

Neuwied setzt auf mehr Touristen

Infoveranstaltung im Bildungszentrum: Die Weichen sind gestellt - Tagestourismus steht im Mittelpunkt



Vanessa Staschewski, Rolf Staschewski, Jürgen Gründwald, Beatrice Lerch, Dr. Achim Schloemer und OB Nikolaus Roth beim Studium der Tourismusstrategie 2015.

Fotos: FF

Neuwied. Neuwied bringt sich in Form für den Tourismus. Auskunft gab kürzlich eine Infoveranstaltung im Bildungszentrum. Zu Gast waren die Vertreter der touristischen Anbieter und alle, die ein Interesse am Fremdenverkehr haben. Immerhin gibt es noch viel zu tun. Wie es geht, erklärten Tourismusreferentin Beatrice Lerch (Ministerium für Wirtschaft, Verkehr, Landwirtschaft und Weinbau), DEHOGA Präsident Gereon Haumann und der Geschäftsführer der RP Tourismus GmbH, Dr. Achim Schloemer. Eins steht fest: Neuwied alleine erreicht am Markt eine zu geringe Wahrnehmung. Der Schlüssel zum Erfolg liegt in der rheinland-pfälzischen „Tourismusstrategie 2015“. Als erfolgreiches Beispiel aus der Praxis stellte Jürgen Gründwald sein zertifiziertes „Hotel zur Post“ aus Waldbreitbach vor.

Rheinland-Pfalz möchte ein größeres Stück vom Inlandtourismus. Der bringt Wohlstand und Jobs. Im Jahr 2007 sorgten 7,7 Mio. Übernachtungsgäste und 190 Mio. Tagestouristen einen Umsatz von 6,2 Mrd. Euro. 190.000 Arbeitsplätze werden dadurch gesichert. Um diese Zahlen zu steigern, müssen alle an einem Strang ziehen. Neuwied sprach Gereon Haumann großes Potential zu. Mit einem Plus von 70 Prozent im Gegensatz zu landesweit 7 Prozent im Zeitraum von 2003 bis 2008 habe hier eine besonders dynamische Entwicklung stattgefunden. Oberbürgermeister Nikolaus Roth hielt in seiner Begrüßungsansprache Rückblick. „Noch vor 20 Jahren nahm Neuwied überhaupt nicht am Tourismus teil“. Seit der Eröffnung der Villa Musica in den 90er Jahren und des Rheinsteigs 2005 habe

aber eine ansehnliche Entwicklung stattgefunden. Durch die Eröffnung der Touristik-Info auf dem Luisenplatz, im Herzen der Innenstadt, gab es einen zusätzlichen Schub.

Rolf Staschewski wurde konkret. Verirrten sich früher jährlich zehn Auswärtige ins Tourismusbüro im Rathaus, sind es mittlerweile mindestens so viele pro Tag. Nicht nur das. Auch die Anfragen nach Ausflugsmöglichkeiten und Übernachtungen hätten sich vervielfacht. Der Leiter des verantwortlichen Amtes für Stadtmarketing untermauerte die Dynamik mit Zahlen: Die Übernachtungen stiegen von 2003 bis 2008 von rund 17.000 auf 35.259. Die Bettenkapazität habe sich gleichfalls deutlich erhöht.

Weiter geht es in 2010. In Engers eröffnet die Residenz Schloss Engers und in der Innenstadt das deutschlandweit einzige Food-Hotel. Beide gehören zur gehobenen Kategorie. Das Angebot an Ferienwohnungen vervierfachte sich von Anfang 2000 auf heute 24. Der Tourismus ist aber kein Selbstläufer. „Die Gäste sind kritisch geworden und der Anspruch steigt“, weiß Gereon Haumann. Der DEHOGA Präsident mahnte eine Qualitätsorientierung aller Beteiligten an. Dem Gast müssten attraktive Angebote unterbreitet und Pakete geschnürt werden. Kirchturmdenken sei fehl am Platz. „Wir müssen in der Region alle eng zusammen stehen“, appellierte Jürgen Gründwald. Sein Hotel profitiert stark vom Rheinsteig. Im Wanderhotel verbringen die Gäste einen Aktivurlaub. „Wer vom Ausflugsprogramm enttäuscht ist, kommt nicht wieder. Weder zu mir noch zu den Kollegen“, warnt Jürgen Gründwald. Sei-

ne Freizeitangebote umfassen daher die gesamte Region. Qualität manifestiert sich auch an anderer Stelle. Rolf Staschewski berichtete vom geplanten Wegeleitsystem in der City, Ausschilderungen und großflächigen Infotafeln. In Neuwied liege die Herausforderung darin, die über die Stadtteile verteilten Sehenswürdigkeiten zu verknüpfen. Nikolaus Roth gestand ein, dass es mangels historischer Altstadt und intakter Römerhinterlassenschaften nicht einfach wird, Anschluss zu halten. Aber immerhin, der Zoo Neuwied alleine lockt in guten Jahren bis zu 250.000 Besucher an. Tagestouristen, so erfuhren die Neuwieder von Beatrice Lerch, geben am Tag rund 28 Euro aus. Allerdings variieren die Ausgaben von 17 Euro im Westerwald bis 34 Euro an der Mosel. Die Hälfte diene Einkäufen. 8 Euro gehen in die Gastronomie. Rolf Staschewski taxiert die Tagestouristen in Neuwied auf 700.000. Die „Tourismusstrategie 2015“ besteht aus vier für das gesamte Land als chancenreich eingestuften Themen



Vanessa Staschewski soll Ansprechpartner für die touristischen Leistungsträger sein.

und fußt auf der Kultur: Wandern, Radwandern, Wein- und Kulturlandschaft und Gesundheit. Rolf Staschewski ist mit der Themenauswahl zufrieden. Immerhin könne sich die Stadt über den längsten Abschnitt des Rheinsteigs glücklich schätzen und jetzt auch über die Deichwelle und einen Wasserpark. „Das ist wie ein Sechser im Lotto“, so Neuwieds oberster Tourismusstrategie. Welchen Stellenwert die Stadt Neuwied dem Tourismus beimisst, kommt in Person von Vanessa Staschewski zum Ausdruck. Sie managt das Projekt und berichtete aus der Praxis. 9.000 Kunden zählte die Tourist-Info seit Eröffnung im April 2009. 11.000 Kontakte inklusive E-mail und Telefon waren es insgesamt. Die Öffnungszeiten wurden auf das Wochenende und Feiertage ausgeweitet. Die Mitarbeiter werden extern geschult. Viele Neuwieder, die das Karten-Vorverkaufsangebot in Anspruch nahmen, seien überrascht vom Auftritt ihrer Stadt. „Wir verstehen uns ebenfalls als Ansprechpartner für unsere touristischen Leistungsträger“, sagte Vanessa Staschewski. Drei große Ziele formuliert sie für 2010: Produktentwicklung, Qualitätsstandards etablieren und die touristischen Kooperationen stärken.

- FF -