

IHKUNDTOURISMUS

Analysen | Aktionen | Ausblicke



Inhaltsverzeichnis

Editorial.....	2
2010: Rekordjahr für den Deutschlandtourismus - Was kommt 2011?	2
Gemeinsam für Fachkräfte im Tourismus	3
Wo soll der berufliche Nachwuchs herkommen? Demographische Entwicklung und Arbeitsmarktentwicklung im Tourismus	3
Bleib zuhause: Mach es in Brandenburg!.....	4
Ausbildungsmobilität: Drei Monate Türkei	5
Gäste für Wein begeistern: „Wein- und Genusscoach Rheinhessen (IHK)“	5
Gästeführer (IHK) Lutherweg	6
Schwarzwald Balance-Coach (IHK).....	6
Servicekraft Fachkraft Tourist-Information (IHK)	6
Schwerpunkt Region & Netzwerke	7
Produktbörsen 2011 – eine Chance für die Tourismuswirtschaft!.....	7
Touristischer Erfolg durch Genuss für alle Sinne	7
Deutsch-dänische Kulinarik: „RegFood“.....	8
Netzwerk Touristik – Reiserecht.....	9
Schwerpunkt Destinationsentwicklung.....	9
Gesundheitstourismus Nordwest: Da geht noch eine Menge.....	9
Gesundheitstourismus - Wertschöpfung durch Kooperation	10
Destination Brand 09: Vorstellung der Ergebnisse der Markenstudie für das Gartenreich Dessau- Wörlitz und die Weinregion Saale-Unstrut	11
Architektursommer Sachsen 2010	11
Der Hotelmarkt in Düsseldorf und im Kreis Mettmann: Strategiepapier der IHK Düsseldorf.....	12
Modellprojekt der IHK Koblenz „LimesGastgeber“	13
NRW-Kompetenznetzwerke bringen Impulse für die Tourismuswirtschaft.....	14
Tourismuspapier Niedersachsen	14
Zukunftsmobilität: CO2-neutral im Schwarzwald	14
Schwerpunkt: Wirtschaftliche Bedeutung.....	15
Regionalökonomische Bedeutung von Gartenschauen.....	15
Wirtschaftsfaktor Tourismus im Kammerbezirk der IHK Wiesbaden	15
Wirtschaftsfaktor Tourismus in Niederbayern und in der Oberpfalz	16
Wirtschaftsdaten: Tourismus im Kammerbezirk Dresden	16
Stolze Bilanz, gute Aussichten: „2000 Jahre Varusschlacht“.....	17
Schwerpunkt Tourismusförderung.....	17
Bettensteuer und Co.: Klares Nein der IHK-Organisation.....	17
Finanzierung von Tourismusmarketing und -infrastruktur – heute und morgen.....	18
Ansprechpartner Kompetenzteam Tourismus der IHK-Organisation	19

Editorial



Geschäftserwartungen im Gastgewerbe
(DIHK-Konjunkturumfrage Jahresbeginn 2011)



DIHK-Website zur Verbraucherpolitik:
<http://zumlink.de/verbraucherpolitik>

(D)IHK und Tourismus im Web:
www.dihk.de/branchen/tourismus
www.facebook.com/IHK.Tourismus
www.twitter.com/IHK_Tourismus

Ansprechpartnerin:
Ulrike Regele
DIHK e. V., Referat Handel und Tourismus
Telefon: 030 / 20308-2104
E-Mail: regele.ulrike@dihk.de

■ 2010: Rekordjahr für den Deutschlandtourismus Was kommt 2011?

Die Tourismuswirtschaft in Deutschland hat sich 2010 bestens behauptet und weitere Zuwächse bei den Übernachtungen verzeichnet. Vor allem ausländische Gäste zieht es vermehrt nach Deutschland. Das stimmt auch die Branche optimistisch. Die DIHK-Konjunkturumfrage zeigt: Zu Jahresbeginn gehen nur 11 % der gastgewerblichen Betriebe von schlechteren Geschäften aus. Mehr als doppelt so viele gehen von besseren Geschäften in den kommenden Monaten aus.

So positiv die Aussichten auch sind, die Branche steht auch vor wichtigen gesellschaftlichen und politischen Herausforderungen. Demographisch bedingt, gerät die Branche in schwieriges Fahrwasser: Fachkräftemangel wurde in manchen Regionen bereits im vergangenen Sommer bemerkbar. Immer mehr Betriebe können Ausbildungsplätze nicht besetzen. Die IHK-Organisation hat 2011 unter das Motto „Gemeinsam für Fachkräfte – bilden, beschäftigen, integrieren“ gestellt. Auch für die Tourismusbranche werden wir in verschiedenen Veranstaltungen und auf einer Internet-Plattform neue Ideen präsentieren, um Fachkräfte für die Branche zu sichern und die Servicequalität a, Tourismusstandort Deutschland langfristig zu bewahren.

Weiterhin muss sich die Beherbergungsbranche an vielen Standorten mit der Diskussion um die Einführung von Bettensteuern und Kulturförderabgaben auseinandersetzen. Bettensteuern sind aus Sicht der IHK-Organisation nicht akzeptabel, aber angesichts knapper kommunaler Kassen stellt sich die Frage, wie die lokale bzw. regionale Tourismusförderung künftig finanziert werden soll? Auch auf Landesebene sind Mittel für die Tourismusförderung nicht sicher – wie das Beispiel Schleswig-Holstein zeigt. Die IHK ist in diesen Fällen als Moderator und Sprecher der Wirtschaft zur Stelle.

Die Branche ist zudem mit einem immer stärkeren Verbraucherschutz konfrontiert. 2011 sollen bundeseinheitliche Lebensmittelkontrollen nach dem Vorbild des dänischen Smiley-Systems eingeführt werden. Der DIHK weist daraufhin, dass es dafür in Deutschland aber noch an den notwendigen Voraussetzungen (ausreichend Lebensmittelkontrollen, einheitlicher, bundesweiter Vollzug) fehlt um ein solches System zu etablieren.

Dazu kommen viele Themen und Aktivitäten, die die Industrie- und Handelskammern auf lokaler und regionaler Ebene aufgreifen. Einige Beispiele dafür finden Sie auf den nächsten Seiten. Aktuelle Infos über die IHK-Arbeit im Tourismus und zu Branchentrends finden Sie auch bei Facebook und Twitter. Aber auch ganz real sind wir für Sie da: An 80 Standorten in ganz Deutschland. Unter www.dihk.de finden Sie nicht nur Auskünfte über den Deutschen Industrie- und Handelskammertag, sondern auch den IHK-Finder. So können Sie schnell herausfinden, welche der lokalen Industrie- und Handelskammern für Ihr Unternehmen zuständig ist.

Gemeinsam für Fachkräfte im Tourismus

Ein Artikel von



Prof. Dr. Jörn W. Mundt

und



Prof. Dr. Wolfgang Fuchs

Die Autoren sind Studiengangsleiter an der Dualen Hochschule (DHBW) Ravensburg. Beide sind u. a. Mitherausgeber des „Lexikon Tourismus“ (München 2008)

■ Wo soll der berufliche Nachwuchs herkommen? Demographische Entwicklung und Arbeitsmarktentwicklung im Tourismus

Bereits länger haben viele Betriebe Probleme, qualifizierte Bewerber für die Ausbildung zu bekommen. Viele Bewerber sind z.B. für eine Stelle in der Hotellerie nicht geeignet. Dazu fehlt es ihnen an Disziplin, Zuverlässigkeit, Pünktlichkeit und Ausdrucksfähigkeit. Man könnte nun glauben, dies hänge mit einer allgemeinen Verschlechterung von Schulbildung und Erziehung zusammen. Das mag zwar auch sein, wahrscheinlicher aber ist, dass sich diejenigen, die den Anforderungsprofilen entsprechen, gar nicht erst für eine Ausbildung in diesem Bereich interessieren. Sie wenden sich lieber Branchen zu, die mehr zahlen, geregelte Arbeitszeiten haben und aus ihrer Sicht bessere Karrierechancen bieten. Vor den vielen Klagen über zu wenig Ausbildungsstellen in den letzten Jahren haben viele übersehen, dass es aufgrund der Geburtenrückgänge immer weniger junge Leute gibt. Waren im Jahr 2005 noch ca. vier Millionen Jugendliche im ausbildungsrelevanten Alter von 16-20 Jahren, wird ihre Zahl in den nächsten 10 Jahren auf drei Millionen sinken. Bis 2050 sollen es danach sogar nur noch etwas über zwei Millionen sein.

Der Kampf um den betrieblichen Nachwuchs hat also bereits angefangen. Er findet auch zwischen einzelnen Wirtschaftszweigen statt. Gute Absolventen werden sich auf diejenigen Branchen konzentrieren, die die besten Angebote machen. Das Gastgewerbe wird da kaum mithalten können. Seit längerem wandern Servicekräfte nach Österreich und in die Schweiz ab. Der Einsatz ausländischer Arbeitnehmer wird sie kaum lösen. Zumindest auf der Ebene gehobener Dienstleistungen im Tourismus scheitert dies i. d. R. schon an den fehlenden Sprachkenntnissen. Deshalb wird man sich andere Alternativen überlegen müssen.

Vor allem wird es darum gehen, Personal zu halten. Das wird immer wichtiger, weil die Zahl Erwerbstätiger in Deutschland weiter zurückgeht. Für viele Betriebe wird das zu einer Änderung ihrer kurzfristig angelegten Personalpolitik führen. Wer einmal das Unternehmen verlassen hat, wird kaum mehr ersetzt werden können. Demographiefeste Personalpolitik heißt deshalb in erster Linie Mitarbeiter langfristig an den Betrieb zu binden, sie zu fördern und weiterzubilden. Damit werden auch erhebliche Kostensenkungspotentiale ausgeschöpft, denn viele sind sich nicht über Aufwand und Kosten ihrer Personalbeschaffung im Klaren. Ältere Mitarbeiter werden gerade auch deshalb immer wichtiger, weil mit der gestiegenen Lebenserwartung auch die Gäste immer älter werden. Personal in den Zwanzigern wird kaum in der Lage sein, die Bedürfnisse älterer Gäste zu verstehen und entsprechend zu handeln.

Auch wenn die Kosten der Betriebe durch die Energiepreiserhöhungen gestiegen sind, hat sich ihre Konkurrenzfähigkeit auf dem inländischen Tourismusmarkt doch verbessert. Der hohe Energiekostenanteil an Flugreisen und die neue Flugsteuer verteuern den Urlaub im Süden und könnten damit den Trend zum Urlaub im Inland stützen. Selbst wenn



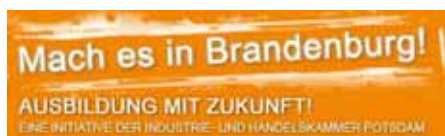
dadurch auch Flugreisen aus dem Ausland zurückgehen, werden die meisten Urlaubsregionen doch von dieser Entwicklung profitieren. Das eröffnet u. U. Preisspielräume, deren Erträge u. a. für notwendige Anpassungsinvestitionen im Personalsektor genutzt werden können.

Weil die besten Schulabsolventen nicht in den Tourismus- und Gastgewerbebereich drängen, wird es nötig sein, viele der wenigen Nachwuchskräfte zunächst nur anzulernen. Das wird im Gastgewerbe dazu führen, dass Rationalisierung, Automatisierung und Standardisierung in Zukunft eine größere Rolle spielen. Technologie-Anbieter, Systemgastromomie und die Hersteller von Convenience-Produkten werden davon profitieren. Gleichzeitig wird man Maßnahmen zur Weiterqualifizierung des Personals anbieten müssen, wenn die Qualität des Gastwerbes nicht leiden und gehobene Gastlichkeit auch in Zukunft noch möglich sein soll.

Die Wirtschaft der BRD war Ende der 1950er bis Mitte der 1960er Jahre in einer ähnlichen Lage. 1964/65 konnten knapp 40 % der Ausbildungsstellen nicht besetzt werden. Um nicht unterzugehen und die Belegschaften zu halten, mussten Industriebetriebe erheblichen Aufwand treiben. Zudem investierten sie in innerbetriebliche Weiterbildung: Arbeiter wurden zu Meistern qualifiziert, Lehrlinge mit schlechten Schulabschlüssen gefördert, um ihre Prüfungen zu bestehen.

Ein ähnliches Vorgehen wird nötig sein, um den Mangel an qualifizierten Arbeitskräften vor allem im Gastgewerbe zu mildern. Anders als die Großbetriebe, die vor 50 Jahren die Sache in die eigene Hand nehmen konnten, kann die Tourismuswirtschaft aufgrund ihrer kleinbetrieblichen Struktur ein solches Programm nicht alleine auf die Beine stellen. Hier kommt den Industrie- und Handelskammern eine wichtige Rolle zu. Damit werden nicht alle Bildungsdefizite der Auszubildenden und Mitarbeiter von Tourismusunternehmen ausgeglichen werden können, aber mit diesen Maßnahmen kann ein wesentlicher Beitrag zum Überleben der Betriebe geleistet werden.

■ Bleib zuhause: Mach es in Brandenburg!



www.mach-es-in-brandenburg.de

Ansprechpartner:

Udo Sobota

IHK Potsdam

Telefon: 0331 / 2786-403

E-Mail: sobota@potsdam.ihk.de

Laut DIHK-Umfrage haben 70 Prozent der Unternehmen heute bereits Schwierigkeiten ihre offenen Stellen adäquat zu besetzen. Gerade eine Ausbildung im Hotel – und Gaststättengewerbe, dem Fundament der Tourismuswirtschaft, ist für Absolventen oft unattraktiv. Um Fachkräfte branchenübergreifend zu sichern, hat die IHK Potsdam im Frühjahr 2010 die Initiative „Mach es in Brandenburg“ ins Leben gerufen. Sie soll helfen, Jugendliche zu motivieren nach dem Schulabschluss ihren beruflichen Weg in Brandenburg einzuschlagen. Die dazu erarbeitete Internetseite dient zukünftigen Auszubildenden als Informationsplattform. Hier werben derzeitige Lehrlinge für ihre Ausbildungsberufe, indem Sie den Arbeitsalltag beschreiben und von Erlebtem berichten. Dass die Kampagne auf fruchtbaren Boden fällt, bestätigt die stabile Entwicklung betrieblicher Ausbildungsverhältnisse gemessen an dem Rückgang der Schulabsolventen.

■ Ausbildungsmobilität: Drei Monate Türkei



Türkeireise, Antalya Lara, BWK- Ausbildung 083

Ansprechpartner:
Brigitte Block
Andreas Truglia
IHK Berlin
Telefon: 030 / 31510-812 bzw. -472
E-Mail: bl@berlin.ihk.de, tru@berlin.ihk.de

Das BWK BildungsWerk in Kreuzberg schickt seine Auszubildenden zum/zur Hotelfachmann/-frau jährlich für dreimonatige Praktika in Fünf-Sterne-Hotels im türkischen Antalya. Die meisten dieser Auszubildenden haben einen Migrationshintergrund, viele einen türkischen. Türkischunterricht und interkulturelle Trainings bereiten auf die Praktika vor. Seit Jahren ermöglicht das Kreuzberger Bildungsunternehmen Jugendlichen mit eher schlechten Startchancen eine Einbindung in den Arbeitsmarkt.

„Wir bestärken die Auszubildenden darin, dass ihre herkunftsbedingten Kompetenzen wie Bilingualität und Interkulturalität wertvoll sind und es sich lohnt, diese auszubauen“, erklärt BWK-Geschäftsführer Nihat Sorgeç. „Für die meisten ist das eine ganz neue Erfahrung, die ihren Ehrgeiz anspricht.“ Andreas Truglia, Ausbildungsberater Gastronomie und Lebensmittel bei der IHK Berlin, hat das Projekt von Anfang an begleitet. Truglias wichtigste Erkenntnis: „Wenn die interkulturellen Potenziale der Auszubildenden gezielt gefördert werden, werden sie zu beruflichen Global Playern. Sie können weltweit Arbeit finden.“ Sein erfolgreiches interkulturelles Ausbildungskonzept hat das BWK inzwischen auch auf andere Ausbildungsberufe übertragen.

■ Gäste für Wein begeistern: „Wein- und Genusscoach Rheinhessen (IHK)“



Ansprechpartner:
Stefan Linden
IHK Rheinhessen
Telefon: 06131 / 262-1005
E-Mail: stefan.linden@rheinhessen.ihk24.de

Mit Kenntnissen über Wein, Winzer und Rheinhessen können in Zukunft Servicekräfte der Gastronomie glänzen. Im Januar 2011 startet der erste Zertifikatslehrgang zum „Wein- und Genusscoach Rheinhessen (IHK)“. Rheinhessenwein e. V. hat in Kooperation mit der IHK für Rheinhessen, dem DEHOGA, sowie dem DLR Rheinhessen-Nahe-Hunsrück und der Wein- und Sommelierschule Koblenz diesen Zertifikatslehrgang zur speziellen Qualifizierung der Servicekräfte in der Gastronomie entwickelt. Ziel ist, die Weinkompetenz der Servicekräfte zu stärken und neue Impulse in der Gastronomie zu setzen.

Die Industrie- und Handelskammer für Rheinhessen sorgt und bürgt für hohe und bundeseinheitliche Qualitätsstandards in der Mitarbeiterqualifizierung. Hierzu steht die rheinhessische IHK ihren Mitgliedsbetrieben als Kooperationspartner für die Entwicklung von Fortbildungsschulungen zur Verfügung, die passgenau und praxisorientiert auf den Bedarf des Unternehmens ausgerichtet sind.



Luther und von Bora vor dem Thesen-Portal der Schlosskirche, Quelle: IMG Sachsen-Anhalt mbH, Fotograf: Jürgen Blume

Ansprechpartnerin:
Daniela Wiesner
IHK Halle-Dessau
Telefon: 0345 / 2126-278
E-Mail: dwiesner@halle.ihk.de

■ Gästeführer (IHK) Lutherweg

Das IHK Bildungszentrum in Dessau-Roßlau hat 2010 die bundesweit anerkannte Gästeführerqualifizierung um Module zur Reformation, Martin Luther sowie seinen Wirkungsstätten erweitert. Das neue Zertifikat wurde gemeinsam mit der Evangelischen Erwachsenenbildung, der Lutherweg-Gesellschaft e.V. und dem Tourismusverband Sachsen-Anhalt e.V. im Rahmen eines Modellprojektes entwickelt. Gefördert wurde es vom Land Sachsen-Anhalt und der Europäischen Union.

Bislang erhielt 28 Gästeführer das IHK-Zertifikat und den Gästeführer-Fortbildungspass für die Aus- und Weiterbildung zum Luther-Gästeführer durch das Bildungszentrum der IHK Halle-Dessau und den Tourismusverband Sachsen-Anhalt e.V.. Die Gästeführer sind darin profiliert, auf 400 km zur Reformation und den Wirkungsstätten der Reformatoren zu begleiten. Dabei entwerfen sie auch kreative Führungen. Zum Beispiel führt das Programm "Wo Luther laufen lernte" in die Geschichte seines Geburtsortes.



Ansprechpartnerin:
Elke E. Schönborn
IHK Nordschwarzwald
Telefon: 07441 / 86052-17
E-Mail: schoenborn@pforzheim.ihk.de

■ Schwarzwald Balance-Coach (IHK)

„Schwarzwald Balance“ ist ein von der Schwarzwald Tourismus GmbH neu entwickeltes ganzheitliches Wellnessprogramm speziell für den Schwarzwald und bietet Wellness- und Gesundheitsbetrieben neue, Möglichkeiten, die attraktive Zielgruppe der Wellness- und Gesundheitsurlauber für den Schwarzwald zu gewinnen. Zentrales Thema dieses Konzepts ist der Säure-Basen-Haushalt.

Der „Schwarzwald Balance“ - Coach ist im Wellnessbetrieb für die qualitativ hochwertige Umsetzung dieses exklusiven Angebots verantwortlich. Er soll die Philosophie von „Schwarzwald Balance“ im Betrieb fest verankern, das gesamte Programm implementieren und die Angebotsqualität sicherstellen. Er erhält einen fundierten und trendorientierten Einblick in die Struktur des Wellness- und Gesundheitsmarktes. Zur Umsetzung und Einführung des Programms in den Betrieben hat die IHK Nordschwarzwald den Zertifikatslehrgang entwickelt.

■ Servicekraft Fachkraft Tourist-Information (IHK)

In den Jahren 2005 und 2006 wurden durch den Tourismus- und Heilbäderverband Rheinland-Pfalz e. V. (THV) zwei Mystery Checks der wichtigsten Tourist-Informationen durchgeführt. Es hat sich gezeigt, dass in einigen wichtigen Bereichen noch Optimierungsbedarf besteht. Daher hat der THV in Zusammenarbeit mit den Industrie- und Handelskammern ein 6-tägiges Seminarprogramm entwickelt, das sich an die Praktiker der Tourist-Informationen richtet. Inhalte sind: Kundenorientierung und Kundenbindung, Zeitmanagement, Gesprächsführung und Auftreten am Counter, Umgang mit Kommunikationsmitteln, Beschwerdemanagement und zeitgemäßer Werbemittleinsatz.

Weitere Informationen unter:
http://zumlink.de/Service-Fachkraft_TI

Ansprechpartner:
Thomas Klaas
IHK Koblenz
Telefon: 0261 / 106-303
E-Mail: klaas@koblenz.ihk.de

Schwerpunkt Region & Netzwerke

Kooperieren

Partizipieren

Profitieren



Ansprechpartnerinnen:
Kristin Hahn
Brandenburger ErnährungsNetzwerk
(BEN) c/o IHK Potsdam
Telefon: 0331 / 2786-284
E-Mail: hahn@potsdam.ihk.de

Barbara Nitsche
IHK Potsdam
Telefon: 0331 / 2786-163
E-Mail: nitsche@potsdam.ihk.de



www.krabat-milchwelt.de
www.oberlausitz.com

■ Produktbörsen 2011 – eine Chance für die Tourismuswirtschaft!

Die Nutzung regionaler Produkte trägt nicht nur dazu bei, Gäste zu gewinnen und zu binden, sondern sie stärkt auch die regionale Wirtschaft und schont die Umwelt. Regionalität in den Küchen der Gastronomie und auf den Tellern der Gäste bietet daher erhebliches Potenzial den Tourismus im Land Brandenburg weiter zu entwickeln. Aus dem zunehmenden Wunsch der Gäste nach Qualität, Originalität und Authentizität ergeben sich für regionale Produzenten neue Vertriebs- und Vermarktungsmöglichkeiten und für Gastronomiebetriebe die Chance, eine prosperierende Zielgruppe zu bedienen.

Die Region Berlin-Brandenburg ist ein reichhaltiger Marktplatz regionaler Produkte und Spezialitäten. In Anbetracht dessen veranstalteten das Brandenburger ErnährungsNetzwerk (BEN) gemeinsam mit den IHKs des Landes Brandenburg 2010 zwei Produktbörsen mit dem Ziel, regionale Produzenten und gastgewerbliche Unternehmer noch besser miteinander zu vernetzen.

Eingeladen waren Gastronomen und Händler aus ganz Brandenburg, die auf den Geschmack heimischer Erzeugnisse gekommen sind und sich einen Überblick von der Angebotsbreite der Produkte machen wollten. Ganz nach dem Vorsatz „Frisch auf den Tisch“, präsentierten sich rund 20 Produzenten regionaler Produkte am 25. Mai in Fredersdorf und am 8. Juni 2010 in Stöfzin dem Fachpublikum. Sie nutzten die Gelegenheit, Kontakte mit Gastronomen für Vertrieb und Absatz zu knüpfen und Kooperationen abzuschließen. Parallel dazu fand ein Expertenforum statt, auf dem die Teilnehmer Antworten auf Fragen zu Angeboten, zur Logistik sowie zu Preisen erhielten.

Insbesondere die Aussteller zeigten sich mit dem Start zufrieden. Darum werden die Veranstalter mit Unterstützung des DEHOGA Brandenburg auch 2011 Produktbörsen durchführen, um die positiven Ansätze auszubauen und die Vernetzung zu intensivieren. Dabei sollen vor allem noch mehr Unternehmen der Gastronomie und dem Handel für den lohnenden Trend begeistert werden.

■ Touristischer Erfolg durch Genuss für alle Sinne

Die KRABAT-Milchwelt Wittichenau ist Deutschlands einziger Betrieb, in dem der Besucher und Tourist von der Geburt und Aufzucht der Kälbchen über die Tierhaltung und Milchproduktion, die Verarbeitung der Milch in hochwertige Milchprodukte bis hin zur Herstellung von verschiedensten Käsesorten sehen und erleben kann. Zwischenzeitlich gehört die KRABAT-Milchwelt zum festen Programmbaustein der Oberlausitz bei Busreiseveranstaltern.

Der Touristikmarkt ist im Umbruch – wieder einmal. Aber diesmal nachhaltiger. Die öffentlichen Mittel für die Tourismusförderung werden in den Ländern und im Bund wieder einmal umgeschichtet. Auch in



Sachsen. Deshalb gilt es neue Ressourcen zu erschließen. Reichen eine schöne Landschaft und historische Sehenswürdigkeiten schon aus, um touristisch erfolgreich zu sein? Wie bestimmt das gastronomische Angebot den touristischen Erfolg einer Region? Können regionale Produzenten der sächsischen Land- und Ernährungswirtschaft gemeinsam kulinarische Vielfalt bieten? Sind Essen und Trinken Kulturgut? Was hat die Ernährungswirtschaft mit Tourismus zu tun? Wie kommen der „Landwirt“ mit dem Hotelier, Gastronom oder Touristiker zusammen.

Diese Fragen standen im März 2010 auf der Fachtagung „Touristischer Erfolg ist: Die Kunst Genuss für alle Sinne anzubieten“, welche die IHK Dresden und das Sächsische Staatsministerium für Umwelt und Landwirtschaft initiiert hatten. 130 Teilnehmer waren der Veranstaltung gefolgt. 23 Aussteller aus den Regionen Sachsens stellten ihre Spezialitäten und Dienstleistungen den Touristikern vor. In einem regen Erfahrungsaustausch wurde durch die Teilnehmer resümiert, dass die Kommunikation, Fairness, Verständnis, soziale und ökologische Verbindung mit betriebswirtschaftlichem Denken wichtige Grundlagen für die Zusammenarbeit zwischen Anbietern regionaler Produkte und der Tourismusbranche sind. Der Geheimtipp: Kooperationen gewinnbringend nutzen. Synergieeffekte durch Zusammenschlüsse erzielen, aber auch von anderen Branchen lernen und neue Serviceideen durch aktives Beobachten nutzen. Regionalität wird als Gegenteil zur Globalisierung zukünftig immer wichtiger. In der Praxis gibt es bereits eine Vielzahl von Initiativen zur Verknüpfung von Tourismus und Ernährungswirtschaft, die es gilt noch effizienter gemeinsam zu nutzen.

Das Interesse ist geweckt und so wird die Fortführung der Verzahnung von regionalen Produkten und Anbietern für den Tourismus durch die Industrie- und Handelskammer Dresden am 11. Oktober 2011 eine Fortführung finden.

Ansprechpartnerin:
Christina Meißner
IHK Dresden
Telefon: 0351 / 2802-157
E-Mail: meissner.christina@dresden.ihk.de

■ Deutsch-dänische Kulinarik: „RegFood“

Regionale Produkte und regionale Lebensmittel liegen im Trend. Gerade in Zeiten von Dioxinverunreinigung und gesundheitsschädigenden Lebensmittelzusätzen, besinnen sich die Verbraucher auf ehrliche und in der eigenen Region verankerte Kost. Warum also Lebensmittel aus anderen Ländern importieren, wenn alles in bester Qualität vor der eigenen Haustür gedeiht?

Nicht nur Einwohner sondern auch Urlauber können in kleinen Hofläden, Cafés und Destillen die besonderen Vorzüge ihrer Urlaubsdestination probieren und erleben. Das deutsch-dänische EU-Projekt „RegFood“ soll ab 2012 die regionalen Produzenten und Anbieter im deutsch-dänischen Wirtschaftsraum „Region Syddanmark-Schleswig K.E.R.N.“ fördern, deren Vermarktung ausbauen bzw. die Entwicklung neuer Angebote voranbringen. Sechs Arbeitspakete tragen in den Bereichen Logistik, Marketing, Weiterbildung, Produktentwicklung etc. zur Stärkung dieser besonderen Angebote bei. Ziel ist es des Weiteren den Gästen Geschichten zu erzählen und sie erfahrbar zu machen.

Weitere Informationen:

Kulinarik-Projekt der TASH:
http://zumlink.de/TASH_Kulinarik

Feinheimisch
www.feinheimisch.de

INTERREG IVa
www.interreg4a.de

Ansprechpartnerin:
Carina Balow
IHK Flensburg
Telefon: 0461 / 806-457
E-Mail: balow@flensburg.ihk.de

Download der Dokumentation
<http://zumlink.de/netzwerktouristik>

Ansprechpartnerinnen:
Helke Breitzmann
IHK Berlin
Telefon: 030 / 31510-252
E-Mail: bre@berlin.ihk.de
Barbara Nitsche
IHK Potsdam
Telefon: 0331 / 2786-163
E-Mail: nitsche@potsdam.ihk.de

Schwerpunkt Destinationsentwicklung



Download Praxishandbuch:
<http://zumlink.de/praxishandbuch>

Veranstaltungen wie Lammfestivals, Kampagnen für Restaurants nach dem Motto „iss Regional“ oder die Bereitstellung von Regionalen Produkten in kleinen Körben in den Ferienhäusern, sind ein Teil dieses Projekts, an dessen Entwicklung und Ausarbeitung die IHK Flensburg mit dem Kompetenzzentrum deutsch-dänische Zusammenarbeit und Tourismus beteiligt gewesen ist. Kooperationspartner wie die Tourismus-Agentur Schleswig-Holstein mit dem Projekt Kulinarik, der Verein Feinheimisch und weitere Netzwerkpartner auf deutscher und dänischer Seite der Grenze unterstützen das Projekt, welches die Attraktivität der deutsch-dänischen Grenzregion als Urlaubsdestination und als Wirtschaftsraum weiter steigern soll.

■ Netzwerk Touristik – Reiserecht

Im November 2010 luden die Industrie- und Handelskammern in Berlin und Brandenburg im Rahmen des Netzwerks Touristik 2010 zu einer gemeinsamen Informationsveranstaltung zum Reiserecht in die IHK Berlin ein. Nicht selten ergeben sich Situationen, in denen Kunden und Anbieter ihre Rechte durchsetzen müssen. Neben Naturkatastrophen – wie im letzten Jahr die Vulkanaschewolke – stellen verschiedene Probleme die touristischen Leistungsträger vor große Herausforderungen.

Solche Trends wirken sich auch auf die Entwicklung des Reiserechts aus und verlangen Reiseanbietern/-vermittlern große Sorgfalt und Sensibilität im Umgang mit Ihren Kunden ab. Die juristischen Folgen der Aschewolke im Reise- und Beförderungsrecht, die zunehmenden Informationspflichten und die Abgrenzung zwischen Reiseveranstaltern und Reisevermittlern standen daher im Fokus der Veranstaltung.

■ Gesundheitstourismus Nordwest: Da geht noch eine Menge

Im Gesundheitstourismus liegen große Entwicklungsmöglichkeiten für die Metropolregion Bremen-Oldenburg im Nordwesten – und die Akteure aus Tourismuswirtschaft, Medizin, Kommunen und Politik möchten diese nutzen. Dies ist die wesentliche Erkenntnis des von der Oldenburgischen IHK inhaltlich verantworteten Projekts „Gesundheitstourismus in der Metropolregion“.

Zusammen mit den Projektpartnern – der Gemeinde Bad Zwischenahn, den IHKs Bremen, Bremerhaven und Stade sowie der Metropolregion – wurden auf unterschiedlichen Wegen die gesundheitstouristischen Angebote und Potenziale in der Region ermittelt. Hierzu gehören sowohl eine Umfrage unter den Städten und Gemeinden als auch Interviews mit zahlreichen Experten. Außerdem boten sechs Regionalkonferenzen Anfang Oktober 2010 und eine Metropolkonferenz zum Gesundheitstourismus am 1. Dezember 2010 in Bad Zwischenahn den Teilnehmern die Möglichkeit, miteinander zu diskutieren und zahlreiche neue Ansätze zu entwickeln.

Ansprechpartnerin:
Carola Havekost
Oldenburgische IHK
Telefon: 0441 / 2220-0
E-Mail: havekost@oldenburg.ihk.de

Damit alle Beteiligten für ihre zukünftigen Schritte auf eine gemeinsame Wissensbasis zurückgreifen können, haben die Projektpartner ein „Praxishandbuch für Einsteiger“ zum Geschäftsfeld Gesundheitstourismus erstellt. Das Praxishandbuch kann bei der Oldenburgischen IHK bestellt oder im Internet heruntergeladen werden.

■ Gesundheitstourismus - Wertschöpfung durch Kooperation



Der Gesundheitstourismus in Deutschland wird in den nächsten Jahren vor allem vom demografischen Wandel und Veränderungen in den Wertvorstellungen bestimmt: Auf der einen Seite wird die Mehrheit der Touristen über 50 Jahre alt sein. Auf der anderen Seite setzt sich gerade in den mittleren Altersgruppen der Trend zu mehr Gesundheitsverantwortung und „Selfness“ durch, der aktiven Optimierung der eigenen „Performance“ in Hinblick auf Gesundheit, Fitness, Leistungsfähigkeit und Aussehen.

Damit verändert sich das Nachfrageverhalten, aber auch die Angebotsstruktur durch ein deutliches Anwachsen des zweiten (privat finanzierten) Gesundheitsmarktes. Leistungsträgern in der Tourismuswirtschaft eröffnen sich neue Chancen, vor allem dann, wenn ausgetretene Kooperationspfade verlassen werden.

Eine Fachkonferenz in der IHK Köln hat gezeigt, wie Anbieter durch neue Kooperationen und branchenübergreifende Netzwerke die Möglichkeiten im Gesundheitstourismus nutzen können, welche Rolle der demografischen Wandel dabei spielt und wie die Unternehmen Zielgruppen für gesundheitstouristische Angebote ansprechen und gewinnen können. Die rund 120 Teilnehmer vertraten Anbieter aus allen Stufen der Serviceketten.

Ein Beispiel für die Ansprache der gesundheitstouristischen Zielgruppe ist die, in Kooperation von touristischen Anbietern mit gesundheitlichen Einrichtungen entstandene, Broschüre „Health Cologne“. Mit der Broschüre bewirbt Köln den Gesundheitsstandort sowie die touristischen Highlights der Stadt. Köln ist nicht nur eine der beliebtesten touristischen Destinationen Deutschlands, sondern auch das Gesundheitszentrum des Westens. Grundlagenforschung, Fachkräfteausbildung, überdurchschnittliche medizinische Versorgung und spezielle medizinische Produkte und Dienstleistungen bilden das umfangreiche Angebot.

Die Verbindung von Spitzenmedizin und touristischen Highlights macht Köln für internationale Patienten und Gäste als Stadt für medizinische Behandlungen besonders interessant. Diese Vorteile Kölns werden nun in einer Publikation des Kölner Gesundheitspools in den Sprachfassungen Arabisch, Russisch und Englisch zusammengefasst.

Weitere Informationen finden Sie unter:
www.ihk-koeln.de/HealthCologne.AxCMS

Ansprechpartner:
Timo Knauthe
IHK Köln
Telefon: 0221 / 1640-728
E-Mail: timo.knauthe@koeln.ihk.de
Internet: www.ihk-koeln.de



Foto: Weinbau an der Unstrut

Ansprechpartnerin:
Daniela Wiesner
 IHK Halle-Dessau
 Telefon: 0345 / 2126-278
 E-Mail: dwiesner@halle.ihk.de

■ Destination Brand 09: Vorstellung der Ergebnisse der Markenstudie für das Gartenreich Dessau-Wörlitz und die Weinregion Saale-Unstrut

Auf breites Interesse stieß die gemeinsam mit der Investitions- und Marketinggesellschaft des Landes Sachsen-Anhalt in Dessau und Naumburg durchgeführten Veranstaltungen der IHK Halle-Dessau für die Tourismusregionen „Gartenreich Dessau-Wörlitz“ und „Weingebiet Saale-Unstrut“.

Das Institut für Management und Tourismus der Fachhochschule Westküste hat bundesweit über 130 Reiseregionen untersucht und die Ergebnisse zum Bekanntheitsgrad, Sympathiewert und touristischer Nutzung einzelner Regionen verglichen. Deutschlandweit sind die Regionen Sachsen-Anhalts zwar relativ unbekannt, dennoch kommen Besucher, die einmal vor Ort waren, sehr gern wieder und sind vom touristischen Angebot überzeugt. Hier wollen die Beteiligten mit gemeinsamen Maßnahmen ansetzen.

In drei Jahren wird es erneut eine Befragung durch die FH Westküste geben. Ziel der Regionen in Sachsen-Anhalt ist es dann, eine bessere Platzierung zu erringen.



■ Architektursommer Sachsen 2010

Unter dem Motto „Architektur ans Wasser – Baukultur ist Lebenskultur“ fand im Jahr 2010 der 2. Architektursommer Sachsen statt. Zu den sechs Initiatoren gehörte auch die IHK zu Leipzig. Die Projektleitung übernahm die Architektenkammer Sachsen. In den beiden vorangegangenen Jahren fanden bereits mehrere Workshops statt, die sich dem Thema „Bauen an und auf dem Wasser“ widmeten. Die Wasserlandschaft in der Region Leipzig/Halle, insbesondere das Leipziger Neuseenland, bietet diesbezüglich vielfältige unternehmerische Entwicklungsmöglichkeiten. Steigende Naherholungs- und Tourismuszahlen belegen die wachsende Anziehungskraft der Seen und ihres Umlandes.

Rund 120 Veranstaltungen wurden im Rahmen des Architektursommers durchgeführt. Die Plattform bot Freiräume für die unterschiedlichsten Akteure, um Ausstellungen, Vorträge, Workshops, Lesungen, Filme Exkursionen, Stadtpaziergänge, Installationen, Wettbewerbe, Experimentelles und Performances durchzuführen. Das Grundanliegen, durch den Architektursommer einen nachhaltigen Beitrag zur Förderung von Planungs- und Baukultur zu leisten, wurde durch eine breite Anteilnahme der Öffentlichkeit bestätigt. Vielen Interessierten konnten der Wandel im Neuseenland näher gebracht werden, wurden Rück-, Ein- und Ausblicke sowie Beispiele für die Gestaltungsqualität in der Bergbaufolgelandschaft aufgezeigt. Die „Leipziger Blätter“ wurde durch ein Sonderheft „Leipzig-Stadt am Wasser“ ergänzt. Eine Vielzahl an Akteuren, darunter auch Rita Fleischer von der IHK zu Leipzig, schilderten in den Beiträgen ihre Erfahrungen auf „Europas größter Landschaftsbaustelle“.



Ansprechpartnerin:
Birgit Kratochvil
IHK zu Leipzig
Telefon: 0341 / 1267-1403
E-Mail: kratochvil@leipzig.ihk.de

Insbesondere die Anliegerkommunen sehen in ihrer besonderen Lage die Gewässer als einen Motor der Stadtentwicklung. Baustandorte am Wasser besitzen eine große Attraktivität – insbesondere für Investoren. Neue Perspektiven bietet z. B. der Gewässerverbund für Leipzig und sein Umland, der ein Alleinstellungsmerkmal darstellt. Richtungsweisende Bauvorhaben und Projekte sind der innerstädtische Leipziger Stadthafen, der Lindenauer Hafen sowie der Durchstich vom Karl-Heine-Kanal zum Lindenauer Hafen. Die IHK zu Leipzig unterstützt aktiv die Seenentwicklung. Sie koordiniert u. a. die Tätigkeit der Arbeitsgruppe Standortentwicklung Leipziger Neuseenland, die länderübergreifend Entscheidungsträger aus Wirtschaft und Verwaltung zusammenführt. So kann in einem größeren Maßstab Einfluss auf die Gestaltung der Gewässerlandschaft genommen werden. Durch die Initiative der Arbeitsgruppe entsteht ein Internetauftritt, der als spezieller Wegweiser für Investoren fungiert. Die Kammer selbst bietet u. a. Beratungsangebote für Existenzgründer an den Seen und ist als Träger öffentlicher Belange an entsprechenden Verfahren der Raumordnung und Bauleitplanung beteiligt. Ende 2010 wurde durch die IHK eine Wirtschaftlichkeitsberechnung für die Marina Leipzig-Lindenau erarbeitet. Auf dieser fachlichen Grundlage konnte die touristische Bedeutung des Hafenprojektes belegt werden.

Die Baukultur an den Seen, die im direkten Zusammenhang von Planungs- und Architekturqualität steht, wird mit dem Flutungsende weiterer Seen an Bedeutung gewinnen. Der Architektursommer Sachsen gab wichtige Impulse für die Sensibilisierung aller Beteiligten.

■ Der Hotelmarkt in Düsseldorf und im Kreis Mettmann: Strategiepapier der IHK Düsseldorf

Sieben Empfehlungen:
ShowTime Düsseldorf ausbauen
KulturRegion Düsseldorf vermarkten
RheinCasino in Düsseldorf ansiedeln
RheinKirmes Düsseldorf überregional vermarkten
ShoppingCity Düsseldorf international etablieren
GesundheitsRegion Düsseldorf weiterentwickeln
KongressStadt Düsseldorf ausbauen

Mehr Infos und Download unter:
<http://zumlink.de/hotelmarkt>

Ansprechpartner:
Dr. Oliver Neuhoff
IHK zu Düsseldorf
Telefon: 0211 / 3557-270
E-Mail: neuhoff@duesseldorf.ihk.de

Die wirtschaftliche Attraktivität des IHK-Bezirktes hat dazu geführt, dass immer mehr Übernachtungsgäste den Weg in die Landeshauptstadt und den Kreis Mettmann finden. Aber nicht nur der Besucherstrom – auch die Übernachtungskapazitäten sind in den vergangenen Jahren weiter gewachsen. Das hat zu der Situation geführt, dass die Hotelbetriebe im IHK-Bezirk neben Zeiten guter Auslastung auch schwache Zeiten – wie Wochenenden oder messeschwache Phasen – zu bewältigen haben.

Es ist zunächst die Aufgabe der Unternehmen, sich diesen Herausforderungen erfolgreich zu stellen. Gleichwohl sollte man sich als Unternehmer auch über Konzepte Gedanken machen, mit welchen Anreizen der Besucherstrom nach Düsseldorf und in den Kreis Mettmann auf hohem Niveau verstetigt werden kann.

Genau das hat der IHK-Ausschuss für Tourismus, Kongress- und Ausstellungswesen der IHK Düsseldorf getan. Das Ergebnis ist ein Strategiepapier mit sieben Handlungsempfehlungen. Die Realisierung dieser Ideen kann die Attraktivität des Tourismusstandortes weiter stärken und soll als Angebot der IHK verstanden werden.

■ Modellprojekt der IHK Koblenz „LimesGastgeber“



Das IHK-Modellprojekt „LimesGastgeber“ verfolgt das Ziel, vor dem Hintergrund globalen Wettbewerbs, ungewisser Nachfolgeregelungen, hohen Investitionsstaus, geringen Budgets und optimierbarer Infrastruktur einen strategischen Leitfaden für die Umsetzung der Tourismusstrategie 2015 auf lokaler Ebene zu erstellen, um langfristig veränderten Gästeerwartungen sowie zeitgemäßen Marktanforderungen gerecht zu werden. Dabei wurden während des auf zwei Jahre ausgerichteten Projektes mit den Leistungsträgern Richtlinien und Maßnahmen entwickelt. Das UNESCO Weltkulturerbe „ober-germanisch-rätischer Limes“, die „RömerWelt Rheinbrohl“, der „Rheinsteig“ und der „Westerwaldsteig“ bieten den regionalen Orientierungsrahmen.

Die Tourismusstrategie 2015 des Landes Rheinland-Pfalz wurde unter Federführung des Ministeriums für Wirtschaft, Verkehr, Landwirtschaft und Weinbau (MWVLW) in Kooperation mit dem Hotel- und Gaststättenverband Rheinland-Pfalz (DEHOGA), dem Tourismus- und Heilbäderverband (THV), der Rheinland-Pfalz Tourismus GmbH (RPT) und den rheinland-pfälzischen Industrie- und Handelskammern (IHK) entwickelt und 2008 vorgestellt. Sie gibt die tourismusstrategischen Entwicklungslinien mit den thematischen Säulen Wandern, Radwandern, Wein und Gesundheit unter Berücksichtigung der Kultur vor.

Im Rahmen des IHK-Modellprojektes, das aufgrund rückläufiger Übernachtungszahlen, unbefriedigender Auslastungszahlen, schlechten Images und mangelnder Kooperation unter den touristischen Akteuren in der Modellregion Rhein / Westerwald durchgeführt wurde, wurden durch die externe Beratung der IHK Koblenz effiziente Lösungen entwickelt, um Alleinstellungsmerkmale zu definieren, (neue) Angebote zu (neuen) Produkten zusammenzufügen, zukunftsorientierte Zielgruppen zu erschließen und die Einbindung der Leistungsträger vor Ort von Anfang an sicherzustellen, um in Anlehnung an die touristische Landesstrategie ein regionales touristisches Konzept zu entwickeln.

Im IHK-Modellprojekt „LimesGastgeber“ hat sich die IHK Koblenz aktiv mit fachlichem Input, Organisation, Kontaktherstellung und Moderation eingebracht. Darüber hinaus wurden die Unternehmen seitens der IHK begleitet und betrieblich gecoacht.

Das IHK-Modellprojekt „LimesGastgeber“ zeigt Möglichkeiten auf, kleine Destinationen auf ihrem Weg der Neuausrichtung im Tourismus zu unterstützen und die regionale Kooperation zu intensivieren. Der Leitfaden soll als Unterstützung für die Umsetzung der Tourismusstrategie 2015 auf lokaler Ebene dienen. Die IHK Koblenz möchte mit diesem Projekt Impulse setzen und die Umsetzung der Tourismusstrategie 2015 unterstützen.

Mehr Infos zum Konzept unter:
<http://zumlink.de/LIMES-Gastgeber>

Ansprechpartner:
 Dr. Sabine Dyas
 IHK Koblenz / Geschäftsstelle Neuwied
 Telefon: 02631 / 9176-15
 E-Mail: dyas@koblenz.ihk.de

Christian Dübner
 IHK Koblenz
 Telefon: 0261 / 106-306
 E-Mail: duebner@koblenz.ihk.de

*Neuigkeiten aus den Kompetenznetzwerken gibt es unter:
<http://www.touristiker-nrw.de>.*

Ansprechpartner:
Heike Benecke
Niederrheinische IHK Duisburg-Wesel-Kleve
Telefon: 0203 / 2821-257
E-Mail: benecke@niederhein.ihk.de

Rouven Beeck
IHK Mittleres Ruhrgebiet
Telefon: 0234 / 9113-141
E-Mail: beeck@bochum.ihk.de



Ansprechpartnerin:
Birke Dikken
IHK Lüneburg-Wolfsburg
Telefon: 04131 / 742-174
E-Mail: dikken@lueneburg.ihk.de

Ansprechpartnerin:
Gabriele Maier
IHK Schwarzwald-Baar-Heuberg
Telefon: 07721 / 922-167
E-Mail: maier@villingen-schwenningen.ihk.de

■ NRW-Kompetenznetzwerke bringen Impulse für die Tourismuswirtschaft

Der Masterplan Tourismus NRW gibt einen klaren Orientierungsrahmen zur strategischen Neuausrichtung der Tourismuswirtschaft in Nordrhein-Westfalen vor. Anhand ausgewählter Zielgruppen und Fokusthemen soll die Wettbewerbsfähigkeit des Landes im nationalen und internationalen Vergleich gestärkt werden. Zentraler Bestandteil ist dabei die intensive Auseinandersetzung mit der bisherigen Tourismuskonzeption auf Landesebene sowie den vorhandenen Vertriebs-, Kommunikations- und Marketingaktivitäten. Dazu arbeiten Akteure der Tourismuswirtschaft in thematischen Kompetenznetzwerken überregional zusammen.

Die IHK-NRW vertreten die Interessen der regionalen Tourismuswirtschaft in den Kompetenznetzwerken Business, Gesundheit, Kultur, Aktiv, Stadt und Event. Dort entwickeln sie gemeinsam mit dem Landesverband Standards für Angebote und setzen Impulse für die zukünftige Produktentwicklung. Dabei werden auch die Besonderheiten aus den definierten Kernkompetenzen herausgestellt, die in ihrer Fülle und Qualität von Touristen bisher in NRW nicht erwartet werden. Beispielsweise soll auf die Vielfalt der Gartenkultur, die zahlreichen Kultur- und Kreativveranstaltungen, außergewöhnliche Tagungsorte oder Radfahren auf Bahntrassenradwegen aufmerksam gemacht werden.

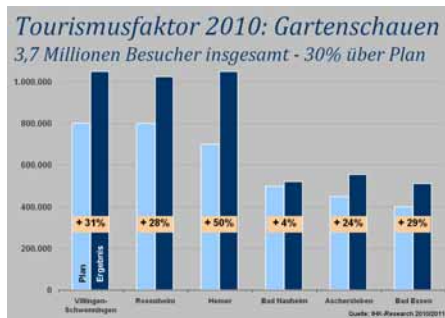
■ Tourismusgipfel Niedersachsen

Der ein- bis zweimal jährlich unter der Federführung des Niedersächsischen Industrie- und Handelskammertages stattfindende „Tourismusgipfel“, bildet die Plattform für einen Verbände übergreifenden Dialog zwischen Politik, Verwaltung und Wirtschaft. Er dient dem durchaus auch vertraulichen Meinungsaustausch und der Diskussion aktueller tourismuspolitischer Fragen mit den Spitzen der niedersächsischen Tourismusverbände, den kommunalen Spitzenverbänden des Landes, der TourismusMarketing Niedersachsen, den tourismuspolitischen Sprechern der Landtagsfraktionen, den Ministerien und weiteren tourismuspolitischen Vertretern. Dieses Forum findet großen Anklang bei allen Beteiligten, es verbessert die Kooperation untereinander, identifiziert aktuelle Themen und gibt so weitere Impulse für die eigene Arbeit.

■ Zukunftsmobilität: CO2-neutral im Schwarzwald

Die IHK Schwarzwald-Baar-Heuberg unterstützt das Projekt ZUMO Schwarzwald. Weiteren Projektträger sind das Steinbeis-Beratungszentrum Innovation & Energie in Trossingen und die Schwarzwald Tourismus GmbH in Freiburg. ZUMO gestaltet erstmals exemplarisch die gesamte Mobilitätskette einer touristischen Destination möglichst klimafreundlich. Mehr Informationen unter www.zukunftsmobilitaet.de.

Schwerpunkt: Wirtschaftliche Bedeutung



Ansprechpartner:
IHK Osnabrück – Emsland – Grafschaft Bentheim
Falk Hassenpflug
Telefon: 0541 / 353-215
E-Mail: hassenpflug@osnabrueck.ihk.de



Ansprechpartnerin:
Sabine Köth
IHK Wiesbaden
Telefon: 0611 / 1500-159
E-Mail: koeth@wiesbaden.ihk.de

Regionalökonomische Bedeutung von Gartenschauen

Im Jahr 2010 haben rund 3,7 Millionen Gäste die sechs Landesgartenschauen in Deutschland besucht. Das sind insgesamt mehr als 30 % als ursprünglich geplant. Damit war 2010 ein erfolgreiches Jahr für Gartenschauen. So konnten insgesamt mehr als 70 Millionen Euro touristischer Wertschöpfung generiert werden.

Gartenschauen haben seit 150 Jahren Tradition in deutschen Städten. Sie sind Großprojekte mit ökologischen, städtebaulichen, kulturellen und wirtschaftlichen Auswirkungen für die jeweilige Kommune und ihr Umland. In den vergangenen Jahren haben sich die Konzepte der „La-Ga-Städte“ stark verändert. Klar im Vorteil sind solche Entwürfe, die eine Herrichtung bestehender oder sanierungsbedürftiger Areale favorisieren. Wichtig ist die Möglichkeit langfristiger Nachnutzungskonzepte.

Die sechs Landesgartenschauen haben 2010 insgesamt fast 100 Millionen direkte Investitionen in Infrastruktur und Flächenentwicklung ausgelöst. Die IHKs begreifen Gartenschauen nicht nur als touristisches Großevent, sondern auch als Mittel zur Standort- und Stadtentwicklung. Hier stehen die IHKs als Ansprechpartner für Kommunen und Wirtschaftsbetriebe bereit.

Wirtschaftsfaktor Tourismus im Kammerbezirk der IHK Wiesbaden

Der Tourismuswirtschaft kommt in dem touristisch reizvollen Bezirk der IHK Wiesbaden besondere Bedeutung zu. Die Förderung dieser überwiegend mittelständisch geprägten Branche sieht die IHK Wiesbaden als eine wichtige Aufgabe an.

Dazu sind zunächst möglichst genaue Informationen über den Wirtschaftszweig erforderlich. Wer sind die Gäste unserer Region? Mit welchen Interessen kommen sie, welche Aktivitäten suchen sie? Welche Kaufkraft bringen sie mit und welche Märkte können in unserer Region noch erschlossen werden?

Um zur Beantwortung dieser Fragen auf wissenschaftlich fundierte Daten zurückgreifen zu können, hat die IHK in Kooperation mit der Wiesbaden Marketing und dem Rheingau-Taunus-Kreis 2001 erstmals eine Untersuchung zur wirtschaftlichen Bedeutung des Tourismus beim Deutschen wirtschaftswissenschaftlichen Institut für Fremdenverkehr e.V. an der Universität München (dwif) in Auftrag gegeben und seitdem kontinuierlich fortschreiben lassen.

Die Studien liegen sowohl für den IHK-Bezirk insgesamt als auch gesondert für Wiesbaden und für den Rheingau-Taunus-Kreis einschließlich Hochheim vor (<http://www.ihk-wiesbaden.de/index.php?id=2426>).



■ Wirtschaftsfaktor Tourismus in Niederbayern und in der Oberpfalz

Was geben Gäste in Niederbayern in ihrem Urlaub durchschnittlich aus? Wie lange bleiben sie? Wer verdient am Tourismus? Antworten auf diese und weitere Fragen liefert eine Studie, die die IHK Niederbayern zusammen mit der IHK Regensburg beim Deutschen Wirtschaftswissenschaftlichen Institut für Fremdenverkehr (dwif) in Auftrag gegeben hat, um die Bedeutung des Tourismus als Wirtschaftsfaktor zu analysieren. Der Tourismus hat große Bedeutung für den Wirtschaftsstandort Niederbayern. Mit einem Bruttoumsatz von mehr als 2,5 Milliarden Euro hält die Branche einen Wertschöpfungsanteil von 4,6 Prozent an der Gesamtwirtschaft. Rund 55.000 Menschen können der Studie zufolge vom Tourismus leben.

IHK-Hauptgeschäftsführer Walter Keilbart sieht die Studienergebnisse als Ansatzpunkt, um die Tourismusregion Niederbayern gezielt weiterentwickeln zu können. Hierbei müsse es vor allem darum gehen, die Qualität des touristischen Angebotes weiter zu verbessern.

Wie die Studie zeigt, entfallen mittlerweile fast drei Viertel aller Aufenthaltstage auf Tagesgäste. Durch den anhaltenden Trend zu Kurzurlauben gewinnen insbesondere nahe gelegene Urlaubsregionen im Inland zunehmend an Bedeutung. „Das ist eine Chance, die unsere Region ergreifen sollte“, so Keilbart. „Um auf dem nationalen und internationalen Tourismusmarkt wahrgenommen zu werden, müssen wir uns vom Kirchturmdenken verabschieden und das Chancenpotenzial in unserer Dreiländerregion Niederbayern-Oberösterreich-Südböhmen erkennen und nutzen“, forderte der IHK-Hauptgeschäftsführer.

Download der Studie unter:
<http://zumlink.de/wirtschaftsfaktor>

Ansprechpartner:
 Dr. Martin Frank
 IHK für Niederbayern in Passau
 Telefon: 0851 / 507-222
 E-Mail: frank@passau.ihk.de



■ Wirtschaftsdaten: Tourismus im Kammerbezirk Dresden

In der Veröffentlichung der IHK Dresden werden an Hand ausgewählter Kennziffern der Entwicklungsstand des Tourismus in Sachsen, insbesondere der Reisegebiete und Kreise des Kammerbezirkes Dresden dokumentiert.

Grundlage bilden Daten der amtlichen Statistik über das Beherbergungsgewerbe, die mit Angaben der IHK-zugehörigen Firmen ergänzt werden. Im Sinne der Beherbergungsstatistik werden alle Beherbergungsstätten, die mehr als acht Gäste gleichzeitig beherbergen können, von der amtlichen Statistik erfasst. Dazu zählen Hotels, Hotels garni, Gasthöfe, Pensionen, Jugendherbergen und Hütten, Erholungs-, Ferien-, Schulungsheime und Boardinghouses, Ferienzentren, Ferienhäuser und -wohnungen sowie Vorsorge- und Rehabilitationskliniken.

In der Broschüre sind Abbildungen und Tabellen zu Reisegebieten, Beherbergungsstätten, Gästeankünften, Unternehmen des Gastgewerbes, Gewerbean- und -abmeldungen und Unternehmensinsolvenzen zu finden.

Ansprechpartnerin
 Christina Meißner
 IHK Dresden
 Telefon: 0351 / 2802-157
 E-Mail: meissner.christina@dresden.ihk.de

■ **Stolze Bilanz, gute Aussichten: „2000 Jahre Varusschlacht“**



Bilanz mit Perspektive, v.l.n.r.: Günter Droste (TOL), Dr. Josef Rottmann (Museum Kalkriese), Marco Graf (IHK)

Download der Studie:
<http://zumlink.de/varusschlacht>

Ansprechpartner:
Falk Hassenpflug
IHK Osnabrück – Emsland – Grafschaft Bentheim
Telefon: 0541 / 353-215
E-Mail: hassenpflug@osnabruock.ihk.de

Im Jahr 2009 beleuchtete das Ausstellungsprojekt „IMPERIUM KONFLIKT MYTHOS. 2000 Jahre Varusschlacht“ an den Originalschauplätzen Haltern am See, Kalkriese und Detmold unterschiedliche Facetten des historischen Geschehens rund um die Varusschlacht. Die IHK Osnabrück – Emsland – Grafschaft Bentheim hat 2010 in Zusammenarbeit mit dem Tourismusverband Osnabrücker Land e. V. (TOL) und der Varusschlacht im Osnabrücker Land – Museum und Park Kalkriese GmbH die regionalökonomischen Bedeutung analysiert.

Kernergebnis: Das gemeinsame Ausstellungsprojekt hat insgesamt fast 500.000 Besucher gezählt. Rund 13 Mio. Euro touristische Bruttoumsätze wurden so generiert. Mehr als 40% der Besucher besuchten allein das Ausstellungsgelände in Kalkriese. Werden die Investitionen und Aufträge an regionale Unternehmen hinzugezählt (z. B. Handwerker, Baufirmen, Dienstleister), erhöht sich die Summe auf gut 9 Mio. Euro. Dieser Wert entspricht rund 200 Arbeitsplätzen, die dadurch für den Zeitraum eines Jahres gesichert wurden, so die IHK-Studie.

Auch der Marketingerfolg ist beachtlich: Die Ausstellungskooperation mit den Partnern in Detmold und Haltern am See hat für Kalkriese große Synergieeffekte gebracht. Durch gemeinsame Aktionen und die starke Medienpräsenz konnten mehr als 20 Mio. Zielpersonen erreicht werden.

Wichtig ist in diesem Zusammenhang die langfristige Nachnutzung der Infrastruktur. So entstanden in Museum und Park Kalkriese 2009 neben einer neuen Dauerausstellung auch ein modernes Besucher- und Tagungszentrum. All dies ermöglicht es, das Areal als attraktives Kultur- und Veranstaltungszentrum in Norddeutschland zu etablieren.

Schwerpunkt Tourismusförderung



■ **Bettensteuer und Co.: Klares Nein der IHK-Organisation**

Städte und Kommunen suchen bundesweit nach neuen Einnahmequellen. Dazu soll auch die kommunal in gut 100 Städten (Februar 2011) konkret diskutierte sogenannte „Bettensteuer“ beitragen. In Städten wie Köln oder Osnabrück wird sie bereits erhoben. Dabei unterscheiden sich die Erhebungen von Festbeträgen pro Übernachtung von bis zu 2,50 € oder einem prozentualen Aufschlag von bis zu 5 %. Abgabeort ist der Beherbergungsbetrieb. In 2 von 3 Städten fließt die Bettensteuer in den allgemeinen Haushalt ein.

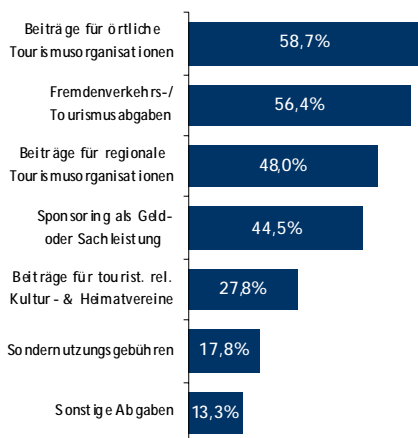
Die IHKs nehmen die angespannte Lage der kommunalen Haushalte ernst. Dennoch sind neue Abgaben, insbesondere wenn Sie einzelne Wirtschaftsbereiche treffen, kein geeignetes Mittel städtische Haushaltskonsolidierung zu betreiben. Argumente die dagegen sprechen sind u. a.:

Ansprechpartner:
Falk Hassenpflug
 IHK Osnabrück – Emsland – Grafschaft
 Bentheim
 Telefon: 0541 / 353-215
 E-Mail: hassenpflug@osnabrueck.ihk.de

Timo Knauthe
 IHK Köln
 Telefon: 0221 / 1640-728
 E-Mail: timo.knauthe@koeln.ihk.de

- Es bestehen erhebliche rechtliche Bedenken. Die Rechtmäßigkeit einer kommunalen Kulturförderabgabe müssen einmal mehr die Gerichte feststellen.
- Die Kulturförderung ist nur ein vorgeschobenes Argument, da die Einnahmen nicht zweckgebunden verwendet werden. In Wirklichkeit geht es um die Verbesserung der Haushaltslage.
- Die Einführung einer kommunalen Kulturförderabgabe führt zur weiteren Verkomplizierung des Steuerrechts und Befolgungskosten (z. B. Erstattungspflicht an Geschäftsreisende).
- Beherbergungsunternehmen und Kultureinrichtungen sitzen im selben Boot. Sollte die bewährte Kultur des Miteinanders durch zusätzliche Begehrlichkeiten untergraben werden, so ist mit Einschränkungen des freiwilligen Engagements zu rechnen.
- In Deutschland zahlen alle Gewerbetreibenden (auch Hotels) – anders als in anderen Ländern – Gewerbesteuer als Äquivalent für die Nutzung der Infrastruktur. Die Nutzung ist damit abgegolten. Informieren Sie sich, ob auch Ihre Stadt betroffen ist und kontaktieren Sie Ihre IHK vor Ort.

■ Finanzierung von Tourismusmarketing und -infrastruktur – heute und morgen



Anteil gastgewerblicher Betriebe mit Ausgaben für Tourismusförderung

Mehr Abbildungen und Ergebnisse:
<http://zumlink.de/tourismusreport>

Ansprechpartnerin:
Ulrike Regele
 DIHK e. V., Referat Handel und Tourismus
 Telefon: 030 / 20308-2104
 E-Mail: regele.ulrike@dihk.de

Abgaben zur Förderung des kommunalen Tourismus gibt es schon sehr lange. Sie werden in prädikatisierten Urlaubsorten (z. B. Kurorten) erhoben und zweckgebunden für Tourismusmarketing und -infrastruktur verwendet. Zudem zahlt die Wirtschaft auf freiwilliger Basis Beiträge für Tourismusverbände und sponsert Aktivitäten zur Attraktivitätssteigerung von Destinationen. Der DIHK-Tourismusreport Herbst/Winter 2010/11 zeigt: 87% der Unternehmen zahlen auf Grund ihrer wirtschaftlichen Tätigkeit im Tourismus Abgaben oder freiwillige Beiträge. Am häufigsten werden die örtlichen Tourismusorganisationen unterstützt: fast 60% der Unternehmen bezahlen Beiträge. Außerdem müssen viele Betriebe (56,4%) eine Fremdenverkehrs- oder Tourismusabgabe bezahlen. Dazu kommt noch die Gewerbesteuer, die bei allen Unternehmen fällig wird.

Die Branche ist durchaus bereit, über das heutige Maß hinaus auch finanzielle Verantwortung für die Tourismusförderung zu übernehmen. Die DIHK-Umfrage zeigt, dass sich eine knappe Mehrheit der Hotels vorstellen kann, weitere finanzielle Mittel zur Förderung des Tourismus bereitzustellen. Als wichtigste Voraussetzung wird die zweckgebundene Verwendung der Mittel für touristische Zwecke genannt. An zweiter Stelle steht die Einbindung aller Wirtschaftszweige, die vom Tourismus profitieren. Etwas weniger wichtig ist die Mitsprache der Wirtschaft bei der Verwendung der Mittel. Damit ist auch sichergestellt, dass Transparenz über den Einsatz der Gelder besteht. Die weiteren Zahlungen dürfen zudem nicht zu einer Reduzierung der öffentlichen Ausgaben dienen, sondern sollen dazu dienen, Tourismusförderung noch besser und effektiver zu gestalten.

Ansprechpartner Kompetenzteam Tourismus der IHK-Organisation

Deutscher Industrie- und Handelskammertag e. V.
Ulrike Regele
Telefon: 030 / 20308-2104
E-Mail: regele.ulrike@ihk.de

IHK Koblenz
Christian Dübner
Telefon: 0261 / 106-306
E-Mail: duebner@koblenz.ihk.de

IHK zu Leipzig
Birgit Kratochvil
Telefon: 0341 / 1267-1403
E-Mail: kratochvil@leipzig.ihk.de

IHK Flensburg
Dirk Nicolaisen
Telefon: 0461 / 806-451
E-Mail: nicolaisen@flensburg.ihk.de

IHK Nordschwarzwald
Elke E. Schönborn
Telefon: 07441 / 8605-217
E-Mail: schoenborn@pforzheim.ihk.de

IHK Osnabrück - Emsland - Grafschaft Bentheim
Falk Hassenpflug
Telefon: 0541 / 353-215
E-Mail: hassenpflug@osnabrueck.ihk.de

IHK Dresden
Christina Meißner
Telefon: 0351 / 2802-157
E-Mail: meissner.christina@dresden.ihk.de

IHK Mittleres Ruhrgebiet
Rouven Beeck
Telefon: 0234 / 9113-141
E-Mail: beeck@bochum.ihk.de

IHK Halle-Dessau
Daniela Wiesner
Telefon: 0345 / 2126-278
E-Mail: dwiesner@halle.ihk.de

HK Hamburg
Kristina Bohnenstengel
Telefon: 040 / 36138-364
E-Mail: Kristina.Bohnenstengel@hk24.de

IHK zu Neubrandenburg
Ute Frasa
Telefon: 0395 / 5597-303
E-Mail: frasa@neubrandenburg.ihk.de

IHK Potsdam
Barbara Nitsche
Telefon: 0331 / 2786-163
E-Mail: nitsche@potsdam.ihk.de

IHK Ostbrandenburg
Dr. Thomas Kühne
Telefon: 0335 / 5621-1412
E-Mail: kuehne@ihk-ostbrandenburg.de

IHK Lüneburg-Wolfsburg
Birke Dikken
Telefon: 04131 / 742-174
E-Mail: dikken@lueneburg.ihk.de

IHK Bremerhaven
Michael F. Stark
Telefon: 0471 / 92460-22
E-Mail: stark@bremerhaven.ihk.de

Niederrheinische IHK Duisburg-Wesel-Kleve
Heike Benecke
Telefon: 0203 / 2821-257
E-Mail: benecke@niederrhein.ihk.de

IHK Köln
Timo Knauthe
Telefon: 0221 / 1640-728
E-Mail: timo.knauthe@koeln.ihk.de

IHK Berlin
Sonja Heimeier
Telefon: 030 / 31510-252
E-Mail: sonja.heimeier@berlin.ihk.de

IHK Rhein-Neckar
Petra Hörmann
Telefon: 0621 / 1709-212
E-Mail: petra.hoermann@rhein-neckar.ihk24.de

IHK Schwaben
Karin Gruhler Hirsch
Telefon: 0821 3162-158
E-Mail: karina.gruhler-hirsch@schwaben.ihk.de