

Unternehmensverband Ostholstein-Plön Arbeitskreis Tourismus

Presseinformation

Eutin, im Januar 2007

Arbeitskreis Tourismus des Unternehmensverbandes Ostholstein-Plön e.V. unterstützt die strategische Neuausrichtung des Tourismus in Schleswig-Holstein

Das Handlungskonzept für die Neuausrichtung des Tourismus in Schleswig-Holstein ist eines der zur Zeit meist diskutierten Themen der Tourismuswirtschaft, so auch bei der letzten Sitzung des Arbeitskreises Tourismus des Unternehmensverbandes Ostholstein-Plön. Präsentiert wurde das Konzept von Armin Dellnitz, Geschäftsführer der TASH (Tourismusagentur Schleswig-Holstein). Armin Dellnitz erläuterte die Inhalte der touristischen Neuausrichtung, die durch das Ministerium für Wissenschaft, Wirtschaft und Verkehr des Landes Schleswig-Holstein auf der Basis der Studie von Roland Berger „Strategy Consultants“ entwickelt wurde: „Schleswig-Holstein hat seit Jahren rückläufige Übernachtungszahlen. Durch ein landesweit einheitliches, auf zukunftssträchtige Zielgruppen ausgerichtetes Marketing soll der Tourismus wieder auf Wachstumskurs gebracht werden. Die Zielgruppen, auf die sich das Konzept konzentriert, sind Familien mit Kindern, anspruchsvolle Genießer und Best Ager“. Für jede Zielgruppe soll nach intensiver Marktforschung ein eigenes Konzept entwickelt werden, das eine hochwertige Qualität im Service, in den Angeboten und im Preis-Leistungsverhältnis bietet.

Im Arbeitskreis Tourismus, dem als Gäste aufgrund der Themenstellung auch die beiden Landtagsabgeordneten Herlich-Marie Todsens-Reese und Regina Poersch beiwohnten, wurde das Konzept intensiv und jederzeit ergebnisoffen diskutiert. „Bestechend ist der ganzheitliche Ansatz der Konzeption und die erkennbare hohe Strategiekompetenz von Roland Berger“, betont Hans-Ingo Gerwanski, Leiter der Arbeitsgruppe Tourismus und Direktor bei der Sparkasse Holstein. In der Diskussion kristallisierte sich heraus, dass zwischen der Arbeitsgruppe, der TASH und den Landtagsabgeordneten - trotz differenzierter Einschätzungen in Teilbereichen - ein hohes Maß an Übereinstimmung vorherrscht. Die Frage, ob das bisher bevorzugte Themenmarketing oder ein Zielgruppenmarketing besser geeignet sei, ist aus Sicht der Arbeitsgruppe im Ergebnis zweitrangig. Viel wichtiger ist der - durchaus gelungene - ganzheitliche Ansatz mit Umsetzungsmanagement, einer Neuausrichtung der Förderpolitik und auch einer landesweiten Marketingkonzeption. Aus Sicht der Arbeitsgruppe besteht bei der Weiterentwicklung des Tourismuskonzeptes in Schleswig-Holstein weiterhin die gute Möglichkeit, den Fokus noch stärker auf ausländische Gäste, die Städtereisenden und auch Tagesbesucher zu richten. Daher kam der Arbeitskreis auch zu dem Fazit, dass der Unternehmensverband Ostholstein-Plön die Neuausrichtung des Tourismus in Schleswig-Holstein unterstützen wird. Strukturdiskussionen bei den Regionalverbänden werden dagegen als überflüssig empfunden.

„Umgekehrt wird ein Schuh daraus: Auf stärkere Zusammenarbeit auf lokaler Ebene zu drängen - das Ostseeferienland ist hier in der Region ein wirkliches Vorzeigeobjekt“, so Andreas Nollenberg von der Entwicklungsgesellschaft Ostholstein.

Durch die hohen Bedeutung des Tourismus für die Region hält der Unternehmensverband Ostholstein-Plön eine stärkere Einbindung der regionalen Wirtschaft bzw. des Ostsee-Holstein-Tourismus (OHT) für zwingend erforderlich, Dies gilt insbesondere für den Steuerungskreis beim Land Schleswig-Holstein. Der Unternehmensverband bietet hier seine aktive Mitarbeit an und steht zum Dialog bereit. „Ich unterstütze ausdrücklich die Einbindung der einzelnen Tourismusorganisationen – wie dem OHT – in den Steuerungskreis des Landes“, betont Regina Poersch. Andreas Leicht, Geschäftsführer des Hansaparks, drängt auf eine schnelle Umsetzung der Neuausrichtung: „Wer sein Geld im Tourismus verdienen muss und auch sieht, das um Schleswig-Holstein herum viele neue Aktivitäten entfaltet werden, kann alle Handelnden im Tourismus nur anhalten, zügig zur Tagesordnung der touristischen Arbeit zurückzukehren und weniger Grundsätzliches zu diskutieren“. Peter Lüttgens, Dehoga-Vorsitzender, weist darauf hin, dass bei allen Bemühungen und Anstrengungen auch das Binnenland berücksichtigt werden muss. Die Arbeitsgruppe ist sich mit den Mitgliedern des Landtages und Armin Dellnitz einig, dass eine noch intensivere Kommunikation auf allen Ebenen erforderlich ist, um die notwendigen Schritte möglichst schnell zu realisieren. Aus Sicht der beiden Landtagsabgeordneten Poersch und Todsens-Reese war es ein lohnender Gedankenaustausch, mit der Erkenntnis, dass es viele Übereinstimmungen in der Einschätzung der aktuellen Situation und auch der Handlungsnotwendigkeiten im Tourismus in Schleswig-Holstein gibt. Dazu Herlich-Marie Todsens-Reese: „Als Vertreterin der Region im schleswig-holsteinischen Landtag finde ich es sehr gut, dass der Unternehmensverband Ostholstein-Plön die Initiative ergriffen hat. Wir haben vereinbart, uns auch zu anderen Themen auszutauschen bzw. abzustimmen“.



von links nach rechts:

Roger Müller, E. Johannsen Kaufhaus GmbH
Per Köster, Kur & Touristik Eutin
Hinrich Behrens, Camping Seeblick
Karen Prange, MdK, Urlaub auf dem Bauernhof
Hans-Ingo Gerwanski, Sparkasse Holstein/Unternehmensverband Ostholstein-Plön
Herlich-Marie Todsén-Reese, MdL
Armin Dellnitz, TASH
Regina Poersch, MdL
Peter Lüttgens, DEHOGA
Andreas Leicht, Hansapark Sierksdorf
Norbert Schneider, Asklepios-Klinik Bad Schwartau
Eberhard Rauch, Geschäftsführer Unternehmensverband Ostholstein-Plön
Bernd Horst, IHL Lübeck

Haben Sie Fragen zu dieser Presseinformation?

Hans-Ingo Gerwanski
Unternehmensverband Ostholstein-Plön
Leiter Arbeitskreis Tourismus
Telefon 04521 85-210
Telefax 04521 85-166
hans-ingo.gerwanski@sparkasse-holstein.de