Der Kreistag beschließt die Arbeit der tmu GmbH für den Zeitraum 01.01.2022 bis zum 31.12.2026 mit einer Zuwendung zu unterstützen.

gez. Karina Dörk
Landrätin

gez. Frank Bretsch
Dezernent/in

Begründung:

Der Zuwendungsbescheid zur finanziellen Unterstützung der Arbeit der tmu GmbH von 2017 läuft zum 31.12.2021 aus. Bisher wurden der tmu GmbH pro Jahr 350.000,00 € für die Unterstützung der Weiterentwicklung des Tourismus in der Uckermark durch den Landkreis Uckermark zur Verfügung gestellt.

Die Aufgaben der tmu GmbH begleiten derzeit sechs Personen mit einem Vollzeitäquivalent von 5,1. Die geplanten Dienstleistungen von allgemeinem wirtschaftlichem Interesse- (Dawl-) Gesamtkosten der Gesellschaft belaufen sich auf insgesamt 450.000,00 €. Hiervon fallen 298.875,00 € für Personalkosten, 104.000,00 € für Dawl-Projektkosten und 47.125,00 € für Dawl-Gemeinkosten an.

Zudem erwirtschaftet die Gesellschaft weitere Umsatzerlöse in Höhe von rund 58.000,00 €, welche als Anteil an Personal-, Gemein- und Projektkosten zur Deckung der Nicht-Dawl-Leistungen verwendet werden.

In dem zukünftigen Maßnahmenzeitraum entwickeln sich, begründet mit tariflichen Anpassungen, die Gesamtpersonalkosten auf bis zu 348.964,00 €, so dass die bisher ausgereichten 350.000,00 € schon ab 2023 keine Projektarbeit mehr abdecken würden.

Die Ausrichtung der tmu GmbH ab 2017 zielte auf die Vertiefung der übergeordneten Handlungsansätze:

- der Ausbau der Marktposition der Uckermark als naturtouristische, nachhaltige Destination,
- die Unterstützung und Initiierung von neuen touristischen Produkten und Initiativen sowie
- die Stärkung der Wahrnehmung der tmu GmbH als zentrale touristische Destinationsmanagementorganisation der Reiseregion Uckermark.

Im neuen Konzept ab 2022 – 2026 will die tmu GmbH ihre Arbeit verstärkt an folgenden Herausforderungen und Chancen ausrichten:

- Unterstützung der Destinationen mittels persönlicher Kontakte vor Ort, um individuelle Lösungsansätze bezüglich gesteigerter Nachfrage, neuer Themen, aber auch Problemlagen zu begleiten;
- verbesserte Einbeziehung der lokalen Bevölkerung zur Sensibilisierung für den Tourismus allgemein, Unterstützung der Verbesserung der Tourismusakzeptanz sowie Begleitung von Aktionen zur Wahrnehmung des Tourismus auch als Arbeitgeber;
- strategische Ausrichtung und Positionierung als nachhaltige Reiseregion;
- Nutzung der Digitalisierung für die Ausgestaltung der Gastansprache und -kommunikation, aber auch für die positive Berichterstattung der touristischen Aktivitäten in der Binnenkommunikation sowie der Außendarstellung;
- Weiterentwicklung und Aktualisierung der Online-Plattform (www.tourismus-uckermark.de/intern) als zentrale Kommunikations- und Informationsplattform, um von der tmu GmbH "betreuten" Gäste und Partner zeitnah und angemessen über alle in tourismuswirtschaftlicher Hinsicht relevanten Ereignisse zu informieren;
- Die tmu GmbH tritt zunehmend gegenüber dem Land und seiner Landesmarketinggesellschaft, innerhalb der Region sowie mit anderen strategischen Partnern in die Verpflichtung als Destinationsmanagementorganisation zu agieren;

- Die Internetseite www.tourismus-uckermark.de ist die touristische Hauptseite der Reiseregion Uckermark. Sie dient als Online-Informationsmedium und gleichzeitig als weiteres Kommunikationsmittel mit Gästen und touristischen Partnern. Der Großteil der Daten wird über die gemeinsam genutzte Landesdatenbank eingestellt und gepflegt. Diese Daten stehen über Schnittstellen genauso wie Daten aus der Eventdatenbank einer Vielzahl von Akteuren zur Verfügung. An die touristische Hauptseite sind technisch und auch zum Großteil gestalterisch die Unterregionsseiten von Lychen, Templin, Prenzlau, Angermünde und Schwedt angeschlossen. Diese technische Lösung birgt viele Vorteile in Bezug auf eine einheitliche Außenkommunikation sowie bei der fortlaufenden Bearbeitung und gemeinsamen Beauftragung von technischen Anpassungen und Weiterentwicklungen;
- Mit einer „Social Media Strategie“ und gut gepflegten Profilen in den sozialen Netzwerken positioniert sich die tmu GmbH als kompetenter Ansprechpartner. Die Kommunikation kann in die gewünschten Richtungen lenken bzw. inspirieren. Gäste, Einwohner und Interessierte lassen sich direkt erreichen und mit entsprechenden Informationen versorgen;
- Druck von hochwertigen Informations- und Präsentationsmaterialien, um die gesteigerte Nachfrage auch nach Printmedien zu erfüllen;
- Marktforschung - es müssen permanent definierte Kennziffern und Daten intern, für weitere Partner aber auch zum Vergleich mit anderen Reiseregionen vorgehalten und ausgewertet werden;
- Weiterentwicklung der Uckermark zur Qualitätsregion;
- Neues (Mit-)Arbeiten – analog treffen und digital zusammenarbeiten, Klein- und Kleinunternehmen Hilfestellung geben, auch weitere Neuheiten teilen und mit den Partnern auszuprobieren, diverse Medien zur gemeinsamen Projektbearbeitung bzw. zum Austausch in Zusammenarbeit mit Partnern innerhalb und außerhalb der Region nutzen;
- Besuchermanagement - die tmu GmbH sieht sich mit ihren Kommunikationskanälen und direkten Kommunikationswegen mit den Verantwortlichen (Touristikern, Verwaltungen und weiteren Partnern) in einer besonderen Lenkungs- und Entwicklungsfunktion;
- Destinationsmanager - die tmu GmbH sieht sich neben der Marketing- und Kommunikationsfunktion für die Reiseregion auch als „Regionsmitentwickler“. Die aktive Mitarbeit in Gremien, das Einwerben von zusätzlichen, prozessbegleitenden Projektgeldern, diverse Stellungnahmen, Beratungsgespräche mit potentiellen und neuen Investoren dient der Verantwortung, die Gesamtregionsstrategie mitzutragen bzw. auch wichtige Impulse über die gezielte Tourismusentwicklung zu setzen. Hier gilt es, in Zusammenarbeit mit den Fachämtern des Landkreises, den Verantwortlichen in den Kommunen und den Fördermittelgebern eine abgestimmte und einheitliche Entwicklungsrichtung für den Uckermark-Tourismus durchzusetzen. Diese strategischen Entscheidungen führt die tmu GmbH weiter in diverse Gremien und Foren auf Landes- und Bundesebene;
- Mehrsprachigkeit - zukünftig sollen die touristischen Daten sowohl in englischer und polnischer Sprachversion auch über die eigenen Internetseiten dargestellt werden;
- ein weiterer Schwerpunkt liegt auf der Stärkung der Saisonentzerrung;
- Entwicklung von weiteren Schwerpunktthemen, wie z.B. Gesunde Uckermark.

Die Entwicklung des Tourismus in der Uckermark wird zunehmend schwieriger. Die Gästeankünfte sowie die Übernachtungen steigen erfreulicherweise. Allerdings ändern sich die Bedürfnisse der Gäste immer rascher. Während Qualität in den letzten Jahren noch als ausschlaggebendes Wettbewerbskriterium galt, ist sie heute selbstverständlich. Die Überzeu-

gung, dass der Tourismus tatsächlich als Wirtschaftsfaktor in der Uckermark zu sehen ist, ist noch nicht überall gelungen.

Es ist zu begrüßen, dass die tmu GmbH weitere Aufgaben übernimmt, um die Bedeutung des Wirtschaftsfaktors Tourismus in der Uckermark zu stärken sowie die Arbeit der TI's in den Tourismusregionen zu unterstützen. Gerade bei der Auseinandersetzung mit den digitalen Instrumenten, z. B. im Bereich Social Media, bei der Entwicklung von Kooperationsmöglichkeiten für die Leistungsträger stützt bzw. übernimmt die tmu GmbH einen Hauptteil der Arbeit. Auch zukünftige Möglichkeiten, z. B. der Aufbau eines uckermarkweiten Online-Vertriebs für die Leistungsträger sollte durch die tmu GmbH geleistet und von allen Teilregionen genutzt werden können. Auch das Thema touristische Mobilität, verknüpft mit dem Beispiel BrandenburgCard begleitet die tmu GmbH, stellvertretend für die Reisegebiete.

Zur Orientierung hat das Wirtschaftsministerium Brandenburg in 2018 einen Leitfaden „Die Zukunft des Destinationsmanagement im Land Brandenburg“ https://www.tourismusnetzwerk-brandenburg.de/fileadmin/user_upload/DMO-Studie_Leitfaden.pdf herausgegeben. Dieser bietet eine gute Orientierung zur sukzessiven Ausgestaltung der kreiseigenen Gesellschaft.

Die Landestourismusstrategie bietet hierfür eine erste Orientierung, in dem sie ein Mindestbudget von 1,00 € pro gewerbliche Übernachtung empfiehlt.

Die Ressourcenausstattung wird gemessen an:

- Jährlich zur Verfügung stehendes Gesamtbudget für regionale Aufgaben der Destinationsmanagementorganisation (DMO) und ihrer Partner, Sollwert: mind. 1,00 € pro gewerbliche Übernachtung, davon 60% für die regionale DMO (d.h.: 0,6 Mio. € bei 1 Mio. ÜN; Begrenzung bei größeren Einheiten: mind. 1 Mio. € bei 2 Mio. ÜN; 1,5 Mio. € bei 3 Mio. ÜN).
- Anzahl an Fachkräften in der DMO für regionale Aufgaben, Sollwert: mind. 7,5 Vollzeitäquivalente bei Destination mit 1 Mio. Übernachtungen (größere Destination = höherer Bedarf).

Zusammenfassende Begründung:

Für eine planungssichere Ausgestaltung der touristischen Entwicklung ist eine finanzielle Anpassung des jährlichen Zuschusses notwendig. Der Mehrbedarf setzt sich aus der Umstellung der Mitarbeitervergütung in Anlehnung an TvöD (+ 85.000,00 €) und den jährlich steigenden Projekt- und Gemeinkosten (+ 20.000,00 €) zusammen.

Zudem reduzieren sich die Einnahmen aus der Geschäftsbesorgung für den Tourismusverband e.V. (Vgl. 2019 <> 2020 rund -5.000,00 €; 2017: 20.000,00 €, 2018: 20.000,00 €, 2019: 12.885,00 €, 2020: 7.000,00 €, 2021: 8.990,00 €). Seit mehreren Jahren wird im Vorstand und in der Mitgliederversammlung des Tourismusverbandes Uckermark e. V. über die Zukunft bzw. Fortführung des Verbandes diskutiert.

Auf Grund der anhaltenden finanziellen Notlage der touristischen Partner ist zudem mit Mindereinnahmen und Beteiligungsdefiziten aus Katalog- und Eintragsbuchungen sowie Vermittlungsprovisionen zu rechnen.

Eine Co-Finanzierung bzw. Inanspruchnahme von Fördermitteln oder ähnlichen Programmen bedarf es zumeist eines Eigenanteils, welcher auf Grund der aktuellen finanziellen Situation

nicht zur Verfügung steht. Zudem bringt die Verwendung öffentlicher Mittel einen hohen Verwaltungs- und Abrechnungsaufwand mit sich.

Anlagenverzeichnis:

Konzept tmu ab 2022