

Protokoll des Informations- und Diskussionsabends „Tourismus in Burgjoß“ am 1. August 2005

Zu diesem Informationsabend war Frau Scheurlen-Hamel vom Landesbetrieb Landwirtschaft Hessen, Projektteam Landtourismus, als Referentin eingeladen.

Der Themenabend „Tourismus in Burgjoß“ zeigt Arbeitsschwerpunkte zur Wiederbelebung des Fremdenverkehrs in Burgjoß auf. Im Wesentlichen sind das Dorfbild, die Infrastruktur, die Freizeitangebote und die Zimmerausstattung diskutiert worden.

Die Attraktivität von Burgjoß muß durch das Herausarbeiten einer Alleinstellung für eine spezielle touristische Zielgruppe hervorgehoben werden. Besonderheiten, die nur Burgjoß zu bieten hat, müssen stärker in das Tourismuskonzept eingearbeitet werden. Dazu sind Visionen und Ideen für das Dorf nötig, die in einem ersten Schritt formuliert werden sollen. Darauf aufbauend können zukünftige touristische Perspektiven ausgewiesen und umgesetzt werden. Dabei hilft die Entwicklung eines informellen Netzwerkes, mit dem sich Gleichgesinnte finden lassen, um mit gemeinsamem Know-how Events und Projekte wie Konzerte oder Kultur- und Sportveranstaltungen durchführen zu können. Die Landschaft und das Ambiente der Burg bieten dafür den passenden Rahmen. Es muß darauf geachtet werden, die Veranstaltungen regelmäßig und zielgruppenorientiert stattfinden zu lassen. Die Absage der Konzertveranstaltungen im Burghof ist dafür ein negatives Beispiel. Dagegen ist die Zusammenarbeit mit der Forstverwaltung als Besitzerin der Burg positiv zu bewerten. Der Weihnachtsmarkt findet alljährlich im Burghof statt, und auch über weitere „Buchungen“ des Burggeländes kann mit dem HessenForst verhandelt werden.

In der Nachbargemeinde Flörsbachtal werden Spessarträuberüberfälle inszeniert, die auf reges Interesse stoßen. Im Nachbarort Oberndorf gibt es eine Kulturscheune, in der eine Theatergruppe regelmäßig „Das Wirtshaus im Spessart“ aufführt. Hier ist von den Burgjoßern zu überlegen, inwieweit eine Zusammenarbeit sinnvoll ist oder ergänzende Veranstaltungen angeboten werden können.

Erste eigene Ideen reichen von Kräuterkochkursen mit Kräuterwanderungen bis zu Märchenerzählabenden in der Natur. Die Idylle kann in Burgjoß betont werden. Eigene „Räuber“-Aktivitäten sind denkbar, genauso wie die Ausarbeitung von Wellness- und Gesundheitsprogrammen mit z. B. einem Nordic Walking-Kurs. Im Anschluß an die Kneippanlage könnte sich eine solche Spezialisierung auf Wellnessangebote lohnen. Bis sich solche Konzeptionen etabliert haben, sind allerdings oft erhebliches Eigeninitiative, Engagement und Geduld nötig.

Aktuelle touristische Kennzahlen

Zunächst beschreibt Klaus Kleespies, Vorsitzender des Fremdenverkehrsvereins Burgjoß, die aktuelle Situation des Tourismus' im Ort. Zur Zeit gibt es in Burgjoß 75 Gästebetten, die mit 5000 Übernachtungen ausgelastet sind und durchschnittlich 32 Euro je Übernachtung (Vollpension) einbringen. Dies entspricht einer Gesamteinnahme von 160.000 Euro aus dem Beherbergungswesen. Verglichen mit den Zahlen von vor 20 Jahren tritt ein eklatanter Rückgang zutage. Zur touristischen Blütezeit Burgjoß' sind 270 Gästebetten angeboten und 30.000 bis 35.000 Übernachtungen gezählt worden.

Jüngste Werbemaßnahmen sind Zeitungsanzeigen u.a. in der F.A.Z. und BILD-Zeitung, Regionalausgabe Köln-Bonn, gewesen. Außerdem sind 165 Frankfurter Vereine, welche durch ihre Internet-Präsenz auffindig gemacht worden sind, direkt angeschrieben und mit Prospekten auf Burgjoß bzw. den Spessart aufmerksam gemacht worden. Kleespies bedauert einen geringen Rücklauf und beklagt sogar eine Buchungsstornierung aufgrund fehlender Unterkunftsmöglichkeit für eine Busreisegruppe, die nur zusammen in einem Hause untergebracht werden wollten.

Der durchschnittliche Übernachtungspreis in Burgjoß und Umgebung beträgt 16 Euro und liegt deutlich unter dem Niveau, das rentabel wäre. Die Gastwirte begründen diesen Preis mit dem schlechten Standard der Zimmer und der Tatsache weiterhin ausbleibender Touristen. Unter dem Strich legen die Gastwirte bei dem derzeitigen Preisniveau noch drauf. Scheurlen-Hamel fordert eine Stärkung des Wirtschaftsgedankens bei der Zimmervermietung. Man darf seine Arbeitsleistung nicht unter Wert verkaufen, denn ein solch niedriger Preis macht die Gäste stutzig und läßt sie lieber von einem Besuch Abstand nehmen.

Neue Konzeptionen

Wertvolle Ratschläge und Anregungen für die Neuorientierung des Burgjoßer Tourismus' gibt Sabine Scheurlen-Hamel. Innerhalb des Projektteams „Landtourismus“ ist sie für die Beratung ländlicher Betriebe zuständig, wie diese beispielsweise durch Modernisierungen den Tourismus verbessern können.

Hoffnung für Burgjoß weckt sie durch den Verweis auf die Ergebnisse der neuesten Reiseanalyse, nach der sich rund 30 Prozent der Deutschen wieder für einen Urlaub in Deutschland entscheiden würden. Auch Interesse für den ländlichen Raum wurde dabei bekundet, so daß ein touristisches Potential für Burgjoß durchaus vorhanden ist, wobei verstärkt Pauschal- und last minute-Angebote nachgefragt werden.

Der neue Trend zur Rückbesinnung auf einen Urlaub in Deutschland trifft besonders auf die Generation des „silver age“ zu. Zu dieser zählen die über 50-Jährigen, denen langes Warten auf den Flieger oder lästiges Umsteigen zu umständlich ist.

Alte Werte leben wieder auf unter dem Motto: „Deutschland ist auch schön!“. Diese Altersgruppe ist auch die Zielgruppe der neuen Wellness- und Gesundheitsangebote im Tourismusgeschäft.

Der Vortrag über die Erwartungshaltungen der Gäste ist aus vier Themenkomplexen zusammengesetzt:

- 1.) Essen und Trinken
- 2.) Verkehrliche Anbindung und Infrastruktur
- 3.) Naturräumliche Ausstattung und Qualität des Wohnens
- 4.) Service und Internet-Präsentation

Essen und Trinken

Die Betonung regionaler Küche und regionsspezifischer Gerichte ist wichtig. Eine Joßgrund-Forelle beispielsweise spiegelt die Bräuche und Eßkultur der Region wider. Die Kreation origineller Menüs, die dem Gast einen Erlebniswert vermitteln, lassen selbst das Essen zu einem besonderen Ereignis werden. Selbstverständlich sind Frische und Qualität der verarbeiteten Waren das A und O. Dabei wird von den Besuchern auch in zunehmendem Maße Wert auf ökologische Erzeugung gelegt. Das gleiche gilt für die Selbstversorger aus Ferienwohnungen, denen der Kauf frischer Produkte im Rahmen der Direktvermarktung, d. h. dem Verkauf vom Bauernhof, ermöglicht werden sollte.

Verkehrliche Anbindung und Infrastruktur

Das Angebot öffentlicher Verkehrsinfrastruktur in Burgjoß muß beklagt werden. Bis auf die Schulbusse ist der Ort vom öffentlichen Personennahverkehr (ÖPNV) nicht erschlossen. Einzig mit individuellen Verkehrsmitteln ist dem Gast eine leichte Erreichbarkeit gegeben. Das Angebot der Gastwirte eines Abholservices vom nächstgelegenen Bahnhof in Wächtersbach wird kaum genutzt.

Die touristische Infrastruktur innerhalb des Ortes muß ein attraktives Netz an Rad- und Wanderwegen bieten. Scheurlen-Hamel zählt beides zu den aufstrebenden Segmenten im Tourismus. Es gilt dabei zu beachten, die Radwege instand zu halten und die Wanderwege in kurzen angemessenen Abständen mit Rastplätzen auszustatten. Eine einheitliche und gut lesbare Beschilderung des Wegenetzes und der Infrastruktur- und Freizeiteinrichtungen innerhalb des Ortes, wie z. B. Burg oder Park, ist unerlässlich. Dadurch wird auch die Ausrichtung von Sportevents oder spezieller gastronomischer Angebote möglich bzw. erleichtert. Mit einem stilsicheren und durchdachten Gesamtkonzept „Urlaub der 50er Jahre“ könnten Wanderer angesprochen werden. Diese werden immer jünger, wohlhabender und wollen in einem Intensivurlaub viel erleben.

Naturräumliche Ausstattung und Qualität des Wohnens

Das Dorf sollte nach außen ein gepflegtes Erscheinungsbild haben. Einige „brachgefallene“ Grundstücke und ungepflegte Ecken im Straßenbild vermitteln einen heruntergekommenen Eindruck und müssten beseitigt werden. Abgesehen davon bescheinigt Scheurlen-Hamel den Burgjoßern eine reizvolle Kulturlandschaft, die sich im Jossatal in den Spessart einfügt. Einen besonderen Reiz übt die weithin sichtbare Wasserburg durch ihre Bauweise aus.

Der Landtourismus zeichnet sich durch zwei gegensätzliche Ideenwelten aus. Entweder der Gast sucht luxuriöse Erholung oder er möchte einen Alternativurlaub aktiv gestalten und dem modernen Alltag entfliehen. Ein besonderes Augenmerk soll deshalb auf die Ausstattung der Zimmer gelegt werden. Im Urlaub will der Gast schöner oder gar luxuriöser als Zuhause wohnen und auf nichts verzichten müssen. Bei den zunehmend älteren Touristen spielt Geld dabei eine untergeordnete Rolle, so daß man sich großzügige Zimmer mit zweckmäßiger und moderner Ausstattung wünscht. Der Qualitätsaspekt steht im Mittelpunkt. Die Ferienwohnungen sollten 50 bis 60 qm groß sein, im Schlafraum eigene Sanitärzellen haben und über einen separaten Hauseingang verfügen. Bequeme Möbel, ausreichende Beleuchtung und eine stilistisch einheitliche Ausstattung sind ein Muß. Weiter zu beachten ist eine zielgruppenspezifische Zimmereinrichtung; ein „normales“ Zimmer genügt nicht den Bedürfnissen Behinderter oder alter Menschen, ebensowenig wie von Familien mit Kindern.

Bei Beachtung aller dieser Ausstattungsregeln nennt Scheurlen-Hamel 25 Euro für die Übernachtung einen fairer Preis. Eine Belegung von 120 Tagen pro Bett bei diesem Preis gilt als Gewinnschwelle, die die entstehenden Kosten abdeckt. Mit der Kalkulation von 150 Tagen pro Bett ist der Verdienst schon ausreichend.

Service und Internet-Präsentation

In eine ähnliche Richtung gehen die Ausführungen Scheurlen-Hamels beim Servicebereich. Dazu gehört das Handtuchwechseln und Bettenmachen ebenso wie der Frühstücksservice und freundliches Auftreten im Umgang mit den Gästen. Eine negative Grundstimmung der Gastgeber überträgt sich sofort auf die Laune der Gäste. Haus- und Hofregeln oder ein Schwarzes Brett tragen zu einem konfliktarmen Zusammenleben bei. Darin können z. B. die Stallzeiten festgeschrieben werden, in denen die Gastgeber nicht zur Verfügung stehen (bei Urlaub auf dem Bauernhof). Eine Infomappe oder das Schwarze Brett kann allgemeine Informationen zum Ort, ein Schlechtwetterprogramm oder Hinweise auf aktuelle Kulturangebote oder geführte Wanderungen enthalten. Der Gastgeber sollte über die Sehenswürdigkeiten Bescheid wissen und bei Interesse an einen Stadtführer verweisen können.

Eine aussagekräftige Internet-Präsentation zählt heute zum guten Service. Viele Urlauber buchen ausschließlich über das Internet und da muß sich auch Burgjoß stärker positionieren. Sowohl eine gemeinschaftliche Präsentation auf der Ebene des örtlichen Verkehrsvereins

oder des regionalen Spessart-Tourismus' als auch eine einzelbetriebliche Präsentation erscheinen unter diesen Gesichtspunkten sinnvoll. Eine Verlinkung untereinander, mit dem Fremdenverkehrsverein oder gar mit der Seite des Hessentourismus verbessert die Möglichkeiten, von interessierten Urlaubern im „Netz“ gefunden zu werden. Der Internet-Auftritt soll auch dem Ziel der Alleinstellung eines Tourismuszweiges dienen. Rad, Wandern, Walken, Wellness oder Gesundheit sind nur exemplarische Stichworte.

Vor diesem Hintergrund wird das Konzept der Umwerbung der Urlauber insgesamt diskutiert. Scheurlen-Hamel erläutert das Ergebnis einer Studie, nach der der Tagestourist für die Gastronomie lukrativer ist als der Bustourist, der den Ausflug pauschal gebucht hat und sich im Ort äußerst knauserig zeigt. Die Kleingruppen oder Individualtouristen haben sich dagegen bewußt für ein bestimmtes Ausflugsziel entschieden und zeigen sich bei einem Tages- oder Wochenendausflug spendierfreudiger. Burgjoß kann von der Nähe zum Rhein-Main-Gebiet und der schnellen Erreichbarkeit von dort profitieren. Einer Überarbeitung bedarf dazu der Tourismusprospekt des Ortes und sein Verteilweg, d. h. wie der interessierte Tourist an den Prospekt kommen kann. Die Werbeaktivität muß sich auf Kleingruppen und Individualreisende konzentrieren.