

**Tabellarische Übersicht**  
**zur beihilferechtlichen Einordnung**  
**von Tätigkeiten der TOL**  
**(nach Anlagen 1 und 2 zum Betrauungsakt)**

Tätigkeiten der TOL nach Maßgabe der Anlagen 1 und 2 i. V. m. § 3 des Betrauungsaktes, unter Berücksichtigung der Konsozialvereinbarung der Gesellschafter der TOL und des Gesellschaftsvertrages	Tätigkeiten ohne finanzielle Unterstützung (erlösfinanziert)	Einordnung von Tätigkeiten, die durch die TOL-Gesellschafter (teilweise oder vollständig) finanziert werden		
		keine Beihilfe, weil Merkmale nicht sämtlich erfüllt	beihilfefrei als „DAWI“, mit Betrauungsakt	beihilfefrei auf andere Weise, als AGVO-Beihilfe oder als de minimis-Maßnahme
	- blau -	- grün -	- orange -	- gelb -
<b>A. nichtwirtschaftliche Tätigkeiten:</b> <b>„Destinationsmarketing“ sowie Tätigkeiten im direkten Zusammenhang damit</b>				
<b>Ziff. 1</b> „Tourismusmarketing im und für den Wirtschaftsraum im Gesellschaftsgebiet im Inland und Ausland“ ↘ als nichtwirtschaftliche Tätigkeit durch EU-Kommission anerkannt				

**Tabellarische Übersicht**  
**zur beihilferechtlichen Einordnung**  
**von Tätigkeiten der TOL**  
**(nach Anlagen 1 und 2 zum Betrauungsakt)**

<b>Ziff. 3</b> „Schaffung und Umsetzung einer einheitlichen Marketingstrategie entsprechend zuvor entwickelter Profilt Themen“ ↘ als nichtwirtschaftliche Tätigkeit durch EU-Kommission anerkannt				
<b>Ziff. 5</b> „Konzeption, Realisierung und Kommunikation der Dachmarke und der Markenphilosophie“ ↘ steht im direkten Zusammenhang mit dem Destinationsmarketing				
<b>Ziff. 8</b> „Sicherung und Stärkung der lokalen und regionalen Identität als Basis der touristischen Angebotsstruktur durch gezielte Informations- und Kommunikationsmaßnahmen sowie die Sicherung eines unentgeltlichen Informationsservice“ ↘ steht im direkten Zusammenhang mit dem Destinationsmarketing				
<b>B. weitere nichtwirtschaftliche Tätigkeiten</b>				
<b>Ziff. 4</b> „Schaffung und Pflege von touristischen und tourismuspolitischen Netzwerken sowie Interessenvertretung der Tourismus-Wirtschaft im Osnabrücker Land“ Beispiele: Aktivitäten in Verbänden (TourismusMarketing Niedersachsen GmbH oder dem Tourismusverband Niedersachsen e.V. oder dem Deutschen Tourismusverband e.V.), Arbeitsgemeinschaften und Kooperationen (EUREGIO, „aboutcities“, „Historic Highlights of Germany“) ↘ Netzwerkpfl ege ist keine Leistung am Markt				

**Tabellarische Übersicht**  
**zur beihilferechtlichen Einordnung**  
**von Tätigkeiten der TOL**  
**(nach Anlagen 1 und 2 zum Betrauungsakt)**

<b>C. gemischt nichtwirtschaftliche und (untergeordnete) wirtschaftliche Tätigkeiten</b>				
<p><b>Ziff. 2 „Maßnahmen zur Sicherung der Qualität im Tourismus</b></p> <p>1. Beispiel: Zertifizierungen“            \ Zertifizierungen (dieser Art) sind keine Leistung am Markt, sie werden (in dieser Branche) nicht von privaten Unternehmen angeboten und werden ähnlich ehrenamtlichen Tätigkeiten nicht aufwanddeckend finanziert; aber: Trennungsrechnung sinnvoll wegen teilweiser Finanzierung aus Erlösen</p> <p>2. Beispiel: Tourismusakademie            \ Angebote der Tourismusakademie stehen <u>überwiegend nicht</u> im Wettbewerb zu Angeboten privater Unternehmen oder karikativer o.ä. Einrichtungen und es sind lokale Sachverhalte (wie D.); aber: Trennungsrechnung sinnvoll wegen teilweiser Finanzierung aus Erlösen</p>				
<b>D. wirtschaftliche Tätigkeiten, aber lokale Sachverhalte, ggf. Absicherung</b>				
<p><b>Ziff. 7 „Einbindung der privaten Tourismuswirtschaft in der Tourismusregion Osnabrücker Land in gemeinschaftlich getragenen Aktivitäten und Initiativen“</b></p>			DAWI (-), weil keine besondere	

**Tabellarische Übersicht**  
**zur beihilferechtlichen Einordnung**  
**von Tätigkeiten der TOL**  
**(nach Anlagen 1 und 2 zum Betrauungsakt)**

<p><b>Ziff. 6</b> „Implementierung übergreifender Themen auf regionaler Ebene“          Beispiele: Koordination, Information und Umsetzungsbegleitung für die Tourismusbranche (ohne Bezug auf spezifische Unternehmen) in allgemeinen gesellschaftlichen Themen wie Digitalisierung, Nachhaltigkeit und Klimaanpassung /-schutz, durch Machbarkeitsstudien (Beispiel: digitale Gästekarte) oder Förderprojekte (Haltestellenüberdachungen)          ↘ keine Leistungen am Markt, weil Unternehmensbezug fehlt und keine Erlöse erwirtschaftet werden; zudem: Förderung öffentlich zugänglicher Infrastruktur, ohne Erlöse</p>				
<p><b>Ziff. 9</b> „Marktbeobachtung und Marktforschung hinsichtlich tourismusperspektivischer Aspekte“          Beispiele: Beschaffung / Erhebung von Daten am Markt (Gästabefragungen), Bereitstellung der Ergebnisse auf Internetseite zum unentgeltlichen, barrierefreien Abruf          ↘ keine Leistungen am Markt, weil Unternehmensbezug fehlt und keine Erlöse erwirtschaftet werden</p>				

**Tabellarische Übersicht**  
**zur beihilferechtlichen Einordnung**  
**von Tätigkeiten der TOL**  
**(nach Anlagen 1 und 2 zum Betrauungsakt)**

<p>Beispiele: Beratung von Unternehmen (aber nicht i.H.a. Implementierung von Empfehlungen), Bereitstellung der Internetplattform der TOL für Selbstdarstellungen von Unternehmen, Austausch mit Unternehmen über Netzwerke sowie Fortbildungsangebote</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>↳ wegen des Unternehmensbezugs: marktbezogene Leistungen</li> <li>↳ Vorteilsgewährung ? Trennungsrechnung sinnvoll wegen teilweiser Finanzierung aus Erlösen</li> <li>↳ nur lokale Sachverhalte !?</li> <li>↳ ggf. Absicherung durch de minimis-Schema oder Art. 18 AGVO ?</li> </ul>			Aufgabe übertragen und kein Gemeinwohlinteresse	
<p><b>E. „Marktteilnahme-Tätigkeiten“ (Anlage 2 BA)</b></p>				
<p><b>Ziff. 1</b> unternehmensbezogene Marketingdienstleistungen und „werbliche Einzelleistungen für Dritte“</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>↳ Erlöse decken Aufwendungen, keine „Ausgleichszahlungen“</li> </ul>				
<p><b>Ziff. 2</b> „Wahrnehmung einer Funktion als Reiseveranstalterin im Sinne des §§ 651 ff. BGB“</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>↳ Erlöse decken Aufwendungen, keine „Ausgleichszahlungen“</li> </ul>				