

Themenfeld Tourismus/HLMS

Haushaltsstelle 790.6300 (Kosten für die Fremdenverkehrsförderung)

In den bereitgestellten Haushaltsmitteln von 250.700 € sind auch Mitgliedsbeiträge für die HLMS mit rd. 38 T€ enthalten. Die Verwaltung wird gebeten, die vertraglichen Grundlagen einschließlich Kündigungsmodalitäten und die Auswirkungen der Kündigung zu prüfen und dem Ausschuss zu berichten.

Aufgabe der HLMS (Herzogtum Lauenburg Marketing & Service GmbH) bei Gründung war, das kreisweite Marketing mit Serviceleistungen durchzuführen mit deutlicher Verbesserung gegenüber der bisherigen Aufgabenerledigung durch den Verein Alte Salzstraße e.V. Die HLMS wurde von den Gesellschaftern mit dem gemeinsamen Interesse einer zeitgemäßen Entwicklung des Tourismus gegründet; die Stadt Ratzeburg ist Gründungsmitglied. Die Erfolge sind belegbar und in der Fachwelt überregional anerkannt.

Heute ist die HLMS eine von 4 offiziellen regionalen Touristischen Marketingorganisationen (TMO) in Schleswig-Holstein und als Gesellschafter an der Landesmarketingorganisation „TASH“ beteiligt. Sitze in den Gremien der TASH (Aufsichtsrat, Gesellschafterversammlung, Marketingbeirat), im Vorstand des Tourismusverbandes Schleswig-Holstein sowie in der AG Tourismus der Metropolregion Hamburg sichern die Interessensvertretung des Kreises und seiner Städte an allen touristischen Schlüsselpositionen des Landes. Im Rahmen der Neuausrichtung schreibt das Land Schleswig-Holstein die Bündelung der lokalen Kräfte in sog. Lokalen Tourismusorganisationen (LTO) vor. Die Beteiligung an einer LTO ist u.a. zwingende Voraussetzung für die zukünftige Verteilung von Fördermitteln. Die HLMS ist durch das Wirtschaftsministerium als LTO ebenfalls anerkannt.



Erläuterung der vorgenannten Begriffe der Organisationsstruktur kooperatives Marketing:

- *DZT - Deutsche Zentrale für Tourismus
- *DKL - Deutsche Küstenländer (Bundesebene)
- TASH - Tourismus Agentur Schleswig-Holstein
- NTS - Nordsee Tourismus Service
- OHT - Ostholstein Tourismus (Ostsee + holst. Schweiz)
- MAKS - Marketing Kooperation Städte SH
- HLMS - Herzogtum Lauenburg Marketing & Service GmbH
- Binnenland - Grünes Binnenland e.V.

Aufgaben der HLMS / bei Kündigung würden wegfallen:

- Gemeinsame Herausgabe der Printprodukte: Erarbeitung des Layouts und Übernahme der Layoutkosten für die kreisweite Nutzungsmöglichkeit durch die HLMS und die Gesellschafter
- Erwerb der Rechte am Landes-CD von der Tourismusagentur SH (Inselstadt Ratzeburg*) → Muss-Kriterium in den Förderrichtlinien des Landes
- Gemeinsame Anschaffung des Informations- und Reservierungssystems (IRS) – unverzichtbares Vertriebsinstrument für die zeitgemäße Zimmervermittlung und Provisionsgenerierung auch über das Internet. (Muss-Kriterium in den Förderrichtlinien des Landes)
- Übernahme der Anschaffungskosten und des Ausschreibungsverfahrens für das IRS, Akquise von entsprechenden Fördermitteln, Leistung der Kofinanzierung
- Regelmäßige Schulungen und Updates IRS
- Gemeinsamer Marketingpool, zentraler Einkauf der Anzeigen als Agenturleistung, über den gemeinsamen Etat Erzielung von Rabatten bei den Verlagen und Agenturen, im Gegenzug Schaltung von redaktionellen Beiträgen
- Übernahme der überregionalen Pressearbeit. Die HLMS ist beteiligt an der Nachrichtenagentur Schleswig-Holstein und stellt seinen Gesellschaftern kostenlose Leistungen dieser Nachrichtenagentur zur Verfügung (kostenlose Bereitstellung eines Meldungen-Kontingents)
- Kostenübernahme Grundkosten Clipping-Service (Artikel-Ausschnitt-Service)
- Erstellung eines kreisweiten Tourismuskonzeptes erspart der Stadt die Erstellung eines eigenen Konzeptes (Die Existenz eines Tourismuskonzeptes ist ebenfalls eine zentrale Forderung der Förderrichtlinien des Landes. Die Erstellung des ganzheitlichen kreisweiten Tourismuskonzeptes unter der Einbeziehung Ratzeburgs erfüllt diese Forderung)
- Städte sind über die HLMS an die touristische Neuausrichtung des Landes angeschlossen. Die HLMS trägt die Kosten der Beteiligung an der Zielgruppenausrichtung (70 % Übereinstimmung mit Ratzeburger Zielgruppen)
- Festlegung des kooperativen Marketings in regelmäßigen Beiratsrunden als Steuerungsinstrument
- Über die HLMS sind die Städte an der künftigen Tagestourismuskampagne der Metropolregion Hamburg / Hamburg Marketing GmbH beteiligt (Kosten trägt Kreis/HLMS)
- Geringe Kosten als Gesellschafter für die Beteiligung an den Printprodukten und an Messen
- Die HLMS ist seitens des Landes als offizielle Tourismus-Marketing-Organisation (TMO) anerkannt. Die Beteiligung/Mitgliedschaft der Kommunen an der zuständigen TMO werden vom Land in den Förderrichtlinien des Zukunftsprogrammes Schleswig-Holstein als zwingende Voraussetzung angesehen
- Das Leitprojekt „Verschlankung der lokalen Strukturen“ fordert die enge kommunale/regionale Zusammenarbeit und sieht in dem Status, der im Kreis Herzogtum Lauenburg erreicht worden ist, eine Vorbildfunktion. Die

Entwicklung im Kreis Herzogtum Lauenburg wird im Wirtschaftsministerium bis hin zur Staatskanzlei aufmerksam und wohlwollend beobachtet.

- Der Kreis und seine Kommunen stehen im Online-Zeitalter auch im Tourismus im globalen Wettbewerb. Alle Kommunen im Kreis sind für sich zu klein um sich als touristische Marke zu etablieren. Eine Marktdurchdringung ist nur im Ansatz des kooperativen Marketings möglich.
- Die HLMS bietet zahlreiche Serviceleistungen, wie IRS, Anzeigeneinkauf, Messeorganisation, Fortbildungen, Service-Q-Angebote, (Zertifizierung von Dienstleistern) Klassifizierungen etc. von denen die Gesellschafter profitieren
- Die HLMS ist an der ab 2008 in 2-jährigen Rhythmus durchgeführten landesweiten Gästebefragung Schleswig-Holstein (GBSH) beteiligt und stellt den Gesellschaftern darüber hinaus weitere Marktforschungsdaten zur Verfügung.
- Nutzung des Online-Veranstaltungskalenders der TASH – den Bürger und Touristen nutzen, da die HLMS Gesellschafter bei der TASH ist

Weiter würde bei einer Kündigung eintreten:

- Fördermittel aus dem Zukunftsprogramm Wirtschaft nicht mehr erreichbar
- Keine Einbindung Ratzeburgs in das Landesmarketing und die Vermarktung in der Metropolregion Hamburg
- Höhere Beteiligungskosten an Messeauftritten, bzw. keine Darstellungsmöglichkeiten bei landesweiten Auftritten (Grüne Woche, ITB, Tag der Einheit etc.)
- Keine Darstellung in der überregionalen Pressearbeit der Nachrichtenagentur SH
- Keine Einbindung Ratzeburgs in die regionalen Arbeitsgruppen zum Wandertourismus, Radtourismus, barrierefreiem Tourismus etc.
- Keine Nutzung des Presseverteilers der Nachrichtenagentur (ca. 3.000 Adressen)
- Das IRS steht ausschließlich den Gesellschaftern der HLMS als Countersoftware zur Verfügung, Ratzeburg müsste ein eigenes IRS anschaffen.
- Personalbestand wäre als Folge aufzustocken und die Sachkosten würden sich deutlich erhöhen
- Verlust des Prädikates „Erholungsort“
- Deutlich höhere Beteiligungskosten bzw. teilweiser Wegfall von Beteiligungskosten an den kreisweiten Printveröffentlichungen (Gastgeberverzeichnis, Urlaubsmagazin etc.)
- Höhere Beteiligungskosten von Leistungsträgern bei Fortbildungen und Klassifizierungen (Wegfall der HLMS-Bezuschussung)
- Verlust der Stammeinlage von 10.000,- €
- Verlust der indirekten Mitgliedschaft im Deutschen Tourismusverband

Leistungen der HLMS für Ratzeburg:

- Koordinierung der Marketing-Maßnahmen
- Vertretung auf Tourismus-Messen
- Prospektversand bei undifferenzierten Anfragen (jährlich ca. 15.000 Aussendungen/Verteilungen)
- Kostenoptimierung durch zentralen Einkauf und Schaltung von Kollektivanzeigen
- Interessensvertretung auf Landesebene
- Kostenlose Bereitstellung/Nutzungserlaubnis des landesweiten CD der TASH,
- Kostenfreie Nutzung und Erstellung von Logos für die Radwegebeschilderung
- Herausgabe und Produktion des kreisweiten Gastgeberverzeichnisses
- Herausgabe weiterer Printprodukte wie z. B. das Urlaubsmagazin, Freizeitverzeichnis, Rad fahren etc.
- Beratung von Leistungsträgern (sektorale Wirtschaftsförderung)
- Durchführung der Klassifizierung von Zimmern und Ferienwohnungen (HLMS ist Lizenznehmerin beim Deutschen Tourismusverband)
- Übernahme von überregionalen Anzeigenschaltungen
- Bearbeitung überregionaler Themen in Zusammenarbeit mit örtlicher Ebene: z. B. Kanu, Radfahren, Wandern
- Kostenlose Beteiligung Ratzeburgs am landesweiten Projekt „barrierefreier Tourismus“
- Die HLMS übernimmt zum Selbstkostenpreis die Anzeigenschaltung in der überregionalen Presse. Die Inhalte, Zeitpunkte, Werbezielgebiete und Medien werden in einer gemeinsamen Runde abgestimmt und in einem Mediaplan dargestellt. Durch diesen gemeinsamen Einkauf erzielte Rabatte werden vollumfänglich an die Tourist-Information Ratzeburg weitergegeben (10-15%)
 - o Zusätzlich besteht die Möglichkeit einer Beteiligung an Kollektivanzeigen/Newslettern und den reichweitenstarken Internetauftritten der HLMS und der TASH
 - o Die Tourist-Information Ratzeburg erhält eine Dokumentation der Anzeigenschaltungen, der Mittelverwendung und eine Darstellung des Anzeigenäquivalents.
- Übernahme des Pressedienstes der Tourist-Information Ratzeburg
 - o Die HLMS sammelt (ggf. verfasst) Pressemitteilungen zu Themen von überregionaler Bedeutung und übernimmt die Verbreitung an die touristischen Fachredaktionen. Hierbei kann ab 2004 zusätzlich auf die in Gründung befindliche touristische Nachrichtenagentur der TASH zurückgegriffen werden, an der die HLMS beteiligt ist und als Gesellschafter im Gegensatz zu den Städten direkten Zugriff hat.
 - o Eigene Mailings ergänzen diese Dienstleistung.

Finanzielle Dimension:

Grundsätzlich besteht in Fachkreisen an der Sinnhaftigkeit des kooperativen Tourismusmarketings Einigkeit. Die touristische Wertschöpfung ist ebenfalls belegt und nur durch eine gemeinsame Marktbearbeitung zu gewährleisten.

Somit ist die Beteiligung der örtlichen Ebene an der regionalen Vermarktungsorganisation bundesweiter Standard und zentrale Forderung des Landes Schleswig-Holstein in seinen Förderrichtlinien.

Neben der fachlichen und qualitativen Komponente einer Beteiligung als Gesellschafter an der HLMS (es handelt sich nicht um eine Vereinsmitgliedschaft sondern um das Halten von Gesellschafteranteilen!), stehen den Leistungen der HLMS klar quantifizierbare finanzielle Synergien gegenüber. Folgende finanzielle Vorteile lassen sich für die Tourist-Information und somit die Stadt Ratzeburg benennen:

- Erstellung Tourismuskonzept: einmalig 35-40.000,- €
- Aktualisierung Tourismuskonzept: jährlich ca. 3.500,- €
- Anschaffung IRS: einmalige Kosten: ca. 50.000,- €
- Betrieb IRS, technischer Support etc.: jährlich ca. 14.000,-
- Nutzung landesweiter Eventkalender: jährlich 250,-€
- Überregionale Pressearbeit: jährlich ca. 2.000,- € (ohne Textarbeit)
- Wegfall Bezuschussungen von Fortbildungen, Klassifizierungen etc.:
 - ca. 1.000,- €
- Synergien Zentraler Einkauf Anzeigen und Printerstellungen:
 - ca. 2.500,-€
- Erhöhte Anschließerkosten für Messen: jährlich ca. 1.000,- €
- Erhöhte Seitenpreise HLMS-Prints: jährlich ca. 3.000,- €

Neben den erhöhten Kosten ist der mögliche Wegfall von Einnahmen aus Vermittlungsleistungen, Vermarktungseinnahmen Gastgeberverzeichnis etc. zu bedenken und mit etwa 10.000,-€ anzusetzen.

Andere Leistungen sind nicht finanziell aufzurechnen, wären aber für Ratzeburg nicht mehr erreichbar (Bundesprojekt barrierefreier Tourismus, Landesweite Marketing-Kampagnen).

Kündigungsmodalitäten HLMS-Gesellschafter:

1. Ein Gesellschafter kann den Vertrag mit einer Frist von 12 Monaten zum Ende eines Geschäftsjahres kündigen.
2. Die Gesellschaft besteht dann fort.
3. Der kündigende Gesellschafter erhält seinen Anteil zum Nominalwert erstattet, sofern die Vermögenslage der Gesellschaft dies zulässt.
4. Den verbleibenden Gesellschaftern steht ein Vorkaufsrecht an den frei werdenden Stammanteilen zu.