

Kiel, 30.11.2006

**Landtag  
aktuell**

**Es gilt das gesprochene Wort!  
Sperrfrist: Redebeginn**

**TOP 28 - Gemeinsam die Neuausrichtung des Tourismus in Schleswig-Holstein voranbringen (Drucksache 16/1081)**

**Regina Poersch:**

## **Bisherige Erfolge als Fundament für touristische Neuausrichtung nutzen**

Ein ehrgeiziges Ziel haben sich die Tourismusakteure in unserem Land gesetzt: Eine **gemeinsame Tourismusstrategie für ein ganzes Bundesland!** Die Gästewünsche kennen, Angebote daran orientieren (und nicht umgekehrt!) und unsere Gäste darüber hinaus immer wieder aufs Neue verblüffen und überraschen. Auf diese Weise nicht nur Stammgäste halten, sondern neue Gäste ins Land und an unsere Strände holen - das ist ein ehrgeiziges und unterstützenswertes Ziel.

Was in unserem Antrag auf den ersten Blick vielleicht ein wenig technokratisch wirken mag, steckt doch voller Leben: Wir wollen das eine tun, ohne das andere zu lassen. **An Erfolge anknüpfen und Neues wagen.** Dabei gemeinsam an einem Strang ziehen. Das ist das Ziel unseres Antrages.

Politik hält sich richtigerweise aus dem operativen Geschäft heraus. Dennoch sollte sich der Landtag eine Meinung zum Handlungskonzept für die Neuausrichtung des Tourismus bilden – eine Woche nach dem Tourismustag in Travemünde allemal! Wir haben das Konzept nicht nur zu einem guten Teil bezahlt, uns gehen die Inhalte genauso an wie die Neuausrichtung der Förderpolitik.

Unser Antrag ist ein klares **Bekenntnis zu den Regionalverbänden**. Sie haben erfolgreiche Arbeit in den zurückliegenden Jahren geleistet und sollen dies weiter tun und tun können. Was wir allerdings straffen sollten, sind die viel **zu kleinteiligen Strukturen vor Ort**. Hier brauchen wir die Unterstützung der Kommunen beim Abbau von Kirchtürmen.

Was in den Regionalverbänden an touristischen **Themen** entwickelt worden ist, kann sich sehen lassen: Segeln, Golf, Naturtourismus, Nordic Walking, Radfahren und anderes mehr. Am Beispiel Radfahren will ich deutlich machen, dass es jetzt darum gehen muss, nicht alle vorliegenden Ergebnisse in den Papierkorb zu werfen, sondern die **Konzepte für Rennrad, Mountainbike und Hollandrad auf die Erwartungen und Ansprüche von Zielgruppen** wie die „anspruchsvollen Genießer“, Familien mit kleinen Kindern und „Best Ager“ abzustimmen und auf sie auszurichten.

Darum also geht es: Die bisherigen Erfolge als Fundament zu nutzen für eine Neuausrichtung des schleswig-holsteinischen Tourismus und dabei Schwerpunkte setzen. Das eine tun, ohne das andere zu lassen: **Urlaub auf dem Bauernhof** ist nur ein Beispiel. Weitere Beispiele sind der **Jugendtourismus, Camping** mit seinem ungebrochenen Boom<sup>[1]</sup>, aber auch der **Städtetourismus**, der uns eine steigende Zahl an Tagestouristen beschert, erst recht mit einem neuen Ladenöffnungszeitengesetz. Diese Bereiche sind wichtig für den Tourismus in Schleswig-Holstein.

Und doch dürfen die Zuwächse bei Camping und Städtetourismus nicht den Blick dafür verschleiern, **dass die im Konzept vorgeschlagenen Zielgruppen bereits heute zwei Drittel unserer Gäste ausmachen**: anspruchsvolle Genießer, Best Ager und Familien mit kleinen Kindern. Sie wollen wir mit klarem Profil ansprechen. Unsere Angebote sollen sich an den Gästewünschen ausrichten, nicht umgekehrt.

Zur Neuausrichtung gehört auch eine neue Förderpolitik, ein **gezielter Mitteleinsatz mit Ausrichtung auf das Tourismuskonzept**. Nicht alles auf Orts-ebene Wünschenswertes kann aus Landesmitteln unterstützt werden. Statt tausend Blümchen zu gießen, wollen wir

---

einen Park von touristischen Angeboten pflegen. Ich unterstütze den Ansatz, zukünftig bei Förderanträgen zu fragen, ob jemand bereit ist, die gemeinsame Strategie mit zu tragen, und sich beispielsweise nachweisbar am Online-Buchungsportal der TASH beteiligt.

Leider sind astronomisch hohe Fördersätze à la Mecklenburg-Vorpommern bei uns nicht drin. Das soll jedoch kein Anlass zum Jammern sein, sondern unser Ziel unterstreichen: Durch einen neu ausgerichteten Tourismus die Nr. 1 im Norden (die Nr. 2 nach Bayern) zu werden.

**Wir bekennen uns auch zum Erhalt der Tourismusagentur.** Ohne sie und die erfolgreiche Arbeit ihrer hoch motivierten Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter stünden wir heute nicht so weit oben auf der touristischen Beliebtheitskala. Diese Kompetenz können wir **durch externe Berater ergänzen** und dabei auch Roland Berger in die Pflicht nehmen: Mit unserem Antrag wollen wir vermeiden, dass der teuer bezahlte Gutachter nach Art eines Hubschraubers plötzlich auftaucht, viel Lärm macht, jede Menge Staub aufwirbelt und so schnell wieder verschwindet, wie er erschienen ist.

Wir können uns durchaus vorstellen, dass in der Umsetzungsphase Roland Berger oder eine andere Unternehmensberatung in die Pflicht genommen werden sollte. Leitprojekte wie die **Optimierung des Marketingkonzepts oder die Investorengewinnung für touristische Großprojekte** könnten sich hier eignen. Dies kann verhindern, dass es im Falle des Misserfolgs und Scheiterns heißt, die geniale Idee eines Roland Bergers sei verwässert worden, und man hätte die Vorschläge nur nicht exakt umgesetzt.

Abschließend ein Wort zur **Verlässlichkeit**. Wir alle, Tourismusakteure wie Investoren und auch Politikerinnen und Politiker, wir alle brauchen Verlässlichkeit. Von immer wieder neuen und damit dann verwirrenden Gutachten und Konzepten sollten wir dringend die Finger lassen! Ich wünsche mir, dass wir schnell mit der Umsetzung beginnen und verlässlich **das Konzept als Gesamtstrategie anpacken**. Dazu gehört auch ganz viel Kommunikation, damit alle Akteure mitgenommen werden.

Aus meiner Sicht hat nicht zuletzt der Tourismustag in der vergangenen Woche gezeigt: Es lohnt sich, neue Wege zu beschreiten.