



Tourismustag Niedersachsen 2011

am 9./10. Mai 2011

(Anrede),

15 Milliarden Euro Umsatz,

ca. 340.000 Arbeitsplätze,

320 Millionen Euro kommunale Steuereinnahmen.

Sie alle kennen diese Zahlen.

Meine Damen und Herren,

ich spreche von der niedersächsischen Tourismuswirtschaft

- mit ihren ca. 12 Mio. statistisch erfassten Gästeankünften und ca. 38,5 Mio. Übernachtungen
- mit ihrer regionalwirtschaftlichen Bedeutung – auch gerade in den ansonsten strukturschwachen Teilen unseres Bundeslandes.

Ich begrüße Sie im Namen aller niedersächsischen Industrie- und Handelskammern zum Niedersächsischen Tourismustag 2011, dem inzwischen 14., den wir auch in diesem Jahr wieder unter anderem partnerschaftlich unterstützt von dem Heilbäderverband, dem Dehoga, dem Tourismusverband Niedersachsen und der Sparkassenorganisation durchführen.

Sie haben es darüber hinaus bereits bei Ihrer Anmeldung gemerkt: Eine besonders enge Verbindung gibt es in diesem Jahr mit der zentralen Marketing Organisation für den Tourismus in Niedersachsen, der TMN.

Liebe Frau Ruh,

ich glaube,

es spricht für das konstruktive Miteinander,

das wir pflegen,

dass Sie nicht nur –

das hat ja bereits Tradition –

wieder die Unternehmen im Rahmen des Projekts

„ServiceQualität Deutschland“ heute auszeichnen werden,

sondern dass Sie auch ihren 10-jährigen Geburtstag als TMN heute im Kontext des Niedersächsischen Tourismustages feiern werden.

Und zu den Unterstützern des Tourismustages zählen auch die kommunalen Spitzenverbände Niedersachsens.

All diese eben genannten begrüßen Sie,
meine Damen und Herren,
heute hier in Goslar!

Unser ganz besonderer Gruß gilt dabei natürlich allen anwesenden
Parlamentariern –

Ich darf Sie,

Herr Landtagsabgeordneter Miesner,

als tourismuspolitischen Sprecher der CDU-Fraktion,

insoweit stellvertretend für alle willkommen heißen.

Unser Tourismustag wäre natürlich nicht vorstellbar ohne die
Referenten,

die ihn inhaltlich heute und morgen gestalten.

Bereits hier mein herzliches Dankeschön an Sie.

Ich darf stellvertretend für Sie alle Herrn Stefan Möhler nennen,

der nachher auch noch einen kleinen Moderationspart übernommen
hat.

Der heutige Tourismustag findet hier im Hotel „Der Achtermann“ in
Goslar statt,

deshalb geht bereits auch jetzt schon ein Dankeschön an die
Industrie- und Handelskammer Braunschweig,

Herr Dr. Schmid,

Herr Dr. Hüttinger,

für die Unterstützung die uns durch Ihr Haus,

und die Geschäftsstelle Goslar,

zuteil wurde.

Herr Dr. Schmid,
ich freue mich auf Ihr Grußwort,
ebenso auf Ihres,
Herr Landrat Manke.

Beide werden uns den touristischen regionalen Rahmen nochmals verdeutlichen, in dem unser diesjähriger Tourismustag stattfindet.

Dass ein Statement des Landes Niedersachsen fester Bestandteil jedes Tourismustages ist, hat Tradition.

Dass der Ministerpräsident des Landes heute selbst unser Gast ist, fassen wir als besondere Anerkennung auf.

Sie, lieber Herr McAllister,
haben, als ich Sie am Rande eines Sommerempfangs im letzten Jahr in Walsrode darauf ansprach,
spontan zugesagt.

Dafür ein herzliches Dankeschön.

Dass Sie heute hier sind fasse ich auch als Ausdruck der Bedeutung auf,

die der Tourismus in der niedersächsischen Landespolitik einnimmt.

Einer Bedeutung,

die die von der Landesregierung in Auftrag gegebene „Niedersächsische Tourismusstrategie 2015“ im letzten Jahr ja noch einmal insbesondere hinsichtlich der regionalwirtschaftlichen Effekte unterstrichen hat.

Herr Ministerpräsident McAllister,
ich begrüße Sie herzlich hier in Goslar und sehe mit besonderem Interesse Ihrem Statement entgegen.

Meine Damen und Herren,

bevor ich den Präsidenten der IHK Braunschweig,
Herrn Dr. Schmid,
und nachfolgend Herrn Landrat Manke für die Eröffnung bzw. das
Grußwort des Landkreises hier ans Mikrofon bitte,
gestatten Sie mir noch einige Anmerkungen zum Thema und
organisatorischer Art.

„Dem Gast von morgen schon heute begegnen!“ lautet unser
diesjähriges Thema,
inhaltlich geht es heute und morgen um das Thema „social media“
und damit insbesondere um die zukünftige wirksame Vermarktung
unserer touristischen Produkte und deren Entwicklung,
um die zukünftige Wettbewerbsfähigkeit unserer touristischen
Leistungsanbieter und
touristischen Destinationen.

Warum haben wir dieses Thema gewählt?

Nicht,

weil „social media“ schon seit geraumer Zeit omnipräsent ist.

Keine ITB, wo nicht ältere und neuere Entwicklungen dieses
„Marketing-tools“ präsentiert werden,

kein touristischer Weiterbildungsanbieter oder Verband,

der nicht Seminare zu Qype, Facebook, Twitter & Co und deren
Anwendung in der touristischen Wertschöpfungskette anbietet.

Keine Fachzeitschriften aus Tourismuswirtschaft,

Hotellerie und Gastronomie,

die nicht in jeder Ausgabe diesem Thema breiten Raum einräumen
würde.

Es geht also nicht mehr um die Frage,

ob man sich mit social media beschäftigen muss oder sollte.

Unser Ansatz ist mehr einer des Innehaltens,
des Zwischenbilanz ziehens.

- Wo stehen wir heute?
- Welche Anwendungen sollten sinnvollerweise von wem genutzt werden?

Aber auch:

Wohin geht derzeit die Reise?

Diese Fragen wollen wir heute und morgen beantworten,
heute geben die Referenten einen allgemeinen Vorgeschmack auf
das,

was morgen Inhalt der Workshops ist.

Und ich darf auch sagen:

Wir haben die Referenten auf praxisnähe und Verständlichkeit verpflichtet.

Denn uns ist klar:

Nicht jeder Vertreter eines kleinen oder mittelständischen
touristischen Unternehmens oder einer Touristinformation ist mit
allen Feinheiten des „social media-Fachslanges“ hinreichend
vertraut.

In diesem Sinn wünsche ich uns allen zwei erkenntnisreiche Tage.