



WIRTSCHAFTSMOTOR TOURISMUS

NÖTIGE WEICHENSTELLUNGEN
FÜR EINE ZUKUNFTSBRANCHE

TOURISMUSPOLITISCHE POSITIONEN DER
IHK-ARBEITSGEMEINSCHAFT RHEINLAND-PFALZ

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	3
1. Tourismus als Standortfaktor anerkennen und weiter professionalisieren	5
2. Keine Mehrbelastung für die Tourismuswirtschaft	8
3. Die Wettbewerbsfähigkeit der Tourismusunternehmen stärken	10
4. Fach- und Arbeitskräfte gewinnen und sichern	14
5. Belange des Tourismus übergreifend berücksichtigen	16



1 // Vorwort

Bild: Dominik Ketz / Rheinland-Pfalz Tourismus GmbH



Mit mehr als 26 Millionen Übernachtungen und 150 Millionen Tagesgästen pro Jahr treibt der Tourismus Rheinland-Pfalz als bedeutender Beschäftigungsmotor an und sichert insgesamt knapp 150.000 Arbeitsplätze. Rückgrat der Tourismuswirtschaft sind die 13.500 Gastronomie- und Hotelleriebetriebe des Landes. Sie bilden jährlich rund 2600 junge Menschen aus.

Gerade im ländlichen Raum handelt es sich vielfach um inhabergeführte Familienunternehmen, die ihre Gäste mit hoher Professionalität und viel Herz betreuen. Doch nicht wenige von ihnen stehen mit dem Rücken zur Wand. Stetig wachsende administrative Anforderungen, Fachkräftemangel und erschwerte Unternehmensübergaben bringen Hoteliers und Restaurantbesitzer an den Rand ihrer Leistungsfähigkeit.

Ihre Bedeutung jedoch kann nicht hoch genug eingeschätzt werden. Denn erst wertige Beherbergungsangebote machen Investitionen in die touristische Infrastruktur sinnvoll. Diese wiederum erhöhen die Wohn- und Lebensqualität im Land und sind damit ein bedeutender Standortfaktor für alle Wirtschaftszweige. Hinzu kommt, dass kaum ein Wirtschaftsbereich nicht vom Tourismus profitiert.

Deshalb muss es Ziel der Politik sein, die Tourismuswirtschaft als Zukunftsbranche zu entwickeln. Als klassische Querschnittsdisziplin bedeutet das, dass Fachministerien und Referate weit intensiver und auch ressortübergreifend zusammenarbeiten müssen, um bessere Rahmenbedingungen für die touristischen Leistungsträger zu schaffen.

Mit dem Ausbau ortsübergreifender Vermarktungsstrukturen im Tourismus können zudem Ressourcen noch besser gebündelt, Synergien intelligent genutzt und Effizienzgewinne erzielt werden. Die Einsparungen ließen sich für touristische Infrastrukturvorhaben und ein schlagkräftiges gemeinsames Marketing nutzen. Zusätzlich könnten freiwillige Finanzierungsmodelle die Tourismusarbeit sichern.

Denn eins ist sicher: Nur, wenn Kommunen und Landkreise in die Infrastruktur investieren, in hochwertige Rad- und Wanderwege etwa, werden die erforderlichen Privatinvestitionen in Übernachtungs- und gastronomische Angebote folgen können. Nötig ist das besonders in ländlichen Gebieten, die dringend „belebt“ werden müssen – mit Blick auf die Alterung der Gesellschaft und die anstehenden Unternehmensübergaben.

Anhand konkreter Forderungen an Politik und Akteure in Verbänden und Institutionen zeigt dieses tourismuspolitische Papier der rheinland-pfälzischen Industrie- und Handelskammern auf, wie die Tourismusbranche mit ihren Unternehmen im Land sinnvoll weiterentwickelt und für die Zukunft gestärkt werden kann.

Koblenz, im Januar 2018



Arne Rössel

Hauptgeschäftsführer der IHK Koblenz

Ludwigshafen, im Januar 2018



Dr. Tibor Müller

Hauptgeschäftsführer der IHK für die Pfalz

Mainz, im Januar 2018



Günter Jertz

Hauptgeschäftsführer der IHK für Rheinhessen

Trier, im Januar 2018



Dr. Jan Glockauer

Hauptgeschäftsführer der IHK Trier

1 // Tourismus als Standortfaktor anerkennen und weiter professionalisieren

Wie es ist:

Obwohl der Tourismus zur dynamischen Entwicklung und Attraktivität von Regionen und Städten beiträgt, ist die Investitionsbereitschaft in den Tourismus als sogenannte freiwillige Aufgabe bei den politisch Verantwortlichen verhalten. Im Gegenteil: Zusätzliche Abgaben belasten die Akteure.

Dabei profitieren die Kommunen ganz direkt von den Einkommens- und Beschäftigungseffekten der Tourismuswirtschaft sowie den daraus resultierenden Steueraufkommen. Denn Einzelhandel, Dienstleistungsunternehmen und Handwerk generieren einen bedeutenden Teil ihrer Umsätze durch den Tourismus. Die Einnahmen der Kommunen aus Gewerbesteuern und Gebühren sowie die Einkommenswirkungen liegen in vielen Fällen höher als die tourismusspezifischen Ausgaben.

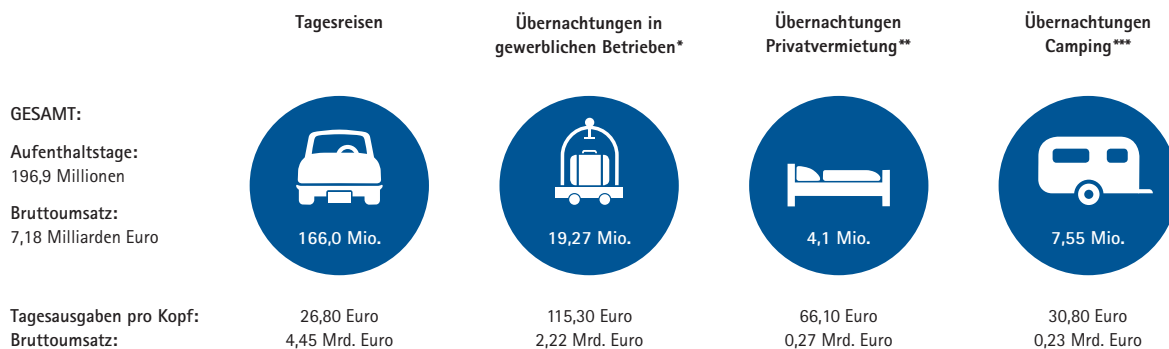
Mit der Änderung des Kommunalen Abgabengesetzes ziehen nun zahlreiche rheinland-pfälzische Kommunen in Betracht, Unternehmen mit zusätzlichen Abgaben zu belasten, etwa mit dem zweckgebundenen Tourismusbeitrag. Auch von den Übernachtungsgästen könnten sie einen ebenfalls zweckgebundenen Gästebeitrag erheben.

Diese Einnahmen kämen immerhin dem Tourismus zugute, denn sie können an „die Herstellung, den Betrieb und die Unterhaltung ganz oder teilweise touristischer Zwecke dienender Einrichtungen, touristischer Veranstaltungen und/oder die Tourismuswerbung“ gebunden werden.

Jedoch ist der damit verbundene Verwaltungsaufwand oft weit höher als die erwarteten Einnahmen. Einzelne Städte führen daher stattdessen bereits neue Steuern (Beherbergungssteuer) ein. Als Aufwandsteuer fließen sie dem allgemeinen Haushalt zu anstatt in touristische Projekte.

ECKDATEN DER TOURISTISCHEN MARKTSEGMENTE

für Rheinland-Pfalz 2015 / gerundete Werte



* ohne Privatquartiere und gewerbliche Kleinbetriebe sowie Urlaubscamping.

** Daten laut Statistischem Landesamt Rheinland-Pfalz in ausgewählten Orten sowie ergänzende Erhebungen dwif 2016

*** Urlaubs-, Dauercamping und Reisemobilisten

Wie es sein sollte:

Trotz enger werdender Finanzspielräume muss sich die öffentliche Hand stärker zu den positiven Effekten des Tourismus bekennen und die touristische Infrastruktur sowie Tourist-Informationen und Tourismusorganisationen mitfinanzieren. Die Landesregierung sollte prüfen, inwieweit die kommunale Tourismusförderung als freiwillige Leistung in eine Pflichtaufgabe überführt werden könnte. Den Kommunen würde der Druck genommen, freiwillige Ausgaben zu kürzen oder über Abgaben zusätzliche Einnahmenquellen aususchöpfen.

Die rheinland-pfälzischen Industrie- und Handelskammern plädieren dafür, zur Sicherung der Tourismusarbeit vor Ort zunächst die Einführung freiwilliger Finanzierungsmodelle zu prüfen. Gerade weil das touristische Marketing eine Gemeinschaftsaufgabe von Kommune und touristischen Leistungsträgern darstellt, die von den Profiteuren des Tourismus zu organisieren und zu finanzieren ist, bieten sich freiwillige Modelle geradezu an. Wichtig sind eine eng begrenzte Zweckbindung der finanziellen Mittel, ein qualifiziertes Mitwirkungsrecht der Wirtschaft bei der Mittelvergabe und die Aufrechterhaltung bisheriger öffentlicher Aufwendungen.

Investitionen in eine qualitätsvolle touristische Infrastruktur zahlen sich aus, gerade in ländlichen Gebieten. Die Einrichtung von Premiumfernwanderwegen wie dem Rheinsteig (Bild) und Eifelsteig haben zu signifikanten Steigerungen bei Konsumation und Übernachtungen in Gasthöfen und Hotels entlang der Stecken geführt.

Bild: Dominik Ketz
Rheinland-Pfalz Tourismus GmbH

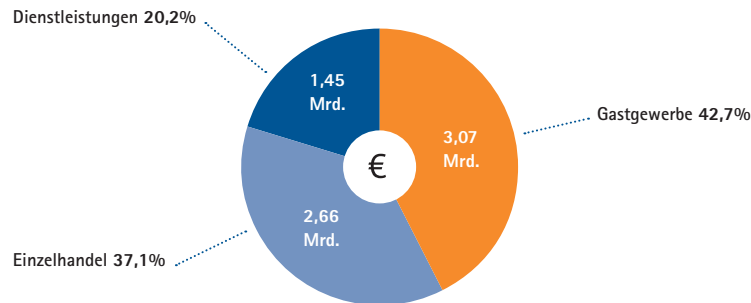


Zudem sollte dank effizienteren Organisationsstrukturen Geld eingespart werden – auf lokaler wie regionaler Ebene. Die Mittel können zielgerichteter eingesetzt werden, wenn die Ressourcen gebündelt und die Aufgaben besser verteilt beziehungsweise genauer voneinander abgegrenzt sind. Gerade touristisch weniger

bedeutende Gemeinden müssen sich über kommunale Zusammenschlüsse anschließen. Nur so kann den steigenden Qualitätsansprüchen entsprochen und in enger Absprache mit den Leistungsanbietern ein zeitgemäßes modernes Marketing entwickelt werden.

WER VERDIENT AM TOURISMUS?

Anteil der profitierenden Branchen am Bruttoumsatz



Quelle: in Anlehnung an dwif 2016.
Datenbasis: eigene Berechnungen dwif und
Statistisches Landesamt Rheinland-Pfalz

Ein wesentlicher Baustein und wichtiges Bindeglied im rheinland-pfälzischen Tourismus stellt die Rheinland-Pfalz Tourismus GmbH (RPT) dar. Sie gibt die strategische Entwicklungsrichtung vor und setzt Impulse für wertvolle Netzwerke und Synergien bis hin zu den touristischen Leistungsträgern

vor Ort. Wichtig ist, dass eine den Aufgaben angemessene und langfristig ausgerichtete Finanzierung der RPT auch aus Landesmitteln sichergestellt wird, um für die vielfältige Projektarbeit und das Marketing im In- und Ausland Planungssicherheit zu schaffen.

EINKOMMENS-, STEUER- UND BESCHÄFTIGUNGSEFFEKTE



Touristisches
Einkommen



Touristisches
Steueraufkommen



Im Tourismus
beschäftigte Personen

Quelle: in Anlehnung an dwif 2016.
Datenbasis: eigene Berechnungen dwif und
Statistisches Landesamt Rheinland-Pfalz



KERNFORDERUNGEN

- Organisationsstrukturen optimieren
- Branchenübergreifende Zusammenarbeit verstärken
- Landesmittel sicherstellen

Die Arbeit in Gastronomie und Hotellerie muss Freude machen und darf für die Betreiber nicht zu einem Dschungel aus bürokratischen Meldeverpflichtungen werden. Dann können sie sich auch in Zukunft mit Einsatz und Herz ihrem Kerngeschäft widmen: der Betreuung ihrer Gäste.

Wie es sein sollte:

Für ihre Entwicklung benötigen die touristischen Leistungsträger verlässliche Rahmenbedingungen. Landesregierung und Kommunen sollten auf ein Mehr an finanzieller Belastung und Bürokratie verzichten, denn beides hemmt die Unternehmen in ihren Entwicklungschancen und blockiert Investitionen.

Bereits heute tragen die Unternehmen über Steuern und Abgaben einen erheblichen Anteil zu den Einnahmen öffentlicher Haushalte bei. Die fortdauernde Anhebung von Gewerbe- und Grundsteuern sowie neue Abgaben lehnen die Industrie- und Handelskammern deutlich ab.

Stattdessen sind Bund, Länder und Kommunen gefordert, Bürokratie abzubauen und Verwaltungsverfahren zu vereinfachen. Schon die Entwicklung digitaler Lösungen kann zu Erleichterungen führen wie etwa durch die Akzeptanz eines „digitalen Meldscheins“. Und übrigens: Weniger Vorschriften entlasten auch die Behörden und damit die öffentliche Hand.

Die Einführung eines Transparenzsystems im Bereich der Lebensmittelhygiene lehnen die Industrie- und Handelskammern ab – egal ob in Form von Smileys, einer Ampel oder eines Barometers. Solange landesweit keine flächendeckenden Lebensmittelkontrollen und, aufgrund von Personalmangel, keine zeitnahen Überprüfungen in den Lebensmittelunternehmen gesichert sind, führt ein Transparenzsystem zur Wettbewerbsverzerrung.



Die Veröffentlichung der Kontrollergebnisse würde Verbraucher in ihrem Urteil fehlleiten, es drohen die Stigmatisierung Einzelner und erhebliche Umsatzeinbußen. Viel wichtiger wäre daher, dass Land und Kommunen eine systematische Kontrolle der Lebensmittelhygiene in den Betrieben sicherstellen.



KERNFORDERUNGEN

- Zusätzliche Abgaben / Steuern vermeiden
- Bürokratische Hemmnisse abbauen
- Keine Hygieneampel einführen

3 // Die Wettbewerbsfähigkeit der Tourismusunternehmen stärken

Wie es ist:

Die meisten Unternehmen im rheinland-pfälzischen Gastgewerbe sind inhabergeführte Kleinbetriebe. Ihnen fehlen häufig die Rücklagen für nötige Investitionen beziehungsweise zur Überbrückung umsatzschwacher Phasen. In den kommenden Jahren steht bei vielen dieser Familienbetriebe die Unternehmensübergabe an. Gerade im ländlichen Raum aber sind Nachfolger kaum zu finden. Auch, weil die dann fällige Neukonzession verschärfte Auflagen mit sich bringt, die die Kosten in die Höhe treiben und die Übernahme unattraktiv machen.

Das Gaststättengewerbe mit Alkoholausschank unterliegt der Erlaubnispflicht. Neben der Gewerbeordnung kommen Gaststättengesetz und weitere spezielle Ver-

ordnungen zum Tragen. Übernimmt ein Nachfolger den Betrieb, muss er eine neue Konzession beantragen. Einige Auflagen, beispielsweise im Bereich Brandschutz, Barrierefreiheit oder Hygiene, haben die Fachbehörden in den vergangenen Jahren verschärft. Mangels Bestandsschutz müssen potenzielle Nachfolger zahlreiche Auflagen neu erfüllen. Schon im Vorfeld der Betriebsaufnahme kann das hohe Kosten verursachen und die späteren Einnahmen deutlich schmälern. Ohne Finanzierung durch eine Bank ist das nicht zu stemmen.

Doch aus Sicht der Banken besteht in der Tourismusbranche ein überdurchschnittlich hohes wirtschaftliches Risiko. So haben vor allem junge Unternehmer ohne ausreichende Eigenmittel enorme Schwierigkeiten bei der Beschaffung von Fremdkapital. Um ein neues Konzept umzusetzen, renovieren und modernisieren zu können, fehlt oft das Geld.

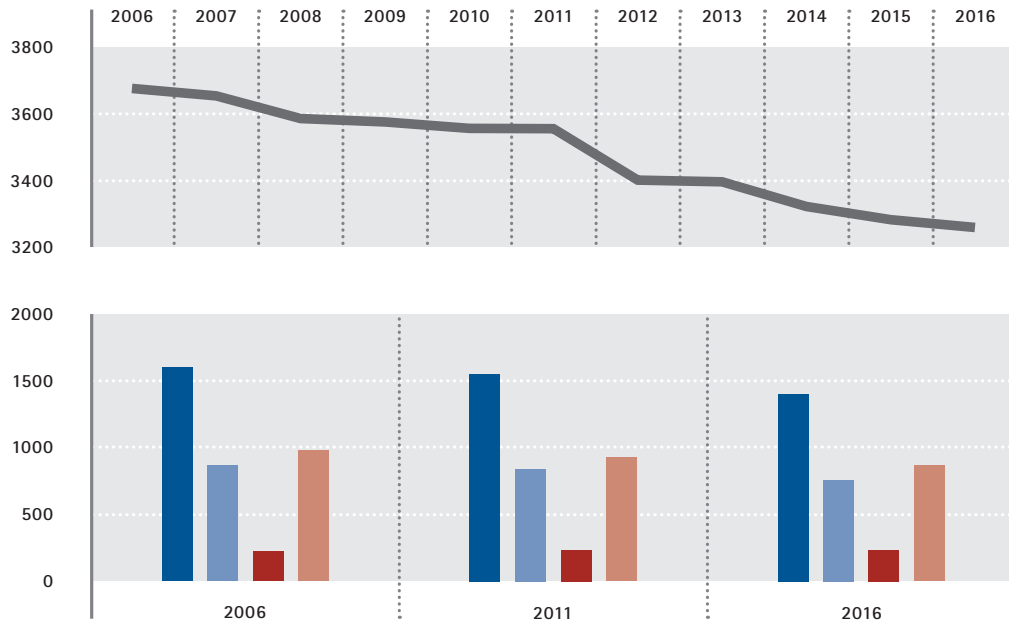
Darüber hinaus ist die derzeitige einzelbetriebliche Förderung nicht ausreichend. Nur in zehn ausgewählten Modellregionen und in Zusammenhang mit dem Ausbau von Barrierefreiheit ist sie möglich. Die aktuelle Förderpolitik ist vor allem in Verbindung mit möglichen EU-Fördertöpfen wenig transparent und die Antragsstellung für Betriebe mit einem kaum leistbaren bürokratischen Aufwand verbunden.



Bild: Thomas Söllner - fotolia.com

ANZAHL DER BEHERBUNGSBETRIEBE RHEINLAND-PFALZ

Betriebe ohne Camping



Quelle: Statistisches Landesamt Rheinland-Pfalz, Stand 2017

Die Anzahl der Beherbergungsbetriebe in Rheinland-Pfalz ist insgesamt rückläufig. Besonders betroffen sind die Betriebsarten Hotel und Gasthof.



Wie es sein sollte:

Aufgrund ihrer besonderen Bedeutung als Querschnittsbranche und ihren spezifischen strukturellen Herausforderungen muss das Land der Tourismusförderung eine Sonderrolle einräumen. Um die Betriebsnachfolge zu erleichtern, fordern die Industrie- und Handelskammern einen attraktiveren Rechtsrahmen, Finanzierungserleichterungen und die Überarbeitung der einzelbetrieblichen Förderung in Verbindung mit gestärkten Beratungsangeboten vor Ort. Die Beantragung einer neuen Konzession darf nicht dazu führen, dass Auflagen zum

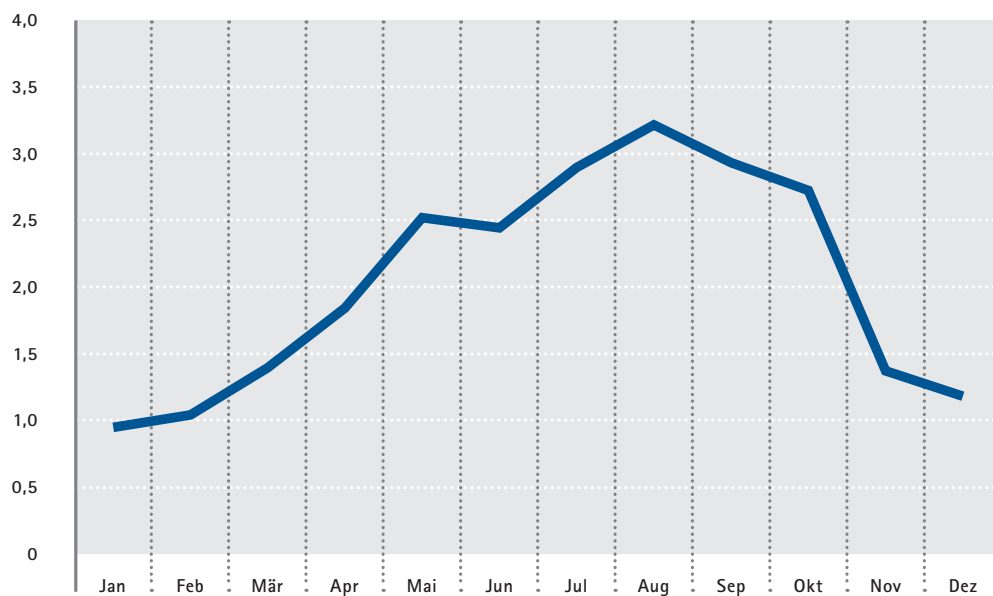
Tragen kommen, die eine Übernahme erheblich erschweren. Geltende Regelungen sind auf Landesebene zu überprüfen und entsprechend anzupassen, um bürokratische Hürden in Verbindung mit den entsprechenden Folgekosten abzubauen. Daher ist es sinnvoll, bei Betriebsübernahmen einen Bestandsschutz für einen fest definierten Zeitraum einzuräumen. Dieser würde Neunternehmern die Möglichkeit geben, notwendige Investitionen nicht zu einem bestimmten Stichtag, sondern innerhalb eines Übergangskorridors zu erfüllen.

Existenzgründer müssen ihrer Bank neben einem Mindestanteil an Eigenkapital ausreichend Kreditsicherheiten vorweisen, sonst sind sie chancenlos. Ihnen muss geholfen werden. Eine Haftungsfreistellung zur Absicherung des Darlehens, eine Bürgschaft für weitere Investitionsvorhaben, ein einzelbetriebliches Investitionsförderprogramm oder befristete Steuervorteile können die Unternehmensübernahme erleichtern.

Die Industrie- und Handelskammern fordern vom Land ein spezifisches Förderprogramm zur Unternehmensnachfolge sowie für Modernisierungs- und Erweiterungsmaßnahmen im Gastgewerbe. Nur so können sich öffentliche Investitionen in die touristische Infrastruktur auch in der Qualität des Angebots der Betriebe flächendeckend widerspiegeln. Zudem müssen die Förderprogramme transparent, unkompliziert und beständig sein, damit die Wirtschaft weiß, was sie wie abrufen kann.

DURCHSCHNITTliche ÜBERNACHTUNGSZAHLEN IN RHEINLAND-PFALZ 2012-2016

in Millionen



Quelle: Statistisches Landesamt Rheinland-Pfalz, Stand 2017

Zu den größten Herausforderungen für die Betriebe zählt die schwache Auslastung in den Wintermonaten.



KERNFORDERUNGEN

- Gründung und Nachfolge stärken
- Bestandschutz gewähren
- Investitionen fördern



Bild: nyul - fotolia.com

4 // Fach- und Arbeitskräfte gewinnen und sichern

Wie es ist:

Die Tourismuswirtschaft hat zunehmend Schwierigkeiten, ihre offenen Stellen mit Fach- und Arbeitskräften zu besetzen. Landesweit sind die Ausbildungszahlen seit Jahren rückläufig, dem Arbeitsmarkt stehen immer weniger Nachwuchskräfte zur Verfügung.

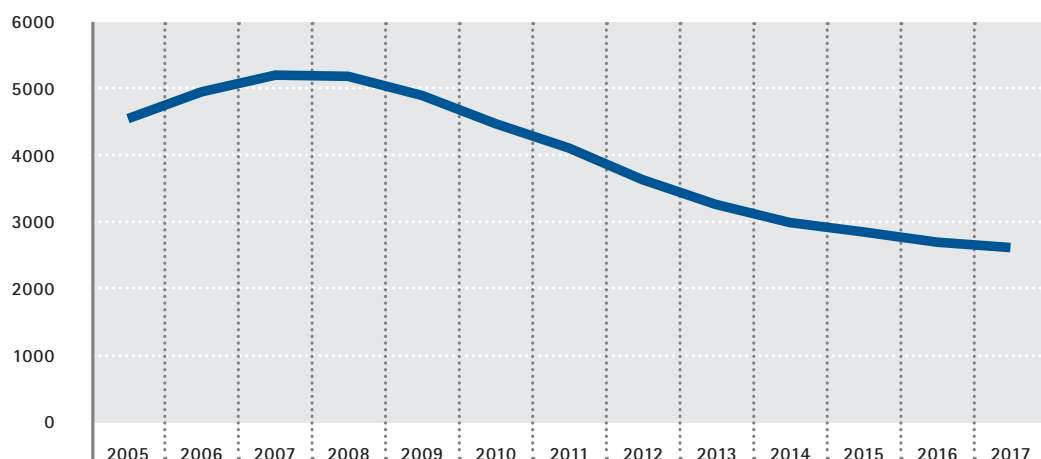
Während nur wenige Betriebe Personal mit einem Hochschulabschluss benötigen, sind zwei Drittel der Gastronomiebetriebe auf der Suche nach Personen mit einer dualen gastronomischen Berufsausbildung. Mehr als die Hälfte der Beherbergungsunternehmen haben auch einen akuten Bedarf an Arbeitskräften ohne abgeschlossene Berufsausbildung. Die Nachfrage nach Personal ist in den Bereichen Restaurant/Service und in der Küche am höchsten.

Das Hotel- und Gaststättengewerbe zählt zu den Branchen, in denen bei IHK-Berufen am häufigsten Ausbildungsverträge aufge-

löst werden. Einer der Hauptgründe liegt darin, dass die Erwartungen und Wünsche der jungen Menschen zu Beginn der Ausbildung nicht mit der Realität übereinstimmen. Die meisten Ausbildungsabbrüche finden schon in der Probezeit oder im ersten Ausbildungsjahr statt.

Für die Tourismuswirtschaft bieten ausländische Fachkräfte und Flüchtlinge ein zusätzliches Potenzial. Allerdings sind Deutschkenntnisse für den Umgang mit Gästen eine Grundvoraussetzung. Verständigungsprobleme stellen neben bürokratischen Hindernissen die größte Herausforderung für die Integration von Zugewanderten aus Drittstaaten und geflüchteten Menschen in den Arbeitsmarkt dar. Viele Betriebe sammeln daher zunächst über Praktika und Einstiegsqualifizierungen erste Erfahrungen in der Beschäftigung von geflüchteten Menschen, während der Direkteinstieg in die Ausbildung häufig noch nicht gelingt.

INGETRAGENE AUSBILDungsverhältnisse IN DER RHEINLAND-PFÄLZISCHEN TOURISMUSWIRTSCHAFT



Quelle: Bundesinstitut für Berufsbildung, Bonn
IHKs in Rheinland-Pfalz

Wie es sein sollte:

Das Image des Gewerbes zu verbessern und jungen Menschen Lust auf die Branche zu machen – das sind die zentralen Herausforderungen der Zukunft, um dem allgegenwärtigen Fachkräftemangel entgegenzuwirken. Die duale Aus- und Weiterbildung im Tourismus muss verbessert, attraktiver beworben sowie von der Politik stärker ins Bewusstsein der Bevölkerung gerückt werden. Dabei sind die exzellenten Karriere- und Entwicklungschancen mit hervorragenden internationalen Perspektiven herauszustellen.

Zertifizierungen, die Einrichtung eines Beschwerdemanagements oder materielle Anreize für Jugendliche könnten erste Schritte zu einer Attraktivierung des Berufsfelds sein. Initiativen in Schulen oder Projekte wie die Europa-Miniköche sollten weiter unterstützt werden.

Bei den Europa-Miniköchen lernen Kinder im Alter von 10 bis 12 Jahren in einer zweijährigen Ausbildung, welche Gesundheitswerte und Nährwerte Lebensmittel beizugeben. Sie kochen mit regionalen Produkten leckere Gerichte und üben das richtige Eindecken von Tischen, das Servieren und vieles mehr. Ein tolles Projekt, um schon Kinder für das Berufsfeld Gastronomie zu interessieren.



Um die Mitarbeiter nach der Ausbildung zu halten, müssen die Betriebe ein professionelles Personalmanagement betreiben und ihre Arbeitgeberattraktivität steigern.

Zu besseren Arbeitsbedingungen zählen Weiterbildungen, eine betriebliche Gesundheitsförderung, familienfreundliche Arbeitszeiten sowie eine Kinderbetreuung. Die Erschließung neuer Zielgruppen (zum Beispiel Frauen nach einer Familienphase oder ältere Berufserfahrene) stellt eine weitere Möglichkeit dar, Fach- und Arbeitskräfte für die Branche zu gewinnen. Dabei müssen die Unternehmen von der Politik unterstützt werden!

Auch ausländische Mitarbeiter können zur Fachkräftesicherung beitragen. Das Angebot von niederschweligen Sprachkursen ist für die nachhaltige Integration von Zugewanderten und Flüchtlingen essenziell. Zusätzliches Beschäftigungspotenzial könnte zudem mit der Erweiterung der entsprechenden Positivliste von Engpassberufen bei der Bundesagentur für Arbeit um gastgewerbliche Berufe erreicht werden.

Darüber hinaus hat das Aufenthaltsgesetz bereits Erleichterungen zur Integration von geflüchteten Menschen gebracht. Die von den Industrie- und Handelskammern geforderte 3+2-Regelung, die Planungssicherheit während der Ausbildung und dem anschließenden Übergang in eine Beschäftigung bringen soll, wird allerdings in der Praxis sehr unterschiedlich und zum Teil nur restriktiv umgesetzt. Daher fordern die IHKs eine bundesweit einheitliche, transparente und unbürokratische Anwendung.



KERNFORDERUNGEN

- Arbeitgeberattraktivität steigern
- Ausbildung wertschätzen
- Integration erleichtern

5 // Belange des Tourismus übergreifend berücksichtigen

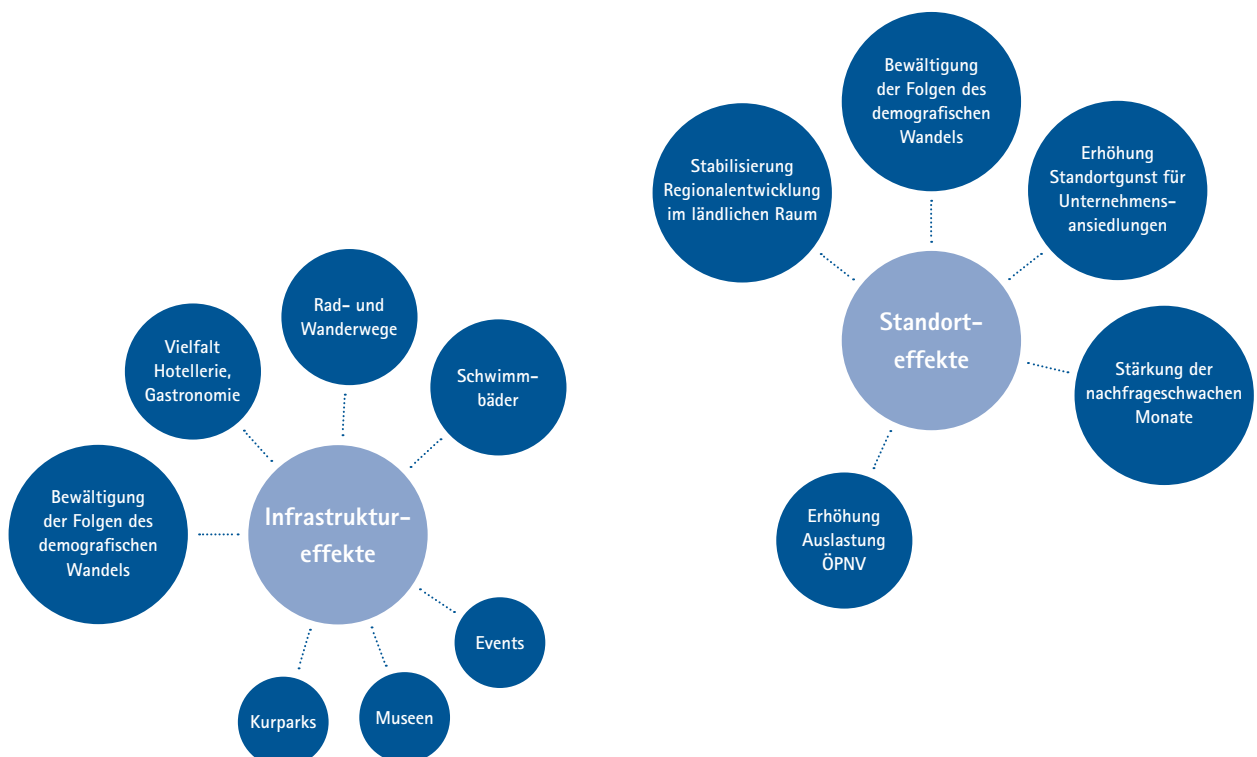
Wie es ist:

Urlaub in Deutschland wird immer attraktiver, die steigende Nachfrage bietet gerade für Rheinland-Pfalz ein enormes Potenzial. Es ist vor allem die Verbindung von Kultur, herrlicher Landschaft, Wein und Kulinarik sowie Rad- und Wanderwegen, die die Gäste anzieht. Allerdings arbeiten die Akteure der unterschiedlichen Bereiche mit den Tourismusanbietern in nur wenigen Fällen koordiniert und systematisch zusammen.

Hinzu kommt, dass die Bedeutung einer intakten Natur- und Kulturlandschaft für den Tourismus bei raumplanerischen Vorhaben immer wieder zu wenig berücksichtigt wird. Die ungeordnete Errichtung von Windenergieanlagen etwa beeinträchtigt das Landschaftsbild und stimmt immer mehr touristische Betriebe kritisch.

Ein wichtiges Entscheidungskriterium für einen Urlaubsort ist zudem seine Erreichbarkeit. Attraktive Rad- und Wanderwege befinden sich häufig abseits der großen Zentren und bedürfen einer guten Verkehrsanbindung. Selbst die Erreichbarkeit größerer Städte und Oberzentren ist in Teilen des Landes verbesserungswürdig – sowohl über Straßen als auch mit dem öffentlichen Personennahverkehr (ÖPNV).

Zudem ist eine flächendeckende Breitbandversorgung sowohl für Unternehmen als auch für Gäste absolut unerlässlich. Die rheinland-pfälzische Landesregierung hat versprochen, bis 2018 flächendeckend 50 Mbit/s im Land bereitzustellen. Noch gibt es allerdings viel zu viele weiße Flecken.



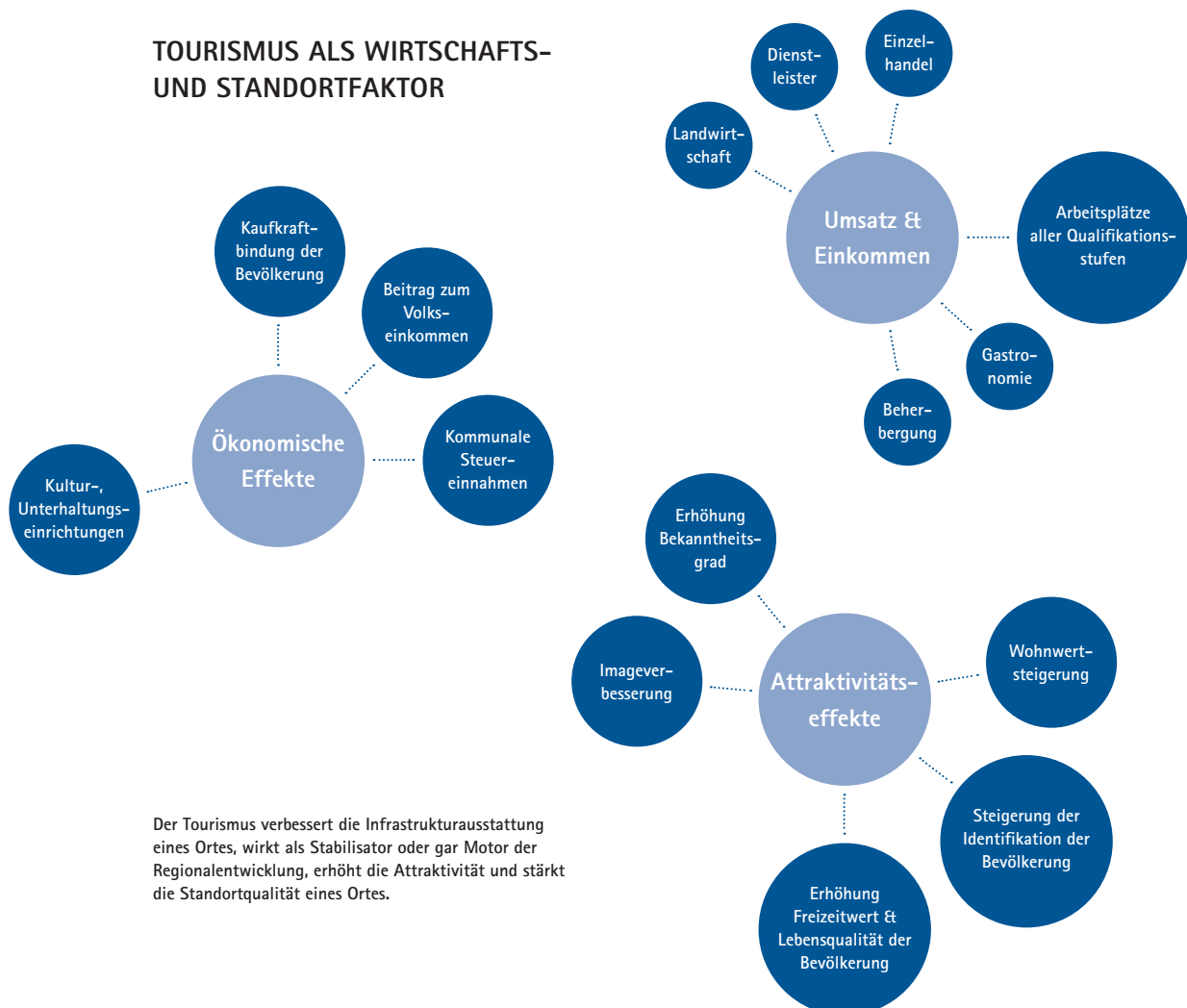
Wie es sein sollte:

Über die Landesebene hinaus ausstrahlende touristisch relevante Qualitätsangebote sind geeignet, ein größeres Publikum anzusprechen und neue Gästegruppen zu gewinnen. Um eine höhere Durchschlagskraft am Markt zu erreichen, ist ein besseres Zusammenspiel des hochwertigen Kulturangebots in den Städten mit den attraktiven Weinkultur- und Naturlandschaften sowie den Leistungsträgern nötig. Alle beteiligten Akteure sind gefordert, Plattformen zum

Informationsaustausch zu nutzen und sich zu einer intensiven Zusammenarbeit zu verpflichten.

Darüber hinaus muss den Belangen des Tourismus bei allen raumbedeutsamen Planungen ausreichend Rechnung getragen werden und eine frühzeitige Einbindung der touristischen Akteure gewährleistet sein. Dies ist in besonderem Maße beim Rohstoffabbau und bei der Windenergie

TOURISMUS ALS WIRTSCHAFTS- UND STANDORTFAKTOR



Der Tourismus verbessert die Infrastrukturausstattung eines Ortes, wirkt als Stabilisator oder gar Motor der Regionalentwicklung, erhöht die Attraktivität und stärkt die Standortqualität eines Ortes.

zu berücksichtigen. Eine Konzentration der Windkraftanlagen auf möglichst windhöffigen und unkritischen Flächen ist unerlässlich.

Touristische Regionen sind auf eine gute Fern- und Nah-Erreichbarkeit angewiesen – vor allem mit Blick auf die Urlauber aus dem benachbarten Ausland. Für den ländlichen Raum sind Mobilitätskonzepte zu entwickeln, die den Freizeitverkehr mit im Blick haben.

Auch der Breitbandausbau sollte umgehend bei allen Planungen und Ausschreibungen der Kommunen berücksichtigt werden.

Anstatt kurzfristiger Erfolge muss die Schaffung einer nachhaltigen digitalen Infrastruktur im Vordergrund stehen, die aus heutiger Sicht den Ausbau von Glasfaser-Internet bis zum Gebäude (FTTB) erfordert. Denn die Digitalisierung spielt gerade im Tourismus eine bedeutende Rolle.



Bild: Kruwt – fotofia.com



KERNFORDERUNGEN

- ÖPNV touristisch denken
- Breitbandausbau vorantreiben
- Touristische Forderungen ernst nehmen

Ihre Ansprechpartner für die Tourismuswirtschaft:

IHK Koblenz

Christian Dübner
Schlossstraße 2
56068 Koblenz
Tel.: 0261 106-306
E-Mail: duebner@koblenz.ihk.de
www.ihk-koblenz.de

IHK Rheinhessen

Dr. Ingrid Vollmer
Schillerplatz 7
55116 Mainz
Tel.: 06721 9141-14
E-Mail: ingrid.vollmer@reinhessen.ihk24.de
www.rheinhessen.ihk24.de

IHK Pfalz

Ruth Scherer
Ludwigsplatz 2-4
67059 Ludwigshafen
Tel.: 0621 5904-1510
E-Mail: ruth.scherer@pfalz.ihk24.de
www.pfalz.ihk24.de

IHK Trier

Anne Kathrin Morbach
Herzogenbuscher Str. 12
54292 Trier
Tel.: 0651 9777-240
E-Mail: morbach@trier.ihk.de
www.ihk-trier.de

Impressum:

Herausgeber:

IHK-Arbeitsgemeinschaft Rheinland-Pfalz
Schlossstraße 2 | 56068 Koblenz
service@koblenz.ihk.de
Telefon 0261 106-0
www.ihk-arbeitsgemeinschaft-rlp.de

Redaktion:

Albrecht Ehses
Tourismuspolitischer Sprecher der
IHK-Arbeitsgemeinschaft Rheinland-Pfalz

Anne Kathrin Morbach
Referentin Tourismuswirtschaft der IHK Trier

Gestaltung und Layout:

Goossens & Kopatz, Trier
Stand Januar 2018

Bildnachweis / Titelseite:

Foto links oben: mh90photo - fotolia.com
Foto links unten: Landeshauptstadt Mainz
Foto rechts oben: Stefan Körber - fotolia.com
Foto rechts Mitte: Dominik Ketz,
Rheinland-Pfalz Tourismus GmbH

Hinweise:

Copyright: Alle Rechte liegen beim Herausgeber.
Ein Nachdruck – auch auszugsweise – ist nur mit ausdrücklicher Genehmigung des Herausgebers gestattet. Alle Angaben wurden mit größter Sorgfalt erarbeitet und zusammengestellt.
Für die Richtigkeit und Vollständigkeit des Inhalts sowie für zwischenzeitliche Änderungen übernimmt die IHK-Arbeitsgemeinschaft Rheinland-Pfalz keine Gewähr.