

# In den Fremdenverkehr muß viel investiert werden

**Auch andere lassen sich die Tourismus-Entwicklung einiges kosten**

Beeskow (hk) Nach Tourismus-Messen in Leipzig und Hamburg präsentierten sich die fünf Fremdenverkehrsvereine des Oder-Spree-Kreises auf der gestern beendeten ITB in Berlin zum dritten Mal mit einem Gemeinschaftsstand. Mit gutem Erfolg, wie der Ansturm bereits in den ersten Stunden zeigte.

Solch eine Gebietsgemeinschaft der Fremdenverkehrsvereine ist aus der Sicht von Martin Goedicke vom Amt für Wirtschaftsförderung der Kreisverwaltung in vieler Hinsicht sinnvoll. Bewußt hat er auf eine solche Lösung hingearbeitet, denn in Potsdam wurde eine andere Variante favorisiert: Unter dem Dach des Landesfremdenverkehrsverbandes sollten entsprechend den Himmelsrichtungen vier Regionalverbände als Bindeglied zu den örtlichen Vereinen gebildet werden.

Aber das sei viel zu schematisch, findet Martin Goedicke, und zufernab von der Situation vor Ort. Außerdem müßten Beiträge entrichtet werden, die irgendwo versickern, von denen die Basis gar nichts habe. Dieses Geld nutzt der Kreis lieber, um die örtlichen Vereine zu unterstützen.

## Vereine können nicht auf Dauer mit ABM arbeiten

Ein hoher Stellenwert solle dem Tourismus auch in der Großkreis-Verwaltung eingeräumt werden. Nach seinen Vorstellungen wird im Wirtschaftsförderamt ein eigener Tourismus-Bereich eingerichtet. Wie bereits im Altkreis Beeskow soll auch ein Koordinierungsausschuß Tourismusförderung gebildet werden, in dem der Landrat, die Tourismus-Verwaltung, die Amtsdirektoren, der Vorsitzende des Wirtschaftsausschusses im Kreistag sowie die Geschäftsführer der Fremdenverkehrsvereine an einem Tisch sitzen, um Entwicklungen in Gang zu setzen und zu steuern.

Besonders am Herzen liegt dem Amtsleiter Wirtschaftsförderung des Altkreises Beeskow die Stärkung der Fremdenverkehrsvereine. „Es wäre schlimm, würden die Kommunen gerade an dieser Stelle den Rotstift ansetzen“, meint er. Denn auf Dauer läßt sich die Arbeit der Vereine nicht von ABM-Kräften erledigen, notwendig seien erfahrene festangestellte Mitarbeiter. Außerdem brauchen sie ordentliche Büros, um Gäste nicht gleich zu verschrecken. Und Geld koste auch

die Werbung wie die Teilnahme an Messen.

Martin Goedicke: „Wer den Tourismus fördern will, muß sich das etwas kosten lassen.“ Nicht zuletzt deshalb hatte er Amtsdirektoren und Bürgermeister eingeladen, die ITB zu besuchen, damit sie sich ein Bild machen können, was andere in diesen Wirtschaftszweig investieren.

Die Aufgabe der Kreisverwaltung sieht er vor allem darin, den Aufbau einer touristischen Infrastruktur zu begleiten und zu fördern. Hilfestellung zu geben beispielsweise bei der Beantragung von Fördermitteln, aber auch bei der Beschleunigung von Grundbuch-Eintragungen, damit private Investoren schneller an Kredite und Fördermittel kommen. Denn, so weiß er als früherer Amtsleiter Wirtschaftsförderung: Es gibt einen großen Investitionsstau.

Neben einem Netz gut beschilderter Wander-, Fahrrad- und Reitwege sowie Anlegestellen für Wasserwanderer brauche die Region „Erlebnis-Zentren“. Nicht im Sinne großer Projekte für einen Massenansturm, sondern wo Gäste ihren Tagesablauf vielfältig gestalten können. Als Beispiel verweist er auf das Projekt der Fischerei Köllnitz, wo Gewerbe, Naturschutz, Freizeitgestaltung und künftig auch die Möglichkeit einer guten Mahlzeit harmonisch verknüpft werden.

Stichwort gute Mahlzeit. Die Region brauche unbedingt mehr gastronomische Vielfalt als nur die altbekannte „gutbürgerliche Küche“, findet Martin Goedicke und denkt dabei keineswegs an Pizzerien. Vielmehr empfiehlt er, die regionale Küche zu pflegen, regio-

nale Spezialitäten anzubieten. Und dies möglichst originell. So daß sich der Gast beispielsweise ein Rezept mitnehmen kann. Oder in einem transportablen Steinofen gebackenes Brot. Sehr gute Erfahrungen habe man in dieser Hinsicht im Waldidyll Klingemühle gesammelt.

## Keine Kosten, dennoch wichtig: Freundlichkeit

Vor allem aber setze die Entwicklung des Tourismus ein sogenanntes Innen-Marketing voraus. „Die Leute müssen begreifen, daß sie für die Touristen da sind“, findet der bisherige Amtsleiter, „freundlich sein wie in den bayerischen oder österreichischen Fremdenverkehrsorten.“ Auch saubere Straßen, gepflegte Vorgärten, Blumenkästen auf Balkonen und vor den Fenstern gehören dazu. Schrottautos in den Wäldern oder hohe Kriminalität hingegen sind die blanke Negativ-Werbung.

Und wie beurteilt er das angeblich nicht stimmende Preis-Leistungs-Verhältnis? In der Gastronomie sieht Martin Goedicke dieses Problem eigentlich nicht. Mit Blick auf das Beherbergungswesen verweist er darauf, daß der heutige Qualitätsstandard in den alten Bundesländern im Laufe vieler Jahre Schritt um Schritt gewachsen ist. Auch in unserer Region hingegen mußte er mit entsprechend hohen Krediten von heute auf morgen geschaffen werden, um bestehen zu können. Um diese Schuldenlast zu tilgen, bleibe meist gar keine andere Möglichkeit, als entsprechende Preise zu verlangen.

## So läuft Fremdenverkehr Tips zum Ausbau des Tourismus-Geschäfts

- **Vier-Wege-Konzept:** Gemeinden und Ämter legen gut ausgeschilderte Wander-, Reit- und Radwege an, für Wasserwanderer Anlegestellen.
- **Gastronomie:** Originelle Präsentation von Spezialitäten der heimischen Küche wie Aufbau eines Aal-Räucherofens oder eines mobilen Steinofens für Landbrot und Brötchen.
- **Sauberkeit:** Sauberhalten von Straßen, Wegen, Plätzen und Grünanlagen, kein wildes Abkippen von Müll, keine Schrottautos im Wald entsorgen.
- **Vorgärten:** Sie sind die Visitenkarte jedes Ortes und sollten entsprechend gepflegt sein. Blumen sind eine Zier, auch in Kästen auf Balkonen und vor Fenstern.
- **Freundlichkeit:** Touristen und Ausflügler sollte nicht allein Gaststätten und Geschäften freundlich begegnet werden.