Südschleswigscher Wählerverband

SSW

Düsternbrooker Weg 70
24105 Kiel

Tel. (04 31) 988 13 80
Fax (04 31) 988 13 82

Norderstraße 76
24939 Flensburg

Tel. (04 61) 144 08 300
Fax (04 61) 155 08 305

E-Mail: info@ssw.de

Speech
Kiel, 21.06.2002

Pressesprecher Per Dittrich, Tel. (04 31) 988 13 83

Stärkung des Tourismus

In der Tat ist es wichtig Kunst, Kultur und Tourismus miteinander zu verzahnen. Wenn ich an das Schleswig-Holstein Musikfestival denke, so können wir feststellen, dass solche Events durchaus ihren Markt haben. Vor allem aber sind große künstlerische und kulturelle Ereignisse Imageförderndnd. Insofern ist es klar, dass hier weiter an einer touristischen Strategie für Kunst- und Kultur-Events gearbeitet wer-den muss. Zu allererst ist dies allerdings auch eine Aufgabe für die Tourismuswirtschaft selber. Hier kann das Land nur Entwicklungen anschieben - und das ist ja auch die lobenswerte Intention des CDU-Antrages.

Die Tourismusagentur Schleswig-Holstein hat sich mit Erfolg ihren Aufgaben gestellt und ist fähig, An-gebote zu entwickeln. Die Frage, die sich stellt ist, welche Maßnahmen getroffen werden sollen. Wenn es sich nur um Datenbanken, Printprodukte und Marketingplattformen handelt, wirkt dies für mich mehr wie eine Art Projekt, das in einem bestimmten Zeitraum abgeschlossen werden kann. Der dauerhafte Nutzen des Systems zeigt sich dann später. So gesehen, könnte man dieses Projekt jetzt schon aus ande-ren Töpfen finanzieren, ohne einen Extra-Haushaltstitel einrichten zu müssen. Die Tatsache, dass im An-trag zweimal 75.000 Euro eingefordert werden, erhöht nach meiner Auffassung die Chance, hier eine Projektförderung durchzuführen.
Allerdings habe ich bisher noch keine Projektbeschreibung oder ähnliches vorliegen. Wenn die Touris-musagentur Schleswig-Holstein ein solches Projekt durchführen will, sollten wir uns noch einmal im Ausschuss über dieses Thema unterhalten. Es würde Sinn machen, zum Ausschusstermin die Tourismus-agentur Schleswig-Holstein einzuladen, um näheres aus erster

Hand zu erfahren.
Ich muss aber auch dazu sagen, dass der Wunsch nach einer landesweiten Vermarktung von Events nichts Neues ist und diese Forderung schon in den letzten zehn Jahren öfter aufgestellt wurde. Die jewei-ligen Touristiker auf Landesebene konnten sich bisher nicht dazu durchringen, diese Sache anzugehen, weil man bisher die Meinung vertreten hatte, dass hierfür richtig Geld in die Hand genommen werden müsste, um im Konzert der Großen bestehen zu können. Aus diesem Grund hat man sich immer auf an-dere Aufgaben gestürzt und diese ja auch gut bewältigt. Sollten die Möglichkeiten zur Vermarktung von Events jetzt durch die Tourismusagentur Schleswig-Holstein anders eingeschätzt werden, sollten wir dies auf jeden Fall offen diskutieren.

Bei einem zukünftigen Konzept oder Projekt ist allerdings auch darauf zu achten, dass man aus den Er-fahrungen auf der regionalen Ebene entsprechende Schlüsse zieht. Dort hat man sowohl gute als auch weniger gute Erfahrungen gemacht. Die die gute Erfahrungen gemacht haben, haben schon auf regiona-ler Ebene mit der Vermarktung von kulturellen Events begonnen. Diese kultur-touristischen Aktivitäten müssten dann auf Landesebene verzahnt werden und in ein nach Möglichkeit einheitliches System ein-gebunden werden. Was das bedeutet, weiß jeder, der in diesem Bereich schon einmal tätig war. Was wir uns nicht leisten können ist, dass wir uns gegenseitig Konkurrenz machen. Hierfür sollte es keine Lan-desförderung geben. Deshalb ist der Wunsch nach Vernetzung der vorhandenen Angebote und Systeme ein wesentliches Kriterium in bezug auf die Förderfähigkeit eines landesweiten Projektes.

Neben dem Event-Tourismus an sich, der sich dann möglicherweise auch kultureller Events bedient, ist es aber auch noch wichtig die regionalen kulturellen Möglichkeiten vor Ort zu nutzen. Regionale Identi-tät und Tourismus sind auf eine ganz eigene Art und Weise miteinander verbunden. In diesem Bereich können wir Maßnahmen einleiten, die relativ wenig mit Geld zu tun haben, sondern sich mehr an einer ganzheitlichen Betrachtung des Tourismus orientieren. Die regionale Kultur vor Ort muss wesentlich deutlicher in den Vordergrund der touristischen Bemühungen gestellt werden. Ähnlich wie man den Na-tionalpark Wattenmeer oder andere Naturschönheiten im touristischen Marketing mitnutzt, sollte auch die regionale Kultur eine Rolle spielen.

Ich habe schon einmal in der Debatte zum neuen Tourismuskonzept gesagt, dass diese Mitnutzung der regionalen Besonderheiten im touristischen Marketing nicht Massen an neuen Gästen bringt, aber ähn-lich wie der Nationalpark dazu beiträgt, auf die Einmaligkeit Schleswig-Holsteins und seiner Regionen hinzuweisen.
Gerade diese Einmaligkeit, zum Beispiel der dänischen und friesischen Kultur

im Norden des Landes, trägt dazu bei, dass Schleswig-Holstein unverwechselbar ist und somit einen weiteren Vorteil gegenüber anderen touristischen Destinationen vorweisen kann. Sowohl auf Landesebene als auch in den Regionen sollten wir uns dessen daher bewusster werden. Daher begrüßt der SSW auch, dass unser Vorschlag zu diesem Punkt unter Kulturtourismus in die Tourismuskonzeption Schleswig-Holstein aufgenommen worden ist.