

## Rede von Wirtschaftsminister Jürgen Reinholz zum Thüringer Tourismustag 2009

*"Touristische Produktentwicklung und Qualität – Perspektiven für den Thüringer Tourismus"*

am 08.06.2009, 9.00 h, congress centrum neue weimarhalle, Weimar

ES GILT DAS GESPROCHENE WORT!

---

Anrede,

- Frau **Grönegres** (TTG)
- Frau **Hedorfer** (Vors.-Vorst. Deutsche Zentrale f. Tourismus)
- Herr Prof. **Born** (Hochschule Harz)
- Herr Prof. **Roth** (Deutsche Sporthochschule Köln)

sehr geehrte Damen und Herren;

1.

- **Produktentwicklung – Spezialisierung – Qualität;**
- wir kennen diese Begriffe vor allem aus der **Industrie;**
- es sind die Zutaten eines Rezepts, das uns viele Jahre **Wachstum** und **Wohlstand** gebracht hat;
- **20 Jahre** Wiederaufbau sind ohne sie undenkbar;
- Deshalb ist es nur **richtig** zu sagen:
- Was **gut** ist für die Industrie, **kann nur gut sein** für andere Bereiche der Thüringer Wirtschaft,
- insbesondere für den **Tourismus;**
- auch hier gehören diese Schlagworte ins Rezept, für mehr **Schwung** und neue **Chancen** und **Wege;**
- insofern **freue** ich mich sehr darüber, dass es uns gelungen ist,
- zum diesjährigen Tourismustag viele **Fachleute** aus **Theorie** und **Praxis** zusammenzubringen,
- um über Produktentwicklung, Abhebungsstrategien und Qualität zu **diskutieren** und Erfahrungen **auszutauschen;**
- und den **Fragen** nachzugehen,
- wie hierzu der Stand in Thüringen ist, und was wir weiter tun **können** und tun **müssen;**

- deshalb an dieser Stelle: **Herzlich willkommen**;
- außerdem freue ich mich sehr darüber, dass wir heute auch wieder besonders **erfolgreiche** Unternehmen auszeichnen dürfen;
- ob „**Service-Qualität**“ oder „**Mystery Checks**“,
- ich freue mich sehr über das großartige Engagement und die **sehr guten Leistungen**, die hier gezeigt wurden.

## 2.

Meine Damen und Herren,

- wenn wir uns über die Möglichkeiten und Chancen von **morgen** unterhalten wollen, erscheint ein kurzer Blick auf die **Zahlen** von gestern sinnvoll.
- Und die stimmen **zuversichtlich**:
- auch im letzten Jahr hat sich die stabile **Aufwärtsentwicklung** fortgesetzt;
- wir haben es **2008** tatsächlich geschafft, das Top-Jahr 2007 noch zu **übertreffen**;
- mehr als **3 Millionen Gäste** und über **9 Millionen Übernachtungen** waren rekordverdächtig;
- sicher hatten wir das auch dem **Themenjahr** 2008 zu verdanken. Letztes Jahr haben wir „**Wandern**“ ganz groß geschrieben;
- mit Erfolg: Allein im Thüringer Wald gab es bei Gästen und Übernachtungszahlen ein **deutliches Plus** von **3 Prozent**;
- Was dieses und nächstes Jahr betrifft, können wir nur **hoffen**,
- dass die **Wirtschaftskrise** im **Tourismus** nicht zu sehr durchschlägt;
- umso wichtiger ist es, dass wir jetzt noch einmal nachlegen und die **Weichen** auf **Wachstum** stellen;

## 3.

Meine Damen und Herren,

- Produktentwicklung und Spezialisierung sind dabei die **richtigen Hebel** für mehr Belebung;
- und zwar **nicht nur** in Krisenzeiten;
- auch der Tourismus ist im **Fluss**, auch hier ändern sich ständig **Anforderungen** und **Standards**;
- und auch hier kommen und gehen **Trends**;

- deshalb gilt auch hier das **Motto**: „*Wer nicht mitschwimmt, wird früher oder später untergehen*“;
- bei der Frage „**wie**“ man mitschwimmt und nicht untergeht, muss die Antwort lauten:
- **ansprechende** Produkte, und **mehr Mut** sich auf die eigenen Stärken zu konzentrieren;
- denn auch hier ist es, wie im „wahren Leben“:
- Nicht **jeder** kann **alles** gleich gut, und **nicht alles** passt zusammen;
- wer gleichzeitig **Tagungshotel** und **Familienoase** sein will, muss sich im Klaren sein:
- **Manager** und **schreiende Kinder** sind nicht die besten Freunde;
- Mit der Folge: Die **Betten bleiben leer**;
- nicht umsonst gibt es deshalb das sehr erfolgreiche Prinzip der **Arbeitsteilung**;
- auf einzelne **Zielgruppen** zu setzen hat viele **Vorteile**;
- man kann sich **sinnvoll** ergänzen, man kann sich von anderen **abheben** und man kann an **Qualität** gewinnen, weil man sich auf seine Stärken **beschränkt**;
- Man könnte auch sagen: *Manchmal ist weniger einfach mehr*;
- das ist natürlich **nicht überall** so;
- an vielen Stellen kann es durchaus **überlebenswichtig** sein, dass man sich als Touristiker **mehrere Standbeine** aufbaut;
- außerdem muss man auch sagen, **Spezialisierung** und **Arbeitsteilung** funktionieren nur dann,
- wenn auch die **Zusammenarbeit** funktioniert;
- wir kennen die Regel aus dem Fußball:
- **„selbst der beste Spieler ist nur so gut, wie die Mannschaft ihn spielen lässt.“**
- was wir brauchen, sind also nicht nur **neue Produkte**,
- wenn wir diesen Weg gehen wollen, brauchen wir gleichzeitig auch eine **höhere Bereitschaft** zur **Zusammenarbeit**,
- in den **Regionen** und zwischen allen **Tourismus-Partnern** im Land;
- mir ist klar, dass wir das **nicht an einem Tag** schaffen;
- Mit Blick auf den heutigen Tag wäre es aber mein **Wunsch**,
- dass vor allem unsere **Touristik-Betriebe** an dieser Stelle **sensibilisiert** werden und wir das Thema **Produktentwicklung** und **Zusammenarbeit** stärker in die Köpfe kriegen;
- das klingt eigentlich selbstverständlich, die **Realitäten** sehen aber oft anders aus;

- Es reicht eben nicht, nur mit neuen **Hochglanzfotos** und der neuen Überschrift „*Mein Kunde ist König*“ auf **Kundenfang** zu gehen;
- Wer hier neue Wege gehen will, muss **sich vielen Fragen** stellen:
- Ob **Organisation** oder **Technik**, ob **Personal** oder **Finanzen**, ob **Ortslage** oder **Zusammenarbeit** mit anderen regionalen Touristikanbietern,
- Produktentwicklung ist auch im Tourismus **alles andere** als trivial;
- Das gilt im übrigen auch für das Thema **Qualität** im Tourismus;
- Ich kann es immer wieder sagen: Es gibt **keine Wahl** zwischen **mehr** oder **weniger** Qualität;
- Es ist eigentlich ganz einfach:
- **Erstens**, ohne Qualität **kein Gast**, und: wendet der sich enttäuscht ab, wird es **teuer**, ihn zurückzuholen;
- und **zweitens**, „*Qualität kommt von Qual*“;
- Herr **Henzel** vom Hotel Sächsischen Hof in Meinigen wird uns heute vielleicht mehr dazu sagen können,
- was man konkret braucht, um eine **top Qualität** anbieten zu können und was **das** dem Unternehmen bringt;

#### 4.

Meine Damen und Herren,

- zum Thema **Produktentwicklung** und **Qualität** passt es sehr gut, dass dieses Jahr eine umfangreiche **Studie** ihren Abschluss fand,
- die wir als **Landesregierung** in Auftrag gegeben haben mit dem **Ziel**, die **Schnittstelle** zwischen **Sport** und **Tourismus** eingehend zu untersuchen;
- Nachdem schon **letztes Jahr** der erste Teil zum Thema **Wintersport-Tourismus** erschienen ist,
- liefert jetzt auch der **zweite Teil** zum **Sommersport-Tourismus** wichtige Erkenntnisse,
- gerade auch mit Blick auf die **Möglichkeiten** der Produktentwicklung und Spezialisierung.
- Herr **Prof. Roth** von der Deutschen Sporthochschule Köln hat beide Teile der Studie erarbeitet und wird ihnen heute Vormittag die wichtigsten Ergebnisse zum **Sommersport-Tourismus** vorstellen;
- Unser **Ziel** ist es, mit dieser Studie die **Basis** zu schaffen,
- um Thüringen im nächsten Schritt insbesondere im Themenbereich „**Natur & Aktiv**“ weiter zu **profilieren** und

- um das **sport-touristische** Angebot im Land **systematisch** ausbauen zu können;
- ich bin der Meinung, **beide Teile**, sowohl zum Wintersport- als auch Sommersport-Tourismus, leisten hierzu einen **wichtigen Beitrag**;
- man muss es mal so sehen: Unsere **Hauptzielgruppe** ist derzeit **50 Jahre und älter**;
- Das ist unbestritten ein **wichtiges Segment**, auch mit Blick auf die **demografische** Entwicklung;
- wir sollten uns aber nicht nur auf diese Gruppe beschränken;
- gerade auch **Familien** und vor allem **junge Akademiker** sind an der Schnittstelle zwischen Sport und Tourismus eine wichtige Zielgruppe,
- der wir uns künftig **stärker zuwenden** sollten;
- und wir sollten bei der **Entwicklung** und **Vermarktung** von Leistungsgeboten weiter **differenzieren**, ob lokal, regional oder saisonal;

Meine Damen und Herren,

- wenn es um **Spezialisierung** und **Produktentwicklung** geht, bieten auch die touristischen Themenjahre eine gute **Orientierung** und zahlreiche **Ansatzpunkte**:
- Ob Bauhaus, Schiller oder Jüdischer Schatz im aktuellen **Kultur-Jahr** oder das Themenjahr „**Radfahren**“ im nächsten Jahr,
- jeder **Touristikanbieter** hat hier die Chance, sein **Leistungsangebot** und seine **Stärken** mit einzubringen;
- Ich appelliere an dieser Stelle noch einmal an Sie, mitzumachen, ganz frei nach dem Motto: „**Mach' mit – mach's nach – mach's besser**“
- mit Blick auf das **Fahrrad-Jahr 2010** bieten sich viele Möglichkeiten, um sich mit Zusatzangeboten auf den **radelnden Gast** einzustellen,
- ob **Reparaturservice**, „**Bett & Bike**“ oder spezielle Angebote für die ganz sportlichen **Mountebiker** oder **Renntadler**, die Chancen sind ganz vielfältig;
- und wenn es darum geht, neue Angebote zu entwickeln, geht es auch immer um das Thema **Qualität**;
- auch hier unterstützen wir mit **besten Kräften**, und wir sehen, der Weg stimmt:
- Zum Stichwort „**Q – Siegel**“ haben wir in Thüringen mittlerweile **150 Q-1 Betriebe** und **11 Q-2 Betriebe**;
- es gibt rund **730 Qualitätscoaches** der Stufe 1 und rund **140 Trainer** zur Umsetzung der Stufe 2 in den Unternehmen;
- und mit dem heutigen Tag schreiben wir **Qualität** wieder ein **bisschen größer**, denn
- wir werden heute weitere **Unternehmen** mit dem **Q-Siegel** auszeichnen können;

- dass wir mit dem „**Q**“ ein wichtiges und richtiges **Instrument** anbieten,
- zeigen auch die Ergebnisse der **anonymen** Servicetests, den sogenannten „**Mystery Checks**“;
- wir haben im Zeitraum **Dezember bis März** die Servicequalität von
  - *Tourist-Informationen*,
  - *Beherbergungsbetrieben* und
  - *Kultureinrichtungen* testen lassen, mit dem Ergebnis,
- dass die **Q-Betriebe** besser abgeschnitten haben, als die Betriebe **ohne** Q-Siegel;
- Herr **Prof. Feige** und **Frau Grasegger** werden Ihnen heute nach der Mittagspause die wichtigsten Ergebnisse und Aussagen dazu vorstellen;
- Für uns ist dabei deutlich geworden: Qualität muss für alle Touristiker das **A und O** sein;
- aus diesem Grund verstärken wir unseren Einsatz für das **Q-Siegel** noch einmal;
- die Qualitäts-Seminare der Stufen I und II, die bisher knapp **295 Euro** gekostet haben,
- können wir dank der Unterstützung aus dem Europäischen Sozialfonds jetzt für rund **175 Euro** anbieten;
- ich wünsche mir, dass wir damit gerade bei kleineren Unternehmen **zusätzliche Anreize** zur Teilnahme schaffen und dem Thüringer Tourismus einen weiteren **Qualitätsschub** verleihen;

## 5.

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 bis heute hat sich im ganzen im Land eine **moderne, touristische Infrastruktur** entwickelt
- und die **Übernachtungs- und Gästezahlen** der letzten Jahre zeigen auch nach oben;
- 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**, dass sich auch zum diesjährigen 11. Tourismustag wieder viele **Interessierte** zusammenfinden;

- Danken möchte ich auch den **Sponsoren** und **Mitstreitern**, die diesen Tourismustag tatkräftig **unterstützen**,
- insbesondere den **Kammern**, dem DEHOGA Thüringen und der **TTG**,
- sowie der **Sparkassen-Finanzgruppe**, der **Thüringer Waldquell Mineralbrunnen** und dem **Dorint-Hotel Weimar**, die diese Veranstaltung großzügig unterstützt haben;
- Ich freue mich sehr darüber, dass Sie heute **gemeinsam** darüber **nachdenken wollen**, wie man die Gäste, die nach Thüringen kommen, mit **neuen Angeboten** und **toller Qualität** begeistern kann;
- nun freue ich mich, **Herrn Prof. Karl Born** das Wort zu geben;
- **Herr Prof. Born** war bis zum Jahr 2000 Mitglied des Vorstands der TUI-Group und zugleich Vorsitzender der Geschäftsführung der TUI Deutschland;
- seit 2000 ist er **Professor** für Tourismusmanagement an der Hochschule **Harz**;
- verehrter Herr Prof. Born, ich bin gespannt, was Sie uns heute **mitgebracht** haben.