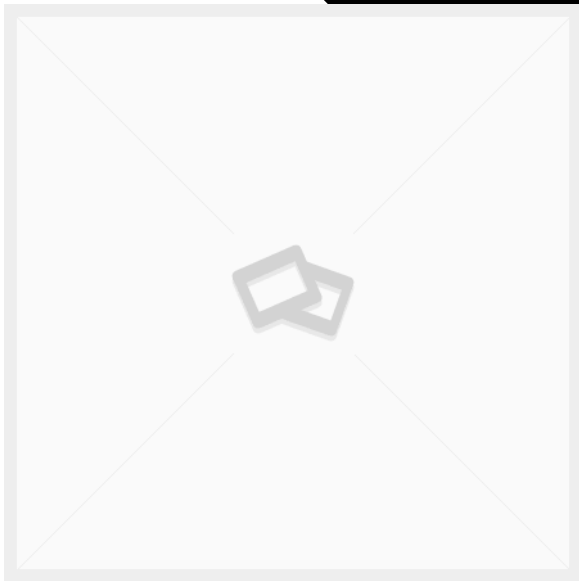


FÜR EINEN TOURISMUS

entlicht am 12. Juni 2015



Beschluss des Landesparteitages am 25.04.2015

Als Kerngebiet deutscher Geschichte und Region mit reichen Kultur- und Natur-Landschaften ist unser Land Sachsen-Anhalt ein Ziel für Menschen aus dem In- und Ausland eine beliebte Urlaubsregion. Mit den vier UNESCO-Welterbestätten (Lutherdenkmal, Harz, Burg und Eisleben, Quedlinburg, Bauhaus Dessau und Weimar) sowie den vier touristischen Markensäulen „Sachsen-Anhalt – das Land des Bades", „Gartenträume" und „Himmelswege" sind alle Voraussetzungen für eine erfolgreiche Marketingarbeit geschaffen. Über hat die schwarz-rote Landesregierung durch die Gründung der Landesmarketinggesellschaft als effektivem Instrument der Förderung und kurzatmige Projekte die Marketingarbeit verschlechtert. Mit dem Masterplan Tourismus hat die Landesregierung bis 2020 eine Steigerung der Übernachtungen lediglich 1,3% pro Jahr zum Ziel gesetzt hat, bleibt Sachsen-Anhalt seinem touristischen Wachstumspotenzial zurück. Ziel muss es sein ein stärkeres Wachstum der Tourismuswirtschaft sein.

Die FDP Sachsen-Anhalt ist deshalb:

Ein schlagkräftiges Instrument zur Förderung des Tourismus.

Zur optimalen Erschließung der vorhandenen Potenziale von Sachsen-Anhalt müssen Tourismusstrategien besser in einer eigenständigen und schlagkräftigen Organisation verankert sein, in der auch die Tourismuswirtschaft und die touristischen Körperschaften angemessen vertreten sind.

Zielgerichteter Einsatz der Landesmittel für das Marketing.

Die Landesmittel für das Tourismusmarketing werden zielgerichtet eingesetzt werden. Sie fließen durch die erhöhten Steuereinnahmen in die Tourismuswirtschaft letztlich wieder in die öffentlichen Haushalte. Die Schwerpunkte der Marketingarbeit sollen neben Deutschland auch auf die Nachbarländer und insbesondere im Hinblick auf das Jubiläum im Jahr 2017 auch die USA sein.

Nutzung aller Werbe-Möglichkeiten und von Kooperationen.

Bei der Vermarktung sind alle neuen technologischen Möglichkeiten zu nutzen, die dazu beitragen können, potentiellen Besuchern ein vielfältiges und umfassende Angebote zu unterbreiten. Dies erfordert eine stärkere Verknüpfung der Marketingorganisation mit den touristischen Organisationen und Institutionen sowie eine stärkere Präsenz auf Online-Veranstaltungsportale ermöglicht werden.