

# Netzwerke knüpfen und immer wieder Überzeugungsarbeit leisten

Tourismus-Manager Günter Weigel denkt über Profilierung Lippes als Region für Elektro-Mobilität nach

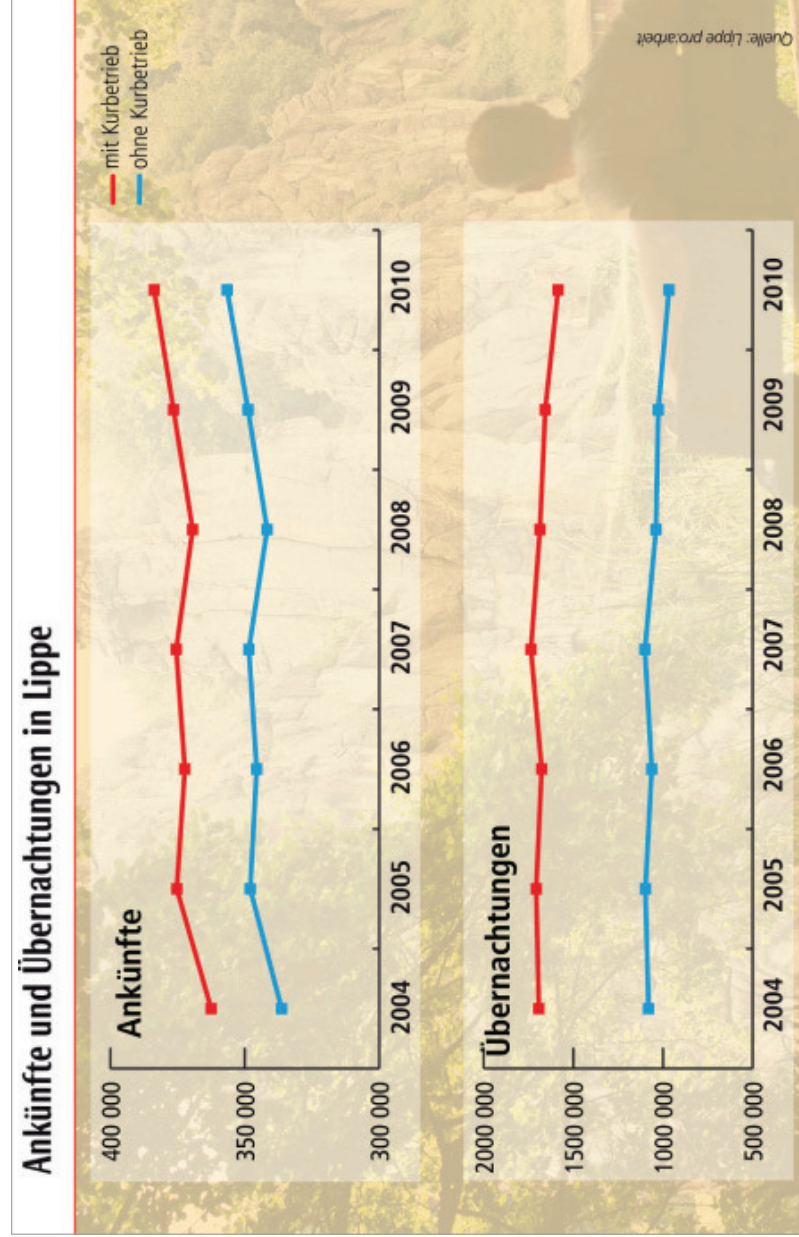
Von Michael Dahl

**Detmold.** Tourismus ist Wirtschaft. Nach dieser Leitlinie arbeitet Günter Weigel, seit rund einhalb Jahren für Marketingverantwortlicher Vorstand der Lippe Tourismus und Marketing (LTM) AG.

Weigel, der aus der Privatwirtschaft kommt und sein Amt nach mehreren, mitunter turbulent verlaufenen Geschäftsführerwechseln übernommen hatte, sieht die LTM inzwischen deutlich gestärkt. Wenn es zum Beispiel in der OWL-Marketing GmbH um Tourismusfragen gehe, säßen die Lipper stets am Tisch. „Wir reden mit“, sagt Weigel nicht ohne Stolz. Früher sei das nicht so deutlich geworden.

Der Vorstand wendet einen großen Teil seiner Arbeitszeit dafür auf, Netzwerke zu knüpfen und Überzeugungsarbeit zu leisten. Die im Vorfeld des Jahres 2009 begonnenen Kooperationen – etwa mit der Stadt Detmold und dem Landesverband Lippe – sind für Weigel so etwas wie eine Blaupause. Nur gemeinsam, sowohl auf kommunaler Seite als auch im Bereich der Interessenverbände, komme man voran, lautet sein Credo. Und wenn mancher nicht sofort mitmachen möchte, wie Bad Salzuflen oder Leopoldshöhe bei der LTM, dann bleibe man eben im Gespräch.

Keinen Zweifel lässt Weigel an seiner Überzeugung, dass



**Mehr Ankünfte, weniger Übernachtungen:** Diese Grafik verdeutlicht das veränderte Verhalten von Touristen und anderen Besuchern Lippes.

GRAFIK: WENZEL

Lippe bei seiner Vermarktung nicht nach dem Gießkannenprinzip vorgehen darf – allein schon aus finanziellen Gründen –, sondern sich auf seine wesentlichen Stärken als Gesundheitsregion konzentrieren muss. Die herausragenden Sehenswürdigkeiten, das Hermannsdenkmal und die Externsteine, spielen bei ihm ebenfalls eine vorrangige Rolle. Das kann auch Konflikte mit Naturschützern mit sich bringen. So tritt der Tourismusmanager für eine konsistente Weiterentwicklung des Angebots am Hermann ein. Denkmäler, Kletterpark, Spielplatz, Gastronomie und eine Ehrgeiziges Ziel Weigels ist es, dass sich ganz Lippe mit einem einheitlichen Marketingkonzept als „Land des Hermann“ präsentiert. Prospekte und Auftritte überall wiedererkennbar sind – egal welche

Tourist-Info der Gast betritt. Außerdem will der LTM-Manager große Events nutzen, um Lippe einem breiteren Kreis an potentiellen Touristen zu öffnen. Der im kommenden Jahr in Detmold stattfindende NRW-Tag ist für ihn eine solche Veranstaltung.

Und der Mann ist offen für neue Ideen. Elektro-Mobilität und erneuerbare Energien eignen sich seiner Auffassung nach hervorragend zur Profilbildung der Region. „Sie glauben gar nicht, wie viele Firmen sich in Lippe in diesem Bereich tummeln“, meint er und fährt fort: „Das sind beste Voraussetzungen, um in diesem Segment bundesweit Referenzkreise zu werden.“



**Sieht Lippe auf gutem Weg:** LTM-Vorstand Günter Weigel.

FOTO: PRIVAT

## LTM AG

**Die Lippe Tourismus & Marketing AG (LTM)** wird getragen vom Kreis Lippe, seinen 16 Städten und Gemeinden, dem Landesverband Lippe und dem Marketingverein der lippischen Wirtschaft. Die LTM setzt sich aus den Einheiten Tourismus- und Standortmarketing sowie Veranstaltungsmanagement zusammen. Hinzu kommen Kooperationen im Bereich des Stadtmarketing für Horn-Bad Meinberg, Schieder-Schwalenberg, Lage und Detmold. Daneben betreibt die LTM mit unterschiedlichen Partnern die Tourist-Informationen in Det-

mold-Kernstadt, am Hermannsdenkmal und an den Externsteinen. Aufgabe des Unternehmens ist die Schaffung eines einheitlichen Marketings für Wirtschaft, Tourismus, Bildung und Kultur in Lippe. Die LTM soll dabei ein einheitliches und positives Erscheinungsbild des Lebens- und Wirtschaftsstandortes Lippe innerhalb und außerhalb der Region schaffen und ausbauen, Kaufkraft durch Attraktivitätssteigerung binden beziehungsweise erhöhen und den Standort für Unternehmen und Arbeitsplätze sichern.