

Die U.S.- Amerikaner in der Westpfalz und die damit verbundenen Entwicklungen im Tourismus mit besonderem Augenmerk auf die lokale Hotelauslastung

Die Tourismus- und Freizeitgeographie beschäftigt sich mit den verschiedenen Faktoren und Auswirkungen, die der Fremdenverkehr hervorruft und beeinflusst, einmal von der Angebots- wie auch von der Nachfrageseite. Daher ist es wichtig, um aufgestellte Thesen zu verifizieren oder zu widerlegen, um Zusammenhänge zu erkennen oder um mögliche Entwicklungen vorherzusehen und zu beeinflussen, möglichst viele Blickpunkte und Sichtweisen wahrzunehmen und gegeneinander abzuwägen. Dieser Grundgedanke verbunden mit dem Interesse, was die in der Westpfalz stationierten U.S.- Amerikaner im touristischen Sektor alles bewirken und prägen, führte zur Idee und zum Leitgedanken dieser Bachelorarbeit .

Die Vereinigten Staaten von Amerika sind nach dem Zweiten Weltkrieg zum wichtigsten außenpolitischen Verbündeten der Bundesrepublik Deutschland avanciert, zuerst als Schutzmacht, später als Partner. Kein Jahrzehnt nach Ende des Zweiten Weltkrieges existierten schon mehrere U.S.- militärische Stützpunkte in Rheinland-Pfalz, aufgrund der strategisch wichtigen Lage zu Frankreich und den Benelux-Staaten.

Die überaus starke Präsenz des U.S.- Militärs in Rheinland-Pfalz mit dem Zentrum im Landkreis Kaiserslautern hat Auswirkungen auf viele Bereiche im alltäglichen Geschehen, das außerhalb der Basen stattfindet, obwohl diese Militärstützpunkte von der Außenwelt abgeschlossen und weitgehend autark sind. Die U.S.- Amerikaner sind für viele Einheimische nicht mehr aus der Region wegzudenken und haben so starke Auswirkungen auf die Wahrnehmung der Einwohner des Landkreises, wie auch die Wahrnehmung Außenstehender auf den Landkreis. Es ist nahezu unmöglich, auf alle Facetten und Auswirkungen, die die U.S.- Militärstützpunkte und die damit verbundenen U.S.- Stationierten mit sich bringen, einzugehen, doch im Bezug dieser Bachelorarbeit werden die verschiedenen Auswirkungen auf den regionalen Tourismus mit speziellem Augenmerk auf die lokale Hotellerie untersucht und kritisch betrachtet, da besonders die Hotelindustrie stark vom U.S.- Militär profitiert und dies auch Auswirkungen auf die Touristen hat, die nicht beim U.S.- Militär sind und in den hiesigen Hotels absteigen.

Im Fokus dieser Arbeit stehen die Hoteliers des Landkreises und ihre Orientierung auf verschiedene Kundengruppen und insbesondere ihren Umgang mit den U.S.- Amerikanern, die durch

Verbindungen zum U.S.- Militär in den Landkreis kommen. Dabei werden insbesondere Stärken und Schwächen herausgearbeitet und wie die Verantwortlichen diese handhaben können, sofern sie dies nicht schon tun.

Die Auswirkungen der U.S.- Militärpräsenz im Landkreis und der kreisfreien Stadt Kaiserslautern sind auf nahezu alle Wirtschaftsbereiche relevant und immens, werden die direkten, wie auch die indirekten Effekte berücksichtigt. Die U.S.- Militärstützpunkte prägen nicht nur das Landschaftsbild im lokalen Raum, sondern auch das Leben der Zivilbevölkerung, wahrscheinlich kann fast jeder, der über einen längeren Zeitraum im Landkreis oder der kreisfreien Stadt Kaiserslautern gelebt hat, von sich behaupten, irgendwann in der Vergangenheit oder dauerhaft U.S.- Amerikaner in der Nachbarschaft gehabt zu haben. Tritt eine Zivilperson der einheimischen Bevölkerung als Vermieter auf, der U.S.- Militärangehörige als Mieter hat, profitiert er so ebenfalls von der Stationierung in Deutschland, obwohl die einheimische Bevölkerung, die keinen direkten Zugang zu einem oder mehreren der U.S.- Militärstützpunkte hat, vom Geschehen dort ausgeschlossen ist, da die Basen in sich geschlossene, autarke Orte sind, die durch Zäune und Kontrollen vom lokalen Raum abgeschottet und ausgeschlossen sind.

Die Kaiserslautern Military Community hat etwa 50.000 Mitglieder, nimmt so einen überdimensional großen Teil der hier lebenden Bevölkerung für sich in Anspruch.

Die englische Sprache ist allgegenwärtig und der Großteil der einheimischen Bevölkerung jeder Altersklasse verfügt mindestens über Grundkenntnisse, sei es durch die Arbeitsstelle oder durch private Kontakte.

Das U.S.- Militär im Raum hat eine Wirtschaftskraft von rund 1,4 Milliarden Euro, die zu Großteilen in die lokale Wirtschaft außerhalb der Stützpunkte fließt, dabei nimmt die Freizeitwirtschaft, die Gastronomie und die Hotellerie einen großen Stellenwert ein.

Darüber hinaus bietet das U.S.- Militär aktuell etwa 5000 bis 6000 zivilen Deutschen, den sogenannten „local nationals“ einen Arbeitsplatz, durch deutsche Kleinunternehmen auf den Stützpunkten mit deutschen Angestellten vergrößert sich die Zahl der auf den Stützpunkten arbeiteten deutschen Zivilbevölkerung.

Die U.S.- Soldaten verbringen einen beachtlichen Teil ihrer Freizeit außerhalb der Stützpunkte, so sind die U.S.- Amerikaner wichtige Kunden in der Gastronomie sowie des Einzelhandels in den Städten und Gemeinden. Die Unterhaltungsindustrie hat ihr Angebot ebenso auf die U.S.- Amerikaner abgestimmt, in Ramstein-Miesenbach existiert ein Filmtheater, wo mehr Filme in der

englischsprachigen Originalversion als in der deutschen Fassung gezeigt werden.

Aufgrund der U.S.- Amerikaner hat die lokale Fremdenverkehrsstatistik eine starke positive Entwicklung seit den 1980er Jahren zu verzeichnen, besonders die Verbandsgemeinden Landstuhl und Ramstein-Miesenbach sind durch eine hohe Bettenzahl gekennzeichnet, zusammengerechnet stellen diese beiden Verbandsgemeinden 44% aller Fremdenverkehrsbetten im Landkreis, der Anteil der Übernachtungen liegt sogar noch etwas höher bei 47%. Der Landkreis besteht insgesamt aus sieben Verbandsgemeinden. Es ist anzunehmen, dass die Übernachtungszahlen für die Verbandsgemeinde Landstuhl zurückgehen, sobald das Regional Medical Center nach Weilerbach umgezogen ist, werden dort die Übernachtungszahlen steigen und diese Verbandsgemeinde stärkere Übernachtungszahlen zu verzeichnen haben. Nichtsdestotrotz liegt Landstuhl immer noch in unmittelbarer Umgebung zur Air Force Base Ramstein, da diese zwischen Ramstein-Miesenbach und der Verbandsgemeinde Landstuhl liegt. Es ist also anzunehmen, dass die Hotellerie in Landstuhl aufgrund der Lage zur Air Force Base Ramstein immer noch eine starke U.S.- amerikanische Gästeklientel behält. Vor allem die Hotels, die näher an den Hauptverkehrsstraßen zur Air Force Base Ramstein liegen, werden von dieser weiterhin stark profitieren, so beispielsweise das Hotel Restaurant Rosenhof oder das Hotel Christine, das größte Hotel in der Sickingenstadt Landstuhl, das den Fokus auf die U.S.- Amerikaner gelegt hat. Die Belegschaft des Hotel Christine stand für diese Bachelorarbeit bedauerlicherweise für kein Experteninterview zur Verfügung.

Kleinere Hotels wie das Hotel Pfeffermühle, die in der jüngeren Vergangenheit schon sehr stark rückläufige Zahlen in der Auslastung bezogen auf die U.S.- Amerikaner hatten, was mit den Einsparungen zu tun hat, die die U.S. Army betrafen, zu der das Landstuhl Regional Medical Center gehört, und zusätzlich dazu noch etwas ungünstiger zur Air Force Base Ramstein liegen, im Fall des Hotel Pfeffermühle im Stadtteil Landstuhl – Atzel, bekommen diese Auswirkungen, was die seit letztem Jahr stark gesunkene Auslastung beweist, viel stärker zu spüren.

Die Hotels in Ramstein-Miesenbach sind vom U.S.- Militär als Hotelkunde am stärksten abhängig, wie das Beispiel des Hotel Circle Inn zeigt, wo die Auslastung durch die U.S.- Amerikaner bei 95% liegt. Diese Auslastung von 95% ist im Vergleich zur sonstigen Gästeklientel gleich, jedoch hat die absolute Gesamtauslastung stark abgenommen. Einzelne Hotels in Ramstein-Miesenbach versuchen diese negativen Entwicklungen mit mehr internationalen Gästen von der NATO auszugleichen, jedoch ist anzunehmen, dass mit der zahlenmäßig viel kleineren Kundengruppe der NATO nicht dieselben absoluten Auslastungen erreicht werden können. Ein großes Problem bei der Neukundenakquise ist dabei die Gegenwärtigkeit der Air Force Base, da ein Hotel in direktem

Umfeld des Flugplatzes Kunden, die nichts mit dem Flugplatz zu tun haben, stark abschreckt, allein wegen der Lärmbelästigung.

Bis vor wenigen Jahren war die Präsenz des Flughafens ein Segen, was sich dadurch zeigt, dass in den 90er Jahren des 20. Jahrhunderts viele Hotels in Landstuhl und Ramstein-Miesenbach erst eröffneten, da es zu dieser Zeit noch ein sehr rentables Geschäft war und die örtlichen Hoteliers wirtschaftlich starke Positionen hatten. Im Bezug auf die Entwicklung eines Tourismus, der erfolgreich vermarktet werden soll, trotz eines Militärflughafens in der unmittelbaren Nachbarschaft, erweist sich das U.S.- Militär eher als Fluch, da die Hoteliers mittlerweile realisiert haben, dass es nicht allein ausreicht, sich auf die U.S.- amerikanischen Militärangehörigen als Kunden zu versteifen, sondern dass auch andere Zielgruppen für ein nachhaltiges Wirtschaften nötig sind.

Im lokalen Raum ist durchaus Potential für eine erfolgreiche Tourismusedwicklung, unabhängig vom U.S.- amerikanischen Militär, vorhanden, es ist nur nötig, das Marketing von Grund auf zu ändern und neu zu strukturieren. Als Grundbaustein sollte ein Alleinstellungsmerkmal der Westpfalz gefunden werden, durch die sich die Teilregion von anderen Teilregionen differenzieren lässt und einen Wiedererkennungswert bekommt. Dadurch werden mögliche Urlaubstouristen angesprochen und befassen sich womöglich näher mit der Idee, hier einen Urlaub zu verbringen. Das Marketing muss „online“ mit einem ansprechenden, überzeugenden Webauftritt, wie auch „offline“ erfolgen. Die Vermarktung außerhalb des Internets kann auf verschiedenen Reise- und Freizeitmessen, wie in Printmedien abgewickelt werden. Durch besondere preisliche Angebote und Rabatte werden mögliche Neukunden bestärkt, die Wahl zugunsten der Westpfalz zu treffen. Des Weiteren ist es dann wichtig, zwischen den verschiedenen Landkreisen zu kooperieren, damit Touristen angeregt werden, Tagestouren in die sonstigen Landkreise zu unternehmen, so zum Beispiel in den Südwestpfalz Kreis oder den Landkreis Kusel, wo es jeweils einige Besonderheiten gibt, die für Touristen je nach Interesse sehr ansprechend sein können. Hier kann schon eine Differenzierung im Angebot ausgearbeitet werden, so eignet sich der Pfälzerwald gut für Wander- und Sporttourismus, in den kreisfreien Städten kann das Kulturangebot hervorgehoben werden, im Falle von Zweibrücken zum Beispiel das Schloss Zweibrücken oder der weit über die Grenzen der Region hinaus bekannte Rosengarten, um nur ein paar der Beispiele zu nennen.

Von der gemeinsamen Werbung und vereinfacht gesagt „Kundenteilung“ profitieren dann zwar nicht die Hoteliers der benachbarten Landkreise und kreisfreien Städte, aber unter Umständen die

Gastronomie, die sich in vielen Fällen an einen Hotelbetrieb anschließt und der Einzelhandel vor Ort. Ein solches Marketingkonzept sollte möglichst viele Zielgruppen ansprechen und ist unter Umständen auch schon für vorhandene starke Zielgruppen nützlich, sodass sie auf neue unbekanntere Destinationen aufmerksam werden.

Seitens der Verbandsgemeinde Landstuhl ist ein neuer Schritt in Richtung Tourismusmarketing seit Anfang dieses Jahres getan, als die Verantwortlichen den Beitritt der Verbandsgemeinde Landstuhl in das Zentrum Pfälzerwald Touristik besiegelten, das mit seinen sechs Mitgliedsverbandsgemeinden dafür zuständig ist, den lokalen Tourismus zu stärken. Die anderen Mitgliedsverbandsgemeinden sind Hochspeyer, Kaiserslautern – Süd, Lambrecht (Pfalz), Rodalben und Waldfischbach-Burgalben. Die Zusammenarbeit mit diesen Verbandsgemeinden, die weniger von der Gegenwart der Kaiserslautern Military Community und des U.S.- Militärs mitbekommen, kann die Fokussierung auf andere Bereiche des Tourismus fördern und verstärken, um eine Neupositionierung des lokalen Tourismus zu erreichen, der von den U.S.- Amerikanern unabhängiger ist. Darüber hinaus besteht bis zum Ende dieses Jahres ein Teilprojekt mit dem Namen „Erschließung der amerikanischen Zielgruppe“, bei dem es um die integrierte ländliche Entwicklung im Westrich geht und eine Zusammenarbeit mit der Verbandsgemeinde Landstuhl, der Verbandsgemeinde Bruchmühlbach-Miesau, dem Landkreis Kaiserslautern wie auch der kreisfreien Stadt Kaiserslautern existiert. Dieses Teilprojekt wird von der Europäischen Union finanziell unterstützt. Inhalt der Projektgruppe ist die bestmögliche Erschließung der U.S.- amerikanischen Zielgruppe.

Die kreisfreie Stadt Kaiserslautern ist zwar durch die Präsenz des U.S.- amerikanischen Militärs auch geprägt, jedoch nicht so stark wie die Verbandsgemeinden Landstuhl und Ramstein-Miesenbach, was vor allem darauf zurückzuführen ist, dass Kaiserslautern als Standort der Technischen Universität überregional sehr bekannt ist und Standort vieler Firmen und Fabriken, so beispielsweise das Opelwerk. Die befragten Hoteliers gaben an, an einer Stärkung des lokalen Tourismus interessiert zu sein, jedoch vor allem an einer Stärkung des Geschäftsreisetourismus, da dieser schon verstärkt in den jeweiligen Häusern vorherrscht.

Insgesamt betrachtet ist deutlich, dass die U.S.- Militärpräsenz im Landkreis und der kreisfreien Stadt Kaiserslautern eine überdimensional große Rolle spielt, der Tourismus und die lokale Hotellerie davon viele Jahre profitiert haben, aber die jüngsten Entwicklungen zeigen, dass neue Blickwinkel in der Problembearbeitung erforderlich sind, um einen dauerhaft erfolgreichen Tourismus und nachhaltiges Wirtschaften zu ermöglichen.