

## Ergebnisprotokoll Workshop „Tourismus“, 21.07.2014

Sehr geehrte Damen und Herren,

vielen Dank, dass Sie sich die Zeit genommen haben und uns bei den thematischen Workshops am 21. Juli 2014 in Eschau so tatkräftig mit ihren Diskussionsbeiträgen unterstützt haben! Wie versprochen haben wir die Ergebnisse des Workshops aufbereitet. Haben wir etwas vergessen, übersehen oder "falsch einsortiert"? Dann wären wir für einen kurzen Hinweis sehr dankbar.

Wenn Sie weitere Projektideen oder Vorschläge haben, nehmen wir diese selbstverständlich gerne auf und stehen Ihnen für Rückfragen gerne zur Verfügung. Sie erreichen uns wie folgt:

### Lokale AktionsGruppe Main4Eck Miltenberg e.V.

Elisabeth Kluin, Tel: 09371 / 501 224 E-Mail: [Kluin@main4eck.de](mailto:Kluin@main4eck.de)

### Bearbeitung Lokale Entwicklungsstrategie

Hannes Bürckmann: Tel.: 07936 / 99 05 20, E-Mail [buerckmann@neulandplus.de](mailto:buerckmann@neulandplus.de)

Sebastian Dürr: Tel.: 07904 943 79 63, mobil 0178 558 69 69, E-Mail: [sd@chrosis.com](mailto:sd@chrosis.com).

## Überblick

Im ersten Teil wurde eine Abfrage der Themenschwerpunkte der Teilnehmer durchgeführt und um eine Einschätzung der Stärken und Schwächen der Region gebeten. Außerdem wurden Zielgruppen und Quellgebiete beim Tourismus in der Region diskutiert. Anschließend erfolgte die Sammlung von Zielen und Projektideen. Die Ergebnisse des Workshops haben wir auf den folgenden Seiten zusammengefasst.

## Stärken-Schwächen-Analyse

Stärken	Schwächen
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Natur</li> <li>▪ Nähe zu Flughafen FFM und Metropolregion</li> <li>▪ Verkehrsinfrastruktur / Anschluss der Region (Autobahn, Bundesstraße, Bahn, Main) / gute Erreichbarkeit der Region</li> <li>▪ Zentrale Lage in Europa</li> <li>▪ Weinbau / Weinkultur (Terrassen) auch als Sympathieträger</li> <li>▪ Pedelecinfrastruktur teilweise vorhanden (z.B. Räuberland)</li> <li>▪ Teilweise sehr gute Hotellerie / Über-</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Potenziale werden nicht genutzt</li> <li>▪ Infrastruktur für Fahrradtourismus ausbaufähig (s. Odenwald)</li> <li>▪ Entwicklung Gemeinsinn (voneinander profitieren, alle profitieren von jeder Übernachtung / von jedem Angebot) <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Teilweise fehlende Zusammenarbeit der Akteure</li> </ul> </li> <li>▪ Zusammenarbeit der Touristikkommunitäten verbesserungsfähig (Abstimmung untereinander)</li> <li>▪ Gastronomie</li> </ul>

<p>nachtung / Gastronomie (z.B. Räuberland)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ ÖPNV: Takt und Vernetzung (regional und überregional)</li> <li>▪ Sehr gute Radfahr- und Wanderinfrastruktur</li> <li>▪ Burgen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Abnehmende Anzahl Gastronomiebetriebe</li> <li>○ Angebot der bestehenden Betriebe teilweise wenig kundengerecht</li> <li>○ Öffnungszeiten der Gastronomie an Locations und Wegen (teilweise erst ab 17.00 Uhr)</li> <li>○ Viele Betriebe mit gleichem „freiem Tag“</li> <li>▪ ÖPNV: Vernetzung der Spessartgemeinden verbessern (in Arbeit)</li> <li>▪ Schlechtwetterangebote für Familien fehlen (s. auch Zielgruppen)</li> <li>▪ Mittelgroße Hotels fehlen (=&gt; Tagungshotels)</li> <li>▪ Touristisch versiertes Personal in Gastronomie und Handel fehlt teilweise (Englischkenntnisse etc. =&gt; Zielgruppen)</li> <li>▪ Mangel bei preiswerten Übernachtungsangeboten (z.B. Jugendherbergen, Familienhotels) <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Bekanntheit von bestehenden billigen Bettenangeboten steigern (z.B. der Wandervereine =&gt; aber auch Beschränkung der Angebote auf „Mitglieder“ aufheben)</li> </ul> </li> <li>▪ Fehlende Info-Tafeln für Wanderer / Radler zu Übernachtungs- und Einkehrmöglichkeiten, Sehenswürdigkeiten etc.</li> <li>▪ Fehlende Infrastruktur Ladestationen e-Bike und e-PKW</li> <li>▪ Fehlen hochwertige Wohnmobilstellplätze (hook-up)</li> <li>▪ Unterstellmöglichkeiten für Radler / Wanderer fehlen</li> <li>▪ Konfliktpotenzial Mountainbike-Forst-Jagd-Naturschutz</li> </ul>
---	--

## Zielgruppen / Quellgebiete

Im ersten Schritt erfolgte zunächst eine Sammlung der bestehenden Quellgebiete und Gruppen der Touristen

### Bestand Quellgebiete

- Rhein-Main-Gebiet / Metropolregion
- Odenwald
- Umliegende Landkreise
- Hessen-Rheinland-Pfalz
- Beneluxländer
- Ostdeutschland
- Nordeuropa

### Bestand Zielgruppen

- Wanderer
- Radfahrer
- Wassertourismus

Im zweiten Schritt wurden diejenigen Quellgebiete und Zielgruppen definiert, bei denen ein großes Potenzial an künftigen Touristen für die Region gesehen wird.

### Potenziale Quellgebiete

- NRW
- Benelux
- Indien

### Potenziale Zielgruppen

- Tagestouristen
- Durchreisetouristen
- Menschen mit Migrationshintergrund
- Billig-Angebote für Junge
- Mountainbiker („Downhill“)

## Ziele

- Oberstes Ziel: Vernetzung
  - ✓ Vernetzung der Akteure und Informationsaustausch untereinander
  - ✓ Bestehende Vereine und Akteure vernetzen und Zusammenarbeit fördern bzw. entwickeln
  - ✓ Über die Vernetzung und Zusammenarbeit Schärfung des Profil erreichen, Potenziale identifizieren und gemeinsam entwickeln (z.B. als gemeinsame Themenlinien)

- mehr Tourismus / lokale Unterschiede „ausgleichen“
- Wintertourismus fördern
- Tourismusstrukturen weiterentwickeln
  - ✓ Zusammenarbeit der Destinationen / TGs / offiziellen Akteure (s. oben)
- Bessere Verbindung der touristischen Einrichtungen / Angebote / Produkte durch ÖPNV
- Angebote / Produkte entwickeln zur Inwertsetzung der identifizierten Potenziale
- Ziel: 1 Ladestation für e-Bike / e-Mobilität pro Gemeinde
- Alleinstellungsmerkmal Wandern weiterentwickeln
- Barrierefreien Tourismus weiterentwickeln
- Historisches Potenzial nutzen (Limes, Kelten, Bronzezeit)
- Thema „Wein“ weiterentwickeln

## Strategie

Die Teilnehmer diskutieren, ob eine Priorisierung bei Themen, Zielen oder Projekten erfolgen kann. Es erfolgt eine Schwerpunktsetzung auf folgende Themenbereiche:

- Nutzung Kulturhistorisches Potenzial (Burgen, Limes, Kelten etc.)
- Natur, Landschaft Main in Verbindung mit Wein, Kulinarik und Genuss (Verbindung zu Vermarktung regionaler Produkte)

Die Teilnehmer einigen sich im Rahmen der Strategiediskussion weiterhin darauf, dass

- der Ausbau / die verstärkte Nutzung der bestehende Zielgruppen Vorrang vor der Gewinnung neuer Zielgruppen hat,
- bestehende Themenlinien, Ansätze und Netzwerke bzw. Wertschöpfungsketten vorrangig ausgebaut, professionalisiert und deren Qualität gesteigert werden sollen,
- bei der für die Region neuen Themenlinie „Mountainbike“ bzw. „Downhill“ ein sehr großes Potenzial gesehen wird.

Abschließend wird die Idee entwickelt, dass die Verbesserung der Zusammenarbeit der Tourismusakteure in der Region konkret anhand der gemeinsamen Umsetzung der Schwerpunktlinien („Thema schlägt Destination“) erfolgen kann.

## Projekte

- Entwicklung einer Plattform um Bestehendes zu vernetzen, entwickeln und vermarkten
- offene Unterstände für Radfahrer & Wanderer
- Umnutzung leer stehende historische Gebäude in Ferienwohnungen