Hintergründe, Ziele und Inhalte der neuen Beitragsordnung

Tourismusverband Mecklenburgische Seenplatte e.V.

mecklenburgische-seenplatte.de

Mecklenburgische Seenplatte

Hintergründe

Neue Rahmenbedingungen durch Entwicklung einer „DMO* der Zukunft“

Phase 1 (bis 2013)
Klassisches Marketing

- Klassische Bearbeitung: Messe, eig. Medien (Print)
- In Konkurrenz zu Ortsebene:
  - Müritz: starke Orte
  - KSP: LK MST im Boot
  - MS: Eigener TV
- Geringes freies Budget von < 20TEUR und Personalressourcen
- sehr limitierte/ keine Chance für kooperatives Marketing durch fehlendes freies Budget

Phase 2 (seit 2014)
Umbau „modernes“ Marketing

- kooperatives Kampagnen-marketing (saisonal/Zielgruppen)
- Verschmelzung TV MSE & MS & Dienstleister Ortsebene:

  Vermarktung von Orten / Regionen (Marketingpaket)

  Aufgabenteilung Datenmgt. & klass. Marketing (Rahmenvertr.)

  Neue Aufgaben im Bereich Mobilität, Tourismusservice, Digitalisierung etc.
- Vervielfachung des freien Budgets Kooperationsmarketing & Fördermittelmanagement und
- Spezialisierung Team (Agentur)

Phase 3 (2020)
Ziel: Stabilisierung

- Verstetigung Kampagnenmarketing durch Umstellung der Finanzierung von Werbefinanzierung zu Umlagefinanzierung (Aufnahme in Rahmenverträge)
- Konsolidierung der NEUEN Aufgaben durch Umstellung der Finanzierung von Fördermittel-management zu Umlagefinanzierung (Aufnahme in Rahmenverträge)
- Interessenvertretung, Tourismusentwicklung / Förderprojekte Fokus touristische Mobilität

Phase 4 (ab 2022)
Ziel: DMO der Zukunft

- Stärkere Wahrnehmung der Rolle als „Enabler“ für Anbieter und Akteure, d.h. Innovations-manaegment, ganzheitliches Erlebnis- und Produkt-management, Netzwerkmana-gement etc. (z.B. Modellprojekt)
- Übernahme von „neuen“ Aufgaben vor dem Hintergrund der Corona-Pandemie (Krisenfestigkeit, Besucher-lenkung, …)
- Fokussierung auf moderne Marketinginstrumente (vorrangig Online)

DMO = Destination Management Organisation*

Hintergründe

Veränderter Ressourcenbedarf durch veränderte Aufgaben

Phase 1 (bis 2013)
Klassisches Marketing

- Klassische Bea… eig. Medien (Print)
- In Konkurrenz zu Ortsebene:
  - Müritz: starke Orte
  - KSP: LK MST im Boot
  - MS: Eigener TV
- Geringes freies Budget von < 20TEUR und Personalressourcen
- sehr limitierte/ keine Chance für kooperatives Marketing durch fehlendes freies Budget

Personal IST 2013: rd. 5,5 VZÄ

Grundlage der bisherigen Beitragsordnung

Phase 2 (seit 2014)
Umbau „modernes" Marketing

- …kooperatives Kampagnen-…marketing (saisonal/Zielgruppen)
- Verschmelzung TV MSE & MS & Di…
- Ve… Re…
- Au… kla…
- Neue Aufgaben im Bereich Mobilität, Tourismusservice, Digitalisierung etc.
- Spezialisierung Team (Agentur)

Phase 3 (2020)
Ziel: Stabilisierung

- Verstetigung Kampagnenmarketing durch Umstellung der Finanzierung von Werbefinanzierung zu …ahme
- …g der …mittel-management zu
- Tourismusentwicklung / Förderprojekte Fokus touristische Mobilität

Grundlage für neue Beitragsordnung, orientiert an „neuen" Aufgaben/Kosten

ABER: Veränderte Aufgaben führen auch zu verändertem Ressourcenbedarf (Personal + Finanzmittel)

Phase 4 (ab 2022)
Ziel: DMO der Zukunft

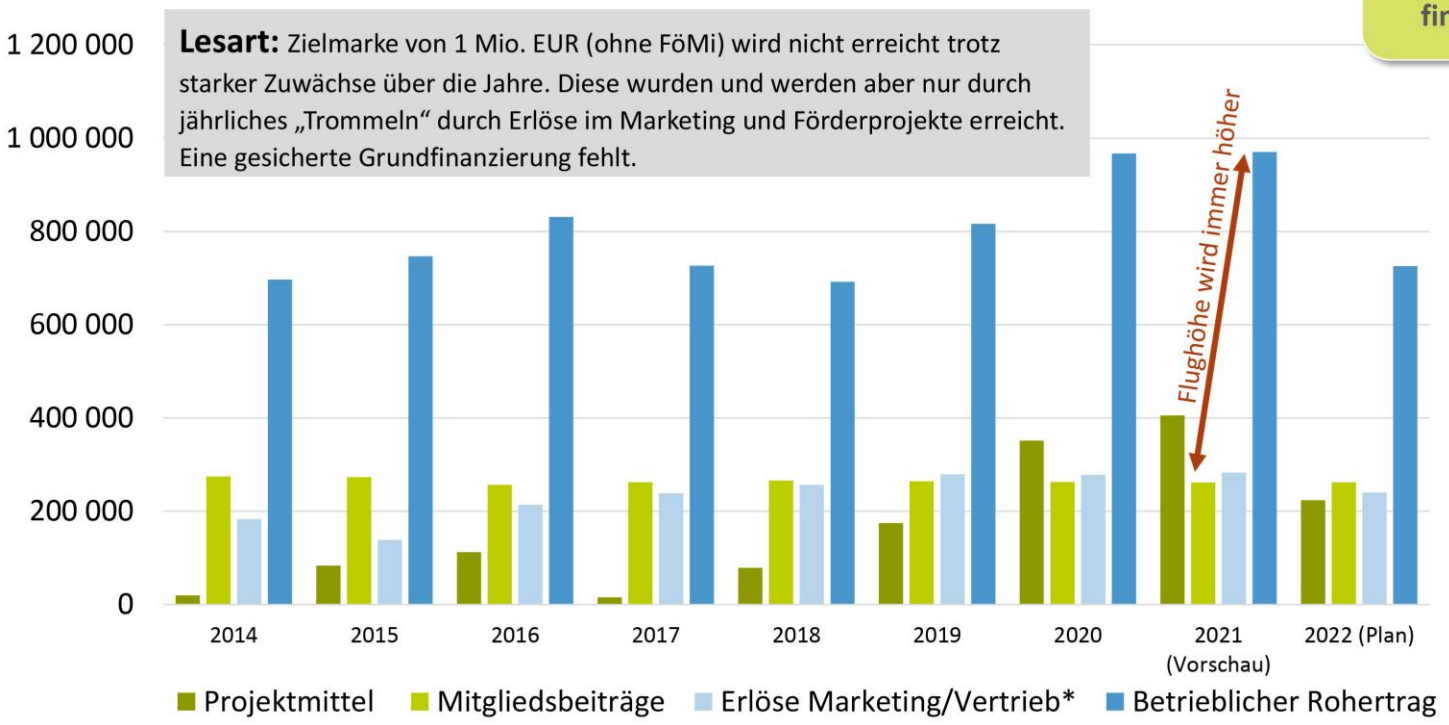
- Stärkere V… Rolle als „…" und Akteure, d.h. Innovations-manaegment, ganzheitliches Erlebnis- und Produkt-management, Netzwerkmana-gement etc. (z.B. Modellprojekt)
- Übernahme von „neuen" Aufgaben vor dem Hintergrund der Corona-Pandemie (Krisenfestigkeit, Besucher-lenkung, …)
- Fokussierung auf moderne Marketinginstrumente (vorrangig Online)

Personal SOLL 2022: 9,25 VZÄ

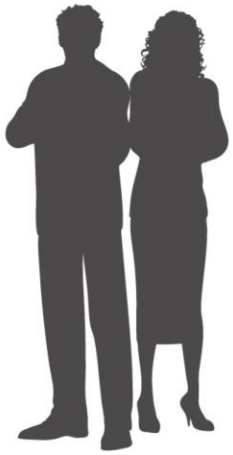
Hintergründe

Fehlende Grundfinanzierung neuer Aufgaben

Lesart: Zielmarke von 1 Mio. EUR (ohne FöMi) wird nicht erreicht trotz starker Zuwächse über die Jahre. Diese wurden und werden aber nur durch jährliches „Trommeln“ durch Erlöse im Marketing und Förderprojekte erreicht. Eine gesicherte Grundfinanzierung fehlt.



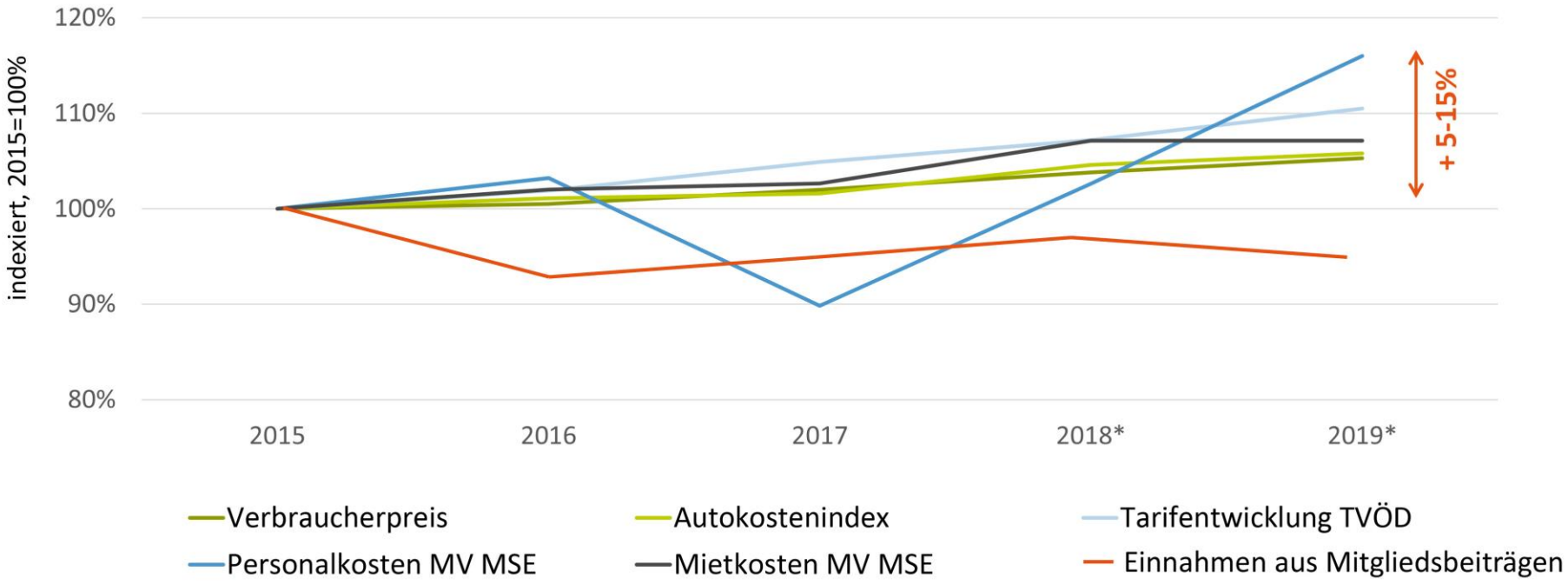
„Alle neuen Aufgaben werden nicht über Grundfinanzierung gesichert.“



© BTE 2021 auf Basis Wirtschaftspläne 2013 bis 2021 des TV MV Seen; Zahlen um Erlöse im Bereich Print/Messen bereinigt da sukzessive abgebaut + online aufgebaut (2013 noch 101.000 EUR, 2018 nur noch 4.000 EUR); ferner um Offene Rechnungen in sonstige Betriebliche Erlöse bereinigt da Bilanzierung ab 2017 und Einnahmen-Überschussrechnung nur bis 2016

Hintergründe

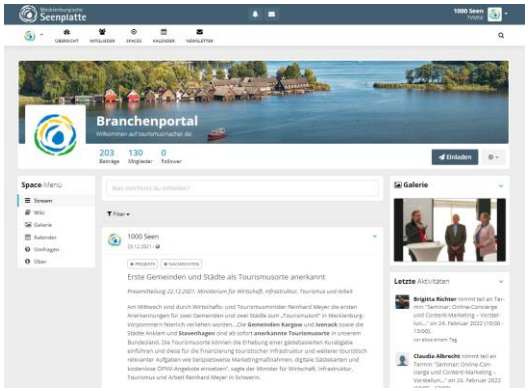
Allgemeine Finanzentwicklungen im Vergleich seit 2015

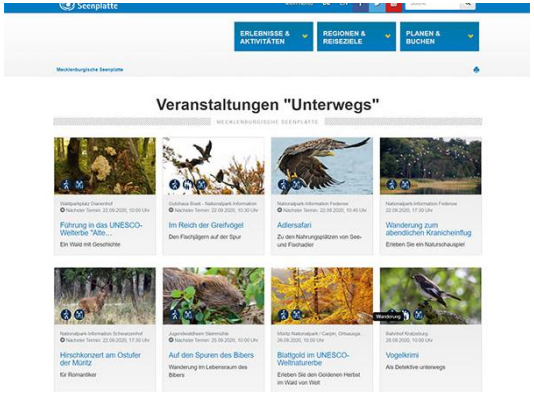


© Daten: Darstellung BTE 2021, Daten: Verbraucherpreis, Autokostenindex & Tarifentwicklung Statistisches Bundesamt; Personalkosten & Mietkosten TV MSE Wirtschaftspläne 2016 – 2019,
*Zahlen für 2018 & 2019: Soll-Zahlen;

Ziele

Sicherung geschaffener Mehrwerte für Region und Mitglieder



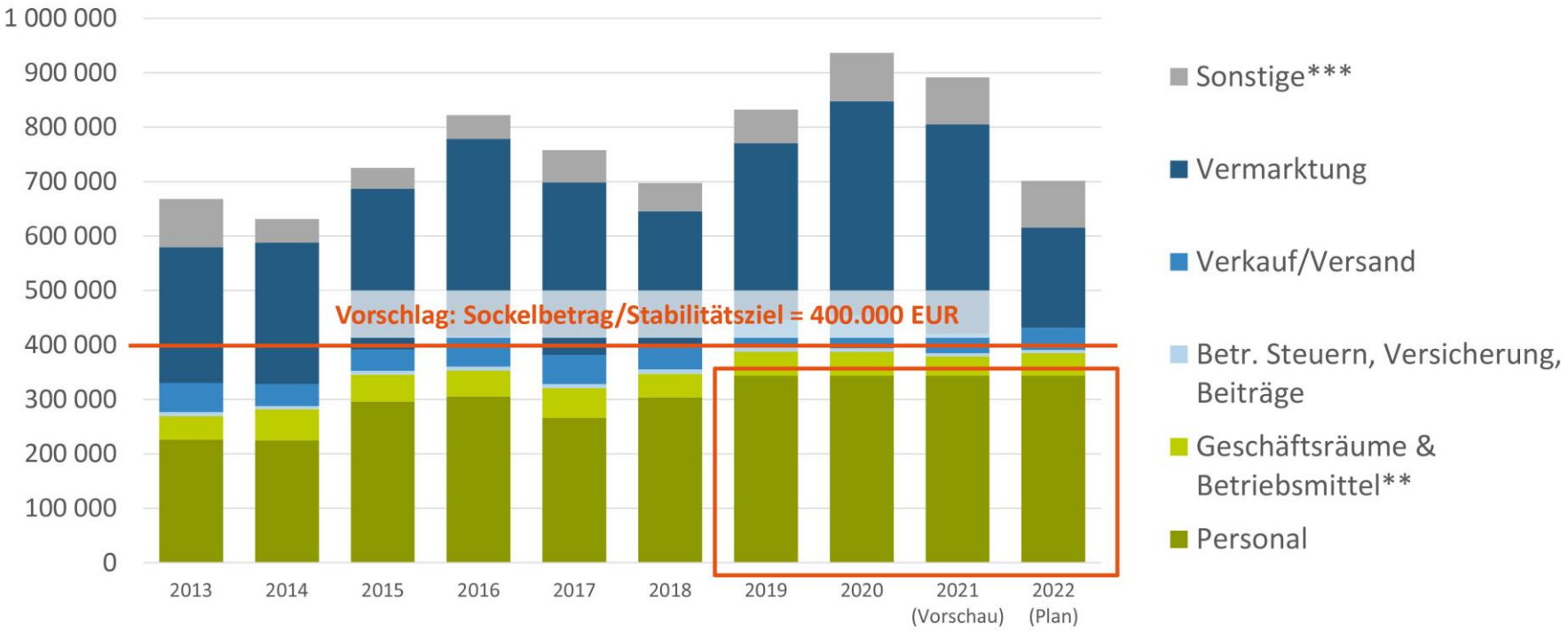


AVS
Data Management & Customer Care

Mecklenburgische Seenplatte

Ziele

Stabilisierung der Finanzen durch Erhöhung des Sockelbetrags



© Daten: Darstellung BTE 2021, Daten: TV MSE Wirtschaftspläne 2014 – 2021, Zahlen bis 2020 = Ist-Zahlen, 2021 = Vorschau, 2022 = Plan; ** inkl. Energiekosten, KFZ, Reisen, *** inkl. Reparatur & Instandhaltung, Abschreibungen; ohne sonstige Einnahmen

Inhalte

Gutachterlicher Vorschlag: Anpassungen der Beitragsordnung

- **Beitrag Landkreise: Beibehaltung des Berechnungsschlüssels auf Basis der Einwohnerzahl**

  → Grund: innerhalb der Landkreise starke Einzelorte, die stark vom Tourismus profitieren

  - Empfehlung: Festsetzung des Beitrages, d.h. keine jährliche Neuberechnung + „Glättung“

- **Beitrag Kommunen: Anpassung der Berechnungsgrundlage inkl. Einführung Mindest-/Obergrenzen**

  → Grund: starke Einzelorte profitieren vom Tourismus, d.h. steuerliche Rückflüsse und Effekte aus dem Tourismus auf kommunaler Ebene

  - Beitrag je Einwohner i.H.v. 0,25 EUR + Beitrag je Übernachtung i.H.v. 0,10 EUR
  - Einführung eines Mindestbeitrags in Höhe von 250,- EUR
  - Einführung einer Deckelungsgrenze in 4 Stufen

- **Beitrag Private: Anhebung der Beiträge**

  → Grund: Leistungsträger profitieren direkt vom Tourismus, Berücksichtigung Kostensteigerung

  - Anhebung der Beiträge um ca. 15% + „Glättung“

Inhalte

Gutachterlicher Vorschlag: Berechnungsgrundlage für Städte & Gemeinden

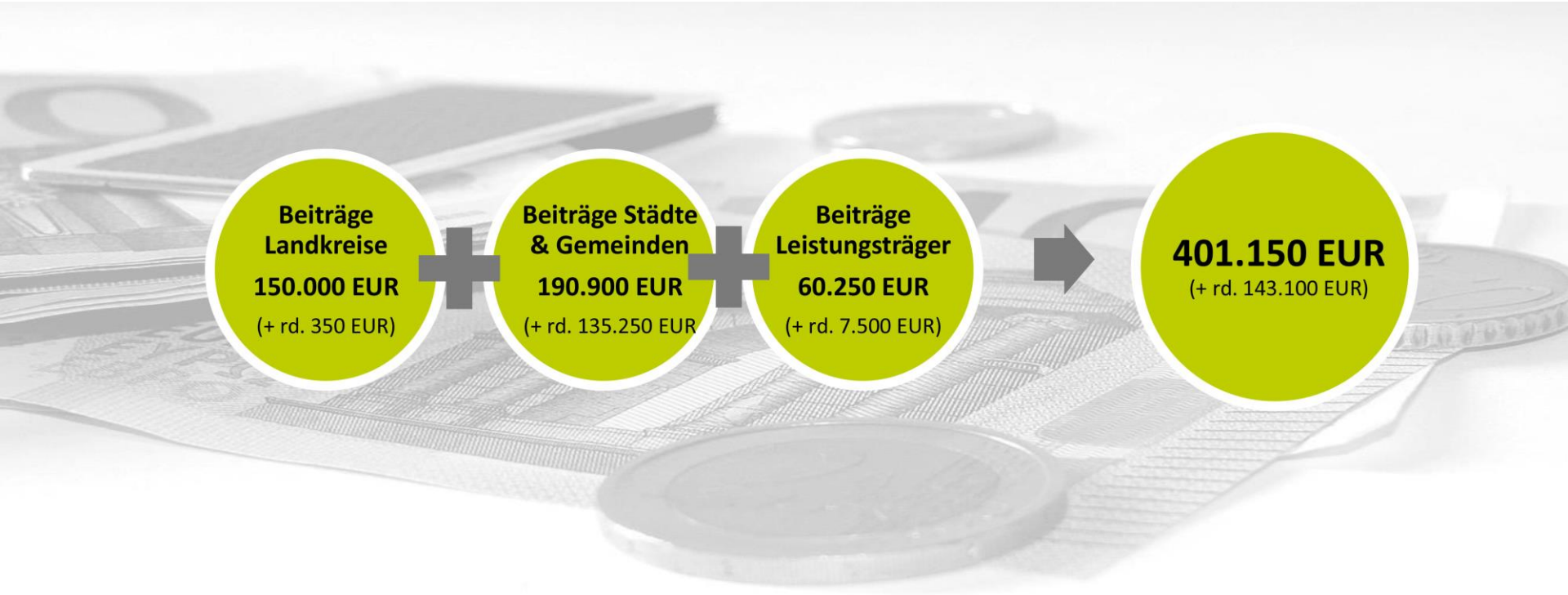
- **Berechnungsgrundlage:** ALT: Einwohnerzahl 2014

  NEU: Einwohnerzahl 2019 + Übernachtungszahl 2019 + Festschreibung für 5 Jahre mit festgeschriebener Anpassung nach 5 Jahren an dynamische Entwicklung
- **Beitragshöhe:** (ALT: 0,25€/Einwohner) **NEU: 0,25€/Einwohner + 0,10 €/Übernachtung**
  - NEU: Mindestbeitrag i.H.V. 250,-
  - NEU: Deckelungsgrenzen in 4 Stufen mit Differenzierung nach

Nicht prädikatisierte Orte und Orte <10.000 EW	Prädikat Tourismusort (neues KAG)	Prädikatisierte Orte (altes KAG) und Orte >10.000 EW
Deckelung des **Gesamtbeitrag** bei ▪ < 50.000 ÜN = 3.500 EUR ▪ 50.001-300.000 ÜN = 6.500 EUR ▪ 300.001-500.000 ÜN = 9.500 EUR ▪ > 500.001 ÜN = 12.500 EUR	Deckelung des **Gesamtbeitrag** bei ▪ < 50.000 ÜN = 5.000 EUR ▪ 50.001-300.000 ÜN = 7.500 EUR ▪ 300.001-500.000 ÜN = 10.000 EUR ▪ > 500.001 ÜN = 13.000 EUR	Deckelung des **Übernachtungsbeitrags** bei ▪ < 50.000 ÜN = 5.000 EUR ▪ 50.001-300.000 ÜN = 7.500 EUR ▪ 300.001-500.000 ÜN = 10.000 EUR ▪ > 500.001 ÜN = 13.000 EUR
→ **Einwohnerbeitrag inkludiert**	→ **Einwohnerbeitrag inkludiert**	→ **Einwohnerbeitrag on top**

Hochrechnung

Erste Hochrechnung zur Deckung des Sockelbetrags von 400.000 €



© Foto: Lupo – pixelio