



12.12.2012 | Nr. 547/12

Hartmut Hamerich: zu TOP 22: Die Dachmarkenstrategie ist nicht tragfähig

Zum Bericht über die Fortführung der touristischen Neuausrichtung Schleswig-Holstein sagte der tourismuspolitische Sprecher der CDU-Fraktion Hartmut Hamerich:

„Wir müssen die schleswig-holsteinischen Tourismusbetriebe in ihrer Wettbewerbsfähigkeit gegenüber anderen norddeutschen oder europäischen touristischen Zielen stärken. Das werden wir aber nicht schaffen, wenn die Dänenampel an die gescheiterte Dachmarkenstrategie von Rot-Grün zu Beginn des Jahrtausends anknüpfen will.“

Eine Dachmarke könne nicht erfolgreich sein, wenn sie nur auf den Tourismus allein beschränkt werde. Darüber hinaus benötige man für eine wirkungsvolle und Image prägende Dachmarkenstrategie viel Geld. Wie die Dänenampel dieses langfristig aufbringen wolle, bleibe angesichts der nach wie vor angespannten Haushaltslage schleierhaft.

„Seit 2005 sind über 200 Millionen Euro in die Entwicklung der touristischen Infrastruktur wie Seebrücken und Strandpromenaden geflossen. Die Qualität der touristischen Infrastruktur und das Ansiedlungsmanagement wurden verbessert. Die große Koalition ist damals aus gutem Grund vom gescheiterten Themenmarketing auf ein Zielgruppenmarketing umgestiegen,“ so Hamerich

Darüber hinaus mache die Dänenampel derzeit im Wochentakt mit Angriffen auf die schleswig-holsteinische Tourismuswirtschaft auf sich aufmerksam. „Von den SPD-Kommunen werden agwechselnd Bettensteuern und von der Landesregierung Tourismusabgaben aller Art und eine Verschärfung der Bäderregelung gefordert, so Hamerich.

Insgesamt werde in Schleswig-Holstein eine noch engere Abstimmung zwischen der Tourismus-Agentur und den regionalen Tourismusmarketingorganisationen benötigt, um Synergien zu erzielen und die Potentiale bei knapper werdenden Mitteln voll ausschöpfen zu können. „Da hat diese Landesregierung Nachholbedarf, erklärte Hamerich.