

## Schwarzwald Tourismus GmbH (STG)

Heinrich-von-Stephan-Str. 8 B, D-79100 Freiburg

Telefon +49 761.89646-40 /+49 761.89646-35

Telefax +49 761.89646-70

E-Mail [presse@schwarzwald-tourismus.info](mailto:presse@schwarzwald-tourismus.info)

Internet [www.schwarzwald-tourismus.info/presse](http://www.schwarzwald-tourismus.info/presse)



## JHV der Schwarzwald Tourismus GmbH (STG) am 9. Juli 2019

### **Auszug aus der Rede von Landrat Frank Scherer (Ortenaukreis), Vorsitzender Gesellschafterversammlung der STG:**

„2018 war das erste volle Geschäftsjahr von Hansjörg Mair als Geschäftsführer. Es war gekennzeichnet durch Umstrukturierung und Neuorientierung in enger Abstimmung mit den Gremien der Schwarzwald Tourismus GmbH (STG).

Als die STG 2002 ihre Arbeit aufnahm, war sie nicht nur als Dachverband angelegt, sondern als Destinations-Marketing-Organisation (DMO).

Inzwischen sind Teildestinationen und Werbegemeinschaften herangewachsen, die deutlich mehr Geld ins Marketing investieren können als die STG. Dass dort Geld vorhanden ist, bei der STG zur Erfüllung ihres ursprünglichen Anspruchs aber Geld fehlt, begrüße ich einerseits, andererseits war es deshalb aber Zeit, sich vom Anspruch auf ein schwarzwaldweit völlig einheitliches Marketing zu verabschieden – und dennoch die touristische Dachmarke zu bespielen und zugleich allen, die es wollen, die entsprechende Marketingunterstützung zu geben.

Denn die von der STG vor zehn Jahren eingeführte Marke „Schwarzwald – herz.erfrischend.echt“ ist inzwischen als Klammer für das schwarzwaldweite Marketing stark genug. Auf diese Marke müssen wir noch stärker setzen und sie intensiver bespielen.

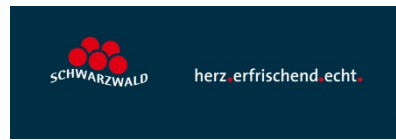
In vielen deutschen Regionen hat sich in den letzten Jahren ein neues Verständnis von den Aufgaben einer DMO herausgebildet: Aus der Destinations-MARKETING-Organisation ist die Destinations-MANAGEMENT- und-Service-Organisation geworden.

Auch im Schwarzwald geht es nicht mehr darum, mit den Marketingmaßnahmen der STG jeden Ort mitzunehmen. Vielmehr geht es darum, jedem Ort und jeder Werbegemeinschaft den Service angegedeihen zu lassen, der erforderlich ist, um zu den „Leuchttürmen“ aufzuschließen und auch Produkte zu entwickeln, welche die STG dann ins Schaufenster stellen kann. Und gleichzeitig die Leuchttürme besonders hell leuchten zu lassen.

Die Neuformulierung des Gesellschaftsvertrages und das neue Strategiepapier für den Schwarzwald Tourismus sind ein Beleg für dieses neue, moderne Selbstverständnis der STG. Gemeinsam mit allen Gremien wurde dieser Prozess während des Geschäftsjahres analysiert, vorbereitet und der Umsetzung zugeführt.

Aufgabe der STG ist nicht die Entwicklung einzelner touristischer Produkte, sondern die Abstimmung und Steuerung der Innovationen sowie die Kommunikation von Leuchttürmen und Schaufensterprodukten.

Das stärkt die begehrte Marke „Schwarzwald – herz.erfrischend.echt.“ und positioniert die Region auch im Bewusstsein ihrer Einwohner. Sie profitieren von der touristischen Infrastruktur ebenso wie



die Wirtschaftsunternehmen, die Facharbeiter gewinnen und Mitarbeiter in der Region halten wollen.

So sichert der Tourismus Einkommen, Lebenswert und Zukunftsfähigkeit der gesamten Region.

Deshalb betonen wir immer wieder, wie wichtig auch die Verknüpfung von Tourismus- und Regionalentwicklung ist.

Als Kommunalpolitiker haben wir ja nicht nur die angenehme Kür, die Schönheit unserer Region und die Freude über die Tourismusedwicklung zu verkünden. Wir stehen auch in der Pflicht, den Wirtschaftsunternehmen insbesondere im ländlichen Raum Wettbewerbsfähigkeit zu sichern und Wachstum zu ermöglichen.

Ein wesentlicher Aspekt bei der Gewinnung von externen Fachkräften und bei der Bindung junger Einwohner und Arbeitskräfte ist vor allem auch die Attraktivität des Standortes.

Und dazu trägt die touristische Infrastruktur konkret bei – und deshalb ist es richtig und zukunftsweisend, bei Investitionen in den Tourismus nicht nur unsere Gäste, sondern auch die Bedürfnisse der Einwohnerschaft im Auge zu haben.

Wie die gesamte Wirtschaft steht auch der Tourismus vor den Herausforderungen der Digitalisierung und vor veränderten Mobilitätsansprüchen. Darauf werden wir heute noch zu sprechen kommen, wobei wir sehen werden, wie sehr moderne Mobilitätskonzepte von der digitalen Erschließung des ländlichen Raumes abhängig sind.

Das zu bewältigen kann nicht Aufgabe einer Tourismusorganisation sein, da sind wir Gesellschafter und die Landes- und Bundespolitiker gefragt. Ich wünsche mir von der Politik, dass diese Aufgaben des Tourismus auf allen Ebenen stärker gesehen und unterstützt werden.

Ich wünsche mir von der STG, dass sie als Destinations-Management-Organisation ihr touristisches Know-how und ihr Wissen um die Erwartungen der Gäste in ein breites Bündnis aus Wirtschaft und Tourismus, Politik und Verbänden einbringt, und so u. a. auch das Management der Zukunftsmobilität und der anstehenden Veränderungen unterstützen kann.“