

Handlungsfeld Tourismus



Tourismus

4 Themenblöcke

Tourismus als
Wirtschaftsfaktor

Touristische
Angebote /
Ganzjahrestourismus

Touristische
Mobilität

Vermarktung und
Zusammenarbeit



Tourismus als Wirtschaftsfaktor

Leitbilder

Der Tourismus im BR ist langfristig ein **wichtiger Wirtschaftsfaktor**, sichert Arbeitsplätze und bietet Zukunftschancen.

Ziele

- **Wiederbelebung** von touristischen Leerständen
- **Attraktivierung** der Tourismusdestination für Fachkräfte aus dem Gastgewerbe
- Stärkung der **Ausbildungsangebote** im Gastgewerbe



Tourismus als Wirtschaftsfaktor

Ergebnisse der Diskussion

Ziel: Wiederbelebung von touristischen Leerständen

- Wanderhütten berücksichtigen, besonders am Rennsteig
- Um leerstehende Objekte kümmern, z.B. Schöne Aussicht in Schmiedefeld, Hotel zur Hütte (mit 500 Jahre Schankrecht) im Schleusegrund

Ziel: Stärkung der Ausbildungsangebote

- Mobilität für Auszubildende verbessern (Minderjährige erreichen Ausbildungsstätten schwer)

Unterstützung von touristischem Gewerbe

- Vorbeugen: Generationswechsel fördern/ unterstützen → v.a. Problem bei Gaststätten (Privatbesitz)
- Problem: Gastronomie kurz vor Generationswechsel schließt durch Corona vorzeitig → Ziel: Motivation Beherbergungsstätten weiter zu betreiben (trotz Generationswechsel)
- IHK weist auf vorhandene Programme hin
- Haupt- und Nebengewerbe betrachten, wie bekommt man beides zusammen?
- Kleine Ferienwohnungen werden weniger (Vergleich zu 2002) → neue Hotels in Städten entstanden
- Während Corona-Sommer 2020: kleine Ferienwohnungen gut ausgelastet, größere Beherbergungsstätten schlechter → Neuausrichtung
- Finanzielle Probleme durch Corona Krise → wie kann das abgefangen werden?
- Unterstützung von Start-Ups durch Know-How, Vernetzung und Förderung
- Unterstützung bei Digitalisierung

Projektideen:

- Touristische Leerstandsanalyse inkl. Bewertung → anschließende fokussierte Aktivierung
- Anreize für junge Nachfolger schaffen, z.B. durch finanzielle Förderung



Touristische Angebote / Ganzjahrestourismus

Leitbilder

- Das Biosphärenreservat ist eine **klimaresiliente Region** mit sanftem Tourismus.
- Der Tourismus im Biosphärenreservat zeichnet sich durch attraktive saisonale, naturbetonte **Outdoor-Angebote** aus, die durch **Ganzjahresangebote** ergänzt werden, die witterungsunabhängig genutzt werden können.
- Die **Besonderheiten** des Biosphärenreservats Thüringer Wald sind **für den Gast** vielerorts **erlebbar**.

Ziele

- Entwicklung einer **Strategie für den Wintertourismus** im BR im Hinblick auf die Anpassung an den Klimawandel
- **Qualifizierung, Aufwertung und nachhaltige Sicherung** der touristischen Infrastruktur und der naturbetonten Outdoor-Angebote im BR
- **Qualitative Aufwertung** vorhandener und Entwicklung neuer Ganzjahresangebote
- Sicherung und Stärkung der zertifizierten **Erholungs- und Kurorte**
- Produkt- und Angebotsentwicklung besonderer Naturerlebnisangebote



Touristische Angebote / Ganzjahrestourismus

Ergebnisse der Diskussion

Ziele: Hinweis – Bezug zur Landestourismuskonzeption 2025 und Tourismuskonzeption Thüringer Wald 2025 herausstellen

Ziel: Strategie für den Wintertourismus

- Wintertourismus wichtig im BR, aber wetterunabhängige Alternativen schaffen → Entwicklungsziel gemäß Verordnung BR: langfristige Sicherstellung
- eher ein „Kein-Schnee-Programm“ entwickeln als nur Beschneigung denken
- Förderung von Winterwandern

Ziel: Qualifizierung, Aufwertung und Sicherung touristische Infrastruktur und naturbetonter outdoor-Angebote

- Qualitätsoffensive Beherbergung, Gastronomie, Camping erforderlich - Zertifizierungen
- Konzentration auf TOP A und TOP B Wege gemäß Landeswanderwegkonzeption, auch Potenzialwege (P-Wege), Reduzierung des weiteren örtlichen Wegenetzes, Verbesserung Qualität und Abstimmung über Gemeindegrenzen hinweg, einheitliche Beschilderung
- Ankunftsorte für Touristen schaffen – „Tore zum BR“ (Tierpark Suhl, Badehaus Masserberg, ...) in Kombination mit dezentralen Infopunkten BR



Touristische Angebote / Ganzjahrestourismus

Ergebnisse der Diskussion

Ziel: Qualitative Aufwertung vorhandener und Entwicklung neuer Ganzjahresangebote

- Familien- und barrierefreie Angebote schaffen
- Für Sommer ein „Regentropfen-Programm“ entwickeln
- Angebote Bahnfahren und Wandern
- Einbindung von Kulturangeboten

Ziel: Sicherung und Stärkung der zertifizierten Erholungs- und Kurort

- Prädikat „Kur- und Erholungsort“ muss als Mehrwert empfunden werden → Erhalt fördern,
- Innenmarketing dazu
- Profilierung der Orte stärken: Wofür steht der Ort thematisch oder wegen seiner Besonderheiten? (z.B. Masserberg → Waldbaden, Großbreitenbach → Olitäten)
- Wie können Orte in die Tour. Entwicklung eingebunden werden, die nicht Erholungsort sind, kein Personal dafür haben?

Ziel: Produkt- und Angebotsentwicklung besonderer Naturerlebnisangebote

- Markenbeirat Naturregion Biosphäre beim Regionalverbund erstellt Qualitätskriterien für Angebote
- Natur-Besonderheiten des UNESCO-BR rausstellen

Projektideen:

- BR-Rundweg (Nutzung bereits bestätigter Wanderwege, Einbindung Partner-Betriebe, Anbindung ÖPNV und Entwicklung zum TOP A Weg
- Naturerlebnis-Highlight schaffen für das BR, vergleichbar mit Baumkronenpfad im Hainich



Attraktive Naturerlebnisangebote

Anregungen aus Bürgerforum 1 vom 16.01.2021

Touristische Erschließung, Pfade versus Wege:

- Urwaldpfade enttäuschen v.a. im Vergleich zu Angeboten in anderen Regionen > verlaufen im BR TW auf bestehenden Forstwegen anstatt auf tatsächlichen Pfaden > Pfade wesentlich spannender als Forstwege
- Kritik gibt es v.a. von Personen aus der Region – Touristen bewerten Urwaldpfade besser
- Beispiel für ein attraktives Angebot aus der Saar-Hunsrück-Region („Traumschleifen“): <https://www.saar-hunsrueck-steig.de/flippingbook/Publications/Traumschleifen%208.%20Auflage/HTML/files/assets/common/downloads/publication.pdf>
- Sichtachsen für neue Aussichtspunkte finden
- Rundwanderwege mit konkreten Angaben zur Wegstrecke, Zeitdauer und mit eindeutiger Ausschilderung fehlen (v. a. für Zielgruppen, die ohne Wanderkarte und ohne Smartphone unterwegs sind)
- Vision: Gäste kommen für 14 Tage in die Region und erleben jeden Tag eine andere Landschaft
- Es fehlen Pakete mit Leistungsträgern für verschiedene Zielgruppen
- Idee: lokaler Reiseplaner für das BR mit Angeboten für 5-10 Tage und mit den Highlights, die man gesehen haben muss; für viele Zielgruppen (Familien, Genusswanderer, Neugierige, sportlich Aktive etc.)
- für Mountainbiker sind vorhandene Wege optimal



Attraktive Naturerlebnisangebote

Anregungen aus Bürgerforum 1 vom 16.01.2021

- Vernetzung und Tourismus soll über das BR hinaus besser gelingen, z.B. Lückenschluss Rennsteigbahn, Radweg Schleusingen

Naturerlebnisangebote

- Gästen Mehrwert bieten (Nachtwanderung etc.)
- Baumpflanzaktionen (in Kooperation mit Thüringen Forst) o.ä. anbieten > Sensibilisierung der Menschen und Vernetzung in der Region notwendig
- Ranger- und Naturführerangebote sind gut, werden aber nicht sehr häufig wahrgenommen > müssen stärker beworben werden, v.a. für auswärtige Gäste > Gastgeber und Tourist-Infos darauf aufmerksam machen, Info-Material ausgeben
- Angebote für Kinder wichtig, denn sie sind unsere Zukunft
 - durch Angebote entsteht Bezug zur Umwelt (Was ist der Borkenkäfer? Wie baut man Kartoffeln an?)
 - besondere Erlebnis- und Mitmachangebote für Kinder gibt es, aber sie sind ebenfalls noch zu wenig bekannt
 - Idee: eine Region zum Anfassen & Mitmachen (Schnitzkurse etc.)
- Angebote zum Thema „Heilwald“ (Wechselbeziehung Mensch–Wald) werden angeboten und nachgefragt
- Kooperation mit lokalen Gastwirten ausbauen
- Insgesamt sollten die Besonderheiten des Biosphärenreservates stärker herausgestellt werden, da sich Mittelgebirgsregionen in Deutschland sehr ähneln



Touristische Mobilität

Leitbilder

Naturerlebnisangebote in Verbindung mit **klimafreundlicher Mobilität** (mit Bus und Bahn) sind ein Markenzeichen der Region.

Ziele

Klimafreundliche Weiterentwicklung der touristischen Mobilität (Erweiterung und Optimierung der Gästekarte Rennsteig-Ticket in Kombination mit der Thüringer Wald Card)



Touristische Mobilität

Ergebnisse der Diskussion

Ziel: Weiterentwicklung der touristischen Mobilität

- Tourismus mit Bus und Bahn soll Markenzeichen werden → Lückenschluss Themar – Bahnhof-Rennsteig notwendig
- Wiedererkennungswert steigern, durch gemeinsame Gestaltung z.B. der Bushaltestellen und Bahnhöfe
- Rennsteigticket: Beherberger in Nicht-zertifizierte Orte sollen mit eingeschlossen werden, Lückenschluss
- Problem: Kleine Orte (z.B. Frauenwald) schlechter angebunden

Projektideen:

- Corporate Design der Haltestellen im BR



Vermarktung und Zusammenarbeit

Leitbilder

- Die **touristischen Leistungsträger** im UNESCO-Biosphärenreservat Thüringer Wald legen Wert auf **nachhaltige und zukunftsfähige Angebote**.
- **Stärkung der Marke** „UNESCO-Biosphärenreservat Thüringer Wald“

Ziele

- **Touristische Vermarktung** des Biosphärenreservats über leistungsfähige touristische Organisationsformen
- **Stärkere Vernetzung** der Kommunen, touristischen Leistungsträger und Akteure und Identifikation mit dem BR
- **Ausbau der Partner-Initiative** im Bereich Hotellerie und Gastronomie



Vermarktung und Zusammenarbeit

Ergebnisse der Diskussion

Ziel: touristische Vermarktung

- Schaffung einer leistungsfähigen touristischen Organisationsform für das BR erforderlich = Zielstellung der Tourismuskonzeption Thüringer Wald 2025, (BR ist die einzige Teilregion im Thüringer Wald ohne Tourismusorganisation als Bindeglied zwischen den Orten und dem Regionalverbunde), aktuell ein großes Defizit, es geht nicht um eine Doppelstruktur sondern um eine fehlende Struktur
- Außenmarketing in Abstimmung mit dem Regionalverbund Thüringer Wald

Ziel: stärkere Vernetzung und Identifikation mit dem BR

- Seit langem Bemühungen eine langfristige touristische Struktur über das Tourismusbudget hinaus zu bilden
- Aufgaben der tour. Organisationsstruktur für das BR:
 - Innenmarketing
 - Vernetzung innerhalb des BR (Abstimmung gemeinsamer Maßnahmen, Projekte, Umsetzung)
 - Entwicklung, Koordinierung, Bündelung der Angebote
- Finanzierung: prüfen
- Marke „Biosphärenreservat“ stärker für die Werbung nutzen - möglich für Orte, Leistungsträger, Akteure in Websites und prints

Ziel: Ausweitung der Partner-Initiative

- Erweiterung Partner-Netzwerk im Bereich Hotellerie und Gastronomie
- Partner-Netzwerk mit regionalen Produzenten aufbauen und auch mit Tourismus verknüpfen

