

Stellungnahme zur neuen Tourismusstrategie für die Destination Ostbelgien

Elsen Kathy
ProDG Fraktion
24.2.2025

Sehr geehrte Kolleginnen und Kollegen aus Regierung und Parlament, Heute blicken wir auf die neue Tourismusstrategie für Ostbelgien, die auf den soliden Grundlagen der letzten Jahre weiter aufbaut und die zukünftige Ausrichtung des Tourismus in unserer Region nachhaltig gestalten soll. Dieser Prozess wurde durch die Zusammenarbeit der verschiedenen Partner geprägt. Sie alle haben ihre Perspektiven eingebracht, um ein Konzept zu entwickeln, das sowohl ökologisch als auch wirtschaftlich langfristig tragfähig wäre.

Die Vision für Ostbelgien lautet: „Ostbelgien – gemeinsam stark, digital fortschrittlich, nachhaltig lebenswert.“ Tourismus als Antrieb der lokalen Wirtschaft und Botschafter unserer dynamischen Naturregion.

Diese Vision ist nicht nur ein Leitbild für den Tourismus, sondern sie steht auch für eine zukunftsfähige, ökologisch verantwortungsvolle Entwicklung unserer Region. Dabei liegt der Fokus auf dem Mehrwert, den der Tourismus für die Menschen vor Ort schaffen soll.

Die neue Strategie beinhaltet aber keine bahnbrechenden Innovationen. Doch dies sei genau die Stärke, wurde uns im Ausschuss erläutert: Statt einen radikalen Wandel zu fordern, setzt diese Strategie auf eine konsequente Weiterentwicklung des bereits Erreichten. Ein Bruch mit der bisherigen Arbeit würde alles bisher erreichte nur zurückwerfen und bedeuten, dass man in der Vergangenheit auf falsche Bahnen geraten wäre. Nun baut die Strategie auf einem soliden Fundament auf und verfolgt einen schrittweisen Ausbau, der die Region nachhaltig stärkt. Insbesondere die sogenannten Leuchttürme – die Vennbahn, der Stoneman Arduenna und die Ventrilogie – spielen hierbei eine zentrale Rolle. Diese herausragenden Projekte stellen nicht nur touristische Highlights dar, sondern fungieren, auch in Zukunft als Katalysatoren für weitere Entwicklungen und Investitionen. Wir würden uns sehr

wünschen, dass unser breites kulturelles Angebot ebenfalls Platz in der Vermarktung findet und die Touristen somit verschiedene Dinge gerne miteinander kombinieren.

Ein weiteres Element der Strategie ist die Fokussierung auf maßgeschneiderte Angebote und Unterkünfte, die spezifische Zielgruppen ansprechen. Projekte wie „Worriken 4.0“ verbinden den Tourismussektor mit gesellschaftlich relevanten Themen und tragen dazu bei, unsere Region zukunftsfähig zu machen.

Es ist entscheidend, dass der Tourismus nicht nur den externen Gästen zugutekommt, sondern auch allen Menschen unserer Region. Der Tourismus ist ein Wirtschaftsfaktor, der Arbeitsplätze schafft und dazu beiträgt, den Standort Ostbelgien weiter zu stärken. Er zieht Investitionen an, steigert die Attraktivität für Unternehmen und trägt somit zur wirtschaftlichen Vitalität bei. Auch die Kultur und das historische Erbe unserer Region profitieren vom Tourismus, da er die lokale Geschichte und die Traditionen bewahrt und einem breiten Publikum zugänglich macht.

Darüber hinaus soll der Tourismus auch positive Auswirkungen auf Innovation und nachhaltige Entwicklung haben. Im Bereich der Digitalisierung und der umweltfreundlichen Mobilität besteht noch einiges an Bedarf und da sind wir gespannt auf die konkrete Umsetzung der definierten Ziele.

Der Erfolg dieser Strategie hängt auch davon ab, wie gut es gelingen wird, die Menschen vor Ort zu integrieren und ihnen die Vorteile der Entwicklung aufzuzeigen. Transparente Kommunikation, regelmäßige Updates und lokale Partnerschaften wären von großer Bedeutung. Nur durch kontinuierliche Beteiligung der Akteure und der Bevölkerung kann das Vertrauen gestärkt und die Akzeptanz für Veränderungen erhöht werden.

Ein weiteres zentrales Ziel der neuen Tourismusstrategie ist es, die Touristen länger vor Ort zu halten und die touristische Saison zu verlängern. Die Durchschnittsaufenthaltsdauer liegt bei 2,5 Tagen. Das ist teilweise bedingt durch den Wochenendtourismus. Diese Verweildauer zu erhöhen, wird in unseren Augen eine große Herausforderung. Leider existieren keine genaueren Angaben über

die spezifischen Besuchergruppen, wie zum Beispiel Pensionäre, Pärchen oder Familien. Auch gibt es keine Angaben zur Altersstruktur der Touristen, die Ostbelgien besuchen und es wird auch nicht eruiert, aus welchen Hauptgründen die Touristen ihren Urlaub in Ostbelgien verbringen. Jedoch ist eine solche Datenerfassung nur sinnvoll, wenn sie über längere Zeiträume getätigt wird. Eventuell kann uns in Zukunft die Digitalisierung in diesem Bereich helfen, schneller und einfacher gewisse Daten zu erfragen und zu analysieren.

Auch in den ruhigeren Monaten, insbesondere zwischen Oktober und April, müssen kreative Lösungen und Angebote herbei, um mehr Gäste zu gewinnen. Beispielsweise spezifische Angebote oder Themenreisen, etwa in den Bereichen Wellness, Kulinarik, oder Kunst & Kultur tragen dazu bei, Ostbelgien ganzjährig attraktiv zu machen. Der Ausbau bzw. das Wachstum des Tourismus darf jedoch die Natur und die Lebensqualität der Region nicht beeinträchtigen. Durch den Fokus auf Nachhaltigkeit, ökologische Verantwortung und soziale Aspekte können diese Bedenken berücksichtigt werden. Der Tourismus in Ostbelgien muss auf einem umweltbewussten Fundament wachsen, wobei umweltfreundliche Verkehrsmittel, sanfte Mobilität und Ressourcenschutz im Mittelpunkt stehen sollten.

Zusammengefasst lässt sich sagen, dass die neue Tourismusstrategie auf einem soliden Fundament aufbaut und nun mit den richtigen Maßnahmen die nächsten Etappen erreichen muss. Es ist an uns allen, diese Strategie mit Leben zu füllen – gemeinsam mit den Akteuren der Region und der Bevölkerung. Der Tourismus soll nicht nur den Gästen zugutekommen, sondern auch der Umwelt und den Menschen hier vor Ort. Ostbelgien hat viel zu bieten, und es ist unsere gemeinsame Aufgabe, diese Schätze sichtbar und erlebbar zu machen.

In diesem Sinne möchte ich erneut mein Zitat aus der Haushaltsdebatte wiederholen: „Warum in die Ferne schweifen, wenn das Gute liegt so nah?“ Lassen Sie uns gemeinsam daran arbeiten, das Gute, das Ostbelgien zu bieten hat, in den Mittelpunkt zu stellen.

Ich danke für Ihre Aufmerksamkeit.

Elsen Kathy
ProDG