

## Summary

# *Kulturtourismus an der Römischen Weinstrasse*

### Vorgelegt von:

Lisa Zeime  
Im Märsch 4  
54340 Riol

[LisaZeimet@web.de](mailto:LisaZeimet@web.de)

Matrikelnummer: 1000391

Fokus der Arbeit ist es, den Kulturtourismus in der VG Schweich zu untersuchen. Nachdem dem Leser das Grundverständnis des Kulturtourismus nahegebracht wird, soll herausgefunden werden, welchen Stellenwert der Tourismus in der Region hat und welche Bedeutung dabei den Kulturstätten zugeschrieben werden kann.

Besonders wird hier das "Besucherbergwerk Barbara-Hoffnung" Fell in den Mittelpunkt der Untersuchung gestellt. Das Besucherbergwerk (BBW) soll als Hauptpraxisbeispiel die Kulturstätten der Region repräsentieren. Ist das Besucherbergwerk eine gut vermarktete Kulturstätte und trägt so zum Image der Region bei? Stellen die Besucher des Besucherbergwerks Kulturtouristen im engeren Sinne dar oder sind die Gäste nur zufällig zu der kulturellen Ressource gelangt? Welches Motiv steckt hinter dem Besuch der Urlauber? Diese Fragen sollen von Gästen des BBW beantwortet werden. So kann aus erster Hand analysiert werden, wie wichtig das Freizeitangebot Besucherbergwerk Fell und andere kulturelle Einrichtungen für die Region sind. Doch da eine repräsentative Umfrage nicht alleine auf einem Beispiel basieren kann, vervollständigt ein weiteres Praxisbeispiel diese Arbeit.

Somit ist ein weiterer wichtiger Abschnitt der Arbeit der "Römischen Villa Urbana" in Longuich gewidmet. Sie soll in dieser Untersuchung stellvertretend für alle römischen Relikte in der VG stehen, da besonders die römischen Ressourcen in der Region vermehrt vorkommen. Ziel ist es hier, die Nutzung der Villa zu präsentieren und ungenutzte Potentiale, aber auch Probleme aufzudecken. Warum wird die Villa nicht vielseitiger genutzt? Diese und weitere Fragen sollen mithilfe der Bachelorarbeit beantwortet werden.

Der Begriff des Kulturtourismus taucht erstmals 1980 auf, dennoch gibt es bis heute keine einheitliche Begriffserklärung. Fest steht jedoch, dass Kulturtouristen ein ausgeprägtes Interesse an Kultur pflegen, kulturelle Einrichtungen besichtigen, an Kulturveranstaltungen teilnehmen und Informationsvermittlung in verschiedenster Art wahrnehmen. Ein weiterer wichtiger Punkt ist die Differenzierung zwischen Kulturtouristen im engeren Sinne und den Besichtigungstouristen. Letztere stellen Touristen mit einem breiten Motivspektrum dar, bei denen die Kultur somit nur als eines von vielen Reisemotiven genannt werden kann (vgl. STEINECKE 2007, S.2ff.).

Neben einer Vielzahl von Arten des Kulturangebotes wurde in der vorliegenden Bachelorarbeit besonders der Objekt-Kulturtourismus anhand der Beispiele Besucherbergwerk Fell und der Villa Longuich analysiert. Verschiedenste Instrumente der Inszenierung kamen dabei zum Vorschein. Dies scheint in der heutigen Zeit besonders wichtig, da Kulturtouristen zur immer anspruchsvolleren Klientel zählen. Das Bedürfnis der Touristen nach Erlebnis und Unterhaltung steigt. Nicht die Wissensvermittlung steht bei den meisten an erster Stelle, sondern die Suche nach dem Außergewöhnlichen und der Unterhaltung (vgl. STEINECKE 2007, S.78f.).

In Kapitel 3 der vorliegenden Arbeit wurde nicht speziell der Kulturtourismus, sondern der gesamte Tourismus der VG Schweich vorgestellt und analysiert. Es stellte sich heraus, dass die VG eine Vielzahl an Freizeitmöglichkeiten anzubieten hat und gerade wegen ihrer besonderen Kulturlandschaft auch zum Wandern, Radfahren und ähnlichem einlädt. Ebenso gilt der Weintourist an der Mosel als bekannte Klientel. Auch die gute verkehrstechnische Anbindung der VG Schweich sowie die Nähe zur Kulturstätte Trier begünstigen das Touristenaufkommen an der "Roemischen Weinstrasse".

Der Faktor der "Fremdenverkehrsintensität" verdeutlicht die wirtschaftliche Bedeutung des Tourismus für die VG Schweich. Hier kann mit einem Ergebnis von 2057 dem Tourismus ein hoher Stellenwert in der VG zuerkannt werden. Zu beachten gilt außerdem, dass in dieser Kennziffer noch keine Tagegäste mit einbezogen sind. Demnach kann von einem weitaus höheren wirtschaftlichen Beitrag als errechnet ausgegangen werden. Hier wird deutlich, dass der Tourismus in der VG Schweich durchaus eine wichtige Rolle spielt und dieser Jahr für Jahr steigt. Mit neuen Projekten, wie dem "Triolago", erweitert die Region ihr Freizeitangebot stetig.

Ein Grund für das relativ hohe Touristenaufkommen kann jedoch sicherlich auch den Kulturstätten der Region zugeschrieben werden. Die Befragung am Besucherbergwerk in Fell konnte Aufschluss über die Bedeutung und den Stellenwert der kulturellen Relikte für die VG Schweich liefern. Demnach stellte sich heraus, dass die Gäste der VG besonders den

Wein, aber auch die Mosel und die Kultur mit der Region assoziieren. Hier wird deutlich, dass die Kultur durchaus Beachtung findet und von den Gästen der VG wahrgenommen wird. Positiv verstärkt wird diese Schlussfolgerung durch die Frage nach dem Reisemotiv, denn auch hier wird wiederum das "Interesse an der Kultur der Ferienregion" angegeben.

Die besondere Landschaft und Natur laden zu sportlichen Aktivitäten wie Wandern und Radfahren ein, ebenso scheint als Abwechslung zum Ferienprogramm das Interesse an den kulturellen Relikten der VG durchaus vorhanden zu sein. Dennoch wird an dieser Stelle deutlich, dass ein reines Interesse an Kultur (ohne weitere Reisemotive) nur bei 9% der Gäste vorhanden ist. Kulturtourismus im engeren Sinne findet demnach nur in geringem Maß statt. Somit ist es vielmehr das Gesamtpaket der Region, das die VG Schweich so interessant macht. Besichtigungsurlauber fühlen sich hier dank der Vielfältigkeit an Kulturstätten der VG besonders wohl. 60% der Gäste wollen sich mehr als eine der kulturellen Ressourcen -neben weiteren Aktivitäten- anschauen.

Bei genauerer Betrachtung der Kulturstätte Besucherbergwerk Fell wurde deutlich, dass diese Kulturstätte für die Mehrheit der Gäste keinen ursächlichen Reisegrund darstellt. Allerdings ordnen im Gegenzug 48% der Befragten dem Besucherbergwerk einen hohen touristischen Stellenwert zu. Somit ist festzustellen, auch wenn das BBW für viele Touristen keinen originären Reisegrund darstellt, so nimmt es während der Reise doch einen wichtigen Stellenwert an. Dies bestätigt wiederum die Annahme, dass viele Gäste der VG den sogenannten Besichtigungsurlaubern zugeordnet werden können. Für viele Urlauber nimmt das Besucherbergwerk somit die Position der tertiären Attraktion ein. Sie informieren sich erst während der Reise über die Attraktionen vor Ort und besichtigen folglich die verschiedenen Kulturstätten der Region.

Auch die "Römische Villa Urbana" in Longuich gehört zu einer dieser Attraktionen. 42% der Befragten besichtigen neben dem "Besucherbergwerk Barbara-Hoffnung" ebenso die "Villa Urbana". 76% nehmen dabei an einer traditionellen Führung teil oder aber besuchen auf eigene Faust die Villa. Dies verdeutlicht, dass trotz der verschiedenen Angebote der Villa überwiegend die traditionelle Nutzung wahrgenommen wird. Grund hierfür stellt das zur Zeit gering ausgeprägte Marketing dar. Das Monologtheater "Rufus ante Portas" steht noch in seinen Anfängen und braucht demnach noch etwas Zeit, um sich am Markt zu etablieren. Die Kindervormittage werden wegen mangelnder personeller Ressourcen kaum ins Marketing aufgenommen. Ebenso musste das Römerfest aus Gründen des Zeitmanagements hinter anderen Festen der Gemeinde Longuich zurückstehen. An dieser Stelle kann der Gemeinde Longuich jedoch kein Ideenmangel oder Desinteresse an ihrer römischen Ressource unterstellt werden, es fehlt einfach an finanziellen und personellen Ressourcen, um all die

Ideen und Vorschläge zur Nutzung der Villa umzusetzen oder wie im Fall des Römerfestes aufrecht zu erhalten.

Warum es allerdings bisher keine Vermarktung im Bereich Location gibt, ist für die Autorin nicht verständlich. Offiziell ist es nur Mitgliedern der Gemeinde Longuich gestattet, die Villa als Location zu nutzen. Es scheint, als wolle die Gemeinde diese Chance der Vermarktung - aus mir unersichtlichen Gründen- nicht ausführlich wahrnehmen.

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass die "Villa Urbana" sowie das Besucherbergwerk in Fell von den Gemeinden, soweit es die finanziellen und personellen Mittel zulassen, genutzt werden. Die Gemeinden versuchen, ihr Angebot stets zu erweitern und den neuen Trends am Markt zu folgen. So ist beispielsweise das BBW momentan mit der Fertigstellung des interaktiven Museums beschäftigt, und die "Villa Urbana" verfolgt mit einer animativen Führung in ihrem Angebot ebenso das Geschehen am Markt. Dass die Gemeinden inaktiv sind kann ihnen also weder vorgeworfen noch ernsthaft unterstellt werden. Dass die VG Schweich sich unter diesen Umständen als Region für Kulturtourismus anbietet, bestätigen nicht nur die Angebotspalette sondern ebenso die Analyse der Gästebefragung -auch wenn sich hier deutlich herausstellt, dass es sich in erster Linie um Besichtigungsurlauber handelt. Für Kulturtouristen im engeren Sinne ist die Angebotspalette und Vielfalt der kulturellen Relikte der Region zu gering, obwohl sie mit 9% der Befragten durchaus im Vergleich mit großen Studien mithalten kann. Festzuhalten ist demnach, dass die VG Schweich von ihren kulturellen Ressourcen durchaus profitiert, da so die Vielfalt in der Region gesteigert wird und den Touristen ein abwechslungsreiches Programm geboten werden kann. Jedoch wird ebenso deutlich, dass nur eine geringe Anzahl an Touristen gerade wegen dieser Kulturstätten in der VG Urlaub macht. Nur selten stellen diese den Hauptgrund der Reise dar und können so auch nicht primär für eine Steigerung des Touristenaufkommen herangezogen werden. Die VG Schweich bleibt demnach in erster Linie die Weinregion an der Mosel, Kulturstätten und Sehenswürdigkeiten runden das Bild ab, während die Kulturstadt Trier mit gebündeltem Angebot aufwarten kann und Touristen in den Großraum anzieht.

Die Analyse der Gästebefragung zeigt, dass die Kulturstätten rund um die Region wahrgenommen und genutzt werden, jedoch prägen sie die VG Schweich derzeit noch nicht in dem möglichen Maße. Ziel sollte es sein, mehr mit den Relikten aus der vergangenen Zeit für die Region zu werben. Momentan findet nur Einzelmarketing statt: jede Kulturstätte, ob Besucherbergwerk Fell, "Villa Urbana" oder "Villa Rustica" wirbt für sich allein. Sinnvoll jedoch wäre ein Zusammenwirken dieser kulturellen Relikte. Die einzelnen Objekte sind zu

unbedeutend um größere Besucherscharen anzulocken. Ein gemeinsames Marketing jedoch würde das Volumen und die Vielfalt dieser Kulturstätten deutlicher werden lassen.

Trotz personeller oder finanzieller Probleme sollte die VG schnellstmöglich über die verschiedenen Möglichkeiten der Kooperation nachdenken. Denn nur ein gemeinsames Marketing kann es schaffen, die kulturellen Relikte zum Imagerträger der Region werden zu lassen und somit auch eine größere Anzahl von Kulturtouristen in die Region zu locken. Das Freizeitverhalten der Menschen hat sich verändert. Gerne werden Kurzurlaube, Senioren- und Städtereisen unternommen. Diesen Wandel muss die VG als Chance für sich nutzen und potentiellen Gästen das Angebot der VG als Urlaubsziel oder kurzen Kulturtrip aufzeigen