



NEUDRUCK

Ausschuss für Wirtschaft, Energie und Landesplanung

3. Sitzung (öffentlich)

18. Oktober 2017

Düsseldorf – Haus des Landtags

10:00 Uhr bis 13:10 Uhr

Vorsitz: Georg Fortmeier (SPD)

Protokoll: Sitzungsdokumentarischer Dienst

Verhandlungspunkte und Ergebnisse:

- | | | |
|----------|--|-----------|
| 1 | Einführung in die Wirtschafts- und Energiepolitik sowie die Landesplanung in der 17. Legislaturperiode | 3 |
| | Vorlage 17/160 | |
| 2 | Tourismus NRW (siehe Anlage zu TOP 2) | 12 |
| | Bericht der Geschäftsführung von Tourismus NRW | |
| 3 | Drohende Massenentlassung nach Verkauf der Air-Berlin-Betriebs-
teile und die Möglichkeiten von Unterstützungsmaßnahmen durch die
Landesregierung für die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter von Air
Berlin in NRW. | 25 |
| | Bericht der Landesregierung | |

4	Positionen der Landesregierung zu Klimaschutz- und energiepolitischen Interessen von Nordrhein-Westfalen angesichts der Bildung der neuen Bundesregierung in der 19. Wahlperiode des Deutschen Bundestages	29
	Bericht der Landesregierung	
5	Einsatz der NRW-Landesregierung für Transparenz und einen raschen Atomausstieg in Belgien	32
	Bericht der Landesregierung	
6	Verschiedenes	33
	a) Terminänderung	33
	Die für den 28. Februar 2018 vorgesehene Ausschusssitzung wird auf den 7. März 2018 verschoben.	
	b) Terminierung Anhörungen	33
	Der Ausschuss kommt nach kurzer Diskussion einvernehmlich überein, am 6. Dezember 2017, 10 Uhr, eine Anhörung zum Antrag der Fraktionen der CDU und der FDP „Für Nordrhein-Westfalen wieder nachhaltige Entwicklung ermöglichen – Landesplanung praxisgerecht ausgestalten und Chancen für Wohlstand, Beschäftigung und mehr Wohnung schaffen.“ – Drucksache 17/525 – durchzuführen.	
	Der Ausschuss kommt überein, am 13. Dezember 2017, 13 Uhr, eine Anhörung zum Antrag der Fraktionen der CDU und der FDP „Windenergieausbau in Nordrhein-Westfalen wieder in geordnete Bahnen lenken – Akzeptanz für die Windenergie wieder sichern“ – Drucksache 17/526 – durchzuführen.	
	c) Besuch der Internationalen Tourismus-Börse Berlin	33

Aus der Diskussion

1 Einführung in die Wirtschafts- und Energiepolitik sowie die Landesplanung in der 17. Legislaturperiode

Vorlage 17/160

Frank Sundermann (SPD) schickt voraus, das Land Nordrhein-Westfalen befinde sich in einem guten Zustand. Aktuell belege Nordrhein-Westfalen im bundesweiten Ranking Platz 5. Das Handwerk und die Industrie- und Handelskammern sprächen von einem Allzeithoch und einer sehr robusten Konjunkturlage, sähen allerdings das Hauptwachstumsrisiko im Fachkräftemangel. Diesen habe der Minister in seiner sogenannten kleinen Regierungserklärung nicht erwähnt. Dem Fachkräftemangel müsse ministeriumsübergreifend entgegengewirkt werden.

Die Landesregierung strebe verständlicherweise an, verschiedene im Wahlkampf versprochene Dinge nun umzusetzen. Dazu gehörten u. a. Änderungen beim Ladenöffnungsgesetz und der Hygieneampel. Über die Bezeichnung „Entfesselungspaket“ für die Vorhaben könne geschmunzelt werden. Nicht in Ordnung sei es jedoch, das Marketing für diese Maßnahmen zu nutzen, um aktuellen Problemen in NRW zu begegnen. Auch im Entschließungsantrag der Koalitionsfraktion zu thyssenkrupp sei beispielsweise auf das Entfesselungspaket verwiesen worden. Angesichts von 20.000 um ihre Arbeitsplätze bangende Menschen sei dies relativ wenig.

Die Ausführungen zur Energie- und Klimapolitik zeigten, dass sich die Landesregierung noch in einer Findungsphase befinde. Ein roter Faden in der Klimapolitik fehle bislang. Innerhalb der nächsten sechs Monate solle das Ministerium im Ausschuss vorstellen, welchen Weg die Landesregierung in der Klima- und Energiepolitik beschreiten wolle.

Positiv werde die vorgesehene Abschaffung der Stromsteuer gesehen. Für diese von den Sozialdemokraten bereits seit Langem erhobene Forderung sage er die Unterstützung der SPD-Fraktion zu.

Die Landesregierung plane, im Windkrafterlass einen Abstand von 1.500 m zur Wohnbebauung festzulegen und Windkraftanlagen im Wald zu verbieten. Unabhängig von der Gefährdung von 18.000 Arbeitsplätzen und einem Investitionsvolumen von rund einer Milliarde Euro, sei der Windkrafterlass handwerklich sehr schlecht gemacht. Gutachter des LEE, der Landrat des Kreises Siegen-Wittgenstein und viele andere bestätigten, die Änderungen seien rechtlich wirkungslos, förderten jedoch die Unsicherheit bei Kommunen und Investoren.

Möglicherweise glaube der Minister, mit dem vorliegenden LEP die gewünschten Ziele auf Landesebene nicht rechtssicher erreichen zu können, ändere deshalb den Windkrafterlass und stoppe durch die damit erzielte Rechtsunsicherheit den Ausbau der Windenergie. Die SPD-Fraktion schlage vor, den Windkrafterlass grundständig zu

überarbeiten, um die gewünschten Ziele zu erreichen, oder ihn gänzlich zurückzuziehen.

Anlass für den Windkrafteerlass sei die Schaffung von Rechtssicherheit und Akzeptanz sowie die stärkere Berücksichtigung des Bürgerwillens gewesen. Nun habe die Landesregierung angekündigt, das Verfahren rund um den Landesentwicklungsplan auszusetzen. Bestimmte Teile sollten vor das Verfahren gezogen werden, während andere Teile – soweit notwendig – in ein Planänderungsverfahren einbezogen würden. Das erinnere an das Vorgehen in den Jahren 2005 bis 2010. Seine Fraktion erwarte jedoch, dass alle Änderungen ein Planänderungsverfahren durchliefen, um Transparenz zu schaffen, alle Betroffenen zu beteiligen und eine breite Akzeptanz in der Bevölkerung zu erreichen.

Dr. Johannes Ludewig, Vorsitzender des nationalen Normenkontrollrates, habe NRW als Vorreiter im Bürokratieabbau und in guter Rechtsetzung bezeichnet. An dieser Benchmark wolle sich die neue Landesregierung messen und ggf. einen Landesnormenkontrollrat einführen. Sofern ein solcher eingeführt werde, dürfe dieser nicht zu mehr Bürokratie und längeren Verfahren führen, sondern es müsse um ein schlankes und strukturiertes Verfahren gehen, welches möglicherweise an die Clearingstelle angedockt werde. Bislang habe die neue Landesregierung stattdessen 139 hochrangige Stellen in Ministerien geschaffen.

Ein sozialdemokratischer Wirtschaftsminister stelle eine Reihe von Dingen wahrscheinlich nicht grundlegend anders dar. Allerdings habe er aus der kleinen Regierungserklärung herausgehört, dass bei der Entwicklung in Nordrhein-Westfalen sehr stark auf „Hipster-Ökonomie“ gesetzt werde. Der Fokus liege offenbar auf einer neuen Ökonomie, auf Digitalisierung etc. NRW werde durch Industrie und Mittelstand geprägt. Diese Tatsache fasse die neue Regierung gewissermaßen nur mit spitzen Fingern an. Das bereite ihm Sorgen. In der Verbindung von Digitalisierung, dem vorhandenen starken Mittelstand und einem starken industriellen Rückgrat sehe die SPD-Fraktion eine Chance für das Land. Diese Grundstimmung habe in der Rede gefehlt. An der Stelle müsse nachgebessert werden. Dafür könne man sich gut an den vorliegenden industriepolitischen Leitlinien orientieren. Die SPD-Fraktion werde den wirtschaftspolitischen Weg kritisch, aber konstruktiv begleiten.

Wibke Brems (GRÜNE) vertritt die Auffassung, entgegen der Absichten des Entfesselungspaketes werde die Windenergiebranche nicht ent- sondern gefesselt. Durch die Ausführungen des Ministers hätten sich schöne Phrasen und vollmundige Ankündigungen gezogen, bei denen zu prüfen sei, wie viel Substanz dahinter stecke. Erfolgreiche rot-grüne Projekte reklamieren die Landesregierung für sich und etikettieren sie um. Alte Energiemythen und ideologiegetriebene Aussagen zur Windenergie seien ebenfalls vorgetragen worden.

Die Landesregierung behaupte, mit dem Windenergie-Erlass für Akzeptanz sorgen zu wollen, streiche jedoch ersatzlos genau die Punkte, die für mehr Akzeptanz sorgen könnten. Dazu gehörten alle Aspekte zum Bürgerpark und zur kommunalen Wertschöpfung. Dies gefährde Investitionen in Milliardenhöhe und führe zu Planungsunsicherheit.

Mit nur einem Tag Vorlauf habe sie eine Einladung zu einer Anhörung über den Erlass erhalten, die parallel zur Fraktionssitzung stattfindet. Auf diese Weise werde keine Akzeptanz erreicht. Die grüne Fraktion erwarte, dass der Erlass vor seiner Veröffentlichung im Ausschuss behandelt und eine Anhörung dazu durchgeführt werden könne.

Auch zum Klimaschutz habe die kleine Regierungserklärung Phrasen enthalten. Bekenne man sich zu den Pariser Klimaschutzziele, müssten Ziele und Maßnahmen nicht nur in NRW, sondern auf allen Ebenen nachgeschärft werden. Ein „Weiter so“ reiche nicht aus. Nordrhein-Westfalen solle auf diesem Gebiet vorangehen.

Die kleine Regierungserklärung habe viel Positives zur Bedeutung des Klimaschutzes, zu Innovationsmöglichkeiten, zu Entwicklungsmöglichkeiten der Industrie und der Wirtschaft, zu Entwicklungen der Energieeffizienz und Start-ups enthalten. Darüber habe sich die grüne Fraktion sehr gefreut. Entlarvend sei allerdings, an welchen Stellen zu diesen Aspekten nichts gesagt worden sei. Wo es zum Weltbild der Landesregierung passe, würden die positiven Aspekte der Energiewende und des Klimaschutzes aufgezeigt. Wo es nicht dazu passe, wie bei der Windenergie, verliere das Ministerium dagegen kein Wort über Arbeitsplätze oder über Innovationen.

Sie warne davor, sich einseitig für bestimmte Branchen einzusetzen und andere Branchen ebenso wie die Windbranche zu fesseln.

Henning Rehbaum (CDU) bezweifelt, ob sich Nordrhein-Westfalen tatsächlich in einem solch guten Zustand befindet, wie von der SPD-Fraktion angedeutet. Nordrhein-Westfalen habe als großes Bundesland in zentraler Lage beste Voraussetzungen, um ein wirtschaftlich durch und durch florierendes Land zu sein. Viele Unternehmen mit Hunderttausenden Beschäftigten seien trotz widriger Rahmenbedingungen in den letzten Jahren erfolgreich gewesen. Die Landesregierung wolle Rückenwind für die Unternehmen geben. Das sei entscheidend, um in Nordrhein-Westfalen erfolgreich zu sein.

Während der Plenarsitzung sei es bei der Diskussion über thyssenkrupp lediglich um den künftigen Firmensitz gegangen. Nun bezweifle die Opposition den Fortbestand von Tausenden Arbeitsplätzen. Die Regierungskoalition setze sich klar dafür ein, dass die Fusion – in welcher Form auch immer – ein Erfolg werde. Die Arbeitsplätze in Nordrhein-Westfalen müssten erhalten werden. Es müsse dafür gesorgt werden, dass stahlproduzierende Betriebe in Nordrhein-Westfalen erfolgreich arbeiten könnten. Dafür könnten Rahmenbedingungen geschaffen werden. Auch das Entfesselungspaket sei ein Beitrag, damit Unternehmen vernünftig arbeiten könnten. An einer Verbesserung der Rahmenbedingungen für die Industrie sollten alle gemeinsam arbeiten. Ohne industrielle Wertschöpfungsketten werde NRW auf Dauer nicht erfolgreich sein.

Die Entscheidung über eine Fusion zwischen thyssenkrupp und Tata sei eine unternehmerische Entscheidung. Das Verfahren müsse transparent sein. Es gehe darum, möglichst alle Standorte und die Arbeitsplätze zu erhalten. Wünschenswert sei eine Ansiedlung der künftigen Holding in Nordrhein-Westfalen.

Zum Thema „Windkraft“ werde einiges durcheinandergeworfen. Ankündigungen bzw. noch nicht in Kraft getretene Erlasse würden als Begründung dafür herangezogen,

dass Tausende Arbeitsplätze in Gefahr seien. Die aktuellen Sorgen der heimischen Windkraftindustrie über den Auftragsrückgang hingen jedoch mit dem Ausschreibungsdesign auf Bundesebene zusammen. Das müsse verbessert werden. Dazu habe die Opposition nichts gesagt.

Die Windkraftindustrie mit ihrem bundesweiten oder sogar internationalen Ansatz sei sehr leistungsfähig.

Die Energiewende solle zum Erfolg geführt werden. Diese müsse sicher und sauber sein, bezahlbar bleiben und Akzeptanz finden.

Es gehe darum, die Kräfte in Nordrhein-Westfalen zu bündeln und Entfesselung für die Unternehmen möglich zu machen. Wachstum solle dort entstehen können, wo Unternehmer Wachstum generieren wollten. Zur dafür benötigten Infrastruktur gehörten beispielsweise die Digitalisierung und der Bürokratieabbau.

Ralph Bombis (FDP) betont, Nordrhein-Westfalen habe seine hervorragenden Potenziale in den letzten sieben Jahren trotz seiner großartigen Menschen und Betriebe nicht ausgenutzt. Entscheidend sei, den Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmern sowie den Arbeitgebern wieder die Möglichkeit zu geben, diese Potenziale voll auszunutzen. Deshalb habe er es als sehr wohltuend empfunden, dass in der kleinen Regierungserklärung des Ministers nicht alles schlechtgeredet worden sei, was die Vorgängerregierung im wirtschaftspolitischen Bereich auf den Weg gebracht habe. Genauso klar sei es in der Vergangenheit vonseiten des Wirtschaftsressorts aber nicht gelungen, die wesentlichen Punkte innerhalb der Regierung durchzusetzen und umzusetzen. Das werde in der schwarz-gelben Regierung anders sein. Die wirtschaftspolitischen Belange würden künftig wieder nach vorn gestellt. Dies betreffe beispielsweise die unterdurchschnittlichen FuE-Quoten, das Potenzial in den Bereichen Investition, Innovation und Wachstum sowie das industriepolitische Leitbild. Es gehe nicht nur um die direkt mit der Industrie verbundenen Arbeitsplätze, sondern auch um die vielen industrienahe Arbeitsplätze im Land. Diese sollten so gestärkt werden, dass den Menschen wieder bewusst werde, welche Bedeutung ihnen für die zukünftige industrielle Struktur zukomme.

Als wohltuend habe er die Ausgewogenheit der sogenannten kleinen Regierungserklärung empfunden. Industrie, Handwerk und Mittelstand sollten ebenso wie die neuen Unternehmen entlastet werden. Günstige Rahmenbedingungen und Strukturen für die Unternehmen sollten geschaffen und Bürokratie solle abgebaut werden, damit sich neue Dynamik entfalten könne.

Die FDP wolle die Energiewende erfolgreich umsetzen und den Mehrklang von Versorgungssicherheit und Bezahlbarkeit wieder herstellen. In den vergangenen Jahren sei die Akzeptanz für die Energiewende gefährdet worden. Es gehe nun darum, wieder einen Ausgleich zu schaffen und akzeptanzfördernd und ideologiefrei für die Zukunft der Energiewende zu sorgen, um die Klimaschutzziele in Nordrhein-Westfalen erreichen zu können. Die Chancen des Landes sollten über verschiedene Wege wie den Landesentwicklungsplan, die Digitalisierung und die Stärkung der traditionellen Säulen Industrie, Handwerk und Mittelstand genutzt werden.

Horst Becker (GRÜNE) stellt fest, es gebe eine Mischung von nebulös bleibenden Ankündigungen und von Dingen, bei denen man nonchalant darüber hinweggehe, dass einfach fortgesetzt werde, was die Vorgängerregierung gemacht habe. Der Minister habe sich positiv auf die emissionsfreie Innenstadt und die Förderprogramme zum kommunalen Klimaschutz NRW bezogen, ohne darauf hinzuweisen, dass es sich um Programme der vorherigen Landesregierung handele.

Für begrüßenswert halte er die Ankündigung, 20 Mio. € für Ladesäulen zur Förderung der Elektromobilität bereitzustellen. Diese Maßnahme baue jedoch auf den Aktivitäten der Vorjahre auf. In Aachen habe die vorherige Landesregierung beispielsweise ganz erheblich daran gearbeitet, Flächen für die Produktion von e.GO zur Verfügung stehen.

Trotz der Behauptung, es gebe zu viel Bürokratie, habe die damalige schwarz-gelbe Landesregierung zwischen 2005 und 2010 kein Mittelstandsförderungsgesetz auf den Weg gebracht. Erst die rot-grüne Landesregierung habe die Clearingstelle Mittelstand eingeführt.

Werde der Landesnormenkontrollrat in der angekündigten Form realisiert, schaffe er zusätzliche Bürokratie. Ob die positiven Effekte der Clearingstelle dann erhalten werden könnten, bleibe abzuwarten.

In Bezug auf das Handwerk sei in der Regierungserklärung überraschend wenig gesagt worden. Zu den Start-ups habe der Minister eine Mischung aus FDP-Programm und seinen Vorlesungen in Leipzig, aber keine überzeugenden Konzepte dafür vorgebracht, wie in den nächsten Jahren mehr geschaffen werden solle als in den Vorjahren. Zwischen 2013 und 2016 seien über 1.000 Start-ups in NRW entstanden. Dies sei ein sehr vorzeigbares Ergebnis im Bundesvergleich.

Die Vorgängerregierung habe im Gegensatz zu vielen anderen Landesregierungen komplett die Mittel der Digitalen Dividende II in Digitalisierungsprogramme gesteckt. Zum Ziel der bisherigen Landesregierung, bis 2025 eine flächendeckende Glasfaserversorgung in Nordrhein-Westfalen zu schaffen, habe man in der kleinen Regierungserklärung nichts gehört.

Entfesselung werde angeblich durch die Streichung der Hygieneampel und die Liberalisierung der Ladenöffnungszeiten sowie die Schleifung des Tariftreue- und -Vergabegesetzes betrieben. Dies sei unattraktiv.

Die Regierungskoalition habe den Wirtschaftsminister durch einen Antrag aufgefordert, durch Erlasse und Verordnungen die Entfesselung bereits vor einer Änderung des Landesplanungsgesetzes voranzutreiben. Dazu, durch welche Maßnahmen dieses Ziel erreicht werden solle, habe sich der Minister noch nicht geäußert. Dies solle nachgeholt werden.

Er sei gespannt, wann ein erster Änderungsentwurf des Landesplanungsgesetzes vorliege und in welchem Zeitraum das Landesplanungsgesetz geändert werden solle. Seiner Auffassung nach könne dies frühestens Mitte bis Ende 2020 erfolgen.

Dietmar Brockes (FDP) kommt auf die Behauptung der SPD-Fraktion zurück, viele der Aussagen des Ministers hätte auch ein sozialdemokratischer Minister treffen können. In der letzten Legislaturperiode sei vieles angekündigt, aber nicht umgesetzt worden. Hierin liege der Unterschied. Bürokratieabbau finde bei der jetzigen Landesregierung nicht nur in Sonntagsreden statt, sondern werde mit dem Entfesselungsgesetz konkret gestaltet.

Bei den Anhörungen zum Tariftreue- und Vergabegesetz, zur Hygieneampel, zum Spionageerlass und dem Ladenöffnungsgesetz sei auf die damit verbundene Bürokratie hingewiesen worden. Dieser Bürokratie werde nun der Kampf angesagt, damit das Land seine Möglichkeiten nutzen könne.

Das Umweltministerium habe während der vergangenen Legislaturperiode regelmäßig bewusst auf eine Anrufung der Clearingstelle verzichtet, weil die jeweiligen Maßnahmen auf Kritik stießen. Einer der Hauptknackpunkte des Mittelstandsgesetzes bestehe darin, dass die Ministerien hätten entscheiden dürfen, ob sie sich der Kritik der Clearingstelle stellten oder nicht.

Die Energiewende hänge nicht allein von der Anzahl der Windräder in Nordrhein-Westfalen ab, wie es die Darstellung der Grünen vermuten lasse. Der Minister habe sehr deutlich gemacht, welche Maßnahmen die Landesregierung ergreifen wolle, um dafür zu sorgen, dass NRW seinen Beitrag zur Energiewende leiste. Wichtig sei, die Akzeptanz der Bürger wieder angemessen in den Blick zu nehmen.

Nordrhein-Westfalen erfülle seine Klimaschutzziele. Aber noch viel wichtiger sei, global oder zumindest europaweit verbindliche Ziele festzusetzen. Die Energiewende müsse ganzheitlich angegangen werden. Es reiche nicht aus, über eine Stromwende zu reden. Es gelte, auch andere erneuerbare Energien zu nutzen.

Dr. Christian Untrieser (CDU) erkennt in der kleinen Regierungserklärung sehr viele unterschiedliche wichtige Belange für das Energieland Nordrhein-Westfalen. Es gehe um die Vernetzung von erneuerbaren mit konventionellen Energien, den Netzausbau, die Systematik des Netzentgeltes, Smart Grids, Fernwärme, die Sektorkopplung und Effizienz. Man könne der Landesregierung nicht vorwerfen, wichtige Fragen nicht zu berühren. Viele Dinge müssten gemeinsam auf Bundesebene angestoßen werden.

Die SPD fordere in der Tat seit Langem die Abschaffung der Stromsteuer. Dies sei – auch unter sozialen Gesichtspunkten – ein guter Vorschlag gewesen. Mit Blick auf die Sektorkopplung stelle die Senkung der Stromsteuer einen guten Ansatz dar.

Das Ausschreibungsdesign im Bereich Windkraft sei auf Bundesebene nicht so gelaufen wie gedacht. Die Grünen seien allerdings ausdrücklich für eine Privilegierung von Bürgerwindenergieanlagen eingetreten.

Die Einladung zur Teilnahme an der Anhörung zum Windenergie-Erlass sei in der Tat relativ spät eingegangen. Die Aussage, sämtliche Punkte zu Bürger- und Kommunalbeteiligungsmodelle seien nicht mehr enthalten, stimme allerdings nicht. Auf Seite 5 des Windenergie-Erlasses stehe explizit: Fördernd sei die mögliche Beteiligung der Kommune sowie die Beteiligung möglichst vieler Bürgerinnen und Bürger, insbeson-

dere im Umfeld von Windparks und Windenergieanlagen an der Nutzung der Windenergie. Bürgerwindparks seien Windparks, an denen sich die ortsansässigen Bürgerinnen und Bürger konzeptionell und finanziell beteiligen könnten. Die hiermit einhergehenden Mitsprache- und Profitmöglichkeiten seien häufig geeignet, anfängliche Skepsis gegenüber der örtlichen Windenergienutzung abzubauen und die Akzeptanz der Windenergienutzung allgemein zu erhöhen.

Guido van den Berg (SPD) bemängelt, der Minister sei zwar auf die Arbeit der Enquete-Kommission zur Zukunft des Handwerks eingegangen, nicht jedoch auf die Enquete-Kommission zur Zukunft der Chemie, obwohl im Koalitionsvertrag vereinbart worden sei, auch deren Ergebnisse umzusetzen. Die Schnittmengen der chemischen Industrie beispielsweise mit der Stahlindustrie seien sehr groß.

In der Antwort auf eine Kleine Anfrage habe das Ministerium explizit ausgeführt, dass die Enquete-Kommission zur Zukunft der Chemie von der Landesregierung weiter begleitet werden solle und z. B. die vom VCI geforderte Kompetenz im Bereich Elektrochemie ausgebaut werden solle. Der VCI habe gemeinsam mit dem Forschungszentrum Jülich, mit der RWTH und mit anderen einen Antrag gestellt, der vor wenigen Wochen abgelehnt worden sei. Gleichzeitig seien die Antragsteller aufgefordert worden, innerhalb von zwei Wochen einen neuen Antrag zu stellen.

Minister Prof. Dr. Andreas Pinkwart (MWIDE) bedankt sich für die insgesamt eher positive Aufnahme seiner kleinen Regierungserklärung. Das gezeigte Wohlwollen und die Unterstützung begrüße er im Interesse des Standorts Nordrhein-Westfalen sehr.

Die Chemie sei durchaus Teil seiner Darlegungen gewesen. Der Bereich Chemie sei ihm persönlich sehr wichtig, und er habe bereits an vielen Veranstaltungen aus dem Bereich Chemie teilgenommen. Die Kunststoff- und die Aluminiumindustrie sowie andere energieintensive Industrien gehörten ebenso dazu. Er setze sich für eine Stärkung von Start-ups in dem Bereich ein.

Die Unternehmen sähen zuversichtlich in die Zukunft. Die Lage für Deutschland sei insgesamt sehr erfreulich. Das Land befinde sich in einer guten wirtschaftlichen Situation. Nordrhein-Westfalen habe in den vergangenen Jahren vor größeren Schwierigkeiten gestanden als andere Bundesländer und habe erst später einen Aufschwung erlebt. Die FuE-Quote in Nordrhein-Westfalen sei historisch bedingt niedriger als beispielsweise in Baden-Württemberg. Das sei ein strukturelles Thema und könne nicht über Nacht ausgeglichen werden, auch wenn gute Signale in die Wirtschaft gegeben werden könnten.

In den letzten Jahren seien den Unternehmen zusätzliche Regelungen aufgebürdet worden, die bundesweit und in der EU nicht vorgesehen seien. Dies habe die Situation für Unternehmen erschwert und für Verunsicherung und Zurückhaltung bei Investitionsentscheidungen gesorgt.

Die Industrie schaue sich in der gegenwärtig günstigen Situation genau an, wo sie am schnellsten und besten investieren könne, wo geeignete Flächen zur Verfügung stünden und die Genehmigungsbehörden rasche Entscheidungen trafen. Denjenigen, die

im Land investieren wollten, müsse ein Signal gegeben werden, dass sich dieses Investment in NRW lohne.

Dazu gehöre es, die Energiewende möglichst breit anzulegen und sich nicht nur auf eine erneuerbare Technologie zu fokussieren. Für alle Erneuerbaren solle es Erleichterungen geben, wo immer es derzeit noch Einschränkungen gebe, die die Entfaltung der Erneuerbaren verhindere. Das werde auch im nächsten Entfesselungspaket deutlich. NRW sei derzeit mitnichten der beste Standort für erneuerbare Energien in Deutschland. Das habe bei Fotovoltaik und auf anderen Gebieten Aktivitäten eingeschränkt.

Die Clearingstelle halte er für sehr wichtig. Sie solle im Sinne einer proaktiven Gestaltung Unterstützung bieten. Eine gemeinsame Arbeitsgruppe mit Wirtschaftsvertretern schreibe die industriepolitischen Leitlinien fort. Die Clearingstelle solle nicht für zusätzliche Bürokratie sorgen, sondern sehr pragmatisch weiterentwickelt werden. Künftig solle sie sich – auch in Eigeninitiative – auf bereits bestehende Gesetze konzentrieren und somit eine breitere Wirkung entfalten als bisher.

Wer z. B. in Gesprächen mit Unternehmen, Gewerkschaften, Verbänden oder anderen Institutionen auf überflüssige oder zu komplizierte Regelungen stoße, den bitte er um eine entsprechende Information. Das Ministerium werde versuchen, diese Anregungen aufzugreifen. Mit Blick auf die Handhabungen in Estland habe NRW in dieser Hinsicht durchaus noch Nachbesserungsbedarf.

Im Vergleich zu anderen Bundesländern müsse Nordrhein-Westfalen Anstrengungen unternehmen, um das Wohlstandsniveau und Handlungsmöglichkeiten weiter zu verbessern, damit es nicht zu nachhaltig schwierigen Lebensbedingungen komme. Bleibe das Wachstum in NRW wie in den Vorjahren um 0,5 % unter dem Bundesdurchschnitt, bedeute dies zwangsläufig weniger Einnahmen und somit geringere Chancen der öffentlichen Hand, in Schulen und andere wichtige Dinge zu investieren. Das habe wiederum negative Auswirkungen auf das Wachstum.

Die neue Landesregierung übernehme Programme, die sie für sinnvoll erachte. Dazu gehöre der Aufbau von Ladestationen zur Stärkung der E-Mobilität. Die schwarz-gelbe Landesregierung habe in den Jahren 2005 bis 2010 ihren Anteil daran erbracht, dass Nordrhein-Westfalen neben Baden-Württemberg das führende Bundesland im Bereich der Batterieforschung sei. Hochschullehrer und Mitarbeiter trauten sich, unternehmerisch tätig zu sein. Diese Kultur werde nun erfreulicherweise mit Unterstützung aller Fraktionen fortgesetzt. Die Elektromobilität stelle eine große Chance für NRW dar. Der Mittelstand passe sich schnell an diese neuen Möglichkeiten an.

Nordrhein-Westfalen verfüge bereits über viele Voraussetzungen, um noch mehr Start-ups hervorzubringen. Nordrhein-Westfalen als großes und regional differenziertes Bundesland müsse versuchen, an möglichst vielen Standorten Hochschulen, die mittelständische Wirtschaft und eine Start-up-Kultur zusammenzubringen. Dies funktioniere gut. Die Firma HELLA plane zusammen mit Unternehmen, die sich in den letzten Jahren aus Joint Ventures entwickelt hätten, der Stadt Lippstadt und der Hochschule Hamm-Lippstadt ein Innovationszentrum, um eigene Forschungsthemen voranzutreiben. Dazu gehörten u. a. das autonome Fahren und Elektromobilität. Die Hochschule

Hamm-Lippstadt wolle eine Start-up-Förderung aufbauen, die Schüler und Studierende anspreche.

Die Rahmenbedingungen für derartige Vorhaben sollten verbessert und solche Projekte unterstützt werden. Darüber hinaus würden vielfältige Initiativen fortgesetzt und ergänzt. Digitalisierung müsse in den Mittelstand getragen werden. Gerade die nordrhein-westfälische mittelständische Wirtschaft bis 250 Mitarbeiter habe hier noch erheblichen Handlungsbedarf. Das gleiche gelte für die Netze. Dazu habe er sehr viel im Digitalausschuss vorgetragen. Bis 2025 solle Glasfaser flächendeckend zur Verfügung stehen. Dies sei angesichts der bislang erreichten Ausbauquoten ein ambitioniertes Ziel. Wenn es gelinge, die Kommunen dafür zu gewinnen, bei der Kabelverlegung pragmatischer zu agieren, könne das Ziel viel schneller und kostengünstiger erreicht werden. Längst vorhandene Bewilligungsbescheide von Bund und Land seien noch nicht umgesetzt.

Der chemischen Industrie sei die Aufhebung des Spionageerlasses sehr wichtig gewesen; denn er habe zu massiven Behinderungen geführt.

In Estland und Finnland gebe es bereits digitale Gewerbemeldungen, während das Thema in Deutschland seit 15 Jahren diskutiert werde. Er hoffe auf die Unterstützung des Parlaments für die Einführung der digitalen Gewerbeanmeldung.

Für die von der CDU-Fraktion und der FDP-Fraktion zum Ausdruck gekommene Unterstützung sei er dankbar.

Die Grünen hätten den Standpunkt des Ministeriums zur Windkraft kritisiert. In diesem Punkt unterscheide sich die Auffassung der Parteien. Die Landesregierung setze sich für die Aufhebung der Bundesregelungen ein, die die Windkraftenergie sehr stark beeinträchtigten. Das Auktionierungsverfahren des Bundes sei kritikwürdig.

Über die Unterstützung für die Abschaffung der Stromsteuer freue er sich.

Der Fachkräftemangel sei ein ganz zentrales Thema. Sei der Staat selbst sehr kompliziert, binde er viele kluge Köpfe, um diesen komplizierten Staat arbeitsfähig zu halten. Zugleich binde er sehr viel Kapazität aufseiten der Wirtschaft. Durch eine Verschlankung des Staates würden Ressourcen frei, die sich mit Innovationen und neuen Wachstumsmöglichkeiten beschäftigen könnten. Andere Länder fragten sich, wo sie strategisch stünden, worin die Herausforderungen bestünden und welche Ressourcen sie in zehn, zwanzig oder dreißig Jahren hätten, und positionierten sich dann entsprechend.

2 **Tourismus NRW** (siehe Anlage zu TOP 2)

Bericht der Geschäftsführung von Tourismus NRW

Vorsitzender Georg Fortmeier begrüßt den Vorstandsvorsitzenden von Tourismus NRW e. V. Herrn Olaf Offers und die Geschäftsführerin Frau Dr. Heike Döll-König.

Dr. Heike Döll-König (Tourismus NRW e. V.) informiert mit Unterstützung einer PowerPoint-Präsentation:

Der touristische Landesverband ist heute auch durch Herrn Offers als Vorsitzendem des Vorstandes dieses Verbandes vertreten. Der Landesverband Tourismus NRW e. V. wird in diesem Jahr 20 Jahre alt. Es gibt ihn seit 1997. Seit 2010 sitzt er in Düsseldorf. Wir haben aktuell 70 Mitglieder, darunter das Land Nordrhein-Westfalen, das uns institutionell fördert. Darunter sind aber auch alle zwölf touristischen Regionen des Landes und ihre jeweiligen Organisationseinheiten sowie ausgewählte Wirtschaftsunternehmen und weitere Verbände mit Bezug zum Tourismus.

Für uns entscheidend in der Arbeit ist, es gibt einen Masterplan Tourismus Nordrhein-Westfalen. Er ist 2008 als Einstieg in eine systematische Entwicklung des Tourismus in Nordrhein-Westfalen entlang einer durchgängigen Strategie aufgestellt worden. Umgesetzt wird diese Strategie seit 2009/2010. Dabei geht es um die Arbeit, die wir im Landesverband gemeinsam mit den Regionen und unseren Mitgliedern angehen. Die Setzungen dieses Masterplans waren immer wieder auch eine Blaupause und haben Schwerpunkte für die jeweiligen Calls im Bereich Erlebnis NRW vorgegeben. Wir sind derzeit im dritten Call, die sich in ihren Schwerpunkten nach diesem Masterplan ausrichten. Fortgeschrieben haben wir ihn im Landesverband 2015.

Als Dachverband haben wir damit aktuell drei Schwerpunktaufgaben: Das ist die klassische Verbandsarbeit für unsere Mitglieder als touristischer Dachverband. Das ist die Aufgabe, eine sogenannte touristische Landesmarketingorganisation zu sein. Schließlich sind wir für unsere Mitglieder und gemeinsam mit unseren Mitgliedern Träger von Projekten, auch – in kleinerem Umfang – Träger von Projekten anderer Ministerien als das uns fördernde Wirtschaftsministerium. – Hinzu kommen vor allen Dingen EU-co-finanzierte Projekte. Wir haben in diesem Jahr ein Budget von 6,6 Millionen €. Der Großteil davon entfällt auf die Förderung der EFRE-Projekte.

Wir blicken auf das siebte Wachstumsjahr in Folge. 2009 bis 2016 hatten wir ein kontinuierliches Wachstum. Wir werden Anfang des nächsten Jahres das achte Wachstumsjahr in Folge verzeichnen dürfen.

Wir haben einen kontinuierlichen Zuwachs. Wir stehen aktuell mit der Zahl der Übernachtungen, also der Zahl der tatsächlich verkauften touristischen Produkte, auf Platz drei im Bundesvergleich. Im Vergleich der reinen Gästezahlen stehen wir auf Platz zwei. Wir werden in diesem Jahr erstmals mehr als 50 Millionen Übernachtungen in NRW erzielen. Besonders erfreulich ist, das Wachstum war bei uns in den letzten Jahren überproportional. Das heißt, der Tourismus wächst derzeit nirgendwo in Deutschland so stark wie bei uns in Nordrhein-Westfalen.

Diese Wachstumszahlen verzeichnen wir auch in diesem Jahr, wenn man sich die Übernachtungsstatistik und die Ankunftsstatistik der bisherigen Monate ansieht. In Bezug auf beide Werte sind wir auch in diesem Jahr Spitzenreiter beim Wachstum.

Es gibt ein erklärtes Ziel der Masterplanstrategie. Das geht nicht in die Statistik ein, prägt aber das touristische Aufkommen. Wir sind ein Land mit einem hohen Volumen an Tagesreisenden. In der letzten Zeit werden zunehmend Tagesreisen durch Kurzurlaube substituiert. Das heißt, die Zahl der Tagesreisen stagniert, die Zahl der Reisen mit Übernachtungen und damit einem vertieften Ausgabeverhalten steigt an. Das Ziel des Masterplans, das Ausgabeverhalten zu vertiefen, scheint sich zu erfüllen.

Bei den Qualitätskennzahlen holen wir zwar auf, sind damit aber noch nicht ganz zufrieden. Wir schauen, wie Gäste einen Aufenthalt bei uns bewerten. Würden sie z. B. wiederkommen? Würden sie unsere Destinationen weiterempfehlen? Wir haben uns in den Bewertungen insgesamt positiv entwickelt. In diesem Bereich liegen wir aber noch unterhalb der Durchschnittszahlen für Deutschland. Das heißt, beim Thema „Qualität und Qualitätsmanagement“ ist noch Luft nach oben. Entsprechend haben wir diesen Aspekt noch einmal fokussiert, als wir den Masterplan 2015 für die laufende EU-Förderperiode fortgeschrieben haben.

Unsere Gäste kommen – wie überall in Deutschland – vorrangig aus dem eigenen Land, also aus Deutschland selbst. Deutschland ist der größte Quellmarkt für den Deutschlandtourismus. 80 % unserer Gäste kommen aus Deutschland und 20 % kommen aus dem Ausland.

Wenn wir uns die Entwicklung und die Wachstumsdynamik ansehen, sehen wir, dass wir in diesem Bereich die stärksten Zuwächse erzielen. Ich habe Ihnen das Ranking unserer wichtigsten Quellmärkte mitgebracht. Der für uns sehr relevante Quellmarkt Niederlande, aber auch Belgien erzielen weiterhin ein sehr gutes Wachstum. Wo wir Volumenmärkte im Auslandsgeschäft haben, gibt es immer noch Dynamik nach oben. Diese Märkte sind noch nicht ausgeschöpft.

Die Entwicklung bei Großbritannien ist aufgrund der gegenwärtigen Situation im Moment etwas verhaltener. Belgien ist nach wie vor sehr dynamisch und stark wachsend. Der USA-Markt ist aufgrund der Zuwächse und des Gesamtaufkommens mittlerweile bedeutender als die weiteren europäischen Nachbarstaaten.

Bezogen auf das Lobbying und das Controlling unserer Aktivitäten beschäftigt uns die Frage, welche wirtschaftlichen Effekte durch den Tourismus ausgelöst werden. Wir haben das zuletzt 2015 untersucht. Wir waren das erste Land, welches sich der hier angewandten Methodik bedient hat. Es ist mit einem sogenannten Tourismussatellitenkonto ermittelt worden. Man hat quer über alle Branchen hinweg untersucht, welche Anteile touristischer Wertschöpfung sich hier identifizieren und berechnen lassen. Diese Fakten und Faktoren geben uns immer wieder eine gute Möglichkeit, um nach außen für den Tourismus zu argumentieren. 41 Milliarden € umfasst der touristische Konsum in Nordrhein-Westfalen jährlich. Die Bruttowertschöpfung beträgt 25 Milliarden €. Damit hat der Tourismus in NRW einen Anteil an der Bruttowertschöpfung in Höhe von 4,6 %. Auch wenn man nur den engeren Bereich des Tourismus nimmt und

die Vorleistungen herauslässt, zählen wir in diesem Bereich 424.000 Beschäftigte. Das sind 4,7 % aller Erwerbstätigen in Nordrhein-Westfalen.

Von der touristischen Entwicklung profitieren sehr stark Hotellerie und Gastronomie. Es sind aber auch weitere Branchen wie Handel, Transport das verarbeitende Gewerbe betroffen.

Unser Masterplan hat uns die Aufgabe gegeben, eine Identität für das Reiseland Nordrhein-Westfalen zu schaffen und nach innen und außen die Selbstwahrnehmung als Tourismusstandort zu befördern. Wir haben einen Außenauftritt Nordrhein-Westfalens als Tourismusland dahingehend organisiert, dass wir nicht das Land als Reiseziel in seiner Gesamtheit nach vorn stellen, sondern bestimmte Stärken. Wir nennen das Themenmarketing. Das heißt, wir bündeln die Stärken im Land und spielen diese zielgruppengerecht aus.

Diejenigen, die uns schon etwas länger begleiten, kennen die entsprechende Markenfamilie, die wir dazu aufgebaut haben. Diese sogenannten Landesproduktmarken sind jeweils mit buchbaren Angeboten und mit differenzierten Marketingplänen hinterlegt. Sie werden auch durch weitere Tourismusakteure aus dem Land in sogenannten Kompetenznetzwerken begleitet. Natürlich ist beim Rollout dieser Marken beim Außenauftritt das Thema „online“ für uns mittlerweile sehr zentral. Die Wachstumszahlen zur Online-Buchbarkeit von Reiseangeboten sind auf Folie 20 dargestellt. Wir wissen, dass im Deutschlandtourismus ein noch höherer Prozentsatz an Reisen direkt im Internet gebucht wird. Entsprechend legen wir hier einen großen Schwerpunkt auf die Online-Kommunikation.

Das B2C-Portal „Dein NRW.de“ ist das Portal, mit dem wir uns an die Endkunden wenden. Es ist responsiv, funktioniert also auf allen Endgeräten. Wir haben ein deutschsprachiges Portal, aber auch eine niederländische und eine englischsprachige Fassung. Natürlich begleiten wir dieses Portal durch Social-Media-Aktivitäten und durch Online-Marketing.

Ganz ohne geht es noch nicht: Das gilt für den Bereich Print. – Wir benötigen Print als Informationsmedium nach wie vor, haben aber immer dort, wo wir noch mit Print arbeiten, eine Vernetzung zur Online-Kommunikation geschaffen. Es ist für unsere Partner nach wie vor wichtig, in einzelnen gedruckten Publikationen zu erscheinen. Das ist ein Wunsch. Wenn wir Online und Print als Marketingpaket verkaufen, sind wir immer noch ein bisschen erfolgreicher als bei einem ausschließlichen Online-Marketing.

Natürlich vernetzen wir Print und Online. Auf Folie 24 sehen Sie ein Cover unseres NRW-Magazins. Das ist ein Magazin, mit dem wir zwei- bis dreimal im Jahr außerhalb von Nordrhein-Westfalen in Tages- und Sonntagszeitungen beiliegen. Es gibt die aktuelle Kampagne „Dein NRW #neuentdecken“. Wir arbeiten hier mit Protagonisten, die in besonderer Weise für unsere Orte oder bestimmte erlebbare touristische Produkte stehen. Das ist für uns immer wieder ein Türöffner, um auf lokale und regionale Besonderheiten zu verweisen und in die Gastronomie oder zu besonderen Angeboten in der jeweiligen Destination überzuleiten.

Endkundenmarketing ist ein Schwerpunkt. Presse und PR haben für uns natürlich einen entsprechenden Stellenwert. Auch hier arbeiten wir mittlerweile entlang der zeitgemäßen Kommunikationsmedien. Blogger Relations, Influencer Relations spielen eine Rolle. Auch hier sind wir im Bereich Social Media mit jeweils eigenen Kanälen unterwegs. Wir unterhalten für das Land die eigene touristische Nachrichtenagentur NRW-Tournews.

Wir haben das Thema „Virtual Reality“ relativ früh für uns entdeckt. Wir halten 3D-erlebte Panoramen unserer UNESCO-Welterbestätten vor und setzen diese auf Messen, aber auch in der Endkundenkommunikation auf dem Portal ein.

Wir sehen uns als Auftrag für die Regionen. Alle Marketingmaßnahmen sind so gestaltet, dass wir die Angebote für die Regionen und vor allen Dingen für ihre Leistungsträger anschlussfähig und begleitbar machen. Man kann sich bei uns einklinken und einkaufen, um seine Produkte, aber auch seine regionalen Angebote resonanzverstärkend über unseren Marketingverband zu transportieren.

Selbstverständlich kontrollieren wir intensiv und ständig, was wir tun. Für all diese Maßnahmen haben wir also Erfolgskennzahlen und können belegen, was sie im Markt bewirken.

Unser Verbandsclaim „Dem Neuen auf der Spur“ zielt auf Innovation und Wettbewerbsfähigkeit. Das hat im Tourismus eine hohe Dynamik und eine hohe Relevanz. Wir stellen uns diesem Thema u. a. in den laufenden EFRE-Projekten. Der Verband ist derzeit mit acht Projekten an der Umsetzung der Maßnahmen aus dem laufenden EFRE-Call beteiligt. Wir haben uns neben dem Thema „KMU-Relevanz“ stark am Thema „Innovation“ ausgerichtet. Die Projekte, die wir umsetzen, realisieren wir gemeinsam mit Beteiligungen. In unseren acht Projekten sind 32 einzelne Projektpartnerschaften enthalten. Es geht immer darum, diese Dinge mit Netzwerken und Partnern in die Fläche zu tragen.

Ein Beispiel für die Arbeit, die wir aus den EFRE-Projekten generieren, ist das Projekt „Gesundheitstourismus 4.0“. Das Projekt setzen wir als Dachverband gemeinsam mit dem Sauerland, dem Teutoburger Wald und dem Heilbäderverband um. Es geht darum, den Selbstzahlermarkt noch intensiver für die Rehabilitationseinrichtungen, die Heilbäder, die Kur- und Gesundorte aufzuschließen. Wir wollen Leistungsträger dazu ermutigen, neue Technologien im Bereich von E-Health, also im Bereich des computergestützten Managements der eigenen Fitness und Gesundheit auch für neue Angebote auf dem Markt des Gesundheitstourismus zu nutzen. Im Rahmen des Projekts bearbeiten wir außerdem die modellhafte Einführung digitaler Kurkarten in den Orten.

Unser größtes Projekt trägt das Thema „Innovation“ im Titel. Es ist eine landesweite touristische Innovationswerkstatt mit einem Volumen von 3 Millionen €, an dem sich bis auf eine Ausnahme alle touristischen Regionen des Landes beteiligt haben. Im Moment bieten wir 257 Einzelveranstaltungen im Land zu Zukunftsthemen im Tourismus an, um vor allem die Leistungsträger zu schulen und den kleinen und mittelständischen Betrieben einen Know-how-Transfer anzubieten. Dabei geht es natürlich um innovative Produkt- und Angebotsentwicklung, aber auch um Zukunftsthemen wie Digitalisierung und Big Data.

Für uns ist das ein sehr besonderes Projekt, weil es uns zum ersten Mal die Möglichkeit gegeben hat, systematisch Auslandsmarketing für den Tourismus zu betreiben. Unser Projekt für Auslandsmarketing heißt „Fit im Netzwerk“. Wir haben uns entschieden, in erster Linie auf unsere großen Volumenmärkte zu gehen und dort anzusetzen. Das Projekt bearbeitet in den Bereichen Trade, Presse und Endkundenmarketing Benelux und UK für drei Jahre systematisch mit den von uns aufgebauten Produkten und Themen. Wir wollen uns im Rahmen des Projektes auch noch einmal anschauen, was sich hinter den großen Zuwachsraten für den polnischen Markt verbirgt und ob wir dort noch einmal systematisch mit Produkterschließungs- und Markterschließungsmaßnahmen ansetzen können.

Der Vollständigkeit halber nenne ich ein Projekt zum Thema „Business-tourismus“ mit dem MICE-Markt der Zukunft. Hier beteiligen wir uns an einer Studie des German Convention Bureaus „Future Meeting Space“. Dabei geht es um die Zukunft des Tagungstourismus. Ein kleines, aber feines Projekt mit dem DEHOGA heißt „Gutes aus NRW genießen“. Abgeleitet aus einem Auftrag der letzten Legislaturperiode wurde der Aufbau einer Marke zum Thema „Natur“ vorangetrieben. Auch hier gibt es ein eigenes EFRE-Projekt mit Schwerpunkt auf Produktentwicklungen. Auch das Projekt „Sehnsuchtsziel Natur“ ist zu nennen. Last, but not least gehört unser Innovationsprogramm „KulturReiseLand NRW“ dazu.

All diese Projekte lassen sich relativ eindeutig unseren Schwerpunktthemen zuordnen. Bis auf ein Projekt haben alle einen ähnlich gelagerten Ansatz. Mit unserem Projekt „NRW als Destination von Urban Lifestyle und Szene“ haben wir beim Städtetourismus einen ganz neuen Ansatz gewählt. Wir möchten mit diesem Projekt neue Themen für den Städtetourismus erschließen und Bedürfnisse abseits vom klassischen Sightseeing abbilden. Wir möchten mit diesem Projekt neue Zielgruppen für die Städte erschließen. Wir möchten uns an kreative Köpfe, an sehr agile und mobile Zielgruppen wenden, die Städte aus den unterschiedlichsten Gründen für beschränkte Zeiträume aufsuchen. Darunter fallen freizeitgetriebene, aber auch studien-, projekt- oder arbeitsbezogene Aufenthalte. Es ist ein Kennzeichen dieser besonders kreativ mobil agierenden Zielgruppen, dass sich bei ihnen nicht so genau trennen lässt, wo das Thema „Leger“ und wo das Thema „Business“ anfängt.

Wir bearbeiten dieses Thema gemeinsam mit dem Cluster „CRATIVE.NRW“. Projektträger sind wir als Tourismus NRW e. V. gemeinsam mit Köln, Düsseldorf und dem Ruhrgebiet. Das Projekt geht mit dem Titel „#urbanana“ nach außen, weil der Stadtraum, der sich hinter unserer Projektträgerschaft verbirgt, auf der Karte wohlwollend die Form einer Banane hat. Wir haben uns zu dieser Allianz zusammengeschlossen, weil die Kreativen, die an diesen Milieus partizipieren sollen, vor allen Dingen im internationalen Maßstab eine gewisse kritische Masse an Themen erwarten. Diese bringen wir nur städteübergreifend auf die Straße. Wir bearbeiten im Rahmen dieses Projekts urbane Themen aus den Bereichen Festival, Design, Urban Art, Musik, Mode und digitale Szene.

Aktuell läuft ein Innovationswettbewerb für neue Projekte und neue Ansätze für den Städtetourismus an der Schnittstelle zwischen Kreativwirtschaft und Tourismus. Wir

vergeben aktuell nicht nur einen Award, sondern sind auch für den Kulturmarken-Award des Jahres 2017 in der Kategorie „Europäische Kulturtourismusregion des Jahres“ nominiert.

Das Thema „Reisen für Alle“ haben wir als Auftrag aus der letzten Legislaturperiode mitgenommen. Es wurde seinerzeit über ein Förderprojekt angeschoben. Das Projekt wird unter wirtschaftlichen Aspekten aufgrund der demografischen Entwicklung immer relevanter. Wir halten dieses Lizenzsystem und werben dafür, sich diesen Zielgruppen zu öffnen. Derzeit zählen wir 140 zertifizierte Betriebe landesweit.

Die Landestourismusstrategie soll laut Koalitionsvertrag fortgeschrieben werden. Sie muss fortgeschrieben werden; denn bestimmte Grundannahmen stammen aus dem Jahr 2008. Das i-Pad kam 2009 auf den Markt. Das ist also ein Zehnjahreszeitraum, in dem sich viel verändert hat. Das, was sich unter Umsetzung der bisherigen Strategie zusammengefunden hat, muss in die Bewältigung neuer Aufgaben überführt werden. Diese Aufgaben sind nicht klein. Wir benötigen neue Antworten auf die digitale Transformation im Tourismus. Aber wir benötigen auch neue Antworten auf die Frage, wie sich Angebots- und Nachfrageseite im Tourismus ändern.

Wir gehen wie alle Studien davon aus, dass das Reiseverhalten global wächst. Die Frage ist, ob es auch bei uns wächst. Eben hatte ich Ihnen die hohe Bedeutung des deutschen Quellenmarktes für uns benannt. In Deutschland selbst wird das Reiseverhalten aufgrund der demografischen Entwicklung abnehmen. Gleichzeitig drängen neue Zielgruppen und Reisekunden auf den Markt. Dass diese Nachfrager aus neuen Ländern in Zukunft in großem Umfang nach Deutschland und nach NRW kommen, können wir nicht voraussetzen; denn auch die Angebotsseite verändert sich. Neue Marktteilnehmer kommen hinzu, die in touristischer Hinsicht nicht unehrgeizig sind. Dem Thema „Internationalisierung“ müssen wir uns also widmen.

Die digitale Transformation ist ein großes Thema. Der Masterplan geht noch davon aus, dass das, was wir auf der Landesebene, aber auch gemeinsam mit den Regionen machen, zentral buchbar sein soll. Von diesem Gedanken haben wir uns verabschiedet, weil das Buchungsgeschäft im Deutschlandtourismus einerseits zu den Plattformen und andererseits zu den Direktbuchungen bei den Hotels abgewandert ist. Die Bereitstellung von Unterkünften ist längst nicht mehr unsere Aufgabe.

Es geht darum, Reiseanlässe zu kommunizieren und Inspirationen zu geben, aber auch Reiseideen zu liefern, wie man mit Angeboten und Pauschalen das Ausgabeverhalten vor Ort vertiefen und den Kunden immer wieder ansprechen, ihn inspirieren und informieren kann. Wir haben uns dazu sehr intensiv im Online-Marketing aufgestellt. Während wir das noch über die Innovationswerkstatt im Land schulen, müssen wir uns schon wieder mit neuen Entwicklungen auseinandersetzen. Es reicht in Zukunft nicht mehr aus, Webseiten und Social-Media-Kanäle vorzuhalten und darauf zu setzen, dass der Kunde diese Angebote über sein Endgerät findet und sich informiert. Unsere Daten werden mobil. Ganz neue Technologien werden sich auftun, die es möglich machen, Daten auszuspielen. Der Kunde wird auf ganz unterschiedlichen Endgeräten mit diesen digitalen Touchpoints kommunizieren können.

Wenn wir solche Entwicklungen sehen, wie sie sich in den Smart Citys abzeichnen, geht es nicht mehr darum, Daten bereitzuhalten. Die Daten müssen den Kunden finden. Derzeit sucht der Kunde unsere Daten. Das muss sich umkehren. Der Kunde wird erwarten, unterwegs für ihn relevante und auf den Standort bezogene Daten zu erhalten. Das ist eine große Chance für das Thema „Reisen“. Man kann immer wieder animieren und Angebote sehr gezielt und individuell an den Kunden bringen. Ich wünsche mir sehr, dass wir uns dieser Herausforderung so stellen, dass wir in die digitale Modellregion den Tourismus hineinnehmen. Der Tourismus macht solche Dinge erlebbar.

Zum Thema „Verortung“ und den Kundenbedürfnissen der Zukunft: Internationalisierung, Digitalisierung und Globalisierung haben das Reiseverhalten verändert. Es gibt mehr Reisen. Es sind aber auch neue Reisebedürfnisse entstanden. Ich möchte an dieser Stelle nicht über das Geschäftsmodell von Airbnb sprechen, sondern über das, was dahintersteht. Viele Touristen möchten, wenn sie unterwegs sind, kein Tourist sein, sondern in eine Destination eintauchen und dort so leben, als ob sie zumindest vorübergehend dort zuhause seien. Nicht nur Airbnb, sondern auch andere Plattformen bieten das ganz bewusst an. Spotted by locals bedeutet, der Tourist wird in seiner Selbstwahrnehmung zunehmend zum Einwohner auf Zeit.

Es sind gerade die touristischen Angebote, die einen Standort für junge Köpfe, für Familien und für Fachkräfte attraktiv machen. Das betrifft ein gutes Freizeitangebot, die Gastronomie, die Kultur, ein gepflegtes Grün mit der Möglichkeit zur Naherholung, eine funktionierende Infrastruktur, das Ortsbild, die Architektur und anderes.

Vor dem Hintergrund, dass Touristen immer häufiger die Heimat suchen und dass touristische Leistungen Standorte aufwerten, haben sich einige Tourismusdestinationen entschieden, die Fragestellungen vollkommen umzukehren. Es gibt eine sehr provokante These von Kopenhagen, die unter dem Titel „Wonderful Copenhagen“ ihre Strategie mit „The End of Tourism as We Know It“ überschrieben hat: Unser Standort funktioniert oder funktioniert nicht. Ein wundervolles Kopenhagen richtet sich an alle: an Einwohner, an Bewohner und an Gäste gleichermaßen.

Ein weiterer Aspekt zur Wirtschaftsförderung ist der Wettbewerb um Köpfe. Ich habe es eben beim Thema „#urbanana“ schon angesprochen. Wenn wir Start-ups attraktive Möglichkeiten bieten wollen, dann spricht nicht nur die Exzellenz der Uni oder das Einstiegsgehalt beim Arbeitgeber dafür, sondern es betrifft auch Lebensräume, die zur Co-Kreation, zur Partizipation einladen. Damit sind entsprechende Milieus gemeint, die diese Gründerszene in besonderer Weise ansprechen.

Das Unperfekthaus in Essen ist ein Co-Working Space. Man kann dort Tagungsräume mieten und dort übernachten. Dort gibt es eine sehr schöne Rooftop Bar. Was ist das nun? Ist das ein touristisches Produkt oder etwas, was sich an Start-ups und Wirtschaftsförderung ausrichtet? Auch hier passieren Innovationen an Schnittstellen. Für diesen Bereich müssen wir ein entsprechendes touristisches Angebot bereithalten und können die Szene mit eigenen Angeboten besonders ansprechen.

Tourismus war früher irgendwann einmal Fremdenverkehr. Dann hat man gesehen, dass die Menschen Geld ausgeben, dass Tourismus ein Wirtschaftsfaktor ist und es

netter ist, von „Gästen“ zu sprechen, damit sich die Menschen wohlfühlen, länger bleiben und noch mehr ausgeben. Schließlich hat man den Tourismus als Standortbotschaft und -faktor entdeckt. In Kopenhagen spricht man von localhood for everyone.

Diese Entwicklung läuft nicht nur in den Hochschulstandorten und den urbanen Milieus. Es gibt ein sehr schönes Beispiel aus dem Sauerland. Das Thema „Sauerland“ wird derzeit über die Baukultur neu in Szene gesetzt. Diese Initiative wird vom Land gefördert. Bei der Suche nach zeitgemäßer, aber auch authentischer Baukultur für das Sauerland fragt man zunächst einmal die Bürger, wie sie typische Sauerlandbaukultur sehen, um auf dieser Ebene das Projekt zu entwickeln.

Mein Wunsch ist, dass sich diese Entwicklungen in einer Landestourismusstrategie wiederfinden und wir das gemeinsam mit den Akteuren schärfen, die im NRW-Tourismus vertreten sind. Wir möchten dazu zum NRW-Tourismustag am 9. November im Hangar in Mönchengladbach einen Dialog anbieten. Wir werden uns dort mit neuen Technologien auseinandersetzen, aber auch mit neuen Organisationsformen für den Tourismus. Wir haben internationale Gäste eingeladen. Ich würde mich sehr freuen, den einen oder anderen von Ihnen zum Thema „Dem Neuen auf der Spur – Future Lab Tourismus 2025“ in Mönchengladbach begrüßen zu können, und sage ganz herzlichen Dank für Ihre Aufmerksamkeit.

(Allgemeiner Beifall)

Vorsitzender Georg Fortmeier: Herzlichen Dank, Frau Dr. Döll-König, für diesen sehr einprägsamen Vortrag über Vergangenes, die Entwicklung und die Zukunft. Ich begleite Tourismus NRW schon einige Jahre, seit ich im Landtag bin. Das Reagieren auf neue Entwicklungen ist uns gemeinsam immer sehr gut gelungen. Ich habe die Hoffnung, dass dies künftig auch gelingen wird. Noch einmal vielen Dank. – Zur Aussprache liegen zwei Wortmeldungen von den Kollegen Rehbaum und Bombis vor.

Henning Rehbaum (CDU): Frau Dr. Döll-König, vielen Dank für Ihren interessanten Vortrag. Nordrhein-Westfalen ist ein schönes Land. Dazu gehört auch Tourismus. Sie kümmern sich richtig gut darum. Dafür möchte ich im Namen der CDU-Fraktion Danke sagen.

(Beifall von der CDU)

Sie sind damit auch ein Botschafter für unser Land. Das haben wir im Vortrag gehört. Das ist ein ganz wichtiger Punkt. Man kann es fast als Visitenkarte des Landes bezeichnen. Der Tourismus ist ein wichtiger Wirtschaftsfaktor. Deswegen beschäftigen wir uns im Wirtschaftsausschuss damit. Es gibt viele Betriebe und viele Beschäftigte in diesem Bereich. Sie haben das sehr eindrucksvoll dargestellt.

Uns freut besonders, dass Ihre Arbeit auf einem Beschluss der schwarz-gelben Landesregierung 2005 bis 2010 fußt. Sie haben dargestellt, 2008 ist die Tourismusstrategie ins Leben gerufen worden. Es gibt viele Facetten des Tourismus in Nordrhein-Westfalen. Ich muss Ihren Vortrag nicht wiederholen. Es gibt Geschäftsreisen und Kongresse sowie den klassischen Tourismus und Gesundheitstourismus.

Das Thema „digitale Transformation“ ist eine große Herausforderung. 2008 gab es noch keine Smartphones. Heute gibt es sie. Das hat alles verändert. Das Thema „Regionalität“ ist viel stärker in den Fokus gerückt. Die Stärkung der regionalen Marken ist auch ein wichtiges Anliegen, das wir nicht nur, aber ganz besonders im Tourismus haben.

In diesem Sinne noch einmal ganz herzlichen Dank für Ihre Arbeit, viel Erfolg für die Zukunft, viel Erfolg bei der Aufsetzung einer neuen Tourismusstrategie, die unmittelbar ansteht, und auf gute Zusammenarbeit.

(Beifall von der CDU)

Ralph Bombis (FDP): Liebe Frau Dr. Döll-König, lieber Herr Offers, auch von unserer Seite noch einmal herzlichen Dank für Ihren Vortrag. Wir haben schon in den letzten Jahren im gesamten Hause in sehr konstruktiver Weise zusammengearbeitet. Der Vorsitzende hat es angesprochen. Das, was Sie heute präsentiert haben, zeigt, dass wir uns im Verhältnis zu der Zeit vor der Initiative deutlich weiterentwickelt haben, und wie wichtig es ist, was Sie mit Ihrer Arbeit in enger Kooperation mit den Partnern im Tourismus entwickeln. Ich möchte das noch einmal betonen, weil mir wichtig ist, dass wir den Tourismus nicht als Nebenprodukt eines sonstigen Bereichs oder als begleitenden, sondern als eigenen Wirtschaftsfaktor sehen, der nach unserer Einschätzung noch an Bedeutung gewinnen wird. Dies hat die Entwicklung der letzten Jahre dokumentiert. Ich sage das auch deswegen, weil ich in der Diskussion mit vielen Menschen – je nach Region und der touristischen Tradition in den einzelnen Regionen – feststelle, dass das immer noch nicht als Allgemeingut angesehen wird.

Weiterhin gutes Gelingen für Ihre Arbeit. Diese Landesregierung wird mit den sie tragenden Fraktionen weiterhin Ihre Arbeit unterstützen.

Wir haben in unserem Koalitionsvertrag klar gesagt, wie wichtig es ist, eine Weiterentwicklung der Tourismusstrategie aufzubauen. Ohne irgendeinen Dissens provozieren zu wollen, möchte ich deutlich sagen, nach allem, was ich erlebe, ist Tourismus nicht nur ein allgemeiner übergeordneter Faktor. Tourismus wird durch die handelnden Menschen vor Ort realisiert. Das sind ganz maßgeblich die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in den Betrieben. Wir müssen sehr genau darauf achten, die Rahmenbedingungen für die Situation in Nordrhein-Westfalen zu verbessern. Ich bin sicher, dass Sie in dieser Landesregierung einen guten Partner dafür finden. Wir stehen im internationalen Vergleich und in der internationalen Konkurrenz nicht nur zu grenznahen Regionen. Wir werden einem Amerikaner, einem Japaner oder Russen schwerlich erklären können, warum Dinge hier nicht möglich sind, die woanders – auch woanders in Deutschland – ohne Weiteres möglich sind. Insofern haben wir hier noch einige Aufgaben vor uns. Ich freue mich auf die Zusammenarbeit mit Ihnen. Sie hat eine gute Grundlage. Diese haben Sie heute präsentiert. Wir haben eine gute gemeinsame Grundlage. Diese gemeinsame Arbeit im Sinne unseres Landes und des eigenen Wirtschaftsfaktors Tourismus werden wir mit der Landesregierung massiv weiter unterstützen. – Vielen Dank.

(Beifall von der FDP)

André Stinka (SPD): Auch von uns als SPD-Fraktion vielen Dank für den wirklich guten Vortrag. Ich würde mir wünschen, der eine oder andere Verband in Nordrhein-Westfalen hätte Ihnen zugehört. Sie machen sich wirklich Gedanken über die Zukunft und haben in Ihren Vortrag viele Aspekte der gesellschaftlichen Änderungen eingepreist, die für Ihr Metier eine ganz entscheidende Frage darstellen.

Gerade ich noch einmal deutlich geworden, dass der Tourismusbereich ganz klar von Qualitätsansprüchen und von den Menschen lebt, die dahinterstehen. Wir haben vorhin die Ausführungen des Ministers vernommen. Herr Sundermann hat noch einmal darauf abgehoben, dass die Fachkräftefrage ein ganz entscheidender Punkt sein wird, um die Tourismusbranche in die Zukunft zu führen. Es gibt Fragen der Arbeitszeitgestaltung, der Bezahlung und der Vereinbarkeit von Familie und Beruf. Es wird ein entscheidender Punkt sein, wie man sich hier aufstellt. Sonst wird dieser Qualitätsstandard auf Dauer schwerlich zu halten sein. Deswegen interessiert mich Ihre Einschätzung dazu.

Sie hatten hier ganz kurz über das Projekt „NRW genießen“ informiert. Treffen Sie auf offene Ohren, wenn Sie damit in die Regionen gehen, was die Regionalvermarktung angeht? Manchmal habe ich den Eindruck, einige Bundesländer sind uns hinsichtlich der Regionalvermarktung voraus. Südtirol ist zwar kein Bundesland, aber ein sehr gut aufgestelltes touristisches Ziel. Wie ist Ihre Einschätzung dazu?

Sie hatten von Qualitätsmaßstäben gesprochen, bei denen durchaus noch Luft nach oben sei. In welchem Punkt ist noch Luft nach oben?

Horst Becker (GRÜNE): Auch wir schließen uns dem Dank an. Ich möchte nicht alles wiederholen, was schon gesagt wurde, sondern auf zwei Aspekte eingehen:

Was Sie zuletzt genannt haben, ist ein relativ neues Projekt. Ich glaube schon, dass es Zukunft hat. Aber Sie haben darauf hingewiesen, dass der Tagestourismus durch den Kurzurlaub oder Mehrtagestourismus abgelöst wurde. Ich glaube nach wie vor, in der Vernetzung der verschiedenen Wanderwege und Radwanderwege und in Dingen wie z. B. der Regionalvermarktung und „NRW genießen“, stecken erhebliche Chancen für die ländlichen Räume. Mich interessiert, inwieweit Sie das auch so sehen und gerade diesen Teilbereich nach vorn treiben wollen. Es ist nur ein Teilbereich, aber ein sehr wesentlicher Bereich. Auch vor dem Hintergrund des demografischen Wandels ist das ein Thema, das ältere Mitbürger ganz wesentlich wahrnehmen.

Thomas Nüchel (FDP): Ich glaube zwar auch jeden Tag morgens an die Kraft der Banane, musste aber ein bisschen schmunzeln, als ich „#urbanana“ gelesen habe. Ich denke, es sollte ein exemplarisches Beispiel dafür sein, dass man nicht mehr mit der Schönheit des Landes in Gänze, sondern mit thematischen Dingen locken möchte. Gilt das für alle Reisenden der Welt, also beispielsweise für die Zielgruppe der Asiaten genauso wie für die Amerikaner, oder ist das eher ein Lockmittel für die gesättigten Europäer?

Dr. Heike Döll-König (Tourismus NRW e. V.): Völlig richtig ist, das Thema „Fachkräfte“ ist die Stelle, an der sich entscheidet, ob wir auf Dauer in der Lage sind, in den Betrieben vor Ort mit gutem Personal zu arbeiten. Herr Offers kann aus Sicht der DEHOGA noch einiges ergänzen.

Wir stellen fest, dass die betriebliche Basis den Kollegen vor Ort im Moment viele Sorgen macht. Es muss ein Bündel von Lösungen geben. Wir müssen intensiv daran arbeiten, touristische Betriebe in die Angebote bekommen, die sich z. B. um das Thema „Nachfolge“ kümmern. Das ist ein ganz wichtiger Punkt. Viele Betriebe haben keinen Nachfolger.

Rahmenbedingungen für die Betriebe sollen derzeit verändert werden. Das wird sicherlich positiv auf die Art und Weise des Einsatzes und des Umgangs mit dem Personal einwirken. Wir sehen aber auch, dass wir bestimmte Modelle des Arbeitens nicht einfach so in die Gegenwart und Zukunft transportieren können. Gerade junge Menschen haben Erwartungen zur Vereinbarkeit von Familie, Freundeskreis und Beruf. Sie haben auch den Wunsch, Ausbildungszeiten privat und beruflich mit Gestaltungsfreiraum zu verbinden. Das ist eine große Aufgabe. Eine Branche, die vom Personal lebt, muss so zukunftsfit gemacht werden, dass sich Ansätze finden lassen. Ich bin optimistisch, weil es in anderen Branchen auch gelungen ist, mit modernen Arbeitszeitmodellen Lösungen zu finden. Auch Kliniken müssen sich z. B. mit solchen Aufgaben auseinandersetzen. Das setzt von allen Seiten Bereitschaft voraus, solche Lösungen zu finden. Das setzt an der einen oder anderen Stelle Unterstützung und Beratung voraus. Das setzt auch voraus, Ansprüche von jungen Menschen an ihre Arbeitsplätze so zu nehmen, wie sie sind, und dies mitzutragen.

Wir können solche Entwicklungen fördern, indem wir Best Practices kommunizieren. Wir haben auf solche Aspekte auch einen Fokus im Rahmen der Innovationswerkstatt gelegt. Wir sehen uns hier sehr stark im Schulterschluss mit den Industrie- und Handelskammern und der DEHOGA.

Wo hapert es an der Qualität? Der Gast neigt dazu, touristische Angebote insgesamt zu bewerten, d. h. Leistungsbündel wahrzunehmen. Er schaut nicht nur, wie das Hotel war, ob er gut gegessen hat oder ob ihm das Musical gut gefallen hat. Hier wird eine Gesamtbewertung zugrunde gelegt.

Alle Prozesse auf Kundenerwartungen auszurichten, ist eine Managementaufgabe, für die wir sehr stark werben. Wir werben nicht nur in der Hotellerie und Gastronomie dafür. Wir werben gegenüber allen Partnern entlang der touristischen Servicekette. Es ist eine Aufgabe, sich solchen Prozessen zu nähern. Das hat auch etwas damit zu tun, inwieweit sich Destinationen dem Thema „Serviceorientierung“ nicht nur für Touristen nähern, die mit dem Bus halten, sondern auch gegenüber ihren Bürgern, den Bewohnern und temporären Gästen. Das ist noch ein Stück Arbeit. Service will und muss gemanagt werden.

Südtirol hat den Tourismus und die Regionalität sehr stark als Standortbotschafter fokussiert. Es gibt übrigens ein sehr hartes Qualitätsmanagement für die dortigen Betriebe. Ein Betrieb, der nicht an Qualitätsmanagementsystemen teilnimmt, bekommt

keine Förderung. Die Destination wird insgesamt nach ihrem Abschneiden auf Bewertungsportalen bzw. bei Klassifizierungen bewertet. Bestimmte Standards werden für die Teilnahme an Marketingmaßnahmen von Südtirol vorausgesetzt. Es wird also durchaus sehr aktiv darauf eingewirkt. Hinter die Frage, ob wir in Gänze eine Genussregion wie Südtirol sind, mache ich ein Fragezeichen.

Trotzdem sehen wir, dass das Thema „Regionalität“ unter unterschiedlichen Aspekten im touristischen Marketing einen guten Platz hat und haben muss. Ich muss niemandem mehr sagen, wo ein gutes Restaurant ist. Das können andere Plattformen und andere Anbieter sehr viel besser als wir. Wir müssen Netzwerke schaffen, um das Thema „Regionalität“ in die Fläche zu bekommen und stärker über regionale Produkte zu kommen. Das ist eine Aufgabe, die wir in unserem Projekt leisten wollen.

Herr Becker, wir sprechen vom Thema „Multioptionalität“. Macht der Gast immer nur das eine? Müssen wir die Region nicht insgesamt mit ihren Potenzialen als Ziel für Naherholung und Tagestourismus stärker in Szene setzen? Gerade heute haben wir zum ersten Mal die Kompetenznetzwerke in den Bereichen Genuss, Aktiv, Gesund, Natur und Kultur in der Fläche zu einer gemeinsamen Tagung nach Iserlohn eingeladen. Dort wird man sich den ganzen Tag mit der Frage beschäftigen, ob wir nicht schauen müssen, wie wir jenseits der Einteilung in die einzelnen Marken in Zukunft noch stärker das Verbindende unter der Klammer „Regionalität erleben“ herausstellen können und welche Produkte und Angebote richtig sind. Wir machen das auch mit Best Practices. Die Kollegen schauen sich Beispiele aus anderen Tourismusdestinationen aus Österreich, aber auch aus dem Allgäu und dem Schwarzwald an. Es wird einen Workshop geben, um erste Ideen zu sammeln. Ja, es ist der Weg, zusätzlich zu den Schwerpunkten, die wir über die einzelnen Themenmarken aufgebaut haben, mehr Gesamterlebnisse zu schaffen.

#urbanana haben wir aus Fragestellungen heraus entwickelt, und zwar nicht nur mit Blick auf Deutschland. Wir haben uns für #urbanana Blaupausen angesehen. Wir haben gefragt, wo Standorte sind, von denen man etwas kopieren kann, die als kreativ und interessant für diese Zielgruppe gelten. Von Berlin kann man nicht so furchtbar viel kopieren, weil es dort kein System gibt. Viele Dinge haben sich dort einfach so entwickelt. Wir haben uns z. B. sehr genau das Beispiel Antwerpen angeschaut. Dieser Standort ist in der Kreativszene sehr gut und hochgerankt. Dort gibt es ein integratives Zusammenführen von Tourismus, Förderung der Kreativwirtschaft und der Standortmarke „Visit Antwerp“. Als wir dort unsere Ideen präsentiert haben, war das sofort einleuchtend. Man hat sich sofort von diesen Themen angesprochen gefühlt. Wir waren mit #urbanana auf der Frankfurter Buchmesse, weil wir dort ein Publikum antreffen, das reiseaffin und sehr international ist. Auch dort gab es sehr guten Zuspruch. Wir hatten #urbanana auch mit im Gepäck, als wir den Flughafen begleitet haben und es darum ging, neue Verbindungen zur Ostküste der USA zu bewerben. Wir haben #urbanana dort präsentiert. Es ist dort verstanden worden. Diese Themen sind international gesetzt. Gerade deswegen haben wir sie hier stärker in den Radar genommen.

Vorsitzender Georg Fortmeier: Vielen Dank, Frau Dr. Döll-König, für die Antworten und die Erläuterungen zu den einzelnen Punkten. – Wir sind damit am Ende der heutigen Diskussion zu dem Thema.

Der Erfolg nach dem Masterplan hat vielleicht auch etwas damit zu tun, dass wir dieses Thema aus dem alltäglichen politischen Streit herausgenommen und alle gemeinsam die Marketingstrategie und deren Fortentwicklung getragen haben. Verbundenheit wird dadurch deutlich, dass wir uns gegenseitig besuchen. Sie sind heute hier im Ausschuss. Wir besuchen Sie nicht nur beim Tourismustag Anfang November, sondern ich weise jetzt schon darauf hin, dass der Ausschuss Sie Anfang März 2018 in Berlin auf der Internationalen Tourismus-Börse besuchen wird. Das ist eine gute Tradition, an der wir festhalten möchten. Ich freue mich schon darauf. – Herzlichen Dank, dass Sie beide hier waren und uns auch für Nachfragen und eine Diskussion zur Verfügung gestanden haben. Viel Erfolg bei der weiteren Arbeit.

(Allgemeiner Beifall)

3 Drohende Massenentlassung nach Verkauf der Air-Berlin-Betriebsteile und die Möglichkeiten von Unterstützungsmaßnahmen durch die Landesregierung für die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter von Air Berlin in NRW.

Bericht der Landesregierung

Minister Prof. Dr. Andreas Pinkwart (MWIDE) informiert:

Vor drei Wochen habe ich hier bereits über den Sachstand des Insolvenzverfahrens von Air Berlin berichtet. Obwohl Air Berlin täglich Gegenstand der Presseberichterstattung ist – so auch heute –, gibt es seitdem keine unerwarteten oder überraschenden Entwicklungen, über die ich hier und heute berichten könnte.

Meine Mitarbeiter werden zeitnah über das laufende Verfahren und die aktuellen Verhandlungsergebnisse unterrichtet. Sie sind also eng in die Bemühungen eingebunden, damit es zu einem für die Mitarbeiter insgesamt tragfähigen Ausgang kommt. Wie Sie alle lesen konnten, ist es erfreulicherweise gelungen, die Verhandlungen mit Lufthansa abzuschließen.

Die Landesregierung begrüßt, dass mit Lufthansa ein Käufer gefunden wurde, bei dem Tarifverträge Anwendung finden. Lufthansa übernimmt die Gesellschaft NIKI und die Luftfahrtgesellschaft Walter mit allen 1.700 Mitarbeitern. Darüber hinaus wird Lufthansa 20 weitere Maschinen der insolventen Air Berlin übernehmen und rund 1.300 Mitarbeitern Arbeitsplätze zu fairen Konditionen bei Eurowings anbieten. Das bedeutet, dass 3.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter weiter in ihrem Beruf beim neuen Arbeitgeber Lufthansa arbeiten können. Mit dem Bieter easyJet wird noch verhandelt. Aber auch dort sieht es nach einer Einigung aus. Auch easyJet wird dann rund 1.000 Mitarbeitern einen Arbeitsplatz anbieten.

Wenn die Übernahmekonditionen mit diesen Käufern feststehen, kann in einem gesonderten Verfahren mit einem Bieter für die Techniksparte verhandelt werden; denn erst dann steht fest, welche Technikkapazitäten benötigt werden. Diese Verhandlungen haben für den Standort Düsseldorf eine hohe Bedeutung; denn hier arbeiten rund 500 Mitarbeiter in der Techniksparte.

Es werden also voraussichtlich 4.500 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter durch diese Verkäufe ihre Arbeitsplätze behalten oder gleichwertige Arbeitsplätze finden. Das wäre ein Erfolg.

Weniger Hoffnung besteht für die überwiegend in Berlin beschäftigten Mitarbeiter der Verwaltung. Ja, ein großer Anteil der Arbeitsplätze wird im Zuge der Insolvenz voraussichtlich verloren gehen.

Was kann die Landesregierung für die betroffenen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter tun? Wir wollen, dass diese Beschäftigten schnell wieder eine gute und sichere Anstellung finden können. Es hat in den vergangenen Tagen viele Berichte über die Einrichtung von Transfergesellschaften gegeben, die ich in der damaligen Unterrichtung hier im Ausschuss als eine Option angedeutet hatte. Dabei wurde auch staatliche Unterstützung für solche Gesellschaften gefordert. Wir sind bereit – das bekräftige ich hiermit noch einmal –, eine Transfergesellschaft zu unterstützen. Die

Landesregierung kann und wird bei Bedarf die Kosten für Beratung und Verwaltung einer Transfergesellschaft finanzieren. Die Bundesagentur für Arbeit kann darüber hinaus über das Transferkurzarbeitergeld die Lohnkosten finanzieren. Das Unternehmen muss aber die sogenannten Remanenzkosten – das sind Sozialversicherungsbeiträge, Urlaubs- und Weihnachtsgeld – selbst finanzieren. Dies wird Gegenstand der Sozialplanverhandlungen sein, die der Sachwalter von Air Berlin mit den zahlreichen verschiedenen Arbeitnehmervertretungen, mit denen wir es hier zu tun haben, derzeit führt. Die Landesregierung führt diese Gespräche nicht. Dies ist Aufgabe des Unternehmens und der Gewerkschaften.

Eine konkrete Unterstützungsbitte des Sachwalters liegt der Landesregierung bisher nicht vor. Es ist auch fraglich, ob eine Transfergesellschaft hier überhaupt der richtige Weg ist. Bei den Mitarbeitern von Air Berlin handelt es sich um überwiegend gut ausgebildete Fachkräfte, die in der aktuellen Arbeitsmarktlage – so die Einschätzungen der Experten – leicht eine Anstellung finden dürften. Unser Ansatz ist deshalb die aktive Unterstützung bei der Suche nach einer neuen Arbeitsstelle. In enger Zusammenarbeit mit der Arbeitsagentur organisiert das Arbeitsministerium des Landes am 26. Oktober in den Räumlichkeiten der Air Berlin in Düsseldorf eine Jobbörse. Es werden gezielt geeignete Arbeitgeber angesprochen, die sich und ihre Stellenangebote dort präsentieren. Ich bin fest davon überzeugt, dass dies der richtige Weg ist, um den von Entlassung betroffenen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern eine Zukunftsperspektive zu geben.

Elisabeth Müller-Witt (SPD) bedankt sich für den Bericht. Das Schicksal der Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmern brenne allen auf den Nägeln. Nordrhein-Westfalen habe viele Jahre von Air Berlin profitiert.

Etwa 1.400 bis 1.500 Mitarbeiter bekämen die Chance, direkt übernommen zu werden. Allerdings müsse sich eine Reihe von Mitarbeitern erneut bewerben. Dies habe laut Presseberichterstattung eine Verschlechterung der Beschäftigungsbedingungen zur Folge, sodass das Gehalt der Betroffenen um bis zu einem Drittel sinke. Daher stelle sich die Frage, was gegen das Lohndumping als Konsequenz der Marktkonzentration beispielsweise in Form von Gesprächen seitens des Landes getan werde.

Auf der Jobmesse in Berlin seien für 700 Flugbegleiter lediglich 30 Jobs von Eurowings angeboten. Sie bitte, in Nordrhein-Westfalen stärker darauf zu achten, dass die vorge-sehene Jobmesse nicht zu einer zusätzlichen Frustration bei den Mitarbeitern führe.

Unklar seien die Auswirkungen auf andere Airlines. TUfly habe ein Drittel seiner Flotte beispielsweise zu sehr lukrativen Bedingungen an die Air-Berlin-Tochter NIKI vermietet. Sie interessiere sich dafür, ob bereits Gespräche darüber geführt oder Hilfsangebote unterbreitet würden.

Das Ministerium solle zudem darstellen, ob bezüglich der kartellrechtlichen Prüfung auf EU-Ebene zur möglichen Übernahme durch die Lufthansa bereits eine Entscheidung gefallen sei.

Ver.di fordere die Einrichtung einer Transfergesellschaft. Air Berlin könne sich an einer solchen Gesellschaft aus finanziellen Gründen nicht beteiligen. Die Erwerber der Airline hätten bislang nicht erklärt, inwiefern sie sich an einer Transfergesellschaft beteiligten. Öffentlich habe Berlin bislang als einziges Bundesland bekundet, sich an einer Transfergesellschaft zu beteiligen. Sie bitte darum, auch zu diesem Thema eine verbindliche Aussage zu treffen.

Horst Becker (GRÜNE) hat die Ausführungen des Ministers so verstanden, als ob sich Nordrhein-Westfalen an den Kosten einer Transfergesellschaft beteiligen werde, wenn der Rahmen stimme.

Die Insolvenz der Airline sei ungewöhnlich verlaufen, wenn er an die Nebenabreden der Unternehmensleitung mit einer Gehaltssicherung bis 2021 und daran denke, wie die Fortführung bzw. Nichtfortführung der Arbeitsverträge gehandhabt werde. Die Vorgabe, sich erneut zu bewerben, solle dem Erwerber offenbar vor allem günstige Ausgangsbedingungen verschaffen. Dieser Vorgang werfe einige Fragen auf.

Nach Abschluss des gesamten Prozesses, spätestens jedoch zur Jahreswende, solle im Wirtschafts- und im Verkehrsausschuss eine Übersicht über die letztlich zu einer anderen Airline gewechselten Flüge und zu wegfallenden Flügen gegeben werden.

Björn Franken (CDU) teilt die deutlich gewordene Auffassung zur Sicherung von Managergehältern, während andere Versicherungen beispielsweise zur Sicherung der Flugkarten von Kunden oder zur Absicherung der Mitarbeiter nicht abgeschlossen worden seien.

Zumindest bestehe offenbar für über die Hälfte der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter die Option zur Übernahme. Dies stelle einen guten Schritt dar. Weiteres Potenzial gebe es in den noch anstehenden Verhandlungen. Jobbörsen stellten zunächst eine Anlaufstelle dar, um den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern die Möglichkeit zu eröffnen, die dahinterstehenden Menschen kennenzulernen. Vor Ort eine große Anzahl von Arbeitsverträgen abzuschließen, sei nicht realistisch.

Die Landesregierung sei bereits sehr früh in den Prozess aktiv involviert gewesen. Der Ministerpräsident habe sich bereits Anfang September mit der Gewerkschaft getroffen.

Minister Prof. Dr. Andreas Pinkwart (MWIDE) betont, eine Insolvenz stelle für die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter immer eine schwierige Situation dar. Deshalb bemühe sich die Landesregierung um eine Begleitung des Prozesses im Rahmen des für den Staat Möglichen. Wichtig sei, dass sowohl die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter als auch die Arbeitnehmervertretung dies wüssten und damit konstruktiv umgingen.

Dass die Gründung einer Transfergesellschaft eine Option sein könne, habe er schon vor drei Wochen dargestellt. Dafür existierten klare Bedingungen. Die Remanenzkosten müssten gedeckt sein. Komme es zu einem guten Abschluss mit easyJet, sei dies realistisch. Diese Bedingung bleibe aufrechterhalten. Eine Abweichung gegenüber der Handhabung bei anderen Insolvenzen könne es nicht geben. Gelingen die Gründung

einer Transfergesellschaft, werde diese sicherlich von Berlin und Nordrhein-Westfalen gemeinsam gefördert. Das müsse jedoch abgewartet werden.

Hinsichtlich der Jobbörse sei er mit Blick auf den Fachkräftemangel in vielen Bereichen nicht so skeptisch. An der Jobbörse nähmen nicht nur Fluggesellschaften teil, sondern Unternehmen unterschiedlicher Branchen präsentierten sich mit Angeboten. Möglicherweise fänden bisherige Mitarbeiter von Air Berlin auf diesem Weg sogar rascher eine neue berufliche Perspektive als über eine Transfergesellschaft.

1.700 Mitarbeiter seien bei NIKI und Walter übernommen worden. In anderen Fällen sei dies nicht in der Form machbar. Die übernehmende Eurowings habe allerdings vorrangig ehemalige Beschäftigte von Air Berlin um ihre Bewerbungen gebeten und zugesagt, diese Mitarbeiter zu fairen Bedingungen zu übernehmen. Dies gelte insbesondere für die sicherheitssensiblen Bereiche.

Die erbetene Information zum Abschluss des Prozesses gebe das Ministerium auf jeden Fall.

Die kartellrechtliche Prüfung auf EU-Ebene sei noch nicht abgeschlossen.

4 Positionen der Landesregierung zu Klimaschutz- und energiepolitischen Interessen von Nordrhein-Westfalen angesichts der Bildung der neuen Bundesregierung in der 19. Wahlperiode des Deutschen Bundestages

Bericht der Landesregierung

Minister Prof. Dr. Andreas Pinkwart (MWIDE) erinnert an die jüngste Gelegenheit, sich im Plenum zu der Thematik auszutauschen und ergänzt:

Das Land Nordrhein-Westfalen ist mit Blick auf sein Klimaschutzgesetz, seine Klimaschutzziele und die bereits beschlossene Herausnahme von Braunkohleblöcken und die Überführung in die Sicherheitsbereitschaft bis 2020 – in der letztendlichen Umsetzung bis 2022 – im Plan der Zielerreichung der Klimavorgaben und leistet damit seinen Beitrag für das Pariser Abkommen und zur Erreichung der nationalen Ziele. Es gibt unterschiedliche Stellungnahmen dazu, nicht nur aus dem Kreis der Parteien, die jetzt zur Sondierung zusammentreffen.

Frau Hendricks hat sich als Bundesumweltministerin erst vor wenigen Tagen noch sehr kritisch zum Thema „Braunkohle“ eingelassen. Es wird also immer wieder neu von mehreren Seiten Druck auf die Braunkohle ausgeübt. Sie wird in Anspruch genommen, Beiträge über das hinaus zu liefern, was SPD und Grüne in NRW beschlossen haben und was in der Leitentscheidung des Landtags breit getragen worden ist.

Wir meinen, wir können bei dem Fahrplan bleiben können. Das gilt erst recht dann, wenn Unternehmen – wie uns zugesagt – weitere Anstrengungen unternehmen, in Filtertechnologie zu investieren und zusätzliche Anstrengungen bei CCU und anderen Themen unternehmen. Hier sind vielfältige Möglichkeiten, um den CO₂-Ausstoß komplementär zu verringern und die Klimaschutzziele dadurch noch schneller zu erreichen.

Wenn der Bund meint, seine Ziele nur darüber hinaus erfüllen zu können, wenn er zusätzliche Schritte von nordrhein-westfälischer Seite – von den Unternehmen und den Regionen – erwarten kann, darf das hier nicht zu Strukturbrüchen führen. Nach dem, was wir derzeit sehen, würde es jedoch zu Strukturbrüchen führen. Dann muss man sich fragen, wer diese verantwortet und wer mit welchen Maßnahmen verhindert, dass es dazu kommen könnte.

Bisher wurde ein Fahrplan vereinbart, der hilft, den Klimabeitrag zu leisten. Ab 2030, wenn Inden planmäßig schließt, wird ein massiver Beitrag zur Reduktion von CO₂ geleistet. Das ist ein kluger, sozialverträglicher und strukturwirksamer Fahrplan. Wer diesen ändern will, weil er seine Ziele bisher nicht erreicht hat, muss darlegen, wie er Strukturbrüche verhindern und darüber hinaus die Versorgungssicherheit und Bezahlbarkeit von Energie sicherstellen will. Das obliegt nicht unserer Beurteilung.

Wir werden die Interessen Nordrhein-Westfalens jedenfalls wo immer wir als Landesregierung können, auf Bundesebene einbringen und deutlich machen, dass wir einen klimapolitisch sehr guten Fahrplan haben, der von SPD und Grünen eingelei-

tet wurde und an dem wir festhalten wollen. Wir sehen keine Notwendigkeit, an diesem Fahrplan etwas zu ändern. Sollten andere das für notwendig halten, müssen Änderungen vor allem sicherstellen, dass die Mitarbeiter, die Unternehmen und der Standort Nordrhein-Westfalen keinen Schaden durch abweichende Entscheidungen nehmen.

Nach Ansicht von **Guido van den Berg (SPD)** sind klare Aussagen wichtig, wie die Landesregierung mit diesem Themenfeld umgehen wolle. Die Aussage, ein Strukturwandel dürfe den Mitarbeitern im Rheinischen Revier nicht zum Nachteil gereichen, reiche nicht aus. Die Landesregierung solle Position zu einer Veränderung der Kohleausstiegsdaten oder der erstmaligen Formulierung einer konkreten Jahreszahl beziehen.

Auch zu den Abbaugrenzen der Tagebaue solle der Minister den Standpunkt der Landesregierung darlegen.

Zudem frage er sich, welche Erwartungen das Land an den Bund in Bezug auf eine Abfederung des Strukturwandels habe.

Wibke Brems (GRÜNE) wundert sich über die fast ausschließliche Ausrichtung der Diskussion auf die Braunkohle und wünscht sich Aussagen des Ministeriums auch zu anderen Formen der Energiegewinnung wie Fotovoltaikanlagen.

Während das Land einerseits für den Klimaschutz eintrete, werde andererseits die Erwartung geäußert, dass sich am gegenwärtigen Energiemix nichts ändere. Das passe nicht zusammen. Als Ergebnis des Pariser Weltklimagipfels müsse auch Nordrhein-Westfalen höhere Ziele erreichen als geplant. Deshalb könne nicht in gleicher Form weitergearbeitet werden wie bislang.

Henning Rehbaum (CDU) betont, es gehe um viele Arbeitsplätze und um Wertschöpfung in Nordrhein-Westfalen. Deshalb müsse man sehr sensibel mit Forderungen umgehen. Wer über das Ziel hinausschieße, gefährde den Standort Deutschland. Nordrhein-Westfalen biete eine Menge für die Versorgungssicherheit in Deutschland. Dieses Gewicht könne das Land in die Waagschale werfen.

Ralph Bombis (FDP) hält den Bericht des Ministers für sehr offen und vorausschauend. Er zeichne sich durch eine strategische Perspektive aus, die sich naturgemäß noch nicht auf bestimmte Ergebnisse beziehen könne.

Richtigerweise mache ein verantwortlicher Minister der Landesregierung deutlich, dass Nordrhein-Westfalen wieder das Gewicht auf Bundesebene verliehen werden müsse, dass es verdiene. Das habe im Zuge möglicher Koalitionsverhandlungen zu geschehen. Die Interessen der Menschen und der Wirtschaft in Nordrhein-Westfalen müssten im Vordergrund stehen. Strukturbrüche dürften nicht riskiert werden; Versorgungssicherheit müsse gewährleistet sein.

Minister Prof. Dr. Andreas Pinkwart (MWIDE) hebt hervor, im Rahmen der Koalitionsverhandlungen auf Bundesebene werde alles getan, um Nachteile für Nordrhein-Westfalen zu verhindern.

5 Einsatz der NRW-Landesregierung für Transparenz und einen raschen Atomausstieg in Belgien

Bericht der Landesregierung

Da die Zeit für eine Aussprache zum Tagesordnungspunkt fehle, bittet die Abgeordnete **Wibke Brems (GRÜNE)** darum, den Ausschussmitgliedern den Sprechzettel zum Bericht schriftlich zur Verfügung zu stellen.

Die Beschreibung des Tagesordnungspunktes beziehe sich, so **Karl Schultheis (SPD)**, in erster Linie auf den Eilantrag der Fraktionen von CDU, FDP und Bündnis 90/Die Grünen – Drucksache 17/849. Er regt an, die schriftlichen Ausführungen des Ministers mit Bezug auf den Entschließungsantrag der SPD – Drucksache 17/869 – zu ergänzen.

Minister Prof. Dr. Andreas Pinkwart (MWIDE) sagt dies zu.

6 Verschiedenes

a) Terminänderung

Die für den 28. Februar 2018 vorgesehene Ausschusssitzung wird auf den 7. März 2018 verschoben.

b) Terminierung Anhörungen

Der Ausschuss kommt nach kurzer Diskussion einvernehmlich überein, am 6. Dezember 2017, 10 Uhr, eine Anhörung zum Antrag der Fraktionen der CDU und der FDP „Für Nordrhein-Westfalen wieder nachhaltige Entwicklung ermöglichen – Landesplanung praxisgerecht ausgestalten und Chancen für Wohlstand, Beschäftigung und mehr Wohnung schaffen.“ – Drucksache 17/525 – durchzuführen.

Der Ausschuss kommt überein, am 13. Dezember 2017, 13 Uhr, eine Anhörung zum Antrag der Fraktionen der CDU und der FDP „Windenergieausbau in Nordrhein-Westfalen wieder in geordnete Bahnen lenken – Akzeptanz für die Windenergie wieder sichern“ – Drucksache 17/526 – durchzuführen.

c) Besuch der Internationalen Tourismus-Börse Berlin

Vorsitzender Georg Fortmeier kündigt an, der Ausschuss könne die Internationale Tourismus-Börse Berlin am 7. und 8. März 2018 besuchen. Hierüber müsse in einer der nächsten Sitzungen ein Beschluss gefasst werden, wenn Vertreter aller Fraktionen anwesend seien.

gez. Georg Fortmeier
Vorsitzender

Anlage

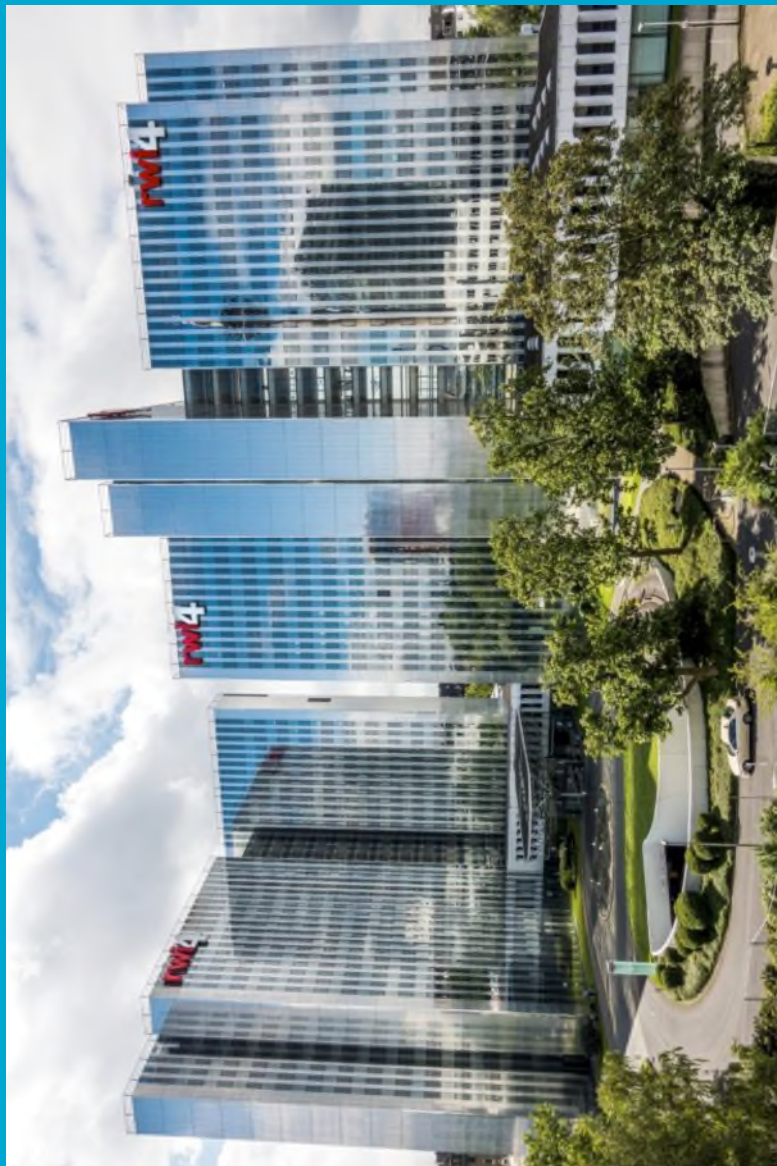
06.11.2017/22.11.2017
170

NRW Tourismus im Wettbewerb – Stand und Perspektiven

Dr. Heike Döll-König

Düsseldorf, 18.10.2017

Tourismus NRW e.V.



- ist seit 1997 der touristische Dachverband für NRW
- sitzt seit 2010 in Düsseldorf
- hat 70 Mitglieder, darunter das Land NRW, seine zwölf touristischen Regionen, Wirtschaftsunternehmen sowie Organisationen, die landesweit Aufgaben im Tourismus übernehmen

Der Masterplanprozess

- **2008/09:**
 - Erstellung einer Tourismusstrategie für NRW
- **2009/10:**
 - Umsetzung der Strategie, Start eines touristischen Landesmarketings in NRW
 - Korrespondierende Erlebnis.NRW Projekte
- **2015:**
 - Fortschreibung des Masterplanes

Der Verband: Dachverband, LMO und Projektträger

Tourismus NRW e.V.

Landesmarketing-
Organisation

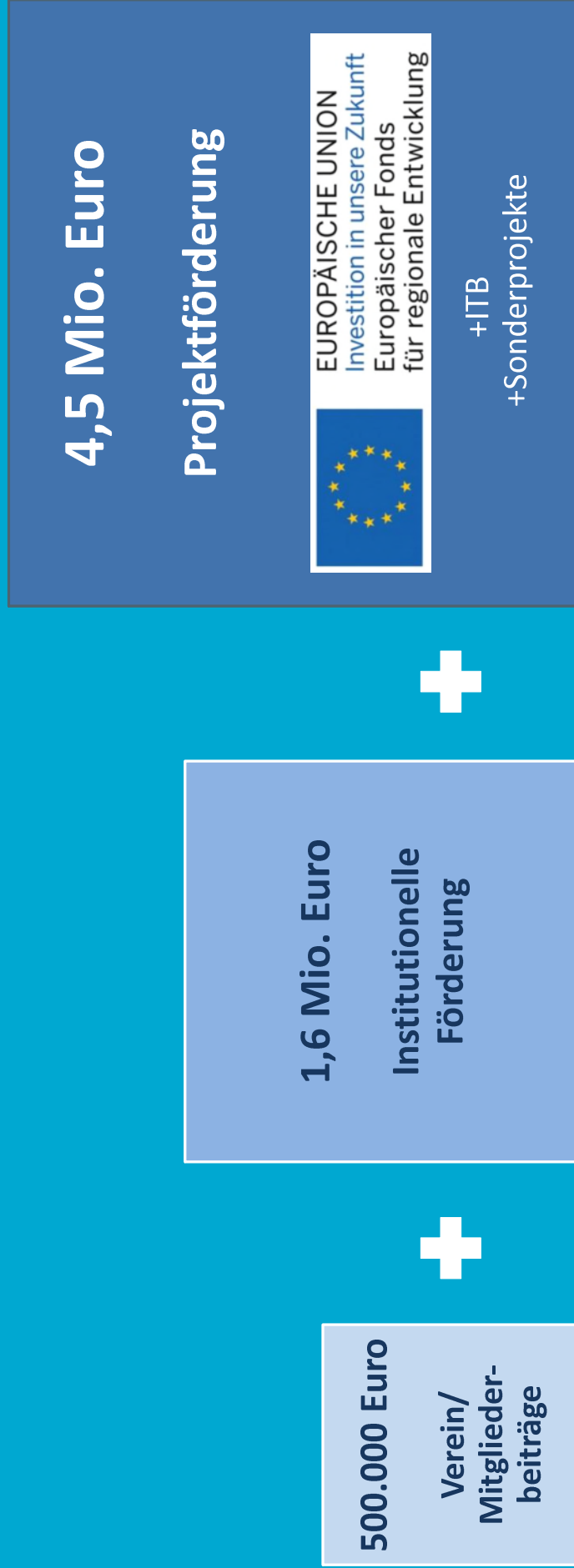


Touristischer
Dachverband

Projektträger, v.a. EFRE

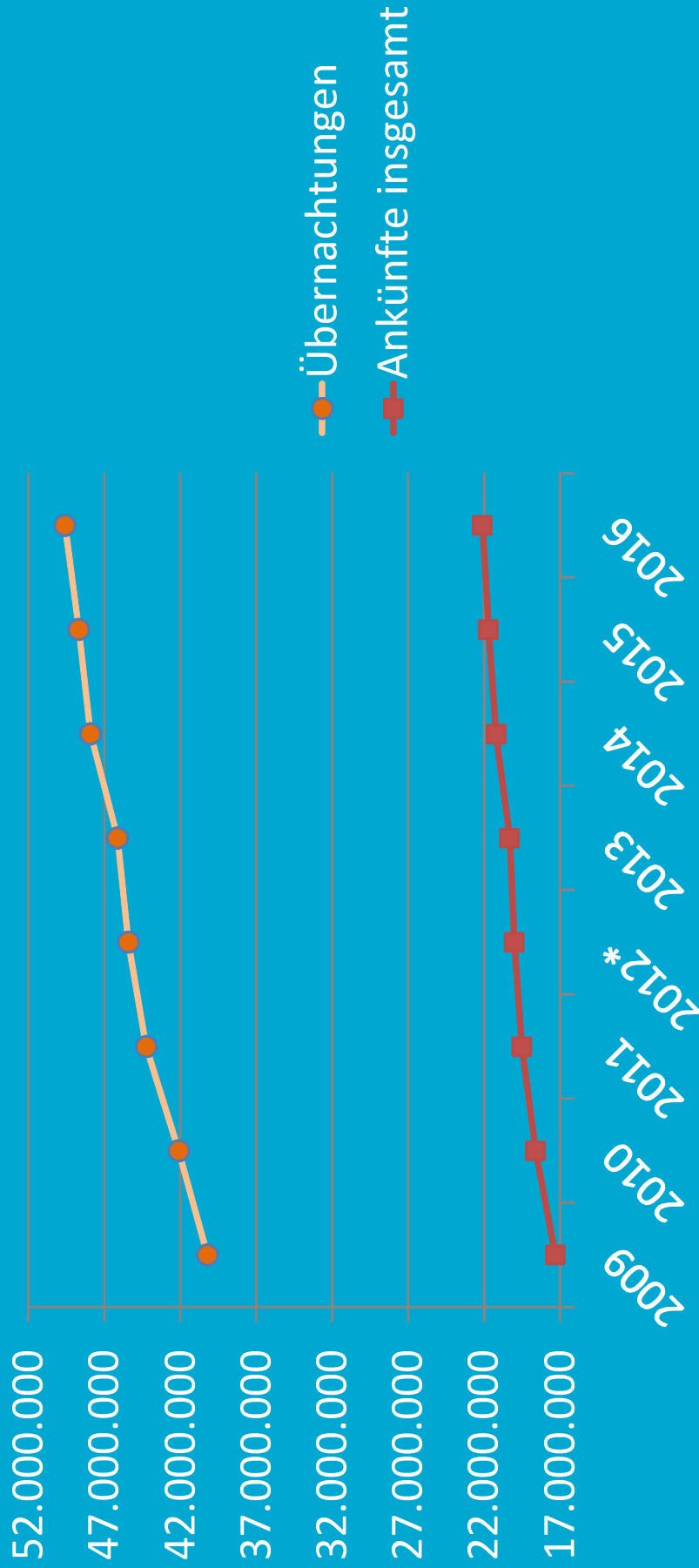
Aktuelle Finanzierungsstruktur

Budget 2017: 6,6 Mio. Euro



Entwicklung und Struktur des Tourismus in NRW

Entwicklung der Übernachtungen und Ankünfte in NRW 2009-2016 (Angaben in Millionen)

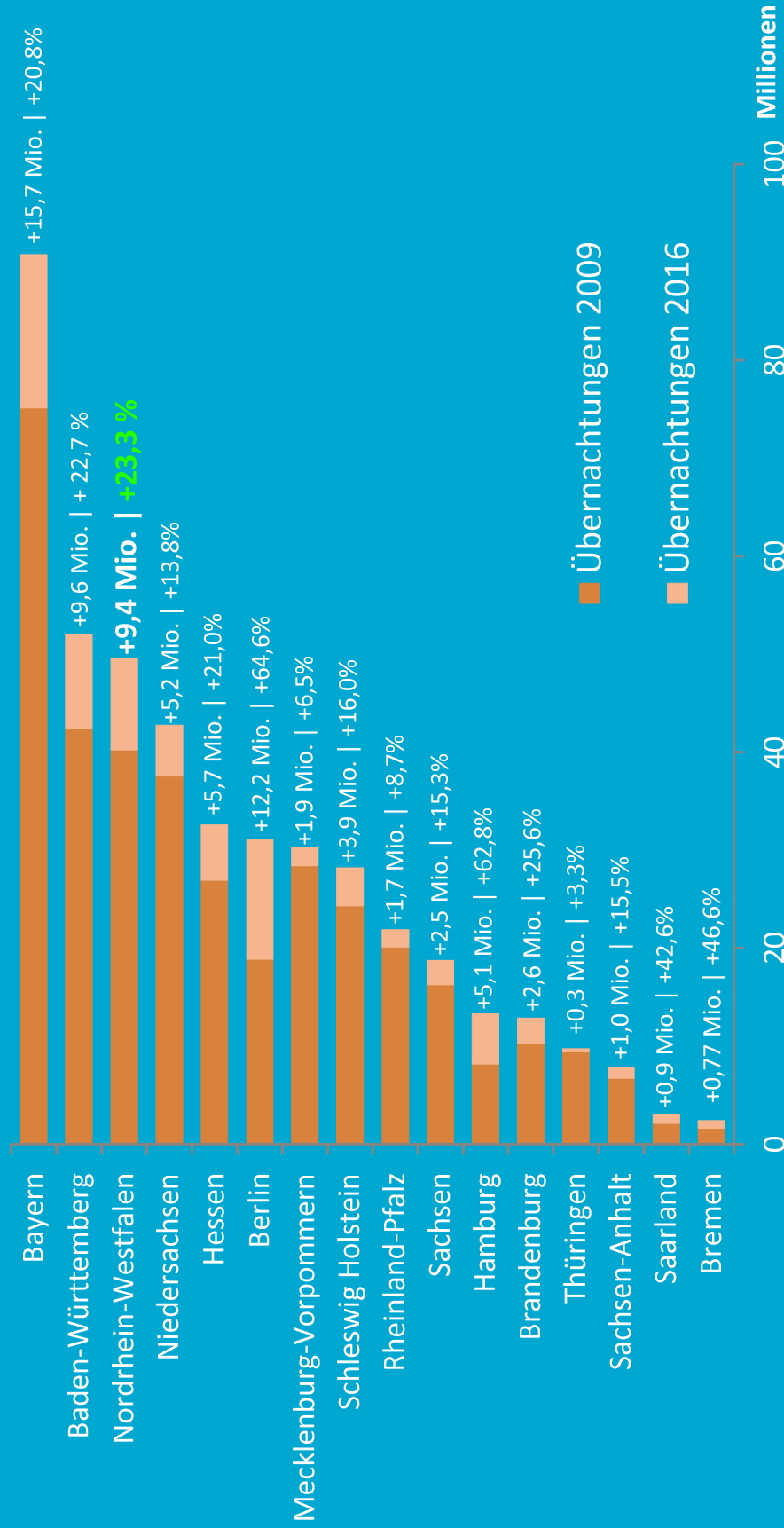


Quelle: IT.NRW 2009–2017, rundungsbedingte Abweichungen in der Summenbildung möglich
*Meldepflichtige Beherbergungsbetriebe: bis 2011 ab 9 Betten, ab 2012 ab 10 Betten, inkl. Camping



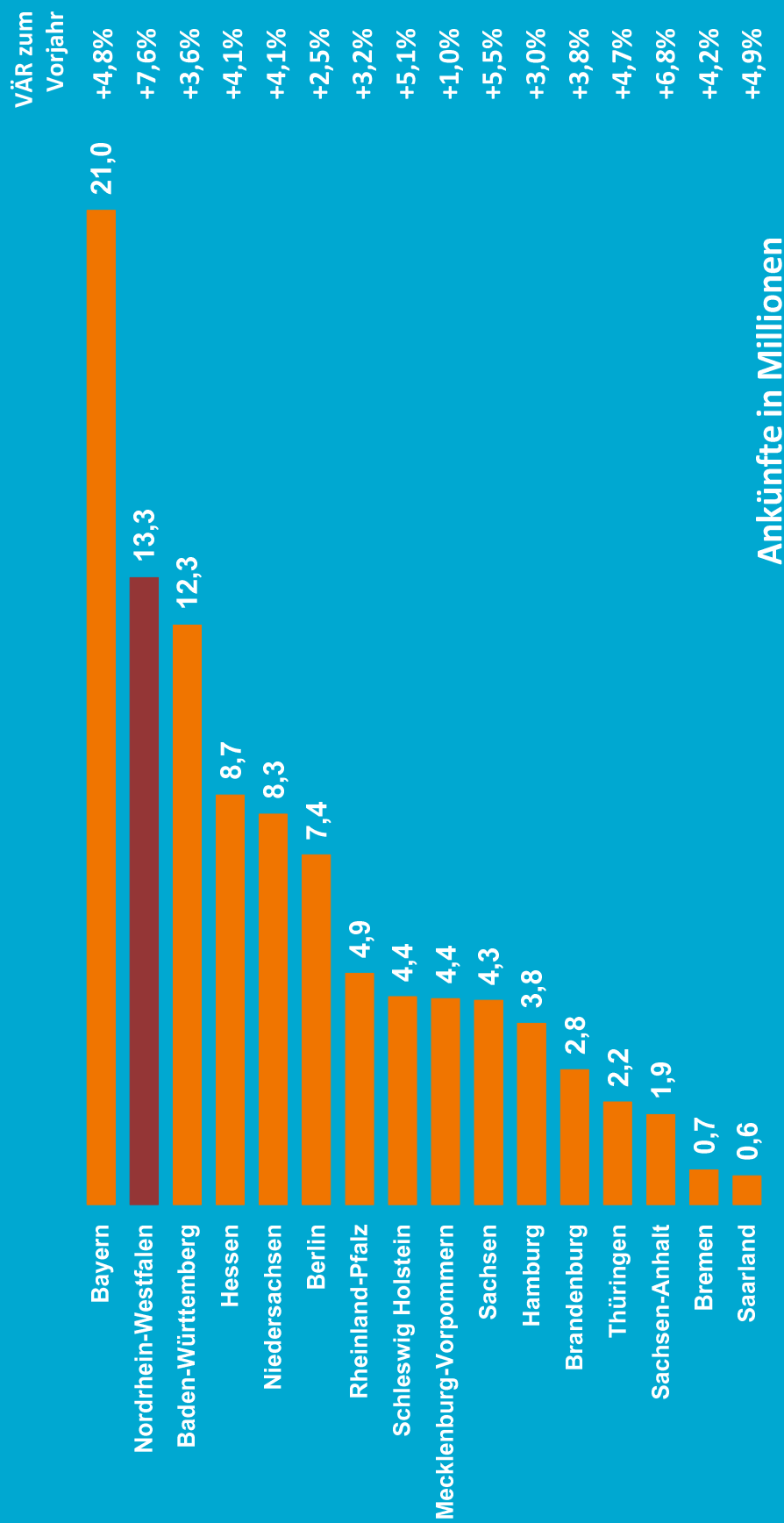
Übernachtungsentwicklung Bundesländer 2009-2016

Top 5: NRW wächst am stärksten



Quelle: Tourismus NRW e.V. nach Statistisches Bundesamt Deutschland 2016

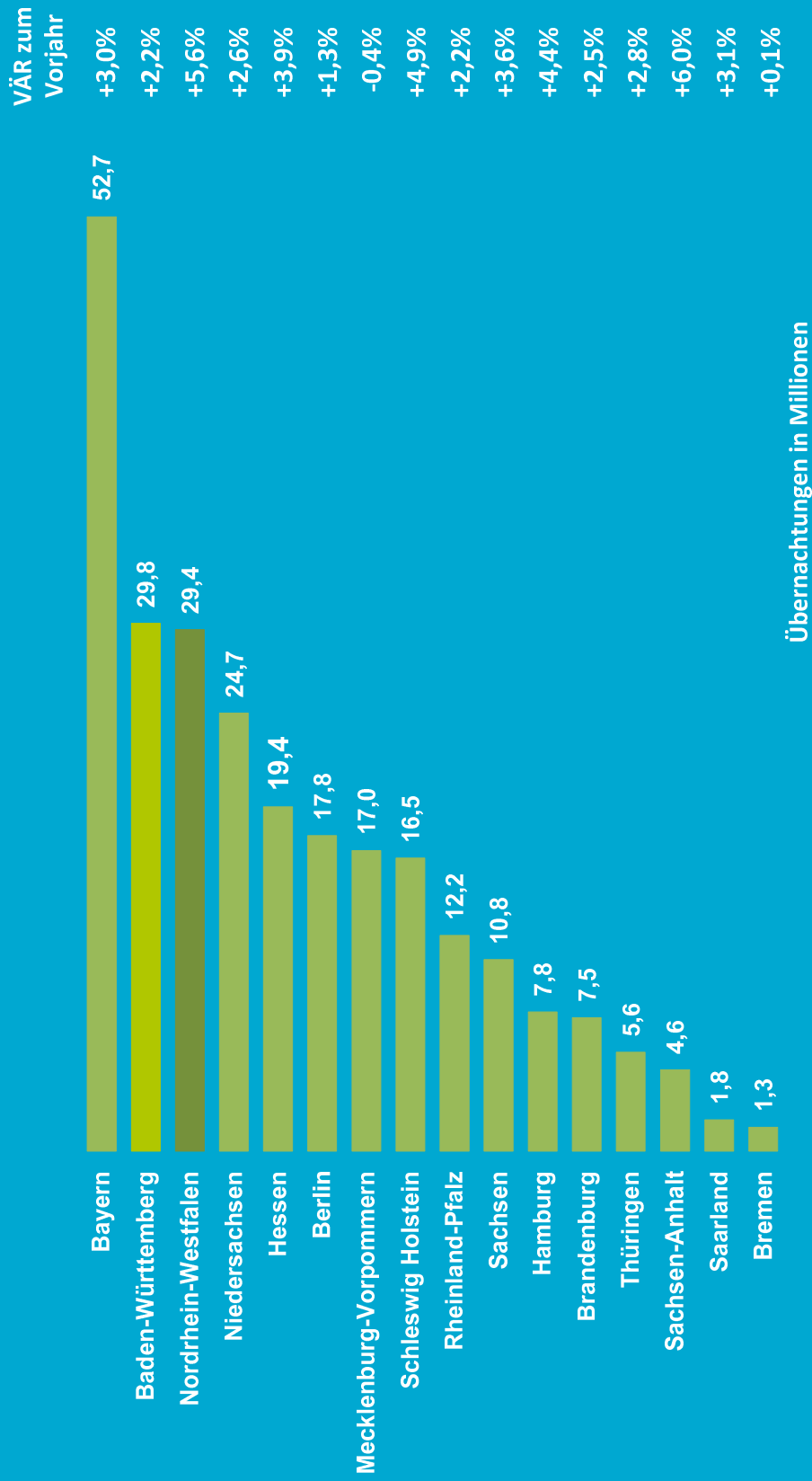
Höchster Zuwachs bei den Ankünften – Jan. – Jul. 2017



Quelle: Tourismus NRW e.V. nach Statistisches Bundesamt Deutschland Jan. – Jul. 2017

... und auch bei den Übernachtungen

– Jan. – Jul. 2017



Quelle: Tourismus NRW e.V. nach Statistisches Bundesamt Deutschland Jan. - Jul. 2017

Tagesreisen werden vermehrt durch Kurzurlaube substituiert



Quelle: GfK/IMT DestinationMonitor Deutschland 2012-2016

Qualitätskennzahlen 2016 – bei Urlaubsreisen NRW holt auf – aber mit Luft nach oben.

Qualitätseinschätzung	NRW	VÄR	Ø-Deutschland	Platzierung
Gesamtbewertung „sehr gut“	62 %	+4 %-Pkt.	66 %	12
Wiederbesuchsabsicht „ganz bestimmt“	47 %	+2 %-Pkt.	49 %	8
Weiterempfehlungsbereitschaft „ganz bestimmt“	62 %	+5 %-Pkt.	72 %	14

Quelle: GfK/IMT DestinationMonitor Deutschland 2016

„Qualität“ wesentliche Ergänzung in der Fortschreibung des Masterplans

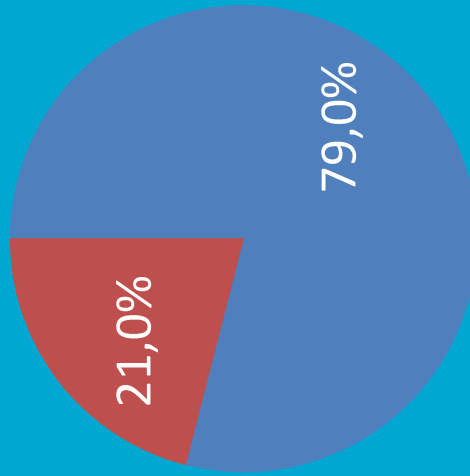
- SQ
- DTV Klassifizierung
- Barrierefrei
- Trust you
- DEHOGA Hotelklassifizierung
- Wanderbares Deutschland
- Bed+Bike



Gäste kommen überwiegend aus dem Inland

Beherbergungsstatistik*

49,6 Mio. Übernachtungen 2016

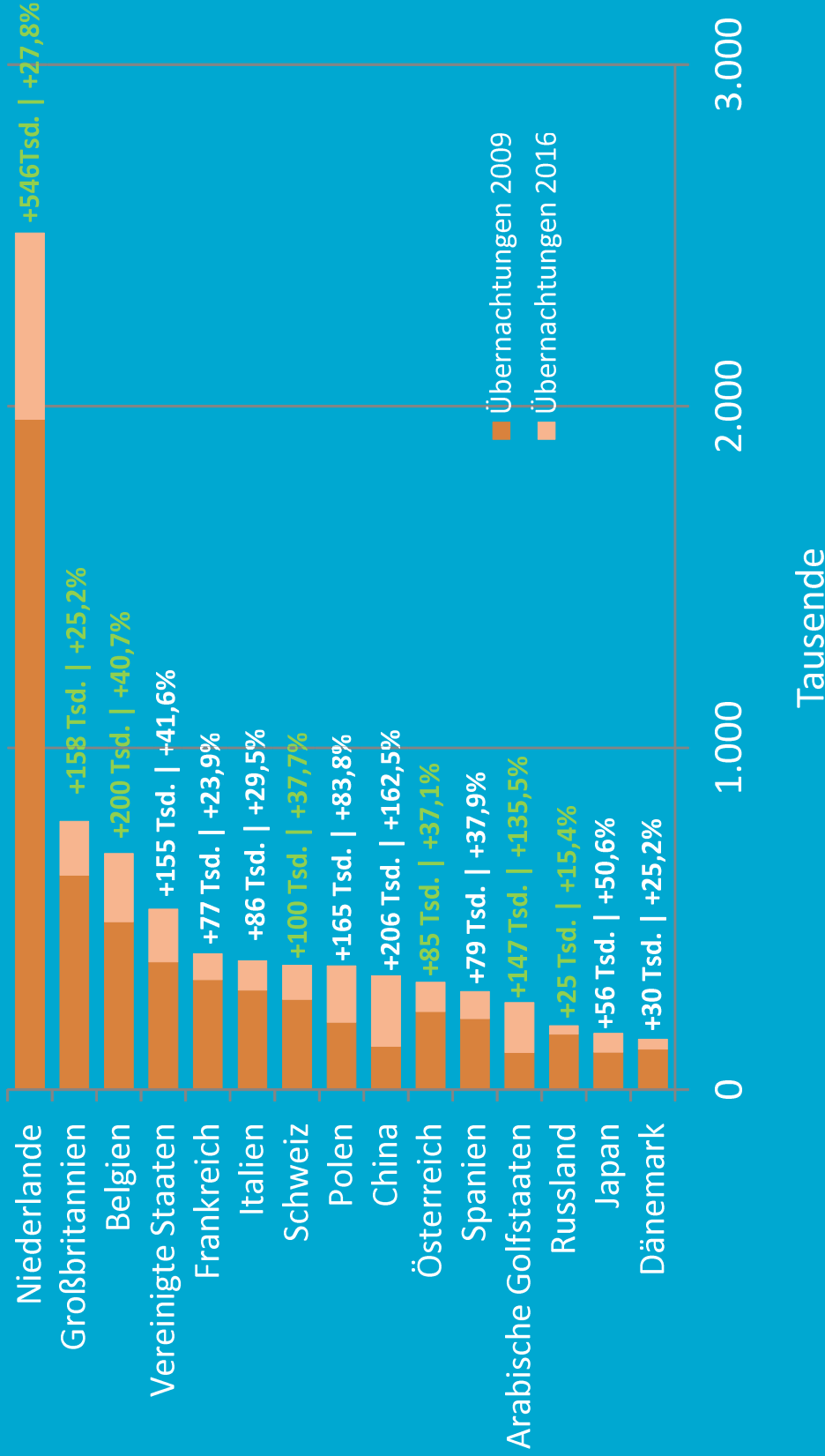


- Inländer (39,2 Mio. Übernachtungen)
- Ausländer (10,4 Mio. Übernachtungen)

* IT.NRW, meldepflichtige Betriebe ab 10 Betten

Incoming Top 15 2009-2016

3 Millionen zusätzliche Übernachtungen seit 2009



Quelle: Tourismus NRW e.V. nach Statistisches Bundesamt Deutschland 2016

Wirtschaftsfaktor Tourismus

Was sind die Effekte des Tourismus? (2015)

harte Faktoren

- 41,1 Mrd € touristischer Konsum in NRW
- 424.000 Menschen (4,7 % aller Erwerbstätigen) direkt im Tourismus beschäftigt
- 573.000 Menschen (6,34 % aller Erwerbstätigen) inkl. Vorleistungen
- 25,1 Mrd. € Bruttowertschöpfung (m. Vorl.)
- Anteil Bruttowertschöpfung in NRW: 4,6%



Marketing und Kommunikation – laut Masterplan

- Aufbau einer Identität für das Reiseland Nordrhein-Westfalen – ausgehend von Reiseanlässen
- Strategisches Landesmarketing für „Dein NRW“ als zielgruppenorientiertes Themenmarketing

Sieben Landesproduktmarken

**NORRHEIN
RHEIN
WEST
FALEN**

**NORRHEIN AKTIV
WESTFALEN**

**NORRHEIN BUSINESS
WESTFALEN**

**NORRHEIN GESUND
WESTFALEN**

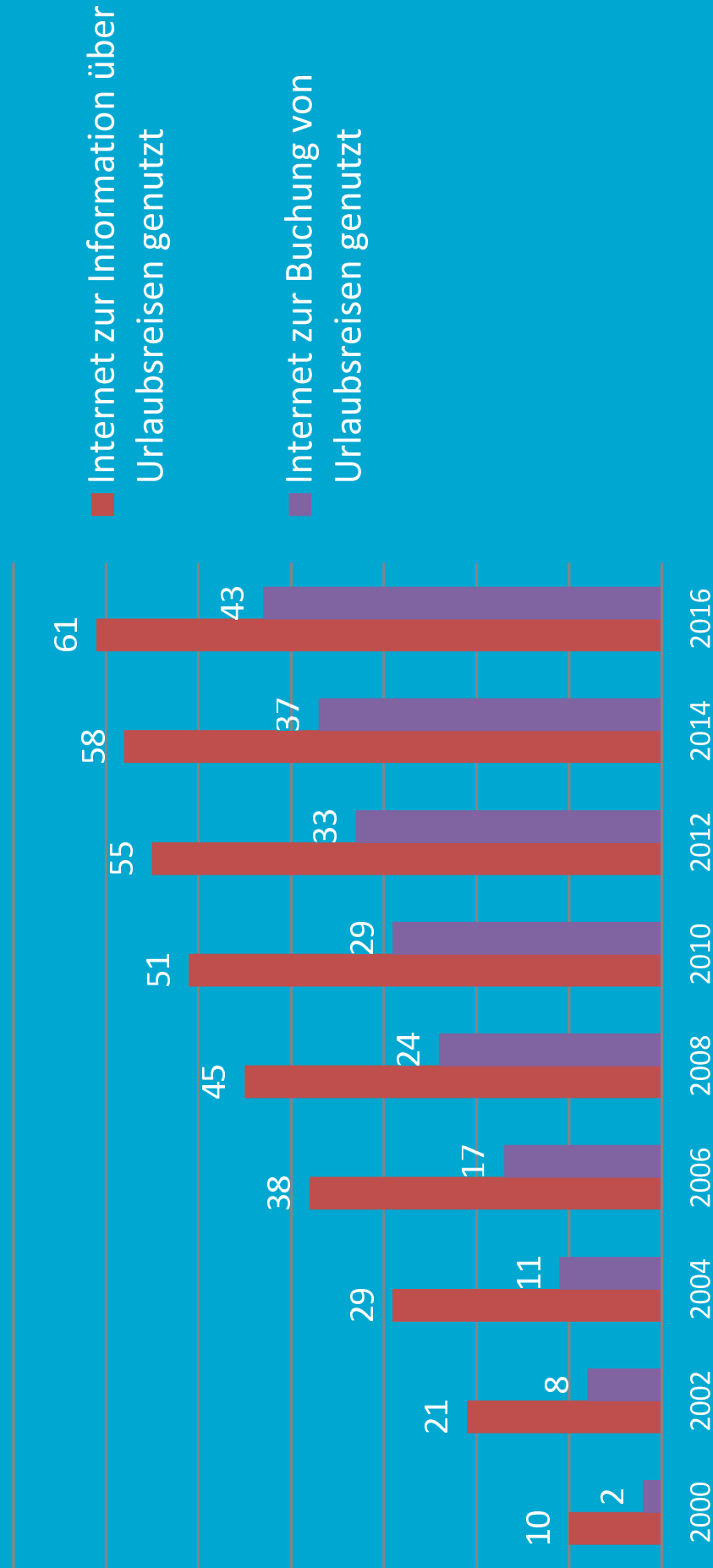
**NORRHEIN KULTUR
WESTFALEN**

**NORRHEIN STÄDTE
WESTFALEN**

**NORRHEIN NATUR
WESTFALEN**

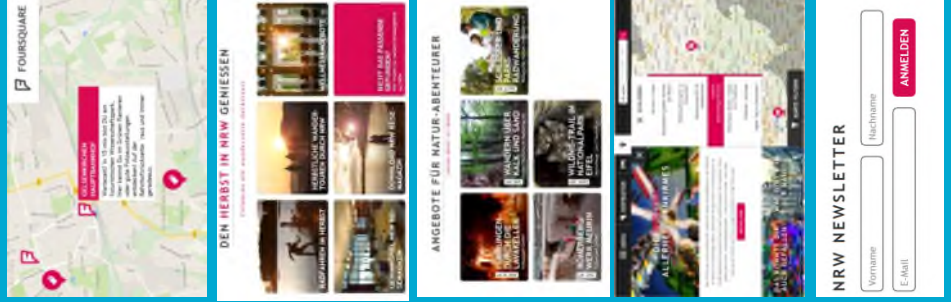
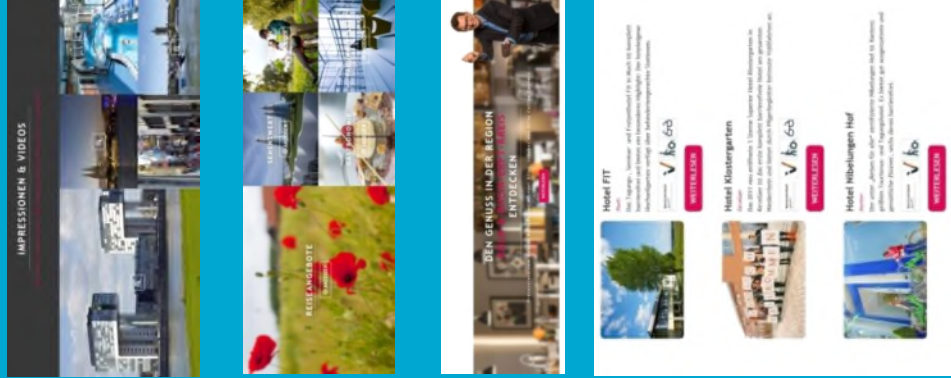
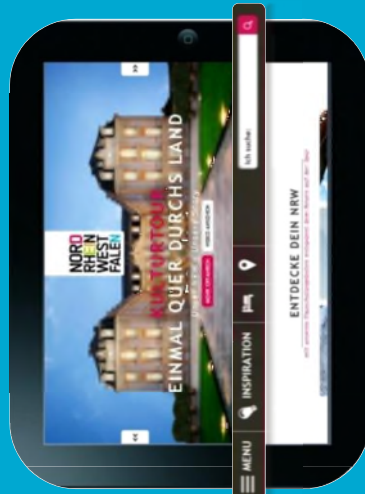
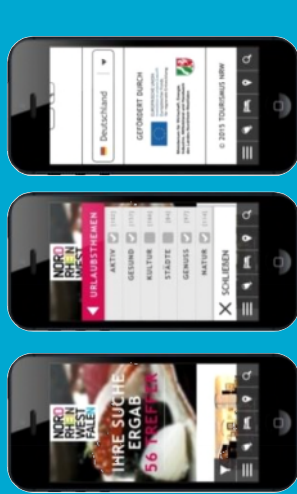
**NORRHEIN GENUSS
WESTFALEN**

Buchungsverhalten zunehmend online:



Basis: Deutschsprachige Bevölkerung 14+ Jahre, bis 2010 nur Deutsche. Quelle: Reiseanalyse 2002 bis 2016

B2C Portal „Dein NRW.de“



Integrierte Strategie für die digitale B2C -Kommunikation

- Dein NRW.de
- De, nl, engl. jeweils responsiv
- Social-Media-Kanäle im B2C-Bereich
 - Facebook
 - Instagram
 - Twitter
- Newsletter
- Online-Marketing

... und quer über alle Kommunikationskanäle

- NRW-Magazin als Leitmedium im Print-Marketing
- Mit der Online Kommunikation vernetzt
- Bestandteil des Geschäftsmodells des NRW-Tourismus gemäß der Masterplan Strategie

#neuentdecken

→ Aussteuerung v.a.
außerhalb NRW



#neuentdecken

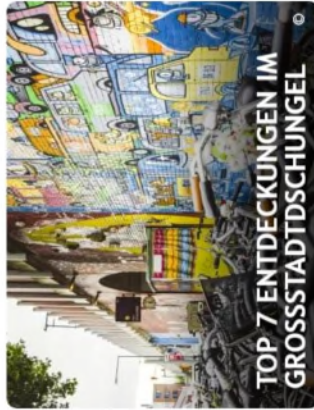
LIEBLINGSORTE & TIPPS VON TIMO

#neuentdecken

Großstadttschungel, Biergenuss & Rheinmetropole



TROIS ROIS - STADTLABEL



TOP 7 ENTDECKUNGEN IM
GROSSSTADTDSCHUNDEL



BIERROUTEN



GESCHICHTEN UND FUN
FACTS RUND UMS BIER



BIERGENUSS



BRÄUEREIEN UND BRAU-
HAUSER

facebook


Registrieren

E-Mail-Adresse oder Handynummer

Passwort

Konto vergessen?

Anmelden



NORD RHEIN WEST FALEN

Dein NRW
@DeinNRW

Startseite

Info

Beiträge

Instagram @deinnrw

Twitter @deinnrw

Bewertungen

Fotos

Videos

Community

Eine Seite erstellen

👍
Gefällt mir

👤
Empfehlen

...

Registrieren

Nachricht senden

Touristeninformation in Düsseldorf

4,4 ★★★★★

Community

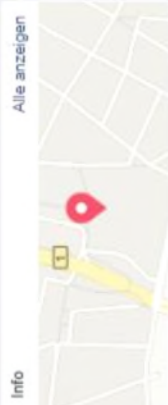
👍 92.633 Personen gefällt das

📶 91.440 Personen haben das abonniert

📍 784 Personen waren hier

Info

Alle anzeigen



0211 91320500

Antwortet i. d. R. innerhalb von ein paar Stunden

Contact Dein NRW on Messenger

www.dein-nrw.de

Touristeninformation · Reiseunternehmen

Impressum

Personen

>

★★★★★

92.633 „Gefällt mir“-Angaben




784 Besuche


Beiträge

Dein NRW hat 4 neue Fotos hinzugefügt.

21. Juli um 05:15 €

"Mein Beruf geht mitten innert Herz"... Lerne jetzt Köbes Timo kennen, der nicht nur Kölsch, sondern auch Harleys, Tattoos und sein "Nippes" liebt! [www.dein-nrw.de/koesbes](#) #neuentdecken #DeinNRW @Raiph Sondermann



👍 Gefällt mir

👤 Kommentieren

Marion Kramer, Alexander Esslinger, Tina Ru und 205 anderen gefällt das

Top-Kommentare

Presse und PR

B2B-Kommunikation:

- B2B-Portal www.touristiker-nrw.de vernetzt Tourismusakteure in NRW
- B2B-Newsletter „NRW.Touristik Update“
- Trendmagazin
- Branchenkommunikation

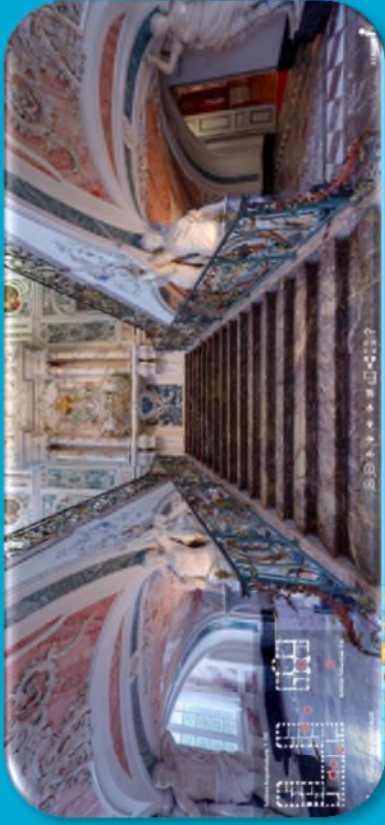
Presse

- Touristische Nachrichtenagentur
- NRW-Tournews (www.nrw-tournews.de)
- Pressearbeit & Blogger Relations
- Themenpakete
- Twitter
- Flickr



Hochwertiger Inspirationscontent

→ VR-Brillen & UNESCO-Panoramen



Regionen und Leistungsträger nutzen das Landesmarketing als Plattform

- Inspiration v.a. durch Storytelling und Content-Aufbau entlang der Markenwerte
- Integrierte Kampagnen; z.Zt. Dein NRW „Neu Entdecken“
- Ergänzung: Möglichkeit, Unterkunft und/oder Package zu buchen (Weiterleitung)



HERMANN UND DIE HANSESTÄDTE, BURGEN UND BAHNROMANTIK



FASZINATION EXTERNSTEINE

Eines der bekanntesten Naturdenkmale des Nationalparks Teutoburger Wald / Eggegebirge steht ebenfalls an den Hermannshöhen: die Eüstern- und Hameln. Unterwegs ins Westerwaldpassieren Wanderer zudem eines der sternenhellsten Wälder, das sowohl christliche Andachtsstätte als auch heidnisches Heiligtum sind. Ganz in der Nähe ruht Hermann sein Schwert bei Detmold mehr als 50 Meter hoch in des Himmels. Zahlreiche weitere Baudenkmäler wie die Spurenrömerburg in Bielefeld, Burg Ravensberg hoch über der Leichensteinstadt Sorpholzhausen, Schloss Neuhaus in Paderborn und die Raststätte der Jungfernhöhle im Teutoburger Wald sind Zeugnisse der faszinierenden Geschichte der Region.



Zwei Naturparke, fünf Qualitätswege und zahlreiche historische Glanzlichter

Die Natur- und Kulturlandschaft des Teutoburger Waldes ist ein Schatz für die Region. Die Natur- und Kulturlandschaft des Teutoburger Waldes ist ein Schatz für die Region. Die Natur- und Kulturlandschaft des Teutoburger Waldes ist ein Schatz für die Region.



AB 419,00 €

Die Natur- und Kulturlandschaft des Teutoburger Waldes ist ein Schatz für die Region. Die Natur- und Kulturlandschaft des Teutoburger Waldes ist ein Schatz für die Region.

WEITERLESEN

Die Natur- und Kulturlandschaft des Teutoburger Waldes ist ein Schatz für die Region. Die Natur- und Kulturlandschaft des Teutoburger Waldes ist ein Schatz für die Region.

TRADITIONELLE HEILBÄDER UND KURORTE SOWIE AUSGEREICHTE REIS- UND WEINERWEGE: EIN URLAUB IM TEUTOBURGER WALD IST GESUND UND ABSOLUT ENTSPANNEND.

die Region durch die **Waldwege** und den **Teutoburger Wald** liegt, punktet mit einer flachen, kinderfreundlichen Streckenführung. Und auch auf dem **Waldweg**, der über 175 Kilometer von Hildesheim bei Paderborn durch das Harzgebirge bis zur Mündung der Eise in die Nordsee verläuft, sind keine nennenswerten Anstiege zu erwarten.

EIN HALT IN DEN STÄDTEN

Unterwegs können Besucher immer wieder an Städten vorbeiziehen, die einen langen Aufenthalt lohnen: in **Bielefeld** zum Beispiel gehören die historische Altstadt, die **Rathaus** und die **Waldwege** zum **Waldweg** zu den **Aufstiegs**.

Ein weiterer Höhepunkt der Region ist das **Museum Maria Theresia**. Der Bau mit seinen geschwungenen Formen wurde vom US-amerikanischen Stararchitekten **Frank O. Gehry** entworfen.

WEITERLESEN

Die Natur- und Kulturlandschaft des Teutoburger Waldes ist ein Schatz für die Region. Die Natur- und Kulturlandschaft des Teutoburger Waldes ist ein Schatz für die Region.

MIT DER HEILKRAFT DER SOLE

Die **Waldwege** sind ein Schatz für die Region. Die Natur- und Kulturlandschaft des Teutoburger Waldes ist ein Schatz für die Region.

AB 419,00 €

Die Natur- und Kulturlandschaft des Teutoburger Waldes ist ein Schatz für die Region. Die Natur- und Kulturlandschaft des Teutoburger Waldes ist ein Schatz für die Region.

WEITERLESEN

Die Natur- und Kulturlandschaft des Teutoburger Waldes ist ein Schatz für die Region. Die Natur- und Kulturlandschaft des Teutoburger Waldes ist ein Schatz für die Region.

WEITERLESEN

Die Natur- und Kulturlandschaft des Teutoburger Waldes ist ein Schatz für die Region. Die Natur- und Kulturlandschaft des Teutoburger Waldes ist ein Schatz für die Region.

Integriertes Controlling

Dem Neuen auf der Spur



EFRE-Projekte

(Laufzeit 2016-2019)

- Acht Projektvorhaben mit einem Volumen von 10,8 Mio. Euro
- 32 Projekt-Partnerschaften
- Ausgerichtet am Schwerpunkt Innovation und KMU gemäß Richtlinie EFRE
- Bearbeitung der Landesproduktmarken
- Zielrichtung der Projekte:
 - Know-How Transfer
 - Neue Entwicklungen und Netzwerke
 - Marketing



EFRE.NRW
Investitionen in Wachstum
und Beschäftigung

Gesundheitstourismus 4.0

Projektziel:

Mit dem Projekt sollen gezielt die Kompetenzen für digitale Anwendungen und Dienstleistungen bei gesundheits-
touristischen Anbietern in Nordrhein-
Westfalen gefördert werden.

→ Neue Kunden für die Heilbäder, Kurorte
und Gesundheitsregionen



2014

EFRE.NRW

Investitionen in Wachstum
und Beschäftigung

Landesweite touristische Innovationswerkstatt

Projektziel:

Mit gezielten Qualifizierungsmaßnahmen werden touristische Betriebe in die Lage versetzt, neue Trends, innovative Produkte und zeitgemäße Serviceleistungen zu entwickeln.



Schulungsschwerpunkt: 257 Veranstaltungen



57 x

Digitalisierung &
Big Data



116 x

Innovative
Produkt- und
Angebots-
entwicklung



40 x

Marketing und
Vertrieb



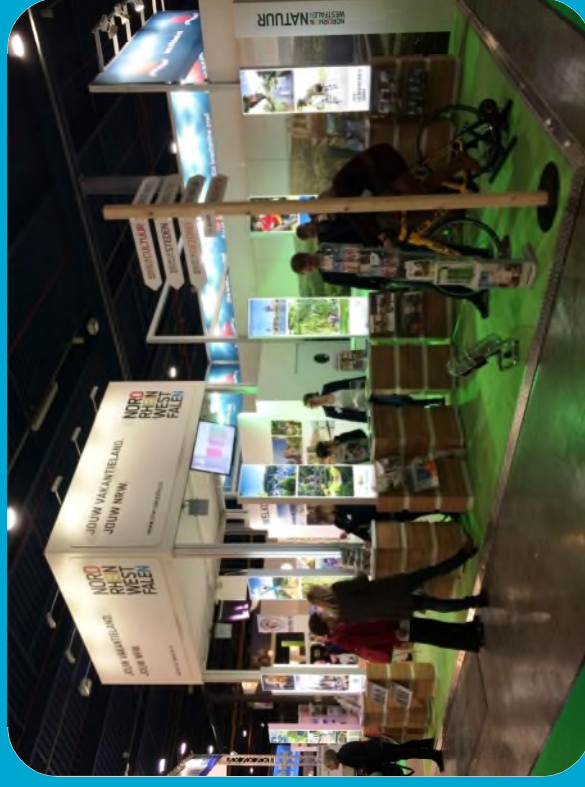
44 x

Betriebs-
wirtschaftliche
Themen



Auslandsmarketing: Fit im Netzwerk

- Erste Bearbeitung der Märkte:
 - Benelux
 - UK
- im Rahmen der Landesstrategie
- Auslandsfit erhöhen
- Marktanalyse Polen



2014
EFRE.NRW
Investitionen in Wachstum
und Beschäftigung

Weitere EFRE-Projekte

- Qualifizierungsoffensive: MICE-Markt der Zukunft
 - „Future Meeting Space“
- Gutes aus NRW genießen
- Sehnsuchtsziel Natur
- Innovationsprogramm KulturReiseLand NRW



NRW als Destination von urban Lifestyle und Szene

CREATIVE.NRW

Standortmarketing für die Kreativwirtschaft für NRW

Tourismus NRW
Dem Neuen auf der Spur

Tourismuskommunikation und Public Relations



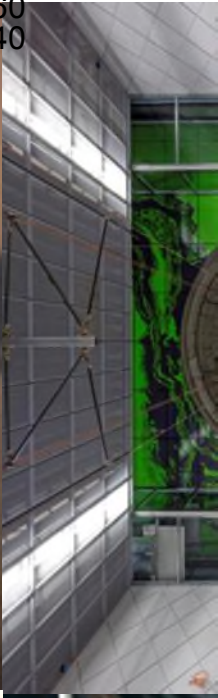
2014
EFRE.NRW
Investitionen in Wachstum
und Beschäftigung



Urban Art



Digitale Szene



Design



Mode



Festival



Musik



#urbanana

Projektziele:

1. Förderung des kreativ orientierten und digital organisierten Städtetourismus in NRW, insbesondere in Düsseldorf, Köln und der Metropole Ruhr mit besonderem Fokus auf die Großräume Frankfurt und Antwerpen
2. Erschließung von Wertschöpfungspotentialen durch Zusammenarbeit von Tourismus- und Kreativwirtschaft.

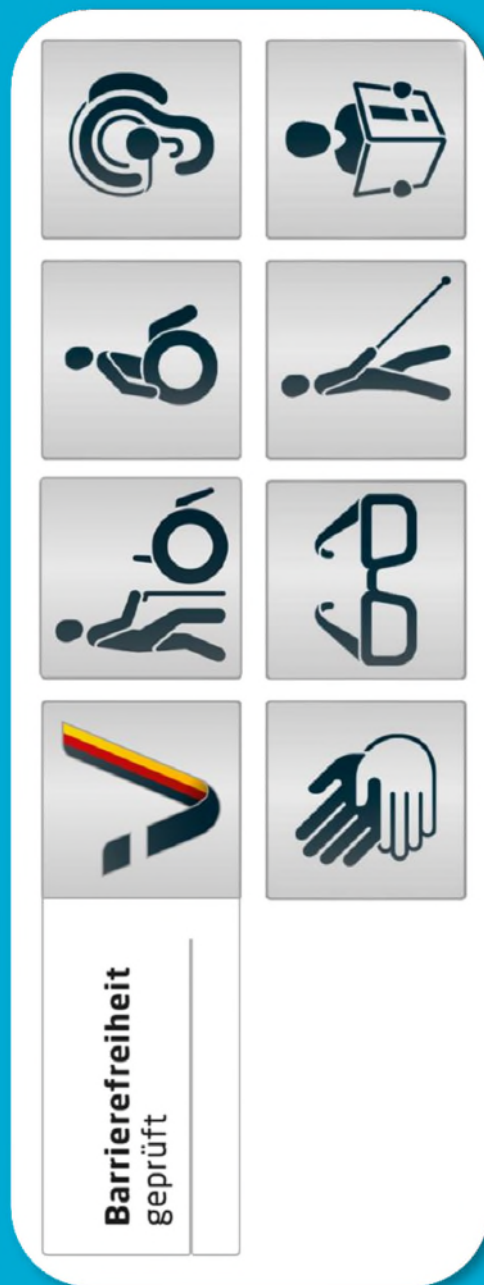


Nominiert für den Kulturmarkenaward 2017
als „Europäische Kulturtourismusregion des
Jahres“



Reisen für Alle

„Reisen für Alle“ ist die bundesweit gültige Kennzeichnung im Bereich Barrierefreiheit!



Reisen für Alle

Maßnahmen:

- Tourismus NRW ist Masterlizenznehmer
- Beratung und Akquise von Betrieben
- Übernahme von Vorträgen, Workshops und Schulungen
- Ansprechpartner für die Regionen
- Vermarktung der Angebote (Homepage, Broschüren, Messen)

→ **140 zertifizierte Betriebe**



Ausblick

→ Fortschreibung der Landestourismusstrategie

Fortschreibung der Landestourismusstrategie

Neue Antworten auf...

...die Veränderung der Angebots- und Nachfrageseite

...die Auswirkungen der Digitalen Transformation



Wie entwickelt sich die Nachfrageseite?



Quelle: Statistische Bundesamt, 2015:
<https://service.destatis.de/bevoelkerungspyramide/#y=2040>



Wie entwickelt sich die Angebotsseite?



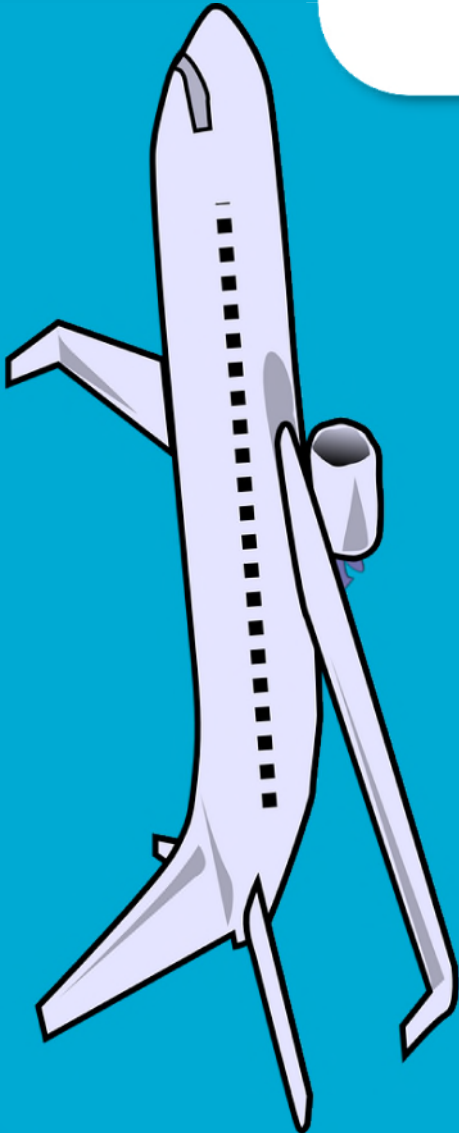
Museum of the Future, Dubai

Digitale Transformation:

- Unsere Daten und Contents müssen den Kunden finden – nicht umgekehrt.
- Neue kreative Lösung für touristische Online-Services in ganz neuen Allianzen finden
- Tourismus als Schaufenster/Showcase digitaler Modellregionen



Wachsendes Bedürfnis nach Verortung





The Airbnb logo, consisting of a white outline of a stylized 'A' on a red rounded rectangle, followed by the word 'airbnb' in white lowercase letters on a red rounded rectangle.



The 'Spotted by Locals' logo. 'Spotted' is in large dark blue letters with a green eye-like shape over the 'o'. 'by' is in smaller dark blue letters. 'Locals' is in large dark blue letters. Below it, the tagline 'Experience cities like a local' is written in green.

Was macht einen Lebensort attraktiv?

- Gutes Freizeitangebot
- Gastronomie
- Kultur
- Gepflegtes Grün
- Funktionierende Infrastruktur
- Ortsbild und Architektur
- ...





- Wonderful Copenhagen, 2017

Wirtschaftsförderung: Wettbewerb um Köpfe

- Start-Ups attraktive Möglichkeiten bieten:
 - Lebensräume und Milieus schaffen, die die Gründerszene ansprechen
 - Und ihnen adäquate Möglichkeiten der Co-Creation und Partizipation bieten



Tourismus war...

...Fremdenverkehr

...dann Gäste, die Geld ausgeben = Wirtschaftsfaktor

...und Standortfaktor und Standortbotschafter

...jetzt „Localhood for everyone“?

Beispiel: Sauerland Baukultur



Sauerland-Baukultur
Strategien für den Tourismus

Sauerland > Portrait > Sauerland Baukultur

Sauerland-Baukultur

Die Brücke über dem Felsenmeer in Hemer oder das Lüdenscheider Pendel - sie sind zwei von vielen Beispielen für Baukultur bei uns im Sauerland. Im Rahmen des Projektes „Sauerland-Baukultur - Strategien für den Tourismus“ haben wir nach Ihrer Meinung gefragt. Über eine Foto-Aktion wollten wir wissen: **„Was ist Sauerländer Baukultur und wo gibt es Beispiele?“**



Sauerland-Baukultur gesucht

Beispiel: Sauerland Baukultur

Portrait Erlebnisse planen & buchen Sauerland für... Service

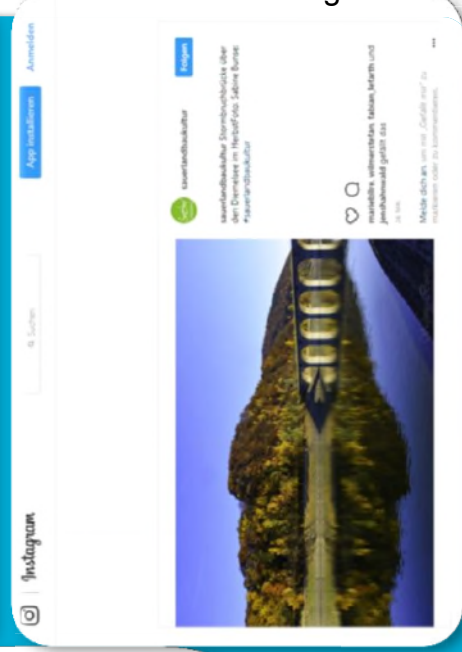
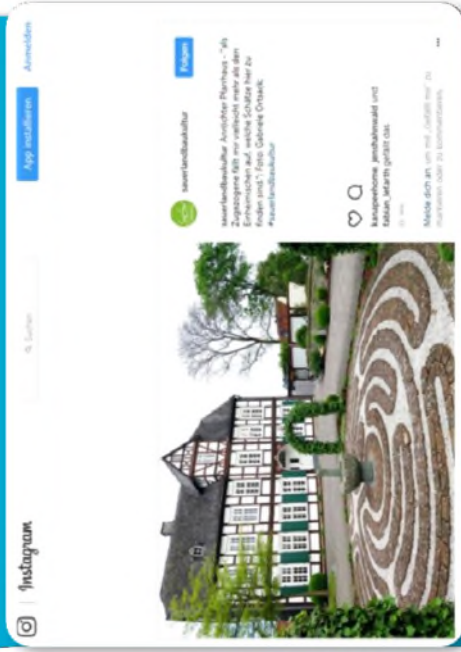
Sauerland > Portrait > Sauerland-Baukultur > **Sauerland-Baukultur gesucht!**

Sauerland-Baukultur gesucht!

Die Brücke über dem Feisenmeer in Hemer - sie ist nur eines von vielen Beispielen für Baukultur bei uns im Sauerland, das uns im Rahmen der Aktion erreicht hat. Im Rahmen des Projektes "Sauerland-Baukultur | Strategien für den Tourismus" haben wir nach Ihrer Meinung gefragt. Was ist für Sie Sauerländer Baukultur und wo gibt es sie? Ihrem Ideenreichtum waren dabei keine Grenzen gesetzt. Die Fotos konnte man dann direkt mit dem Smartphone unter dem Hashtag **#sauerlandbaukultur** bei Instagram hochladen oder per Mail an baukultur@sauerland.com schicken. Einsendeschluss der Beiträge war der 30.8.2017.



Eine junge Dame fotografiert das Kunsthaus Alte Mühle in Schmallenberg. © Sauerland-Tourismus / Rouven Soyka



Tourismustag 2017

- 09. November im Hangar
Mönchengladbach
- Thema „Dem Neuen auf der
Spur – Future Lab Tourismus
2025“





Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!