

LAG Pfälzerwald plus

AG Tourismus

Datum: 24.02.2021
Bearbeiter: Isabelle Schmidholz, entra Regionalentwicklung GmbH
Teilnehmer: Frau Abele, Frau Neumann, Frau Menzel, Frau Satory, Frau Spieß, Frau Straßer, Frau Weisbrod-Mohr, Herr Anthes, Herr Hoffmann, Herr Kauf, Herr Marx, Herr Matheis

1 Kommunikationskampagne „Achtsam durch Wald und Feld“

- Die Initiative ist im Januar 2021 gestartet
- Ziele
 - o Neben den eigene Aktivität Bewusstsein für andere Aktivitäten stärken!
 - o Kontinuierliches Kommunikationskonzept
 - o Erstellung einer „Charta“, die von allen getragen wird
- Bausteine
 - o Phase 1: Round Table mit allen Akteuren aus dem Dreiklang (Wirtschaft, Ökologie, Erholung)
 - Bisher haben 3 Treffen stattgefunden, dabei folgende Arbeitsschwerpunkte erarbeitet worden sind: Besucherkommunikation, Besucherlenkung, Besuchermonitoring, Angebotsgestaltung
 - o Phase 2. Kommunikationskampagne – Ein LEADER-Antrag wird gestellt
 - o Phase 3: kontinuierliches Besuchermanagement
- Detailliertere Informationen sind der beigefügten Präsentationen zu entnehmen
- Fragen:
 - o Maßnahme „Lenkung auf unbekannte Ziele“ → hierbei sollen keine neuen Wege ausgewiesen werden, sondern bereits bestehende, aber noch unbekannt Wege/Ziele beworben werden, um bekannte und v.a. sensible Bereiche zu entlasten oder sogar auszulassen.
 - o Anregung Schneeschuhläufer – Beispiele aus anderen Regionen zum Thema Kommunikationskampagne liegen vor
 - o Akteursnetzwerk Round Table: Landesforst, Bauern- und Winzerverband, Naturfreunde, Pfälzer Kletterer, Natursport Pfalz, DAV Jugendabteilung, PWV (hat abgelehnt), Mountainbike Park, Jäger, BUND, Nabu, Pfalz zu Pferd
 - PWV befasst sich seit Jahrzehnten damit und sieht keinen neuen Nutzen in der erweiterten Kommunikation

2 Tourismusstrategie

- Ausschreibungsprozess ist abgeschlossen
 - o Auftrag der Beratungsleistung an inspektour GmbH vergeben
- Auftakt des Strategieprozesses erfolgt am Freitag, 26.02.2021
- Im Anschluss werden Workshops und Befragungen durchgeführt. Der Beteiligungskreis umfasst:
 - o Pfalz-Touristik Mitglieder
 - o Touristischen Leistungsträger Pfalz
 - o Übergeordnete Organisationen wie z.B.
 - ZRW
 - Biosphärenreservat
 - Rhein-Neckar-Kreis
 - PfalzWein, etc.
- Der Strategieprozess umfasst ein Stärken-Schwächen-Profil, die Auseinandersetzung mit der Marketingstrategie, den Geschäftsfeldern sowie der Organisationsstruktur der Tourismusvereine und die Einordnung der Landestourismusstrategie auf Pfalzebene

3 Covid-19 Pandemie – aktuelle Situation

- VG Thaleischweiler Wallhalben:
 - o Es kommen viele Anfragen online, die bedient werden müssen!
 - o Bei den touristischen Leistungsträgern besteht wenig Hoffnung mehr, da kein Ende absehbar ist
 - o Von einer Existenzbedrohung ist bisher nichts bekannt.
- Tourismusbüro Hauenstein
 - o Zum Glück nur 1/3 Hotellerie. Die weiteren Leistungsträger führen nebenberuflich Ferienwohnungen und daher nicht von einer Existenzbedrohung betroffen sind
 - o Staatliche Hilfeleistungen kommen nicht an
 - o Ostertourismus muss kommen
 - o Infrastruktur bricht langsam zusammen
- Tourismusbüro Lambrecht
 - o Prospektbestände werden gut gegriffen
 - o TI ist allerdings geschlossen
 - o Erlebnisweg wird extrem gut wahrgenommen
 - o Bangen um das Kuckucksbähnlel – Auflagen des Hygienekonzepts sind noch nicht bekannt, gastronomische Versorgung macht Sorgen, da die Gastronomie in Elmstein wegbricht
 - o Die Zeit wird genutzt, um den Internetauftritt auszuweiten
- Südwestpfalz Touristik
 - o Wanderwege sind gut besucht, aber die Gastronomie kann davon nicht profitieren
 - o Werbekampagne gestartet mit extrem gutem Erfolg - 700 Infopakete wurden verschickt
 - o Abhol- und Lieferservice-Liste wurde erstellt und wird derzeit gepflegt, um die Gastronomie zu unterstützen
 - o Broschüren werden derzeit aktualisiert, um für eine Öffnung vorbereitet zu sein
- Mountainbikepark Pfälzerwald e.V.
 - o Geführte Touren dürfen noch nicht durchgeführt werden, die Nachfrage bei den Guides ist allerdings groß
 - o Events müssen abgesagt werden (Wasgau Marathon ist noch in Planung)

- Streckenpfleger sind derzeit bei der Arbeit und bereiten die Wege auf
- Momentan wird noch kein aktives Marketing betrieben, da die Planungen zu ungewiss sind.
- Die Mountainbiketouren werden gut nachgefragt, allerdings fehlt die wirtschaftliche Wertschöpfung
- Südliche Weinstraße Annweiler am Trifels e.V.
 - TI hat geöffnet
 - Der Tagestourismus ist vorhanden, v.a. wenn das Wetter mitspielt
 - Mit dem Marketing wird sich derzeit ebenfalls noch zurückgehalten
 - Dafür laufen die abschließenden Maßnahmen zum Trifels-Erlebniswanderweg und Kastanien-Erlebnisweg, die in diesem Jahr abgeschlossen werden
 - Die Müllproblematik an Waldparkplätzen und im Wald verschärft sich
- Tourismusbüro Bad Bergzabern
 - Gleiches Bild wie bei den Kollegen und Kolleginnen
 - Ein Vorteil ist der verstärkte Kontakt zu den Leistungsträgern, aufgrund der Beratungsdienstleistung bei Anträgen etc.
 - TI ist offen
 - Man nutzt die Zeit, um die Betriebe, die noch nicht online buchbar sind, bei dieser Umstellung zu unterstützen
- VG Primasens-Land
 - Der Druck nach Öffnung ist groß
 - Hohe Nachfrage von Outdoor-Aktivitäten
 - TI ist allerdings geschlossen, sodass viele Anträge online bewältigt werden
 - Parkplatzsituation ist kritisch. Bei sonnigen Tagen sind Parkplätze überfüllt und es wird auf die Straße ausgewichen
 - Es bestehen Überlegungen ein kurzfristiges Parkleitsystem zu aktivieren
 - To-Go Angebote werden von den Gastronomen kaum angeboten, da es sich nicht lohnt. Ein Gastronom hat diese Leistung nun angeboten und profitiert von der Nachfrage.
- Tourismusbüro Rodalben
 - Die Prospekte werden sehr gut gegriffen
 - der Wunsch nach "Normalität" und der Drang nach draußen zu gehen ist definitiv da, aber auch die damit verbundene Müllproblematik ist erkennbar; im Wald als auch auf Waldparkplätzen, wo viel abgelagert werden kann.

4 Weiteres Vorgehen

- Die nächste AG-Sitzung soll nach Ostern stattfinden, abhängig von den Entwicklungen der Covid-19-Pandemie

Kaiserslautern, 24.02.2021, Isabelle Schmidholz