Südschleswigscher Wählerverband

SSW

Rede
Nr. 016/2024
Kiel, 25.01.2024

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

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

Ohne die Menschen vor Ort funktioniert Tourismus nicht

„Wir als SSW begrüßen, dass der bezahlbare Wohnraum für Beschäftigte im Tourismus prioritär aufgenommen wurde. Wir können den Tourismus nicht nach oben treiben und die Angestellten dabei außer Acht lassen."

Sybilla Nitsch zu TOP 15 - Tourismus in Schleswig-Holstein nachhaltig und verantwortungsbewusst gestalten und Bericht zum Stand der Umsetzung der Tourismusstrategie 2030 (Drs 20/1616)

Mit der Tourismusstrategie der Küstenkoalition wurde seinerzeit der Grundstein gelegt für eine neue Tourismus-Offensive des Landes und wie wir heute wissen, mit durchschlagendem Erfolg. 30 Mio. gewerbliche Übernachtungen, ein Umsatzplus von 30% und TOP 3-Bundesland bei der Gästezufriedenheit von Deutschlandurlaubern. Bereits vor Ablauf der gesteckten Zeit, waren die Ziele erfüllt.
Erfolg schafft Neider oder anders gesagt, auch andere Bundesländer haben seitdem erkannt, was bei uns richtig gut läuft und haben entsprechend nachjustiert. Und wenn wir nicht weiter abgehängt werden wollen und unsere Entwicklung fortsetzen, dann müssen auch wir nachlegen.
Zu jeder guten Strategie gehören ein umfassendes Monitoring und eine umfangreiche Evaluation. Daher war für uns auch frühzeitig klar, dass in Teilen der Strategie 2025 nachgesteuert werden muss. Die Tourismusstrategie 2030 ist nun das Ergebnis dieser gewonnenen Erkenntnisse und deren Ergebnisse liegen seit Ende des letzten Jahres vor. Der vorliegende Bericht macht nun deutlich, wo die Schwerpunkte der

Strategie sind. Aus den bestehenden zehn Handlungsfeldern wurden speziell vier herausgearbeitet und als priorisierte Handlungsfelder festgelegt. Diese sind das Ergebnis der Empfehlungen des Gutachters „Projekt M“.
Für alle Handlungsfelder gilt; sie werden kontinuierlich überprüft, nachjustiert und fortgeschrieben. Um sich nicht zu verzetteln und auch vor dem Hintergrund der angespannten Haushaltslage machen die Schwerpunktsetzung notwendig. Aber kein Feld geht verloren.
Der Bericht zeigt auch, dass bereits einiges in Gang ist. Insbesondere die Handlungsfelder Marketing sowie Strukturen und Kooperation, sind Grundvoraussetzung und daher unbedingt umzusetzen. Die Handlungsfelder Mitarbeitendengewinnung und -bindung sowie Tourismusakzeptanz wurden von den Praktikern ausgewählt. Wir als SSW begrüßen daher, dass der bezahlbare Wohnraum für Beschäftigte im Tourismus prioritär aufgenommen wurde. Wir können den Tourismus nicht nach oben treiben und die Angestellten dabei außer Acht lassen. Kommunen und insbesondere Betriebe müssen hier auch stärker Verantwortung übernehmen.
Nicht ganz nachzuvollziehen, ist für mich die Aussage im Bericht zum Leitfaden Mitarbeitendengewinnung und -bindung. Demnach sehen die Akteurinnen und Akteure die Umsetzung des Leitfadens, als nicht mehr erforderlich an und es sollte daher nicht weiterverfolgt werden. Angesichts des flächendeckenden Arbeits- und Fachkräftemangels wundert mich diese Aussage sehr. Zumal in einem gemeinsamen Schreiben von der IHK Schleswig-Holstein, DEHOGA und des Tourismusverbandes Schleswig-Holstein explizit auf diesen brisanten Punkt hingewiesen wird und als unabdingbar umzusetzen sei. Hier klafft etwas grundlegend auseinander. Aber das können wir im Ausschuss näher erörtern.
Aber nochmal zurück zu dem Schreiben der drei Verbände. Andere Bundesländer haben nachgelegt und wenn wir Schleswig-Holstein weiterhin als Tourismusstandort erfolgreich vermarkten wollen, dann dürfen wir nicht die Politik der ruhigen Hand betreiben. Auch wir müssen die Akteure in ihrer Arbeit stärken. Und daher kann ich hier schon einmal sagen, dass wir als SSW das Ansinnen der drei Verbände begrüßen und grundsätzlich unterstützen.
Dass die erfolgreiche Tourismusstrategie auch Probleme mit sich bringt, wird gerade an den Hot-Spots deutlich. Nicht nur, dass die Infrastruktur mit dem Andrang kaum hinterherkommt, aber es kann auch zu einer extremen Belastung für die Wohnbevölkerung werden. Daher ist es gut und richtig, wenn Tourismusbewusstsein und -akzeptanz in den Fokus der Strategie gerückt wird. Ohne die Menschen vor Ort funktioniert Tourismus nicht.
Abschließend möchte ich kurz auf den Antrag der Koalition eingehen. Ich frage mich, was der Mehrwert dieses Antrages sein soll? Alles, was darin steht und gefordert wird, ist dem Bericht zu entnehmen. Es ist ein netter Versuch sich mit Nachhaltigkeit schmücken zu wollen, einfach mal nachlesen in der Zusammenfassung der Eckpunkte: S.11.
Die Umsetzung der Tourismusstrategie 2030 mit seinen entsprechenden Handlungsfeldern hat Priorität, nicht der Antrag der Koalition.