

**Pressesprecher
Bernd Sanders**

Landeshaus
24100 Kiel
Telefon 0431-988-1440
Telefax 0431-988-1444
Internet: <http://www.cdu.ltsh.de>
e-mail: info@cdu.ltsh.de

PRESSEMITTEILUNG

Nr. 279/02 vom 21. Juni 2002

Tourismus

TOP 34

Hans-Jörn Arp:

TASH soll Kulturprogramme und Hotels miteinander verknüpfen

Schleswig-Holstein das Land zwischen den Meeren ist auch ein Land mit einer großen kulturellen Vielfalt. Diese den Menschen näher zu bringen und insbesondere auch zur Stärkung des Tourismus-Standorts Schleswig-Holstein zu nutzen, ist ein wichtiges Anliegen.

Lassen Sie mich zunächst einen kurzen Streifzug durch die Angebotsbreite hier im Lande machen:

- Wir haben das Jazz-Festival „Ars-Baltica“,
- das Schleswig-Holstein-Musik-Festival auf den Höfen und in den Scheunen,
- die Eutiner Sommerspiele,
- der John-Lennon-Talent-Award von RSH und der Itzehoer Versicherung, der alle zwei Jahre die Stars der Zukunft zum Coaching ins Kulturzentrum des Herrenhauses nach Salzdahlum bittet.
- Das inzwischen fast legendäre „Wacken Open Air“, welches zu den größten Festivals seiner Art in Europa zählt, und jedes Jahr über 30.000 Gäste aus aller Welt nach Wacken zu Hartrock und Heavy Metal lockt.
- Wir haben Liedermacher wie Hannes Wader, Knut Kiesewetter, wir haben Jazz, Chanties, Rock, Klassik und HipHop.

Wir können also jedem etwas bieten und müssen uns nicht verstecken.

Die unzähligen Musikvereine, Chöre und Feuerwehrukappen will ich ebenfalls erwähnen.

Darüber hinaus haben wir ein vielfältige weitere kulturelle Veranstaltungen, die ich hier in der Kürze der Zeit nicht annähernd aufzählen kann. Auch unsere Museumslandschaft und unsere Unterhaltungsparks können sich sehen lassen. Das Angebot auf den Gutshäusern und in unseren Schlössern muss bei dieser Gelegenheit mit erwähnt werden.

Man kann also festhalten: Wir haben ein großes einmaliges Unterhaltungsangebot.

Nur: Es mangelte an einer zeitgemäßen Vermarktung. Hier müssen wir handeln, denn unsere Mitbewerber im In-und Ausland sind hier schon auf dem Weg.

Lassen Sie mich beispielhaft den Handlungsbedarf verdeutlichen:

Wenn beispielsweise ein Besucher des Schleswig-Holstein-Musik-Festivals zu uns kommen will,

- dann muss er zunächst einmal Karten bestellen, aber bei wem?
- Dann muss er sich um ein Hotelzimmer bemühen, aber wo?
- Er wird sich vielleicht ein Auto leihen wollen und
- wenn er auch noch gerne gut essen gehen möchte, dann muss er wohl zum viertenmal zum Telefonhörer greifen, um einen geeigneten Restaurantplatz zu bekommen.

So viel Eigeninitiative muss nicht sein – und: je mehr unsere Mitbewerber dazu übergehen, dem Besucher ihres Landes „Gesamtlösungen“ zu verkaufen, desto weniger wird der Kunde, den wir gewinnen wollen, auf diesen Service verzichten.

Auch wir müssen Pakete verkaufen, um den Gast den Aufenthalt bei uns so angenehm wie möglich zu gestalten.

Zur Zeit sind zwei Mitarbeiter im Kultusministerium damit beschäftigt, möglichst alle Kulturveranstaltungen ins Internet zu stellen. Das ist zwar lobenswert, aber eigentlich nicht die Aufgabe eines Ministeriums, sondern gehört eher in die Eigenverantwortung der Wirtschaft. Unterstützt von unserer hervorragend arbeitenden Tourismusagentur, die sehr gut für die Bewältigung dieser Aufgaben geeignet ist. Wir müssen zusätzliche Zielgruppen ansprechen und sollten deshalb der TASH für ca. 2 Jahre insgesamt 150.000 € zur Verfügung stellen, damit die TASH den Aufbau dieses Netzwerkes herrichten kann. Das ist übrigens weniger, als uns die 2 Planstellen im Kultusministerium kosten. Nach dieser Anschubfinanzierung müssen dann TASH und Wirtschaft sowie Kulturveranstalter dieses aus eigener Kraft sicherstellen können.

Also, meine Damen und Herren, wir stehen vor der Herausforderung, Kultur und Tourismus miteinander zu verknüpfen, um die Wertschöpfung im Tourismusbereich zum Wohle des Landes zu maximieren.

Ich beantrage, dieses Thema in den dafür zuständigen Ausschuss zu überweisen und bedanke mich für die Aufmerksamkeit.