

Sparkassen-Tourismusbarometer vorgestellt

Der 1. September 2009 stand in der Sparkassenakademie Schloß Waldthausen ganz im Zeichen der Tourismusbranche. Gemeinsam mit dem Ministerium für Wirtschaft, Verkehr, Landwirtschaft und Weinbau Rheinland-Pfalz stellte der Sparkassenverband Rheinland-Pfalz (SVRP) das 2. Sparkassen-Tourismusbarometer vor. Das neue Marktbeobachtungsinstrument richtet sich an Entscheidungsträger der Tourismusbetriebe und -organisationen, ebenso wie an Städte, Kommunen und Landkreise und die interessierte Öffentlichkeit. Mit dem Barometer stehen aussagekräftige Daten und vergleichende Analysen über strukturelle Veränderungen und die Erschließung von Marktpotenzialen im rheinland-pfälzischen Tourismus zur Verfügung. Mehr als 200 Gäste informierten sich aus erster Hand über die Ergebnisse des Sparkassen-Tourismusbarometers.

Als Träger des Sparkassen-Tourismusbarometers sei es ein Anliegen des SVRP, einen konstruktiven Beitrag zur Mittelstandsförderung in der für Rheinland-Pfalz besonders wichtigen Tourismusbranche zu liefern, begründete Präsident Hans Otto Streuber die Beweggründe des Verbandes. Zum einen böte der Bericht eine nahezu vollständige und kontinuierliche Beobachtung der rheinland-pfälzischen Tourismusedwicklung, zum anderen zeige das jährlich wechselnde Schwerpunktthema die besonderen ökonomischen Perspektive der Branche auf, so Streuber weiter. In diesem Jahr habe man die Wettbewerbsfähigkeit des Tourismusangebots in Rheinland-Pfalz auf den Prüfstand gestellt. „Denn nur wer weiß, wo er im Vergleich zu seinen Mitbewerbern steht, kann die ökonomisch richtigen Entscheidungen treffen“, betonte Streuber.

„Der Tourismus ist für Rheinland-Pfalz „ein Wirtschaftszweig von enormer Bedeutung“, unterstrich Wirtschaftsstaatssekretär Professor Siegfried Englert. Die Ergebnisse des touristischen Rekordjahres 2008 seien in diesem Jahr auf Grund der anhaltenden Wirtschaftskrise jedoch nicht zu erreichen. Eine verlässliche Prognose ließe sich aber erst treffen, wenn die Daten für den traditionell umsatzstärksten Monat September vorlägen, so Englert. Um

langfristig wettbewerbsfähig zu bleiben und die Position des Landes im Tourismus weiter auszubauen, müssten die Themen Wandern, Radwandern, Wein und Gesundheit weiter so vielversprechend wie bisher forciert werden: Die Tourismusstrategie 2015 des Landes bietet hierzu eine ausgezeichnete Grundlage.“ Die Tourismusbranche forderte er auf, eine Qualitätsoffensive zu starten. Englert hob zwei aktuelle Entwicklungen besonders hervor: Mit der neuen gesundheitstouristischen Marke „Ich Zeit“, positioniere sich das Land mit dem Thema „Harmonie von Körper und Geist“. Dies stehe im Einklang mit einer langen gesundheitlichen Tradition in Rheinland-Pfalz – angefangen mit den Römern, über Hildegard von Bingen bis hin zu Emanuel Felke. Außerdem wies er auf die Aktion „Fit für die Zukunft“ des Hotel- und Gaststättenverbandes Rheinland-Pfalz hin, ein Coaching-Modell für Betriebe, das 2010 an den Start geht. Es umfasst gezielte Beratungen und Kooperationen im Hinblick auf die Schwerpunkte der Tourismusstrategie 2015

Professor Mathias Feige von der dwif-Consulting GmbH (dwif) zog in seinem Vortrag eine Halbjahresbilanz zur aktuellen Lage des Tourismus in Rheinland-Pfalz. Ein moderates Minus von 1,5 % bei den Übernachtungen in den Beherbergungsbetrieben mit mindestens neun Betten sowie auf Campingplätzen zeige, dass die Wirtschaftskrise nicht spurlos an Rheinland-Pfalz vorbeigehe. Positiv hob er hervor, dass nicht alle Regionen im Minus liegen. Außerdem habe sich der Ausländertourismus als deutlich stabiler erwiesen als in vielen anderen deutschen Regionen und Städten, und der Campingsektor erfreue sich steigender Beliebtheit. Angesichts dieser Entwicklung hält es Feige für realistisch, dass zumindest das Ergebnis von 2007 wieder erreicht werden könne. Gleichzeitig weist er warnend auf die reale Umsatzentwicklung im Gastgewerbe hin. Bis Juni 2009 waren im Gastgewerbe Umsatzverluste von 5,2 % zu beobachten. Die Krise verschärfe das schon seit Jahren zu beobachtende massive Umsatzproblem.

Markus Seibold vom dwif stellte die Ergebnisse des diesjährigen Schwerpunktthemas „Wettbewerbsfähigkeit des Tourismusangebotes in Rheinland-Pfalz“ vor. Er stellte fest, dass im Beherbergungssektor einige Marktberichtigungseffekte zu beobachten und die festgestellten betriebswirtschaftlichen Kennziffern der Betriebe und die getätigten Investitionen nicht zufrieden stellend seien. Positiv hob er die hohe Angebotsqualität bei Ferienwohnungen und Privatzimmern hervor. Im gewerblichen Beherbergungssektor sah er jedoch noch Verbesserungsmöglichkeiten. Angesichts eines hervorragenden Bestands an ausgezeichneten Betrieben der Spitzengastronomie gehört Rheinland-Pfalz für Seibold zu den führenden

Kulinarikgebieten Deutschlands. In der Zukunft müssten sowohl die Beherbergungs- als auch die Gastronomiebetriebe ihre Wettbewerbsfähigkeit gezielt verbessern, meinte Seibold. Dazu sei es wichtig, dass die Unternehmer investieren und ihre Betriebe modernisieren.

Die Landesregierung hat dies bereits erkannt. Die Förderung von Beherbergungsbetrieben ist seit Januar 2008 im gesamten Landesgebiet von Rheinland-Pfalz möglich. Die Zuschüsse für Errichtung, Erweiterung und grundlegende Modernisierung hängen ab von der Größe des Unternehmens und dem geplanten Vorhaben und reichen von 7,5 bis 20 Prozent.

Claudia Gilles, Hauptgeschäftsführerin des Deutschen Tourismusverbandes hob die Bedeutung eines qualifizierten Klassifizierungssystems für Ferienwohnungen, Ferienhäuser und Privatzimmer hervor. Zurzeit seien bundesweit 66.000 Objekte überprüft und mit Sternen versehen. Die Sterne seien eine wichtige Orientierung für Gäste aber auch für Vermieter. Die guten Ergebnisse dieses Tourismussegments durch das Tourismusbarometers bestätigten eindrucksvoll den Marktvorteil zertifizierter Anbieter.


Roland Zadra, Hotelier des Jahres 2009 und Besitzer des Romantikhoteles Landschloss Fasanerie Zweibrücken, empfahl in seinem Vortrag „Agieren statt Reagieren – Handeln statt Jammern“, selbst die Initiative zu ergreifen. Nur mit innovativen Ideen und einem hohen qualitativen Standard könne man sich in der Hotel- und Gastronomiebranche behaupten.


Neben dem jährlich erscheinenden Sparkassen-Tourismusbarometer bietet der SVRP mit dem Sparkassen-Tourismusbarometer Online den Tourismusorten ein internetbasiertes System zur permanenten Marktbeobachtung. Informationen finden Sie unter www.s-tourismusbarometer.de

Ein unterjährig erscheinender Infobrief rundet das Gesamtangebot ab. Weitere Informationen zum Engagement des SVRP für die Tourismusbranche können unter www.sv-rlp.de abgerufen werden.

Sparkassenverband
Rheinland-Pfalz

Christiane Becker


 0 61 31 / 1 45 - 2 17


 0 61 31 / 1 45 - 1 05

www.sv-rlp.de

Ministerium für Wirtschaft, Ver-
kehr, Landwirtschaft und Wein-
bau Rheinland-Pfalz

Beate Schrader

 0 61 31 / 16 – 22 58

 0 61 31 / 16 – 21 74

www.mwvlw.rlp.de