



Presseinformation

Es gilt das gesprochene Wort.

Nr. 481 / 2012

Kiel, Mittwoch, 12. Dezember 2012

Wirtschaft / Tourismus

Wolfgang Kubicki, MdL
Vorsitzender

Christopher Vogt, MdL
Stellvertretender Vorsitzender

Dr. Heiner Garg, MdL
Parlamentarischer Geschäftsführer

Oliver Kumbartzky: Schleswig-Holstein kann mehr

In seiner Rede zu **TOP 22** (Bericht über die Fortführung der touristischen Neuausrichtung Schleswig-Holsteins) erklärt der tourismuspolitische Sprecher der FDP-Landtagsfraktion, **Oliver Kumbartzky**:

„Es ist erfreulich, dass die Landesregierung in Ihrem Koalitionsvertrag in Sachen TASH-Finanzierung die Forderungen aus dem FDP-Landtagswahlprogramm übernommen hat. Lob und Dank dafür, es war die richtige Entscheidung.“

Das Papier der gemeinsamen Arbeitsgruppe von Touristikern und dem Wirtschaftsministerium unter dem Titel ‚TASH optimiert‘ ist auch aus unserer Sicht ein guter Weg. Wir werden diesen Punkt also auch in den Haushaltsberatungen unterstützen, und das ganz ohne Bauchschmerzen oder schlechtes Gewissen. Den Kollegen von Grünen und SSW geht es da sicherlich anders. So haben die Grünen noch vor der Wahl gesagt, dass Sie einen Zuschuss in Höhe von 500.000 Euro für angemessen halten. Und der SSW war sogar so dreist, den Touristikern 2,6 Millionen Euro zu versprechen. Aber man hat dann offenbar in den Koalitionsverhandlungen andere Prioritäten gesetzt und primär an die eigene Klientel gedacht.

Das Tourismuskonzept, dessen Zielrichtung die FDP teilt, ist mit neuer Dynamik zu versehen und aktiv weiterzuentwickeln. Wir begrüßen, dass eine Zwischenevaluation über die Umsetzung der Leitprojekte initiiert wurde. Und wir begrüßen, dass die Ergebnisse der Zwischenevaluation endlich auch der Öffentlichkeit zugänglich gemacht worden sind. Aus den Ergebnissen lassen sich weitergehende Schritte und Konkretisierungen ableiten, die dann in die Umsetzung gebracht werden müssen.

Herr Minister, ich hätte mir konkretere Worte zum Thema Umsetzungsmanagement gewünscht. Wir fordern Sie auf, zügig ein Umsetzungsmanagement zu installieren, das die Ergebnisse der Zwischenevaluation bewertet und diese dann in einem weiteren Schritt entsprechend implementiert. Wir möchten, dass zukünftig alle Akteure – einschließlich der Lokalen Tourismusorganisationen – in den Prozess der Umsetzung umfassend eingebunden werden. Das Umsetzungsmanagement könnte beispielsweise beim Tourismusverband angesiedelt werden. Auch über eine Kofinanzierung des Umsetzungsmanagements sollte man sich dabei Gedanken machen.

In den kommenden Jahren sollten die Schwerpunkte auf den Bereichen Qualität und Qualifizierung sowie auf der Verbesserung der touristischen Infrastruktur liegen. Hierbei sind die in der Tourismuskonzeption 2007 und die in den regionalen Tourismuskonzepten definierten Zielgruppen (,Neue Familien‘, ,Best Ager‘, ,Anspruchsvolle Genießer‘) besonders zu betrachten. Auch die Gruppe der Tagesausflügler ist zu integrieren. Vor dem Hintergrund der demografischen Entwicklung gewinnt die Verbesserung der Angebote für ältere Menschen sowie für Menschen mit Behinderungen zunehmend an Bedeutung für die Tourismuswirtschaft, Stichwort Gesundheitstourismus. Auch der Wochenend- und der Jugendtourismus sollten nicht außer Acht gelassen werden.

Dringend optimiert werden muss die ressortübergreifende Zusammenarbeit in der Landesregierung. Das Tourismusreferat im Wirtschaftsministerium muss dabei aus unserer Sicht als Schaltzentrale agieren. Sämtliche touristische Maßnahmen sollten im Tourismusreferat abgestimmt werden.

Dies führt zum Punkt der Bündelung der unterschiedlichen Etatansätze der einzelnen Ressorts für Tourismusförderung: Ich bin gespannt, wie Sie folgenden Satz aus Ihrem Koalitionsvertrag umsetzen werden: ,Das touristische Marketing wird mit dem Regionalmarketing aus dem Bereich Landwirtschaft und den Marketingmittel aus dem Kulturtourismus unter dem Dach der TASH zusammengelegt.‘

Zum Thema ,Marke‘ möchte ich sagen, dass sich die Marke ,Schleswig-Holstein‘ nicht innerhalb weniger Jahre auf- beziehungsweise ausbauen lässt. Vielmehr sprechen wir über einen dauerhaften Prozess, welcher grundsätzlich nie ,beendet‘ wird, sondern permanenter Aktivitäten bedarf. Bis zum Jahr 2020 können einige Schritte auf dem Weg zur Markenbildung erreicht werden. Die übergeordnete Botschaft der Dachmarke muss unserer Meinung nach heißen: ,Schleswig-Holstein – das Land zwischen den Meeren – kann mehr.‘ Schleswig-Holstein bietet mehr als klassischen Urlaub, Schleswig-Holstein ist Vorreiter bei neuen Produkten und Qualitätsstandards.

Herr Minister Meyer, auf Ihnen liegen große Hoffnungen der Tourismusbranche, das wissen Sie. Die FDP-Fraktion will und wird Sie nach Kräften unterstützen. Ich hoffe, dass Sie bei Punkten wie der Bäderregelung den Koalitionsvertrag, auf dem Ihr Handeln nach Ihrer Aussage ja fußt, ebenso geschickt neu interpretieren, wie Sie es bei der Straßenbaufinanzierung oder der A 20 getan haben. Womit ich abschließend noch erwähnen will, dass liberale Ladenöffnungszeiten ebenso eine existenzielle Rolle spielen, wie eine leistungsfähige Infrastruktur. Deshalb ist es umso wichtiger, die dringend benötigten Verkehrsinfrastrukturprojekte zu beschleunigen, wie zum Beispiel den Ausbau der A20 mit westlicher Elbquerung und den Ausbau der B5.

Schleswig-Holstein kann mehr.“