



BESCHLUSSVORLAGE

Dezernat: Dezernat 2
Fachdienst: Ländlicher Raum,
Kreisentwicklung
Sachbearbeitung: Roswitha Guggemos
Fachdienstleitung: Wolfgang Koller

Beratungsgremium

Kreistag

Die Sitzung ist am

19.10.2020

öffentlich

Beratungsgegenstand:

Tourismusbericht

Beschlussantrag:

Der Kreistag nimmt den Bericht 2020 zur Tourismusarbeit des Alb-Donau-Kreises zur Kenntnis.

Heiner Scheffold
Landrat

Sachdarstellung:

Aufgrund der Corona-Krise ergibt sich für den Tourismus eine außergewöhnliche Situation, die sich auf alle touristische Regionen und Reisegebiete, so auf die Schwäbische Alb und damit auch schlussendlich den Alb-Donau-Kreis auswirkt. Nach vielen erfolgreichen Jahren mit ständigen Zuwächsen bei den Übernachtungszahlen gab es 2020 einen herben Rückschlag. Der Lockdown und damit die Schließung der Gastronomie und Beherbergungsbetriebe sowie sämtlicher Freizeit- und Kultureinrichtungen ab dem 17. bzw. 22. März 2020 brachte den Tourismus zum Erliegen. Die schwerwiegenden wirtschaftlichen Auswirkungen sind bis heute spürbar und für die Betriebe trotz Corona-Hilfen kaum zu verkraften.

1. Aktuelle Situation

Die Corona-Pandemie hat der Tourismusbranche schwer zugesetzt und die positiven Entwicklungen ausgebremst. Nach der Lockdown-Phase kehrte das touristische Leben nur schrittweise wieder zurück. Ab Anfang Mai waren teilweise Öffnungen im Kultur- und Freizeitbereich wieder möglich. In Restaurants konnte der Betrieb erst ab 18. Mai 2020 und dann nur eingeschränkt aufgenommen werden. Im Beherbergungssektor waren touristische Gäste erst ab 29. Mai 2020 wieder erlaubt. Die Gäste- und Besucherzahlen waren in den ersten Wochen nach der Wiederöffnung noch sehr verhalten, dies trotz gutem Krisenmanagement und Hygienekonzepte. Stück für Stück müssen die Betriebe das Vertrauen ihrer Gäste und Besucher wieder zurückgewinnen und sind nach wie vor weit entfernt von normalen Betriebsabläufen und Auslastungszahlen. Umsätze und Einkommen sowie die Nachfrage haben sich bislang nur begrenzt erholt. Ob das Sommergeschäft den dringend notwendigen positiven Effekt bringt und evtl. drohende Insolvenzen abwenden können, wird sich erst am Ende des Jahres zeigen.

Reisebüros und Reiseunternehmen hatten hauptsächlich mit Stornierungen und Umbuchungen zu tun, auch die Provisionen und Vermittlungsgebühren mussten größtenteils rückabgewickelt werden, was zu hohen finanziellen Einbußen führte.

2. Auswirkungen durch Corona

Zwar ist die Reise- und Ausflugslust der Deutschen nach wie vor da, doch Veränderungen im Reiseverhalten und Hemmnisse sind deutlich erkennbar. Nach der Zeit des Lockdowns und zahlreichen Stornierungen verspürten im Sommer viele wieder den Wunsch zu verreisen. Der Haupturlaub wurde vielfach, wenn auch in verkürzter Form, im Inland anstatt wie üblich im Ausland verbracht. Aus der Sicht des Urlaubers geht jedoch Sicherheit vor. Es wird offensichtlich überlegt, wie man den Urlaub sicher gestalten und diesen dennoch so normal wie möglich verbringen kann.

Outdooraktivitäten und Naturtourismus stehen hoch im Kurs. Bei den Unterbringungsarten wird vielfach darauf geachtet, dass diese abseits der touristischen Hotspots liegen. Gut nachgefragt werden Campingmöglichkeiten und Selbstversorgerunterkünfte (Ferienwohnung/Ferienhäuser). Davon profitieren der örtliche Einzelhandel und die regionale Gastronomie. Auch die Hotellerie verbucht stellenweise mehr touristische Gäste als

in den Vorjahren. In jedem Fall müssen sich aber die Vermieter und Hoteliers auf ein Kurzfristgeschäft einstellen und hohe Flexibilität zeigen.

Der klassische Geschäftsreiseverkehr bleibt deutlich unter dem Vorkrisenniveau. Vor allem Übernachtungen im MICE-Segment (Meetings, Incentives, Conventions, Exhibitions, Events) bleiben aus. Wer aufgrund von Corona bewusst keinen Urlaub macht, unternimmt vermehrt Tagesausflüge in die Region, die ebenso zur Stärkung der heimischen Wirtschaft beitragen. Darüber hinaus ist das Empfinden der Menschen für die Schönheiten in der eigenen Umgebung gewachsen und damit auch die Sensibilisierung für touristische Themen. Gerade die Investitionen in den letzten Jahren in die touristische Infrastruktur, insbesondere die Rad- und Wanderwegebeschilderung, haben zu einer höheren Wertigkeit der Region erheblich beigetragen.

3. Restart-Kampagne Tourismus

Die Tourismusverantwortlichen haben frühzeitig auf die Krisensituation reagiert und Gegenmaßnahmen ergriffen. Die Belegung des Tourismus und den Urlaub möglichst im eigenen Land zu verbringen, das war Ziel einer mehrstufigen Kampagnenreihe, die sich durch alle touristischen Ebenen zog. Bereits im Mai 2020 lief eine bundesweite Kampagne an unter dem Titel „Entdecke Deutschland“, zu der sich alle 16 Bundesländer mit ihren Landesmarketingorganisationen zusammengeschlossen hatten. Baden-Württemberg war mit Inhalten aus Regionen und Städten vertreten, u.a. der Schwäbischen Alb. Auch die Deutsche Bahn hatte ihre Jahreskampagne auf Urlaubszielen in Deutschland und ihre nachhaltige Anreise ausgerichtet, darunter auch Ziele auf der Schwäbischen Alb.

Von der Tourismus Marketing Baden-Württemberg (TMBW) wurde eine landesweite Kampagne gestartet unter dem Motto „Sie haben Ihr Ziel erreicht“. In Anzeigen, auf Großflächenplakaten und Citylight-Postern an mehr als 2.300 Standorten zwischen Mannheim und Friedrichshafen und auf allen digitalen Kanälen (Hashtag #Heimvorteil) wurden Urlaubsziele in Baden-Württemberg beworben. In diese reichweitenstarke Kampagne war der Tourismusverband Schwäbische Alb (SAT) mit 23 Alb-Partnern (Städte und Landkreise) eingebunden, darunter auch der Alb-Donau-Kreis. Für die Schwäbische Alb wurden im Juli über 250 Großflächenplakate aufgestellt mit 20 verschiedenen Alb-Motiven, u.a. ein Motiv des Klosters Obermarchtal mit Alb und der Donau im Hintergrund. Auf einer eigens erstellten Kampagnenwebseite waren Ausflugsziele einschließlich Rad- und Wandertouren hinterlegt. Dabei stand die Botschaft möglichst viele Urlauber auf die Schwäbische Alb zu holen stets im Mittelpunkt der gemeinsamen Aktivitäten.

Nie zuvor wurden in so kurzer Zeit so viele Mittel in gemeinsames touristisches Marketing eingebracht. Die Schwäbischen Alb investierte rd. 240.000,00 €, finanziert über Landeszuschüsse (165.000,00 €) und durch Kooperationsbeteiligungen der Städte und Landkreise (rd. 75.000,00 €). Das Kampagnenbudget des Landes Baden-Württemberg betrug insgesamt rd. 750.000,00 €.

4. Gästekarte „AlbCard“

Am 1. Juli 2020 ging die Alb-Card, die erste Gästekarte für die Schwäbische Alb, an den Start. Der ursprünglich geplante Starttermin (1. April 2020) musste wegen Corona leider um 3 Monate verschoben werden. Mit der AlbCard können Übernachtungsgäste auf der Schwäbischen Alb kostenfrei Bus und Bahn fahren sowie sehr viele touristischen Highlights und Sehenswürdigkeiten der Region kostenlos erleben. Die AlbCard wird von den teilnehmenden AlbCard-Gastgebern kostenfrei an dessen Übernachtungsgäste ausgegeben und findet bei den Gästen durchweg positiven Anklang.

Von den derzeit insgesamt 130 AlbCard-Gastgebern liegen 15 Betriebe im Alb-Donau-Kreis. Bei den Leistungsträgern sind von derzeit insgesamt 125 teilnehmenden Freizeit- und Kultureinrichtungen 16 Betriebe im Alb-Donau-Kreis. Die AlbCard ist Service- und Mobilitätspaket in einem. Einerseits kommen Gäste in den Genuss eines „Alb-Inklusive-Urlaubs“, andererseits stärken wir den ÖPNV und damit den nachhaltigen Tourismus. Die AlbCard ist ein umlagefinanziertes Gästekartensystem und wird vom SAT (Schwäbische Alb Tourismus) gemanagt. Die Gastgeber geben die Karte als Bonus an ihre Übernachtungsgäste aus und zahlen im Gegenzug eine Umlage, die an die Leistungsträger je nach Nutzung ausgeschüttet wird. Zur Unterstützung haben der Alb-Donau-Kreis und alle weiteren neun Landkreise der Schwäbischen Alb eine einmalige Anschubfinanzierung in Höhe von jeweils 21.000,00 € geleistet.

5. Neuer Vermarktungspool Rad

Der Schwäbische Alb Tourismus (SAT) hat sein Destinationsmarketing in den letzten Jahren themenspezifisch neu strukturiert und für die Kerngeschäftsfelder Vermarktungspools mit Arbeitskreisen gebildet. Im Mai 2020 wurde auch die Gründung eines solchen Vermarktungspools mit Arbeitskreis für den Themenbereich Rad beschlossen. Die Pool-Arbeitskreise fungieren jeweils als Expertengruppe und haben das Ziel, ein schlagkräftiges gemeinsames Marketing umzusetzen. Die Finanzierung erfolgt über Poolbeiträge, die von den Poolmitgliedern (SAT, Landkreise, örtliche Ebene) geleistet werden. Der Alb-Donau-Kreis ist Mitglied im Vermarktungspool Wandern und ist auch dem neuen Vermarktungspool Rad beigetreten. Die jährlichen Poolbeiträge belaufen sich auf rd. 4.000,00 € für den Wanderpool und rd. 3.000,00 € für den Radpool. Darüber hinaus sind die Arbeitsgemeinschaft Albtäler-Radweg und die Arbeitsgemeinschaft Berg Bier-Tour dem Radpool beigetreten. In beiden Arbeitsgemeinschaften ist der Alb-Donau-Kreis als Kooperationspartner beteiligt.

6. Relaunch Webseite Tourismus

Der Relaunch der neuen Tourismus-Webseite des Alb-Donau-Kreises wurde pünktlich im Januar 2020 zur Tourismusmesse CMT fertig gestellt und online geschaltet. Die neue Webseite überzeugt vor allem durch ein neues modernes Layout, mehr Übersichtlichkeit und eine gute nutzerfreundliche Menüführung. Auf den verschiedenen Informationsseiten stellt der Alb-Donau-Kreis seine Urlaubs- und Erlebnisthemen vor. Alle Inhalte wurden überarbeitet und aktualisiert sowie neu bebildert. Auch auf eine barrierefreie Gestaltung der Webseite wurde geachtet und entsprechende Tools wie z.B. Vor-

lesefunktion, flexible Einstellung der Schriftgrößen, Kontrasteinstellung eingebaut.

Die Zugriffszahlen für die neue Webseite sind sehr gut, insbesondere in den Sommermonaten waren teilweise mehr als 500 Besucher am Tag auf unserer Webseite. Spitzenwerte waren am 31. Mai 2020 mit 861 Besuchern und an mehreren Augusttagen mit bis zu 1060 Besuchern zu verzeichnen. Besonders stark frequentiert werden die Themenseiten Radfahren und Wandern.

Mit dem Relaunch wurde auf der Tourismuswebseite auch ein neues Online-Gastgeberverzeichnis integriert und frei geschaltet. Hotels, Gasthöfe, Ferienwohnungen können nun direkt nach freien Kapazitäten abgefragt und auch gleich online gebucht werden. Darüber hinaus haben Betriebe die Möglichkeit, ihre digitale Vertriebsreichweite auszudehnen und können ihre Übernachtungsangebote zusätzlich auch auf die marktüblichen großen Buchungsportale aufschalten lassen. Dieses Angebot ist insbesondere für kleinere und mittlere Betriebe, die bislang noch nicht im Online-Vertriebsgeschäft arbeiten, eine interessante Ergänzung.

7. Printmedien

Das Interesse an Informationsmaterial ist Corona-bedingt sehr hoch. Mit den Zugriffszahlen auf die Tourismuswebseite des Alb-Donau-Kreises sind auch die touristischen Anfragen nach Prospektmaterial angestiegen. Insbesondere in den Monaten Mai, Juni und Juli sind mehr als doppelt so viele Anfragen eingegangen wie sonst üblich. Von Januar bis August 2020 waren es insgesamt über 3.300 Anfragen, etwa so viele wie im gesamten Jahr 2019. Riesige Nachfrage bestand insbesondere nach den Fahrrad-Erlebnistouren und den Wandertouren Eiszeitpfade. Wir erhielten diesbezüglich auch viel Lob und positive Rückmeldungen für das sehr gute Tourenangebot des Alb-Donau-Kreises und das gut gemachte Info- und Prospektmaterial.

8. Themen und Produkte

Das Wanderangebot des Alb-Donau-Kreises mit den Eiszeitpfaden ist auch unter der jüngeren Generation sehr beliebt. Vier der insgesamt 20 Rundwanderwege sind vom Deutschen Wanderverband zertifiziert und werden noch diesen Herbst auf ihre Qualität hin überprüft, um erneut das Qualitätssiegel vom Deutschen Wanderverband zu erhalten.

Neue Zertifizierungsaktivitäten zu Wanderwegen gibt es im Lonetal und im Schmiechtal. Der Ausbau von Themenwegen zu den Welterbe-Höhlen im Achtal und im Lonetal nimmt weiter Gestalt an, ebenso die Beschilderung und Besucherlenkung im Welterbegebiet. Die Fahrrad-Erlebnistouren im gesamten Landkreis sind komplett neu ausgeschildert und auch für E-Bikes perfekt geeignet. Neue Radangebote wie der Eiszeittäler-Radweg und die vom ADFC mit 4 Sternen ausgezeichnete Berg Bier-Tour sind hinzugekommen. Das Netz öffentlicher Info- und Servicestationen für Radler (E-Bike-Ladestationen, Reparaturstationen, Rastplätze) erweitert sich im Landkreis fortlaufend und wird zunehmend flächendeckend. Hohe Verkaufszahlen im Fahrradmarkt und die Entwicklung der E-Bikes lassen erahnen, dass der Trend zum Radurlaub anhalten wird.

Campingurlaub erlebt durch Corona eine wahre Wiederentdeckung und wird durch moderne Formen wie Zeltlodges, Campingfässer, Blockhütten, Mobilheime erweitert und somit auch für „Einmalcamper“ interessant. Die beiden großen Campingplätze in Laichingen und Westerheim sind hier auf der Höhe der Zeit. Die Wohnmobilstellplätze im Landkreis wurden teilweise erweitert, modernisiert und neu eingerichtet, so z.B. ein neuer Platz in Erbach.

9. Touristische Kennzahlen

Kaum eine touristische Kennzahl wird im Corona-Krisen-Jahr 2020 dem Tourismus und seiner eigentlichen wirtschaftlichen Bedeutung gerecht werden können, so auch die amtliche Übernachtungsstatistik. Der Ausfall der Frühjahrsmonate und damit der Oster- und Pfingsturlaube schlägt sich in den Zahlen drastisch nieder. Nach dem absoluten Tiefpunkt im April und Mai konnte im Juni zumindest eine Verbesserung festgestellt werden.

Für das erste Halbjahr 2020 wurden in Betrieben mit zehn und mehr Betten im Alb-Donau-Kreis lediglich 126.700 Übernachtungen registriert. Das entspricht 46,1 % weniger als im Vorjahreszeitraum. Auf Landesebene und im Gebiet der Schwäbischen Alb sind die Verluste noch etwas höher. Die Schwäbische Alb verzeichnete im 1. Halbjahr 2020 einen Rückgang von 49,5 %, das Land Baden-Württemberg ein Minus von 48,3 %. Allerdings sind in den Zahlen nur Betriebe ab 10 Betten erfasst. Viele Kleinbetriebe, vor allem Ferienwohnungen und Pensionen finden in der amtlichen Statistik keine Berücksichtigung. Von rd. 250 Übernachtungsbetrieben im Alb-Donau-Kreis werden nur rd. 100 Betriebe in der Statistik erfasst.

	Übernachtungen 2019 gesamt	Übernachtungen 1.Halbjahr 2019	Übernachtungen 1.Halbjahr 2020	Veränderung In %
Alb-Donau-Kreis	515.492	235.110	126.700	-46,1 %
Schwäbische Alb	4.747.807	2.190.600	1.104.000	-49,5 %
Baden-Württemberg	57.187.271	25.775.100	13.338.100	-48,3 %

Auch ein gutes Sommerurlaubsgeschäft wird die Corona-Verluste nicht aufholen können, zumal der Geschäftsreiseverkehr weit unter den normalen Erwartungen bleibt.

Ein Blick voraus lässt erwarten, dass auch die Bilanz des 2. Halbjahres 2020 ein zweistelliges Minus ausweisen wird. Mit dem Verlust an Übernachtungen wird auch die Wertschöpfung zurückgehen. Während im Alb-Donau-Kreis in 2019 mit 515.492 Übernachtungen noch ein Bruttoumsatz von rd. 61 Mio. € erzielt wurde, wird der Umsatz 2020 im Beherbergungsbereich weit unter den Vorjahreswert schrumpfen. Ein kleiner Lichtblick eröffnet das Tagesreisegeschäft. Es gibt hierzu zwar keine offiziellen Zählun-

gen, aber es waren sichtlich erheblich mehr Gäste in der Region unterwegs. Pro Tagesreise werden Ausgaben von durchschnittlich 24,20 € veranschlagt.

10. Ausblick

Viele Tourismusbetriebe sind durch die Corona-Krise schwer belastet und können aufgrund der Einschränkungen ihre Kapazitäten nicht voll nutzen. Um die Krise erfolgreich zu bestehen, sind vor allem Flexibilität und Kreativität gefragt. Staatliche Hilfen können die Umsatzeinbußen zwar abmildern, aber nicht kompensieren. Im 2. Halbjahr 2020 ist nur eine begrenzte Nachfrageerholung zu erwarten. Der Geschäftsreisetourismus wird noch für längere Zeit bei weitem nicht das Vorkrisenniveau erreichen.

Hingegen ist Urlaub in Deutschland mehr denn je im Trend. Die Heimat wird neu entdeckt und es gibt klare Tendenzen, dass die Menschen mehr vom Land kennen lernen wollen. Hierbei ergeben sich für den Tourismus neue Perspektiven und die Chance, mehr Gäste für einen Urlaub im eigenen Land zu begeistern. Zudem suchen viele Übernachtungsbetriebe nach neuen Zielgruppen und sind offen für neue Angebote. Die Einführung der AlbCard unterstützt die Betriebe hierbei und schafft einen wichtigen Nachfrage-Anreiz für einen längeren Urlaub auf der Schwäbischen Alb.

Gerade die Bündelung der einzelnen Tourismuspartner und der Akteure auf den verschiedenen Ebenen wird entscheidend dazu beitragen, die Krise zu überwinden. Eine kurzfristige Gesamterholung des Tourismus ist bei der weiter andauernden Corona-Pandemie nicht zu erwarten. Einziges Zugpferd bleibt der Inlandstourismus. Es gilt die starken Aktivthemen Radfahren und Wandern gut zu platzieren. Im Kultur- und Veranstaltungsbereich gibt es nach wie vor große Einschränkungen. Führungen und Gruppenangebote, z.B. Gästeführungen, lassen sich nur bedingt durchführen. Theatervorstellungen und Konzerte finden, wenn überhaupt, nur im kleineren Rahmen statt, zahlreiche Feste und Märkte fallen ganz aus.

In der Gesamtschau betrachtet wird die Tourismuswirtschaft in den kommenden Monaten mit der Pandemie noch kräftig zu kämpfen haben. Prognosen führender Wirtschaftsinstitute gehen davon aus, dass bei bestmöglicher Regeneration mindestens noch 1 Jahr benötigt wird, um wieder annähernd das Ausgangsniveau zu erreichen.

10. Schwerpunkte Tourismusarbeit 2021

- Konzentration auf Inlandstourismus
- Überregionale Werbemaßnahmen mit Verbänden und Organisationen
- Mitarbeit bei Neustrukturierung und Zertifizierung Landesradfernwege
- Datenmanagement landesweite Datenbank Toubiz
- Qualitätsmanagement Rad- und Wanderwege
- Werbeinitiative „Landgenuss“ (Gastronomie und Regionale Produkte im ADK)
- Internet und Umsetzung Social-Media-Konzept

Weiterentwicklung des UNESCO Welterbes „Höhlen und Eiszeitkunst der Schwäbischen Alb“

1. Gremien im Weltkultursprung

Vorsitzender des Kuratoriums ist Herr Regierungspräsident Klaus Tappeser. Die jährliche Veranstaltung des Kuratoriums konnte in Folge der Corona Pandemie nicht stattfinden. Die Mitglieder wurden mit einem umfangreichen Bericht über Entwicklungen informiert.

Die Sprecherfunktion des Steuerungskreises rotiert im 2-jährigen Wechsel. Seit Januar 2020 ist Herr Landrat Peter Polta Sprecher des Steuerungskreises der Arbeitsgemeinschaft Weltkultursprung.

2. Beschilderungssystem

Touristische Hinweistafeln an den Autobahnen A 7 und A 8

An den Autobahnen A 7 und A 8 ist eine Beschilderung des Welterbes mit insgesamt vier Schildern geplant. Der Genehmigungsantrag wurde im September 2019 beim zuständigen Regierungspräsidium Tübingen gestellt und dem Verkehrsministerium zur Zustimmung vorgelegt. Ergebnis: Die beiden Standorte an der A 7 haben Bestandschutz und werden nicht als Neuantrag bewertet. Der Austausch kann wie geplant durchgeführt werden. An der A 8 ist eine Entscheidung für eine Fahrtrichtung notwendig. Das Aufstellen von zwei Schildern (eines pro Fahrtrichtung) ist demnach nicht möglich. Offen ist nach wie vor die Frage der Finanzierung.

Touristische wegweisende Beschilderung (braune Hinweisschilder)

Die wegweisende Beschilderung zwischen der Ausfahrt Merklingen und B 492 Blaubeuren und Schelklingen wurde bereits im Jahr 2019 umgesetzt. Das Konzept für die wegweisende Beschilderung im Landkreis Heidenheim befindet sich derzeit in der Umsetzung. Damit wird der Verkehr von den Autobahnausfahrten A7 und A8 jeweils zielgerichtet in das Ach- bzw. Lonetal gelenkt.

Beschilderung in den Tälern

Das Beschilderungssystem erfolgt in einem einheitlichen Corporate Design in beiden Tälern. Die Beschilderung erfolgt auf 3 Ebenen:

Ebene 1: Tal-Eingangsschilder

Ebene 2: Wegweiser oder Abzweig-Schilder zu den Höhlen

Ebene 3: Informationstafeln (Bestandteil der Themenwege)

Bei den Schildern der Ebenen 1+2 handelt es sich um 12 Standorte. Die Kosten für die Beschilderung belaufen sich auf ca. 150.000 Euro. Die Bemühungen, eine Vollfinanzierung durch das Land zu erreichen, blieben leider erfolglos. Deswegen wurde im Dezember 2019 vom Landratsamt Alb-Donau-Kreis ein kooperativer Antrag zur Förderung

über das Tourismusinfrastukturprogramm (TIP) 2020 gestellt. Der Antrag wurde im April 2020 positiv entschieden. Der Zuwendungsbetrag aus Mitteln der Tourismusinfrastrukturförderung beträgt demnach bis zu 75.000 Euro. Die Kofinanzierung erfolgt über das Budget des Weltkultursprungs.

Das erste Schild konnte am 8. September 2020 im Achtal bei Weiler durch Herrn Regierungspräsident Tappeser, Herrn Landrat Scheffold und Herrn Bürgermeister Seibold enthüllt werden. Die vollständige Umsetzung der Beschilderung der Ebenen 1 und 2 erfolgt bis Ende des Jahres 2020 in beiden Welterbetälern.

Themenwege

Mit der Umsetzung der themenbezogenen Wander-/Rundwege im Ach- und Lonetal wurde Anfang des Jahres begonnen. Die ursprünglich angestrebte Fertigstellung im Frühjahr 2020 konnte nicht realisiert werden. Der Wegebau und die Fundamente für die Beschilderung des Themenweges am Geißenklösterle sind fertiggestellt. Der neue Fußweg zum Sirgenstein ist ebenfalls fertiggestellt. Das Konzept für die Gestaltung der Ausrüstung (Fahrradständer, Sitzbänke, Infotafeln, etc.) der Wege befindet sich in Abstimmung mit dem Landesamt für Denkmalpflege.

Der Wasserkontaktpunkt als Teilelement der Besucherlenkung im Lonetal konnte im August in Betrieb genommen werden. Der Wasserkontaktpunkt liegt vor dem Eingang des Archäoparks Vogelherd. Für die Umsetzung der Themenwege im Lonetal sind die ersten Ausschreibungen erfolgt. Die Umsetzung des Projekts schreitet ebenfalls gut voran.

Die Finanzierung der Themenwege erfolgt über die Kommunen, LEADER-Mittel, Fördermittel aus Mitteln der Denkmalpflege und Fördermittel aus dem Tourismusinfrastukturprogramm.

3. Eiszeittäler Radweg

Im vergangenen Jahr wurde der Eiszeittäler Radweg konzipiert und umgesetzt. Durch die neue Fahrradstrecke sind Ach- und Lonetal miteinander verbunden.

Tourenverlauf: Schelklingen - Fundhöhlen im Achtal - Urgeschichtliches Museum in Blaubeuren - an der Blau entlang über Blaustein - Ulm und Museum Ulm - Richtung Norden über Beimerstetten - Fundhöhlen im Lonetal - Archäopark Vogelherd in Niederstotzingen. Strecke: ca. 75 km. Die Tour führt auf bestehenden Radwegen und kann in beide Richtungen befahren werden. Für E-Bike-Fahrer sehr gut geeignet.

Es wurde ein neuer Flyer entwickelt und die Tour ist auf der Homepage des Weltkultursprungs online abrufbar. Der Eiszeittäler-Radweg wird über diverse Plattformen der Partner und Mitglieder der Arbeitsgemeinschaft beworben. Die Tour wurde u.a. vom Welterbestätten Deutschland e.V. aufgenommen und in einem Bericht bei Spiegel-Online aufgeführt.

4. Musik-Events/Interviews am Ursprung der Musik

Die Musik-Events und Interviews mit namhaften Musikern am Ursprung der Musik wurden auch im laufenden Jahr weitergeführt. Das Konzept wurde stetig weiterentwickelt und professionalisiert. Neben den Interviews hat im Oktober 2019 erstmalig ein Musik-Event stattgefunden. Der dänische Sänger Christopher hat ein exklusives Konzert im Vogelherd Archäopark in Niederstotzingen gegeben.

Im Mai 2020 war der internationale Sänger und Musiker Michael Patrick Kelly für ein Interview zu Besuch im Hohle Fels bei Schelklingen. Die Resonanz war jeweils sehr positiv. Die lokale Berichterstattung (PR-Berichte und Radio-Beiträge) waren jeweils sehr gut. Die Künstler haben teils selbstgedrehte Videos und Bilder über Ihre 24h-Story und auf Instagram veröffentlicht. Das Youtube-Video mit Michael Patrick Kelly hat erstmals sehr gute Klickraten erreicht.

Im September war international erfolgreiche Sänger und Musikproduzent Laith Al-Deen zu Gast im UNESCO-Welterbe „Höhlen und Eiszeitkunst der Schwäbischen Alb“. Er besuchte den Hohle Fels bei Schelklingen. Der Künstler war von der Höhle und der Akustik beeindruckt. Auf seiner mitgebrachten Gitarre spielte er 3 seiner Songs.

5. Messen & Veranstaltungen

CMT 2020

Der Weltkultursprung hat die zentrale Aktionsfläche des SAT am Eröffnungstag (11. Januar 2020) gebucht und bespielt. Das Besucheraufkommen und das Interesse an dem Thema waren sehr groß.

UNESCO-Welterbetag

Der UNESCO-Welterbetag am 7. Juni 2020 konnte aufgrund der Corona-Pandemie nicht wie geplant gestaltet und durchgeführt werden. Eine offizielle Absage der zentralen Eröffnungsveranstaltung in Potsdam und aller Aktivitäten an den Welterbestätten vor Ort erfolgte durch die Deutsche UNESCO-Kommission und dem Verein der Welterbestätten Deutschland.

Alternativ fand der Aktionstag erstmals digital statt. Auf einer neuen Website www.unesco-welterbetag.de konnten die 46 deutschen Welterbestätten virtuell erkundet werden. Es wurde außerdem die Fotoaktion #WelterbeVerbindet ins Leben gerufen (www.unesco-welterbetag.de/fotoaktion). Die mediale Aufmerksamkeit war sehr groß, regional wie national (Bsp. Tagesschaubeitrag).

Der UNESCO-Welterbetag soll auch im nächsten Jahr wieder gestaltet werden. Termin ist am Sonntag, 6. Juni 2021.

Internationales Donaufest

Das Internationale Donaufest in Ulm (3.-12. Juli 2020) fand aufgrund der Pandemie ebenfalls nicht statt. Es war geplant, dass der Weltkultursprung erstmals am Internationalen Donaufest teilnimmt. In Kooperation mit dem Donaubüro war für Samstag, 11. Juli

