

01.07.2020

Sommer des Aufbruchs

Tourismus und Kultur blicken mit Hoffnung nach vorne

In diesem Jahr ist durch Corona vieles ausgefallen, zahllose Aktivitäten wurden ersatzlos gestrichen. Doch das Bedürfnis der Menschen nach Freizeit, Kultur und Urlaub ist geblieben, das zeigt eine allgemeine Aufwärtsbewegung bei Buchungen und Gästezahlen. Diese Entwicklung lässt viele Unternehmen in der Region hoffen, dass sich im Gegensatz zu den Ausfällen im Frühjahr der Sommer positiv entwickelt. Zugute kommt ihnen ein Trend: Urlaub in Deutschland steht bei den Gästen derzeit offenbar hoch im Kurs.

2020 haben sich für viele Menschen die Bewertungskriterien für Reiseziele geändert. Möglichst weit weg fliegen zu möglichst exotischen Orten, das steht für sie aktuell nicht im Vordergrund. Reisewarnungen, Quarantäne-Bestimmungen und die Sorge, auf ein unbekanntes Gesundheitssystem angewiesen zu sein, lassen Fernreisen in ihren Augen unsicher erscheinen. Urlaub in der Heimat bietet sich da als Alternative an. Und hier hat die Region Trier einiges zu bieten.

Eben deshalb rechnen Gastgeber wie Robert van der Kas, General Manager des Center Parc Eifel in Gunderath, mit einer positiven Entwicklung im Sommer. Die Buchungszahlen ziehen nach dem Lockdown inzwischen merklich an, berichtet van der Kas. Schwesterparks an Deutschlands Küsten im Norden seien bereits wieder voll ausgelastet. Aufbruchssignale wie die Wiedereröffnung der Schwimmbadlandschaft stimmen ihn gleichermaßen optimistisch für die Anlage in Gunderath. „Wir sind hier mit einem guten Konzept attraktiv aufgestellt“, ist der General Manager überzeugt. So biete der Park mit seinen räumlich getrennten Ferienbungalows ein Umfeld, das es einfach macht, Abstandsregeln einzuhalten. Außerdem habe man in Zusammenarbeit mit Fresenius Medical Care ein zertifiziertes Hygiene-Konzept für den Center Parc Eifel umgesetzt. Gesundheitsschutz spiele in den Überlegungen vieler Gäste derzeit eine zentrale Rolle. Weshalb es besonders wichtig sei, hier klare Akzente zu setzen. „Natürlich bedeutet das einen zusätzlichen Aufwand an Personal, das den Besuchern die Maßnahmen erklärt. Aber dieser Einsatz lohnt sich“, sagt van der Kas.

Unterhaltung ins Haus bestellen

Der Spaß soll aber trotz erhöhter Sicherheit nicht zu kurz kommen. Deshalb können viele der Unterhaltungs- und Animationsangebote des Parks mittlerweile von Urlaubern als Individualprogramm in ihre Bungalows bestellt werden. So lässt sich der Hygieneschutz nicht nur für Aktivitäten auf dem Außengelände gewährleisten, sondern auch für solche, die normalerweise mit größeren Gruppen in Innenräumen stattfinden würden. Dieser neue Service umfasst beispielsweise zahlreiche der bei Familien mit Kindern beliebten Freizeitmöglichkeiten. „Auf Wunsch kommt unser Maskottchen Orry zu Besuch. Zusätzlich kann man bei einer interaktiven Quiz-Night mitmachen, das Center Parcs TV ermöglicht unseren Gästen an Familien-Entertainment im Haus teilzunehmen“, nennt van der Kas einige exemplarische Angebote. Die Besucher des Center Parcs in Gunderath kamen bereits in den vergangenen Jahren zu rund 65 Prozent aus Deutschland, zweitgrößte Gruppe waren mit 20 Prozent die Niederländer. Aktuell zeichnet sich ab, dass der Anteil der deutschen Gäste 2020 höher liegt. Den Löwenanteil stellen voraussichtlich erneut Besucher

aus Nordrhein-Westfalen, aber auch die östlichen Bundesländer sind stark vertreten. „Wir haben sehr gute Chancen, dass sich dieser Gästeanteil weiter erhöht“, zeigt sich der General Manager mit Blick auf den Sommer hoffnungsvoll.

Deutsche entdecken die Heimat

Ähnlich sehen das auch die Betreiber der Landal GreenParks. „Bei den Neubuchungen sind derzeit die deutschen Parks stark nachgefragt“, berichtet Simone Clemens, Manager Public Relations DACH, Landal GreenParks GmbH. Das Unternehmen ist in Rheinland-Pfalz mit sechs Anlagen vertreten, vier davon liegen in der Region Trier und dort ist dieser Trend ebenfalls messbar. Clemens erklärt sich dies damit, dass das Ferienhaus-Konzept in Zeiten von Corona und Social Distancing eine attraktive Urlaubsform bietet. Die weitläufigen Anlagen lägen inmitten der Natur und böten reichlich Privatsphäre.

Vorreiter bei dieser Art des Urlaubs sind die Niederländer, dort gibt es eine lange Tradition, auch die Parks in Deutschland anzusteuern. Wegen Quarantänebestimmungen bei der Rückreise waren sie im Frühsommer dieses Jahres noch etwas zurückhaltend. Doch die Deutschen sind in die Lücke gesprungen und buchen besonders intensiv in ihrer Heimat. „Es bietet sich hier eine Gelegenheit, Urlaubsstandorte bekannt zu machen, die viele Deutsche in den Vorjahren nicht so sehr im Blick hatten“, meint Clemens. Bei Landal rechnet man damit, dass die Tendenz für Urlaub im eigenen Land anhält und dass zusätzlich mit Auslaufen der Quarantäneregeln auch die Besuche niederländischer Gäste wieder an Fahrt gewinnen. Insgesamt sieht man also genügend Gründe für Optimismus.

Tourismus im Land aktiv stärken

Trotz solch positiver Signale bleibt 2020 für die Tourismus- und Freizeitbranche ein herausforderndes Jahr. Da ist zum einen die Hypothek der entgangenen Übernachtungen durch Corona-Schließung von 18. März bis 17. Mai 2020. In den Regionen Eifel, Mosel, Hunsrück summiert sich, nach Rechnung der IHK Trier, der dadurch entstandene Wertschöpfungsverlust auf 150,7 Millionen Euro. Ermittelt wurde dieser Wert durch Übernachtungszahlen im Vorjahresvergleich und Wertschöpfungsstudien: Hinzu kommen die vielen Umsätze aus dem entgangenen Tagestourismus, die die Kammer mit annähernd 300 Millionen Euro beziffert. „Hierbei sind die Umsätze der Gastronomie, die durch die lokale Bevölkerung erzielt werden, noch gar nicht eingerechnet“, gibt IHK-Tourismusreferentin Hanna van de Braak zu Bedenken. Gleichmaßen waren Ferienparks, Campingbetriebe, Wohnmobilstellplätze, Fahrgastschiffe, Kulturveranstaltungen sowie Reiseveranstalter und -vermittler betroffen.

Relevant sind auch die Einflüsse auf vor- und nachgelagerte Wirtschaftsbereiche. Dem Einzelhandel fehlten die Umsätze durch Übernachtungs- sowie Tagestouristen. Viele weitere Akteure spürten die Auswirkungen, beispielsweise die Weingüter, der Kulturbereich, zahlreiche Dienstleister – alle vermeldeten enorme Umsatzrückgänge bis hin zu Liquiditätsschwierigkeiten. „Diese Auswirkungen im Tourismus, im HOGA-Gewerbe, führen uns gerade jetzt vor Augen, wie stark die Branche als Querschnittsbranche in andere Wirtschaftsbereiche ausstrahlt“, sagt van de Braak.

Die IHK Trier hat die Betriebe in dieser schwierigen Lage unterstützt. In jedem Fachbereich wurden Hotlines geschaltet und Beratungen angeboten. In Zusammenarbeit mit der Arbeitsgemeinschaft der IHKs in Rheinland-Pfalz wurden viele Webinare veranstaltet, damit die Zeit des Leerlaufs produktiv für Fortbildungen genutzt werden kann. Gegenüber der Politik hat sich die IHK auf allen Ebenen für die Unternehmen eingesetzt und für Finanzhilfen und Lockerungsstrategien stark gemacht. In Zusammenarbeit mit dem Ministerium für Wirtschaft, Verkehr, Landwirtschaft und Weinbau Rheinland-Pfalz wurden Hygienekonzepte für Gastronomie- und Beherbergungsbetriebe verfasst. Schritt für Schritt konnten so Verbesserungen erreicht werden.

Chance zur Positionierung der Region

Der Blick zurück ist ernüchternd. Die Verluste durch den Lockdown können in vielen Fällen nicht wieder aufgeholt werden, da die von der Branche angebotenen Dienstleistungen naturgemäß immateriell und zeitlich gebunden sind. Der Blick nach vorne fällt da schon positiver aus. Durch die weiterhin vielfältigen Beschränkungen im internationalen Reiseverkehr gewinnt der Binnentourismus an Attraktivität. Jetzt ist die Zeit, die eigenen Urlaubsregionen auf die neuen Nachfragestrukturen einzustellen und in der Außendarstellung ins rechte Licht zu rücken. So sieht es jedenfalls die Landesregierung, die deshalb mit der Kampagne „Rette deinen Sommer! – Deine Goldene Zeit in Rheinland-Pfalz“ deutschlandweit für die heimischen Tourismusangebote wirbt. Wirtschaftsminister Dr. Volker Wissing wies zum Start der Kampagne auf die Vorzüge des Landes hin: „Rheinland-Pfalz hat viel von dem, wonach sich die Menschen derzeit sehnen. Natur, weite Landschaften, kilometerlange Wander- und Radwege – sprich: Platz zum Durchatmen. Das ist ein echter Standortvorteil. Das wollen wir noch stärker kommunizieren und Urlaubssuchende auf die Vorzüge unseres Bundeslandes aufmerksam machen.“ In der Kampagne liege damit die Chance, neue Zielgruppen anzusprechen und sie auch langfristig als Urlaubsgäste zu gewinnen. „Wer jetzt zu uns kommt und merkt, wie schön es bei uns ist, der kommt mit Sicherheit wieder“, zeigt sich Wissing überzeugt. In die Werbeaktion hat das Land insgesamt 380 000 Euro investiert.

Wandern auf Premium-Routen

Die vom Wirtschaftsminister gepriesenen Vorzüge scheinen in der Tat für viele Urlauber und Ausflügler attraktiv zu sein. Fährt man zurzeit an Campingplätzen und Wohnmobilstellplätzen entlang der Mosel vorbei, sieht man Gäste so weit das Auge reicht. Auch Paul Armbruster, Inhaber des Hotels und Restaurants „2tHeimat“ in Morbach, berichtet von einem enormen Anstieg bei der Zahl der Besucher im Ort, insbesondere sind es Wanderer. Standen in vorherigen Jahren an den Wochenenden zumeist zwei, drei Autos auf dem Wandererparkplatz zur Ölmühlentour, so ist er jetzt regelmäßig vollgestellt, und etliche Besucher nutzen zusätzlich den Hotelparkplatz bei „2tHeimat“. Der Trend erfasst außerdem nicht nur Ausflügler. Zunehmend erhalten das Hotel neben den üblicherweise überwiegenden Buchungen für zwei bis drei Tage auch Anfragen von Gästen, die einen 14-tägigen Aufenthalt planen und dabei gezielt nach Wandermöglichkeiten fragen.

Was das angeht, ist die Lage in Morbach geradezu ideal. Direkt neben dem Ort verläuft der Saar-Hunsrücksteig, einer der drei großen Spitzen-Wanderrouen, die in der Region Trier liegen. Über 20 sogenannter Traumschleifen – Rundwege zwischen sechs und 20 Kilometern Länge, die vom Saar-Hunsrück-Steig abzweigen – sind in der Gegend als Premiumwanderwege ausgebaut. Ähnlich verhält es sich mit dem Moselsteig, der von Morbach nur rund 20 Kilometer entfernt ist. Auch hier bietet sich ein dichtes Netz an abzweigenden Rundwanderwegen, in diesem Fall „Seitensprünge“ genannt. Allein auf der Moselstrecke zwischen Schoden und Leiwen befinden sich acht solcher Routen mit Premium-Prädikat. Dritter im Bunde ist der Eifelsteig, der von Aachen nach Trier verläuft, ebenfalls als Premiumwanderweg ausgezeichnet ist und selbstredend etliche Nebenstrecken bietet. Neben diesen „Großen Drei“ gibt es eine derart hohe Zahl weiterer, schöner Strecken, dass es locker für dutzende Urlaube reicht. Jüngstes Beispiel sind die Ortswanderwege von Manderscheid, Daun, Ulmen und Bad Bertrich. Für diese hat die GesundLand Vulkaneifel GmbH ein Marketingkonzept inklusive neuem Logo entwickelt und vermarktet sie jetzt unter dem Namen „Heimatspuren“. Gemeint ist damit eine ganze Reihe von Ortswanderwegen, die sich alle als Rundkurs an einem Tag erkunden lassen. Gerade hierfür ist aus Sicht von GesundLand jüngst die Nachfrage bei Touristen wie Einheimischen gestiegen.

Wer neben dem reinen Bewegungserlebnis noch etwas über die ihn umgebende Natur lernen möchte, ist im Nationalpark Hunsrück-Hochwald gut aufgehoben. Denn Stück für Stück laufen mit Sommerbeginn wieder die geführten Ranger-Touren an, die während des Corona-Lockdowns vollständig gestrichen waren. Termine sind auf der Homepage www.nationalpark-hunsrueck-hochwald.de zu erfahren. Mit der neuen App des Nationalparks lassen sich außerdem seit Mai auch auf eigene Faust Natur-Entdeckungstouren

durchführen. Hier springt dann der „Augmented Ranger“ als digitaler Begleiter ein. Infos zur App sind unter www.nlphh.de/app zu finden.

Begeisterte Gäste wecken Hoffnung

Nicht nur zu Fuß zieht es Urlauber und Freizeitsuchende in die Natur, auch das Fahrrad ist beliebt. „Auch bei uns beobachten wir eine steigende Zahl von Gästen, die mit E-Bikes auf Tour gehen“, erzählt Armbruster. Die Begeisterung der Gäste für Aktivitäten im Freien, kombiniert mit dem Trend zu längeren Aufenthalten, stimmt den Hotelier für den Sommer zuversichtlich. Auch im Restaurant sei die Auslastung ordentlich. Die neuen Hygienevorschriften führten nur sehr selten zu Beschwerden von Kundenseite. Die meisten Rückmeldungen seien vielmehr Ausdruck der Freude darüber, endlich wieder auswärts essen gehen zu können. Natürlich sei derzeit im Hotel- und Gastronomiegewerbe bedingt durch Corona vieles mit einem erhöhten Arbeits- und Kostenaufwand verbunden. Aber die positive Grundhaltung der Gäste eröffne für die nächsten Monate gute Perspektiven.

Mosel Musikfestival auf neuen Wegen

Neben schöner Landschaft und leckeren Genüssen wie Weinen des Anbaugebiets Mosels lockt die Region Trier mit einem breiten kulturellen Angebot. Zumindest war dies alljährlich vor der Pandemie der Fall, 2020 hat der Corona-Lockdown schon etliche Konzerte, Bühnenaufführungen, Ausstellungen und Feste torpediert. Doch auch in dieser Hinsicht verspricht der Sommer Linderung. „Wir waren uns im Team einig: Die Leute haben gerade eine große Sehnsucht, etwas zu erleben“, erzählt Tobias Scharfenberger, Geschäftsführender Intendant des „Mosel Musikfestivals“. Deshalb habe er nach der mit schwerem Herzen erfolgten Absage des ursprünglich geplanten Programms beschlossen, dass das „Mosel Musikfestival 2020“ nichtdestotrotz stattfinden soll. Damit wird eine der großen Kulturreihen auch diesen Sommer in der Region begleiten – wenngleich es einiges spontaner und experimenteller wird.

Anstelle eines über Monate im Voraus festgezurrt Programms gibt es diesmal eher kurzfristig organisierte Formate. Viele der regulären Ansätze greifen aufgrund der Corona-Einschränkungen nicht mehr. „Was wir vermeiden wollen, sind große Säle, die nur mit einer Handvoll Zuschauern besetzt sind. Das ist weder für die Musiker noch für das Publikum ein schönes Erlebnis“, meint Scharfenberger. Stattdessen ist man neue Wege gegangen. Ein Hilfsmittel ist digitale Technik. Sie kommt bereits bei einigen Konzerten in Weingütern zum Einsatz. Die Auftritte der Künstler werden exklusiv für das Festival in einem Studio produziert. Das Publikum sitzt nicht dabei, sondern kauft mit seinem Ticket den Zugang zum Videokanal – der dazu passende Winzer-Wein wird vorab im Paket zugeschickt. So kommen fast alle Elemente der regulären Veranstaltung zuhause in der eigenen Wohnung zusammen.

Was hier allerdings fehlt, ist das Konzerterlebnis in der Gemeinschaft mit anderen. Und das ist für den Intendanten ein zentraler Bestandteil des „Mosel Musikfestival“. Deshalb werden weitere Ideen genutzt. „Wir versuchen, möglichst viele Veranstaltungen ins Freie zu verlegen, da lassen sich die Hygieneregeln einfacher mit einbauen. Zu diesem Zweck haben wir auch eine mobile Bühne organisiert“, erläutert Scharfenberger. Von Seiten der Musiker würden die experimentellen Ansätze weitgehend begrüßt: „Den meisten ist es wichtig, dass sie endlich wieder Gelegenheit haben, vor Publikum aufzutreten.“ Selbstverständlich müssten dabei aber Lösungen gefunden werden, die auch finanziell allen Beteiligten ein Auskommen ermöglichen. Gratis-Kultur ist für Scharfenberger keine akzeptable Antwort auf Corona. Die aktuellen Entwicklungen würden künftig sicher Auswirkungen auf die Gestaltung von Verträgen bei Festivals haben.

Spontan Spannendes entdecken

Durch den Wegfall der üblichen langwierigen Planungsphase ist nicht abzusehen, welche Konzerte genau bis in den Herbst hinein stattfinden werden. Kulturinteressierte müssen sich also kurzfristiger informieren, was in nächster Zeit angeboten wird. Wichtigstes Vehikel wird dazu die Webseite des Festivals sein:

www.moselmusikfestival.de. „Wir werden dort mit einer neuen Optik arbeiten. Eine bunte Tapete wird sich über das normale Seitendesign legen und darauf werden die aktuellen Informationen präsentiert“, kündigt der Intendant an. Parallel sind regelmäßige Ankündigen über die Presse und weitere Kanäle geplant. Wer also immer wieder einmal einen Blick auf die aktuellen Ankündigungen wirft, hat stets die Chance, etwas Spannendes zu entdecken, das vor einigen Wochen vielleicht noch gar nicht abzusehen war. Zusätzlich bietet sich über die Homepage die Gelegenheit, das „Mosel Musikfestival 2020“ zu fördern, indem beispielsweise im Vorfeld gekaufte Tickets für nun ausgefallene Termine gespendet werden können. „Ich bin sehr dankbar, dass von dieser Möglichkeit schon viele Gebrauch gemacht haben“, freut sich Scharfenberger. Das Festival erhalte zwar auch staatliche Fördergelder, aber zur Deckung der Kosten sei man auf Einnahmen angewiesen, die in diesem Jahr zwangsläufig deutlich geringer als geplant ausfallen dürften. Dank flexibler Lösungen und dem Willen zum Weitermachen ist aber gesichert, dass es um das große Kulturereignis „Mosel Musikfestival“ auch in diesem Jahr nicht still wird. Und damit gibt es einen weiteren Pluspunkt dafür, dass der Sommer in der Region für Urlauber und Einheimische zu einem positiven Erlebnis wird.

ANSPRECHPARTNER

Ausbildung

HANNA VAN DE BRAAK

Tel.: 0651 9777-360

Fax: 0651 9777-305

vandebraak@trier.ihk.de