

IHK Zeitung Städtetourismus Oktober 2014

Thüringen ist „grün, idyllisch, freigeistig, bodenständig, traditionsbewusst, facettenreich, zentral, inspirierend“. Empfinden Sie das auch so? Ich finde, diese Begriffe erfassen genau das Gegensätzlich-Ergänzende, das unser Thüringen ausmacht: Goethe mit Bratwurst eben.

Aber was heißt das eigentlich für uns Touristiker? Auf jeden Fall, dass wir keine glamourösen Renn-, sondern eher bodenständige Reitpferde sind. Das ist nicht schlimm, denn die meisten Menschen sind auch so. Im Übrigen sagen die Trendforscher, das Einfache, Echte käme wieder in Mode. Stichwort: authentisch.

Wir sind nicht Berlin. Wir leben so, wie man sich in Berlin Entspannung vorstellt. Wir sind so, wie man die kleinen italienischen Städtchen liebt, die einen (noch) nicht mit Angeboten überfallen, aber immer neu überraschen.

Unsere Gäste erwarten keinen glitzernden Luxus, sondern das Besondere, das liebevoll selbst Geschaffene. Wer will Neues von der Stange, wenn er das (Jahrhunderte alte) Original mit Flair haben kann? Bei uns ist Kultur kleinteilig, oft erst auf den zweiten Blick inspirierend und oft sehr nah mit der Natur verbunden.

Wir sind vielleicht ein wenig langsam und altmodisch. Chic ausgedrückt sind wir „laid-back“, idyllisch oder „entschleunigt“.

So sollte auch unser Angebot sein. Ob Tourismus-Informationen, Gaststätten oder Unterkünfte – wir sollten echt sein, uns und unseren Traditionen treu bleiben, aber achtsam reagieren auf die Bedürfnisse unserer Gäste (auch wenn wir dies nicht immer einfach finden). Vor allem in den bei den Besuchern immer beliebter werdenden Städten sollten wir nicht beliebig, sondern regional sein - mit unseren kulinarischen, aber auch mit unseren kulturellen Angeboten.

Die großen Tourismusziele haben viele „Ost“-Reisende schon „abgehakt“. Nun wollen sie die kleinen verborgenen Schätze entdecken. Das ist unsere Chance. Besonders für die weniger bekannten Thüringer Städte und Residenzen mit der herrlich grünen Landschaft, die sie umgibt. Ihre Themen sind so facettenreich wie die Vergnügungen ihrer Fürsten: Puppen, Spielkarten, Theater, Astronomie...

Aber wir Thüringer stehen nicht allein im touristischen Raum: wir teilen viele Themen mit unseren mitteldeutschen Nachbarn: Schlösser und Parks, Goethe und Luther, Mendelsohn und Bach, Bauhaus, Kriegsgeschichte und deutsche Teilung. Nur wir liegen dabei zentral. Hier heißt es kooperieren, um Reiserouten besonders für Individualgäste zu schaffen. Wer

allein Tourismus machen will, steht auch allein da. Zwischen Kollegen vor Ort wie mit Partner überregional.

Übrigens sind die oben genannten Adjektive der Markenkern, den wir im Workshop „Branding“ für die letzte Tourismuskonzeption erarbeitet haben. Hier können wir aufbauen, wenn wir uns ab 2015 hoffentlich zunächst mit einer offenen Auswertung an die Fortschreibung unserer selbst gestellten Leitlinien machen. Denn Tourismus ist nicht Sache einer Landesverwaltung, es ist unser Wirtschaftszweig, dessen Blühen mit Landesmitteln unterstützt werden soll. Ein Wirtschaftszweig, der in Thüringen mehr umsetzt und beschäftigt als die Automobilindustrie!

Vizepräsidentin Christine Büring,

geschäftsführende Gesellschafterin Altenburger Tourismus GmbH,

Mitglied des Aufsichtsrats Thüringer Tourismus GmbH

Mitglied im Vorstand Verein Städtetourismus in Thüringen e.V.

Mitglied im Tourismusausschuss und im Beirat des Ausschusses des DIHK