



Es gilt das gesprochene Wort!

Kiel, 19. November 2010

TOP 27, Marketing für das Land aus einer Hand (Drucksache 17/978 und 17/1032)

Regina Poersch:

TASH als zentrale Stelle für Tourismus-Marketing erhalten!

Schleswig-Holstein, Land der Horizonte; Schleswig-Holstein, Urlaub, soweit das Auge reicht; Schleswig-Holstein, Land der Innovation und der hochwertigen landwirtschaftlichen Produkte. Schleswig-Holstein, Land, in dem Menschen gerne Urlaub machen und damit unserer Tourismuswirtschaft gut tun. Schleswig-Holstein, Land, in dem sich Unternehmen der Gesundheitswirtschaft gern ansiedeln.

Viele Beteiligte wollen Gutes tun in diesem Sinne, im Sinne von Imagewerbung und Marketing. Kaum jemand findet sich noch zurecht in der Vielzahl von Institutionen, Fördertöpfen und Ressorts. Ziel muss doch ein gemeinsames, einheitliches Marketing sein. Dazu bedarf es **einer einzigen Anlaufstelle**. Das ist aus Sicht meiner Fraktion die TASH, die Tourismusagentur Schleswig-Holstein. Und an dieser Stelle hat die SSW-Fraktion unsere volle Unterstützung.

Und was plant die Regierung? **Abwicklung der Tourismusagentur** bis 2014! Das ist doch nicht zu glauben! Aber nachzulesen im so genannten Konzept der so genannten Haushaltsstrukturkommission. Die Regierung sendet fatale Signale in Richtung Tourismuswirtschaft. Gegen die Einbindung von Partnern (und deren Gelder) spricht nichts, ganz klar. Das ist übrigens seit ihrer Gründung das Gesellschaftsmodell der TASH. Der TASH also den Boden unter den Füßen zu entziehen, das ist verantwortungslos!

Herausgeber

SPD-Landtagsfraktion
Landeshaus
Postfach 7121, 24171 Kiel

Verantwortlich:
Petra Bräutigam

Telefon Pressestelle 0431-988-13 05
Fax Pressestelle 0431-988-13 08

E-Mail pressestelle@spd.ltsh.de
Web spd.ltsh.de

Unser Änderungsantrag zielt deshalb darauf ab, die TASH nicht nur dem Namen nach zu erhalten und zu stärken. Unsere Forderung lautet darüber hinaus, sie mit **auskömmlichen finanziellen Landesmitteln** so auszustatten, dass sie im Marketing auch schlagkräftig ist. Ein Blick in die Landeshaushalte von Bayern oder Mecklenburg-Vorpommern (unsere touristischen Mitbewerber) zeigt, dass unser Landesbeitrag im touristischen Marketing schon heute beschämend niedrig ist. Das soll nun noch weiter zurückgefahren werden - mir fehlen die Worte und jedes Verständnis. Der Landeshaushalt wird uns im Dezember beschäftigen, und ich hoffe auf ein Einsehen der Regierungsfractionen. Sonst wären alle Bemühungen der letzten Jahre zur Neuausrichtung des Schleswig-Holstein-Tourismus für die Katz. 6 Millionen € verbrannt! Das wollen wir nicht, deshalb unser Änderungsantrag.

Der SSW-Antrag enthält gute Anregungen, Mittel aus anderen Ressorts bei der TASH zu bündeln. Darüber möchten wir gern noch Gespräche führen und können diesem Teil des SSW-Antrages heute noch nicht folgen.

Ich schlage vor, das Thema „Schleswig-Holstein-Marketing“ im Wirtschaftsausschuss zu behandeln und beantrage deshalb für beide Anträge Ausschussüberweisung.