

## KOMMENTAR



# Lippes Tourismus zentral managen

Von Sven Koch

**D**urch die Hintertür und Stück für Stück scheint Wirklichkeit zu werden, was seit Jahren gewollt ist: Ein effektives Marketing für Lippe unter dem Dach der Lippe Tourismus und Marketing AG. Das Varus-Jahr hat gezeigt, wie gut sich die Region präsentieren lässt, wenn relevante Akteure an einem Strang ziehen. Und wenn die Stadt Detmold nun eine zentrale Rolle in Sachen Tourismus übernehmen will, dann macht sie das vor dem Hintergrund reichhaltiger Erfahrungen mit ihrer Tourist-Info sowie in der Abwicklung und Organisation von Großveranstaltungen nebst Kulturmarketing.

Dass Lippe aus einer Hand „gemacht“ werden muss, steht außer Frage – wer hier ein verlängertes Wochenen-

de verbringen will, dem reichen dafür die Angebote in Detmold oder Lemgo alleine nicht, dem müssen Hermannsdenkmal, Externsteine, Hexenbürgermeisterhaus, Schieder-See, der BadSalzuffer Kurpark und Wandern in der Senne nebst Hotel-Zimmern angeboten werden – und zwar zentral. Essenziell bei dem Tourismus-Vorstoß ist, dass niemand ausschert oder dem Prozess fernbleibt, weil er befürchtet, nicht ausreichend zum Zuge zu kommen oder von anderen übervorteilt zu werden. Er wird nämlich sonst von der Wirklichkeit überholt – oder wie Detmolds Bürgermeister Rainer Heller sagte: „Wir gehen den Weg weiter. Wer möchte, geht mit. Wer nicht, der eben nicht.“

[skoch@lz-online.de](mailto:skoch@lz-online.de)

Seite 10