



Grundgedanken

(Diskussionsgrundlage)

zur

Zusammenführung und Neuaufstellung

von

"Wirtschafts- & Tourismusförderung"

im Landkreis Regen

Inhalt:

- 1. Bedeutung des Tourismus für den Landkreis Regen**
- 2. Zukunftswerkstatt „Wirtschaft und Tourismus“ für den Landkreis Regen**
 - 2.1. Einleitung
 - 2.2. Ziele
 - 2.3. Struktur
 - 2.4. Aufgaben
- 3. Touristische Arbeitsgemeinschaft „Produkt & Vertrieb Bayerischer Wald GbR“**
 - 3.1. Einleitung
 - 3.2. Ziele
 - 3.3. Mitglieder
 - 3.4. Aufgaben
 - 3.5. Finanzierung
 - 3.6. Geschäftsführung
 - 3.7. Sitz

1. Bedeutung des Tourismus für den Landkreis Regen

Seit Juli 2008 präsentiert sich der Landkreis Regen touristisch unter der Marke „ArberLand“, aber der Tourismus im Landkreis hatte seine Geburtsstunde bereits Ende des 19. Jahrhunderts mit der Gründung des Bayerischen Wald-Vereins. Erst in den 1960er Jahren ging es mit den Übernachtungszahlen aber steil bergauf. Mit permanent steigenden Gästeankünften stieg auch die Zahl an Vermietungsbetrieben. Ab Mitte der 90er Jahre folgten schließlich massive Einbrüche der Übernachtungszahlen, die in den letzten Jahren zwar gestoppt, keinesfalls aber auf das Ursprungsniveau zurückgeführt werden konnten. Jährlich fehlen unserer Region dadurch viele Millionen Euro an Wertschöpfung.

Aktuell hat das ArberLand Bayerischer Wald ein Kontingent von rund 32.000 Betten unterschiedlicher Sterne- und Preiskategorien vorzuweisen und wird jährlich von bis zu 380.000 Urlaubsgästen besucht. Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer eines Gastes beträgt 6,7 Tage. Von diesen Besuchern profitiert die ganze Region, rund 15 % der vollzeitbeschäftigten Arbeitnehmer arbeiten im Tourismus, andere Wirtschaftszweige wie Handel und Handwerk nutzen ebenfalls in hohem Maße. Aber der Wettbewerb wird härter, und andere deutsche und europäische Mittelgebirgsregionen rüsten auf, indem sie in hohem Maße und Tempo ihre Strukturen professionalisieren.

Insbesondere für strukturschwache Regionen ist es von größter Wichtigkeit, den Tourismus als Wirtschaftsfaktor endlich ernster zu nehmen und konsequenter bearbeiten, als in der Vergangenheit. Tourismus ist nicht nur einfach eine „nette freiwillige kommunale Leistung“. Renommierete Urlaubsorte – auch im Bayerischen Wald – zeigen: Tourismus generiert echte Lebensqualität für Gäste und Einheimische gleichermaßen! Tourismus erhält die Attraktivität einer Region! Arbeitsplätze und Gewerbesteuererinnahmen alleine sorgen noch lange nicht für ein attraktives Lebensumfeld!

Beispiel Bodenmais: Kein anderer Ort im Bayerischen Wald mit nur 3.400 Einwohnern verfügt über eine vergleichbare Anzahl an Einrichtungen und Betrieben, die Gästen und Einheimischen gleichermaßen nutzen: Hallend- und Freibad, Parks, Wanderwege, Loipen,

Aktivzentrum Bretterschachten, WellVital-Gesundheitszentrum, Kulturzentrum Altes Rathaus, sowie mehr als vierzig Gastronomiebetriebe und Einzelhändler.

Dies zeigt sehr deutlich, dass Tourismus und Wirtschaft nicht länger isoliert voneinander betrachtet werden dürfen: In den nächsten Jahren sorgen demographischer Wandel und Abwanderung dafür, dass der Bayerische Wald nicht nur – wie bisher - massiv um die Schaffung von qualifizierten Arbeitsplätzen, sondern vor allem um die Gewinnung von Fachkräften kämpfen muss. Und für solche Fachkräfte reicht das Vorhandensein von Arbeitsplätzen alleine nicht aus: Notwendig ist vor allem auch ein wettbewerbsfähiges soziales und kulturelles Umfeld. Und hier ist es eine Illusion, zu glauben, dass unsere Kommunen – vor dem Hintergrund immer schlechterer kommunaler Finanzausstattung - ohne funktionierenden Tourismus ein solches Umfeld bieten können!

In den nächsten Jahren wird sich allerdings die Spreu vom Weizen trennen: Tourismus wird aus kommunaler Sicht nicht mehr einfach nur „nebenbei“ funktionieren und „mitlaufen“. Es wird nicht nur Gewinner geben, sondern es wird auch Urlaubsregionen geben, die zunehmend keine Rolle mehr spielen. Will der Bayerische Wald, insbesondere das ArberLand, auch weiterhin am Tourismusmarkt bestehen, ist die Einführung gemeindeübergreifender professioneller Strukturen unumgänglich.

2. Zukunftswerkstatt „Wirtschaft und Tourismus“ für den Landkreis Regen

2.1. Einleitung

Die Gründung der „Zukunftswerkstatt Wirtschaft und Tourismus“ soll den Startschuss für eine zukunftsfähige, dynamische Entwicklung im wirtschaftlichen und touristischen Bereich unter Einbeziehung aller 24 Städte, Märkte und Gemeinden des Landkreises Regen darstellen. Einbezogen werden sollen neben den Landkreiskommunen auch die Verantwortlichen für Tourismus und Wirtschaft beim Landkreis Regen, Verbände und die Privatwirtschaft.

Innovation und unternehmerische Denk- und Arbeitsweisen jenseits von Kirchturmdenken müssen das Agieren der Zukunftswerkstatt bestimmen, um den Landkreis mit seinen touristischen Kapazitäten als erfolgreiche Reisemarke in Deutschland und Europa zu positionieren. Es geht darum, die Themenfelder Wirtschaftsförderung, Wirtschaftsstandort, Lebensraum und Tourismus zusammenzuführen, ein einheitliches Zukunftskonzept zu entwickeln und dessen Umsetzung zu begleiten. Vernetztes Denken über alle Themenbereiche ist hierbei oberste Prämisse, da nur so Nachhaltigkeit und Wettbewerbsfähigkeit im nationalen und internationalen Wettbewerb erreicht werden können.

So liegt in der Zusammenführung von Wirtschaft und Tourismus unter anderem bei der Fachkräftegewinnung eine große Chance:

„Bei der Anwerbung von Fachkräften für die Industrie sind Freizeiteinrichtungen entscheidend. Die Tourismuswirtschaft fördert gerade im ländlichen Räumen die Attraktivität. Mit dem Tourismus steigt auch das kulturelle Angebot einer Region. Der Tourismus kann auch die Abwanderung aus ländlichen Räumen abfedern.“

so der Parlamentarische Staatssekretär für Tourismus, Ernst Burgbacher, in der Fachzeitschrift „Fremdenverkehrswirtschaft International“.

2.2. Ziele

Ziel ist es, die Themen Wirtschaft und Tourismus sinnvoll zu verknüpfen, weil diese unmittelbar zusammenhängen, wie heute schon wichtige Fakten belegen: Durch eine erfolgreiche Tourismuswirtschaft entstehen attraktive Regionen, welche wiederum nicht nur für die Touristen, sondern auch für die Bevölkerung interessante Lebensräume mit einer hohen Lebensqualität darstellen. Durch die hierdurch mögliche Bindung und Gewinnung von qualifizierten Fachkräften, wird die Region auch zu einem interessanten Wirtschafts- und Industriestandort, an dem zukunftsfähige Arbeitsplätze entstehen.

Der Tourismus trägt also maßgeblich dazu bei, dass die Region spannend und abwechslungsreich für das gesellschaftliche und kulturelle Leben der Menschen bleibt. Heute funktionierende lokale und regionale Infrastruktur wird sich nur durch eine erfolgreiche Tourismuswirtschaft und die daraus resultierende Frequentierung aufrechterhalten lassen. Dies betrifft den Landkreis ebenso wie jede einzelne Gemeinde – auch jene, ohne Tourismus, da ohne eine hochwertige Infrastruktur eine Verödung und der Abzug von Wirtschaftskraft die Folge sind.

Prekäre Arbeitsverhältnisse en Masse oder eine Pendlerkultur als Normalzustand im Arbeitsleben sind kein Ausgleich. Der Tourismus sichert eine Weiterentwicklung des Nah- und Fernverkehrs, der Hallen- und Freibäderlandschaft und aller anderen Freizeit- und Kultureinrichtungen.

2.3. Struktur

Der Landkreis Regen wird ein Gremium mit Vertretern von Verwaltung, Touristik, Wirtschaft und Verbänden einrichten, welches sich mit der nachhaltigen Wettbewerbsfähigkeit und den Zukunftsperspektiven des Landkreises und der 24 Landkreiskommunen beschäftigt. Dabei soll diese „Zukunftswerkstatt Wirtschaft und Tourismus“ sowohl die Strukturen, als auch ein Gesamtkonzept entwickeln, welches die Themen Wirtschaftsförderung- und Standort, Lebensraum und Tourismus als eine thematische Einheit betrachtet.

Das bislang vom Landkreis Regen betriebene Regionalmanagement und Touristische Service Center sollen mit der „Zukunftswerkstatt Wirtschaft und Tourismus“ überdacht, weiterentwickelt und zu einer schlagkräftigen Einheit weiterentwickelt werden.

Wenngleich der Tourismus für den Landkreis eine freiwillige Aufgabe darstellt, zeigt schon alleine die demographische Entwicklung, dass eine erfolgreiche Tourismuswirt-

schaft und die daraus resultierenden positiven Effekte in nahezu allen Wirtschafts- und Gesellschaftsbereichen von elementarer Bedeutung für den Landkreis sind.

2.4. Aufgaben

Im ersten Schritt ist Basisarbeit zu leisten. Hierbei ist die Zielgruppendefinition und die Profilierung unbedingt erforderlich („Wofür steht der Landkreis Regen überhaupt?). Wirtschaft und Tourismus müssen ein gemeinsames, klares Profil erhalten. Der Landkreis Regen muss sich – gleichermaßen touristisch und wirtschaftliche (!) - zu einer echten Marke entwickeln. Und diese Marke, das belegen alle erfolgreichen Marktteilnehmer, muss nach außen klar erkennbar und unterscheidbar sein. Somit gehört zu einer ersten Aufgabe ein einheitliches visuelles Außenmarketing.

Von außen betrachtet ist eine Unterscheidung zwischen einem politischen „Landkreis Regen“, einem Wirtschaftsstandort „Landkreis Regen“ und einem touristischen Reiseziel „ArberLand“ kontraproduktiv. Mögliche Synergien bleiben völlig ungenutzt. Hier gilt es anzusetzen.

Eine wichtige Aufgabe der „Zukunftswerkstatt Wirtschaft und Tourismus“ ist die Professionalisierung der Strukturen, damit diese die Region nicht zu einem „Westerwald“ Bayerns verkommen lassen, die in der öffentlichen Wahrnehmung wirtschaftlich wie touristisch als Verliererregion wahrgenommen wird.

Die Einbindung aller politischen, wirtschaftlichen und touristischen Leistungsträger in das zu entwickelnde Gesamtkonzept ist von grundsätzlicher Bedeutung. Das Ziel sollte sein, eine gemeinsame Struktur aus Verantwortung in öffentlicher Hand und Privatwirtschaft zu erreichen. Tourismus, Wirtschaft, aber auch Banken stehen klar mit in der Verantwortung für unsere Region und sind umgekehrt auf eine moderne öffentliche Verwaltung und eine dynamische Wirtschaftsentwicklung angewiesen.

Es geht um nicht weniger, als um tiefgreifende Veränderungen, eine Neuausrichtung und eine Vernetzung unserer Arbeit im Politik-, Wirtschafts- und Tourismusbereich –

vom Landkreis über die einzelnen Kommunen bis hin zum Einzelbetrieb. Nur wenn die gemeinsamen Ansätze auch von allen Kommunen mitgetragen und mitgestaltet werden, kann dies nachhaltig ein großer Erfolg für den Landkreis Regen werden.

Und nur wenn es insbesondere auch auf Ebene der Kommunen einen Paradigmenwechsel hin zu einer gemeinsamen Arbeit gibt, alle das gleiche Ziel verfolgen und in EINE Richtung an einem Strang ziehen, können wir uns zukunftsicher aufstellen.

3. Touristische Arbeitsgemeinschaft „Produkt & Vertrieb Bayerischer Wald GbR“

WICHTIG:

Diese Arbeitsgemeinschaft ist derzeit in Vorbereitung. Eine Grundsatzentscheidung über ihr Zustandekommen fällt am 07. Mai bei der Gesellschafterversammlung der Bayerischer Wald Touristik GmbH. Danach soll das Thema in den zuständigen Gremien im Landkreis Regen diskutiert werden.

3.1. Einleitung

Was der Tourismusarbeit im Landkreis Regen bisher fast gänzlich fehlt, ist ein Bindeglied zwischen klassischen Fremdenverkehrsstrukturen und moderner Tourismusindustrie. Zwar haben die Bayerwald-Landkreise zusammen mit dem Tourismusverband Ostbayern und dem österreichischen Konsortium Alps & Cities die Bayerischer Wald Touristik GmbH gegründet, die im Produktentwicklungs- und Vertriebsbereich tätig ist. Doch ist diese GmbH mit vergleichsweise kleiner Personalausstattung und Zuständigkeit für den gesamten Bayerischen Wald für sich allein nicht ausreichend, um den Landkreis Regen auch in modernen Tourismusstrukturen zu etablieren.

Künftig sollen daher die Themen Produktentwicklung und Vertrieb einen Schwerpunkt der eigenen touristischen Arbeit im Landkreis Regen darstellen. Deshalb hat der Landkreis Regen dem Tourismusverband Ostbayern den Vorschlag unterbreitet,

eine Arbeitsgemeinschaft „Produktentwicklung & Vertrieb Bayerischer Wald“ in der Gesellschaftsform einer GbR zu gründen.

Es geht nicht um die Entwicklung eines neuen Konstrukts, sondern darum, bestehende Einrichtungen, Organisationen und Instrumente zu nutzen und zu einer schlagkräftigen Einheit zusammenzuführen. Federführend bei der „Arbeitsgemeinschaft Produktentwicklung & Vertrieb Bayerischer Wald“ sollen der Landkreis Regen und der Tourismusverbandes Ostbayern e.V. sein. Zunächst ist die ARGE auf drei Jahre begrenzt und könnte erst anschließend, falls dies in Folge der Ergebnisse als sinnvoll erachtet wird, in eine gemeinsame Vertriebsgesellschaft münden.

3.2. Ziele

Die Ziele der „Arbeitsgemeinschaft Produktentwicklung & Vertrieb Bayerischer Wald“ sind die gemeinsame Produktentwicklung, der Einkauf, Vertrieb und die Abwicklung von touristischen Leistungen aus dem Bayerischen Wald. Dabei trägt jedes ARGE Mitglied zu Zielerreichung entsprechend seines Leistungsangebotes bei.

Es sollen konsequent die gesamten Marketingmaßnahmen des Tourismusverbandes Ostbayern e.V. genutzt werden, um marktgerechte, touristische Angebote zu vermarkten. Die Messbarkeit der Entwicklung in den Übernachtungszahlen ist hierbei der Gradmesser für den Erfolg der Marketing- und Vertriebsmaßnahmen an den Endkunden beziehungsweise über Vertriebspartner.

3.3. Mitglieder

Die Mitglieder der AG Produktentwicklung und Vertrieb Bayerischer Wald GbR sind:

- Bayerischer Wald Touristik GmbH
- Tourismusverbands Ostbayern e.V.
- Telecenter Regen GmbH
- Bodenmais Tourismus & Marketing GmbH

3.4. Aufgaben

- *Bayerischer Wald Touristik GmbH:*
 - Der Einkauf von Übernachtungsleistungen, touristischen Leistungen und die Vertragsverwaltung aller Leistungen.
 - Die Tätigkeit als Incomingagentur auch für andere Reiseveranstalter.

- *Tourismusverbands Ostbayern e.V.:*
 - Einbindung der Produkte der Incoming/ARGE in alle Maßnahmen des TVO - dadurch Erzielung eines erhöhten Nachfragedrucks bei Endkunden.
 - Zurverfügungstellung der nötigen Reisepreissicherungsscheine.

- *Telecenter Regen GmbH:*
 - Die Call Center Leistungen des TSC werden für Endkundenwerbung eingebunden.
 - Die Mitarbeiter des TSC werden für das Fullfilment (Abwicklung) gegenüber Endkunden und weitere Vertriebspartner eingesetzt.

- *Bodenmais Tourismus und Marketing GmbH:*
 - Bereitstellung der technischen Plattform als 2. Mandanten.
 - Gemeinsame Verantwortung für die Fullfilment-Abwicklung mit dem TSC.
 - Ausbildung der TSC-Mitarbeiter.
 - Produktentwicklung.
 - Buchhaltung in Zusammenarbeit mit einer Steuerkanzlei.

3.5. Finanzierung

Die ARGE selbst erbringt keine Leistungen in Namen der Gesellschaft, sondern verfolgt und moderiert das Ziel der gemeinsamen Produktentwicklung und Vermarktung. Die erbrachten Leistungen werden ausschließlich direkt zwischen den ARGE Mitgliedern abgerechnet.

3.6. Geschäftsführung

Die Geschäfte der AG Produktentwicklung und Vertrieb Bayerischer Wald GbR werden von den Geschäftsführern der Mitgliedsunternehmen beziehungsweise deren Vertretern geführt.

3.7. Sitz

Der Sitz der AG Produktentwicklung und Vertrieb Bayerischer Wald GbR ist in Degendorf und Regen vorgesehen.