

An die
Mitglieder der
Enquete-Kommission 17/1 „Tourismus RLP“

Enquete-Kommission 17/1 „Tourismus RLP“
28. Sitzung der Enquete-Kommission 17/1 am 2. September 2020
TOP 2 „Corona-Sommer“ - aktueller Lagebericht
hier: Sprechvermerk

Anliegend erhalten Sie den in der 28. Sitzung am 2. September 2020 zugesagten Sprechvermerk von Staatssekretärin Daniela Schmitt zu TOP 2 „Corona-Sommer“ – aktueller Lagebericht.

Abteilung P - Parlament

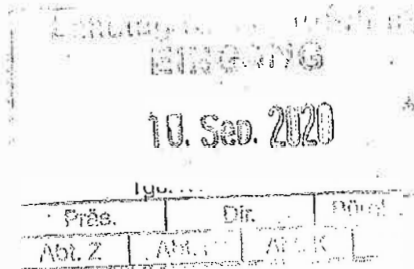
Anlage



Ministerium für Wirtschaft, Verkehr, Landwirtschaft und Weinbau
Postfach 3269 | 55022 Mainz

Vorsitzende der Enquete-Kommission 17/1
Wirtschafts- und Standortfaktor Tourismus
in Rheinland-Pfalz
Frau Ellen Demuth, MdL
Landtag Rheinland-Pfalz
55116 Mainz

STAATSEKRETÄRIN
Daniela Schmitt
Stiftsstraße 9
55116 Mainz
Telefon 06131 16-2551
Telefax 06131 16-4438
poststelle@mwwlvw.rlp.de
www.mwwlvw.rlp.de



September 2020

**28. Sitzung der Enquete-Kommission 17/1
Wirtschafts- und Standortfaktor Tourismus in Rheinland-Pfalz
am 2. September 2020
TOP 2 „Corona-Sommer“ – aktueller Lagebericht**

Anlage: Redemanuskript

Sehr geehrte Frau Vorsitzende,

in der Anlage sende ich Ihnen, wie in der Sitzung zugesagt, mein Redemanuskript zu TOP 2 der Sitzung der Enquete-Kommission Tourismus RLP am 2. September 2020.

Darin sind u.a. die Auswertung zu den Erfolgsfaktoren der Tourismuskampagne „Deine goldene Zeit in Rheinland-Pfalz – Rette Deinen Sommer!“ enthalten.

Zu dieser Tourismuskampagne darf ich ergänzend auf die Vorlage EK 17/1-164 vom 13. Juli 2020 verweisen.

Mit freundlichen Grüßen

Daniela Schmitt

Rede

der Staatssekretärin im Ministerium für
Wirtschaft, Verkehr, Landwirtschaft und Weinbau

Daniela Schmitt,

anlässlich

der Sitzung der Enquete-Kommission
Wirtschafts- und Standortfaktor Tourismus in Rheinland-Pfalz

TOP 2 „Corona-Sommer“

am 2. September 2020, 12 Uhr per Videokonferenz

Sehr geehrte Frau Vorsitzende,
sehr geehrte Mitglieder der Enquete-Kommission Tourismus,
sehr geehrte Damen und Herren,

gerne nehme ich die Gelegenheit wahr, Ihnen einen aktuellen Bericht zur wirtschaftlichen Lage im Tourismus zu geben.

Der Zeitpunkt ist genau richtig.

Als ich das letzte Mal in der Enquete-Kommission berichtet habe, am 8. Mai, standen wir unmittelbar vor den ersten Lockerungen der Corona-Beschränkungen, mit denen wir dem Tourismus in Rheinland-Pfalz eine erste Perspektive eröffnet haben.

Heute – am Ende des Sommers 2020 – will ich eine erste vorläufige Bilanz ziehen. „Vorläufig“ deshalb, weil das Virus noch nicht verschwunden ist und weil wir im Moment in mehrfacher Hinsicht an einem Scheideweg stehen.

Das Infektionsgeschehen hat sich in den vergangenen Wochen wieder verschlechtert. Es ist leider nicht absehbar, ob es zu einem weiteren Wiederaufflammen der Pandemie kommt oder ob die bereits ergriffenen Maßnahmen ausreichend sind.

Genauso wenig können wir im Moment abschließend etwas über die künftige gesamtwirtschaftliche Entwicklung sagen. Wir alle haben letzte Woche die Meldung des Statistischen Bundesamtes vernommen: Das deutsche Bruttoinlandsprodukt ist im zweiten Quartal 2020 um 9,7 Prozent zurückgegangen.

Dieser Wert ist zwar etwas niedriger als die aufgrund vorläufiger Zahlen zunächst vermeldeten Minus 10,1 Prozent – gleichwohl handelt es sich um den höchsten Rückgang des Bruttoinlandsproduktes seit Beginn der vierteljährlichen BIP-Berechnungen für Deutschland ab dem Jahr 1970.

Wachstumszahlen für Rheinland-Pfalz liegen für das zweite Quartal dieses Jahres noch nicht vor. Wir müssen aber davon ausgehen, dass auch bei uns im Land die Entwicklung ähnlich sein wird wie im Bund.

Aktuell ist auf Bundes- und Landesebene eine gewisse Erholung der wirtschaftlichen Tätigkeit zu beobachten. Im Vergleich zum jeweiligen Vormonat steigen Produktion und Auftragseingänge, bei den Exporten gibt es ebenfalls vorsichtige Erholungszeichen.

Allerdings reicht die Entwicklung bei weitem nicht aus, um das Vorkrisenniveau wieder zu erreichen. Im jeweiligen Vergleich zum Vorjahresmonat haben wir in Bund und Land deutliche Einbußen zu verzeichnen.

Es ist somit auch offen, inwiefern die aktuelle wirtschaftliche Entwicklung tatsächlich der Anfang eines Aufschwungs ist und eine gesamtwirtschaftliche Erholung einsetzen wird; oder ob die aktuelle Entwicklung lediglich ein kurzes Zwischenhoch darstellt. Wir müssen für beides gewappnet sein.

Deshalb war und ist es richtig, dass der Bund wesentliche Maßnahmen zur Abmilderung der pandemiebedingten wirtschaftlichen Folgen verlängern will.

Hervorheben möchte ich vor allen Dingen die so genannte Überbrückungshilfe des Bundes, die eigentlich nur bis Ende August laufen sollte. Der Bund hat sich jetzt entschlossen, dieses Programm bis zum Jahresende laufen zu lassen.

Rheinland-Pfalz hat sich hierfür – für die Verlängerung des Programms bis zum Jahresende – in der Wirtschaftsministerkonferenz eingesetzt. Wir sind froh, dass es jetzt so kommt.

Aktuell – Stand gestern - wurden in Rheinland-Pfalz 1.887 Anträge auf Überbrückungshilfe gestellt, das beantragte Zuschussvolumen liegt bei 33.752.827,78 Millionen Euro, 63,91 % der Anträge wurden bewilligt und zur Auszahlung angewiesen.

Wenn wir dann noch berücksichtigen, dass im Rahmen der am 31. Mai ausgelaufenen Corona-Soforthilfe des Bundes Zuschüsse an unsere Unternehmen von über 530 Millionen Euro ausgezahlt wurden, ergänzt um gut 50 Millionen Euro an Landessofortkrediten und Landeszuschüssen, dann sind das gute und besorgniserregende Signale zugleich.

Einerseits stehen diese Summen für einen handlungsfähigen Staat, der sich für den Erhalt von Arbeitsplätzen und Unternehmen einsetzt, andererseits zeigen diese Summen aber auch, wie tief die Corona-Krise die Wirtschaft getroffen hat.

Die Landesregierung belässt es nicht bei Soforthilfen, sondern will über den Zweiten Nachtragshaushalt weitere Entwicklungsimpulse setzen.

Wir haben in Rheinland-Pfalz ganz bewusst kein klassisches Konjunkturprogramm aufgelegt – so etwas ist, wenn überhaupt, Aufgabe des Bundes und man muss auch immer die Grenzen und Probleme eines klassischen Konjunkturprogramms im Blick haben. Das zeigt uns die aktuelle Diskussion über die konjunkturelle Wirkung der temporären Mehrwertsteuersenkung nur zu deutlich.

Wesentliche Bestandteile des Maßnahmenpaketes des MWLW sind der Ausbau der Wirtschafts- und Innovationsförderung um 200 Mio. Euro sowie der Rettungsschirm für den ÖPNV, für den Rheinland-Pfalz vom Bund rund 128 Millionen Euro erhält, die mit rund 75 Millionen Euro an Landesmitteln kofinanziert werden sollen. Hinzu kommt ein Beteiligungsfonds für Start-Ups und mittelständische Unternehmen, der mit Landesmitteln von 50 Millionen Euro ausgestattet ist und durch 100 Millionen an Bundesmitteln ergänzt wird.

Schließlich werden wir den Tourismus mit 50 Millionen Euro unterstützen. Hierauf gehe ich gleich näher ein.

Anrede,

es ist richtig, dass wir in dieser außergewöhnlichen Krise unseren Unternehmen helfen.

Das gilt natürlich in besonderer Weise für den Tourismus in Rheinland-Pfalz.

Die Corona-Pandemie hat den Tourismus in unserem Land hart getroffen: Zwei Monate Stillstand in Beherbergungsbetrieben und Gastronomie sowie bei vielen Kultur- und Freizeiteinrichtungen, in der Ausflugsschiffahrt und in vielen anderen tourismusaffinen Bereichen hat die Kräfte vieler Unternehmen und Akteure gefordert.

Die Hilfen von Bund und Land konnten und können helfen, Engpässe zu überbrücken.

Entscheidend ist aber das, was ich in meinem letzten Bericht auch schon gesagt habe: Eigenen Umsatz zu generieren ist die beste Wirtschaftsförderung, die es gibt!

Die Pandemie ist gleichzeitig eine große Chance für Rheinland-Pfalz, denn wir können genau das bedienen, was die Leute jetzt suchen: Viel Platz, viel Natur, viel Kultur. Wir haben genau das Angebot, das jetzt gefragt ist.

Es ging daher auch ein deutlich spürbares Aufatmen durch die Branche, als Mitte Mai 2020 aufgrund der rückläufigen Infektionslage Lockerungen nach und nach erfolgen konnten und mit verantwortungsvollen Hygienekonzepten Urlaub in Rheinland-Pfalz wieder möglich wurde.

Die Corona-Pandemie hat uns dabei gezeigt: Tourismus ist so viel mehr als Urlaub machen.

Der Tourismus ist als Branche mit hohem Querschnittsbezug, also direkten und indirekten Effekten, ein bedeutender Wirtschafts- und Standortfaktor in und für Rheinland-Pfalz.

Er ist immer auch Freizeitangebot, Erlebnis- und Lebensqualität für die Menschen in unserem Land.

Das ganzheitliche Verständnis von Tourismus, das wir in der Tourismusstrategie noch erklären mussten, wurde in kürzester Zeit sehr anschaulich. Heute braucht es keine Überzeugungskraft mehr dafür: Tourismus ist harter und weicher Standortfaktor zugleich und ohne touristische Angebote fehlt ein großes Stück unserer Wirtschaftskraft und Lebensqualität. Das haben wir alle während des Lockdowns schmerzlich erlebt!

Und wir erleben es auch weiterhin, wenn derzeit wieder neue Risikogebiete ausgewiesen werden. Denn das bedeutet nicht nur, dass Leute nicht mehr nach Spanien oder in Teile der Türkei fliegen können. Es bedeutet auch Umsatzeinbrüche für die vielen kleinen Reisebüros und Unternehmen, die gerade Hoffnung hatten, dass das Geschäft wieder anläuft.

Anrede,

das Land hat bewusst in die Standortwerbung für das Reiseland Rheinland-Pfalz investiert.

Die Tourismuskampagne „Deine goldene Zeit in Rheinland-Pfalz – Rette Deinen Sommer!“ haben wir rechtzeitig zum Start der Sommerferien, einhergehend mit weiteren Lockerungen für Hotellerie und Gastronomie aufgelegt.

Wir haben damit den allgemeinen Trend zum Urlaub in Deutschland aufgenommen, um Rheinland-Pfalz als Urlaubsland in den Blick von potenziellen neuen Gästen abseits der bereits beworbenen Zielgruppen zu bringen und Umbucher sowie Stornierer konkret anzusprechen.

Ziel war es, kurzfristig den Menschen ein Angebot zu machen, nachdem sie in der schwierigen Zeit gesucht haben. Wir wollten die Menschen für Rheinland-Pfalz inspirieren, Rheinland-Pfalz sichtbar machen und Wertschöpfung in der gebeutelten Branche generieren. Das ging unserer Meinung nach am effektivsten mit schnell umgesetzter und gezielter Werbung!

Dafür haben wir rd. 380.000 Euro in die Hand genommen und eine Werbekampagne von 10. Juni bis 15. Juli 2020 durchgeführt.

Mit dieser Strategie lagen wir goldrichtig: Das zeigen die Zahlen der Evaluierung der mit der Tourismuskampagne beauftragten Agentur Boy – die Bilanz ist ausgesprochen positiv.

Wir haben es geschafft, einen großen Personenkreis wie durch die Anzeigen in Printmedien sowie die Online-Werbung zu erreichen und auf Rheinland-Pfalz als Urlaubsort aufmerksam zu machen.

Rheinland-Pfalz hat neue Zielgruppen erschlossen, das Image des Standorts wurde verjüngt. Wir haben neue Gäste angesprochen.

Kurz zusammengefasst:

Die Kampagne hat 60 Prozent mehr User auf die Seite der Rheinland-Pfalz Tourismus GmbH geleitet. Die Online-Anzeigen wurden über 43 Millionen Mal eingeblendet. Über Social-Media-Kanäle wurden 3 Millionen Nutzer erreicht. Die Tageszeitungen erreichten rund 6 Millionen Leser.

Etwas ausführlicher stellt sich die Situation folgendermaßen dar:

Mit Stand 15.07.2020 konnten im Rahmen der Tourismuskampagne „Deine goldene Zeit in Rheinland-Pfalz – Rette Deinen Sommer!“ 42.842 Nutzer auf die Website gastlandschaften.de geleitet werden. Die tatsächliche Anzahl liegt wesentlich höher, kann aber nicht gezählt werden, da über die Evaluierung nur Nutzer ermittelt werden konnten, die einer Erfassung durch Cookies auch zugestimmt haben.

Diese Zahl beinhaltet auch alle Nutzer, die durch andere laufende Kampagnen und Online-Aktivitäten auf die Seite kamen, also auch die parallelen regulären Marketingaktivitäten der RPT.

Die verschiedenen Anzeigen wurden über den Kampagnenzeitraum ca. 43 Millionen Mal eingeblendet, allein über Social Media-Kanäle wurden die Anzeigen ca. 11 Millionen mal eingeblendet und mehr als 3 Millionen Personen erreicht.

Die bespielten Kanäle (Google Ads, Display, Google Ads Search, Programmatic Advertising, Facebook und Instagram) wurden im Kampagnenzeitraum mehr als 250.000 Mal angeklickt.

In der Google-Suche wurden die Anzeigen knapp 200.000-mal angezeigt.

Insgesamt wurden aus der Tourismuskampagne ca. 2.000 Klicks auf die "Jetzt buchen" Buttons gezählt. Auch hier konnten nur die Nutzer erfasst werden, die der Verwendung von Marketing-Cookies aktiv zustimmten. So liegen auch hier die tatsächlichen Button-Klicks wesentlich höher.

Ein schöner Erfolg ist insbesondere, dass die Anzahl der jüngeren Nutzer auf der Website der RPT angestiegen ist: in der Altersklasse 18-24 Jahre um fast 85 Prozent und in der Altersklasse 25-34 Jahre um 66 Prozent.

Anrede,

die Tourismuskampagne war und ist ein wichtiger Baustein zur Bewältigung der Corona-Krise. Parallel hierzu liefen natürlich eine Reihe von weiteren Maßnahmen aller touristischen Akteure.

Ich bin beeindruckt, wie kreativ das Land – übrigens durch alle Branchen hindurch – mit der Krise umgegangen ist. Die Effekte haben sich gegenseitig verstärkt.

Aus meinen Gespräche mit der Branche habe ich mitgenommen: Eine Vielzahl von Betrieben ist trotz Corona gut gebucht und es wurden und werden auch längere Aufenthalte nachgefragt.

Mir ist vollkommen bewusst, dass diese Positivwerte eine Momentaufnahme sind. Ich will die Krise nicht kleinreden, aber bewusst Mut machen und unsere Resilienz in den Vordergrund stellen.

Die amtliche Statistik zeigt deutlich auf, dass wir nicht an unsere Werte aus den vergangenen Jahren anschließen können. Auch machen die Umfragen bei Betrieben deutlich: Die Lage ist weiterhin ernst.

Die Hilfen des Bundes werden nötig sein, um der Branche weiter zu helfen.

Anrede,

Corona hat den Tourismus schwer getroffen – das steht außer Frage.

Aber wir in Rheinland-Pfalz haben schwierige Situationen noch immer gut gemeistert. Wir haben uns nie entmutigen lassen. Wir haben uns auf das, was wir können, besonnen, die Ärmel hochgekrempelt und angepackt.

In diesem Sinne haben wir diesen Sommer über gewaltige Aufgaben gemeistert. Deshalb bin ich optimistisch: Wir in Rheinland-Pfalz werden diese Krise gut überstehen, schnell zu alter Kraft zurückfinden und unser Land wird dauerhaft an Stärke hinzugewinnen!

Vielen Dank.