



# **Niederschrift**

## **Ausschuss für die Zusammenarbeit der Länder Schleswig-Holstein und Hamburg**

19. Wahlperiode - 22. Sitzung

am Dienstag, dem 9. November 2021, 12:30 Uhr,  
im Sitzungszimmer 122 des Landtags

### **Anwesende Abgeordnete**

Kai Vogel (SPD)

Vorsitzender

Wolf Rüdiger Fehrs (CDU)

Lukas Kilian (CDU)

Peter Lehnert (CDU)

Barbara Ostmeier (CDU)

Tobias von Pein (SPD)

Dr. Andreas Tietze (BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN)

Lars Harms (SSW)

### **Weitere Abgeordnete**

Klaus Jensen (CDU)

Katrin Fedrowitz (SPD)

### **Fehlende Abgeordnete**

Ines Strehlau (BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN)

Stephan Holowaty (FDP)

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

<b>Tagesordnung:</b>		<b>Seite</b>
<b>1.</b>	<b>Stiftung Elbefonds: Sachstand</b>	<b>4</b>
<b>2.</b>	<b>Gemeinsame Marketingstrategie</b>	<b>5</b>
<b>3.</b>	<b>Zusammenarbeit im Tourismus</b>	<b>7</b>
<b>4.</b>	<b>Kulturelle Kooperation und Filmförderung</b>	<b>8</b>
<b>5.</b>	<b>Verschiedenes</b>	<b>9</b>

Der Vorsitzende, Abg. Vogel, eröffnet die Sitzung um 12:35 Uhr und stellt die Beschlussfähigkeit des Ausschusses fest. Die Tagesordnung wird in der vorstehenden Fassung gebilligt.

### **1. Stiftung Elbefonds: Sachstand**

Abg. Vogel, Abg. Ostmeier und Abg. von Pein zeigen sich überrascht, dass kein Vertreter der Landesregierung anwesend ist. - Der Ausschuss bittet die Landesregierung, bei der gemeinsamen Sitzung am 19. November 2021 vertreten zu sein.

Abg. Ostmeier nennt eine Reihe von Fragen, um deren Beantwortung sie in der Sitzung am 19. November 2021 bitte: Sie frage, wie ein Antrag bei der Stiftung gestellt werden könne, in welcher Höhe eine Förderung möglich sei, über welchen Umfang der Fonds verfüge und in welchem Umfang er Geld ausschütten könne. Falls noch keine Förderung möglich sei, frage sie, ab wann eine Antragstellung möglich sei und welchem formalen Verfahren diese folge. Schließlich frage sie, in welcher Höhe bisher schon Gelder ausgeschüttet worden seien und wer über Höhe und Förderungsempfänger entscheide.

## 2. Gemeinsame Marketingstrategie

Frau Cremer, Leiterin des Referats „Dachmarke, Standortmarketing“ des Ministeriums für Wirtschaft, Verkehr, Arbeit, Technologie und Tourismus, berichtet, im Rahmen der Nachbereitung der Empfehlungen des OECD-Berichts ([Umdruck 19/3015](#)) sei die Arbeitsgruppe 10a eingesetzt worden mit der Aufgabe, eine internationale Marketingstrategie für die Metropolregion Hamburg zu erarbeiten. Mitglieder der Arbeitsgruppe seien die in den vier Landesverwaltungen für Marketing Zuständigen. Bereits vom Regionsrat der Metropolregion sei verabredet worden, die Diskussion um eine gemeinsame Marke für die Metropolregion auszuklammern. Insbesondere die Flächenländer seien sich einig gewesen, nicht auf ihre vorhandenen Landesmarken verzichten zu wollen. Für 250.000 € sei ein Gutachten in Auftrag gegeben worden, um die jeweiligen Strategien der vier beteiligten Bundesländer (Tourismusstrategie, Ansiedlungsstrategie, Erneuerbare Energien, Technologietransfer und Anwerbung von Fachkräften) zu vergleichen, um Gemeinsamkeiten zu identifizieren. Ferner gehe es in dem Gutachten darum, attraktive internationale Zielmärkte zu identifizieren.

Abg. Vogel und Abg. von Pein sprechen sich dafür aus, bei Erhalt der Landesmarken ergebnisoffen über die Einführung einer gemeinsamen Marke für die Metropolregion nachzudenken.

- Frau Cremer berichtet, eine diesbezügliche Diskussion werde in der Arbeitsgruppe nicht geführt und sei auch von ihrem Arbeitsauftrag nicht abgedeckt. Auch gehe es nicht darum, die Nordstaat-Debatte zu führen. Davon unbeschadet gebe es selbstverständlich punktuelle Zusammenarbeit zwischen den Ländern mit dem Ziel, einen gemeinsamen Auftritt in Einzelfragen zu erreichen, beispielsweise bei der Norddeutschen Wasserstoffstrategie. Anders als Hamburg in der Mitte der Metropolregion müsse Schleswig-Holstein - wie die anderen beteiligten Flächenländer - auch an diejenigen Landesregionen denken, die sich nicht in der Metropolregion befänden.
- Abg. Ostmeier stimmt ihr zu.
- Abg. von Pein betont, mit der Forderung nach einer gemeinsamen Dachmarke für die Metropolregion habe er nicht die Forderung der Einrichtung eines Nordstaats verbinden wollen.

Auf eine Frage des Abg. Vogel berichtet Frau Cremer, die Arbeitsgruppe werde im Herbst 2022 erste Ergebnisse vorlegen können. Die Arbeit der Arbeitsgruppe wie der mit der Erstellung des Gutachtens beauftragten Agentur könne aufgrund der bereits in den vier Ländern geleisteten Vorarbeiten schnell vonstattengehen. Unabhängig davon, so Frau Cremer, sei dann die spannende Frage, wie man mit den Ergebnissen und Empfehlungen der Agentur politisch umgehe. Dies sei nicht zuletzt auch eine Frage der Finanzierung.

Auf eine Anmerkung des Abg. Dr. Tietze betont Frau Cremer, es gehe um eine internationale Marketingstrategie. Da international die Landesdachmarken nur eine untergeordnete Rolle spielten, komme es insofern nicht zu einer Konkurrenzsituation. Es gehe darum, einerseits gemeinsam vom Ruf Hamburgs zu profitieren und andererseits deutlich zu machen, dass die Metropolregion mehr als Hamburg umfasse.

### **3. Zusammenarbeit im Tourismus**

Frau Dr. Pusback, Leiterin des Tourismusreferats im Ministerium für Wirtschaft, Verkehr, Arbeit, Technologie und Tourismus, schließt sich eingangs den Bemerkungen von Frau Cremer zum vorigen Tagesordnungspunkt an. Auch in Bezug auf eine gemeinsame Tourismusstrategie sei eine Zusammenarbeit der Länder, wie sie von der OECD gefordert worden sei, zwar sinnvoll. Schleswig-Holstein und Hamburg seien jedoch Wettbewerber auf dem Tourismusmarkt mit zudem sehr unterschiedlichen Zielgruppen (Hamburg: überwiegend Städte- und Konferenztourismus, Schleswig-Holstein: überwiegend Naturtourismus). Eine gemeinsame Marketingstrategie sei daher nicht zielführend, sinnvoll sei eher eine punktuelle Zusammenarbeit, beispielsweise, wenn es darum gehe, neue internationale Märkte gemeinsam anzusprechen. Im Moment seien Dänemark, die Schweiz und Österreich sowie in geringerem Maße Schweden und Polen die wichtigsten internationalen Quellmärkte für Schleswig-Holstein. Darüber hinaus erscheine auch eine lokale Zusammenarbeit in Grenznähe zu Hamburg sinnvoll.

Abg. Dr. Tietze wirbt dafür, die Metropolregion als Location für Kulturtourismus zu konzeptualisieren und entsprechend gemeinsam zu bewerben.

Abg. Fedrowitz weist darauf hin, dass es auch abseits des Naturtourismus attraktive Tourismusdestinationen in Schleswig-Holstein, beispielsweise am Hamburger Rand, gebe. - Abg. von Pein weist auf die Möglichkeit hin, dass im direkten Umland Hamburgs Hoteliers von Hamburg als Städtetourismus- und Businessdestination profitieren könnten. - Frau Dr. Pusback stimmt zu, insbesondere im Hamburger Rand sei eine entsprechende punktuelle Kooperation durchaus sinnvoll.

Frau Dr. Pusback stellt klar, es gehe bei einer Marketingstrategie um die Hauptzielgruppen. Ergebnisse der Marktforschung hätten bestätigt, dass 80 % des Schleswig-Holstein-Tourismus sich in Küstennähe abspiele. Aus diesem Grunde gebe es auch für entsprechenden Küstentourismus, insbesondere in den ohnehin gut gebuchten Sommermonaten, keine weiteren Marketingaktivitäten, sondern es gehe jetzt darum, das Binnenland entsprechend in den Fokus zu rücken („Mehr zwischen den Küsten“).

Abg. Vogel wirbt darum, in der gemeinsamen Sitzung am 19. November 2021 noch detaillierter auf mögliche Synergieeffekte bei der Zusammenarbeit einzugehen.

#### **4. Kulturelle Kooperation und Filmförderung**

Herr Dr. Strank, Mitarbeiter im Referat für kulturelle Bildung des Ministeriums für Bildung, Wissenschaft und Kultur, berichtet, es gebe bereits seit mehreren Jahren eine gemeinsame Filmförderungsgesellschaft Hamburg-Schleswig-Holstein, die seit einiger Zeit unter der Marke „MOIN“ (MOving Images North) auftrete. 75 % der Gesellschaftsanteile halte Hamburg, 25 % Schleswig-Holstein, was der Bedeutung Hamburgs als Medienstandort entspreche. Die Filmförderung vermittele unter anderem im Bereich des Location Scouting Drehorte in Schleswig-Holstein. Wenn eine Filmproduktion entsprechend in Schleswig-Holstein Drehtage wahrnehme, so sei dies mit Fördermitteln verbunden.

Auf eine Nachfrage des Abg. Vogel hierzu berichtet Herr Dr. Strank, es werde regelmäßig auf einen Nutzen für die jeweilige Region von mehr als 100 % der eingesetzten Fördermittel Wert gelegt, sodass beispielsweise bei einer Förderung von 1 € 1,50 € in der Region verblieben. Im Jahr 2017 seien 463 Drehtage in Schleswig-Holstein gefördert worden, während es im laufenden Jahr voraussichtlich 630 Drehtage bis Jahresende seien. Insbesondere im Bereich des Streaming erhoffe MOIN sich noch eine Erhöhung der Filmaktivitäten in Schleswig-Holstein und Hamburg.

Auf eine Rückfrage des Abg. Vogel berichtet Herr Dr. Strank, im Landeshaushalt sei jährlich der Betrag von 1 Million € für Filmförderung veranschlagt. Das gesamte jährliche Fördervolumen von MOIN liege bei 18,32 Millionen € (inklusive Bundesmittel).



## **5. Verschiedenes**

Zu dem Tagesordnungspunkt liegt nichts vor.

Der Vorsitzende, Abg. Vogel, schließt die Sitzung um 13:30 Uhr.

gez. Kai Vogel  
Vorsitzender

gez. Dr. Sebastian Galka  
Geschäfts- und Protokollführer