



Daniela Behrens Staatssekretärin

**Niedersächsisches Ministerium
für Wirtschaft, Arbeit
und Verkehr**

Niedersächsisches Ministerium für Wirtschaft, Arbeit und Verkehr

Auftaktdialog zur Erarbeitung eines Landestourismuskonzeptes Tourismuswerkstätten am 15. Januar in Brake und 6. Februar in Goslar

**Auszüge aus dem Statement von Frau Staatssekretärin Daniela Behrens:
„Tourismus gestalten: Rahmenbedingungen für die zukünftige
Tourismuspolitik des Landes“
- Es gilt das gesprochene Wort -**

1. Zur Aufstellung des Landestourismuskonzeptes

Die Landesregierung will der Branche Tourismus die wirtschaftspolitische, strukturell prägende und gesellschaftliche Bedeutung geben, die sie verdient. Dazu gehört die Erarbeitung eines touristischen Leitfadens auf Landesebene, der als Rahmen für die Tourismusedwicklung der nächsten Jahre dienen soll. Dazu gehört aber auch ein neues ganzheitliches Denken im Tourismus. So haben beispielsweise Förderentscheidungen meines Hauses wie das Radwegeausbauprogramm oder der Breitbandausbau im ländlichen Raum stets auch eine positive Komponente für den Tourismus.

Neues Denken im Tourismus braucht das richtige Verständnis für die Gesamtzusammenhänge. Der Tourismus ist ein Querschnittsbereich. Viele Akteure tragen zum Gesamtangebot bei, viele Profiteure haben einen Nutzen aus der Nachfrage nach Freizeit, Reisen und Erholung. Direkt und indirekt. So ist beispielsweise bei den Tagesreisen der Einzelhandel der stärkste Nutznießer, gefolgt vom Gastgewerbe. Das touristische Produkt vor Ort oder in einer Region besteht immer aus mehreren Komponenten, die im Idealfall stimmig sein müssen: Infrastruktur, Ortscharakter, Landschaftsbild, Verkehrssituation, Service und die zentralen Urlaubssituationen Wohnen sowie Essen + Trinken. Schon wenn ein Baustein in der vom Gast erwarteten Qualität nicht passt, ist die Zufriedenheit gestört. Deshalb braucht es aufeinander abgestimmte Entwicklungsstrategien. Dieses Denken in Zusammenhängen macht unser neues tourismuspolitisches Grundverständnis aus.

Die zukünftige Tourismuspolitik auf Landesebene unter der Führung des Wirtschaftsministers will stärker als in der Vergangenheit ressort- und disziplinübergreifend denken und handeln. So haben wir für die heutige Tourismuswerkstatt die Kollegen und Kolleginnen aus anderen Ressorts und den neuen Ämtern für regionale Landesentwicklung eingeladen. Für den Blick über den Tellerrand und für innovative Ideen haben wir branchenübergreifend gedacht: ich freue mich über Gäste unter anderem aus den Bereichen Natur- und Landschaftspflege, Kultur, Architektur, Kirche und Mobilität. Ich freue mich sehr über Vertreter aus Unternehmen, die mit ihren Produkten und Angeboten den Tourismus vor Ort mit prägen. Ich bin überzeugt, dass wir zukünftig nur gemeinsam tragfähige Konzepte für eine erfolgreiche Positionierung des Tourismus im Lande umsetzen können.

In diesem Kontext sehe ich auch Leitlinien für die Tourismusedwicklung auf Landesebene. Hier geht es mir nicht um ein weiteres Gutachten. Es geht auch nicht um ein der Fläche übergestülptes Konzept des Ministeriums. Es geht vielmehr darum, das vorhandene Wissen aus

den regional existierenden Konzepten, Analysen und Masterplänen im Land zu bündeln und unter Berücksichtigung der vorhandenen nationalen und internationalen Marktkennntnisse in umsetzungsfähige Vorhaben zu bringen. Unser aller Ziel muss es sein, Niedersachsen im Tourismus national und international so zu positionieren, dass wir im Wettbewerb nicht nur mithalten, sondern auf dem einen oder anderen Feld sogar Marktanteile dazu gewinnen können.

Tourismus gilt allgemein als Wachstumsmarkt, insbesondere die Nachfrage aus dem Ausland für Reisen nach Deutschland wächst dynamisch. Aber auch unsere Mitbewerber rüsten auf. Wachstum findet zurzeit vor allem in den großen Städten statt.

Es reicht eben nicht aus, dass wir gute Voraussetzungen zum Wandern und Radfahren, für die Gesundheit oder Ländliche Erholung haben. Das alles können sie in Deutschland in vielen Gegenden gleich schön erleben. Wir müssen dem Gast überzeugend antworten können auf seine Frage: „Warum soll ich nach Niedersachsen in den Urlaub fahren? Die Produkte sind hier nicht anders, die Preise sind nicht anders und die Dienstleistungen sind auch nicht anders. Warum soll ich also ausgerechnet bei Ihnen meinen Urlaub kaufen?“

Wir haben starke Regionen, einige haben es zu einer touristischen Marke geschafft. Darauf muss man aufbauen, keine Frage. Aber es macht sicherlich auch Sinn, bei bestimmten Themen und in bestimmten Zielmärkten unter der Niedersachsenflagge zu segeln. Das Thema Image, Standort- und Markenentwicklung eines Landes ist spannend und geht weit über den Tourismus hinaus. Aber hier gibt es Synergien, die wir zukünftig stärker nutzen wollen.

Die Erarbeitung des Landestourismuskonzeptes ist ein offener Prozess. Gemeinsam mit Ihnen und den weiteren touristischen Akteuren im Land wollen wir ermitteln, welche Unterstützungsbedarfe, welche Hilfestellungen sie sich durch die Landespolitik wünschen. Wir wollen herausarbeiten, welche Stellschrauben nötig sind, um die vorhandenen guten Erkenntnisse im Land besser umzusetzen. Es ist immer viel von der Notwendigkeit der regionalen und kommunalen Kooperation gerade im Tourismus die Rede – und dass es daran hapert. An Erkenntnis, Wissen und Einsicht darüber scheint es nicht zu mangeln – was hindert uns dann eigentlich daran, mehr davon in die Tat umzusetzen?

Wir wünschen uns stärkere regionale und kommunale Kooperationen und Abstimmungen und weniger Kirchtürme im Tourismus, sei es in der Produktentwicklung oder im Marketing. Der Wirtschaftsminister will mit einem neuen, ressortübergreifenden Denken vorangehen. Auf der Regierungsebene wollen wir uns stärker mit den Ressorts, die direkt und indirekt über ihre Förderpolitik zur Tourismusentwicklung einen Beitrag leisten, abstimmen. Eine wichtige Rolle in der Koordination von größeren Projekten wird dabei auch den neuen Ämtern für regionale Landesentwicklung zukommen.

Heute lade ich Sie alle herzlich zu einem aktiven Dialog ein. Nutzen Sie die Chance, uns ihre Wünsche und Vorstellungen an die Landestourismuspolitik mitzuteilen.

2. Starke Angebote im Niedersachsentourismus

Um im touristischen Wettbewerb zu bestehen, brauchen wir die richtigen Angebote. Niedersachsen muss seine Stärken konzentrierter und klarer aufstellen.

Die zu profilierenden Schwerpunkte aus meiner Sicht sind die Querschnittsthemen **Qualität und Nachhaltigkeit**, die Bereiche **Natur- und Aktivtourismus**, das gesamte Spektrum des **Gesundheitstourismus** und die **intelligente Inszenierung der Erlebnisqualität**, um vom Wachstum der Städte- und Kulturreisen, Kurztrips und der Nachfrage aus dem Ausland zu partizipieren.

Dazu ein paar Ausführungen im Einzelnen: Zum Schwerpunkt Qualität

Es gibt nicht „Die Qualität“ im Tourismus. Ein Blick in die Literatur und die Analyse von vergleichbaren Aktivitäten anderer Regionen zeigt schnell, dass Qualität im Tourismus mehrere Themenfelder umfasst, mehrdimensional und dynamisch ist.

Lange Zeit stand im Tourismus die materielle Beschaffenheit der touristischen Leistung, zum Beispiel der Flug, das Hotel, das Schwimmbad, im Vordergrund. Heute haben auch zunehmend die "weichen Faktoren", wie die Servicebereitschaft und die Kompetenz und Zuverlässigkeit des Personals in den Betrieben und den Destinationen Bedeutung. Ein mobilitätseingeschränkter Gast, der den eigentlichen Urlaub auf einer unserer tollen Ostfriesischen Inseln genossen hat, behält einen bitteren Nachgeschmack, wenn er – zum Beispiel - bei der Abreise auf der Fähre die benötigte Unterstützung beim Einsteigen nicht bekommt, weil in der Servicekette an dieser Stelle ein kleines Loch klafft.

Qualität kennzeichnet sich durch verschiedene Merkmale wie Gebrauchstauglichkeit, Funktionstüchtigkeit, Ausstattung, aber auch Zuverlässigkeit, Service- und Umweltfreundlichkeit aus.

Merkmale, die sich rein auf die materielle Beschaffenheit beziehen, sind im Tourismus relativ leicht und einfach zu adaptieren und können uns durchaus Wettbewerbsvorteile verschaffen. Wir unterstützen diese Prozesse über unsere bestehenden und zukünftigen Fördermöglichkeiten im Bereich der Schaffung und Modernisierung touristischer Infrastrukturen sowie der einzelbetrieblichen Maßnahmen im Beherbergungsgewerbe. Allerdings sehen wir im Hinblick auf die demografischen Herausforderungen auch für den Tourismus noch dringenden Handlungsbedarf. Touristische Destinationen und Unternehmen werden zukünftig nur dann erfolgreich sein, wenn sie durchdachte und attraktive Produkte und Dienstleistungen für jung und alt, also für alle Gäste, bereithalten. Gemeinsam mit unserer Landesgesellschaft TMN erarbeiten wir gegenwärtig ein Arbeitsprogramm zur Implementierung des Querschnittsthemas „Tourismus für Alle“ als Qualitäts- und Komfortmerkmal in Niedersachsen.

DEHOGA Niedersachsen, NIHK und mein Haus beteiligen sich bereits seit 2004 an der Qualitätsinitiative „ServiceQualität Deutschland in Niedersachsen“. Wir haben uns gemeinsam zum Ziel gesetzt, das Qualitätsbewusstsein in niedersächsischen Betrieben aller Branchen zu steigern und so die Dienstleistungsqualität zu optimieren. Gleiches gilt für das noch junge Zertifikat KinderFerienLand Niedersachsen. Diese beiden Initiativen werden wir auch künftig weiter fortsetzen.

Zum Schwerpunkt Nachhaltigkeit

Mehr als 80% der Niedersachsenurlauber nennen als wichtigstes Kriterium ihrer Urlaubsentcheidung den Wunsch nach intakter Natur und Landschaft. Dieser Kundenerwartung wird Niedersachsen auch gerecht. Das naturtouristische Angebot wird von den Gästen ganz überwiegend als attraktiv oder sehr attraktiv eingestuft. Das Reiseverhalten unserer Gäste ist im Wandel. Für immer mehr Menschen wird der verantwortungsbewusste Umgang mit den vorhandenen Ressourcen zum Entscheidungskriterium bei der Reiseplanung werden. Für eine erfolgreiche Weiterentwicklung des Tourismus sind deshalb neue Ideen und Konzepte erforderlich, bei denen Nachhaltigkeitsaspekte eine wesentliche Rolle spielen.

Wir müssen daran arbeiten, durch die Schaffung geeigneter touristischer Infrastrukturen das Naturerbe besser zu erschließen und erlebbar zu machen. Etwa durch Optimierung der Zugangsmöglichkeiten und besucherlenkende Maßnahmen zum Schutz sensibler Bereiche.

Ich sehe eine nachhaltige Tourismusedwicklung als eine für das Land zentrale Zukunftsaufgabe an. Wir wollen das Bewusstsein und das Engagement der regionalen Tourismusakteure und

der Leistungsträger stärken, um gemeinsam wettbewerbsfähige Angebote eines nachhaltigen Qualitätstourismus zu entwickeln.

Im Rahmen der Erarbeitung und Umsetzung eines Landestourismuskonzeptes werden wir uns mit der Frage auseinandersetzen müssen, wie der Tourismus seinen Beitrag zum Schutz von Umwelt, Natur und Landschaft leisten kann. Das können z.B. Maßnahmen zum Klimaschutz und zur Energie- und Ressourceneffizienz sein. Aber auch intelligente Mobilitätskonzepte werden in der Zukunft eine immer größere Rolle spielen.

Neben diesen ökologischen Zielen wollen wir die Tourismuspolitik auch ökonomisch nachhaltig ausrichten. Nur langfristiger Erfolg, Rentabilität und Wettbewerbsfähigkeit sichert Arbeitsplätze in der für Niedersachsen besonders wichtigen mittelständischen Tourismusbranche.

Es stellen sich für uns auch Fragen der sozialen Nachhaltigkeit. Das bedeutet für mich insbesondere, die einheimische Bevölkerung in touristische Planungs- und Entscheidungsprozesse stärker einzubeziehen und bei allen Maßnahmen auch eine Verbesserung der Lebensqualität in den Tourismusregionen mit im Blick zu haben. Weiterhin wird es darum gehen, die regions-typische Kultur zu schützen und zu bewahren und somit einen Beitrag zur Stärkung der regionalen Identität insbesondere in den ländlichen Räumen zu leisten.

Zum Schwerpunkt Aktivtourismus

Traditionell ist Niedersachsen stark im Marktsegment Aktivtourismus. In den letzten zwei EU-Förderperioden haben die Kommunen mit erheblicher Landesförderung attraktive Angebote in den besonders volumenstarken Teilmärkten Rad- und Wandertourismus entwickelt. Schwerpunkte der Tourismusförderung waren dabei Lückenschlüsse und Qualitätsverbesserungen des landesweiten Radfernwegenetzes (N-Netz) sowie die Entwicklung der Infrastruktur überregional bedeutsamer Radwege. Untersuchungen wie die ADFC-Radreiseanalyse bestätigen, dass Niedersachsen auf dem richtigen Weg ist, es aber auch noch Luft nach oben gibt. Wir wollen weiter die Angebotsqualität verbessern und mit neuen Angeboten im Wettbewerb punkten. Die TMN erarbeitet zurzeit einen neuen Radroutenplaner. Der Routenplaner wird den radinteressierten Urlaubern zu Beginn der kommenden Sommersaison eine gute Möglichkeit an die Hand geben, ihren Urlaub mit dem Rad in Niedersachsen zu planen.

Auch im Wanderbereich sind in den letzten Jahren mehrere attraktive Fernwanderwege entstanden. Gemeinsam mit den niedersächsischen Reiseregionen und der TMN wollen wir das Thema Wandern noch besser entwickeln. Auch hier hat Niedersachsen mit starken Produkten bereits eine gute Marktpositionierung. Ziel ist der Aufbau eines Online-Tourenportals Wandern, in dem die attraktivsten und qualitativ hochwertigsten Wanderwege der Regionen präsentiert werden. Alle wesentlichen Informationen zu den Wegen, wie etwa Verlauf, Schwierigkeitsgrad, touristisches Angebot und ÖPNV-Anbindung können so schnell und einfach abgerufen werden.

Zum Schwerpunkt Gesundheitstourismus

Der Gesundheitstourismus gilt gemeinhin als Potenzial- und Wachstumsmarkt. Die Gründe hierfür sind vielfältig: Der demografische Wandel, die fortschreitende Leistungseinschränkung der Krankenkassen und damit verbunden eine rückläufige Entwicklung der kurärztlichen Behandlungsfälle. Im Gegenzug verzeichnen wir ein gestiegenes Gesundheitsbewusstsein in der Bevölkerung und damit die Bereitschaft, mehr private Mittel für die eigene Gesundheit und Lebensqualität zu investieren.

Für unser Land Niedersachsen zeigt sich die herausgehobene Bedeutung des Gesundheitstourismus anhand der Übernachtungszahlen: Knapp die Hälfte aller Übernachtungen landesweit finden in einem der 110 prädikatisierten Kur- und Erholungsorte statt.

Wir haben mit unseren vorhandenen medizinischen Kompetenzen in diesen prädikatisierten Orten und der flankierenden touristischen Infrastruktur gute Voraussetzungen, um vom Nachfragerwachstum zu profitieren.

Dazu halte ich es für notwendig, die Tourismusbranche enger mit der Gesundheitswirtschaft zu vernetzen, d. h. die Gesundheitswirtschaft noch stärker in die touristischen Strukturen einzubinden. Hier ist es erforderlich, dass alle Entscheidungsträger und Leistungserbringer gemeinsam an einem Strang ziehen. Sei es durch branchenübergreifende Kooperationen, die Bildung neuer zielgruppengerechter Produkte, eine gemeinsame Marketingstrategie - letztlich durch Optimierung der gesamten touristischen Dienstleistungskette. Ziel sollte es immer sein, dem Gast ein stimmiges Gesamtbild des jeweiligen Standortes zu präsentieren.

Bei der Suche nach einem Gesundheitsurlaub ist es als Gast oftmals noch schwierig, sich im Dschungel der vielen Angebote zu Recht zu finden. Die Angebote sind generell da - es kostet aber oftmals viel Zeit und Mühe, einen passenden Gesundheitsurlaub zu finden, da man viele einzelne Bausteine suchen und buchen muss. Die eingefleischten Gesundheitstouristen wissen, was sie wollen und nehmen den Aufwand in Kauf. Aber insbesondere die Menschen, die zwar keine klassischen Gesundheitstouristen sind, aber ein erhöhtes Gesundheitsbewusstsein haben, gilt es abzuholen. Hier ist noch Potential vorhanden, indem noch mehr buchbare Pauschalangebote angeboten werden („Gesundheitsurlaub auf einen Klick“).

Auch das Thema Prävention wird in den kommenden Jahren immer mehr in den Fokus rücken, beispielsweise betriebliche Gesundheitsreisen, und bietet für unsere Kur- und Erholungsorte insgesamt große Chancen. Ich bin überzeugt, dass wir hier noch mehr Wachstum generieren können.

Zum Schwerpunkt Inszenierung im Kulturtourismus

Worüber sprechen wir beim Thema Kulturtourismus? Wir müssen hier unterscheiden zwischen den „reinen“ Kulturtouristen, also denen, die ein Urlaubsziel ausschließlich aus kulturellen Motiven wählen, und den sog. „Gelegenheitskulturtouristen“. Die „reinen“ Kulturtouristen stellen einen Anteil von 4 % aller Reisenden dar, was in Niedersachsen 1,6 Mio. Übernachtungen bedeutet. Sie sind eine Klientel, die überwiegend individuell reist, zahlungskräftig ist und auch von Studienreisen- und Kulturreiseveranstaltern hervorragend bedient wird.

In unserem Fokus stehen jedoch eher die Kulturreisen im weiteren Sinne. Dies sind solche, in denen Kultur ein gleichrangiger Urlaubsbestandteil neben anderen Freizeitaktivitäten, wie z.B. Sport, ist. Hier spielt Kultur im Entscheidungsprozess für ein Reiseziel eine wichtige, aber nicht die ausschlaggebende Rolle. Kulturreisen im weiteren Sinne sind oft kulturorientierte Städtereisen und Erholungsurlaube, in denen kulturhistorische Sehenswürdigkeiten und Museen besichtigt oder Aufführungen besucht werden.

Niedersachsen hat keine Wartburg, keinen Zwinger, kein Neuschwanstein oder ähnliche Prime-Attraktionen. Niedersachsen besitzt aber ein reichhaltiges und vielfältiges kulturelles Angebot: Festivals und Events wie die Niedersächsischen Musiktage zählen dazu, ebenso namhafte Museen wie die Kunsthalle Emden, historische Städte wie Goslar, Wolfenbüttel, Celle, Lüneburg oder Hannoversch Münden, Science-Center wie das Phaeno, die „Autostadt“, attraktive Schlösser, Parks und Gärten wie Herrenhausen und Schloss Bückeburg, die UNESCO-Weltkulturerbestätten und mit Worpswede Deutschlands bedeutendstes Künstlerdorf – meine Aufzählung muss naturgemäß an dieser Stelle unvollständig enden. Unser gemeinsames Ziel sollte es deshalb sein, dieses kulturelle Potenzial noch besser touristisch zu erschließen, gerade durch Angebotsvernetzungen und Produktkombinationen.

Hierin liegt meines Erachtens die Herausforderung für die touristischen Akteure. Wie so etwas funktioniert, kann man sich zum Beispiel am Best Practice „Kulturnetzwerk Ostfriesland“ anse-

hen, dass nach „Garten Eden“ und Abenteuer Wirklichkeit“ mit dem „Land der Entdeckungen“ bereits das dritte sich über die gesamte ostfriesische Halbinsel erstreckende kulturtouristische Themenjahr durchführt.

Neue Impulse und Innovationen im Tourismus kann auch ein Blick über den Tellerrand auf die Kreativwirtschaft bringen, zu Design und Architektur. Analysen zeigen, dass die Kultur- und Kreativwirtschaft nicht nur für sich selbst ein starkes Innovationspotenzial besitzt, sondern auch als Innovationstreiber für andere Branchen fungiert. Aufgrund ihrer starken Innovationsorientierung leistet sie einen wichtigen Beitrag zur Steigerung der Wettbewerbsfähigkeit der Gesamtwirtschaft. Enge Kooperationen zwischen Kreativunternehmen und Firmen anderer Sektoren tragen dazu bei, deren Innovationsfähigkeit zu steigern.

Unser Ziel in den kommenden Jahren ist es, zur besseren Ausschöpfung des Potenzials der Kreativwirtschaft für Niedersachsen beizutragen und die Innovationspotenziale gezielter zu nutzen. Wir sehen große Beziehungschancen der Kreativwirtschaft zum Tourismus und zur Gesundheitswirtschaft. Hierzu werden gegenwärtig in meinem Hause Handlungsfelder ermittelt und konkrete Maßnahmen ausgelotet.

3. Neuausrichtung des Tourismusmarketings auf Landesebene – die neue TMN

Die richtigen Produkte brauchen das erfolgreiche Marketing. Die Weichen auf Landesebene dazu haben wir gestellt.

Die Landesregierung hat die TMN als landespolitisches Instrument gestärkt. Seit dem 01.01.2014 ist die TMN gesellschaftsrechtlich, strukturell und inhaltlich zukunftsfähig aufgestellt – als eine einhundertprozentige Landesgesellschaft. Die bisherigen Gesellschafter aus Tourismuswirtschaft und Tourismusorganisationen haben ihre Gesellschafteranteile an das Land übertragen. Wir werden die TMN weiter in dem bisherigen Rahmen finanzieren. Die erforderlichen Mittel sind durch die mittelfristige Finanzplanung des Landes abgesichert. Da wir mit der Finanzierung der TMN die im Wirtschaftsförderfonds für den Tourismus vorgesehenen Landesmittel vollständig binden, wollen und werden wir stärker Einfluss auf die inhaltliche Ausrichtung und Arbeit der TMN nehmen als in der Vergangenheit.

Gleichzeitig haben wir mit diesen Änderungen den gestiegenen vergaberechtlichen und EU-beihilferechtlichen Anforderungen an die Finanzierung der TMN Rechnung getragen. Der Entscheidungsfindungsprozess war zwar kompliziert, am Ende aber einstimmig und im Konsens und mein Dank geht noch einmal an alle, die diesen Weg so konstruktiv mitgegangen sind.

Zukünftig wird sich die TMN stärker um die Entwicklung regional übergreifender, qualitativ hochwertiger Produkte kümmern. Sie wird mehr Initiativen für die Vernetzung regionaler Aktivitäten und Projekte auf den Weg bringen und eine deutlichere Positionierung Niedersachsens im nationalen und internationalen Tourismuswettbewerb verfolgen. Das alles in Zusammenarbeit mit den regionalen Tourismusakteuren und unter Beachtung der übergeordneten landespolitischen Ziele.

Ich bin zuversichtlich, dass die neue TMN eine neue Qualität in die Angebote und das Marketing des Tourismus auf Landesebene bringen wird. Unterstützt und inhaltlich beraten wird die TMN durch die neu gegründete Tourismusversammlung. In der Tourismusversammlung sind die bisherigen Gesellschafter, die tourismuspolitischen Sprecherinnen und Sprecher der Landtagsfraktionen und ein Vertreter des Niedersächsischen Industrie- und Handelskammertages vertreten. Weitere Anträge zur Aufnahme liegen bereits vor. Darüber wird die Tourismusversammlung selbst entscheiden.

Beim Thema Marketing schaue ich mit einem Seitenblick auch auf die hier anwesenden regional und lokal Verantwortlichen. Ich möchte mir den Hinweis nicht verkneifen, dass es durchaus sinnvoll ist, einmal darüber nachzudenken, ob der Marketingeuro vor Ort auch wirklich optimal eingesetzt wird. Ob es echte Arbeitsteilungen gibt oder doch noch eher traditionelle Parallelstrukturen existieren. Ob es zukünftig nicht stärker geboten sein müsste, über mehr gemeinsame regionale Aktionen und weniger die Pflege des eigenen Lokalpatriotismus nachzudenken – der steinige, aber erfolgversprechende Weg zu einer abgestimmten Markenstrategie, wie ihn der Harzer Tourismusverband gegangen ist, ist hier ganz sicher ein gelungenes Beispiel.

4. Grundlagen der zukünftigen Tourismusförderung des Landes

Tourismuspolitik ist zweifellos mehr als die Vergabe von Subventionen. Aber ganz ohne öffentliche Förderung geht es nicht, wenn man als Land neue Impulse setzen und Innovationen voranbringen will. Wie sieht nun der zukünftige Förderrahmen aus?

Im Dezember 2013 wurden auf europäischer Ebene die lang erwarteten EU-Verordnungen verabschiedet, die wir bei der Neugestaltung der Tourismusförderung beachten müssen. Leider ist damit das Verfahren noch nicht abgeschlossen. Der Bund muss innerhalb von maximal vier Monaten die sogenannte Partnerschaftsvereinbarung bei der Kommission einreichen, die Länder danach dann ihre Operationellen Programme wiederum innerhalb von längstens drei Monaten.

Wie Ihnen sicher bekannt ist, hat die Staatskanzlei einen Entwurf des Operationellen Programms des Landes Niedersachsen für die künftige EFRE- und ESF-Förderung im Zusammenhang mit dem Beteiligungsverfahren im Rahmen der Strategischen Umweltprüfung veröffentlicht. Der Kabinettsbeschluss ist für Frühjahr geplant. Danach müssen wir die Genehmigung des Operationellen Programms durch die Kommission abwarten. Damit rechnet die Staatskanzlei aber eher erst zum Jahresende 2014. Ich kann Ihnen aber versichern: wir stehen in den Startlöchern und werden so schnell wie möglich mit dem offiziellen Verfahren zur Erstellung der neuen Tourismus-Förderrichtlinie beginnen.

Auch wenn also die Förderperiode 2014 bis 2020 bereits begonnen hat, können wir noch nicht mit der neuen Förderung beginnen. Im Jahr 2014 werden wir die Tourismusförderung daher zunächst weiterhin auf unsere bestehende „Richtlinie über die Gewährung von Zuwendungen zur Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit der Tourismuswirtschaft“ stützen. Das bedeutet, dass Projekte, die mit EFRE-Mitteln der laufenden Förderperiode gefördert werden, zeitnah abgeschlossen werden müssen.

Wie sind aber nun unabhängig von den beschriebenen Startschwierigkeiten die Rahmenbedingungen in der neuen Förderperiode? Zunächst zum finanziellen Rahmen: Das Geld wird viel knapper, das bedeutet etwa eine Halbierung der EFRE-Mittel für Niedersachsen.

Inhaltlich fordert die EU eine stärkere thematische Konzentration beim Einsatz der Mittel. Die Förderung touristischer Projekte wird in den Strukturfondsverordnungen nicht mehr explizit als Fördertatbestand genannt. Gegenüber der Kommission müssen wir daher darlegen, dass unsere angestrebte Tourismusförderung einen Beitrag zur Erreichung der Ziele der Strategie "Europa 2020" leistet. Außerdem muss sie unter den Investitionsprioritäten der Verordnungen subsumiert werden können. Eine besondere Bedeutung kommt in diesem Zusammenhang auch der Berücksichtigung regionaler Anforderungen und Bedarfslagen zu. Daher sieht unser Kabinettsbeschluss die Förderung der touristischen Infrastruktur unter dem Themenfeld "Regionalentwicklung" vor.

Für die Förderung der touristischen Infrastruktur wollen wir die Investitionspriorität "Unterstützung der Sanierung sowie wirtschaftlichen und sozialen Belebung benachteiligter Gemeinden

in städtischen und ländlichen Gebieten“ nutzen. Dies ist aus unserer Sicht ein Weg, auf dem wir gegenüber der Kommission ans Ziel kommen können. Gerade in vielen strukturschwachen Gebieten ist der Tourismus ein wichtiger Wirtschaftsfaktor. Allerdings bedeutet dies auch, dass die Tourismusförderung mit EFRE-Mitteln künftig nicht mehr flächendeckend möglich sein wird. Fördern können wir voraussichtlich nur noch in benachteiligten Landesteilen, in denen besondere Potenziale für eine positive Entwicklung des Tourismus bestehen, Das heißt: wir stärken die Schwachen in ihren Stärken.

In dem dargestellten Rahmen wollen wir die Schwerpunkte der künftigen Tourismusförderung auf die Entwicklung und Attraktivierung touristischer Angebote und Infrastrukturen legen. Im Mittelpunkt sollen dabei der Natur-, der Kultur- und der Gesundheitstourismus sowie die Entwicklung und Realisierung barrierefreier Angebote stehen.

Nicht unerwähnt lassen möchte ich an dieser Stelle, dass die Kommission die Förderung von Infrastrukturen jeglicher Art unter beihilferechtlichen Gesichtspunkten zunehmend kritisch betrachtet. Dies betrifft insbesondere die sogenannten Einnahme schaffenden Einrichtungen. Im Zusammenhang mit der Infrastrukturförderung im Rahmen der Gemeinschaftsaufgabe „Verbesserung der regionalen Wirtschaftsstruktur“ läuft zurzeit ein Notifizierungsverfahren bei der Kommission. Dabei geht es auch um die Frage, ob und inwieweit die Förderung touristischer Infrastrukturen als Beihilfe zu werten ist. Falls ja, schließt sich die Frage an, ob eine solche ggf. mit dem gemeinsamen Markt vereinbar wäre. Das Ergebnis dieses Verfahrens werden wir bei allen künftigen Förderungen touristischer Infrastrukturen, egal aus welchen Töpfen, beachten müssen. Wir erwarten es daher mit Spannung.

Weniger einschneidende Änderungen wird es nach derzeitigem Kenntnisstand bei der Förderung des Beherbergungsgewerbes geben. Hier werden wir im Rahmen der finanziellen Möglichkeiten auch weiterhin besondere Hotelprojekte innerhalb der GRW-Förderkulisse in bewährter Weise fördern können. Voraussichtlich werden wir allerdings die Fördersätze teilweise anpassen müssen.

5. Resümee

Soweit die Darstellung der Rahmenbedingungen für die zukünftige Tourismuspolitik des Landes aus meiner Sicht. Tourismus ist einer der besonders zu entwickelnden Leitmärkte innerhalb unserer Wirtschaftspolitik. Mit dem bis zum Sommer zu erarbeitenden Rahmen für eine strategische Positionierung wollen wir den Tourismus zukunftsfest machen. Wir wollen Erfolgsfaktoren übertragen, neue Wege finden. Wir wollen unsere eigenen Fähigkeiten entwickeln und keine Lösungen anderer kopieren. Die Zukunft zu gestalten geht nur im Austausch zwischen Politik und öffentlichen und privaten Leistungsträgern auf Landes-, regionaler und lokaler Ebene im Sinne eines modernen Verwaltungshandelns. Bringen Sie sich aktiv ein, heute im Rahmen dieser Tourismuswerkstatt ist die Gelegenheit dazu.

Bevor die Arbeit an den Themeninseln startet, wird uns Carolin Ruh, unsere alte und neue Geschäftsführerin der TourismusMarketingNiedersachsen GmbH, als „Warming – Up“ und Denkanstoß für den weiteren Prozess, den Blick aus der Marktforschung von oben auf das Reiseland Niedersachsen präsentieren.

Ich freue mich auf das weitere Miteinander mit Ihnen allen und bedanke mich für Ihr Zuhören.