

Potsdam, 23.02.2018

## Pressemitteilung

### Brandenburg ist eine Reise wert – Woidke und Gerber gratulieren Tourismus-Marketing Brandenburg zum 20. Geburtstag

20 Jahre erfolgreich für Brandenburgs Tourismus: Am Sonntag, dem 25. Februar, begeht die TMB Tourismus-Marketing Brandenburg GmbH ihren 20. Geburtstag. Ministerpräsident Dietmar Woidke und Wirtschaftsminister Albrecht Gerber danken Geschäftsführer Dieter Hütte und den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern für deren erfolgreiche Arbeit kurz vor dem Start der Internationalen Tourismusbörse in Berlin am 7. März.

Woidke: „Die ITB ist wieder eine hervorragende Gelegenheit, das Land Brandenburg in seiner Vielfalt zu präsentieren. Brandenburg ist eine Reise wert. Dafür hat die TMB in den vergangenen zwei Jahrzehnten beharrlich gearbeitet. Und sie hat viel dafür getan, dass immer mehr Menschen überall im Land für attraktive, originelle und leistungsstarke Angebote sorgen. Der Tourismus hat sich in Brandenburg landesweit als **starker Wirtschaftsfaktor** etabliert. Das ist nicht zuletzt ein Verdienst der TMB.“

Minister Gerber bewertet die Arbeit der TMB auch als aktive Strukturpolitik: „Der Wirtschaftsfaktor Tourismus sichert in Brandenburg rund **100.000 Arbeitsplätze**. Er entwickelt sich ganz besonders in den ländlichen Regionen zu einem wichtigen Baustein für hohe Lebensqualität im Land Brandenburg.“

Seit Bestehen der TMB stieg die Zahl der jährlichen Gästeübernachtungen um rund **fünf Millionen auf rund 13 Millionen Übernachtungen**. Die Gesellschaft hat sich in den zwei Jahrzehnten ihres Bestehens inhaltlich deutlich gewandelt. Gegründet wurde sie als touristische Marketingorganisation, um Brandenburg im Wettbewerb der Reiseregionen sichtbar zu machen. Die Aufgaben des **Landestourismusverbandes** sowie der **Tourismus-Akademie Brandenburg** wurden in die TMB integriert. Außerdem wurden die **Internetplattform reiseland-brandenburg.de** und ein **professionelles Auslandsmarketing** etabliert sowie eine Qualitätsstrategie entwickelt. Mit der Entscheidung, eine Markenstrategie zu konzipieren, wurden 2012 die Weichen für eine Neupositionierung des Landes im touristischen Wettbewerb gestellt.

Die TMB hat zunehmend die Aufgabe übernommen, Strategien zur **Professionalisierung der brandenburgischen Tourismuswirtschaft** zu entwickeln.

## Seite 2

So steuert und koordiniert sie heute in Zusammenarbeit mit Institutionen und Leistungsträgern komplexe Themen wie die fortschreitende Digitalisierung der Branche.