

# **Integriertes ländliches Entwicklungskonzept (ILEK)**

## **PROTOKOLL**

Veranstaltung: **1. Sitzung des Arbeitskreises „Tourismus“**

Datum: 13.02.2008

Zeit: 18.00 Uhr – 20.25 Uhr

Protokollführer: Britta Rath

Teilnehmer:

	siehe Anwesenheitsliste

### **TOP 1: Begrüßung**

Herr Büscher, Beigeordneter der Gemeindeverwaltung Much, begrüßte die anwesenden Teilnehmer und erläuterte in Kürze die vergangenen Schritte und Bemühungen der Gemeinden, um den Wirtschaftszweig „Tourismus“ nutzen zu können.

Einen neuen Impuls zur Projektumsetzung im Rahmen des ILEK-Prozesses geben die „Bergischen Gesundheits- und Wohlfühltag“ am 24.02.2008 und die „Lohmar-Challenge“ am 11.05.2008.

Herr Büscher weist daraufhin, dass man bei den Überlegungen gemeinsamer Projekte, an eine schnelle und leistbare Umsetzung denken sollte, um besonders in den Anfangsphasen einen Erfolg verspüren zu können.

Im Anschluss begrüßte Frau Kohlhaas, die Moderatorin des Abends, die Anwesenden und bat um eine kurze Vorstellungsrunde.

### **TOP 2: Vorstellung der eingegangene Projektvorschläge**

Frau Kohlhaas verwies auf die im ILEK-Prozess erarbeiteten sog. Meilensteine, die für den Bereich des Bergischen Rhein-Sieg-Kreises wie folgt definiert wurden:

1. Inhaltliche Profilierung im Bereich Gesundheit/ Wellness/ Sport, Naturerleben und Kultur
2. Gründung einer Touristischen Arbeitsgemeinschaft und Einbindung in übergeordnete Strukturen

Diese Themenschwerpunkte sind wiederum in folgende Leitprojekte untergliedert worden:

1. Touristische Positionierung
2. Schaffung touristischer Organisationsstrukturen
3. Touristische Vermarktung und Information
4. Entwicklung neuer Wege und thematischer Routen
5. Optimierung des Freizeitwegenetzes
6. Ausbau der Übernachtungs- und Gastronomieangebote
7. Ausbau und Vernetzung der Angebote zum Thema Gesundheit/Wellness/ Sport und Naturerleben
8. Erweiterung und Vernetzung der kulturellen und geschichtlichen Angebote
9. Angebotserweiterung zum „Lern- und Erlebnisort Bauernhof“
10. Information und gemeinsame Vermarktung der Angebote

Schwerpunkte der weiteren Arbeit sollte daher zum einen die Entwicklung von langfristig vermarktungsfähigen gästeorientierten Produkten sowie deren Umsetzung - gemeinsam mit den überregional agierenden Vertriebsorganisationen - sein und zum anderen die Gründung einer touristischen Arbeitsgemeinschaft im Sinne eines „Kümmerers“.

### **TOP 3: Diskussion über die Schwerpunktsetzung**

Die Teilnehmer waren sich grundsätzlich einig, dass das ILEK-Gebiet über ein hohes touristisches Potential verfügt, dieses aber noch für die touristische Weiterentwicklung der Region optimiert werden sollte und müsste. Dabei müssen Synergien für und mit allen kommunalen und privatwirtschaftlichen Akteuren geschaffen werden.

Im Rahmen der allgemeinen Diskussion wurden u. a. folgende Themenbereiche erörtert:

#### Wirtschaftsfaktor Tourismus

Naherholung und Tourismus ist ein Wirtschaftsfaktor und kann mit der entsprechenden Angebotsentwicklung und der professionellen Vermarktung weiter gesteigert werden. Much hat bereits seit 2002 ein eigenes Tourismusbüro eingerichtet. Eine Vermarktung sei jedoch nur gemeinschaftlich mit den Nachbarkommunen und den überregionalen Stellen effizient.

#### Alleinstellungsmerkmal „Gesundheit“

Die Region zeichnet sich zum einen durch eine attraktive Landschaft aus und zum anderen durch eine hohe Dichte an Gesundheitseinrichtungen. Diese Kombination bietet eine Fülle von Möglichkeiten, vermarktungsfähige Angebote zu schaffen.

Die bereits seit einigen Jahren durchgeführten Gesundheits- und Wohlfühltag zeigen, dass durch eine zielgruppengerechte Ansprache Gäste für einen Kurzurlaub/ Wochenendaufenthalt/ Tagestourismus im Bergischen Land gewonnen werden können. Kombiniert mit den kulturellen und sportlichen Angeboten, gilt es dies auszubauen und eine steigende Nachfrage zu erzielen. Bereits bestehende Aktivitäten von einzelnen Leistungsträgern in den Bereichen Gesundheit und Prävention (z.B. Hotel Lindner) und deren Akzeptanz bei den Gästegruppen untermauern die Intention, den Gesundheitsaspekt weiter auszubauen.

Die Kommunen zeichnen sich in der Regel durch eine gute Verkehrsanbindung aus.

Es besteht ein sehr hohes Gästepotential, das durch die nahen Ballungsräume in einem Umkreis von 100 bis 150 km akquiriert werden kann (und bis heute – aufgrund von fehlenden Angeboten oder Vertriebschienen - nur unzureichend angesprochen worden ist).

### Geographische und touristische Positionierung

Der Bergische Rhein-Sieg-Kreis muss im Rahmen der Fortführung des ILEK-Prozesses eine eindeutige Orientierung und Zugehörigkeit zu einer Vermarktungsebene entwickeln. Dabei kann/ sollte die geographische Zugehörigkeit zur Destination „Bergisches Land“ diskutiert werden. Die Orientierung in Richtung Köln müsse jedoch weiterhin im Vordergrund stehen. Die Verbindungen nach Bonn sollten aber auch nicht außer Acht gelassen werden. Dies auch unter dem Hintergrund der beiden überregionalen Vermarktungsorganisationen Naturarena Bergisches Land und Tourismus & Congress GmbH Region Bonn/ Rhein-Sieg/ Ahrweiler.

Voraussetzung für ein effizientes Marketing und einen erfolgreichen Vertrieb ist jedoch eine klare und eindeutige Positionierung der Region, da nur so sichergestellt ist, dass zielgruppenorientiert gearbeitet werden kann (kein Gießkannenprinzip).

### Auf- und Ausbau Freizeit-Infrastruktur

Voraussetzung für die Entwicklung einer Angebotspalette ist die vorhandene bzw. die evtl. noch zu schaffende Infrastruktur.

Die bestehende Infrastruktur muss kritisch – bezogen auf die Zielgruppen und deren Bedürfnisse - beleuchtet werden und evtl. auch verändert werden. Neu zu schaffende Infrastrukturen sollten unter dem Gesichtspunkt der Nachfrage und Effizienz, aber auch unter dem Aspekt der Wirtschaftlichkeit (Unterhaltungskosten) entwickelt werden.

Dabei müssen die Vernetzung aller Angebote und die Kombinierbarkeit immer im Vordergrund stehen (Wanderwege, Radwege, Sehenswürdigkeiten, Hotellerie, Gastronomie, Kultur etc.)

### Vernetzung der Akteure

Neben der Vernetzung der Angebote (sowohl regional als auch überregional) muss dafür Sorge getragen werden, dass auch alle touristischen Leistungsträger, die gewerbliche Wirtschaft und der Einzelhandel untereinander vernetzt werden und gemeinsame Produkte entwickeln und Aktionen durchführen. Wünschenswert wäre eine interkommunale Aktionsgemeinschaft.

### Entwicklung von touristischen Produkten

Voraussetzung für eine erfolgreiche touristische Entwicklung ist – neben der eindeutigen Positionierung und Profilierung als Destination (Image) - die Entwicklung von touristischen Produkten. Diese Angebote müssen professionell, zielgruppenorientiert, abgestimmt auf die Kundenklientel (Nachfrage) - gemeinsam mit den Leistungsträgern - erarbeitet werden.

Hierzu bedarf es einer genauen Bestandsaufnahme. Dabei kann davon ausgegangen werden, dass eine Vielzahl von Angeboten vorhanden ist, diese aber bis heute – aus verschiedenen Gründen - nur unzureichend verkaufsfähig aufbereitet werden konnten. Somit wurde auch eine Vermarktung über die überregionalen Vertriebsorganisationen fast unmöglich.

Die Angebote der Kommunen konzentrieren sich auf die Bereiche Gesundheit (siehe Alleinstellungsmerkmal) und Naturerleben, die jeweils kombiniert mit einer sportlichen freizeitrelevanten Komponente (Wandern, Radwandern, Nordic Walking, Reiten).

Ebenso sollten die Angebote der Landwirtschaft (Hofladen, Ferien auf dem Bauernhof) einbezogen werden, da hierdurch zusätzliche Zielgruppen für das Bergische Land angesprochen werden können.

Hier gilt es die Vielzahl der Angebote zu sondieren und die verkaufsfähigen Produkte zu selektieren und gezielt aufzubereiten. Weiterhin sollten die noch nicht verkaufsfähigen Angebote richtungweisend weiterentwickelt werden. Dabei spielt die Mitarbeit der touristischen Akteure eine entscheidende Rolle.

### Zusammenarbeit mit den verschiedenen Vertriebsorganisationen

Die beiden überregionalen Vertriebsorganisationen Naturarena Bergisches Land und Tourismus & Congress GmbH Region Bonn/ Rhein-Sieg/ Ahrweiler stehen für eine Kooperation mit den ILEK-Kommunen zur Verfügung.

Voraussetzung ist jedoch die Erarbeitung einer touristischen Produktpalette, die dann über die Vertriebsmöglichkeiten vermarktet werden können. Hierzu bedarf es personeller Ressourcen („Kümmerer“) vorort.

Dabei gilt es im ersten Schritt, die Vor- und Nachteile (Produktangebote, Märkte, Zielgruppenansprache) beider Organisationen abzuwägen und Kooperationen zu schließen.

Hier sollen bis zur Sommerpause erste Gespräche geführt werden und die Konditionen für die Kommunen/ bzw. die Leistungsträger aufbereitet werden.

### Finanzierung der touristischen Arbeit (Gründung einer touristischen Arbeitsgemeinschaft)

Hinsichtlich der Organisationsform („Kümmerer“) wurde das Beispiel der linksrheinischen 6 Kommunen des Rhein-Sieg-Kreises erörtert. Jede Kommune hat sich verpflichtet, eine neu zu gründende Vermarktungseinheit mit je 10.000 € jährlich zu unterstützen. Dieser Betrag stellt Personal und Marketingbudget sicher. Weiterhin wurden die touristischen Leistungsträger sowie Wirtschaftsunternehmen, die sich für die Förderung des Tourismus einsetzen möchten, mit in die Finanzierung der Aktivitäten einbezogen.

Diese Bemühungen sind im Bergischen Rhein-Sieg-Kreis bisher immer an der Finanzierung gescheitert.

Hier sollen bis zur Sommerpause Finanzierungsmodelle (z.B. nach dem Vorbild der Rhein-Voreifel-Touristik e.V.) aufgezeigt werden.

### Namensgebung

Es wurde Konsens erzielt, dass der im ILEK verwendete Arbeitstitel „Bergischer Rhein-Sieg-Kreis“ für die Vermarktung der Destination nicht sinnvoll erscheint. Es wurde der Vorschlag unterbreitet, zu gegebener Zeit einen Wettbewerb in der Bevölkerung zur Namensfindung zu starten.

### EFRE Projekte Bergischer Panoramaweg

Im Rahmen des durchgeführten Wettbewerbes Erlebnis.NRW (EFRE-Förderung) wurde das Projekt „Wege der Zeiten/ Bergischer Panoramaweg“ initiiert. Geplant ist ein qualifiziertes überregional vermarktbare Wanderwegenetz als Erschließung der Destination Bergisches Land (21 Kommunen aus dem Bereich Rhein-Berg und Oberberg und 4 Kommunen aus dem Bereich Rhein-Sieg). Das Projekt setzt sich zusammen aus den „Bergischen Panoramaweg“, den „Bergischen Zeitwegen“ sowie einem Premium-Fernwanderweg „Der Bergische 2010“ von Essen (Kulturhauptstadt 2010) ins Siebengebirge (geplanter Nationalpark 2010). Hierbei soll u. a. auch die Verbindung zum Rheinsteig bzw. zum Natursteig Sieg hergestellt werden.

Die Federführung liegt bei der Naturarena.

### **TOP 4: Weitere Vorgehensweise**

Die Diskussion über die Vielzahl der anstehenden Themen machte deutlich, dass eine Konzentrierung auf einzelne Themen sinnvoll erscheint.

Aufgrund der personellen Stärke des Arbeitskreises, der unterschiedlichen Anforderungen und Ansprüche an die Arbeit des Arbeitskreises, der heterogenen Interessenslage der Akteure sowie der Vielfältigkeit der anstehenden Themen beschlossen die Mitglieder, die weiteren Planungs- und Umsetzungsschritte themenbezogen und in kleineren Arbeitsgruppen zu erörtern und zu erarbeiten.

Der Arbeitskreis verständigte sich auf folgende 5 Themengruppen, in die sich die Teilnehmer einbringen können:

1. Gesundheit
2. Freizeit-Infrastruktur
3. Touristische/Gewerbliche Leistungsträger
4. Sehenswürdigkeiten/Historie
5. Kreative Angebote (Veranstaltungen)

Frau Kohlhaas erklärte sich bereit, alle Arbeitsgruppen zu moderieren und die Teilnehmer einzuladen.

Die ersten Treffen der kleinen Themengruppen soll noch vor Ostern bzw. direkt nach Ostern terminiert werden.

Die Ergebnisse aus den einzelnen Themengruppen sollen jeweils an die große Runde kommuniziert werden, damit der aktuelle Stand jeweils für alle Teilnehmer nachvollziehbar und die Möglichkeit besteht, sich auch aktiv in die Themengruppen weiterhin einbringen zu können.

Es ist vorgesehen, noch vor den Sommerferien eine Sitzung mit allen Themengruppen durchzuführen.

Herr Büscher klärt sich bereit, für jeden Teilnehmer die bisherigen Ergebnisse des ILEK-Prozesses auf einer DVD zusammenzustellen, so dass sich alle Beteiligten auf dem gleichen Wissenstand befinden.

### **TOP 5: Ausblick**

Ziel aller Aktivitäten sollte es sein, die Attraktivität der Kommunen zu stärken, neue verkaufsfähige Produkte zu schaffen und durch zielgruppengerechte Angebote die touristische Wirtschaftskraft der Region auszubauen.

Frau Kohlhaas bedankte sich bei allen Teilnehmern für die angeregte und intensive Diskussion. Das Ergebnisprotokoll wird allen Teilnehmern per mail zugeschickt.