

Schleswig-Holsteinischer Landtag

Ausschussdienst und Stenographischer Dienst

N i e d e r s c h r i f t

Agrarausschuss

14. Sitzung

am Donnerstag, dem 23. November 2000, 10:00 Uhr
im Sitzungszimmer 138 des Landtages

Anwesende Abgeordnete

Claus Hopp (CDU)

Vorsitzender

Hermann Benker (SPD)

Maren Kruse (SPD)

Dr. Henning Höppner (SPD)

Helmut Plüschau (SPD)

Friedrich-Carl Wodarz (SPD)

Claus Ehlers (CDU)

Jürgen Feddersen (CDU)

Peter Jensen-Nissen (CDU)

Rainder Steenblock (BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN)

Fehlende Abgeordnete

Dr. Christel Happach-Kasan (F.D.P.)

Weitere Abgeordnete

Wolfgang Fuß (SPD)

Hans-Jörn Arp (CDU)

Heinz Maurus (CDU)

Die Liste der **weiteren Anwesenden** befindet sich in der Sitzungsakte.

Tagesordnung:**Seite****1. Anhörung****6****Situation der Tourismuswirtschaft in Schleswig-Holstein**hierzu: Umdrucke **14/4170, 15/272, 15/275, 15/474, 15/486, 15/583**

Kleine Anfragen 15/264, 15/429, 15/430

Der Vorsitzende, Abg. Claus Hopp, eröffnet die Sitzung um 10:55 Uhr und stellt die Beschlussfähigkeit des Ausschusses fest. Die Tagesordnung wird in der vorstehenden Fassung gebilligt.

Einzigster Punkt der Tagesordnung:

Anhörung

Situation der Tourismuswirtschaft in Schleswig-Holstein

Tourismusverband Schleswig-Holstein e.V.

Vereinigung der Industrie- und Handelskammern in Schleswig-Holstein

Heilbäderverband Schleswig-Holstein e.V.

hierzu. Umdruck 15/417

Landrat Dr. Olaf Bastian referiert für den **Tourismusverband** Schleswig-Holstein. Er zeigt die im Tourismusgeschehen sich abzeichnenden Veränderungen bezüglich des Gästeverhaltens auf und weist auf die Anstrengungen des Verbandes hin, diesem geänderten Verbraucherverhalten gerecht zu werden. So sei der Forderung einiger Ausschussmitglieder in der 13. Sitzung, die Landesmittel nicht für die Werbung der Regionalverbände zur Verfügung zu stellen, sondern zu bündeln, dahin beizupflichten, das dieses Denken in Gegensätzen, das in den letzten Jahren geherrscht habe, unbedingt vom Tisch müsse. Es gehe darum, das Grundbedürfnis des Gastes nach Information zu erfüllen, und dies könne nur durch ein landesweites Marketing mit einer ausreichend damit verbundenen Infrastruktur befriedigt werden.

Besorgt zeige er sich über die Überlegungen, einen Sperrvermerk für die TASH auszubringen. Denn man habe es nun in gutem Konsens geschafft, in Schleswig-Holstein ein zukunftsträchtiges Inhalts- und Organisationskonzept auf die Beine zu stellen; dies dürfe durch Sperrvermerke nicht in Fesseln gelegt werden.

Im Weiteren erläutert Landrat Dr. Olaf Bastian dann das neue Marketingkonzept mit folgenden Schwerpunkten: inhaltliche Abgrenzung zwischen den Regionen plus Landesebene unter Berücksichtigung der Marktforschung einschließlich der Abschaffung des kostenintensiven Buchungssystems und die Vergabe von Aufgabenteilen an Außenstehende unter Ausnutzung des vorhandenen Marktes.

In diesem Zusammenhang unterstreicht Landrat Dr. Olaf Bastian, dass die Mitgliederversammlung des Tourismusverbandes den Inhalten des neuen Konzepts mit sehr großer Mehrheit zugestimmt habe. Darüber hinaus habe der Verband enorme Anstrengungen mit seinen Sonderumlagen unternommen, um nicht in die Insolvenz gehen zu müssen. Ein Großteil dieser Sonderumlage werde für die Überleitung in die TASH verwendet. Durch diese Sonderumlage sei man wieder in geordnete Finanzverhältnisse gekommen, sodass für die TASH keinerlei Vorbelastungen entstünden. Eine gewisse Gradwanderung habe es unter dem Aspekt gegeben, so meint Dr. Olaf Bastian, dass einerseits eine kontinuierliche Aufgabenerfüllung weiterhin anzustreben sei, während andererseits ein Betriebsübergang im rechtlichen Sinne zu verhandeln gewesen sei. Aus diesem Grunde habe man allen Mitarbeitern mit Ausnahme von zweien kündigen müssen. Den Sozialplan in Höhe von 175.000 DM habe man aus den Mitgliedsbeiträgen finanzieren können. Trotz aller dieser riesigen Anstrengungen befinde sich der Verband heute nicht mehr in Finanznöten. Insofern wünsche er sich auch ein Ende der Polemik gegen den Tourismusverband. Dieser habe gute Arbeit in der Vergangenheit nach einer Phase des Durchhängens geleistet und werde diese auch weiterhin bis zur Überleitung in die TASH leisten. Die TASH glaube er angesichts der Gesellschafterverhältnisse mit der Landesregierung als Hauptfinanzier und Zünglein an der Waage auf dem richtigen Wege. Deshalb erscheine es ihm bei der vorhandenen Aufbruchstimmung fatal, wenn die Landesregierung nun mit Sperrvermerken kommen wollte.

Hauptgeschäftsführer Peter Michael Stein schließt sich für die **Vereinigung der IHK** und als Aufsichtsratsmitglied der TASH den Ausführungen von Landrat Dr. Bastian an und appelliert ebenfalls an die Ausschussmitglieder, die Aufbruchstimmung nicht durch Sperrvermerke zu dämpfen.

Geschäftsführer Günter Grote vom **Heilbäderverband** erläutert anschließend die schriftlich eingegangene Stellungnahme, Umdruck 15/417, und betont, dass außer Westerland alle großen Heilbäder in Schleswig-Holstein Mitglieder des Verbandes seien. Der Heilbäderverband habe spezielle Aufgaben für seine Mitglieder zu erledigen, die durch den Landestourismusverband und den allgemeinen Tourismus nicht abgedeckt würden. Im Augenblick erhalte der Verband keinerlei Zuschüsse und habe deshalb auch keine Mittel, um die notwendigen gesundheitsspezifischen Marketingmaßnahmen zu finanzieren. Dennoch werde man sich bemühen, auch in Zukunft eigene Marketingaktivitäten und eine entsprechende Pressearbeit in Angriff zu nehmen. Denn neben dem allgemeinen Tourismus gebe es immer noch den Gesundheits- und Wellnesstourismus, und innerhalb dieses Gesundheitstourismus gebe es auch heute noch den Bereich der Kur, deren Stellenwert der Verband bei allem Nachfrage-rückgang erhalten wissen wolle. Zugegebenermaßen werde man sich aber auch um neue Angebotsstrukturen kümmern müssen, die mit der allgemeinen Gesundheit und der Wellness zu tun hätten.

Zu fragen sei allerdings, so fährt Geschäftsführer Grote fort, wie der Heilbäderverband in der neugeschaffenen Tourismusstruktur vertreten sein könnte. Das geeignetste Mittel für ihn sei, dass der Heil-

bäderverband ebenfalls Landeszuschüsse bekomme, die vom Verband dann in die Landesmarketinggesellschaft eingebracht werden könnten. In fast allen anderen Bundesländern bekämen neben den Fremdenverkehrsorganisationen auch die Heilbäderverbände Zuschüsse. In Baden-Württemberg stehe im Rahmen eines Aktionsprogramms „Heilbäder und Kurorte“ eine halbe Million DM für Werbemaßnahmen und die Entwicklung neuer Angebotsfelder zur Verfügung. Ähnliche Überlegungen sollten auch in Schleswig-Holsteins Finanzpolitik Eingang finden. Man sei gern bereit, mit zu helfen, Schleswig-Holstein zur Gesundheitsadresse Nummer Eins werden zu lassen, wie es bereits vor zehn Jahren Minister Janzen gefordert habe. Und ebenso sei man grundsätzlich bereit, Gesellschafter in der neuen TASH zu werden. Dies sei aber, wie gesagt, nur möglich, wenn genügend finanzielle Mittel für den Beitritt zur Verfügung stünden.

Bezüglich der Frage des Abg. Heinz Maurus nach der zu erwartenden Entwicklung der Gesundheits- und Wellnessaspekte im Tourismus, führt Geschäftsführer Günter Grote aus, dass es unterschiedliche Zuständigkeiten in verschiedenen Ministerien gebe, die es zu konzentrieren gelte. Die Zuständigkeit für den Heilbäderverband sei im Wesentlichen beim Sozialministerium und unter dem Tourismusaspekt auch beim MLR angesiedelt.

Was den internen Bereich des Verbandes angehe, so sei in den letzten zehn Jahren eine Menge geschehen. Es gebe heute im Verband unter anderem eine eigene Herstellungs- und Kontrollleitstelle für Medizinprodukte, dies sei einmalig in der Bundesrepublik. Im kleinen Umfang werde auch Bäderforschung betrieben. Leider seien hierfür ebenfalls die Zuschüsse im letzten Jahr gestrichen worden. Auch habe man ein Gütesiegel für qualitätsgeprüfte Kurmittelhäuser geschaffen und zurzeit stehe man in Verhandlungen mit den Krankenkassenverbänden, um integrationsbezogene Kurmittelpakete auf den Weg zu bringen. Darüber hinaus sei bereits 1991 eine Preisliste für die ortsüblichen Kurmittel erarbeitet worden. All diese Aktivitäten, so betont Geschäftsführer Günter Grote, seien ohne jegliche finanzielle Landesunterstützung erfolgt, aber nun brauche man einfach ausreichende Mittel, um diese Dinge marketingmäßig nach außen publizieren zu können.

Die Anregung von Abg. Rainer Steenblock, mehr „Events“ in Schleswig-Holstein zu vermarkten, wird von Landrat Dr. Olaf Bastian aufgenommen, der bekräftigt, dass hier mehr Aktivitäten entfaltet werden müssten. Da in Schleswig-Holstein nicht mit der Sonne geworben werden könne, müsse der Slogan seine Berechtigung bekommen, dass jede Jahreszeit in Schleswig-Holstein schön sei und dass man zu jeder Jahreszeit etwas unternehmen könne. Nur wenn für das ganze Jahr gute Angebote vorhanden seien, könne man die Tourismusqualität in Schleswig-Holstein erhalten beziehungsweise verbessern.

Abg. Friedrich-Carl Wodarz greift die mehrfach vorgetragenen Forderungen nach finanzieller Unterstützung auf und erläutert die restriktive Haltung seiner Fraktion mit dem Hinweis, dass auch bei

früheren Diskussionen um neue Tourismuskonzeptionen immer der Hinweis gekommen sei, dass die Angelegenheit zunächst einmal gute Startmöglichkeiten benötige; das Ergebnis habe dann aber nicht immer den Erwartungen entsprochen. Allerdings wolle er gerne unterstreichen, dass die Skepsis seiner Fraktion nicht so weit gehe, nicht an die neue Hochstimmung glauben zu wollen; denn dann würden vermutlich niemals die bisher bewilligten 13,4 Millionen DM geflossen sein.

Auch seine Fraktion setze ihre Hoffnung nun auf das neue Konzept, und er glaube im Namen der ganzen Fraktion sprechen zu können, wenn er betone, dass zwar ein Sperrvermerk kommen werde, dass dieser aber nichts mit einer Absicht nach Begrenzung zu tun habe, sondern lediglich damit, dass es um öffentliche Gelder gehe, für deren Bewilligung man eine Erfolgskontrolle haben müsse. Auch wenn in einem halben Jahr eventuell noch keine fertigen Konzepte vorgelegt werden könnten, müsse nach seiner Meinung aufgrund der von seiner Fraktion erbetenen Berichte erkennbar werden, ob die erarbeiteten Konzepte Zukunft haben können.

Geschäftsführer Michael Zeinert hält entgegen, dass die Geschäftsführung der TASH durchaus keinen Motivationsschub brauche, sondern bereits übermotiviert sei, endlich greifende Konzepte auf die Beine zu stellen. Und dies gelinge, wie bereits mehrfach betont, um so leichter, je weniger im Verband durch die Sperrvermerke mit „angezogener Handbremse“ gearbeitet werden müsse.

Abg. Hermann Benker bezeichnet mit Hinweis auf seine langjährigen Beobachtungen im Tourismusgeschehen die Bedenken seiner Fraktion als berechtigt und regt an, im Rahmen des notwendigen Bewilligungsbescheides bestimmte Berichtspflichten zu verankern und entsprechende Auflagen zu formulieren.

MR Rainer Helle teilt mit, dass nach der Freigabe der Mittel die TASH einen Zuwendungsbescheid bekommen werde, in dem definiert werde, für welche Leistungen Gelder fließen werden. Zugegebenermaßen sei es für die TASH problematisch, zunächst nur Teile der in Aussicht genommenen Mittel zu erhalten, da dann auch nur Teile der Maßnahmen realisiert werden können und nur eine verminderte Personaleinstellung möglich sei, da die Landesmittel insbesondere in der Anlaufphase die maßgebende Finanzierungsquelle für beides seien.

Landrat Dr. Olaf Bastian verweist darauf, dass der Mittelabfluss nicht kontinuierlich über zwölf Monatsraten erfolge. Denn schon vor Beginn einer Saison müssten die meisten Konzepte stehen.

Zur Kritik des Abg. Friedrich-Carl Wodarz, dass zwar immer neue Konzepte erarbeitet worden seien, aber sich kaum ein Erfolg eingestellt habe, betont Landrat Dr. Olaf Bastian, dass die Gründung früherer Tourismusorganisationen immer am Mangel an inhaltlichen Konzepten gescheitert sei. Mit den Konzepten für die TASH aber habe man auf breiter Ebene eine sehr starke Inhaltskomponente.

Darüber hinaus gehörten die früheren tiefen Grabenkämpfe einzelner Verbandsmitglieder heute der Vergangenheit an. Er persönlich sehe in der TASH einen guten Neuanfang und deshalb bitte er dringlichst darum, über ein Vertragsverhältnis zwischen Land und TASH in die Richtung nachzudenken, dass eine langjährige Sicherheit für die Arbeit der TASH garantiert werde.

Zur Forderung des Abg. Heinz Maurus, die Mittel für die Imagewerbung Schleswig-Holsteins aus den einzelnen Ressorts zusammenzuführen, verweisen IHK-Hauptgeschäftsführer Peter Michael Stein und Geschäftsführer Michael Zeinert auf die finanziellen Schwierigkeiten einer das ganze Spektrum umfassenden Imagewerbung für Schleswig-Holstein. Geschäftsführer Michael Zeinert sieht die Möglichkeit einer solchen flächendeckenden und die Wirtschaftsaspekte berücksichtigenden Imagewerbung nur in Kooperation mit Externen für möglich an. Dennoch werde sich die TASH diesem Kooperationsthema widmen. Dazu bedürfe es allerdings auch der Unterstützung anderer Organisationen wie beispielsweise der Medien. Wenn zum Beispiel der Norddeutsche Rundfunk in seinen Aktionen als Preis einen Urlaub in Mallorca statt in Schleswig-Holstein verlose, dann sei das sicherlich kein guter Ansatz. Die TASH werde sich auf alle Fälle auch um Kooperationen mit den Medien bemühen.

Nordseebäderverband Schleswig-Holstein e.V.

Geschäftsführerin Silke Petersen erklärt, dass Landrat Dr. Olaf Bastian auch für den Nordseebäderverband einige Ausführungen gemacht habe, denen sie sich anschließen könne. Insofern wolle sie nur noch verdeutlichen, dass der Nordseebäderverband an der Nordsee einen Weg gegangen sei, der dem Weg der Landesebene ähnele. Man habe im Nordseebäderverband quasi eine „Geldsammelstelle“ der rund 60 Mitglieder, bestehend aus den Kreisen, Kommunen, Wirtschaftsbetrieben, Banken, Sparkassen und anderen. Nach langen Diskussionen habe der Verband das operative Marketing innerhalb der Region in eine GmbH ausgelagert. Dort werde auf vertraglicher Grundlage gearbeitet. Der Nordseebäderverband habe die Nordseetourismus Service GmbH mit der Durchführung von konkret zu benennenden Marketingprojekten beauftragt. Das bedinge eine Trennung der Tourismuspolitik und der Interessenvertretung vom Marketingaspekt und eröffne die Möglichkeit, weitere Dienstleistungsangebote für die Betroffenen zu entwickeln und anzubieten.

Im Weiteren schildert Geschäftsführerin Silke Petersen das Engagement des Verbandes bei der Entwicklung des Marketingkonzepts für die TASH. Sie spricht von einer großen Zustimmung ihres Verbandes zu dieser Konzeption und einem großen Vertrauensvorschuss ihres Verbandes.

Ostseebäderverband Schleswig-Holstein e.V.

hierzu: Umdruck 15/498

Geschäftsführerin Katja Oldenburg legt dar, dass die Antworten auf einige Fragen aus dem Fragenkatalog inzwischen durch die Entwicklung überholt seien und schildert im Weiteren die Zusammenarbeit mit ihren Mitgliedern. Der Ostseebäderverband habe keine GmbH gegründet. In ihrem Verband würden die Dinge „etwas mehr durch die konkrete Aufgabentrennung geregelt“. Der Vorstand des Verbandes widme sich mehr den politischen und grundsätzlichen Fragen, während das gesamte operative Geschäft durch die Geschäftsführung in Zusammenarbeit mit dem Werbeausschuss durchgeführt werde. Diese Strukturtrennung mache die Entscheidungen im Bereich des Marketings sehr unabhängig. Im Übrigen habe der Ostseebäderverband das Land immer in seinen Bemühungen unterstützt, ein neues Tourismuskonzept zu erarbeiten. Der Vorstand werde dies auch künftig in enger Zusammenarbeit mit dem neuen Geschäftsführer der TASH tun.

Tourismusverband „Alte Salzstraße“ e.V.

hierzu: Umdruck 15/491

Geschäftsführer Christian Nölke spricht von der Alten Salzstraße als einem kleinen touristischen Juwel. Leider werde dieses Juwel oft übersehen. Die Besonderheit seines Verbandes Alte Salzstraße sei deren hundertprozentiger Organisationsgrad. Bei der Arbeit des Verbandes versuche man, grundsätzlich mit den Augen des Gastes die Situation zu betrachten. Dies bedeute unter anderem, grenzüberschreitend entlang der ganzen Alten Salzstraße zu planen und zu organisieren. Das Gleiche gelte für die Erarbeitung eines gemeinsamen Marketings wie zum Beispiel beim Elberadweg von Cuxhaven bis Magdeburg. Ein anders Projekt in gleichem Ausmaß stelle die Schaalseelandschaft dar.

Die neue Struktur der TASH werde vom Verband begrüßt. Man stimme in fast allen wesentlichen Punkten dem Gutachten zu. Der Verband habe sich immer eine klare hierarchische Struktur im Tourismus gewünscht ähnlich wie in den Sportverbänden, damit die Kenntnisse vor Ort und die Notwendigkeit eines starken Marketings besser zusammengeführt werden.

Für die Zukunft werde es auf eine Stärkung der neuen TASH zum einen durch die Finanzierung der Serviceleistungen und zum andern durch die Übertragung von Aufgaben ankommen, die ein kleinerer Verband allein nicht so effektiv zu leisten in der Lage sei. Dies gehe aber nur, wenn man auf der regionalen Ebene stark sei und in dem Bewusstsein, auch politisch vertreten zu sein. Dieser Gedanke der starken regionalen Ebene sei deshalb so wichtig, weil es in manchen Verbandsregionen starke Tendenzen zum Zurückgehen auf die Kreisebene gebe, was der positiven Neustrukturierung schaden würde.

Holsteinische Schweiz Tourismus e.V.

hierzu: Umdruck 15/523

Der Geschäftsführer der Kur- und Tourismus Eutin GmbH, Herr Raymond Kiesbye, teilt mit, dass er ehrenamtlicher Geschäftsführer des Holsteinische Schweiz Tourismus e.V. sei. Dies mache den Stellenwert seines Verbands deutlich. Auch sein Verband sei „nur“ ein kleiner Verband und betreibe das Marketing in der Region Holsteinische Schweiz ehrenamtlich. Außer ihm gebe es nur eine einzige weitere Mitarbeiterin, die im Wesentlichen die Buchungsstelle des Verbandes betreue. Damit habe der Verband auch eine weitere Besonderheit. Seit sechs Jahren sei dieser Verband der einzige Regionalverband im Lande, der eine eigene Buchungsstelle vorhalte und einen eigenen Katalog herausbringe.

In diesem Zusammenhang sei es wichtig zu wissen, so fährt Herr Raymond Kiesbye fort, dass die Buchungszentrale der Holsteinischen Schweiz sehr gut mit der Landesbuchungsstelle zusammengearbeitet habe. Zum Schluß seien gut 55 Prozent der Buchungen aus dem Katalog über die Buchungsstelle des Landes erfolgt. Für ihn habe die Landesbuchungsstelle damit auch ihre guten Seiten gehabt.

Der Verband Holsteinische Schweiz versuche im Übrigen, aus dem „Dilemma der Ehrenamtlichkeit“ heraus zu kommen. Es sei sehr vieles eine Frage genügender Zeit. Man habe eine Diplomarbeit in Auftrag gegeben, um nach neuen Strukturen zu suchen. Es werde daran gedacht, in der Region ein Filialsystem einzuführen. Dieses System gehe davon aus, dass alle 16 Mitgliedsorganisationen, die eigene Tourismuseinrichtungen unterhielten, ihre rechtliche und wirtschaftliche Selbstständigkeit aufgäben und unter das Dach einer Zentrale „Holsteinische Schweiz“ zusammen kämen. Von dieser Zentrale aus solle dann das Marketing zentral gelenkt werden. Sobald die Diplomarbeit ausgewertet sei, gelte es, die entsprechende Überzeugungsarbeit in der Region zu leisten.

Die TASH werde vom Verband voll und ganz unterstützt, weil ein kleiner Regionalverband wie die Holsteinische Schweiz sehr an einem starken Vermarktungspartner interessiert sein müsse, da kleine Verbände am meisten von solchen großen Organisationen profitieren könnten. Im Großen und Ganzen glaube er ebenfalls, mit der TASH in Zukunft den richtigen Weg gefunden zu haben.

Tourismus Mittelholstein e.V.

Der Vorsitzende, Eitel-Wolf Necker, umreißt den Arbeitsbereich der Tourismus Mittelholstein als kreisübergreifend vom Nord-Ostsee-Kanal in Richtung Süden bis hin nach Hanera-Hademarschen, Bordesholm, Kellinghusen und Bad Bramstedt. Wenn es sich dabei auch nicht um eine touristische Hochburg wie die Nordsee oder die Ostsee handele, so fördere die Arbeit des Vereins dennoch die Entwicklung des ländlichen Raumes. Das große Problem seines Verbandes sei, dass im Zuge der Entwicklung der TASH ein Partner entstehen müsse, in dem sich das Binnenland Gehör verschaffen könne. Es sei wichtig, dass auch die Leistungen kleinerer Verbände wie des Tourismus Mittelholstein anerkannt werden. Hierzu zähle er beispielsweise touristische Produkte wie ein Radwanderwegesystem oder die Entwicklung eines Reitwegesystems, das, wenn es optimal laufe, in Schleswig-Holstein einmalig sein werde. Es sei beabsichtigt, dieses Reitwegenetz mit circa 800 Kilometer einheitlich zu beschildern und echte Wanderreitmöglichkeiten mit den unterschiedlichsten Übernachtungsstationen zu schaffen.

Bezüglich der Organisationsstruktur, so fährt Herr Necker fort, versuche der Verband Tourismus Mittelholstein ebenfalls Verbesserungen zu erzielen. In den zehn Jahren, in denen er ehrenamtlicher Vorsitzender gewesen sei, habe er beobachtet, dass das Gebiet an sich zu klein sei, um große Schritte unternehmen und effektive Werbung betreiben zu können. Die zur Verfügung stehenden Werbemittel ließen sich nicht optimal genug ausgeben, und Internet-Auftritte oder eine zentrale Zimmervermittlung über EDV seien nicht zu leisten. Der Kreis Rendsburg-Eckernförde fördere in seinem gesamten Gebiet die unterschiedlichsten Tourismusorganisationen zurzeit mit 170.000 DM; Mittelholstein bekomme davon 80.000 DM. Um dieser Zersplitterung zu begegnen, versuche man nun, die einzelnen Touristikorganisationen in einer GmbH mit der Wirtschaftsförderungsgesellschaft des Kreises Rendsburg-Eckernförde zusammen einzubinden, um die Marketingmittel zu bündeln. Das sei allerdings nicht so ganz einfach zu bewerkstelligen. Inzwischen aber habe der politische Ausschuss des Kreises immerhin beschlossen, die Kreismittel nur noch zur Verfügung zu stellen, wenn ein besseres Zusammenwirken stattfinde. Ziel sei, wie gesagt, eine Tourismus GmbH, die zunächst im Kreis Rendsburg-Eckernförde zu bilden sei, dann aber kreisüberschreitend weiter entwickelt werden solle, wie es dem Zielgebiet entspreche. Dabei müssten auch die Aktivitäten der LSEs besser eingebunden werden, um eine professionellere Vermarktung aller dieser Aktivitäten zu gewährleisten. Um dies alles realisieren zu können, bitte auch er um die Unterstützung durch die Politik.

Abg. Helmut Plüschau und Abg. Hans-Jörn Arp begrüßen die geschilderten Anstrengungen um ein besseres Zusammenwirken und verweisen auf ihre entsprechenden Bemühungen auf Kreisebene.

MR Rainer Helle gibt zu überlegen, ob es ausreichend sei, dass sich die kleineren touristischen Vereine und Verbände im Augenblick nur kreisweise zu bündeln versuchten. Ihm erscheine es für die Tourismus Mittelholstein richtiger, sich beispielsweise im großen Ostseebäderverband stärker zu integrieren. Daneben sollte untersucht werden, sich über den Geestrücken in einer neuen Organisation zusammenzufinden. Auch wenn dies keine touristische Destination im Sinne eines Urlaubers sei, der Urlaub im Binnenland Schleswig-Holstein machen wolle, so gehe es ihm einerseits um die Bündelung der Kräfte und andererseits darum, in der TASH ausreichend vertreten zu sein. Wie dann das Marketing funktioniere, ob es von der Organisation selbst gemacht werde oder ob es an die Mitglieder weitergegeben werde, oder ob es als Auftrag an die TASH verlagert werde, sei dann eine andere Frage. Er selbst habe im Augenblick die Sorge, ob eine Bündelung auf Kreisebene, wie sie von der Tourismus Mittelholstein angedacht werde, ausreichend effektiv sein werde.

Bezug nehmend auf die vorgesehenen Sperrvermerke bittet Abg. Heinz Maurus um eine Schilderung der Schnittstellen zwischen dem operativen Geschäft der einzelnen Verbände und dem operativen Geschäft der TASH. Außerdem will er wissen, wie weit die Vorbereitungen für die Saison 2001 bereits gediehen sind.

Geschäftsführerin Katja Oldenburg teilt mit, dass die Marketingaktivitäten des Ostseebäderverbandes für 2001 bereits feststünden. Sie seien einerseits so geplant, dass sie ohne weiteres aufgestockt werden könnten, wenn der Sperrvermerk nicht greifen sollte; andererseits könnten aber jederzeit beim Fluss weiterer Mittel auch die Aktivitäten ausgeweitet werden. Im Grunde, so betont Geschäftsführerin Katja Oldenburg, sei die Planungsunsicherheit für den Verband wegen des Sperrvermerkes eine sehr schwierige Sache.

Dies wird von Geschäftsführer Christian Nölke für den Tourismusverband Alte Salzstraße und von Geschäftsführer Raymond Kiesbye für den Schleswig-Holstein Tourismus unterstrichen. Beide betonen, dass für die von ihnen angebotenen Aktivitäten insbesondere zu Beginn des Jahres selbstverständlich alle Planungen schon stehen und damit auch das volle Risiko der Sperrvermerke vorhanden sei. Das Verknüpfen des Marketings der TASH mit den Vorstellungen des eigenen Verbandes bezeichnen die beiden Geschäftsführer als vernünftig; es würden daran große Erwartungen geknüpft.

Geschäftsführerin Silke Petersen schließt sich diesen Ausführungen an und verweist dabei auf den etwas anderen Schwerpunkt ihrer Marketingaktivitäten. Als Nordseebäderverband setze man nicht so stark auf Anzeigen und Prospekte wie die kleineren Verbände. Vom Inhalt her gebe es aber keine Unterschiede. Alle Regionalverbände arbeiteten auf ihrer Ebene immer planvoll im voraus und versuchten, flexibel auf die veränderten Marktsituationen zu reagieren.

Die Schnittstelle zur TASH ergebe sich aus der Konzeption des neuen Tourismuskonzeptes und werde von allen Verbänden befürwortet. Auch sie glaube an das Funktionieren dieser Arbeitsteilung.

Im Weiteren warnt Geschäftsführerin Silke Petersen davor, nur Marketing für den Kreis machen zu wollen, wie es von Geschäftsführer Christian Nölke angedeutet worden sei. Wichtig sei, die Region so im Auge zu haben, wie sie vom Touristen gesehen werde. Es müssten zwar die Strukturen zur Zusammenarbeit auf Kreisebene vorhanden sein, das Marketing müsse ihrer Meinung nach aber überregional erfolgen.

Geschäftsführerin Petra Rathmann betont, dass auch der Tourismus Mittelholstein kreisübergreifend arbeite. Sie nennt als Beispiel die Pläne für den Ochsenweg von Flensburg bis Wedel. Dieser Ochsenweg sei über die SHT vermarktet worden, weil sich sonst niemand in Schleswig-Holstein für den Gesamtweg verantwortlich gefühlt habe und sich bereit erklärt habe, dieses Produkt als Pauschale anzubieten. Ähnliches gelte für die Fyn-Holstein-Tour, die in Zusammenarbeit mit Dänemark entstanden sei. Bei diesen Plänen werde die Zusammenarbeit mit der TASH sicherlich sehr wichtig sein, um diese Produkte auch erfolgreich in der Zukunft vermarkten zu können. Allerdings glaube sie, dass Mittelholstein mit seinem jetzigen Etat ohne jeglichen Landeszuschuss in der Zukunft von der TASH nicht so viele Dienstleistungen werden kaufen können, wie es eigentlich notwendig sei. Auch dies sollte in die Überlegungen zukünftiger Finanzierungsmaßnahmen Eingang finden.

Eine abschließende Frage des Abg. Peter Jensen-Nissen nach der Zusammenarbeit mit der DZT, der Deutschen Zentrale für Tourismus, wird von Geschäftsführer Raymond Kiesbye und Geschäftsführerin Silke Petersen dahin beantwortet, dass das Zusammenspiel mit dieser Zentrale nicht immer so gut funktioniert habe, wie es wünschenswert gewesen sei, weil ein ausreichender Informationsfluss im Lande gefehlt habe. Auch hier sei eine Bündelung der Landesinteressen vonnöten und es müsse ein gemeinsamer Weg im Rahmen der größeren Organisationseinheit gefunden werden.

Hotel- und Gaststättenverband DEHOGA Schleswig-Holstein e.V.

Herr Peter Bartsch zeigt sich erfreut, für im ganzen Land rund 3500 organisierte gastronomische Betriebe sprechen zu können bei einer gegen den Bundestrend steigenden Mitgliederzahl. In der neuen TASH werde die DEHOGA deshalb einer der größten Gesellschafter sein. Sein Verband fühle sich als Gesellschafter dadurch besonders in die Pflicht genommen, weil die Gastronomie von einem gut funktionierenden Tourismus am meisten profitiere. Der Verband bemühe sich sehr, auch Eventveranstalter unterschiedlichster Art in Schleswig-Holstein zur Zusammenarbeit zu bewegen. So versuche man beispielsweise den Einzelhandel und die Industrie als Partner dadurch zu gewinnen, dass man ihnen darlege, wieviel auch sie vom Tourismus profitierten. Dies alles seien sehr langwierige Gespräche. Sein Verband hege allerdings eine gewisse Euphorie, die Zukunft des Tourismus mit der neuen TASH positiv gestalten zu können. Man habe etwas Gutes zu bieten und müsse nun daran gehen, dieses Gute den Gästen effektiv zu verkaufen.

Auf Nachfrage von Abg. Heinz Maurus nach dem letzten Saisonverlauf in der Gastwirtschaft spricht Herr Peter Bartsch von teils hausgemachten Problemen einiger Mitglieder, die auf neue Situationen nicht immer flexibel reagiert hätten. Er nennt als Stichwort die BSE-Situation beziehungsweise die Wettersituation. Ähnliches gelte für den Hotelbereich. Dort habe man eine gewisse Zufriedenheit aus früher vollen Häusern noch nicht abgelegt und reagiere deswegen kaum auf die sinkende Nachfrage. Für die DEHOGA sei es allerdings sehr schwierig, diese Leute in die Pflicht zu nehmen, da die Mitgliedschaft bei der DEHOGA auf Freiwilligkeit beruhe. Auch bezüglich der Fortbildung seien gerade die Inhaber solcher weniger effektiver Betriebe nur sehr schwer anzusprechen.

Abg. Friedrich-Carl Wodarz zeigt sich erfreut über die Überlegungen, in Zukunft mehr mit den heimischen Produkten zu werben. Herr Peter Bartsch erinnert an die Schwierigkeiten, die seine Mitglieder hätten, in der Landwirtschaft ausreichende Partner für die Zulieferung heimischer Produkte zu finden. Ein gutes Beispiel seien die Steckrübentage, wo sehr habe geworben werden müssen, damit die Landwirte entsprechende Mengen Steckrüben anbauten. Das alles könne im Grunde nur durch den persönlichen Einsatz vor Ort erreicht werden. Er glaube, dass sein Verband hier auf dem richtigen Wege sei. Ein Ansatzpunkt dafür seien beispielsweise die Aktivitäten der DEHOGA auf der NOR-LA. Dort seien die Verbandsaktionen den Landwirten vorgestellt worden. Man habe dargelegt, dass für das Jahr 2001 beispielsweise die Vermarktung der regionalen Küche in Schleswig-Holstein geplant sei und hoffe nun, dass die Landwirte diese Pläne aufnehmen.

Abg. Hans-Jörn Arp mahnt an dieser Stelle erneut eine bessere Zusammenarbeit mit dem Land als Koordinator an, um bessere Synergieeffekte zu erzielen und Schnittstellen zu schaffen, die es ermöglichen, die Gastronomie besser in die Veranstaltungen im Lande einzubinden.

Herr Peter Bartsch weist darauf hin, dass es dazu bereits gute Ansätze gebe und nennt als Beispiel das Musikfestival Schleswig-Holstein mit dem Thema USA im vergangenen Jahr. Dazu hätten die Gastronomen landesweite Aktionen gestartet und Werbung mit deutsch-amerikanischen Tagen gemacht. Allerdings seien solche Aktionen noch immer mit Schwierigkeiten verbunden. So sei es beispielsweise erst nach einigen Verhandlungen möglich gewesen, das Wellenlogo auf den Speisekarten zu verwenden. Man werde aber auch in Zukunft die Kontakte mit den Veranstaltern suchen, um die Koordinierung zu vertiefen.

Zur Frage des Abg. Heinz Maurus nach eventuell weiteren Gesellschaften der TASH auch aus dem Wirtschaftsbereich stellt Herr Peter Bartsch fest, dass es sich bei der TASH nicht um einen closed job handele. Neue Gesellschafter müssten allerdings in das Konzept passen und es sollten auch solche Gesellschafter sein, die vordergründig mit dem Tourismus zu tun hätten und auch entsprechende Mittel einzubringen in der Lage seien. Er selbst gehe davon aus, dass die einzelnen Mitglieder durchaus auch ihren Anteil nicht nur als Gesellschafter einzubringen hätten, sondern dass zumindest auch gesunde Verbände wie die DEHOGA ihr Engagement darüber hinaus zu zeigen hätten. So stelle er sich beispielsweise vor, dass die TASH im Hause der DEHOGA in der Hamburger Chaussee angesiedelt werden könnte, um schwerpunktmäßig ein „Haus des Tourismus“ zu errichten. Hierin könnten dann auch Brauereien und andere vom Tourismus profitierende Wirtschaftsunternehmen eingebunden werden.

Auf die Frage des Abg. Heinz Maurus, wie der Verband auf die neue Ferienregelung im Jahre 2003 reagieren werde, antwortet Herr Axel Alm dahin, dass man versuche, auf Bundesebene gemeinsame Wege für eine vernünftige Regelung zu finden. Ob es aber zu einem Durchbruch im Sinne der DEHOGA kommen werde, die bestehende Ferienregelung noch zu ändern, wisse er nicht. Man arbeite an diesem Problem. Es sei im Grunde ein Unding, einerseits die Urlaubssaison verlängern zu wollen, wenn andererseits in den drei nachfragestärksten Bundesländern die Ferien gleichzeitig begönnen.

Im Weiteren spricht sich Herr Axel Alm gegen die geplante Winterferienwoche für Schleswig-Holstein aus. Auch das diene nicht einer Saisonverlängerung, sondern es bringe im Gegenteil eine Verkürzung der Hauptsaison.

MR Rainer Helle teilt mit, dass die Überlegungen zu einer Winterferienwoche zurzeit vom Tisch seien und gibt zu bedenken, dass wegen des Dissenses in der KMK über die Ferienregelung die Gefahr bestanden habe, dass jedes Land seine Ferien regeln könne, wie es wolle. Dies habe gerade noch mit der jetzt geltenden Ferienregelung verhindert werden können. Im Übrigen seien die Bundesländer für die Regelung der kleineren Ferientermine allein zuständig.

Der Vorsitzende stellt fest, dass alle Anregungen, die in der Anhörung gegeben worden seien, in die weiteren Ausschussberatungen eingehen werden und schließt die Sitzung um 13:25 Uhr mit einem Dank an die Angehörten für deren Verständnis wegen des verspäteten Beginns der Anhörung.

gez. Claus Hopp

Vorsitzender

gez. Dr. Ursula Haaß

Geschäfts- und Protokollführerin

An die
Empfänger der Protokolle
der Agrarausschusssitzungen
laut Verteiler

Es wird gebeten, im Protokoll der 13. Sitzung des Agrarausschusses auf Seite 7 in Abs. 5 letzte Zeile, die Zahl 2 Millionen DM durch die Zahl 20.000 DM zu ersetzen.

gez. Dr. Ursula Haaß

Ausschussgeschäftsführerin