



"Der Tourismus ist in Brandenburg nach wie vor eine Branche, die einen wertvollen Beitrag zur Landesentwicklung liefert und eine Perspektive hat," so Dieter Hütte, Geschäftsführer der TMB Tourismus-Marketing Brandenburg GmbH. Foto: Photothek/GbR.

05.10.2022 11:00 CEST

Tourismuswirtschaft: Strategische Ausrichtung trotz Krisen

Tourismuswirtschaft: Strategische Ausrichtung trotz Krisen

Grünheide. Die Kinder- und Jugendreiseeinrichtung „Störitzland“ in Grünheide ist der diesjährige Tagungsort des Brandenburgischen Tourismustages, zu dem 220 Teilnehmerinnen und Teilnehmer erwartet werden. Am Vormittag werden hier die aktuellen Ergebnisse des Sparkassen-Tourismusbarometers vorgestellt. Ab 14 Uhr findet das Programm des Tourismustages statt, den das Ministerium für Wirtschaft, Arbeit und Energie des Landes Brandenburg, die

TMB Tourismus-Marketing Brandenburg GmbH, die Industrie- und Handelskammern des Landes sowie die touristischen Spitzenverbände – Dehoga Brandenburg, Landestourismusverband Brandenburg, Bundesverband der Campingwirtschaft in Deutschland Land Brandenburg sowie der Gesundheits- und Kurorteverband Brandenburg gemeinsam ausrichten.

Beide Veranstaltungen stehen unter dem Eindruck eines bisher guten touristischen Saisonverlaufs, sind jedoch gleichzeitig von der Sorge um die weitere Entwicklung der Branche geprägt. Auch der Tourismus muss sich mit den hohen Energiekosten, Preissteigerungen und der angespannten Situation auf dem Arbeitsmarkt auseinandersetzen. Umso wichtiger ist die zukunftsorientierte, strategische Aufstellung. So geht es beim Tourismustag in Grünheide auch um die neue Tourismusstrategie Brandenburg, die Anfang des nächsten Jahres veröffentlicht wird.

Dazu Wirtschafts-Staatssekretär **Hendrik Fischer** am Vormittag bei der Vorstellung des Sparkassen-Tourismusbarometers: „Aufgrund des Ukraine-Krieges steht die Tourismusbranche erneut vor massiven Veränderungen. Diese werden vermutlich noch nachhaltiger sein als die Einschnitte durch die Corona-Pandemie. Umso wichtiger ist es, Strategien für die Zukunft zu haben. Zunächst steht dabei die Frage im Vordergrund, wie wir den kommenden Winter angehen. Wir haben in den vergangenen Wochen gemeinsam mit den anderen Bundesländern und den Branchenverbänden für die stärkere Einbindung der klein- und mittelständischen Wirtschaft in die Entlastungspakete gekämpft. Die letztendlich dafür notwendigen Weichenstellungen sind jedoch in erster Linie auf nationaler und internationaler Ebene vorzunehmen.“

Neue Tourismusstrategien auf Landes- und auf Bundesebene

Nicht nur in Brandenburg, sondern auch auf Bundesebene wird derzeit an neuen Tourismusstrategien gearbeitet, in denen auch die krisenbedingten, veränderten Rahmenbedingungen Berücksichtigung finden. TMB-Geschäftsführer Dieter Hütte und Norbert Kunz, Geschäftsführer des Deutschen Tourismusverbandes e.V. (DTV) widmen ihre Redebeiträge diesen Themen.

Dieter Hütte: „Nur wer einen konzeptionellen Ansatz hat, wird auch aus dieser Krise herauskommen. In allen gesellschaftlichen Bereichen werden derzeit Strategien erstellt, die den Blick nach vorne richten und Antworten auf die aktuellen Probleme liefern müssen. Diese einzelnen Konzepte müssen

wie Rädchen ineinandergreifen. Der Tourismus ist in Brandenburg nach wie vor eine Branche, die einen wertvollen Beitrag zur Landesentwicklung liefert und eine Perspektive hat. Auch dies möchten wir auf dem Tourismustag deutlich machen. Selbstverständlich müssen wir uns Herausforderungen stellen. Dafür gilt es, im föderal aufgestellten System des Tourismus die geeigneten Instrumente zu finden.“

DTV-Geschäftsführer **Norbert Kunz**: „Lange Zeit hat der Bund seine Rolle für den Deutschlandtourismus nicht ausreichend wahrgenommen. Mit dem jetzt vorgelegten Arbeitsprogramm der Bundesregierung „Nachhaltigen Tourismus wettbewerbsfähig gestalten“ ist die Nationale Tourismusstrategie nicht länger mehr nur ein Versprechen. Nun steht fest: Tourismus ist auch Bundessache. Der Bund gestaltet maßgeblich die Rahmenbedingungen. Jetzt ist es notwendig, die Arbeit an der Nationale Tourismusstrategie als laufenden und kontinuierlichen Prozess fortzusetzen und gemeinsam mit Ländern und Branche an konkreten Lösungen zu arbeiten. Ziel muss es sein, effektiv und praxisnah die Transformation der Branche mit Blick auf Nachhaltigkeit, Mobilität, Klimaschutz bzw. Klimafolgenanpassung, Fachkräftesicherung, Digitalisierung und Wettbewerbsfähigkeit zu erreichen. Die Nationale Tourismusstrategie wird ein wichtiger Schritt sein, den Deutschlandtourismus zukunftsfähig aufzustellen.“

Bisher guter Saisonverlauf 2022

Die bis einschließlich Juli 2022 vorliegenden Zahlen des Amtes für Statistik Berlin-Brandenburg zeigen, dass die Tourismusbranche nach zwei Jahren Corona-Krise und damit verbundenen massiven Einschränkungen, nun bereits fast wieder das Niveau des Rekordjahres 2019 erreicht hat. Von Januar bis Juli 2022 wurden insgesamt 7,6 Mio. Übernachtungen gezählt und damit nur noch 6,8 Prozent weniger als im gleichen Zeitraum des Jahres 2019. Dies ist auch im Bundesvergleich ein sehr guter Wert. Einen klaren Positiv-Trend weist das Segment der Ferienhäuser und Ferienwohnungen auf. Hier liegen die Übernachtungszahlen um mehr als 6 Prozent über denen des Jahres 2019. Ebenfalls erfreulich ist der Blick auf die Übernachtungen aus Polen, dem wichtigsten ausländischen Quellmarkt Brandenburgs: Hier haben die Übernachtungszahlen weiter deutlich zugelegt und liegen von Januar bis Juli 2022 um mehr als 32 Prozent über dem 2019er-Niveau.

Über den Tagungsort Störitzland

Das 18 Hektar große internationale Kinder-, Jugend- und Familiencamp Störitzland liegt am Ufer des Störitzsees in Grünheide. Neben Angeboten für Klassenfahrten und Jugendfreizeiten bietet das Störitzland auch

Ferienwohnungen für den Familienurlaub sowie eine Vielzahl an Programmbausteinen. Im Jahr 2019 entfielen 1,9 Millionen Übernachtungen in Brandenburg auf Kinder-, Jugend- und Freizeiteinrichtungen wie das Störitzland. Während der Pandemie hatte dieses Segment die größten Rückgänge zu verzeichnen.

Fotos der Veranstaltung können Sie im Laufe des Tages unter diesem Link herunterladen:

www.photothek.de/upload/OSV_05_10_22

Die TMB Tourismus-Marketing Brandenburg GmbH wurde 1998 gegründet. Als Destination-Management-Organisation ist die TMB für die langfristige und nachhaltige Positionierung sowie Entwicklung und Vermarktung der touristischen Angebote im Land Brandenburg verantwortlich. Hierzu zählt insbesondere die Markenführung der touristischen Marke Brandenburg und der damit verbundene Markenprozess. Die Gesellschafter der TMB sind das Land Brandenburg (59 Prozent), die Vereinigung Brandenburgischer Körperschaften zur Förderung der Brandenburgischen Tourismuswirtschaft GbR (36 Prozent) und die Berlin Tourismus & Kongress GmbH (visitBerlin) (5 Prozent).

**TMB Tourismus-Marketing Brandenburg GmbH, Babelsberger Straße 26,
14473 Potsdam**

Telefon: +49 (0)331 29873-0 | Telefax: +49 (0)331 29873-73
service@reiseland-brandenburg.de | www.reiseland-brandenburg.de

Amtsgericht Potsdam HRB 11403 | Ust-IdNr. DE194533636 Vorsitzender des Aufsichtsrates: Staatssekretär Hendrik Fischer | Geschäftsführer: Dieter Hütte

Kontaktpersonen



Birgit Kunkel

Pressekontakt

Leiterin Unternehmenskommunikation / Pressesprecherin

birgit.kunkel@reiseland-brandenburg.de

+49(331)29873-250



Patrick Kastner

Pressekontakt

Pressesprecher

patrick.kastner@reiseland-brandenburg.de

+49(331)29873-253



Matthias Schäfer

Pressekontakt

Pressereferent

matthias.schaefer@reiseland-brandenburg.de

+49(331)29873-254