

Pressemitteilung

vom 04.03.2009

Junghanns: Tourismus in Brandenburg ist eine Erfolgsgeschichte

20 Jahre Mauerfall ist zentrales Thema der Brandenburg-Präsentation auf der ITB 2009

Im Mittelpunkt der Präsentation des Landes Brandenburg auf der Internationalen Tourismusbörse (ITB) 2009 stehen die Aktivitäten zum Thema „20 Jahre Mauerfall“. Ebenso wie die Deutsche Zentrale für Tourismus nutzt das Land Brandenburg das Ereignis, um eine touristische Bilanz zu ziehen.

„20 Jahre nach dem Fall der Mauer hat sich der Tourismus in Brandenburg zu einer wichtigen Branche entwickelt, die sich für den nationalen und internationalen Wettbewerb marktfähig aufgestellt hat. Wir haben seit 1990 nicht nur die Zahl der Touristen verdreifacht: Der Tourismus in Brandenburg ist auch strategisch gut aufgestellt. Das wird sich gerade in der jetzigen Situation bewähren,“ zeigt sich Minister Junghanns zufrieden mit der Entwicklung eines immer wichtiger werdenden Wirtschaftszweiges.

„Wir haben 1990 gerade einmal 6.300 Hotel- und Pensionsbetten aufzuweisen gehabt. Dafür existierten mehr als 88.000 Betten in betrieblichen Einrichtungen. Die Infrastruktur entsprach ebenfalls nicht den Anforderungen des Marktes. Seit 1990 haben wir deshalb mit den Kommunen rund 775 Millionen Euro in die Entwicklung der Rahmenbedingungen gesteckt - Ausgaben, die sich gelohnt haben“, erklärt Minister Junghanns. Brandenburger Unternehmen haben im gleichen Zeitraum in 1.614 Projekten mehr als 1,7 Milliarden Euro investiert. Der Anteil der Förderung lag mit 404 Millionen Euro unter einem Viertel. „Der Brandenburg Tourismus hat damit einen vollständigen Wandel in quantitativer und vor allem in qualitativer Hinsicht vollzogen. So zählt Brandenburg heute zu den Vorreitern des ServiceQ Deutschland“, hebt Minister Junghanns hervor.

/2

Auch in diesem Jahr werden wieder 19 Betriebe auf der ITB mit dem begehrten Gütesiegel ServiceQualität ausgezeichnet. Neu ist, dass Brandenburg die Plakette auf der ITB erstmalig unter der Dachmarke „ServiceQualität Deutschland“ – statt wie bisher unter der Firmierung ServiceQualität Brandenburg - verleiht. Gemeinsam mit Landtagspräsident Gunter Fritsch, dem Vorsitzenden des Landestourismusverbandes, wird Minister Junghanns am Nachmittag die Auszeichnungen zum ServiceQ Deutschland vornehmen. „Die Entwicklung dieses Qualitätslabels zu einem ServiceQ Deutschland, an dem mittlerweile 15 Bundesländer beteiligt sind, zeigt, dass wir hier den richtigen Schwerpunkt gesetzt haben. Es bleibt dabei, wir werden nur über die Qualität im internationalen Wettbewerb bestehen können,“ formuliert Minister Junghanns die Zielsetzung für die Zukunft.

Gerade im internationalen Wettbewerb hat Brandenburg im Jahr 2008 zulegen können. 8,2% Zuwachs bei den Ankünften und 5% Steigerung bei den Übernachtungen unterstreichen die verstärkte Bewerbung der internationalen Märkte.

„Wir freuen uns besonders über eine gute internationale Nachfrage nach unseren Angeboten zum Thema 20 Jahre Mauerfall. Wir werden deshalb die Internationale Tourismusbörse verstärkt für dieses Thema nutzen“, unterstreicht Dieter Hütte, Geschäftsführer der Tourismus Marketing Brandenburg GmbH (TMB), den wachsenden Anspruch Brandenburgs. „Neben einer Bildergalerie auf unserem Messestand, mit der wir neugierig machen wollen, haben wir spezielle Angebote, die besonders auf unsere internationalen Gäste ausgerichtet ist. Dazu zählt auch, dass wir mit unserem Messestand die neue touristische Kommunikationsstrategie des Landes erstmals im Großformat präsentieren. Wir hoffen, die gute Resonanz der Besucher aus den Vorjahren noch toppen zu können.“

Der Ausblick in das Jahr 2009 ist verhaltener, bleibt aber optimistisch: „Wir werden kein neues Rekordjahr zu erwarten haben. Alle Experten gehen davon aus, dass wir erst nach dem ersten Quartal einen verlässlichen Eindruck von den Auswirkungen des weltweiten Geschehens auf den Tourismus haben. Wir haben hier wenig direkten Einfluss,“ gibt sich Minister Junghanns realistisch. „Trotzdem zeigen unsere Zahlen zum ‚Winterlichen Brandenburg‘ bisher, dass die Branche flexibel auf Schwankungen reagiert und damit zum Beispiel Rückgänge im Geschäftsreisetourismus teilweise kompensiert. Das große Plus ist das kontinuierliche Wachsen der Unternehmen in den Markt. Wir setzen auf die verstärkte Attraktivität des Deutschlandtourismus im Inland.“