

Masterplan TVSH

(Stand 01.10.2024)

EINLEITUNG

Der vorliegende Masterplan basiert auf der Auswertung der Klausurtagungen, Vorstandssitzungen und Mitgliederversammlungen der letzten Jahre. Die Historie ist dem Masterplan beigefügt. Der Masterplan setzt den Rahmen für die Arbeit des TVSH und formuliert das Leitbild sowie grundlegende Ziele. Er definiert prioritäre Aufgabenbereiche für die zukünftige Entwicklung und strategische Ausrichtung des Verbandes.

Masterplan, Leitbild, Ziele und die Hauptaufgabenbereiche werden jährlich in einer Klausurtagung des Vorstands kritisch auf den Prüfstand gestellt. Die Leitfragen dabei sind, ob der TVSH seine Ziele und Aufgaben effizient verfolgt und in welchen Bereichen eine Nachsteuerung notwendig erscheint.

Ausgangssituation

Im Jahr 2001 hat eine Neuorganisation der Tourismuswirtschaft in Schleswig-Holstein auf Landesebene stattgefunden. Durch die Trennung von Tourismuspolitik und Marketing erfolgte die Neugründung der Tourismus-Agentur Schleswig-Holstein (TA.SH) und die Weiterführung des TVSH mit geänderter Aufgabenstellung, Finanzierung und Personalausstattung.

Dem TVSH ist es trotz schwieriger Ausgangssituation gelungen, sich als anerkannter Partner bei Mitgliedern, Politik, Öffentlichkeit, Fachverbänden und Institutionen auf Landes- und Bundesebene zu etablieren. Insbesondere die impulsgebende Rolle des TVSH bei der strategischen Neuausrichtung des Tourismus in Schleswig-Holstein seit 2005, der permanente Ausbau der Aktivitäten und die hervorragende, vielfältige Arbeit des TVSH – nicht zuletzt auch in der Corona-Krise - haben landes-, aber auch bundesweit zu einem äußerst positiven Renommee geführt.

Status Quo 2024

Der TVSH mit 3,5 Vollzeitäquivalenten und vier Mitarbeitenden vertritt die tourismuspolitischen Interessen seiner Mitglieder. Damit wird den Gemeinden, Landkreisen, Wirtschaftspartnern und anderen Mitgliedern die Möglichkeit eröffnet, sich direkt und aktiv an der Gestaltung der Interessenvertretung im Land Schleswig-Holstein zu beteiligen. Die Weiterentwicklung des Tourismus zu gewährleisten, gleichzeitig aber auch für neue Impulse zu sorgen, um Schleswig-Holsteins gute Ausgangsposition in dem immer härter werdenden Wettbewerb zwischen den in- und ausländischen Destinationen zu nutzen, ist die zentrale Aufgabe des TVSH.

Der TVSH setzt sich auf verschiedenen politischen Ebenen und in allen touristisch relevanten Bereichen für eine pro-aktive Tourismuspolitik ein. Die Mitgestaltung der Tourismuspolitik zur Förderung der kommunalen und regionalen Tourismusentwicklung in Schleswig-Holstein und die Verbesserung der Rahmenbedingungen für die Tourismuswirtschaft gemeinsam mit den Partnern aus Politik, Wirtschaft und Öffentlichkeit stehen dabei im Mittelpunkt der Aktivitäten.

Zusätzlich tritt der TVSH als Initiator und Koordinator in ausgewählten Bereichen der Produktgestaltung und im Monitoring für die Weiterentwicklung des touristischen Angebots auf.

Einbindung in Bundes- und Landesstrukturen

Bundesebene/Länderkooperationen



Landesebene



Regionalebene



Lokalebene

Lokale Tourismus-Organisationen (LTO)

Leitbild

Das Leitbild des TVSH aus dem Jahr 2012 wurde in der Klausurtagung 2023 wie folgt angepasst:

Der TVSH ist die selbstbewusste, unabhängige, anerkannte Vertretung der Tourismuskommunen, Destinationen, Tourismuswirtschaft, Tourismusakteure und Tourismusorganisationen Schleswig-Holsteins.

Der Verband ist kompetenter Themenführer in allen relevanten Bereichen des Schleswig-Holstein-Tourismus. Er ist wirtschafts- und zukunftsorientiert und innovativer und effizienter

Problemlöser für seine Mitglieder. Durch die zielgruppen- und wirkungsorientierte Kommunikation verfügt er über ein lebendiges Netzwerk.

Für die Tourismuspolitik in Schleswig-Holstein ist der TVSH erster Ansprechpartner. Er gestaltet zukunftsfähige Rahmenbedingungen und setzt strategische Impulse zur Sicherung der Wettbewerbsfähigkeit.

Ziele des TVSH

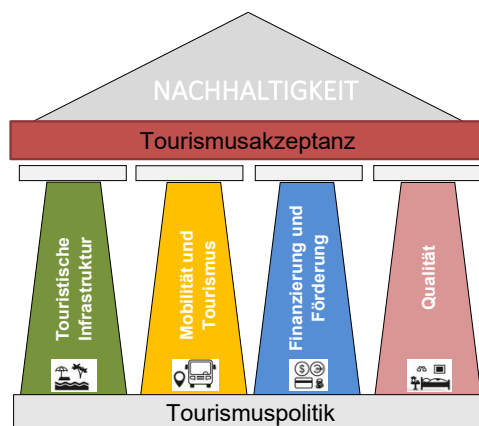
Auf der Klausurtagung 2024 wurden folgende Ziele definiert:

- Stellenwert des Wirtschaftsfaktors Tourismus gegenüber Politik, Gesellschaft und Verwaltung steigern
- Interessenvertreter für die Mitglieder und erster Ansprechpartner im Bereich Tourismuspolitik
- Schleswig-Holstein-Tourismus gemeinsam mit der Politik erfolgreich entwickeln
- zeitgemäße Rahmenbedingungen für den Tourismus schaffen
- Strategische (Projekt-) Impulse setzen
- Hemmnisse und Hindernisse zur Sicherung der Wettbewerbsfähigkeit abschaffen
- kompetenter Themenführer, konstruktiv-kritischer Begleiter sowie innovativer und effizienter Problemlöser für die Mitglieder sein
- Netzwerke schaffen und Akteure miteinander vernetzen
- zukunftsweisenden und nachhaltigen Qualitätstourismus fördern
- Kommunikator und Problemlöser in Krisenzeiten

Aufgabenbereiche

Auf den Klausurtagungen der letzten Jahre wurden folgende Aufgabenbereiche des Tourismusverbands definiert, welche jährlich angepasst werden. In jährlichen Arbeitsprogrammen erfolgt eine Detaillierung.

- I. Themenführerschaft in ausgewählten Tourismusbereichen unter dem Dach der Nachhaltigkeit und Tourismusakzeptanz und auf dem Fundament der Tourismuspolitik
 - Touristische Infrastruktur
 - Mobilität und Tourismus
 - Finanzierung und Förderung
 - Qualität



- II. Interessenvertretung von Tourismuskommunen und Tourismuswirtschaft
 - Interessenvertretung der Mitglieder auf EU-, Bundes- und Landes-Ebene
 - Wahrung der tourismuspolitischen Interessen in unterschiedlichen Themenbereichen
 - Durchführung des Tourismus-Politbarometers für Schleswig-Holstein
 - Durchführung des Runden Tisches Tourismuspolitik, des Parlamentarischen Abends und der Sommerreise mit den Abgeordneten
 - Regelmäßiger Versand des Tourismus-Tickers
 - Aktivitäten zur Erhöhung des Stellenwerts des Tourismus
 - Positionierung zu Förderprogrammen auf EU-, Bundes- und Landesebene
 - Unterstützung der IHK bei der Durchführung des Tourismustags gemeinsam mit DEHOGA, FH Westküste und TA.SH
 - Mitwirkung bei Erarbeitung, Umsetzung und Evaluierung der Tourismusstrategie der Landesregierung
- III. Mitgliederservice
 - Regelmäßiger Versand von Newslettern und Sonderrundschreiben zu aktuellen Themen (z. Bsp. Coronakrise, Energiekrise)
 - Vergünstigungen bei Gutachten, Studien, Zertifizierungen
 - Durchführung von Netzwerkveranstaltungen und Workshops
 - Informationen zu externen Veranstaltungen, Terminen, Fortbildungen
 - Durchführung von Untersuchungen/Studien
 - Distribution von themenspezifischem Informationsmaterial, Broschüren, Handlungsleitfäden
 - Vermittlung von Referenten, Beratungsunternehmen, Fachleuten
 - Ansprechpartner zur DTV-Klassifizierung
 - Einzelberatung zu speziellen touristisch relevanten Themen (z.B. Verträge, Ausschreibungen, Seminare)
 - Wöchentliches Presseclipping
 - LinkedIn
 - Berechnung Wirtschaftsfaktor Tourismus (alle 2 Jahre)
 - Erstellung von Stellungnahmen, Positions- und Grundsatzpapieren
- IV. Projekte und Studien
 - Durchführung des Sparkassen-Tourismusbarometers für Schleswig-Holstein gemeinsam mit dem SGVSH
 - Durchführung des Tourismus-Politbarometers Schleswig-Holstein
 - Projekte im Bereich Tourismusakzeptanz, zum Bsp.
 - Bevölkerungsbefragung
 - Schaffung von Wohnraum für Mitarbeitende
 - Work-Life-Balance
 - Infrastruktur für Mitarbeitende
 - Projekt „Kennzahlen im Tourismus“
- V. Qualität
 - Umsetzung und Mitwirkung bei der Überarbeitung der DTV-Klassifizierungskriterien
 - Weiterentwicklung und Umsetzung der Ergänzungszertifizierung *Rolliplus* und *Kinderplus*
 - Weiterentwicklung und Umsetzung des Qualitätszeichens „Lokal und sicher buchen“

- Koordinierung „Gegenseitige Anerkennung der Kurkarten/Gästekarten“

Strategiepapiere

Auf Basis des Leitbilds, der Ziele und der Schwerpunktthemen werden die politischen Grundsatzpapiere sowie die Kommunikationsstrategie des TVSH erstellt.

Historie

2001 – 2012

Im Jahr 2001 hat eine Neuorganisation der Tourismuswirtschaft in Schleswig-Holstein auf Landesebene stattgefunden. Aufgrund der Organisationsdiskussionen in und um den Tourismusverband Schleswig-Holstein e.V. (TVSH), des Konkurses der Schleswig-Holstein Tourismus GmbH (SHT) im Jahr 1998 und der Gründung der Tourismus Marketing Schleswig-Holstein GmbH (TMSH) war diese Umstrukturierung von Nöten. Durch die Trennung von Tourismuspolitik und Marketing erfolgte die Neugründung der Tourismus-Agentur Schleswig-Holstein (TA.SH) und die Weiterführung des TVSH.

Nach der Trennung von Marketing und tourismuspolitischer Interessenvertretung im Jahr 2001 ist es dem TVSH gelungen, sich trotz schwieriger Ausgangssituation wieder als anerkannter Partner bei Mitgliedern, Politik, Öffentlichkeit, Fachverbänden und Institutionen auf Landes- und Bundesebene zu etablieren. Übereinstimmend wurde in der Klausurtagung die impulsgebende Rolle des TVSH bei der strategischen Neuausrichtung des Tourismus in Schleswig-Holstein herausgestellt. Der permanente Ausbau der Aktivitäten und die hervorragende, vielfältige Arbeit des TVSH haben landes-, aber auch bundesweit zu einem äußerst positiven Renommee geführt.

2012 – 2022

Allerdings war mit der Ausdehnung der Arbeitsfelder auch eine Verwischung der ehemals beschlossenen Fokussierung auf Kernaufgaben verbunden. Gleichzeitig stieg der Aufwand enorm an, mit dem Ergebnis, dass personelle und finanzielle Ressourcen nicht mehr ausreichten, um das Leistungsspektrum in diesem Umfang dauerhaft durchzuhalten. Der Vorstand hat auf einer Klausurtagung im Jahr 2012 die Neuausrichtung des Verbandes beschlossen und Eckpunkte für das weitere Vorgehen formuliert.

Da eine Gegenfinanzierung der höheren Ausgaben aus den aktuellen Einnahmen nicht realisierbar war, wurden die neuen Inhalte und Instrumente im Rahmen eines Modellprojektes - begrenzt auf drei Jahre - umgesetzt. Gleichzeitig wurde die finanzielle Basis durch Mitgliederakquisition, Sponsorensuche und Projektmittelakquisition mit dem Ziel einer nachhaltigen Finanzierung des neuen Aufgabenzuschnitts gestärkt. Für die Dauer von drei Jahren wurde das Modellprojekt aus den Rücklagen des TVSH finanziert. Aufbauend auf den Beschlüssen der Gremien haben sich das Leitbild und Strategien ergeben.

Strategien

Aufbauend auf der Bilanz der Arbeit hat es sich der TVSH zum Ziel gesetzt, die Lobbyarbeit für die Tourismuswirtschaft in Zukunft wahrnehmbarer, durchsetzungsstärker und schlagkräftiger zu organisieren. Neben den kommunalen Tourismusorganisationen ist eine stärkere

Einbeziehung von Wirtschaftsverbänden und Wirtschaftspartnern geplant. Zur Zielerreichung dienen die folgenden drei Handlungsstränge:

Der erste der drei Handlungsstränge der Neuausrichtung umfasst die Fokussierung auf das Kerngeschäft. Der TVSH wird sich in Zukunft noch stärker als bisher als die tourismuspolitische Interessenvertretung von Tourismuskommunen und Tourismuswirtschaft profilieren und als starker Lobbyverband für seine Mitglieder präsentieren.

Um diese Aufgaben bewältigen zu können, wird der Verband seine Aufgabenbereiche bereinigen, sodass das operative Geschäft reduziert werden kann.

Hinzu kommen neue Aufgaben zur Profilschärfung. Der TVSH tritt als Themenführer in ausgewählten Tourismusfeldern auf und entwickelt Kommunikationsstrategien in Richtung Tourismuswirtschaft, Politik, Öffentlichkeit und Bevölkerung. Die Mitgestaltung der Tourismuspolitik zur Förderung der kommunalen und regionalen Tourismusentwicklung in Schleswig-Holstein und die Verbesserung der Rahmenbedingungen für die Tourismuswirtschaft - gemeinsam mit den Partnern aus Politik, Wirtschaft und Öffentlichkeit - werden dabei von zentraler Bedeutung sein.

Übergeordnetes Ziel ist die Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit des Schleswig-Holstein-Tourismus. Die Erhöhung des Stellenwerts des Tourismus in Politik und Öffentlichkeit wird im Mittelpunkt der tourismuspolitischen Aktivitäten stehen.

Klausurtagung 2013

Die Klausurtagung des TVSH im September 2013, ein Jahr nach Beginn der Neuausrichtung, hat bestätigt, dass sich der TVSH auf dem richtigen Weg befindet. Die Bewertung des TVSH während der Klausurtagung zeigt, dass der Verband seine Rolle als kritischer Partner und Sprachrohr der Tourismuswirtschaft zunehmend besser und resonanzstärker ausfüllt. Auf Grundlage der Fachinformationen, der aktuellen Themen und der Diskussionen während der Klausurtagung haben sich fünf zentrale Bereiche ergeben, an denen der TVSH weiterarbeiten muss:

- Das Selbstverständnis des TVSH, Kernthemen (ggf. neuen Gegebenheiten anpassen)
- Die Kommunikation des Verbandes (mit Politik, Wirtschaft, Tourismusakteuren, Presse)
- Mängelliste, Masterplan, Quartalsberichte
- Mitgliederakquise und Finanzierungsbasis
- Neues Konzept für die Mitgliederversammlung

Klausurtagung 2014

Auf der Klausurtagung des TVSH im Juli 2014 wurde erneut Zwischenbilanz gezogen, eine inhaltliche Nachjustierung vorgenommen und Eckpunkte für das weitere Vorgehen festgelegt. Die folgenden drei Themen wurden als Schwerpunktthemen des TVSH festgelegt:

- Infrastruktur (mit Verkehrsinfrastruktur)
- Verkehr (Baustellenmanagement)
- Nachhaltigkeit

Daneben hat der Vorstand Eckpunkte für eine mittelfristige Finanzierung des TVSH erarbeitet und Modelle für eine Beitragsanpassung für die Mitglieder diskutiert. Die externe Sicht des dwif hat bestätigt, dass sich der TVSH auf dem richtigen Weg befindet und die Schlagkraft des TVSH in Deutschland wahrgenommen wird.

Mitgliederversammlung 2014 – Beschluss über Verstetigung der Neuausrichtung

Die Mitgliederversammlung hat im Dezember 2014 darüber entschieden, das Modellprojekt zur Neuausrichtung des TVSH zu verstetigen.

Die Anpassung der Mitgliedsbeiträge, welche ab 2016 in drei Schritten durchgeführt werden soll, wurde ebenfalls beschlossen.

Klausurtagung 2015

Auf der Klausurtagung des TVSH im Juni 2015 wurden die folgenden Themen als Schlüsselthemen identifiziert:

- Kommunikation nach innen und außen
- Mitgliederakquise, auch von Wirtschaftspartnern

Der einstimmige Beschluss zur Beitragserhöhung wurde als hervorragendes Ergebnis der Arbeit des TVSH gewertet.

In den Klausurtagungen und Mitgliederversammlungen ab 2016 wurden die folgenden Beschlüsse gefasst, aus denen sich die Schwerpunktthemen und Aufgabenbereiche des Tourismusverbands ergeben.

Klausurtagung 2016

Auf der Klausurtagung des TVSH im Juni 2016 wurden die folgenden Themen als Schwerpunktthemen identifiziert:

- Touristische Infrastruktur
- Verkehr und Tourismus
- Finanzierung und Förderung im Tourismus

Klausurtagung 2017

Auf der Klausurtagung des TVSH im Juli 2017 wurden die folgenden Themen als Schwerpunktthemen identifiziert:

- Touristische Infrastruktur
- Verkehr und Tourismus
- Finanzierung und Förderung im Tourismus
- Qualität

Beim Thema Qualität könnte die Aufgabe des TVSH z. B. die Analyse von Schwachpunkten entlang der Reisekette, das Sensibilisieren, Koordinieren und die Impulsgebung zur aktiven Fehlerbehebung sein. Wichtig ist dabei vor allem, aus der Perspektive der Gäste / Kunden zu blicken. Ein Instrument könnte z. B. die systematische Auswertung von digitalen Quellen sein. Die genaue Rolle des TVSH soll noch konkretisiert werden.

Mitgliederversammlung 2017 – Beschluss über die Erhöhung der Stellenanzahl und die Projektidee „Erhöhung der Qualität im Privatvermieterbereich“

Die Mitgliederversammlung hat im Dezember 2017 über die Aufstockung beim Personal auf 3 VZÄ für das Jahr 2018 entschieden. Die zusätzlichen Ressourcen sollen dazu genutzt werden, ein mögliches Projekt „Qualitätsoffensive im Privatvermieterbereich“ auf Realisierbarkeit zu prüfen und die Umsetzung der Ergebnisse aus dem Projekt Ortsbildanalyse voranzutreiben.

Klausurtagung 2018

Auf der Klausurtagung des TVSH im Juli 2018 wurden die Schwerpunktthemen aus 2017 bestätigt:

- Touristische Infrastruktur
- Verkehr und Tourismus
- Finanzierung und Förderung im Tourismus
- Qualität

Zusätzlich wurden vier neue Projektideen - „move next“ der Act Agency, „Baukultur und Tourismus“, „Qualität“ und „Kennzahlen-Monitoring“ - diskutiert, die jedoch ohne zusätzliche Ressourcen aus dem normalen Etat des TVSH nicht abzudecken sind. Ziel muss es sein, eine Grundlage zur Akquisition externer Mittel zu erarbeiten, um die notwendige finanzielle Basis zu sichern. Erst dann können diese Projekte durch den TVSH umgesetzt werden.

Klausurtagung 2019

Auf der Klausurtagung des TVSH im Juni 2019 wurden die Schwerpunktthemen aus 2018 bestätigt. Neu ist das Thema „Nachhaltigkeit“ als Dach über allen Themensäulen. Zudem wurde das Leitbild für 2020 formuliert.

Klausurtagung 2020

Aufgrund der Corona-Krise fand 2020 keine Klausurtagung statt.

Klausurtagung 2021

Auf der Klausurtagung des TVSH im Juni 2021 wurden die Schwerpunktthemen aus 2019 bestätigt. Alle Handlungsschwerpunkte werden unter das Thema „Tourismusakzeptanz“ gestellt.

Mitgliederversammlung 2021

Bezogen auf die hohe Belastung der Mitarbeiter, die personelle Ausstattung und zukünftige Herausforderungen schlägt die Mitgliederversammlung vor, die Finanzierung einer zusätzlichen ganzen Stelle zu prüfen.

Klausurtagung 2022

Der Vorstand ergänzt die Ziele um das Thema Krisenmanagement. Das Leitbild wird durch den Zusatz „... Vertretung der Tourismuskommunen, Destinationen, Tourismuswirtschaft, Tourismusakteure und Tourismusorganisationen“ ergänzt. Hinsichtlich der Schwerpunktthemen ist sich der Vorstand einig, die vier bestehenden Themen „Finanzierung und Förderung im Tourismus“, „Qualität“, „touristische Infrastruktur“, und „Mobilität und Tourismus“ unter dem Dach der Nachhaltigkeit und Tourismusakzeptanz als übergreifende Themen beizubehalten. Zusätzlich soll das Thema „Tourismuspolitik“ als Fundament der Arbeit des TVSH dargestellt und das 3-Ebenen-Modell in den Masterplan aufgenommen werden.

Mitgliederversammlung 2022

Der TVSH-Vorstand hat in seiner Sitzung am 28. März 2022 die Einrichtung einer ganzen Stelle zur Bewältigung des gestiegenen Aufgabenumfangs und im Interesse der verlässlichen Leistungsfähigkeit des Verbandes beschlossen. Der Vorstand hat damit die Auffassung der Mitgliederversammlung zur Notwendigkeit einer ganzen Stelle umfänglich geteilt und ist der Bitte der Mitglieder gefolgt, die Finanzierung zu prüfen. Die im Wirtschaftsplan 2022 eingestellten Kosten decken die Besetzung ab dem 1. Juli 2022 ab.

Vor dem Hintergrund der historisch bedingten Ungleichheiten (Grundlage für die Berechnung der TVSH-Mitgliedsbeiträge von Gemeinden, Städten, Landgemeinden und Ämter sowie deren Zusammenschlüsse waren bis einschließlich 2022 die Übernachtungszahlen aus dem Jahr 2000!) wurde die TVSH-Beitragsordnung aktualisiert, indem zur Berechnung der TVSH-Beiträge (für Gemeinden, Städte, Landgemeinden und Ämter sowie deren Zusammenschlüsse) ab dem Jahr 2023 Übernachtungszahlen aus dem Jahr 2019 zugrunde gelegt werden. Damit konnten die Ungleichheiten ausgewogen und außerdem ein insgesamt höheres Beitragsvolumen zur finanziellen Absicherung der zusätzlichen Personalressource erreicht werden. Die neue Beitragsordnung wurde auf der Mitgliederversammlung am 23.09.2022 einstimmig mit einer Enthaltung beschlossen.

Klausurtagung 2023

Der Vorstand befürwortet das Leitbild, das um den Satz „er gestaltet zukunftsfähige Rahmenbedingungen und setzt strategische Impulse zur Sicherung der Wettbewerbsfähigkeit“ wurde, sowie die Ziele. Hinsichtlich der Schwerpunktthemen ist sich der Vorstand einig, die vier bestehenden Themen „Finanzierung und Förderung im Tourismus“, „Qualität“, „touristische Infrastruktur“, und „Mobilität und Tourismus“ unter dem Dach der Nachhaltigkeit und Tourismusakzeptanz als übergreifende Themen und mit dem Thema „Tourismuspolitik“ als Fundament der Arbeit des TVSH beizubehalten. Im Masterplan sollten die Aspekte „Work-Life-Balance“ sowie „Infrastruktur für Mitarbeitende“ ergänzt werden. Im Hinblick auf den Mitgliederservice regt der TVSH-Vorstand an, dass auch auf Kreisebene die Berechnung des Wirtschaftsfaktors inkl. Steckbriefe sinnvoll sei.

Klausurtagung 2024

Der Vorstand befürwortet das Leitbild, das in der Formulierung „in wesentlichen Bereichen“ angepasst werden soll, sowie die Ziele, die im zweiten Satz um den Begriff „Verwaltung“ ergänzt werden sollen. Den Schwerpunktthemen und Aufgaben hat der TVSH-Vorstand nichts hinzuzufügen. Auch zum Mitgliederservice gibt es keine Anmerkungen von Seiten des Vorstands.

Es werden Ideen für Instrumente des TVSH gesammelt, den Stellenwert wieder stärker in den politischen Fokus zu stellen. Zusammengefasst besteht die Überlegung, ein Kommunikationskonzept zu erarbeiten, das den Stellenwert und die positiven Effekte des Tourismus auf Wirtschaft, Gesellschaft und Bevölkerung wirkungsstark aufgreift und zielgruppengerecht aufbereitet. Nutzbar soll es auch für die Mitglieder sein, die diese Kommunikationslinie dann auf ihren jeweiligen Wirkungsbereich adaptieren könnte