

Infoveranstaltung Tourismus Service Centers (TSC) „Pfälzer Bergland“

Projektbegleiter.

1. Einleitung



Diplom- Geograph Christopher Krull
Senior Berater & Projektleiter

✉ Christopher.krull@kohl-partner.eu

📞 +49 170 291 9623

Studium der Fremdenverkehrsgeographie (Universität) und 27 Jahre Erfahrung als leitender Destinationsmanager Schwarzwald, Weserbergland und Oberstaufen. Davon **21 Jahre Geschäftsführer** und Entwickler der Marke Schwarzwald bei der **Schwarzwald Tourismus GmbH**. Hier auch u.a. Umsetzer der Vorteilskarten SchwarzwaldCard und KONUS Gästekarte (Freifahrt im ÖPNV). Zuvor Tätigkeiten für die Reiseanalyse Studienkreis für Tourismus, Busreiseveranstalter und einen Freizeitpark.

Seit 2020 bei Kohl & Partner.

Agenda.

Konzeptvorstellung TSC GmbH „Pfälzer Bergland“

1. Ausgangslage und Konzeptentwicklung
2. Das Gesamtkonzept im Überblick
3. Gesellschafterstruktur und Gremien
4. Handlungsfelder und Aufgaben
5. Personal- und Funktionsorganigramm
6. Wege und Varianten der Finanzierung und Umsetzung
7. Nächste Schritte

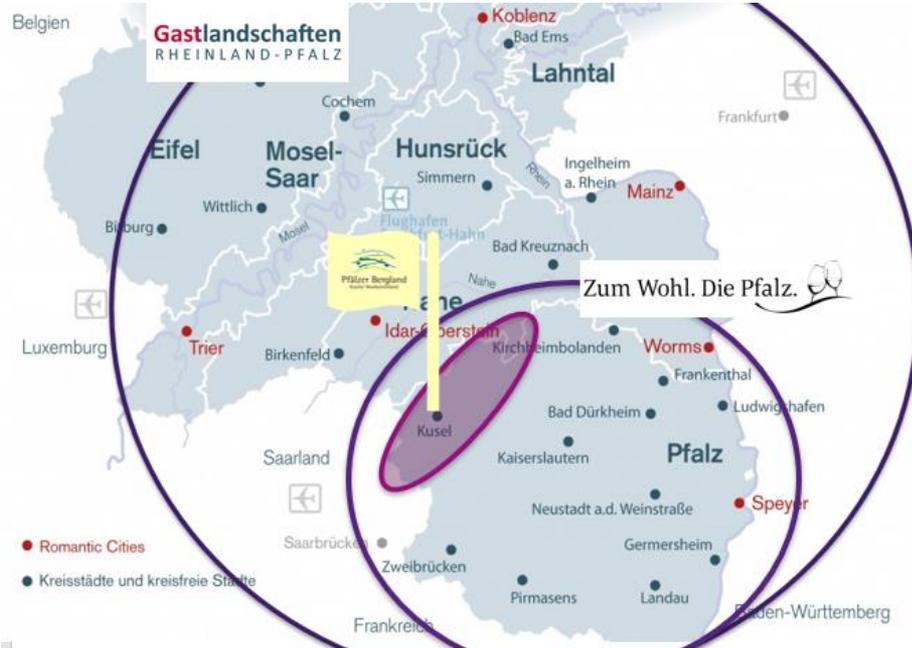
Agenda.

Konzeptvorstellung TSC GmbH „Pfälzer Bergland“

- 1. Ausgangslage und Konzeptentwicklung**
2. Das Gesamtkonzept im Überblick
3. Gesellschafterstruktur und Gremien
4. Handlungsfelder und Aufgaben
5. Personal- und Funktionsorganigramm
6. Wege und Varianten der Finanzierung und Umsetzung
7. Nächste Schritte

Touristische Regionen aus Landessicht.

1. Ausgangslage und Konzeptentwicklung



Quellen: Kohl & Partner 2023

Karte Pfälzer Bergland.

1. Ausgangslage und Konzeptentwicklung



Pfälzer Bergland
(Region Pfalz)



Bisherige touristische
Organisationen:

- Verkehrsverein Pfälzer Bergland e.V.
- Fremdenverkehrs-zweckverband Pfälzer Bergland



75.800 Km²

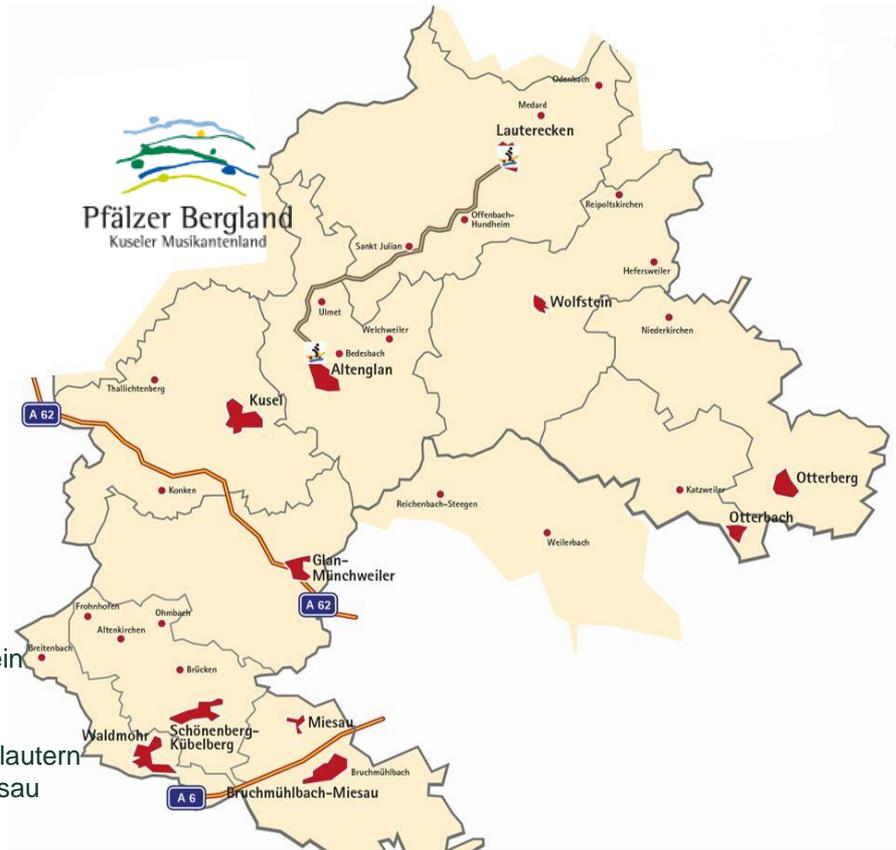


131.275 Einwohner
in 2021



Region Pfälzer Bergland:

- 3 VGn des LK Kusel
Lauterecken Wolfstein
Oberes Glantal
Kusel Altenglan
- 3 VGn des LK Kaiserslautern
Bruchmühlbach-Miesau
Weilerbach
Otterbach-Otterberg



Quelle K&P

Bisherige DMO Struktur.

1. Ausgangslage und Konzeptentwicklung

Fremdenverkehrszweckverband Pfälzer Bergland

- Mitglieder sind **LK Kusel und mehrere VG**
- Personal- & Sachkosten trägt **LK Kusel**
- **Marketingbeitrag insg. 50.000,- €**
- Mind. 1x pro Jahr **Verbandsversammlung**
- Hauptaufgabe ist die **Einrichtungen für Freizeit** und Erholung zu errichten, **zu betreiben und zu fördern**

Verkehrsverein Pfälzer Bergland e.V.

- Mitglieder sind **Fremdenverkehrszweckverband, touristische Leistungsträger und Ortsgemeinden**
- Personal- & Sachkosten trägt **LK Kusel**
- Mind. 1x pro Jahr **Mitgliederversammlung**
- Personal ist das Selbe wie für **Fremdenverkehrszweckverband**
- Hauptaufgabe ist den **Tourismus planmäßig durch Werbung und Vermarktung der touristischen Angebote zu fördern**

Wirtschaftsfaktor Tourismus für den LK Kusel 2019.

1. Ausgangslage und Konzeptentwicklung

- **1,6 Mio. Tagesreisen**
- 70.219 Einwohner
- Ca. **240.000 Übernachtungen (davon 150.00 in gewerblichen** Beherbergungsbetrieben)
- 2019 sorgten insgesamt 1,84 Mio. Aufenthaltstage für einen **Bruttoumsatz von 42,3 Mio. €** (37,3 Mio. € Netto)
 - 14,1 Mio. € entstehen durch Übernachtungsgäste und 28.,2 Mio. € durch Tagesgäste
 - **19,4 Mio. € Touristischer Einkommensbeitrag** insgesamt = **1,2% relativer Beitrag zum Primäreinkommen**
 - Entspricht einem Äquivalent von rund **810 Personen**, die durch die Nachfrage ein Ø-Primäreinkommen pro Kopf und Jahr beziehen könnten
- Aus Mehrwertsteuer und Einkommenssteuer resultieren 2019 ca. **3,9 Mio. € Steueraufkommen aus dem Tourismus**

Prozessweg hin zum TSC Konzept

1. Ausgangslage und Konzeptentwicklung

November 2021 Entschluss der Verbandsversammlung TSC Prozess zu starten

Juli 2022 Förderantrag zur Förderung eines TSC Prozesses

Oktober 2022 Vorstellung im WFA der VG Lauterecken-Wolfstein



Workshoparbeit, Onlinebefragungen, Experteninterviews.

1. Ausgangslage und Konzeptentwicklung



Analyse-Fazit: touristische Performance.

1. Ausgangslage und Konzeptentwicklung

Sehr verbesserungsfähig/ schwach

- **Gastronomie, Beherbergung**
- **Online- & Offline-
Informationsangebot**
- **Tourist Information**
- **Online- Buchbarkeit der Angebote**
- **PR**
- **Reichweite**
- **Sichtbarkeit**
- **Einheitlichkeit, Erscheinungsbild**
- **Trendorientierung**

neutral

- Attraktivität der Region
- Ausflugsziele, Freizeiteinrichtungen
- Veranstaltungen
- Regionale Produkte
- Erlebnisangebote
- Webpräsenz
- Printmedien
- Messen
- Zielgruppenorientierung

zufriedenstellend/ stark

- Rad-, Wanderwege
- Touristisches Wachstumspotential
- Regionale Produkte
- Naturaktivitäten
- Gesundheit
- Kultur, Historie
- Veranstaltungen
- Nachhaltigkeit
- Barrierefreiheit
- Entwicklung der Bekanntheit

Analyse Fazit: Vereinsstruktur.

1. Ausgangslage und Konzeptentwicklung

- Die vorhandene Verbandsstruktur und deren Unterteilung in **2 autarke Vereine**, einem Zweckverband und einem Verkehrsverein sind **intransparent, unübersichtlich, und ineffizient**. Der **Zweckverband** soll **aufgelöst** werden, der **Verkehrsverein** ohne Beibehalt einer operativen Ebene zu einem reinen **Förderverein umgewandelt werden**.

Analyse-Fazit: Gebietskulisse.

1. Ausgangslage und Konzeptentwicklung

- Die Gebietskulisse auf
 - den **Landkreis Kusel** mit seinen **3 Verbandsgemeinden** und
 - die **3 Verbandsgemeinden** des **Landkreises Kaiserslautern** Bruchmühlbach-Miesau, Otterbach-Otterberg und Weilerbach begrenzt werden.
 - Die **VG Baumholder** möchte von sich aus nicht in einem gemeinsamen TSC Prozess beteiligt werden.
 - Und das **Gebiet Donnersberg**, welches bisher aus der Pfalz-Perspektive dazugezählt wurde, würde in der jetzigen Situation den Prozess überfordern.

Analyse-Fazit: Anforderungen Land.

1. Ausgangslage und Konzeptentwicklung

- Die, für den neuen TSC Prozess angedachte Gebietskulisse umfasst
 - rund **150.000 Übernachtungen** (statistisch gewerblich ohne Camping)
 - **54.000 Gästeankünfte**,
 - **1.350 Gästebetten** und
 - **100 Betriebe**und erfüllt somit knapp die Mindestkriterien, welche vom Land für die lokale Ebene ein TSC vorgeschlagen sind.

Analyse-Fazit touristisches Angebot.

1. Ausgangslage und Konzeptentwicklung

Onlinebefragung/ Experteninterviews

- Es existieren erhebliche **Quantitäts- und Qualitätsmängel** in und an **Beherbergungsbetrieben und Gasthäusern**
- Das **Online- Informations- und Buchungsangebot** für Gäste muss erheblich verbessert werden
- Vor allem die Themen **Wandern sowie Kultur/ Historie** bieten enorme **Potentiale**, die noch wesentlich stärker herausgestellt werden müssen
- **Erscheinungsbild und Marketing** müssen zeitgemäßer und besser gestaltet werden

Analyse-Fazit Situation der Mitarbeiter.

1. Ausgangslage und Konzeptentwicklung

Workshop/ Meinungen der Mitarbeitenden

- leiden unter zu **wenig Ressourcenausstattung** bei zu vielen Aufgaben
- erhalten zu **geringe Wertschätzung** für die geleistete Arbeit bei Arbeitgebern und Leistungsträgern
- wünschen sich **mehr Arbeitsteilung, bessere Rahmenbedingungen** und professionellere Zusammenarbeit auf allen Ebenen

Agenda.

Konzeptvorstellung TSC GmbH „Pfälzer Bergland“

1. Ausgangslage und Konzeptentwicklung
- 2. Das Gesamtkonzept im Überblick**
3. Gesellschafterstruktur und Gremien
4. Handlungsfelder und Aufgaben
5. Personal- und Funktionsorganigramm
6. Wege und Varianten der Finanzierung und Umsetzung
7. Nächste Schritte

Ziel: Organisationsstrukturen TSC Prozess.

2. Das Gesamtkonzept im Überblick

- **Effizienz:** ohne Parallelarbeiten Kräfte bündeln um mit hoher Professionalität das Maximale zu erreichen
- **Gesicherte Finanzierung:** Hohe freie Mittel für Marketing und operatives Geschäft, Halten eines ausreichend hohen und qualifizierten Personalstammes
- **Mitglieder, Stakeholder, Mitarbeiter:** hohe Akzeptanz und Zufriedenheit
- **Anerkennung durch das Land:** Erhalt eines offiziellen Status, Erhalt von Fördermitteln, Einbezug in Informationen und Projekte
- **Lobby:** starke Interessensvertretung ggb. Region, Land, Politik
- **Gast:** optimaler Angebots, Informations- und Buchungsservice

Ziel: Änderung der regionalen und lokalen Strukturen.

2. Das Gesamtkonzept im Überblick

- **Änderungen der Struktur der Gebiets- Ebene** im Pfälzer Bergland
- **Optimierung der lokaler Strukturen** als Basis der Gebiets- Ebene
- offen für **neue Formen** der Zusammenarbeit sowie **neue Partner**
- Ziel ist ein gemeinsames, einheitliches Auftreten und die **Verbesserung der internen und externen Kommunikationswege**
- **Optimierung** der Zusammenarbeit mit der regionalen Ebene der **Pfalz- Touristik**



Neue Organisationsstruktur des TSC als GmbH.

2. Das Gesamtkonzept im Überblick

Die Lenkungsgruppe hat auf Empfehlung des Beraters dem Konzept zur Gründung einer neuen GmbH Struktur für den TSC Prozess im Pfälzer Bergland vom Grundsatz her **zugestimmt.**

- Gesellschafter dieser GmbH sollen 5, besser noch **6 Verbandsgemeinden** werden. Wenn die Verbandsgemeinde Weilerbach zusätzlich zustimmt, wären dies 3 Verbandsgemeinden aus dem Landkreis Kusel (Lauterecken-Wolfstein, Oberes Glantal, Kusel-Altenglan) und 3 aus dem Landkreis Kaiserslautern (Bruchmühlbach-Miesau, Otterbach-Otterberg, Weilerbach).
- Als weiterer Gesellschafter gilt der **Landkreis Kusel** als fest gesetzt. Der Landkreis **Kaiserslautern** soll noch gewonnen werden.
- Der bestehenden **Fremdenverkehrszweckverband** soll aufgelöst werden,
- der **Verkehrsverein** soll zu einem Förderverein für Leistungsträger und Orte umgewandelt werden. Dem Förderverein soll ebenfalls ein Gesellschafterstatus in der neuen GmbH angeboten werden.

Maßnahmen einer neuen TSC Struktur.

2. Das Gesamtkonzept im Überblick

- Anstatt vieler kleiner Tis (Touristinformationsstellen) in den Verbandsgemeinden, soll es künftig lediglich noch eine **zentrale Anlaufstelle** auch für Teleanfragen geben
- neue **Erlebnisprodukte** vor allem auch zum **Thema Wandern** sollen geschaffen werden
- eine neue **Markenarchitektur** und ein **besseres Erscheinungsbild** für ein besseres Innen- und Außenmarketing soll erarbeitet und möglichst bei vielen Partnern umgesetzt werden
- Zur Verbesserung des Angebotes soll ein strategisches Qualitätsmanagement sowie Wissens- und Kompetenzmanagement eingeführt werden
- eine Digitalisierungsstrategie und das Contentmanagement soll aufgebaut werden

Finanzierung der neuen TSC Struktur.

2. Das Gesamtkonzept im Überblick

- Die Finanzausstattung wird im Budget nach den Aufgabennotwendigkeiten erstellt, wobei die Finanzierung sich über einen **Defizitausgleich der Gesellschafter**, Fördermitteln und eigen erwirtschafteten Beteiligungsmitteln empfiehlt.
- In der Summe sollen die Defizitausgleich der Gesellschafter **nicht höher ausfallen**, als bisher
- Gleichzeitig soll versucht werden, einen Finanzierungs- und Beitragsschlüssel zu finden, der die Gesellschafter entsprechend ihres touristischen Potentials in die Verantwortung nimmt und gleichzeitig die Lasten **gerecht aufteilt**
- Mit Abschluss dieses Berichts waren sich alle potentiellen Gesellschafter aus der Lenkungsgruppe darin einig, dass die Lasten möglichst **ausgewogen auf alle Schultern** der neuen Gesellschafterstruktur verteilt werden. Wenn ein Gesellschafter anstatt Finanzen, Personal in die neue GmbH einbringt, soll dies als einen entsprechenden finanziellen Beitrag bemessen und gewertet werden

Einnahmen einer neuen TSC Struktur.

2. Das Gesamtkonzept im Überblick

- Zur langfristigen Finanzierung der Tourismusstrukturen und zur Erzielung eines direkten Deckungsbeitrages , soll mittelfristig auf Seiten der Kommunen ein **Gästebeitrag** im Sinne des Kommunalen Abgabegesetzes des Landes Rheinland-Pfalz eingeführt werden
- Optimalerweise geht dies mit der gleichzeitigen Einführung eines **digitalen Meldewesens** und einer **digitalen Gästekarte** einher

Vorteile eines TSC Pfälzer Bergland

2. Das Gesamtkonzept im Überblick

- Effiziente Strukturen erhöhen den **Kosten-Nutzen Faktor**
- Die Spezialisierung der touristischen Ansprechpartner steigert die **Kompetenz**.
- Eine gute touristische Infrastruktur steigert auch die **Lebensqualität** der Einheimischen und die Attraktivität der Region als Lebensraum.
- Ein starkes gemeinsames Marketing steigert die **Identifikation** der Einheimischen und die **Attraktivität** für Gäste.
- **Wirtschaftsförderung** für Gastgewerbe und alle anderen Betriebe (Attraktivität des Standortes für Fachkräfte)

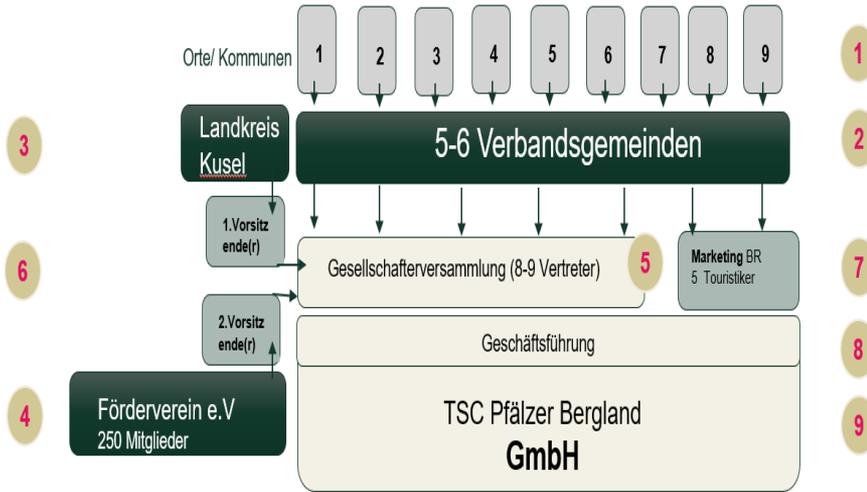
Agenda.

Konzeptvorstellung TSC GmbH „Pfälzer Bergland“

1. Ausgangslage und Konzeptentwicklung
2. Das Gesamtkonzept im Überblick
- 3. Gesellschafterstruktur und Gremien**
4. Handlungsfelder und Aufgaben
5. Personal- und Funktionsorganigramm
6. Wege und Varianten der Finanzierung und Umsetzung
7. Nächste Schritte

Pfälzer Bergland

3. Gesellschafterstruktur und Gremien



1. **Orte und Kommunen:** Die einzelnen zu Verbandsgemeinden zusammengeschlossenen Kommunen sind nicht direkt Gesellschafter, sondern über ihre Verbandsgemeinden in die Gesellschafterversammlung eingebunden.
2. **Verbandsgemeinden:** 5 Verbandsgemeinden, wenn Weilerbach auch zustimmt 6 VGs erwerben Gesellschafteranteile, entweder in jeweils gleichen Teilen, oder gewichtet entsprechend ihrer touristischen Bedeutung
3. **Der Landkreis Kusel** wird entsprechend seiner Bedeutung Haupt-Gesellschafter, dem Landkreis Kaiserslautern werden Gesellschafteranteile angeboten
4. **Der Förderverein** geht aus dem bisherigen Verkehrsverein hervor, er hat bisher ca. 250 Betriebe als Mitglieder, die im Förderverein verbleiben sollen. Er erhält einen Anteil am Stammkapital, der noch zu bestimmen ist und vertritt somit die Branche in diesem Gremium.
5. **Die Gesellschafterversammlung** ist das zentrale und wichtigste der neuen Struktur. Hier werden sämtliche grundsätzlichen Entscheidungen getroffen und die Unternehmensstrategie festgelegt. Das Stimmrecht ist entsprechend der Stammkapitaleinlagen verteilt.
6. **Vorsitz** in der Gesellschafterversammlung. Politische Kopf der Gesellschaft ist der Vorsitzende/ die Vorsitzende der Gesellschafterversammlung. Der Landkreis Kusel ist der größte Einzelgesellschafter und stellt den Vorsitzenden, der Förderverein als zweitgrößter Ges. den stv. Vorsitzenden der GV
7. **Marketingbeirat:** Die Touristiker der Verbandsgemeinden und der Förderverein bilden den beratenden Marketingbeirat. Wenn alle Touristiker Angestellte der GmbH werden, dann entsendet allen der Förderverein die Mitglieder des Marketingbeirates, der dann noch durch Benennungen aus der Gesellschafterversammlung ergänzt werden kann.
8. **Der/ die Geschäftsführer(in)** ist Organ der Gesellschaft und vertritt diese nach Innen und Außen
9. **Die GmbH** erhält von ihren Gesellschaftern jährl. Beiträge in Form von 26 Zuschüssen oder Defizitausgleichszahlungen

Agenda.

Konzeptvorstellung TSC GmbH „Pfälzer Bergland“

1. Ausgangslage und Konzeptentwicklung
2. Das Gesamtkonzept im Überblick
3. Gesellschafterstruktur und Gremien
- 4. Handlungsfelder und Aufgaben**
5. Personal- und Funktionsorganigramm
6. Wege und Varianten der Finanzierung und Umsetzung
7. Nächste Schritte

Workshopergebnis: Das wollen wir künftig besser, oder neu machen.

4. Handlungsfelder und Aufgaben

1. **Erlebnisprodukte** zu Themen, die zu unsere **Marke** passen
2. Die **Markenarchitektur** intern und zur Pfalz (Marke, Submarke zur Dachmarke) klären
3. Marketingstrategie, PR, **Kommunikation gebündelt** mit der Pfalz neu aufstellen
4. **Digitales Meldewesen, Marktforschung** einführen
5. **Finanzierungsstruktur** (Gästebeitrag, Tourismusbeitrag)
6. **Innenmarketing** Stakeholdermanagement Strategie
7. (Rad-) **Infrastruktur (neu zuteilen)**, Zuständigkeiten klären
8. **Förderprogramme** z.B. LEADER Kompetenz- und Beratung
9. **Qualitätsmanagement** inkl. Beschwerdemanagement, Servicequalität
10. **Digitalisierung** inkl. Umsetzungskonzeption für TSC
11. **Contentmanagement**

Workshopergebnis: Das wollen wir künftig reduzieren.

4. Handlungsfelder und Aufgaben

1. **An jeder Stelle Gästeservice** (Info, TI, Telefon, Mail etc.) mit dem Ziel einen einzigen Flagshipstore für die Region und ein Infotelefon zu bilden, die einen professionellen Gästeservice bietet (auch Sa. und So.)

Workshopergebnis: Das soll künftig die Pfalz Touristik machen und innovieren.

4. Handlungsfelder und Aufgaben

1. **Markenarchitektur** mit der Möglichkeit sich als Submarke anzuschließen
2. **Kompetenzzentrum**, Führung für die Pfalz, alles was man zum Thema Tourismus zu wissen gilt
3. Rahmen setzen für **Digitalisierung** inkl. Umsetzungskonzeption für TSC
4. Rahmensetzung für Themen, **Zielgruppen** und Angebotsqualität
5. Rahmensetzung für **Vermieter- Coaching**

Workshopergebnis: Das soll künftig das Land machen.

4. Handlungsfelder und Aufgaben

1. **Kompetenzzentrum**, Leader für die Regionen des Landes
2. Rahmen setzen für **Digitalisierung inkl.** Umsetzungskonzeption für die Regionen
3. Marketing auf **internationalen Märkten**

Workshopergebnis: Aufgabenmanagement Bereich: Produkte, Veranstaltungen, Infrastruktur.

4. Handlungsfelder und Aufgaben

Aufgabe	Beschreibung
Wandern	<ul style="list-style-type: none"> • Wege, Pflegemanagement, Beschilderung • Konzeption, Beschreibung
Rad	<ul style="list-style-type: none"> • Unterhaltung, Befahrung • Ladeinfrastruktur
Führungen / überregionale Veranstaltungen / Produkte	<ul style="list-style-type: none"> • Gästeführer (Museen/ Burgen) • z.B. Wanderauftakt
Qualitätsmanagement	<ul style="list-style-type: none"> • Zertifizierung/ Rezertifizierung • Beschwerdemanagement
Content	<ul style="list-style-type: none"> • Deskline (POIs, Veranstaltungen, Gastegeber) • Online (Website, Social Media) • Bilddatenbank
Marketing	<ul style="list-style-type: none"> • Innen- und Außenmarketing (Print, Online, Kampagne), PR
Leistungsträger/ Stakeholdermanagement	<ul style="list-style-type: none"> • Ferienwohnungen, Hotels, Gastro • Campingplätze, Wohnmobilstellplätze • Kulinarik/ Selbsterzeuger
Verwaltungstätigkeiten	<ul style="list-style-type: none"> • Abrechnung/ Buchhaltung • Meldewesen/ Statistik
Gästeservice	<ul style="list-style-type: none"> • TI, Telefon, digital

Workshopergebnis: Die vordringlichsten Handlungsfelder und Aufgaben, die zukünftig gemeinsam erledigt werden sollen.

4. Handlungsfelder und Aufgaben

- Digitales Meldewesen Gästeabgabe und Gästekarte
- Zentrale Anlaufstelle für Gästeservice
- Marken- Marketing- Kommunikationskonzeption
- Themenkonzeption Rad, Wandern, interkommunal bspw. Alte Welt
- Qualitätskonzepte (Beschwerdemanagement)

Agenda.

Konzeptvorstellung TSC GmbH „Pfälzer Bergland“

1. Ausgangslage und Konzeptentwicklung
2. Das Gesamtkonzept im Überblick
3. Gesellschafterstruktur und Gremien
4. Handlungsfelder und Aufgaben
- 5. Personal- und Funktionsorganigramm**
6. Wege und Varianten der Finanzierung und Umsetzung
7. Nächste Schritte

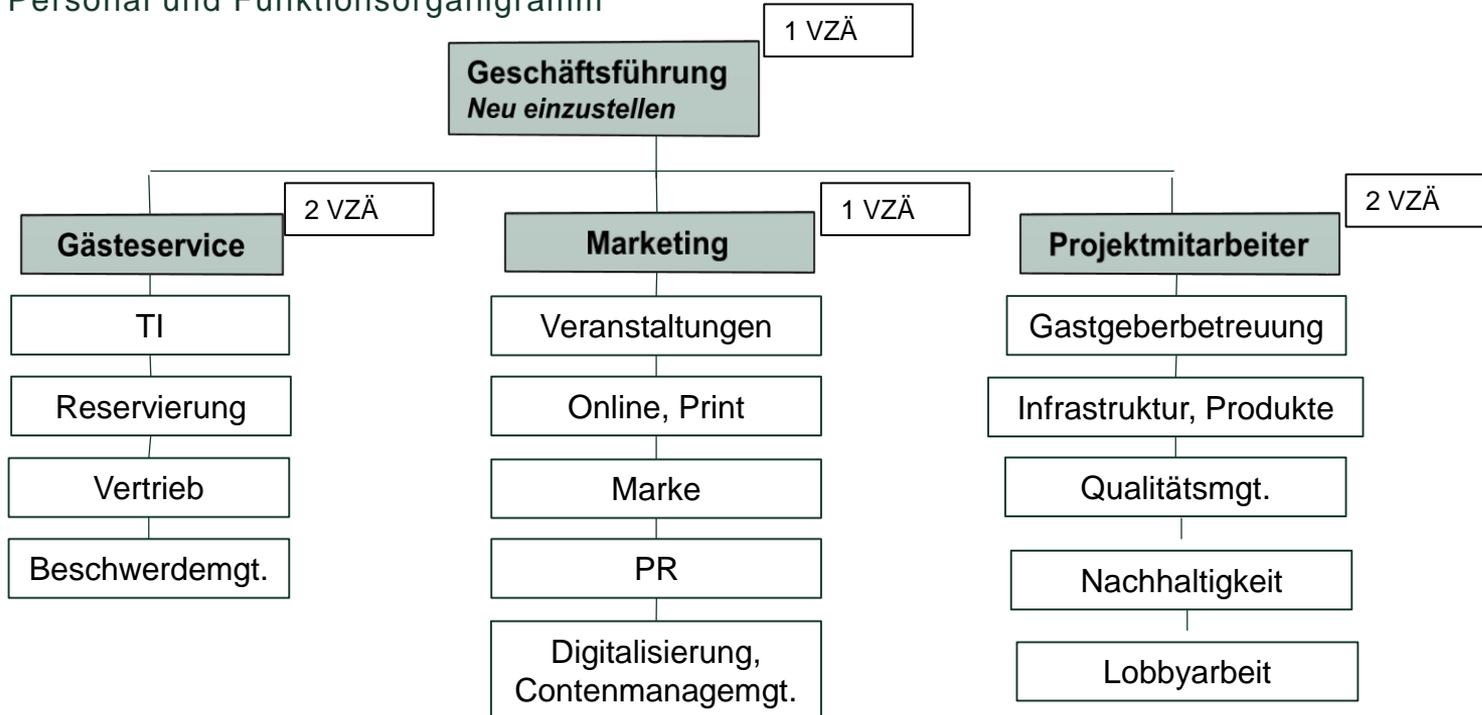
Neue Personalstruktur.

5. Personal und Funktionsorganigramm

Thema	Empfehlung	Erläuterung
Personal	Bestehendes 6,34 VZÄ Personal bleibt bei den bestehenden AG Verhältnissen, und wird an GmbH abgeordnet. Alternativ: direkte Anstellung bei der GmbH. Zusätzlich bei GmbH neu eingestellt wird ein GF .	Die Personalkosten werden summiert und entsprechend des Verteilerschlüssels kostenmäßig aufgeteilt.
Teams	Werden nach neuem Organigramm standortunabhängig neu zusammengestellt.	Es wird jeweils ein Teamleiter bestimmt.
Leitung	Neueinstellung einer neuen, zusätzlichen Geschäftsführung (m/w/d).	Sollte von Außen kommen.
Büro und Zentrale	Schaffung einer zentralen TI an einem gut besuchten Ort, dort auch Sitz der GmbH und Geschäftsführung	Ggf. Förderung der zentralen TI über Fördermittel (Städtebau etc.)

GmbH mit 5 MA ein GF.

5. Personal und Funktionsorganigramm



Professionalisierung.

5. Personal und Funktionsorganigramm

Effizienz durch **Zusammenlegung von Handlungsledern** in einer Stelle

- **Eine Person** übernimmt die **Zuständigkeit** eines Bereichs **für alle** im gesamten TSC Gebiet
- Optimierung der Zusammenarbeit auf den Ebenen zur **Pfalz Touristik**
- Zusammenlegung der **Budgets**
- **Qualifizierung** durch Aus- und Weiterbildung

Neu: Kennziffern Gesellschafter Verbandsgemeinden.

5. Personal und Funktionsorganigramm

Stelle	Lauterecken Wolfstein	Oberes Glantal	Kusel Altenglan	Bruchmühlb. Miesau	Otterbach Otterberg	Landkreis Kusel	SUMME
Personal Köpfe	3	1	1	1	1	4	11
Personal VZÄ	1,04	0,5	1	0,26	1	2,4	6,2
Personalkosten	62.800,-	41.000	46.500,-	19.000,-	63.750,-	173.500,-	406.550,-

6 bisherige VZÄ plus 1 GF (neu) = 7 MA für TSC

Schritte zum TSC- Personal.

5. Personal und Funktionsorganigramm

Stufe 1

- Einstellung GmbH neuer Geschäftsführung

Stufe 2

- Ausschreibung von 1 bis 2 Stellen (Projektmitarbeiter) mit Angestelltenverhältnis zur GmbH (bestehende Mitarbeiter können sich darauf bewerben)

Stufe 3

- Alle Mitarbeitenden sollen in der Endstufe **unter der Leitung der GmbH Geschäftsführung** in einem Unternehmen zusammenarbeiten

6 VZÄ (1 GF, 2 TI, 3 Projektmitarbeiter)

Schritte zum TSC- Personal.

5. Personal und Funktionsorganigramm

- Allen bisherigen Tourismus-Mitarbeitenden soll ein entsprechendes Angebot unterbreitet werden
- Dabei gibt es **3 Varianten:**
 - **a.** die Mitarbeitenden erhalten **neue Anstellungsverträge** direkt bei der TSC GmbH
 - **b.** die Mitarbeitenden bleiben bei ihrem bisherigen Arbeitgeber angestellt und werden an die GmbH **abgeordnet**, die die Gehälter übernimmt
 - **c.** Das Team wird bedarfsorientiert **neu zusammengestellt**, dabei können dann die Mitarbeiter tlw. bei den bisherigen Arbeitgebern verbleiben, tlw. zur neuen GmbH gehen und teilweise neu eingestellt werden

Welche der Variante an welcher Stelle zum Zuge kommt, muss in dem nachfolgenden Umsetzungsprozess geklärt werden.

Agenda.

Konzeptvorstellung TSC GmbH „Pfälzer Bergland“

1. Ausgangslage und Konzeptentwicklung
2. Das Gesamtkonzept im Überblick
3. Gesellschafterstruktur und Gremien
4. Handlungsfelder und Aufgaben
5. Personal- und Funktionsorganigramm
- 6. Wege und Varianten der Finanzierung und Umsetzung**
7. Nächste Schritte

Finanzierung der neuen GmbH als TSC.

6. Wege und Varianten der Finanzierung und Umsetzung

Die Einnahmen setzen sich aus folgenden Bereichen zusammen:

- **Defizitausgleich** der Gesellschafter, die sich bereits **bisher** in den Tourismus des Pfälzer Berglandes eingebracht haben
 - 5 Verbandsgemeinden (3 aus dem LK Kusel, 2 aus dem LK KL)
 - Landkreis Kusel
 - Förderverein
- **Defizitausgleich** von Gesellschafter, die ggf. **neu** hinzukommen
 - VG Weilerbach
 - LK Kaiserslautern
- **Eigenerwirtschaftete Mittel** der GmbH durch Beteiligungsmarketing, Provisionen und Verkauf
- **Fördermittel** aus Förderprogrammen

Kennziffern Gesellschafter.

6. Wege und Varianten der Finanzierung und Umsetzung

	VG Lauterecken Wolfstein	VG Oberes Glantal	VG Kusel Altenglan	LK Kusel gesamt	VG Bruch- mühlbach Miesau	VG Otterbach Otterberg	VG Weiler- bach	LK Kaisers- lautern gesamt	Summe alle
Ortsgemeinden/ Städte	41	23	34	98	5	12	8	25	123
Einwohner	17.900	29.000	23.100	70.000	10.400	19.000	14.800	44.200	114.200
ÜN 2022	53.400	14.900	35.400	103.700	1.400	21.700	23.500	46.600	150.300
Betriebe 2022	8	11	8	27	3	5	6	14	41
Betten 2022	774	317	319	1.410	55	335	225	615	2.025

6. Wege und Varianten der Finanzierung und Umsetzung

Kosten	Position	€ je Pos.	€ je Bereich	Erläuterung
1 Marketing				
1.1	Innenmarketing	20.000		
1.2	Aussenmarketing	25.000		
1.3	Themenmarketing	40.000		
1.4	Gäteservice	10.000		
1.5	Projekte	28.800	123.800	
2. Personal				
2.1	1 GF	80.000		
2.2	2 TI Kräfte	130.000		VZ je 65 Tsd
2.3	4 Minijobber TI	31.200		je 7.800
2.4	3 Projektmitarbeiter	210.000		VZ je 70 Tsd
2.5	2 Azubi	25.000	476.200	
3. Verwaltung				
3.1	Büro Miete	12.000		
3.2	TI Miete	12.000		
3.3	Miet Nebenkosten	7.500		
3.4	Mitgliedsbeiträge	50.000		
3.5	sonstiges	68.500	150.000	
1 - 4 Kosten gesamt			750.000	

Kosten	Position	€ je Pos.	€ je Bereich	Erläuterung
Einnahmen				
4. Eigenerwirtschaftungen				
4.1	Provisionen	10.000		
4.2	Beteil. Marketing	20.000		
4.3	Merchandise	5.000	35.000	
5. Fördermittel				
5.1	Projektförderung	10.000		
			10.000	
6. Defizitausgleich				
6.1	Verbandsgemeinden	400.000		bisher 450.000
6.2	Landkreis	280.000		bisher 300.000
6.3	Förderverein	25.000	705.000	
			750.000	

Finanzierung in Stufen.

6. Wege und Varianten der Finanzierung und Umsetzung

Falls dies notwendig erscheint kann die Finanzierung der Gesellschaft stufenweise ausgebaut werden:

- **Stufe 1**
Beginn mit neuer Geschäftsführung und wenigen Mitarbeitern in den bestehenden Räumlichkeiten, Vorbereitung Einführung Gästeabgabe, 60% Beitragszahlung
- **Stufe 2:**
Einführung digitales Meldewesen und Gästeabgabe, Zuordnung weiterer Mitarbeiter, Vorbereitung einer neuen Geschäftsstelle und TI, 80% Beitragszahlung
- **Stufe 3:**
Optimale Mitarbeiterbesetzung, neue Geschäftsstelle, neue TI, volle 100% Beitragszahlung

Mögliche Kostenaufteilung.

6. Wege und Varianten der Finanzierung und Umsetzung

Haupteinnahmequelle sind die künftigen **Defizitausgleichszahlungen** der Gesellschafter. Für deren Berechnung bieten sich folgende Kriterien an:

- a. Die Kosten werden 50% aufgeteilt: Landkreis und Verbandsgemeinden, dort wo der Landkreis die 50% nicht übernimmt, dort zahlt die Verbandsgemeinde den Anteil des Landkreises mit
- b. Berechnung **Methode Pfalz Touristik** (ab 24)
 - Grundbeitrag (VG 500€, LK 5.000€) Einwohner (0,030€), Anzahl Betten (1,50€), Übernachtungen (0,035€)



Kostenaufteilung nach der Pfalzmethode.

6. Wege und Varianten der Finanzierung und Umsetzung

Geldgeber	€ bisher	EW	Betten	Inten.
Verbandsgemeinde/				
VG Lauterecken-Wolfstein	100.000	17.900	774	2,98
VG Oberes Glantal	95.000	29.000	317	0,51
VG Kusel-Altenglan	115.000	23.100	319	1,53
VG Bruchmühlbach-Miesau	10.000	10.400	55	0,13
VG Otterbach-Otterberg	130.000	19.000	335	1,14
LK Kusel	300.000	100.000	1.410	1,04
Förderverein	25.000			
SUMME Bestand	775.000	199.400	3.210	1,16

Agenda.

Konzeptvorstellung TSC GmbH „Pfälzer Bergland“

1. Ausgangslage und Konzeptentwicklung
2. Das Gesamtkonzept im Überblick
3. Gesellschafterstruktur und Gremien
4. Handlungsfelder und Aufgaben
5. Personal- und Funktionsorganigramm
6. Wege und Varianten der Finanzierung und Umsetzung
- 7. Nächste Schritte**

Umsetzungsfahrplan Teil 1.

7. Nächste Schritte

Meilenstein	Erläuterung	Mnt./ Jahr
Informationsveranstaltung Kommunen	Konzeptvorstellung	04.24
Grundsatzbeschluss	Vor der Kommunalwahl	05.24
Detailliertes Finanzierungskonzept	Lenkungsgruppensitzung	05.24
Entwurf Gesellschaftervertrag und Ordnung zum Defizitausgleich	inkl. rechtliches und steuerrechtliches Gutachten	06.24 – 07.24
Beschlüsse der Gesellschafter in den jeweiligen Gremien	Verbandsgemeinden und Kreistag	08.24 – 10.24
Liquidierung des bisherigen Fremdenverkehrszweckverbandes	Beschluss Mitgliederversammlung	09.24 – 12.24
Satzungsänderung Verkehrsverein und Beschluss zur Gesellschaftertätigkeit	Beschluss Mitgliederversammlung	10.24

Roadmap Teil 2.

7. Nächste Schritte

Meilenstein	Erläuterung	Mnt./ Jahr
Gründung der GmbH	Notarielle Gesellschafterversammlung	10.24
Überleitung Personal zur GmbH	Verträge LK, VG mit GmbH Bzw. Mitarbeiter und GmbH	10.24
Bestellung Geschäftsführung	Neueinstellung, Bestellung Organschaft	10.24
Einrichtung der neuen Geschäftsstelle		12.24
Go Life TSC GmbH		01.25

Gemeinsam erfolgreich.

Christopher.krull@kohl-partner.eu
+49 170 291 96 23

K&P Bayern GmbH
Poststraße 21, 83435 Bad Reichenhall

