

PRESSEMITTEILUNG | 22.03.2023

Beim Tourismus in Maulbronn gibt es noch Luft nach oben

Antwort der Landesregierung macht den lokalen Wirtschaftsfaktor deutlich – Landtagsabgeordneter Erik Schweickert (FDP) griff Fragen von Bürgermeisterkandidatin Johanna Bächle in einer Anfrage auf Ministerin Nicole Hoffmeister-Kraut (CDU): „Genuss in historischen Gemäuern“

Maulbronn. Rückenwind für den Tourismus in Maulbronn wie auch für eine lebendige Innenstadt, das erhofft sich Johanna Bächle für die Zukunft der Klosterstadt. Das treibt die Bürgermeisterkandidatin nicht erst seit gestern um, wie sie erklärte. „Was können wir zusätzlich tun, um den Wirtschaftsfaktor Tourismus zu stärken?“ Diese entscheidende Frage von Johanna Bächle griff jetzt der Vorsitzende des für Tourismus zuständigen Landtagsausschusses, Professor Dr. Erik Schweickert (FDP) nach einem Gespräch mit ihr auf. Inzwischen liegt, so der Enzkreis-Abgeordnete an die kommunale Amtsleiterin, die Antwort von Dr. Nicole Hoffmeister-Kraut (CDU) vor, der Ministerin für Wirtschaft, Arbeit und Tourismus des Landes.

Was den Tourismus angeht, sowie auch dessen Effekt auf ein lebendiges städtisches Umfeld, so gibt es tatsächlich „noch Luft nach oben“, wie die Kandidatin formuliert, nachdem sie die Antworten, die Prof. Dr. Schweickert von der Landesregierung erhalten hatte, auswerten konnte. Im Falle ihrer Wahl zur Bürgermeisterin von Maulbronn will sie gemeinsam mit allen Enzkreis-Abgeordneten zusätzliche Aktivitäten zugunsten der Klosterstadt unternehmen. Schweickert habe dies ihr schon zugesagt.

Bei Tourismusangeboten sei die Auffindbarkeit und Buchbarkeit beispielsweise durch eine entsprechende Listung auf (Online-)Portalen wichtig, so die Landesregierung. „Inzwischen dominieren dabei Onlinemedien als Informationsquelle über Urlaub und Reisen, Erholung und Gesundheit.“

Weltkulturerbe Maulbronn eines der Monumente

Monumente sollen künftig stärker wirken – damit bezeichnet die Landesregierung unter anderem das Weltkulturerbe Kloster Maulbronn, Schlösser wie Heidelberg, Ludwigsburg, Schwetzingen, Salem und Weikersheim. Marketing und Schaufensterprodukte, die mit



Qualitätskriterien hinterlegt seien, sollen die Anziehungskraft einzelner Monumente steigern und durch die Verknüpfung mit regionalen und lokalen Partnerinnen und Partnern auch die Verbindung in die umliegenden Gemeinden schaffen, zitiert Johanna Bächle aus der Antwort. Beispielhaft nennt die Ministerin hier das Schaufensterprodukt „Genuss in historischen Gemäuern“. Darüber hinaus seien in den meisten SSG-Monumenten Shops eingerichtet, in denen auch Produkte von regionalen Herstellern angeboten werden.

Des Weiteren bestünden Kooperationen bei Führungen und Veranstaltungen mit örtlichen Anbietern (zum Beispiel Führungen mit örtlichen Imkern, Weinverkostungen, gemeinsame Märkte).

Die in der Besucherbefragung festgestellte sehr hohe Bereitschaft der Gäste, verbunden mit einer hohen Bereitschaft, selbst wieder zu kommen, erhöhen nach Einschätzung der Landesregierung zudem die Potenziale für die örtliche Gastronomie und den Einzelhandel in ländlichen Regionen ebenso wie Beispiele aus belebten Gebieten.

Mit Geschichten und Geschichte aufladen

Die Landesregierung an Schweickert: „Hier werden Mehrwerte geschaffen, die auch auf den Ort oder die Region abstrahlen.“ Des Weiteren spiele die Aufladung mit Geschichten und Geschichte sowie die authentische Inszenierung des Angebots eine große Rolle. Auch dieser Aspekt stärke die Region bzw. den Ort.

Wirtschaftlicher Mehrwert

Auch die Einrichtungen der SSG selber bringen einen wirtschaftlichen Mehrwert für die umliegende örtliche Geschäftswelt sowie die betreffenden Orte. Wie die Besucherumfrage aus dem Jahr 2021 zeige, so Ministerin Hofmeister-Kraut, gaben Gäste aus Deutschland bei Tagesausflügen zu den Objekten der SSG – damit auch dem Kloster Maulbronn – zwischen 31 Euro und 44 Euro (2016 waren es zwischen 45 Euro und 53 Euro) pro Person am Ort beziehungsweise in der Region aus.

Bei Gästen aus dem Ausland lägen die Ausgaben pro Person und Tag erheblich höher. Darüber hinaus seien in den meisten SSG-Monumenten Shops eingerichtet, in denen auch Produkte von regionalen Herstellern angeboten werden.

Der Tourismus erzielt in Baden-Württemberg einen Bruttoumsatz von über 25 Milliarden Euro im Jahr, so Erik Schweickert in seinem Antrag. Er ist sich mit Bürgermeisterkandidatin Johanna Bächle einig: Tourismus werde häufig mit längerfristigen Urlaubsaufenthalten in Verbindung gebracht. „In vielen Fällen locken jedoch einzelne besondere Attraktionen insbesondere Tagestouristen an, deren Besuch sich dann nur auf diese einzelne Attraktion beschränkt und dementsprechend geringere positive Auswirkungen auf die lokale Wirtschaft eines Ortes hat.“ Der Antrag sollte in Erfahrung bringen, inwieweit der Landesregierung diese Herausforderungen zur örtlichen Akzeptanz des Tourismus bei solchen touristischen Magneten bekannt sind und welche Konzepte sie diesbezüglich hat bzw. welche Best-Practice-Beispiele in solchen Konstellationen schon umgesetzt wurden, insbesondere im Bereich von kleineren Kommunen.