Regionales Tourismuskonzept 2025
Saarpfalz-Kreis & Biosphärenreservat Bliesgau

Fortschreibung

© www.saarpfalz-touristik.de

BTE Tourismus- und Regionalberatung

www.bte-tourismus.de

Regionales Tourismuskonzept 2025
Saarpfalz-Kreis & Biosphärenreservat Bliesgau

Fortschreibung

an die

Saarpfalz-Touristik

Paradeplatz 4
D-66440 Blieskastel

Tel. + 49 (0) 6841- 104 -7174

touristik@saarpfalz-kreis.de

B T E Tourismus- und Regionalberatung

Mombacher Straße 68
D-55122 Mainz

Tel. +49 (0)6131 - 63 67 -553
Fax +49 (0)511 - 70 13 2 - 99

mainz@bte-tourismus.de

www.bte-tourismus.de

Mainz, August 2021

Inhalt

Vorwort **1**
1 Einleitung & Methodik **2**
2 Trends & aktuelle Entwicklungen im Deutschlandtourismus **3**
3 Touristische Ausgangslage im Saarpfalz-Kreis **9**
4 Strategischer Rahmen der Tourismuskonzeption **10**
4.1 Vision und Ziele 10
4.2 Positionierung 11
4.3 Handlungsschwerpunkte 15
5 Handlungsprogramm für den Saarpfalz-Kreis **17**
5.1 Einführung in den Maßnahmenkatalog 17
5.2 Übergeordnete Maßnahmen: Legitimation & Umsetzungsmanagement 18
5.3 Master-Projekte 20
5.4 Maßnahmen nach Handlungsfeldern 20
5.4.1 Steigerung des Tourismusbewusstseins 21
5.4.2 Inwertsetzung kultureller Leuchtturmstandorte 25
5.4.3 Ausbau der naturtouristischen Infrastruktur 28
5.4.4 Qualitätssicherung und -ausbau im Aktivtourismus 31

Abbildungen

Abb. 1 Methodik der Erarbeitung 2
Abb. 2 Megatrends des 21. Jahrhunderts laut Zukunftsinstitut 4
Abb. 3 Stärken, Schwächen, Chancen & Risiken im Saarpfalz-Kreis 9
Abb. 4 Ziele für den Tourismus im Saarpfalz-Kreis 2025 10
Abb. 5 Themen- und Zielgruppenausrichtung für den Saarland-Tourismus 11
Abb. 6 Zielgruppen-Fokus im Saarland 12
Abb. 7 Handlungsfelder für den Saarland-Tourismus und Auswahl für den Saarpfalz-Kreis 16
Abb. 8 Vier relevante Handlungsfelder & Querschnittsthemen im Saarpfalz-Kreis 17
Abb. 9 Übersicht der Master-Projekte 20

Abkürzungsverzeichnis

ADFC	Allgemeiner Deutscher Fahrrad-Club
BNE	Bildung für nachhaltige Entwicklung
BZV	Biosphärenzweckverband Bliesgau
DB	Deutsche Bahn
dwif	Deutsches Wirtschaftswissenschaftliches Institut für Fremdenverkehr
FUR	Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen
HoGa	Hotellerie und Gastronomie
HTW	Hochschule für Technik und Wirtschaft des Saarlandes
LAG	Lokale Aktionsgruppe (LAG) Biosphärenreservat Bliesgau e.V.
LEADER	Liaison entre les actions de développement de l'économie rurale (dt.: Verbindungen zwischen Maßnahmen zur Entwicklung der ländlichen Wirtschaft)
LfS	Landesbetrieb für Straßenbau
MICE	Meetings, Incentives, Conventions und Events
MTB	Mountainbike
MUV	Ministerium für Umwelt und Verbraucherschutz
MWAEV	Ministerium für Wirtschaft, Arbeit, Energie und Verkehr
ÖPNV	Öffentlicher Personennahverkehr
POI	Point of Interest
SPK	Saarpfalz-Kreis
SPT	Saarpfalz-Touristik
TZS	Tourismus Zentrale Saarland
UNWTO	United Nations World Tourism Organization
USP	Unique Selling Point

Vorwort

Sehr geehrte Damen und Herren, liebe Leserinnen und Leser,

das neue Regionale Tourismuskonzept 2025 für den Saarpfalz-Kreis und das Biosphärenreservat Bliesgau eröffnet die Chance, unsere Region weiter touristisch zu stärken und benennt hierfür die aktuellen Rahmenbedingungen, Zukunftsszenarien und konkreten Maßnahmen. Im Mittelpunkt steht ein umfangreiches Handlungsprogramm mit zahlreichen Einzelmaßnahmen, die einen nachhaltigen Tourismus in der Region sichern sollen. Zudem soll die regionale Wirtschaftskraft gestärkt und qualitativ hochwertige Angebote vermarktet werden und die Bewohnerinnen und Bewohner mit dem Freizeitangebot in Zukunft zufrieden sein.

Um den Tourismus im Saarpfalz-Kreis zukunftsfähig aufzustellen, müssen die aktuellen Entwicklungen und Trends im Tourismus berücksichtigt werden. Zwei Themen, die aktuell und auch in Zukunft den Tourismus deutschlandweit wie regional beeinflussen, sind die Auswirkungen der Covid-19-Pandemie und der Klimawandel. Aufgrund der Lockdowns hat die Covid-19-Pandemie zu gravierenden Einbußen im Tourismus geführt. Zwar waren vermehrt regional Einheimische auf Rad- und Wanderwegen unterwegs, aufgrund geschlossener Betriebe blieb die Wertschöpfung jedoch weitestgehend aus. Die Branche wird noch eine lange Erholungsphase benötigen. Der Klimawandel wird uns ebenfalls vor große Herausforderungen stellen, die zu einem Umdenken im Tourismus führen müssen. Die vorliegende Tourismuskonzeption soll eine positive Trendwende unterstützen.

Seit dem Jahr 2011 bildeten das Regionale Tourismuskonzept 2020 sowie die Tourismuskonzeption Saarland 2025 die Grundlage für die Tourismusarbeit im Saarpfalz-Kreis und dem Biosphärenreservat Bliesgau. Die Fortschreibung des Regionalen Tourismuskonzeptes wurde mit touristischen Akteuren im Mai und Juni 2021 in den Workshops „Zukunftsschmiede“ und „Maßnahmenschiede“, Corona bedingt zum Teil digital, erarbeitet.

Für das Regionale Tourismuskonzept 2025 wurden touristische Themen definiert, mit denen der Saarpfalz-Kreis und das Biosphärenreservat Bliesgau ihr touristisches Profil nachhaltig schärfen und sich von Wettbewerbern abgrenzen können. Als Ergebnis wurden 57 Projekte und Maßnahmen mit touristischem Zukunftspotential erarbeitet. Das Konzept gibt allen touristischen Akteuren Orientierung für ein zielgerichtetes, koordiniertes Handeln. Es definiert zu erwartende Trends, Handlungsschwerpunkte, Zielgruppen und konkrete Projekte mit entsprechenden Zuständigkeiten, Prioritäten und Zeithorizont. Und es bildet die entscheidende Grundlage für das strategische Miteinander aller Akteure in der Region: Denn nur im Dialog, in Kooperation und in partnerschaftlicher Zusammenarbeit wird eine nachhaltige positive Entwicklung des Tourismus in der Region erreicht.

Dr. Theophil Gallo
Landrat des Saarpfalz-Kreises und
Verbandsvorsteher der Saarpfalz-Touristik und
des Biosphärenzweckverbandes Bliesgau

1 Einleitung & Methodik

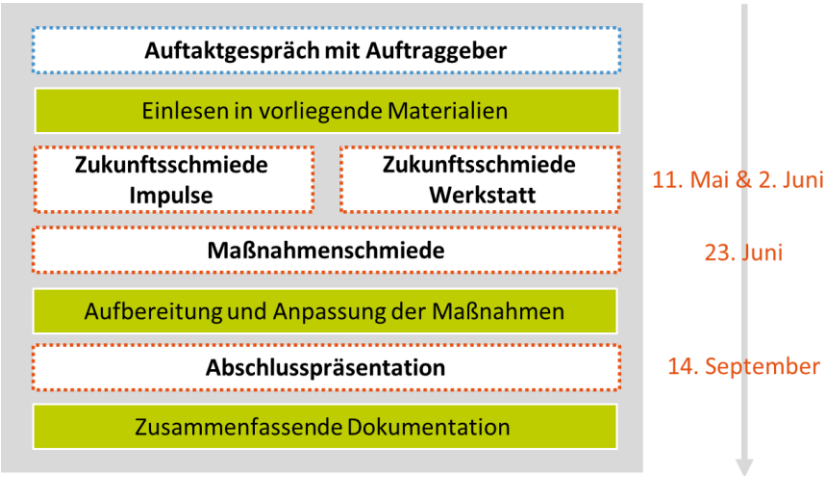
Das vorliegende Tourismuskonzept 2025 dient als strategische Handlungsgrundlage für die touristische Entwicklung des Saarpfalz-Kreises und der Biosphäre Bliesgau bis 2025. Vorrangiges Ziel ist es, konkrete Maßnahmen zu benennen, die dazu beitragen, die positive touristische Entwicklung fortzusetzen und den Tourismus im Landkreis und der Biosphäre weiter voranzubringen. Dabei gilt es sowohl aktuelle Trends und Entwicklungen im Deutschlandtourismus (siehe Kapitel 2) als auch die Ausgangssituation im Saarpfalz-Kreis (siehe Kapitel 3) zu berücksichtigen.

Wesentliche Grundlage des Regionalen Tourismuskonzeptes 2025 ist die Tourismuskonzeption 2025 des Saarlandes, die die strategische Marschrichtung des Landes festschreibt. Konkret heißt das: Die Vision, Ziele, Zielgruppen, Themen etc. des Landes wurden bei der Konzepterstellung zugrunde gelegt, für den Saarpfalz-Kreis geprüft und schließlich – wenn sinnvoll – übernommen (siehe Kapitel 4). „Herzstück“ des Regionalen Tourismuskonzeptes ist das Handlungsprogramm (siehe Kapitel 5): In vier ausgewählten Handlungsfeldern der Tourismuskonzeption 2025 des Saarlandes sind hier die Saarpfalz-Kreis-spezifischen Maßnahmen zusammengefasst, die allen Akteuren als Richtschnur für die Entwicklung in den kommenden 4 Jahren dienen. Damit „füllt“ das Tourismuskonzept des Saarpfalz-Kreises und der Biosphäre den strategischen Rahmen der Tourismuskonzeption des Landes „mit Leben“ und bereitet bereits den nächsten Entwicklungsschritt vor: Ab 2025 soll es ein saarlandweites Tourismuskonzept geben.

Die Erarbeitung des Tourismuskonzeptes erfolgte workshop-basiert, d. h. sie wurde von und mit den relevanten touristischen Akteuren des Landkreises in einer zweigeteilten digitalen Zukunftsschmiede sowie einer Maßnahmenwerkstatt erarbeitet. Die Workshopergebnisse wurden gutachterlich bewertet und in Rückkopplung mit der Saarpfalz-Touristik in einen finalen Maßnahmenplan überführt.

Abbildung 1 zeigt den Projektablauf der Erarbeitung:

Abb. 1 Methodik der Erarbeitung



© BTE 2021

2 Trends & aktuelle Entwicklungen im Deutschlandtourismus

Um den Tourismus im Saarpfalz-Kreis zukunftsfähig aufzustellen, müssen aktuelle Entwicklungen und Trends im Deutschlandtourismus berücksichtigt werden. Dies geht selbstverständlich nicht, ohne die Auswirkungen der Covid-19-Pandemie zu berücksichtigen, die den Tourismus weltweit erschüttert.

Auswirkungen der Covid-19-Pandamie

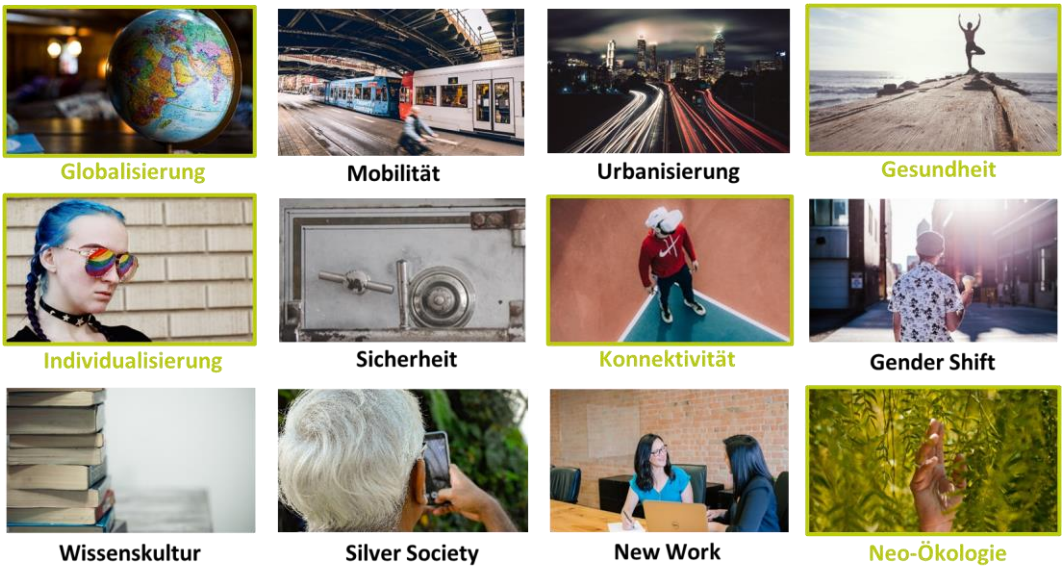
Die Schließungen während des Lockdowns von Mitte März bis Mitte Mai 2020 und erneut von Oktober 2020 bis Mai 2021 haben den Tourismus weitgehend lahmgelegt. Im Zeitraum Januar bis Dezember 2020 sind die Übernachtungen in Deutschland um 39 % ggü. dem „Normaljahr“ 2019 zurückgegangen (Saarland: -37 %). Dies bedeutet rund 69 Mrd. Euro Verlust in den Destinationen zwischen März und Dezember 2020. Auch die zeitweise Normalisierung im Sommer konnten die Ausfälle der Schlussperioden nicht kompensieren. Zwar zog es Einheimische vermehrt auf Rad- und Wanderwege, aufgrund geschlossener Betriebe blieb die Wertschöpfung jedoch weitestgehend aus. Und auch in den ersten vier Monaten 2021 fehlen den Betrieben bundesweit bis zu 20 % der Nachfrage. Wenngleich die Regionen ganz unterschiedlich durch die Krise kamen, ist Fakt: Echte „Krisen-Gewinner“ gibt es im Deutschland-Tourismus nicht, nur weniger stark betroffene Destinationen.

Welche Auswirkungen die Covid-19-Pandemie langfristig auf Nachfrage und Angebot in den Destinationen hat, ist noch immer nicht seriös abzuschätzen und Prognosen weichen zum Teil stark voneinander ab. So ist es denkbar, aber nicht sicher, dass die Nachfrage nach nachhaltigen und naturnahen Urlaubsformen sowie Rad- und Wanderangeboten dauerhaft hoch bleibt. Abzuwarten bleibt, ob Urlaub im eigenen Land auch nach der Rückkehr zur Normalität derartige Zuwächse verzeichnen kann oder ob im Sinne einer „jetzt erst recht“-Mentalität fernere Reiseziele wieder zulegen. Bei der Angebotsstruktur zeichnen sich bereits erste Veränderungen ab, so dass von einem Rückgang der Beherbergungskapazitäten und Angebote durch Geschäftsaufgaben und Insolvenzen auszugehen ist (bislang v. a. Gastronomie und Eventanbieter). Der Re-Start im Juni 2021 hat bereits deutlich gemacht, dass sich der Fachkräftemangel in Hotellerie und Gastronomie weiter verschärft hat. Mittel- und langfristige Folgen für die Qualität der touristischen Angebote oder den touristischen Arbeitsmarkt sind demnach schon jetzt absehbar. Nicht zuletzt ist davon auszugehen, dass es in vielen Kommunen zu einer Überprüfung der freiwilligen Aufgabe Tourismus kommen wird, da Umsatzausfälle und Verschuldung den Druck auf kommunale Haushalte vergrößert haben. Sicher ist: Die Branche wird eine lange Erholungsphase benötigen.

Dennoch kann und darf die Tourismusstrategie 2025 bereits be- und erkannte Megatrends nicht außer Acht lassen. Drastische Einschnitte – wie die Covid-19-Pandamie – wirken wie in Katalysator bereits bestehender Entwicklungen und beschleunigen diese. Der künftige Erfolg der Destinationen hängt davon ab, ob es gelingt, Antworten auf die

bekannten Zukunftstrends zu finden. Nachfolgend werden ausgewählte Megatrends des Zukunftsinstituts betrachtet und für den Tourismus im Saarpfalz-Kreis eingeordnet.[1]

Abb. 2 Megatrends des 21. Jahrhunderts laut Zukunftsinstitut



© Zukunftswerks: Zukunftsinstitut 2021; Bilder: unsplash; Markierung durch BTE 2021.

Die ausgewählten Megatrends (in Abbildung 2 mit grüner Markierung gekennzeichnet), die eine besonders große Rolle für den Saarpfalz-Kreis spielen, werden im Folgenden jeweils kurz erläutert. Es ist jeweils dargestellt, welche Bedeutung der Megatrend für die Entwicklung des Tourismus im Saarpfalz-Kreis hat.

Megatrend Globalisierung

Die zunehmende Globalisierung verändert das Reiseverhalten – nicht nur der Deutschen. Weltweit hat der internationale Tourismus seit 1950 eine fulminante Entwicklung erlebt: von 25 Millionen Reisen in 1950, über 669 Mio. Reisen in 2000 bis hin zu prognostizierten 1,8 Milliarden Reisen in 2030 bleibt der „Reiseboom“ ungebrochen[2]. Im Jahr 2018 sind die Deutschen so viel gereist, wie noch nie: 55,0 Mio. Urlaubsreisen (ab 5 Tagen Dauer) und 35,4 Mio. Kurzreisen (2-4 Tage Dauer) konnten verzeichnet werden[3].

Ein stetiges Wachstum weisen auch die Übernachtungszahlen im Saarland auf: Während die Übernachtungen von Gästen mit Wohnsitz im Inland um 40% auf 2,7 Mio. in 2018 gestiegen sind, lag die Zuwachsrate der Übernachtungen ausländlicher Gäste sogar bei

[1] Eine Erläuterung der Megatrends erfolgte in einem Impulsvortrag von BTE im Rahmen der Zukunfts-Schmiede am 11.05.2021. Die vollständige Präsentation ist dem Abschlussbericht als Anlage beigefügt.

[2] World Tourism Organization 2017: Entwicklung des internationalen Tourismus.

[3] Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen 2019: Reiseanalyse 2019.

127% (2018: 481.433 Übernachtungen)[4]. Die größten ausländischen Quellmärkte des Saarlandes sind Niederländer, Belgier, Schweizer, Franzosen und Luxemburger[5].

Auch wenn die Corona-Pandemie den „Reiseboom" deutlich gebremst hat (1,1 Mrd. weniger internationale Ankünfte weltweit als prognostiziert in 2020)[6], wird von einer kurz- bis mittelfristigen Erholung des internationalen Tourismus in den nächsten Jahren ausgegangen. Laut Experteneinschätzungen wird der internationale Tourismus 2023 (51% der befragten Experten) bzw. 2024 oder später (35%) das Niveau von 2019 erreicht haben.

Was bedeutet das für den Saarpfalz-Kreis?

- Es ist davon auszugehen, dass sich Reisen aus dem benachbarten Ausland (= Hauptquellmärkte im Saarland) rasch stabilisieren und an Beliebtheit gewinnen.
- Langfristig führt die steigende Anzahl ausländischer Gäste auch zu mehr ausländischen Gästen im Saarland und im Saarpfalz-Kreis.
- ABER: Auf ein „automatisches" Wachstum der Übernachtungen und Ankünfte – weder von ausländischen noch von deutschen Gästen – dürfen Sie sich nicht verlassen!
- Gäste aus anderen Ländern haben andere Gewohnheiten, Sitten und Bräuche. Das gilt es zu wissen und zu bedenken.
- Ansprüche der Gäste und Fremdsprachen müssen in Angebot und Service, aber auch im Marketing berücksichtigt werden.

Megatrend Gesundheit

Der Gesundheitstourismus in Deutschland hat in den vergangenen Jahren eine dynamische Entwicklung vollzogen. Dabei darf der Megatrend nicht rein auf den klassischen Gesundheitstourismus in Kurorten und Kliniken beschränkt werden: Gäste suchen im Urlaub immer mehr nach „aktiver Erholung", „dem Ursprünglichen" und Gesundheitsangeboten mit präventivem Charakter. Daher lassen sich unter diesen Megatrend auch die Marktsegmente Natur- und Aktivtourismus zusammenfassen. Ein wesentlicher Treiber dieses Megatrends ist ein Wertewandel in der Gesellschaft. Gerade die Werte Gesundheit, Familie, Erfolg und Freiheit spielen für Deutsche eine große Rolle[7]. Und auch bei der Betrachtung der Urlaubsmotive der Deutschen fällt auf, dass „Abstand zum Alltag", „Entspannung", „Frische Kraft sammeln", „frei sein, Zeit haben", „sich verwöhnen lassen" oder auch einfach „Natur erleben" die wesentlichen Treiber der Nachfrage sind[8]. Dies ist u.a. darauf zurückzuführen, dass sich viele Menschen in einer immer schnelleren, komplexe-

[4] Statistisches Amt Saarland 2019: Amtliche Statistik.

[5] vgl. Tourismus Zentrale Saarland 2018: Tourismus im Saarland – Zahlen, Fakten, Trends.

[6] vgl. Prognose: World Tourism Organization 2017: Entwicklung des internationalen Tourismus; Anpassung: UNWTO 2021: Time of Recovery 2021.

[7] vgl. TNS Infratest/Trendbüro 2020: Werte-Index 2020.

[8] vgl. FUR 2017: Reiseanalyse 2017.

ren und digitaleren Welt zurückbesinnen auf „alte“ Werte wie Entschleunigung, Spiritualität, Tradition, Entspannung, Natur und Landschaft[9]. Auch die Corona-Pandemie trägt zu diesem Trend dabei. Im Vergleich zur Zeit vor Corona ist das Urlaubsinteresse u.a. für Rad- und Wanderurlaub sowie für Urlaub auf dem Land und auf dem Bauernhof gestiegen[10].

Was bedeutet das für den Saarpfalz-Kreis?

- Gesundheit spielt nicht mehr nur bei Krankheit eine Rolle, sondern schon zuvor. Stichwort Prävention.
- Viele Menschen wollen dem „höher, schneller, weiter“ entfliehen – und tun das bewusst im Urlaub. Intrinsische Motive kommen in den Fokus, „Sinnsuche“ wird zum Thema.
- Besonders kurz- und mittelfristig steigt das Interesse an naturnahen Reisen sowie aktiver Erholung (v.a. Radfahren und Wandern).
- „Slow Tourism“ heißt nicht Nichts tun, sondern viel mehr Dinge bewusst tun, genießen, sich in der Natur aufhalten …. Gerade der Saarpfalz-Kreis kann hier mit der Biosphäre Bliesgau mit viel intakter Natur punkten.

Megatrend Individualisierung

Menschen suchen im Urlaub immer mehr nach dem besonderen und individuellen Erlebnis. Ein Indiz hierfür, ist die stetig steigende Zahl der AirBnB-Unterkünfte in Deutschland (+515% von 26.000 Unterkünfte in 2014 auf 160.000 Unterkünfte in 2019). Damit ist der Megatrend Individualisierung nicht nur ein wesentlicher Treiber in der Produktentwicklung, sondern bringt auch eine Notwendigkeit bei der Entwicklung von Infrastrukturen mit sich: Stand früher das reine Vorhandensein einer Infrastruktur, z.B. eines Wander- oder Radweges, im Fokus, geht es heute vermehrt um eine Inszenierung, d. h. eine Bespielung dieser Infrastrukturen. Nur so ist es möglich, dass sich z.B. Wege von der Konkurrenz abheben und für sich als Erlebnis stehen.

Was bedeutet das für den Saarpfalz-Kreis?

- Auf Reisen möchten Menschen in immer kürzerer Zeit möglichst viel Neues erfahren und wahrnehmen. Gerade nach Corona gibt es einen „Erlebnisstau“.
- Erlebnisse stehen im Mittelpunkt: Gäste wollen „neue“ Angebote, Produkte und Events mit Erlebnischarakter. Vorhandene Infrastrukturen können durch Inszenierungen weiter aufgewertet werden.
- Gäste suchen nach authentischen Erlebnissen. Auch Aspekte wie „Heimat“, Traditionen und regionale Kultur sowie der Kontakt mit der lokalen Bevölkerung gewinnen an Bedeutung. Geben Sie „Insidertipps“!

[9] vgl. Leder 2006: Return Modell.

[10] vgl. diverse Studien nach dwif 2021

- Regionale Produkte werten Erlebnisse auf, weil sie unverwechselbar sind und es möglich machen, die Biosphäre Bliesgau zu schmecken, zu riechen, anzufassen, …
- Pauschalen behalten als „Appetitmacher“ ihre Berechtigung. Die individuelle und unkomplizierte Online-Buchbarkeit von Einzelleistungen wird zunehmend wichtiger.

Megatrend Konnektivität

Alles wird digitaler! Der Megatrend Konnektivität bzw. Digitalisierung ändert unser Kommunikations- und Mediennutzungsverhalten. Sich im Internet über eine Urlaubsreise zu informieren, ist mittlerweile Standard. Dabei spielt auch das mobile Internet am Smartphone und Tablet eine große Rolle: Von den Nutzern wird es sowohl zur Information (49%) als auch zur Buchung (22%) von Leistungen vor der Reise genutzt. Während der Reise nutzen die meisten Gäste es hauptsächlich zur Information (36%) über das Wetter, Routenplanung und Informationen und Reiseziele. Aber auch Buchungen von Tickets für den ÖPNV oder Tickets für Veranstaltungen und Sehenswürdigkeiten (siehe Megatrend Individualisierung) stehen im Fokus. Darüber hinaus buchen mittlerweile mehr Menschen ihre Urlaubsreise online (49%) als im persönlichen Gespräch (31%). Gleichzeitig schafft das Internet aber auch bei internen Prozessen viele neue Möglichkeiten bei der Dateneingabe, -sicherung und -ausgabe. Das ist Chance und Herausforderung zugleich.

Was bedeutet das für den Saarpfalz-Kreis?

- Der Megatrend Konnektivität ändert unser Kommunikations- und Mediennutzungsverhalten – und verschafft viele neue Möglichkeiten. Das heißt Chance und Herausforderung zugleich.
- Die Kommunikation mit dem Gast wird direkter, schneller und persönlicher.
- Sicher ist: Neue digitale Kanäle und Technologien werden die alten analogen nach und nach verdrängen – aber nicht vollständig ablösen.
- Die Digitalisierung erfordert ständige Anpassung – sowohl gegenüber dem Gast, vor allem aber auch bei internen Prozessen. Das wurde durch Corona maßgeblich beschleunigt.

Megatrend Neo-Ökologie

Klimaschutz und Nachhaltigkeit sind im Jahr 2019 – nicht nur losgetreten durch die Friday for Future-Bewegung – in aller Munde. Die genauen Auswirkungen dieses politischen Exkurses sind derzeit noch nicht absehbar, die These lautet aber: Nachhaltigkeit wird vom Alleinstellungsmerkmal mehr und mehr zur Pflichtaufgabe. Zwar ist derzeit noch eine Lücke zwischen dem reinen Wunsch nach mehr Nachhaltigkeit im Urlaub und dem tatsächlichen Verhalten zu erkennen[11], der aktuelle Diskurs könnte jedoch – gerade bei jüngeren

[11] vgl. FUR 2019: ReiseAnalyse 2019. Erläuterung: Während 57% der Deutschen der Aussage „Mein Urlaub soll möglichst sozial verträglich, ressourcenschonend und/oder umweltfreundlich sein.“ zustimmen, hat nur bei 4% der Reisenden Nachhaltigkeit den Ausschlag bei der Entscheidung zwischen sonst gleichwertigen Angeboten gegeben.

Reisenden – ein tatsächliches Umdenken anregen und Urlaub in Deutschland sowie allgemein im Nahbereich, bei dem weitere Aspekte der Nachhaltigkeit berücksichtigt werden, zunehmend beliebter machen. Branchenexperten gehen davon aus, dass auch nach Corona das Bewusstsein von Nachhaltigkeit zunehmen wird, jedoch weiterhin eine Lücke zwischen Bewusstsein und tatsächlich nachhaltigem Reiseverhalten bestehen bleibt.[12]

Was bedeutet das für den Saarpfalz-Kreis?

- Belange der Nachhaltigkeit werden für Gäste zunehmend wichtiger. Dazu gehören regional konsumieren, Kultur respektieren, Energie sparen, Erbe schützen, …
- Das Saarland als Reiseland und auch der Saarpfalz-Kreis ist mit der Biosphäre Bliesgau bereits (sehr) gut im Bereich Nachhaltigkeit aufgestellt. Darauf dürfen Sie sich aber nicht ausruhen, denn die Konkurrenz wird vermutlich größer.
- Es braucht wirtschaftlich tragfähige, nachhaltige Angebote.
- Wichtiger Aspekt bleibt die Mobilität vor Ort: Wie kommen Gäste im Saarpfalz-Kreis von A nach B? Auch (wieder) ohne Auto.

[12] vgl. Kompetenzzentrum Tourismus des Bundes 2021: Online-Panel 1/2021. Erläuterung: Während 65% der Branchenexperten davon ausgehen, dass das Bewusstsein für Nachhaltigkeit nach der Pandemie zunehmen wird, gehen nur 38% davon aus, dass auch das tatsächliche nachhaltige Reiseverhalten zunehmen wird.

3 Touristische Ausgangslage im Saarpfalz-Kreis

Grundlage für die Entwicklung eines Handlungsprogramms ist eine Auseinandersetzung mit der Ausgangssituation. Die wesentlichen Stärken und Schwächen im Saarpfalz-Kreis sowie relevante Chancen und Risiken der Zukunft wurden dabei von den touristischen Akteuren zusammengetragen.[13]

Nachfolgende Abbildung fasst diese zusammen.

Abb. 3 Stärken, Schwächen, Chancen & Risiken im Saarpfalz-Kreis

Stärken

- Profilierung als nachhaltiges Reiseziel
- Biosphärenreservat als Ankerpunkt für Natur- und Aktivtourismus und USP der Region
- Städte und Gemeinden mit vielfältigem kleinerem kulturellen Angebot (u.a. Römer, Kelten, Barock); Europäischer Kulturpark, Römermuseum und Bergbaumuseum Bexbach als kulturelle POI
- kulinarische Angebote & regionale Produkte mit hoher Qualität
- gutes ÖPNV-Angebot
- regionale und überregionale Wander- und Radwege (Umsetzung Wanderwegekonzept)
- vielfältiges Übernachtungsangebot mit Fokus auf Ferienwohnungen

Schwächen

- fehlendes Tourismusbewusstsein bei Bevölkerung, Akteuren und in der Politik
- POIs und Veranstaltungen bieten keinen (überregionalen) Reiseanlass/fehlende Leuchttürme
- teilweise Kapazitätsengpässe und „weiße Flecken" in der Beherbergung
- mangelnde Professionalisierung und Profilierung der HoGa-Betriebe
- niedriger Bekanntheitsgrad der Region sowie einzelner Angebote insgesamt
- unstetige Kooperation zwischen deutschen und französischen Kommunen (unterschiedliche Strukturen, Sprachbarrieren)

Chancen

- Sehnsucht der Menschen nach „echtem, authentischem, nachhaltigem" Erlebnis & Bewegung an der frischen Luft (Aktivtourismus)
- steigende Bedeutung der Naherholung = steigendes Bewusstsein in Bevölkerung
- Errichtung Biosphärenhaus mit dezentralen Infostellen für Gästeinformation & Umweltbildung
- Lage als Grenzregion
- gute Anbindung, kurze Wege und gutes ÖPNV-Angebot → Ausbau der nachhaltigen Mobilität
- Qualitätsregion Wanderbares Deutschland trägt zur Imagebildung bei
- Fördermittel (Ministerien, LEADER, …)

Risiken

- unsichere Tourismusfinanzierung in den Kommunen (ggf. Kürzungen im Bereich der freiwilligen Aufgaben) & unzureichende Ressourcenausstattung der Saarpfalz-Touristik
- steigender Wettbewerb der Destinationen
- gestiegene Ansprüche der Gäste in Qualität, Service etc.
- politische Hürden bei Genehmigungen o.ä.
- Nutzungskonflikte in der Biosphäre: Naturschutz vs. Tourismus
- Leerstände in Ortskernen und fehlen von regionaltypischen Ortsbildern
- gastronomische Verödung im ländlichen Raum (Fachkräftemangel, Nachfolgeproblematik, …)

© BTE 2021 basierend auf Workshop-Ergebnissen

[13] Die SWOT-Analyse basiert auf einer Online-Umfrage sowie den Ergebnissen der Zukunftsschmiede vom 02.06.2021. Die Nennungen wurden durch BTE sortiert und ergänzt. Die Reihenfolge stellt keine Gewichtung dar.

4 Strategischer Rahmen der Tourismuskonzeption

Die strategische Grundlage für den Tourismus im Saarpfalz-Kreis bildet die Tourismuskonzeption Saarland 2025. Nachfolgend werden die wichtigsten Grundpfeiler der Strategie mit den regionalisierten Erkenntnissen für den Saarpfalz-Kreis zusammengefasst:[14]

4.1 Vision und Ziele

Vision und Prämissen der Entwicklung

Die Leitidee der Tourismusentwicklung im Saarland lautet

„Wir schaffen Werte mit Wachstum und Qualität“.

Der Fokus der Entwicklung liegt auf kontinuierlichen, **nachhaltig wirksamen Impulsen** statt auf Wachstum um jeden Preis. Die Sicherung der **Qualität** sowie eine langfristige Erhöhung der **Standort- und Lebensqualität** werden als Basis für das weitere Tourismuswachstum gesehen. Gleichzeitig soll die **Tourismusmarke** Saarland ausgebaut und eine **gezielte Ansiedlung neuer Infrastrukturen** in bestehenden und neuen Geschäftsfeldern forciert werden.

Ziele der Entwicklung bis 2025

Der Saarland-Tourismus fokussiert sich auf vier wesentliche Ziele. Übertragen auf den Tourismus im Saarpfalz-Kreis ergeben sich folgende Ziele, die mit messbaren Kenngrößen untersetzt wurden.

Abb. 4 Ziele für den Tourismus im Saarpfalz-Kreis 2025

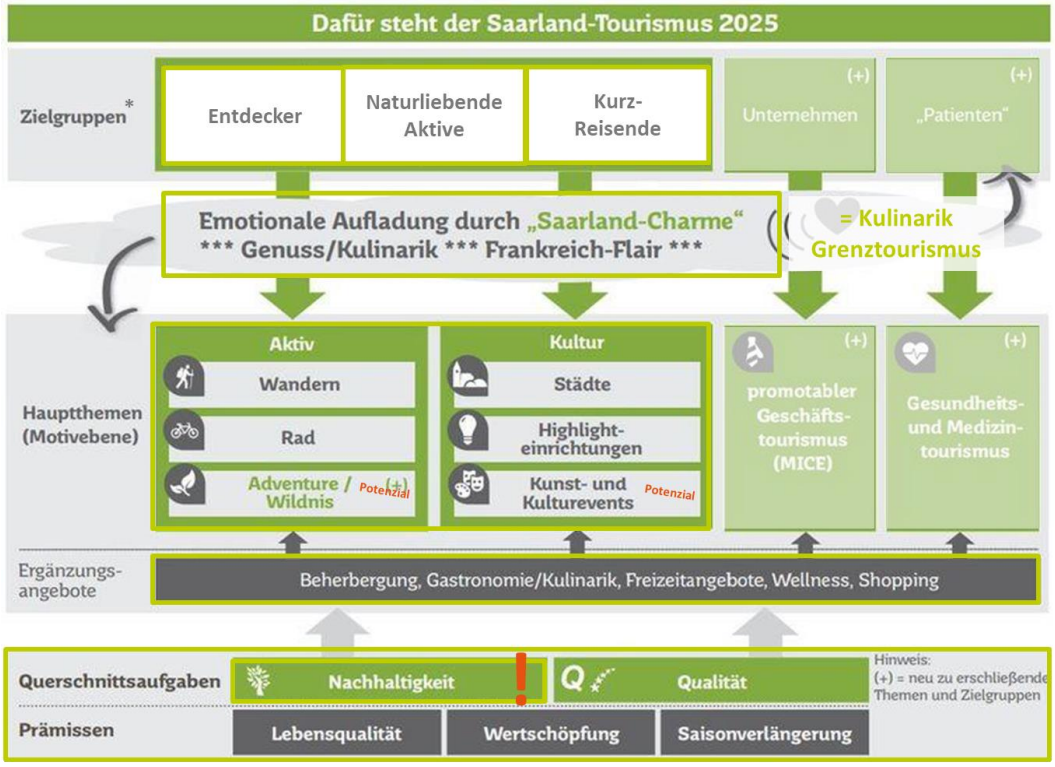
© BTE 2021 auf Basis der Tourismuskonzeption Saarland 2025; Erarbeitung in Zusammenarbeit mit der SPT.

[14] Die gesamte Tourismuskonzeption Saarland 2025 steht unter www.urlaub.saarland/Tourismuskonzeption-2025 zum Download bereit.

4.2 Positionierung

Auch die künftige Ausrichtung des Saarpfalz-Kreises orientiert sich an der Tourismuskonzeption Saarland 2025. Sie schreibt die erfolgversprechenden Zielgruppen, Hauptthemen sowie Querschnittsaufgaben und Entwicklungsprämissen fest und gibt damit eine Richtschnur für die Positionierung des Saarpfalz-Kreises vor. Ein Abgleich mit den Positionierungsthemen und Leitlinien des Regionalen Tourismuskonzeptes aus dem Jahr 2011 zeigt, dass es große Überschneidungen mit der in der Tourismuskonzeption Saarland 2025 festgeschriebenen künftigen Ausrichtung gibt. Für den Saarpfalz-Kreis sind jedoch nicht alle Themen gleichermaßen relevant: Während der promotable Geschäftstourismus sowie Gesundheits- und Medizintourismus im Saarpfalz-Kreis eine sehr untergeordnete Rolle spielen, ist die Bedeutung der Querschnittsaufgabe Nachhaltigkeit im Saarpfalz-Kreis und der Biosphäre eher als Kernaufgabe zu verstehen. Die Zielgruppen- und Themenausrichtung sowie die Querschnittsaufgaben und Prämissen werden nachfolgend orientiert an den Aussagen für den Saarland Tourismus näher erläutert.

Abb. 5 Themen- und Zielgruppenausrichtung für den Saarland-Tourismus



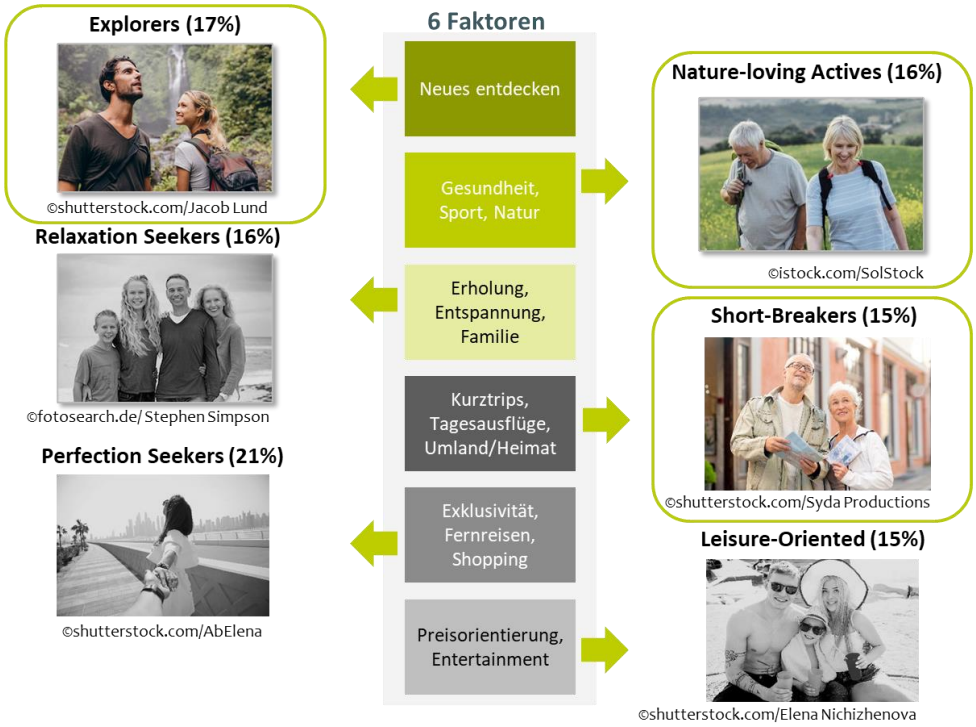
© Tourismuskonzeption Saarland 2025 (dwif 2015), Markierungen durch BTE 2021; *Zielgruppen aktualisiert seit Erstellung der Tourismuskonzeption, daher hier Nennung neuer Zielgruppen.

Zielgruppen

Die in der Tourismuskonzeption Saarland 2025 definierten Zielgruppen (siehe oben), wurden im Jahr 2018 im Rahmen der grenzübergreifenden Studie „Tourismusmarketing für die Großregion" aktualisiert und vertieft. Anhand von Sinus Milieus erfolgte orientiert an

sechs Faktoren eine Definition der relevanten Zielgruppen sowie die Herausarbeitung ihres Informations- und Reiseverhaltens. Insgesamt wurden sechs Zielgruppen identifiziert, von denen drei von besonderer Bedeutung für den Tourismus im Saarland und damit dem Saarpfalz-Kreis sind.

Abb. 6 Zielgruppen-Fokus im Saarland



© SINUS-Institut 2020; Veränderung der Farben durch BTE. Keynote: „Die touristischen Zielgruppen der Großregion“ Sinus-Meta-Milieus® f+ Ihr Tourismusmarketing.

Auf die drei relevanten Zielgruppen wird im Folgenden kurz eingegangen:

- **Entdecker (Explorers)** sind auf der Suche nach neuen Eindrücken, fremden Ländern und Kulturen, dabei lassen sie sich auch von Sprachbarrieren nicht aufhalten. Ziel ist ein Urlaub, der authentisches Erleben der regionalen Besonderheiten bietet und sich dadurch vom Mainstream abhebt. Abstand nehmen sie von reinem Erholungsurlaub und gleichbleibenden Reisezielen. Explorers informieren und organisieren sich fast ausschließlich online und reisen meistens alleine oder mit Freunden.

  → Um diese Zielgruppe im Saarpfalz-Kreis anzusprechen bedarf es guter Angebote und Produkte im Aktivtourismus, vorrangig im Bereich Adventure/Wildnis. Darüber hinaus gilt es die Online-Kommunikation zu optimieren (z. B. durch die Auswahl der Kanäle, aber auch Wording, Bildsprache etc.).

- **Naturliebende Aktive (Nature-loving Actives)** wollen im Urlaub Zeit in der Natur verbringen, (gewohnten) Sport ausüben und dabei etwas für ihre Gesundheit tun. Reiseziele sollten z. B. große Waldgebiete oder Berge zu bieten haben. Auch im Winter wird

Wert auf Bewegung gelegt. Sie verbringen ihren Urlaub gerne in der näheren Umgebung und bevorzugen es, wenn sie die Landessprache verstehen können. Reisen werden häufig analog geplant und vorbereitet.

→ Die Naturliebhabenden Aktiven sind die Kernzielgruppe des Saarpfalz-Kreises. Um sie anzusprechen bedarf es einer gut ausgebauten Infrastruktur sowie Angebote und Produkte im Aktiv- und Naturtourismus; auch in der Nebensaison. Auch für Camping- oder eher Adventure-orientierte Angebote ist diese Zielgruppe offen.

- **Kurz-Reisende (Short-Breakers)** unternehmen lieber kurze Reisen, wie z. B. Tages- oder Kurzreisen, diese werden als kurze Flucht aus dem Alltag wahrgenommen. (Aktiv-)Ausflüge in die Natur sind dabei ebenso beliebt wie Shopping-Trips oder Stadtbesichtigungen. Ihre Reisen gehen gerne auch in die nähere Umgebung.

  → Kurz-Reisende haben vielfältige Reisemotive und lassen sich im Saarpfalz-Kreis besonders durch die kurzen Wege und die Verbindung von Natur & Stadt ansprechen. Neben Aktiv- und Naturangeboten rücken daher auch Kulturangebote in den Fokus, um diese Zielgruppe zu erreichen.

Haupt- & Ergänzungsthemen

Die bisherigen touristischen Themen des Saarpfalz-Kreises fügen sich in den strategischen Rahmen der Tourismuskonzeption Saarland 2025 ein, wenngleich nicht alle gleichermaßen eine Rolle spielen.[15] Grundsätzlich ist festzuhalten, dass die **Biosphäre** – sowohl für den Aktiv-, als auch für den Kulturtourismus – eine bedeutende Rolle spielt und **Alleinstellungsmerkmal** des Saarpfalz-Kreises ist.

Die Hauptthemen lassen sich folgendermaßen zusammenfassen:

- **Aktivtourismus** findet im Saarpfalz-Kreis aufgrund der räumlichen Gegebenheiten größtenteils in der **Biosphäre** statt, weshalb es Überschneidungen mit dem **Naturtourismus** gibt. Mit der Umsetzung der Wanderwegekonzeption sowie den Bestrebungen Qualitätsregion Wanderbares Deutschland zu werden, ist der **Wander**tourismus bereits gut ausgebaut bzw. im Fokus der derzeitigen Entwicklung. Mit einem ausgebauten Radwegenetz sowie überregionalen Routen spielt auch der **Rad**tourismus im Kreis eine bedeutende Rolle. Ausbaupotential gibt es bei **Adventure**- und **Wildnis**angeboten, wobei hier die Biosphäre eine Chance bietet. Zwar gibt es Saarpfalz-Kreis ergänzende Aktivitäten wie Kanufahren, Reiten, Klettern etc., die jedoch eher eine nachgelagerte Rolle spielen.
- **Kulturtourismus** findet in Saarpfalz-Kreis gleichermaßen in den Städten als auch in Kultureinrichtungen statt. Eine echte kulturelle Highlight-Einrichtung gibt es im

[15] Der Geschäftstourismus im Saarpfalz-Kreis fokussiert stark auf Tagungen und Seminare im ortsgebundenen Geschäftsreisetourismus (SAP, Karlsberg, BOSCH) und spielt für einzelne Beherbergungsbetriebe (v. a. in Homburg und St. Ingbert) eine bedeutende Rolle. Da diese Form des Geschäftstourismus stark von den Firmen abhängt und weniger im Einflussbereich von Tourismusorganisationen liegt, wird er im vorliegenden Regionalen Tourismuskonzept nicht vertieft berücksichtigt. **Promotabler Geschäftstourismus**, der sich als Thema in der Tourismuskonzeption Saarland 2025 findet, spielt hingegen im Saarpfalz-Kreis keine Rolle, da es keine Veranstaltungszentren oder Special Event Locations gibt. Ebenso keine vertiefende Betrachtung findet der **Gesundheits- und Medizintourismus**.

Saarpfalz-Kreis nicht, wenngleich attraktive Kulturangebote wie der Europäische Kulturpark Bliesbruck-Reinheim in Gersheim, das Römermuseum Schwarzenacker, der Schlossberg mit den Schlossberghöhlen in Homburg, der Rischbachstollen und die Alte Schmelz in St. Ingbert sowie das Bergbaumuseum in Bexbach vorhanden sind.

Kunst- und Kulturevents, die einen Reiseanlass bieten, gibt es derzeit nur punktuell. Beispielhaft zu nennen sind die Sommerakademie in Blieskastel, die Meisterkonzerte in Homburg, das Bundesfilmfestival junger Film in St. Ingbert sowie das Kleinkunstfestival „St. Ingberter Pfanne“. Die Potenziale für weitere Kulturangebote gilt es zu nutzen.

Ergänzend gibt es weitere, **querschnittsorientierte Themen** im Saarpfalz-Kreis die kurz erläutert werden:

- **Nachhaltigkeit**, in der Tourismuskonzeption Saarland 2025 als Querschnittsaufgabe definiert, ist im Saarland-Tourismus bereits fest verankert: Als erstes Bundesland Deutschlands ist das Saarland als nachhaltiges Reiseziel von TourCert zertifiziert. Der Saarpfalz-Kreis nimmt dabei im Saarland, aber auch bundesweit, eine Vorreiterrolle ein, da sich die Region – nicht zuletzt durch die Biosphäre – bereits früh den Weg der Profilierung als Nachhaltige Destination angetreten ist. Nachhaltigkeit ist im Saarpfalz-Kreis daher als ein **zentrales Element der Entwicklung** zu sehen, dass sich – in Kombination mit dem Bereich Umweltbildung – durch alle Themen- und Angebotsbereiche zieht. Das vorhandene Profil gilt es durch **passende Angebote und Produkte** weiter zu schärfen.
- **Qualität**sbestrebungen ziehen sich über alle Themenbereiche hinweg und finden sowohl bei der Entwicklung von Infrastrukturen und Angeboten im Bereich Aktiv (z. B. Qualitätsregion Wanderbares Deutschland) als auch Kultur Berücksichtigung. Hier gibt es enge Verschneidung zur oben genannten Nachhaltigkeit, da diese auch als besondere Qualität des Saarpfalz-Kreises gesehen werden kann.
- **Grenzüberschreitender Tourismus, Partnerschaften und Kulinarik** – beide im bisherigen Konzept als eigene Themen genannt – sind künftig eher als Querschnittsbereiche zu sehen, da über die Haupthemen hinweg eine „emotional Aufladung“ durch „Frankreich-Charme“ sichergestellt sein soll. Dies meint konkret die Etablierung von z. B. grenzübergreifenden Wanderwegen oder grenzübergreifenden Kooperationen im Kulturbereich sowie kulinarische Angebote in Städten, entlang von Wegen etc. Als ständige Aufgabe ist außerdem, die touristische Ausgestaltung und Zusammenarbeit im Rahmen der Partnerschaften zwischen dem Saarpfalz-Kreis und den Landkreisen in Polen und der Ukraine weiterzuentwickeln.
- Selbstverständlich steht weiterhin auch eine Berücksichtigung der **ergänzenden Angebote** wie Beherbergung, Gastronomie, Freizeitangebote etc. im Fokus.

Prämissen der Entwicklung

Die Prämissen, die bei allen Überlegungen mitbedacht werden müssen, sind im Saarpfalz-Kreis ebenfalls deckungsgleich mit denen für den gesamten Saarland-Tourismus:

- Damit der Tourismus einen Beitrag zur erfolgreichen Bewältigung des Strukturwandels im Saarland leisten kann, muss die **Lebensqualität der einheimischen Bevölkerung** und die daraus resultierende **Standortqualität für Unternehmen** bei allen Aktivitäten eine genauso große Bedeutung haben, wie die touristische Nachfrageentwicklung. Dieser Grundgedanke wurde im Zuge der Konzepterstellung von den Akteuren mehrfach betont, da davon auszugehen ist, dass diese Prämisse eng mit dem Tourismusbewusstsein zusammenhängt.
- Nicht das reine Übernachtungswachstum und eine Steigerung der Anzahl der Tagesgäste, sondern die Erhöhung der Ausgaben und Umsätze pro Gast, d. h. der **Wertschöpfung**, stehen im Fokus. Dabei erfolgt eine Konzentration auf wertschöpfungsintensive Segmente, Projekte und Zielgruppen.
- Um die wirtschaftliche Situation vieler Betriebe zu verbessern, ist darüber hinaus eine **Saisonverlängerung** im Tourismus notwendig. Die Entwicklung von Angeboten für die Nebensaison folgt dieser Prämisse.

4.3 Handlungsschwerpunkte

Um die gesetzten Ziele zu erreichen, gibt es für die Tourismusakteure viel zu tun. Die Arbeitsschwerpunkte für den Saarland-Tourismus lassen sich in zehn zentrale Handlungsfelder – fünf übergeordnete und fünf themenspezifische – zusammenfassen. Diese Handlungsfelder geben eine klare Richtung vor und lassen gleichzeitig genug Raum für eine individuelle Ausgestaltung der Regionen und eine passgenaue Entwicklung konkreter Maßnahmen. Alle Handlungsfelder sind in der Tourismuskonzeption Saarland 2025 näher beschrieben.

Jene Handlungsfelder, die auch für den Tourismus im Saarpfalz-Kreis von Bedeutung sind, sind in Abbildung 6 grün umrandet.[16] Diese Handlungsfelder werden im vorliegenden Regionalen Tourismuskonzept fokussiert betrachtet und dort einleitend näher beschrieben (siehe Kapitel 5). Die Fokussierung auf ausgewählte Handlungsfelder heißt nicht, dass die anderen für den Saarpfalz-Kreis gänzlich unbedeutend sind; in einem ersten Schritt wurden jedoch jene Handlungsfelder gewählt, die – vor allem mit der kurzen Perspektive bis 2025 – am dringlichsten erscheinen.

[16] Eine Auswahl der Handlungsfelder erfolgte gemeinsam mit Akteuren des Saarpfalz-Touristik. Im Rahmen der Konzepterstellung erfolgte in der Zukunftsschmiede eine Einordnung der Relevanz der Handlungsfelder durch die Akteure. Diese sprachen allen identifizierten Handlungsfeldern eine mittlere bis hohe Priorität zu.

Abb. 7 Handlungsfelder für den Saarland-Tourismus und Auswahl für den Saarpfalz-Kreis

© Tourismuskonzeption Saarland 2025 (dwif 2015), Markierungen durch BTE 2021

5 Handlungsprogramm für den Saarpfalz-Kreis

Wesentliches Anliegen des vorliegenden Tourismus-Masterplans ist die Definition geeigneter und umsetzbarer Maßnahmen, die eine Handlungsgrundlage für die Akteure im Saarpfalz-Kreis bis ins Jahr 2025 bilden. Das Handlungsprogramm, welches sich in Handlungsfelder und Maßnahmen gliedert, findet sich in diesem Kapitel – es ist damit das „Herzstück“ des Regionalen Tourismuskonzeptes.

Die **relevanten Handlungsfelder** für den Saarpfalz-Kreis leiten sich – wie in Kapitel 4 erläutert – aus der Tourismuskonzeption Saarland 2025 ab. Die einzelnen Handlungsfelder werden im weiteren Verlauf der Maßnahmen jeweils kurz beschrieben und eingeordnet. Ergänzt werden die Handlungsfelder um die **Querschnittsaufgaben Nachhaltigkeit** und **Qualität**, die auch der Tourismuskonzeption des Saarlandes zugrunde liegen. Da Nachhaltigkeit für den Saarpfalz-Kreis eine zentrale Rolle spielt, steht diese Aufgabe/dieser Entwicklungsgrundsatz oben. Zusätzlich gelten der Aspekt des **grenzübergreifenden Tourismus** sowie die **Digitalisierung** als Querschnittsaufgaben, die es in allen Handlungsfeldern gleichermaßen zu berücksichtigen gilt.

Abb. 8 Vier relevante Handlungsfelder & Querschnittsthemen im Saarpfalz-Kreis

© BTE 2021 basierend auf den Ergebnissen der Maßnahmen-Schmiede unter Berücksichtigung der Handlungsfelder der Tourismuskonzeption des Saarlandes.

5.1 Einführung in den Maßnahmenkatalog

Die konkreten Maßnahmen, die es nun umzusetzen gilt, werden nachfolgend dargestellt. Neben den Maßnahmen, die einzelnen Handlungsfeldern zugeordnet sind, erfolgt eine zusätzliche Gliederung der Maßnahmen in Maßnahmenbereiche.

- Vorangestellt werden **übergeordnete Maßnahmen** (siehe Kapitel 5.2), die es zunächst zu erfüllen gilt, um alle weiteren Maßnahmen angehen zu können. Hierzu gehören neben der politischen Legitimierung auch das Umsetzungsmanagement und eine regelmäßige Evaluierung.

- Darüber hinaus gibt es bestimmte Maßnahmen, die eine Art „Türöffner-Funktion“ haben, d. h. nur nach ihrer Erfüllung sind bestimmte weitere Maßnahmen überhaupt erst umsetzbar oder sie besitzen einen besonders prägenden Charakter für die weitere Entwicklung des Saarpfalz-Kreises. Diese Maßnahmen werden als **Master-Projekte** (siehe Kapitel 5.3) bezeichnet.
- Die **weiteren Maßnahmen** – sortiert nach Handlungsfedern – folgen anschließend in tabellarischer Form im Maßnahmenkatalog (siehe Kapitel 5.4).

Für die einzelnen Maßnahmen sind jeweils

- eine kurze **Beschreibung** gegeben,
- eine **Priorität** für die Umsetzung festgelegt,
  - hoch
  - mittel
  - gering
- ein **Zeitrahmen** genannt, in dem die Maßnahme umgesetzt werden soll,
  - kurzfristig (ca. 1-2 Jahre)
  - mittelfristig (3-4 Jahre)
  - langfristig (>5 Jahre)
  - fortlaufend
- eine **Verantwortlichkeit**[17] benannt, wer die Umsetzung federführend übernimmt, wobei jeweils auch weitere **Partner** aufgeführt sind, die bedarfsgerecht eingebunden werden müssen sowie
- relevante **Anmerkungen** notiert.

5.2 Übergeordnete Maßnahmen: Legitimation & Umsetzungsmanagement

Die formulierten Ziele des Tourismuskonzeptes 2025 des Saarpfalz-Kreises und damit auch des Saarlandes werden nur dann erreicht, wenn alle Akteure an einem Strang ziehen. Hierzu ist eine **Zusammenarbeit zwischen Politik, Touristikern, Leistungsträgern und weiteren Partnern** nötig. Bei der Umsetzung der meisten Maßnahmen ist die Saarpfalz-

[17] Hinweis: Die Nennung der Verantwortlichkeiten erfolgt im Maßnahmenkatalog eher grob, d. h. es werden weder einzelne Gemeinden, noch einzelne Personen benannt. Dies gilt es im Rahmen des Umsetzungsmanagements (siehe Maßnahme Ü2) detailliert zu prüfen und schließlich festzulegen, wer genau/konkret für die personelle (und finanzielle) Umsetzung der jeweiligen Maßnahmen verantwortlich ist. Grundsätzlich erfolgt eine Zuordnung der Verantwortlichkeiten meist auf mehrere Schultern. So ist es auch im Saarpfalz-Kreis so, dass viele Maßnahmen/Aufgaben zwar von der Saarpfalz-Touristik übernommen oder koordiniert werden können, ein Teil der Maßnahmen aber im Verantwortungsbereich kommunaler/öffentlicher Institutionen verbleibt bzw. im Sinne einer zukunftsfähigen Entwicklung von diesen übernommen werden muss. Das Regionale Tourismuskonzept ist demnach gleichermaßen als Konzept für die Gemeinden zu verstehen.

Touristik auf den Willen und die Unterstützung anderer angewiesen und fungiert selbst vorrangig als Impulsgeber und Koordinator.

Die Umsetzung der Maßnahmen ist demnach nur nach der **Legitimation der Konzeption** sowie der **Etablierung eines Umsetzungsmanagements** möglich.

Ü.1	Vorstellung & Diskussion des Regionalen Tourismuskonzeptes in politischen Gremien
▪ Präsentation des Regionalen Tourismuskonzeptes 2025 in politischen Gremien (Ausschüsse, Gemeinderäte o. ä.), der Leistungsträgerschaft und interessierten Bürgern zur Vorstellung der Tourismuskonzeption ▪ falls notwendig und bei Bedarf Präsentation zu späteren Zeitpunkten	**Priorität:** hoch **Zeitrahmen:** kurzfristig **Verantwortung:** SPT **Partner:** Landkreis, Gemeinden, Leistungsträger, BürgerInnen **Anmerkung:** erfolgt teilweise im Rahmen der Abschlusspräsentation am 14. September 2021

Ü.2	Bildung und Implementierung eines Umsetzungsmanagements
▪ Bildung einer Steuerungsgruppe (Klärung: Zusammensetzung, ModeratorIn, Aufgaben, Vorgehensweise etc.) ▪ Erarbeitung eines detaillierten Fahrplans für die Umsetzung ▪ Beratung mit Akteuren zur weiteren Differenzierung, Priorisierung und Umsetzung der Maßnahmen; beginnend mit den Schlüsselprojekten ▪ Begleitung und Impulsgebung zur Umsetzung der Maßnahmen	**Priorität:** hoch **Zeitrahmen:** kurzfristig und fortlaufend **Verantwortung:** SPT **Partner:** Mitglieder der zu bildenden Steuerungsgruppe **Anmerkung:** Steuerungsgruppe ist ggf. Werbeausschuss

Ü.3	Laufende und abschließende Evaluierung des Konzeptes
▪ Kontinuierliche Qualitätskontrolle und Evaluierung der Maßnahmen ▪ ggf. Unterstützung durch weitere Partner/professionelle Begleitung ▪ ggf. Evaluierung mit weiterem Partner/professioneller Begleitung im Jahr 2023 und 2025	**Priorität:** hoch **Zeitrahmen:** kurzfristig und fortlaufend **Verantwortung:** SPT **Partner:** Mitglieder der zu bildenden Steuerungsgruppe

5.3 Master-Projekte

Master-Projekte sind Maßnahmen von herausragender Bedeutung für den Tourismus im Saarpfalz-Kreis. Sie tragen in besonderem Maße zur Zielerreichung und Umsetzung der Strategie bei und treiben die Entwicklung maßgeblich voran. Teilweise haben Master-Projekte eine Art Schlüsselfunktion, da von ihrer Umsetzung viele weitere Projekte profitieren und/oder abhängig sind. Nachfolgende Tabelle fasst die Schlüsselmaßnahmen übersichtlich zusammen.

Abb. 9 Übersicht der Master-Projekte

Nr.	Titel der Maßnahme
T.1	Regelmäßige Informationen über touristische Themen online und in Printmedien
T.2	Ausbau Biosphärenbahnhof in St. Ingbert als Kompetenzzentrum für Tourismus und nachhaltige Mobilität
K.1	Ausarbeitung eines Konzeptes zur touristischen Inwertsetzung des Schlossbergs Homburg
N.1	Umsetzung eines Biosphärenhauses in Blieskastel als touristisches Infozentrum
N.2	Entwicklung nachhaltiger, buchbarer Angebote
N.3	Prüfung der Einführung eines „Biosphären-Tickets“
A.1	Ausbau und Entwicklung des Wanderwegenetzes auf dem Weg zur Qualitätsregion Wanderbares Deutschland
A.2	Weiterentwicklung des Radwegenetzes
A.3	Etablierung eines Wegemanagements (Rad- und Wanderwege)
A.4	Sicherung und Ausbau der gastronomischen Versorgung entlang der touristisch relevanten Wege

© BTE 2021

5.4 Maßnahmen nach Handlungsfeldern

Die Ausformulierung der Master-Projekte und Maßnahmen erfolgt entlang der einzelnen Handlungsfelder in diesem Kapitel. Die Master-Projekte werden in Form von Steckbriefen vorangestellt und erläutert; die weiteren Maßnahmen werden in tabellarischer Form zusammengefasst.

5.4.1 Steigerung des Tourismusbewusstseins

Master-Projekte

T.1	**Regelmäßige Informationen über touristische Themen online und in Printmedien**

Regelmäßige Information [für BürgerInnen und Leistungsträger] über touristische Aktivitäten, Angebote und Aktionen im Einzelhandel, Einrichtungen, Veranstaltungen etc.
▪ Ziel: Sensibilisierung und Information von Bürgern und Leistungsträgern
▪ Kanäle:
  ▪ offline: Regionale Presse & Amtsblätter
  ▪ online: Homepage, Soziale Medien, …
	Priorität: hoch
	Zeitrahmen: fortlaufend
	Verantwortung: SPT
	Partner: Kommunen, Landkreis
	Anmerkung: Maßnahme aus Maßnahmenschmiede

T.2	**Ausbau Biosphärenbahnhof in St. Ingbert als Kompetenzzentrum für Tourismus und nachhaltige Mobilität**

Einrichtung einer Informationsstelle als emotionaler Destinationsmarkenkontaktpunkt und Anlaufstelle für Touristen (Bahnhof St. Ingbert als „Tor zur Biosphäre“)
Ansatzpunkte:
▪ Tourist-Info als Begegnungsraum, Treffpunkt, Interaktionsort und Inspirationsquelle
  ▪ Anlaufstelle für spezielle Anspruchsgruppen durch Bereitstellung entsprechender Services (WLAN, Gepäckboxen, Fahrradreparaturset, Handy- und E-Bike-Lademöglichkeiten)
▪ Tourist-Info als Flagshipstore und Schaufenster der Destinationsmarke
  ▪ Regionaltypische Gestaltung (z.B. durch definierte Biosphärenmodule)
  ▪ „Showroom“, bei dem Inspiration und Interaktion anstelle von Information im Vordergrund steht z.B. Präsentation von regionalen Produkten, digitale Erlebbarkeit der Highlights der Destination (z.B. Virtual Reality, 360°-Ansichten, Umweltbildung durch Edutainment-Angebote)
  ▪ Präsentationsfläche für zeitlich begrenzte Pop-Up-Ausstellungen und -Stores mit lokalem Bezug, u.a. zur Einbindung regionaler Erzeuger und anderer Leistungsträger
▪ Biosphärenbahnhof als Drehscheibe für nachhaltige Mobilität in und für die Region ausbauen
▪ Weiterer Punkt: Entwicklung Besucherlenkungssystem vom Biosphärenbahnhof in die Innenstadt mit Ausschilderung der Sehenswürdigkeiten
	Priorität: hoch
	Zeitrahmen: mittelfristig
	Verantwortung: Stadt St. Ingbert
	Partner: SPT, BZV, MWAEV, DB

Weitere Maßnahmen

Nr.	Maßnahmen	Zuständigkeiten	Priorität	Zeithorizont
Schaffung einer Servicementalität bei touristischen Leistungsträgern				
T.3	Regelmäßige Schulungsangebote für Leistungsträger (online/offline) in Form von Seminaren und Workshops ▪ Wechselnde Themen ▪ Regelmäßiger Hinweis auf Angebote im Rahmen des Tourismuslotsen Saarland	Verantwortung: SPT Partner: TSZ, Leistungsträger, externe Dienstleister	hoch	fortlaufend
T.4	Durchführung regelmäßiger/anlassbezogener „Stammtische“ bzw. „Runder Tische“ in der Region (z.B. für Vermieter, Gastronomen, Anbieter von Freizeiteinrichtungen, …)	Verantwortung: SPT Partner: Leistungsträger	hoch	fortlaufend
Verbesserung des Images des Tourismus bei Multiplikatoren und der Bevölkerung				
T.5	Gewinnung der EinwohnerInnen als Botschafter des Saarpfalz-Kreises ▪ Prüfung der Übernahme von Patenschaften für Bäume, Bänke, Wege, Brunnen etc. [Privatpersonen & Firmen] ▪ Einbindung bei Aktionen und Veranstaltungen ▪ Gezielte Ansprache von EinwohnerInnen bei Durchführung von GästeführerInnen-Seminaren bzw. Schulungen für Natur- und LandschaftsführerInnen	Verantwortung: SPT Partner: BZV, Bevölkerung, Unternehmen, Leistungsträger	mittel	fortlaufend
T.6	Einbindung der EinwohnerInnen durch Befragungsformate ▪ Akzeptanzbefragung ▪ Ideenplattform	Verantwortung: SPT Partner: BZV und HTW (Kooperationsvereinbarung vorhanden), Bevölkerung, Kommunen	mittel	mittelfristig

Nr.	Maßnahmen	Zuständigkeiten	Priorität	Zeithorizont
Bewusstseinsschaffung für den Wirtschaftsfaktor Tourismus in Politik und Verwaltung				
T.7	Atmosphäre-Check für Ortschaften ▪ Schaffung eines Angebotes für Ortsgemeinden/Kommunen, die bislang im Zuge vorhandener Projekte und Förderprogramme keine Berücksichtigung fanden (Hinweis: bislang nur für Städte und Gemeinden, nicht für Ortsgemeinden) ▪ Ziel: Entwicklung gemeinsamer Maßnahmen zur Verschönerung der Ortschaften mit Politik, Einwohnern und weiteren Akteuren unter Berücksichtigung der Ansprüche und Bedürfnisse touristischer Gäste ▪ Schritte der Umsetzung ▪ Gründung „AG Atmosphäre-Check für Ortschaften“ zur Festlegung des Projektrahmens, Teamzusammensetzung, Aufgaben etc. ▪ Erstellung eines Leistungskatalogs (Begehung, Leitfäden, Workshop, Wettbewerbe, Checklisten, Auszeichnung/Visual etc.) ▪ Definition der Formate (digital, Präsenz) und Herstellung von Kommunikationsmaterialen ▪ Ausgestaltung der Leistungen aus Leistungskatalog ▪ Umsetzung & Anwendung ▪ Abstimmung mit dem Wettbewerb „Unser Dorf hat Zukunft“ *Anmerkung: Maßnahme aus der Maßnahmenschmiede*	Verantwortung: SPK (Stabsstelle für nachhaltige Entwicklung u. Mobilität) Partner: BZV, LAG, SPT, TZS, Unser Dorf hat Zukunft	mittel	hoch
T.8	Durchführung einer Roadshow durch die Region ▪ Ziel: Sensibilisierung und Bewusstseinsschaffung für den Wirtschaftsfaktor Tourismus, die Bedeutung des Biosphärenreservats, der einzigartigen Natur etc. ▪ Grundlagen durch bereits in Vergangenheit durchgeführte Roadshow vorhanden, d. h. hier Prüfung und Aktualisierung des Roadshow-Konzeptes mit Info-Ständen auf den Wochenmärkten in der Region	Verantwortung: SPT Partner: Kommunen, BZV	hoch	mittelfristig

Nr.	Maßnahmen	Zuständigkeiten	Priorität	Zeithorizont
T.9	Regelmäßige Berichterstattung der touristischen Themen in politischen Gremien ▪ z. B. jährliche Berichterstattung zu statistischen Kennzahlen, Wirtschaftsfaktor Tourismus, Neuigkeiten in der Marktbearbeitung (Produkte etc.) ▪ Sensibilisierung für relevante Themen wie Digitalisierung, Fachkräftemangel, Nachfolgeproblematik, Nachhaltigkeit, … ▪ Präsentation zu Projekten/Planungen	Verantwortung: SPT, Kommunen Partner: politische Gremien	hoch	fortlaufend
T.10	Erhebung Wirtschaftsfaktor Tourismus ▪ Differenzierung nach verschiedenen Besuchergruppen (Übernachtungsgäste, Tagesgäste etc.) ▪ in Zusammenarbeit mit der HTW Saarland im Rahmen der Kooperationsvereinbarung ▪ Erhebung und Auswertungen der Wirtschaftsfaktor-Analysen der TZS auf Landesebene	Verantwortung: SPT Partner: SPK (Wirtschaftsförderung), HTW oder andere externe Dienstleister	mittel	mittelfristig
Steigerung des Bewusstseins für das Biosphärenreservat				
T.11	Entwicklung einer einheitlichen visuellen Darstellung Biosphäre/Tourismus in den Kommunen ▪ Erarbeitung von Modulen für Tourist-Infos im Biosphärenreservat, um Marke Biosphäre sichtbar zu machen ▪ Entwicklung einheitlicher Infostelen für Leistungsträger, Rathäuser, Einzelhandel etc. ▪ Ausweitung der visuellen Darstellung auch auf Städte, Orte und Gemeinden ▪ Zielsetzung: Gast vermitteln, wo überall Biosphärenreservat ist	Verantwortung: BZV, SPT Partner: SPK, BZV, Kommunen	mittel	langfristig
T.12	Reaktivierung des Arbeitskreises Sport in der Biosphäre	Verantwortung: BZV Partner: Biosphärenverein	mittel	kurzfristig
T.13	Ausweitung des Biosphärenreservats auf Bexbach ▪ Antragsstellung durch Kommune	Verantwortung: Kommune Bexbach Partner: BZV, Land	gering	langfristig

5.4.2 Inwertsetzung kultureller Leuchtturmstandorte

Master-Projekt

K.1	Ausarbeitung eines Konzeptes zur touristischen Inwertsetzung des Schlossbergs Homburg
▪ Bau eines neuen Informationszentrums ▪ Inwertsetzung Vauban-Festung Homburg ▪ neuer Zugang zu Schlossberghöhlen ▪ neues Parkraummanagement	**Verantwortung:** Stadt Homburg **Priorität:** hoch **Zeitrahmen:** mittel - langfristig

Weitere Maßnahmen

Nr.	Maßnahmen	Zuständigkeiten	Priorität	Zeithorizont
Vernetzung kulturtouristischer Standorte				
K.2	Gegenseitige Bewerbung der kulturellen Highlight-Angebote ▪ Ziel: bessere und einheitlichere Vermarktung der Region, Schaffung von Transparenz und Übersicht für Touristen sowie Nutzung von Synergieeffekten ▪ Erstellung gemeinsamer Medien mit gebündelter Darstellung (z. B. Landingpage, Übersichtsflyer/Begleitbroschüre zu Panoramakarte, Verlinkung der einzelnen Homepages, Imagevideo, …) ▪ Durchführung von Schulungen für Kassenpersonal zu touristischen Highlights (z. B. in Form einer Infofahrt, Produkterlebnisprogrammen) ▪ Schritte der Umsetzung: ▪ Benennung/Identifizierung der Highlights in Arbeitskreise/Werbeausschusssitzung (ggf. Erarbeitung von Kriterien) ▪ Erarbeitung eines Gesamtkonzeptes (Print, Landing-Page) ▪ Fortführung der jährlichen Infofahrten ▪ Fortlaufende Aktualisierung und Schulung des Personals *Anmerkung: Maßnahme aus der Maßnahmenschmiede*	Verantwortung: SPT Partner: Kommunen, POIs	hoch	fortlaufend

Nr.	Maßnahmen	Zuständigkeiten	Priorität	Zeithorizont
K.3	Entwicklung eines Kombitickets „Römer & Kelten“ inkl. ÖPNV-Ticket ▪ Inkludierte Leistungen: Europäischer Kulturpark, Römermuseum Schwarzenacker, Museum für Vor- und Frühgeschichte [Saarbrücken] bzw. Historisches Museum [Saarbrücken] ▪ ggf. als Teilleistung des Biosphärentickets (siehe Maßnahme N.3) *Anmerkung: Kombiticket Römermuseum Schwarzenacker & Schlossberghöhlen bereits vorhanden*	Verantwortung: beteiligte Museen Partner: ÖPNV, SPK	mittel	mittelfristig
K.4	Entwicklung von Tourenvorschlägen zum Thema Römer & Kelten mit Bus + Bahn [vgl. ÖPNV-Safari] *Anmerkung: ggf. in Kombination mit Maßnahme Entwicklung eines Kombitickets*	Verantwortung: SPT Partner: beteiligte Einrichtungen, ÖPNV	mittel	kurzfristig
Aufwertung vorhandener Kulturstandorte				
K.5	Verbesserung der touristischen Infrastruktur in Gräfinthal, z. B. Begrünung, Beschilderung, ÖPNV-Anbindung, Parkplätze etc.	Verantwortung: Gemeinde Mandelbachtal	mittel	mittelfristig
K.6	Entwicklung eines Gesamtkonzeptes zur touristischen Inwertsetzung/Attraktivierung des Blumengartens und der Gulliver-Welt 2.0 in Bexbach	Verantwortung: Stadt Bexbach	mittel	mittelfristig
K.7	Attraktivierung der grenzüberschreitenden Kulturroute „Straßen der Römer“	Verantwortung: TZS Partner: Römermuseum Schwarzenacker (Stadt Homburg) und Europäischer Kulturpark Bliesbruck-Reinheim (SPK)	mittel	mittelfristig

Nr.	Maßnahmen	Zuständigkeiten	Priorität	Zeithorizont

K.8	Kulturtouristische Weiterentwicklung Europäischer Kulturpark Bliesbruck-Reinheim ▪ Touristischer Ausbau gemäß vorliegendem Masterplan	Verantwortung: SPK, Gemeinde Gersheim	mittel	kurzfristig
K.9	Ausbau und Inwertsetzung Alte bzw. Neue Baumwollspinnerei in St. Ingbert	Verantwortung: Stadt St. Ingbert	mittel	langfristig
Ausbau und gezielte Aufwertung von Großveranstaltungen				
K.10	Prüfung der Etablierung von Veranstaltungen an Kulturstandorten, die einen neuen Reiseanlass bieten ▪ In Planung: Blues-Festival im Europäischen Kulturpark ▪ Weitere Idee: Filmfestival (z. B. Outdoor-Filmfestivals o. ä.) ▪ Vermarktung über starke Partner: SPT, TZS, eventim o. ä. *Anmerkung: Förderrichtlinie zur Förderung tourismusrelevanter Veranstaltungen im Ministerium für Bildung und Kultur in Arbeit*	Verantwortung: jeweilige POIs Partner: SPT, TZS, Ministerien	mittel bis hoch	fortlaufend
Bauliche Maßnahmen zur Sicherung und Qualifizierung bedeutender Kulturstandorte				
K.11	Touristische Erschließung Kirkeler Burg über zweite Zuwegung Ziel: Langfristige Sicherung etwaiger etablierter, imageprägender und wirtschaftlich relevanter Veranstaltungen auf der Burg; ggf. eingebunden in ein Gesamtkonzept Kirkeler Burg & Dorf	Verantwortung: Gemeinde Kirkel	hoch	mittelfristig
K.12	Teilrekonstruktion der Mansio in Schwarzenacker mit Einbau moderner und behindertengerechter WC-Anlagen	Verantwortung: Stadt Homburg, Stiftung Römermuseum Schwarzenacker	hoch	mittelfristig

5.4.3 Ausbau der naturtouristischen Infrastruktur

Master-Projekte

N.1	Umsetzung eines Biosphärenhauses in Blieskastel als touristisches Infozentrum
▪ Tourist-Info inkl. Touristischer Ausstellung kombiniert mit Biosphärenthemen nach neuesten museumsdidaktischen Erkenntnissen ▪ Derzeit: genaue Standort-Planung ▪ Finanzierungsplanung und Betreiberkonzept stehen noch aus	**Priorität:** hoch **Zeitrahmen:** mittelfristig (23-27) **Verantwortung:** Stadt Blieskastel **Partner:** BZV, MUV, SPK, MWAEV

N.2	Entwicklung nachhaltiger, buchbarer Angebote

▪ Akquise von Natur- und LandschaftsführerInnen als Basis der Angebotsgestaltung
▪ Unterschiedliche „Formate“
  ▪ Tagesangebote
  ▪ Baustein-Gruppenangebote
  ▪ Pauschalangebote
  ▪ evtl. Durchführung eines Produktentwicklungsworkshops mit Leistungsträgern
 	
Anmerkung: Ziel ist die Schaffung weiterer Leuchtturmprodukte im Bereich Nachhaltiger Tourismus (Beispiel Floß der Nachhaltigkeit)
	Priorität: hoch
	Zeitrahmen: kurz- bis mittelfristig
	Verantwortung: SPT
	Partner: Leistungsträger (vor allem Partnerbetriebe)
	Anmerkung: Maßnahme aus Maßnahmenschmiede

N.3	Prüfung der Einführung eines „Biosphären-Tickets“

▪ ÖPNV-Regionalkarte/Biosphärenticket (Bsp. Saarland-Card)
▪ Ziel: Stärkung der nachhaltigen Mobilität durch Reduzierung des Individualverkehrs
▪ Biosphärenticket im Sinne einer ÖPNV-Regionalkarte zur Vernetzung von POIs und Einzelhandel sowie touristischen Wegen, Tourist-Infos und Leistungsträgern
▪ Idee: Blieskastel als „Hub“, von hier in Form eines Kleeblatts verschiedene ÖPNV-Runden (Sternverkehr) und „Biosphärenbus-Schaukel“ von St. Ingbert Anbindung an Biosphärenbus 501
▪ Schritte der Umsetzung
  ▪ Beauftragung einer Machbarkeitsstudie
  ▪ Politische Abstimmung auf Landkreisebenen
  ▪ Antragstellung für Förderung
  ▪ Vergabe
  ▪ Umsetzung mit Unternehmen
	Priorität: mittel
	Zeitrahmen: langfristig
	Verantwortung: SPK
	Partner: Verkehrsunternehmen, SPT, BZV, TZS, MUV, MWAEV, LfS
	Anmerkung: Maßnahme aus Maßnahmenschmiede

Weitere Projekte

Nr.	Maßnahmen	Zuständigkeiten	Priorität	Zeithorizont
Stärkung der Nachhaltigkeit entlang der touristischen Servicekette				
N.4	Weitere Profilierung als nachhaltige Reiseregion ▪ Prüfung bestehender Angebote auf Nachhaltigkeit ▪ Verbesserung und bessere Kommunikation der nachhaltigen Angebote ▪ Gewinnung neuer Betriebe für Nachhaltigkeitssiegel (TourCert Partnerbetriebe) ▪ Beteiligung an passenden Wettbewerben	Verantwortung: SPT	mittel	kurzfristig
N.5	Sensibilisierung der Akteure für den Ausbau von E-Mobilitäts-Angeboten ▪ Erhöhung der Anzahl der E-Bike-Verleih—Stationen (z. B. bei Beherbergungsbetrieben, Tourist-Infos) ▪ Idee: Prüfung von Möglichkeiten der zentralen Beschaffung von E-Bikes durch SPK, Ausgabe an Mitarbeiter und Leistungsträger ▪ Ausbau von E-Mobilitätsangeboten/-infrastrukturen z. B. Wohnmobilstellplätzen ▪ Einsatz eines E-Busses zur Verbesserung der Vernetzung in der Region	Verantwortung: Leistungsträger Partner: SPT, SPK	mittel	mittelfristig
Entwicklung origineller naturtouristischer Angebote & Produkte				
N.6	Entwicklung von Programmen für Kinder- und Jugendfreizeiten inkl. Bausteine für Nachhaltigkeit/Umweltbildung	Verantwortung: BZV, BNE SPT Partner: Leistungsträger; evtl. Jugendbüros der Gemeinden	mittel	mittelfristig
N.7	Entwicklung von Volunteering-Angeboten/nachhaltigen Angeboten an touristischer Reisekette, siehe z. B. Bergwaldprojekt in der Schweiz	Verantwortung: SPT Partner: BZV, Leistungsträger	mittel	mittelfristig

Nr.	Maßnahmen	Zuständigkeiten	Priorität	Zeithorizont
N.8	Entwicklung eines Shuttleservices, der exklusiven Zugang zu besonderen Highlights ermöglicht (denkbar z. B. Orchideengebiet) (Biosphären Game Drive/Safari)	Verantwortung: BZV Partner: Verkehrsunternehmen, SPK	gering	langfristig
N.9	Touristische Inwertsetzung des Weiherensembles in Jägersburg Umsetzung entsprechend dem vorliegenden Masterplan	Verantwortung: Stadt Homburg Partner: SPT	mittel	mittelfristig
N.10	Touristische Inwertsetzung des Weiherensembles in Niederwürzbach	Verantwortung: Stadt Blieskastel Partner: SPT	mittel	mittelfristig
Ausbau der Bekanntheit des Saarpfalz-Kreises als Outdoor-/Adventure Destination				
N.11	Prüfung bzw. Anpassung der Bildsprache in Online- und Printmedien zur besseren Ansprache der Zielgruppe der Entdecker/Explorer (stärkere Fokussierung des Themas „Adventure/Wildnis“)	Verantwortung: SPT	mittel	kurzfristig
N.12	Entwicklung und Ausweisung von Wildnis-/Trekking-Camps (Bsp. Trekkingplätze Pfälzerwald); z. B. entlang des neuen Bliesgausteigs	Verantwortung: Kommunen Partner: SPT, BZV	mittel	mittelfristig
Ausbau und Aufwertung des Angebots für Camping und Wohnmobilisten				
N.13	Attraktivierung von Wohnmobilstellplätzen und Campingplätzen mit Zeltplätzen ▪ Identifizierung von Bedarfen und Schwachstellen (z. B. durch Gästefeedbackbogen, Auswertung Online-Bewertungen)	Verantwortung: Betreiber der Campingplätze, Kommunen	mittel	mittelfristig
N.14	Errichtung einer Spa-Anlage am Campingplatz Walsheim	Verantwortung: Gemeinde Gersheim, Campingplatz Walsheim	mittel	mittelfristig

Nr.	Maßnahmen	Zuständigkeiten	Priorität	Zeithorizont
N.15	Erweiterung und Umstrukturierung des Caravan Platzes in Kirkel-Neuhäusel zum „Biosphären-Campingplatz“ ▪ Erwerb umliegender Flächen ▪ Beauftragung einer Planungsstudie	Verantwortung: Gemeinde Kirkel Immobilien- und Freizeitbetrieb Partner: BZV, SPT	hoch	kurzfristig
N.16	Schaffung von Wohnmobil-Infrastruktur in der Gemeinde Gersheim an verschiedenen Standorten (10-15 Wohnmobil-Stellplätze)	Verantwortung: Gemeinde Gersheim Partner: SPT	hoch	kurzfristig
N.17	Inwertsetzung des Reisemobilhafens Bexbach	Verantwortung: Stadt Bexbach Partner: SPT	mittel	mittelfristig
N.18	Prüfung eines neuen Wohnmobil-Stellplatz in Homburg	Verantwortung: Stadt Homburg Partner: SPT	mittel	kurzfristig

5.4.4 Qualitätssicherung und -ausbau im Aktivtourismus

Master-Projekte

A.1	Ausbau und Entwicklung des Wanderwegenetzes auf dem Weg zur Qualitätsregion Wanderbares Deutschland

▪ Prüfung der aktuellen Wanderwege inkl. der wegebegleitenden Infrastruktur basierend auf den Bedürfnissen der Zielgruppen und Beseitigung von Mängeln
▪ Prüfung der Ausweisung neuer Wanderwege zur Erweiterung des bestehenden Angebotes
  ▪ Tourenformate in unterschiedlicher Länge, insb. Rundwege
  ▪ Umsetzung intuitiver Leitsysteme mit Anbindung an bestehende
▪ Sicherstellung der Auffindbarkeit in geeigneten und gängigen digitalen Routenführern (z. B. Outdooractive, komoot) und Darstellung der Touren
	Priorität: hoch
	Zeitrahmen: kurzfristig
	Verantwortung: SPT, Kommunen
	Partner: SPK, Wegemanagement

A.2	Weiterentwicklung des Radwegenetzes	

	▪ Prüfung der aktuellen Radwege inkl. der wegebegleitenden Infrastruktur basierend auf den Bedürfnissen der Zielgruppen und Beseitigung von Mängeln
	▪ Prüfung der Ausweisung neuer Radwege zur Erweiterung des bestehenden Angebotes
	  ▪ Tourenformate in unterschiedlicher Länge, insb. Rundwege, Ausweisung spezieller Mountainbike-Strecken/E-Bike-Strecken etc.
	  ▪ Umsetzung intuitiver Leitsysteme mit Anbindung an Bestehende
	▪ Sicherstellung der Auffindbarkeit in geeigneten und gängigen digitalen Routenführern (z.B. Outdooractive, komoot) und Darstellung der Touren
	▪ Perspektivisch: Prüfung zur Weiterentwicklung als ADFC RadReiseRegion (ggf. über LEADER)
		Priorität: hoch
		Zeitrahmen: mittelfristig
		Verantwortung: SPK, Kommunen
		Partner: SPT, Wegemanagement

A.3	Etablierung eines Wegemanagements (Rad- und Wanderwege)	

	▪ Ziel: nachhaltige und langfristige Sicherstellung der Pflege und Wartung der Wege
	▪ Schritte der Umsetzung:
	  ▪ Bildung eines Arbeitskreises Wander-/Radwege inkl. regelmäßiger Jour Fixe und „Hausaufgaben“
	  ▪ Im AK: Klärung der Grundlagen: Welche Wege müssen gepflegt werden? Welcher gemeinsame Standard wird definiert?
	  ▪ Bestimmung eines geeigneten Wege-Management-Tools (siehe z. B. Outdooractive Business)
	  ▪ Erarbeitung eines geeigneten Modells für Pflege und Wartung (z. B. über Wege(abschnitts)paten für kleinere Kontrollen und Ausbesserungen); Finanzierung mittels Umlage o. ä. unter Berücksichtigung der Regelungen zur Verkehrssicherung (ggf. mit externer Begleitung)
	  ▪ Abstimmung des Modells mit Kommunen
	  ▪ Umsetzung des Modells
	▪ Denkbar: Aufbau bzw. Nutzung und Etablierung eines digitalen Meldesystems bei der TZS, niedrigschwelliger WhatsApp-Mängelmelder mit QR-Codes am Weg
	
	Hinweis: Gilt i.d.R. nicht für überregionale Radwege, da hierfür größtenteils ein abgestimmtes Wegemanagement vorhanden ist.
		Priorität: hoch
		Zeitrahmen: kurz- bis mittelfristig
		Verantwortung: SPT, SPK, Kommunen
		Partner: Bauhöfe, ggf. Wegepaten
		Anmerkung: Maßnahme aus Maßnahmenschmiede, ggf. in Abstimmung mit der TZS

A.4	Sicherung und Ausbau der gastronomischen Versorgung entlang der touristisch relevanten Wege

▪ Regelmäßige Prüfung und Anpassung der Informationen bzgl. Öffnungszeiten etc.
▪ Koordinierung der Öffnungszeiten der Gastronomen untereinander (Ziel: Sicherstellung, dass jeden Tag mind. einer geöffnet hat)
▪ Unterstützung der Leistungsträger bei der Entwicklung kreativer Angebote (z. B. „Tischlein deck dich“, Picknickkörbe, „Wanderpizza“ o. ä.)
▪ Alternativ: Prüfung der Etablierung von Selbstversorgerstationen
▪ Prüfung der Entwicklung eines Angebots von „regionalen Selbstversorgerstationen“ in Form von Automaten [mit regionalen oder herkömmlichen Produkten]
  ▪ Bedarfsermittlung an den Wegen
  ▪ Ausschreibung/Konzeptentwicklung
  ▪ Gewinnung eines Betreibers, der Automaten bestückt und in Stand hält (denkbar: etablierte Anbieter wie REWE o.ä., die überregionale Lager verfügen o.ä.)
	Priorität: hoch
	Zeitrahmen: fortlaufend
	Verantwortung: SPT + Kommunen
	Partner: Leistungsträger, Bliesgau Genuss, BZV, Direktvermarkter, Betreiber für Automaten etc.
	Anmerkung: Maßnahme aus Maßnahmenschmiede

Weitere Projekte

Nr.	Maßnahmen	Zuständigkeiten	Priorität	Zeithorizont
Unterhaltung der vorhandenen (Wege-)Infrastruktur				
A.5	Qualitätssicherung bestehender Wege, Pflege & Wartung ▪ Instandsetzung ▪ Beseitigung von „Altlasten“ (z. B. veraltete Schilder entfernen) *Anmerkung: Aufgabe des Wegemanagements*	Verantwortung: Kommunen	hoch	fortlaufend

Nr.	Maßnahmen	Zuständigkeiten	Priorität	Zeithorizont
A.6	Prüfung der Inszenierung bestehender Rad- & Wanderwege ▪ Sicherstellung einer ansprechenden Möblierung (ggf. kreisweite einheitliche Materialien o. ä.; auch Ruheliegen) ▪ Schaffung kleiner „Highlights“ am Weg, die in Erinnerung bleiben (Figuren, Infotafeln, Lernorte) ▪ Nutzung von Storytelling am Weg (z.B. Meister Adebar als 5m hohe Eisenskulptur am Wegesrand der Adebartour) ▪ Nutzung von wiederkehrenden Elementen zur Sichtbarmachung der Biosphäre ▪ Digitale Begleitung/Verlängerung der Wege (Bsp. Lauschtouren) ▪ Idee: Kunst auf Asphalt an Radwegen, Storytelling entlang von Wegen o. ä.	Verantwortung: Kommunen, SPT	gering	langfristig
A.7	Sicherung und Erweiterung von Services für Radfahrer ▪ Reparaturmöglichkeiten und Verkauf von Reparaturbedarf ▪ Fahrrad-/E-Bike-Verleih (siehe Maßnahme N.5) ▪ Lademöglichkeiten von Akkus ▪ Abschließbare Fahrrad- und Gepäckboxen ▪ Fahrradwaschanlagen ▪ Servicesäulen/Servicenummern ▪ Fahrradschlauchautomaten ▪ Rastplätze/Erholungsstationen und Toiletten entlang von Fahrradwegen ▪ Witterungsgeschützte Fahrradabstellanlagen in den Ortskernen ▪ Aufwertung und Inszenierung der Radwege	Verantwortung: Kommunen Partner: SPT, Fahrradhändler	hoch	mittelfristig
Ergänzungen und Lückenschlüsse bei Serviceleistungen und Zusatzangeboten entlang der Wege				
A.8	Flächendeckende Kommunikation der ÖPNV-Anbindung vorhandener Wege ▪ Prüfen, ob überall vorhanden ▪ Ggf. nacharbeiten ▪ Kommunikativ hervorheben	Verantwortung: SPT Partner: ÖPNV, TZS	mittel	fortlaufend

Nr.	Maßnahmen	Zuständigkeiten	Priorität	Zeithorizont
A.9	Ausbau barrierefreier Wanderwege ▪ Orientierung an Kriterien „Komfortwandern“ des Deutschen Wanderverbandes ▪ Sicherstellung barrierefreier Beschilderung (Asphalt unter Tafeln, Schriftgröße, ggf. Verlängerung mit QR-Code)	Verantwortung: SPT Partner: Kommunen, TZS, Reisen für Alle	gering	langfristig
Weiterentwicklung attraktiver Infrastrukturen & Angebote entlang der Wege				
A.10	Prüfung des Aufbaus eines kreisweiten MTB-Netzes ▪ Entwicklung eines Konzeptes (ggf. mit externer Unterstützung) ▪ Moderation bestehender/auftretender Nutzungskonflikte ▪ ggf. in Abstimmung mit Kommunen, TZS, Naturschutz, Forst etc.	Verantwortung: SPT/SPK Partner: Kommunen, TZS, BZV	mittel	mittelfristig
Stetige Optimierung im Marketing				
A.11	Fortführung und weitere Professionalisierung bestehender Marketing-Aktivitäten unter Berücksichtigung einer Online- und Offline-Strategie ▪ Facebook ▪ Broschüren ▪ Anzeigenmarketing ▪ Advertorials ▪ Pressereisen etc. *Anmerkung: Gilt für alle Themenbereiche.*	Verantwortung: SPT Partner: BZV, Leistungsträger	hoch	fortlaufend
A.12	Verstetigung des Instagram-Marketings ▪ Durchführung von Insta-Bikes und Insta-Hikes ▪ Zusammenarbeit mit (Mikro-)Influencern/ Bloggern	Verantwortung: SPT Partner: TZS, Kommunen, Leistungsträger	mittel	mittelfristig
A.13	Ausbau bestehender Tourist-Informationen zur Sicherstellung einer zeitgemäßen und zielgruppengerechten Gästeinformation	Verantwortung: Kommunen	hoch	langfristig
A.14	Erschließung neuer Kommunikationskanäle Richtung Gast z. B. WhatsApp Business, Chat	Verantwortung: SPT	gering	mittelfristig