

**Sperrfrist: 16. Juni 2008, Redebeginn**

**Rede**

**des Thüringer Ministers für Wirtschaft,**

**Technologie und Arbeit**

Jürgen Reinholz

Veranstaltung

Thüringer Tourismustag 2008

Thema

Internet, Handy & Co. – Neue Medien im Tourismus

„Thüringen im Wandel der Zeit – Vom Faltblatt zum iGuide“

am 16. Juni 2008  
in Suhl

Es gilt das gesprochene Wort!

[Anrede]

1.

2007 war ein gutes Jahr für die Thüringer Tourismus.

Mehr als 3 Millionen Ankünfte und über 9 Millionen Übernachtungen sind rekordverdächtig. Bei den Ankünften lagen wir beim Wachstum mit einem Plus von 7 % auf Platz 1 aller Flächenländer in Deutschland. Das bedeutete auch die Höchstmarke in Thüringen seit der Wiedervereinigung. Und mit 9 Millionen Übernachtungen erzielten wir immerhin das zweitbeste Ergebnis seit der Wende.

2.

Meine Damen und Herren,

die positiven Zahlen bestätigen zwar unseren Kurs, das soll aber nicht bedeuten, dass wir uns in nächster Zeit nur noch gegenseitig auf die Schultern klopfen.

Denn die schöne neue – aber auch schnelllebige und oftmals komplizierte – elektronische Welt hat längst auch den Tourismus erobert. Ob Anbieter oder Nachfrager, ohne Internet und Online-Marketing geht auch hier fast nichts mehr.

Bannerwerbung, Suchmaschinen-Einträge, E-Mail-Newsletter und Weblogs zur Hotelbewertung sind die neuen Schlagworte. Und weil auch im Tourismus ein modernes Marketing das A und O erfolgreicher Geschäfte ist, finde ich die Idee ausgesprochen gut, sich zum Thema „Neue Medien im Tourismus“ auf den aktuellen Stand der Dinge zu bringen.

Denn gerade zum Thema Marketing und Medien ist man ständig im Fluss – auch in Thüringen. Ein kurzer Blick in den Rückspiegel macht das deutlich:

Seit Anfang der 90er Jahre hat sich unser Tourismus-Marketing rasant verändert.

- Anfangs war dafür neben den Regionalverbänden noch der Thüringer Landesfremdenverkehrsverband zuständig, der die touristischen Angebote in Katalogen, Broschüren und Faltblättern vor allem auf Messen vertrieben hat.
- Ende 1996 haben wir dann mit Gründung der Thüringer Tourismus GmbH auch unser Marketing gebündelt, mit dem Ergebnis, dass auch die Medienarbeit professioneller wurde.
- 1997 wurde das landesweite Informations- und Reservierungssystem THÜRIS eingerichtet und 1998 ging dann das Servicecenter der TTG in Betrieb, wobei wir auf dem Gebiet der Reisevermittlung einen regelrechten Quantensprung erlebten, denn man war plötzlich in der Lage, den Gästen ein breites Leistungsspektrum aus einer Hand anzubieten.
- 1999 wurde dann ein Ticketingsystem eingerichtet und der Internetauftritt unter [www.thueringen-tourismus.de](http://www.thueringen-tourismus.de) erneuert.

- Und wieder ein Jahr später wurde das Informationssystem THÜRIS Info unter [www.thueringen-tourismus.de](http://www.thueringen-tourismus.de) etabliert, das schon damals einiges zu bieten hatte: wie z.B. Online-Buchungsmöglichkeiten für alle THÜRIS-Betriebe, eine Suchmaschine, Bestellmöglichkeiten sowie interaktive Landkarten.

Und so ging es weiter:

- Im Jahr 2002 wurde in Thüringen mit der ThüringenCard eine elektronische Gästekarte eingeführt, die es bis dato bundesweit in keinem anderen Flächenland gab.
- Und schließlich wurden 2007 ein verbessertes Buchungs- und Reservierungssystem eingeführt und ein neuer Internetauftritt der TTG geschaltet.
- Heute sendet die TTG monatliche Reise-Newsletter an rund 6.000 Endkunden. Und speziell für die Reisewirtschaft in Deutschland, Österreich, der Schweiz, den Niederlanden und Belgien gibt es den Newsletter „*Thüringen – News for Sales*“, der sich mittlerweile zu einem wichtigen Informationsmedium gemausert hat. Für Reisedredaktionen, Rundfunkanstalten, freie Journalisten und Nachrichtenagenturen gibt's den Pressedienst „Der Rasselbock“ und für die Touristiker in Thüringen den monatlichen Marketing-Infodienst sowie den Marktforschungs-Newsletter.

3.

Sie sehen, meine Damen und Herren,

auch zum Thema „neue Medien“ gibt es im Thüringer Tourismus viel Innovatives.

Und das ist auch wichtig, denn wir haben auf der Basis unserer Landestourismuskonzeption vor vier Jahren einen klaren Kurs eingeschlagen.

Unser Ziel war und ist es, die Gäste- und Übernachtungszahlen kontinuierlich zu steigern, so dass wir im Jahr 2010 die Schallmauer von jährlich 10 Millionen Übernachtungen durchbrechen.

Ich gebe zu, vor vier Jahren klang das noch ziemlich ehrgeizig, die aktuelle Entwicklung stimmt mich aber zuversichtlicher denn je, dass wir das auch schaffen.

Wir haben uns damals zur Erreichung der „10 Millionen in 2010“ im wesentlichen vier Hausaufgaben ins Pflichtenheft geschrieben:

- Erstens, die Organisationsstrukturen im Thüringer Tourismus effizienter zu gestalten,
- zweitens, das Tourismusmarketing neu auszurichten,
- drittens, die Qualität deutlich zu verbessern und
- viertens, den Ausbau des Tourismus-Gewerbes und der Infrastruktur zu fördern.

Seit dem haben wir intensiv an der Umsetzung gearbeitet und Vieles auf den Weg gebracht.

Zum Thema Organisation stellen wir fest, dass die Umstrukturierung der TTG als Landesgesellschaft und die dortige Bündelung des touristischen Außenmarketings sowie die Neuorientierung der Thüringer Regionalverbände bereits Wirkung zeigt.

Stichwort Marketing:

Auch hier haben wir viel erreicht, geblieben sind aber auch ein paar Baustellen, die wir schleunigst schließen müssen. So müssen wir gemeinsam vor allem den Bekanntheitsgrad unseres Landes erhöhen und das Image des Freistaates weiter im Profil schärfen.

Mein Wunsch ist es auch, dass die einheitliche Wort-Bild-Marke, die wir in der Thüringen-Werbung jetzt schon seit 4 Jahren haben, noch effektiver genutzt wird. Es macht wenig Sinn, wenn das Dachmarkenlogo nur von der TTG genutzt wird. Es muss möglichst auf allen außenwirksamen Touristik-Publikationen und in den Medien erscheinen, um sich als Markenbegriff durchzusetzen. Denn wenn etwas überflüssig ist, dann ist es eine Marke, die keiner kennt!

Und auch bei der Zusammenarbeit im Marketing müssen wir noch kräftig nachsteuern. Denn ohne ein Innenmarketing aus einem Guss ist auch kein erfolgreiches Außenmarketing möglich. Und deshalb bleibt das Thema Innenmarketing auch weiterhin in unserem Pflichtenheft.

Ich habe das schon beim letzten Tourismustag gesagt: Das Zusammenspiel zwischen Tourismusunternehmen, Verbänden und der TTG spielt eine entscheidende Rolle, wenn wir beim Innenmarketing wirklich vorankommen wollen.

Das dritte Paket unserer Konzeption war und ist die Verbesserung der touristischen Qualität. Denn wie heißt es so schön: „Qualität ist nicht alles, aber ohne Qualität ist alles nichts“. Das bedeutet in erster Linie: Qualität ist nicht „Kür“ sondern „Pflicht“! Und das bedeutet auch: Es gibt keine Wahl zwischen ein bisschen mehr oder ein bisschen weniger Qualität. Ist der Kunde erst mal weg, wird es teuer, ihn zurückzuholen. Das gilt auch im Tourismus. Und gerade weil die Qualität ein K.o.-Kriterium ist, haben wir bereits vor fünf Jahren (2003) das Qualitätssiegel „Q – Servicequalität Thüringen“ aus der Taufe gehoben, das seit dem gute Fortschritte gemacht hat. Inzwischen sind in Thüringen immerhin 143 Betriebe der Stufe I und 5 Betriebe der Stufe II ausgezeichnet worden. Wir haben fast 650 Qualitäts-Coaches ausgebildet und verfügen in Thüringen über fast 80 Qualitätstrainer. Und mit dem heutigen Tag schreiben wir Qualität wieder ein bisschen größer, denn wir werden noch vor der Mittagspause weitere 15 Unternehmen mit dem Q-Siegel auszeichnen können.

4.

Meine Damen und Herren,

der Thüringer Tourismus entwickelt sich. Vielleicht nicht immer in großen Schritten und nicht gleichmäßig in allen Regionen. Und sicher könnte es an manchen Stellen

besser laufen. Aber trotzdem bin ich zuversichtlich. Denn im ganzen Land hat sich eine moderne, touristische Infrastruktur entwickelt und die aktuellen Übernachtungs- und Gästezahlen sehen im Landesdurchschnitt ebenfalls gut aus.

Deshalb möchte ich an dieser Stelle auch die Gelegenheit nutzen, um allen Touristikern im Land ganz herzlich für ihr Engagement zu danken.

Ich weiß, es ist nicht immer einfach, um so mehr freue ich mich darüber, wenn sich – wie am heutigen Tag – viele Interessierte zusammenfinden, um gemeinsam darüber nachzudenken, wie man mit interessierten Gästen kommuniziert – und zwar mit Hilfe neuester Medien.

Und mit einem kurzen Hinweis in eigener Sache, würde ich mich ganz besonders freuen, wenn Sie uns Ihre neuesten Ideen auch beim „*Thüringer Marketingpreis für Tourismus 2008*“ vorstellen. Die Bewerbungsfrist läuft noch bis 31. August 2008.

In diesem Sinne wünsche ich Ihnen für heute ein umfangreiches Update und viel Vergnügen.

Vielen Dank.