

## „Wir brauchen uns in NRW nicht zu verstecken“

### Abgeordnete des Wirtschaftsausschusses sprachen mit Landtag intern

#### Welchen Stellenwert nimmt der Tourismus als Wirtschafts- und Standortfaktor in NRW ein?

**Gießelmann:** Einen ganz großen. Wir haben in NRW in dieser Branche gut 240.000 Beschäftigte in 45.000 überwiegend mittelständisch organisierten Betrieben. Diese erwirtschaften einen Jahresumsatz von rund elf Milliarden Euro. Damit steht der Tourismus bei den Beschäftigungszahlen an dritter Stelle aller Branchen in NRW. In der Vergangenheit hat sich der Landtag immer wieder dafür stark gemacht, diese Entwicklung voranzutreiben. So haben wir beispielsweise als Delegation mehrfach die Tourismusbörse in Berlin besucht, haben auf die Entwicklung der Verbandsstrukturen Wert gelegt, die sich mittlerweile modernisiert und gestrafft haben, und wir sind politisch mitvertreten im NRW Tourismus e.V., wo wir uns in einem

Beirat mit den Verbänden und den Unternehmensvertretern austauschen.

Man kann also sagen:



Helga Gießelmann (SPD)

Der Tourismus wird von uns als Wirtschaftsfaktor sehr ernst genommen.

**Weisbrich:** Der Tourismus ist eine feste Größe in der nordrhein-westfälischen Wirtschaft. Nach der Medienwirtschaft, aber weit vor

Kohle, Stahl oder Chemie, ist die Tourismusbranche mit mehr als 240.000 Beschäftigten der zweitgrößte Arbeitgeber im Land. Zum Fremdenverkehrsgewerbe zählen in Nordrhein-Westfalen 45.000 überwiegend kleine und mittlere Unternehmen. Sie betreuen jährlich über 14 Millionen Besucher mit rund 36 Millionen Übernachtungen und erwirtschaften damit einen Umsatz von ca. elf Milliarden Euro. Der Tourismus kann speziell in den ländlichen Regionen einen wertvollen Beitrag zum Strukturwandel leisten, indem er neue Arbeitsplätze schafft und neues Einkommen ermöglicht. Auch wenn sein Beitrag an der Bruttowertschöpfung des Landes insgesamt noch gering ist, trägt der Tourismus entscheidend dazu bei, das Land NRW auf dem Weg zum internationalen Dienstleistungsstandort zu profilieren.

**Dr. Papke:** Der Tourismusbereich ist bereits heute einer der wichtigsten Wirtschaftszweige in NRW. Wir haben ca. 45.000 überwiegend mittelständische Betriebe, die im Gesamtbereich der Tourismuswirtschaft tätig sind und jährlich etwa elf Milliarden Euro Umsatz erwirtschaften sowie weit über 200.000 sozialversicherungspflichtige Beschäftigungsverhältnisse bereitstellen. Zudem ist der Tourismus eine Branche mit enormen Wachstumschancen. Die Tourismuswirtschaft in NRW hat ihre Potentiale bei weitem noch nicht ausgereizt. Ich halte es daher für ein ganz wichtiges Aufgabenfeld der nordrhein-westfälischen Wirtschafts- und Strukturpolitik, den Tourismus in und nach NRW gezielt zu entwickeln.

**Sagel:** Tourismus ist ein wichtiger Wirtschaftsfaktor für NRW, wobei es erhebliche Unterschiede zwischen den einzelnen Regionen gibt. Als positives Beispiel ist der Nationalpark

*Übermorgen öffnet die Internationale Tourismus-Börse (ITB) in Berlin ihre Pforten. Auch das Land Nordrhein-Westfalen wird wieder ein Anziehungspunkt für Touristen aus der ganzen Welt sein und an zahlreichen Ständen für seine vielfältigen Attraktionen und abwechslungsreichen Landschaften werben. Über die Bedeutung der Tourismusbranche für die nordrhein-westfälische Wirtschaft sprach Landtag intern mit den Mitgliedern des Wirtschaftsausschusses: Helga Gießelmann (SPD), Christian Weisbrich (CDU), Dr. Gerhard Papke (FDP) und Rüdiger Sagel (GRÜNE).*

Eifel zu nennen. Hier hat es eine deutliche Standort-Belebung gegeben. Ich habe mir kürzlich selbst ein Bild vor Ort machen können. Dort wurde mir von einem Nachfragezuwachs von 50 bis 70 Prozent berichtet. Diese positive Entwicklung könnte auch als Vorbild für weitere Regionen dienen. Wir Grünen wollen beispielsweise die Einrichtung eines „Nationalpark Senne“. Das würde auch dieser Region einen erheblichen Schub geben. Als weiteres Tourismus-Highlight in NRW ist die Route der Industriekulturen im Ruhrgebiet zu nennen. Neben diesen neuen Faktoren haben wir natürlich auch eine Fülle an alten Tourismus-Regionen, wie die rheinische Region, den sauerländischen Bereich, den Teutoburger Wald oder das Münsterland mit Anziehungskraft bis in den holländischen Raum hinein. Grundsätzlich ist zu sagen: Die Tourismuszahlen in NRW sind relativ konstant. Wir haben im letzten Jahr 13,3 Millionen Gäste gehabt mit 35,5 Millionen Übernachtungen – eine nicht zu unterschätzende Menge. Durch die neuen Entwicklungen werden sich diese Zahlen sicherlich noch steigern lassen.

Christian Weisbrich (CDU)

**Wie kann das Tourismusziel NRW besser vermarktet werden? Welche Zielgruppen wurden bislang vernachlässigt?**

**Gießelmann:** Ich glaube nicht, dass wir Zielgruppen vernachlässigt haben. Wir haben uns in der Vergangenheit immer um eine sehr ausdifferenzierte Tourismus-Vermarktung bemüht. Dafür gibt es regionale Verbände, die

zielgerichtet die thematischen Schwerpunkte mit der Region vermarkten sollen. Dabei nimmt sich jede Region unterschiedliche Kernpunkte vor. Unsere Aufgabe als Landespolitiker muss es sein, diese regionalen Initiativen auch künftig weiter zu unterstützen und stärker zu bündeln. Bisher hat die Vermarktung gut funktioniert, sonst hätten wir im Tourismusbereich auch nicht die Zuwächse der letzten Jahre erlebt. Im Jahr 2003 mussten wir zwar geringfügige Besucherrückgänge von 0,8 Prozent verzeichnen, aber damit lagen wir trotzdem noch weit unter dem Bundesdurchschnitt. Auch im Hinblick auf den Ausländeranteil im touristischen Bereich stehen wir im Vergleich zu anderen Bundesländern sehr gut da.

Wir können also mit unserer Politik, die Regionen zu stärken, damit diese ihre Schwerpunkte definieren und auf den Markt bringen, nicht so falsch gelegen haben.

**Weisbrich:** Für die Gewinnung von neuen Gästen ist es wichtig, mit einer eindeutigen und erkennbaren Marke zu werben. Kirchturmpolitik zählt nicht mehr. Die Regionen müssen zu gemeinsamen und abgestimmten Konzepten kommen, deren Alleinstellungsmerkmale im Wettbewerb auch international wahrnehmbar sind. Entscheidend für den Erfolg wird es sein, dass die herausgestellten Attraktionen mit Dienst- und Serviceleistungen zu einem überzeugenden Gesamtpaket verbunden werden, das über eine zentrale Plattform kundengerecht buchbar ist. Im Rahmen eines Deutschland-Marketings sollte versucht werden, mehr internationale Touristen, mehr Messe- und mehr Städtetouristen zu gewinnen.

**Dr. Papke:** Die Tourismuskommunikation in NRW ist insgesamt noch nicht effizient genug. Hierfür wird zwar sehr viel Geld ausgegeben, aber mit den erzielten Effekten können wir nicht zufrieden sein. Das Problem ist: Wir haben es mit zahlreichen lokalen Einheiten zu tun, die

trotz hohen Mitteleinsatzes in den Bereichen Außenkommunikation, Marketing und Akquisition keine nachhaltigen Effekte erzielen können. Dafür sind sie zu klein. Um ein vernünftiges und wirksames Tourismusmarketing zu betreiben, braucht man größere Einheiten und ein Höchstmaß an Professionalität. Es reicht nicht aus, wenn sich jede Gemeinde ihre eigene kleine Homepage bastelt. Zumeist werden diese nicht einmal über die Grenzen der eigenen Gemeinde hinaus wahrgenommen. Hier sehe ich Handlungsbedarf der Landespolitik: Wir brauchen ein landesweites Tourismuskonzept.

Meine Fraktion stellt sich vor, eine Dachmarke, ein Label „Tourismusland NRW“ zu entwickeln, verbunden mit einem parallel laufenden Marketingkonzept „Tourismus in NRW“. Unter dieser Dachmarke würden wir die vielfältigen lokalen Tourismusangebote bündeln. Wir hätten dann eine Präsentationsplattform all dessen, was NRW als Tourismusstandort anzubieten hat. Und das ist eine ganze Menge.

**Sagel:** Wir Grüne haben im letzten Jahr eine so genannte „Lange Tourismusnacht“ veranstaltet, wo wir uns sehr intensiv die Internetauftritte der einzelnen Städte, Kreise und Gemeinden zum Thema Tourismus angesehen haben. Hier gibt es Verbesserungsbedarf, um mehr Interessenten im In- aber auch Ausland zu erreichen. Der regionale Zusammenhang wird

noch unzureichend dargestellt. Statt vieler kleiner beschreibender Angebote einzelner Städte oder Gemeinden,

sollten die Internetpräsentationen für ganze Regionen besser vernetzt werden. Auch die Bedienerfreundlichkeit, Buchungsmöglichkeiten und die Vielsprachigkeit der Seiten müssen zum Standard werden. Wichtig ist uns auch, die Angebote im sanften Tourismus, das heißt ökologische Angebote und den Fahrradtourismus, voranzubringen

**Ihr Lieblings-Ausflugsziel in NRW – Was ist das Besondere daran, das auch ausländische Touristen anlocken könnte?**

**Gießelmann:** Ich komme ja aus Ostwestfalen-Lippe und finde diese Gegend wunderschön. Dort haben wir den Teutoburger Wald, den Herrmannsweg und das Ravensberger Hügelland. Aber ich finde auch Fahrradtouren durchs Münsterland oder am Rhein entlang phantastisch. Ich

würde mich also nicht auf einen Landschaftsstrich begrenzen wollen, sondern genieße die Vielfalt in unserem Land.

**Weisbrich:** Persönlich zieht es mich immer wieder in kleine Städte wie Kempen oder Xanten am Niederrhein, die quirlendes Marktreiben, Kultur, Architektur und Gastronomie mit dem besonderen Charme der „Gemütlichkeit“ verbinden. Hier kann man für einen Tag oder für ein ganzes Wochenende Romantik erleben und Kultur genießen. Eine exzellente Medizin gegen Stress.

**Dr. Papke:** Ich kenne so viele interessante touristische Ziele in NRW, dass ich mich spontan für gar kein Lieblingsziel entscheiden kann. Mich hat immer die kulturelle und landschaftliche Vielfalt fasziniert, die wir in NRW zu bieten haben – vom Siebengebirge bis zur Route der Industriekulturen im Ruhrgebiet. Diese attraktive Vielfalt müssen wir künftig besser als Standortfaktor nutzen.

**Sagel:** Ich bin jemand, der viel im Nahbereich touristisch unterwegs ist. Ich besuche des Öfteren das Ruhrgebiet, fahre in den Teutoburger Wald oder ins Sauerland, was besonders im Winter sehr reizvoll ist. Ein Lieblingsziel kann ich allerdings nicht benennen.

*Die Interviews führten Stephanie Hajdamowicz und Axel Bäumer.*



Dr. Gerhard Papke (FDP)



Rüdiger Sagel (GRÜNE)



Fotos: Schälte