



BESCHLUSSVORLAGE

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

Beratungsgremium

Kreistag

Die Sitzung ist am

18.10.2021

öffentlich

Beratungsgegenstand:

Tourismusbericht

Beschlussantrag:

Der Kreistag nimmt den Bericht 2021 zur Tourismusarbeit des Alb-Donau-Kreises zur Kenntnis.

Heiner Scheffold
Landrat

Sachdarstellung:

Das Tourismusjahr 2021 war wiederum von der Corona-Pandemie gekennzeichnet. Der zweite Lockdown ab November 2020 versetzte den Tourismus erneut in eine Zwangspause. Die Krisensituation zog sich bis weit in das Frühjahr 2021 hinein und alle touristischen Einrichtungen blieben geschlossen. Im Mai gab es erste Lockerungen und schrittweise Öffnungen. Ab Juni 2021 waren dann touristische Aufenthalte wieder möglich. Vor diesem Hintergrund konzentrierte sich die Tourismusarbeit auf den Inlandstourismus und die Naherholung.

Die Sitzungsvorlage gliedert sich in zwei Teile. Im Teil I wird über die Tourismusarbeit des Alb-Donau-Kreis berichtet und im Teil II über die Arbeit der Geschäftsstelle Weltkultursprung.

Teil I: Bericht 2021 zur Tourismusarbeit des Alb-Donau-Kreises

1. Allgemeine Situation und Übernachtungszahlen

- Übernachtungszahlen
- Entwicklung Urlaubsverkehr
- Entwicklung Geschäftsreiseverkehr

2. PR-Maßnahmen und Marketing

- Pressereisen
- Anzeigen und PR-Berichte
- Printmedien
- Messen
- Albkampagne

3. Projekte

- Landesweite Datenbank „mein Toubiz“
- Social Media
- AlbCard
- Klassifizierung
- Rad und Wandern
- Qualitätsoffensive Landesradfernwege
- EU-Förderung LEADER

4. Verbände und Netzwerke

- Schwäbische Alb Tourismusverband
- Deutsche Donau
- Geopark Schwäbische Alb

5. Ausblick

1. Allgemeine Situation und Übernachtungszahlen

Übernachtungszahlen

Die Übernachtungszahlen machen deutlich, dass der Tourismus durch die Corona-Pandemie schwer getroffen wurde. Mit 315.134 Übernachtungen im Alb-Donau-Kreis ist 2020 ein Rückgang von 38,8 Prozent gegenüber 2019 (515.492 Übernachtungen) zu verkräften. Auf Landesebene waren die Verluste (- 40,2 % Übernachtungen) sogar etwas höher und auch im Bereich Schwäbische Alb (- 43,2 % Übernachtungen) waren die Rückgänge deutlich höher als im Landkreis. Damit blickt die Branche auf ein hartes Jahr zurück. Die Aussichten für 2021 sind ebenfalls trüb, nachdem der Lockdown II noch bis Mitte 2021 andauerte. Übernachtungen waren also im ersten Halbjahr 2021 nur eingeschränkt möglich. Demzufolge wurden von Januar bis Juni 2021 im Alb-Donau-Kreis lediglich 100.965 Übernachtungen registriert. Das sind weniger als die Hälfte gegenüber dem Vorkrisenniveau von 2019. Die Aussichten für das zweite Halbjahr 2021 versprechen zwar eine Erholung der labilen Marktsituation, aber dennoch werden bis zum Jahresende 2021 die verlorenen Monate nicht aufgeholt werden können. Das Ergebnis für 2021 wird vermutlich unter dem von 2020 liegen.

	Übernachtungen 2019	Übernachtungen 2020	Übernachtungen 1. HJ 2021
Alb-Donau-Kreis	515.492	315.134	100.965
Schwäbische Alb	4.747.807	2.696.913	827.400
Baden-Württemberg	57.187.271	34.215.763	9.427.800

Entwicklung Urlaubsverkehr

Der Urlaubsverkehr stützt sich vor allem auf den Inlandstourismus und auf Tagesgäste. Kurze Wege vermitteln das Gefühl von Sicherheit. Nachdem der Reiseverkehr im Sommer und Herbst 2020 kurzzeitig wieder etwas aufblühte, mussten mit dem zweiten Lockdown im November 2020 (ab 02.11.2020) erneut alle Gastronomiebetriebe schließen und auch die Beherbergungsbranche musste wiederum ein temporäres Übernachtungsverbot für Urlaubs- und Privatreisen hinnehmen. Nachdem sich die pandemische Lage im Dezember weiter verschärfte wurde ab 12. Dezember 2020 ein harter Lockdown erlassen, der sich auch auf den Einzelhandel erstreckte und Ausgangsbeschränkungen nach sich zog. An Weihnachtsurlaube und eventuelle Winterferien war nicht mehr zu denken, ebenso Frühjahrs- und Osterurlaube. Das öffentliche Leben wurde erneut mehr oder weniger zum Stillstand gebracht. Erst im Juni 2021 waren im Alb-Donau-Kreis wieder Übernachtungen im Urlaubs- und Privatreiseverkehr möglich. In den folgenden Sommermonaten konnte die Schwäbische Alb und so auch der Alb-Donau-Kreis als Urlaubsregion wieder punkten. Allerdings waren die Wetterbedingungen teilweise sehr ungünstig, wodurch der Neustart etwas gehemmt wurde.

Entwicklung Geschäftsreiseverkehr

Ein nicht unerheblicher Teil der Übernachtungen ist dem Geschäftsreiseverkehr zuzuordnen. Der Lockdown ab November 2020 verhinderte eine Erholung und auch 2021 sind fehlende Geschäftsreisen, vor allem im MICE-Segment (Meetings, Incentives, Conventions, Exhibitions, Events), deutlich spürbar. Ob das Vorkrisenniveau jemals wieder erreicht werden kann, ist fraglich. 2020 haben viele Geschäfts- und Tagungsrei-

sende erstmals digitale Lösungen angewandt und dabei gute Erfahrungen gemacht. Die Vorurteile gegenüber der damit verbundenen Technik sind größtenteils abgebaut und die Handhabung ist in das Alltagsgeschäft integriert. Zudem haben die Unternehmen die kostenträchtigen Business-Trips auf den Prüfstand gestellt und die Vorteile von Videokonferenzen und Online-Meetings erkannt. Doch bei aller Technikneuerung wird nicht alles ins Virtuelle verlagert werden können. Hybridveranstaltungen sind als abgespeckte Version von Meetings und Kongressen denkbar. Auch die Pflege sozialer Kontakte und Geschäftsbeziehungen ist für Unternehmen von Bedeutung. Erst wenn die Pandemie beherrschbar ist, wird sich zeigen wohin sich der Geschäftsreiseverkehr entwickeln wird. Die bloße Zahl der Geschäftsreisen wird sich wahrscheinlich verringern, doch deren Qualität könnte dadurch steigen. Dies bedeutet beispielsweise, dass geschäftliche Reisen durch persönliche Aufenthalte ergänzt werden könnten (einen Tag vorher anreisen oder einen Tag später abreisen, Familien oder Partner als Begleiter). Angebote wie die AlbCard sind ein wertvolles Instrument, den Aufenthalt eines Businessgastes zu verlängern oder gar mit einem Urlaub zu verbinden.

2. PR-Maßnahmen und Marketing

Pressereisen

Im Juli fand der Besuch eines belgischen Journalisten (Magazin Culinaire Ambiance) in Ehingen, Blaustein und Lauterach zum Thema Kulinarik statt. Ebenfalls im Juli wurde von zwei Journalisten (Magazin MyBike) eine 4-tägige Radreisereportage auf dem Alb-täler-Radweg durchgeführt mit Stationen in Westerheim und im Lonetal. Im September waren zwei Journalisten aus den Niederlanden (OutdoorMagazin) zum Thema Wandern und Genuss zu Besuch in Blaubeuren und im Großen Lautertal. Eine für Mai geplante Pressereise in Kooperation mit dem Tourismusverband Schwäbische Alb musste aufgrund von Corona abgesagt werden und soll 2022 nachgeholt werden. Thema werden die Wandertouren Eiszeitpfade und der Eiszeittäler-Radweg sein.

Anzeigen und PR-Berichte

Mit Printwerbung wird gezielt in auflagenstarken Fachmagazinen, Gästezeitungen und teilweise auch in Tageszeitungen auf den Alb-Donau-Kreis aufmerksam gemacht. Ein Schwerpunkt sind PR-Berichte in Magazinen und Zeitschriften, Anzeigen mit Bestell-Service und PR-Anzeigen in Zeitungsbelegern. Dabei werden vor allem Medien genutzt, die überregionale und bundesweite Verbreitung haben oder in bevölkerungsstarken Zielgebieten verteilt werden. Als Beispiele sind die Magazine Schöner Südwesten, Alblust, Mein Ländle, Tambiente, Oberschwaben-Magazin, Wandermagazin und die Gästezeitung Schwäbische Alb zu nennen. Am werbewirksamsten sind nach wie vor die Aktivthemen Radfahren und Wandern und damit verbunden die Tourenangebote sowie das Thema Höhlen und Naturerlebnisse. Vielfach wird die Printwerbung mit Online-Werbung verbunden, um die Verbreitung und Intensität zu erhöhen. Zunehmend werden zu einzelnen Themen auch reine Online-Maßnahmen durchgeführt, wie zum Beispiel die Kampagne „Genusswandern“ in Kooperation mit der Tourismus Marketing Baden-Württemberg.

Printmedien

Die Broschürenpalette des Alb-Donau-Kreises konzentriert sich auf die Themenbroschüren Höhlenreich, Sehenswert, Fahrradtouren, Wandertouren, Landgenuss und Er-

lebensangebote. Ergänzt durch die regionalen Broschüren Familienspaß, Camping und Freizeitkarte (in Kooperation mit Ulm und Landkreis Neu-Ulm). In den Broschüren werden alle relevanten Sehenswürdigkeiten, Touren und Angebote gebündelt dargestellt. Der Vertrieb erfolgt über das Internet, örtliche Auslagestellen, Veranstaltungen und Messen. Im Jahr 2020 und auch in 2021 sind vor allem die Anfragen und damit der Prospektversand stark angestiegen. Insbesondere Bestellungen über das Internet haben zugenommen. So wurden im Jahr 2020 insgesamt 4.300 Prospektanfragen bearbeitet, rund die Hälfte davon ging über die Internetseite ein. Für 2021 sind im 1. Halbjahr bereits 4.700 Anfragen eingegangen. Die starken Zuwächse im Anfragevolumen sind auf die Corona-Pandemie zurück zu führen und weisen auf ein gesteigertes Interesse nach Freizeitaktivitäten im eigenen Land und in der eigenen Region hin. Am beliebtesten sind Angebote zu Rad- und Wandertouren.

Messen

Aufgrund von Corona musste die Tourismusmesse CMT 2021 in Stuttgart abgesagt werden. Eine zunächst von der Messe Stuttgart für das Frühjahr terminierte Ersatzveranstaltung wurde ebenfalls abgesagt. Um das vermeintliche Messepublikum aus dem Raum Stuttgart trotzdem auf die Albangebote aufmerksam machen zu können, wurde vom Tourismusverband Schwäbische Alb ein 24-seitiger Zeitungsbeileger produziert und über die Stuttgarter Zeitung verteilt. Der Alb-Donau-Kreis und einige Gemeinden aus dem Landkreis haben sich an der Gemeinschaftsmaßnahme beteiligt und konnten damit gute Resonanz erzielen.

Albkampagne

Eine Social Media Kampagne des Tourismusverbandes Schwäbische Alb startete im Juni 2021 und war den ganzen Sommer bis September auf allen relevanten Online-Kanälen präsent. Unter dem Slogan „Zeit zu Reisen“ wurden die Themenfelder Rad, Wandern, Kultur&Geschichte, Städte abgebildet. Dazu kamen Bilder, Banner, Videos und Audios zum Einsatz. Ziel dieser Kampagne war es, die Schwäbische Alb für Übernachtungsgäste attraktiv zu präsentieren und die Vielfalt der Region herauszustellen. Durch ein gesteuertes Social Advertising (Werbung in sozialen Netzwerken) wurden vornehmlich relevante Märkte und ausgewählte Zielgruppen in Deutschland angesprochen. Für diese groß angelegte Albkampagne wurde ein Budget von 135.000 Euro veranschlagt, finanziert über Sondermittel des Landes.

3. Projekte

Landesweite Datenbank „mein.toubiz“

Die Datenbank „mein.toubiz“ ist die neue zentrale touristische Datenbank für Baden-Württemberg. Sie wird von der TMBW (Tourismus Marketing Baden-Württemberg), den Regionen (u.a. Schwäbische Alb Tourismus), Landkreisen, Städten und Orten im Land zur Pflege der touristischen Infrastruktur genutzt. In der Datenbank sollen alle touristischen Daten wie Sehenswürdigkeiten, Freizeit- und Kultureinrichtungen, Veranstaltungen, Touren, Gastronomie, Beherbergungsbetriebe erfasst und gepflegt werden. Alle Orte erhalten über ihre Region (im Alb-Donau-Kreis durch den Landkreis) einen kostenlosen Zugang zu „mein.toubiz“ und sind für ihre Datenbankinhalte selbst verantwortlich. Dies bedeutet, dass jede Stadt/Gemeinde ihre touristischen Daten selbst erfasst und die laufende Pflege übernimmt. Der Alb-Donau-Kreis kümmert sich um alle landkreis-

übergreifenden Inhalte (z.B. Wandertouren Eiszeitpfade, Fahrrad-Erlebnistouren, Online-GGV für Gastronomie und Beherbergungsbetriebe) und ist Ansprechpartner für die Gemeinden. Die Einführung der Datenbank „mein.toubiz“ ist ein weiterer und wichtiger Schritt in Richtung Digitalisierung im Tourismus. Vom Land (TMBW) werden hierzu kostenlose Online-Schulungen für Einsteiger und Fortgeschrittene angeboten. Es ist von Vorteil, wenn alle Städte und Gemeinden die Datenbank „mein.toubiz“ kennen und nutzen. Auf den Webseiten der TMBW (Tourismus Marketing Baden-Württemberg) und des SAT (Schwäbische Alb Tourismus) werden künftig ausschließlich Datenbankinhalte ausgespielt, die in „mein.toubiz“ gepflegt werden.

Social Media

Neben dem allgemeinen Auftritt des Alb-Donau-Kreises in Social Media besteht seit Juli 2021 eine eigene Social-Media-Präsenz für den Bereich Tourismus. In Facebook und auf Instagram werden von der Tourismusförderung des Alb-Donau-Kreises in Eigenregie regelmäßig tourismusrelevante Posts, Bilder und Videos eingestellt. Es werden Urlaubsorte, Ausflugsziele und Sehenswürdigkeiten gezeigt, Rad- und Wandertouren vorgestellt, Veranstaltungstipps gezeigt und schwäbische Spezialitäten präsentiert. In nur kurzer Zeit ist es gelungen sich auf den Plattformen bekannt zu machen. Nach den ersten drei Monaten konnten auf den beiden Kanälen bereits rund 3.000 Follower verzeichnet werden und die Nutzerzahlen steigen stetig weiter an. Während Facebook bereits ein „alter Hase“ in Social Media ist, wird Instagram zunehmend wichtiger und ist insbesondere für die Verbreitung von Bildern und Videos bekannt. Künftig sollen verstärkt auch Gastbetriebe und Tourismuseinrichtungen in die Social Media Aktionen eingebunden werden. Dazu wird ein Aktions- und Umsetzungsplan erarbeitet.

AlbCard

Im Juli 2020 wurde die digitale Gästekarte „AlbCard“ eingeführt. Sie wird von über 150 teilnehmenden Gastbetrieben auf der Schwäbischen Alb kostenlos an Übernachtungsgäste ausgegeben, die einen touristischen oder privaten Aufenthalt gebucht haben. Mit der AlbCard können Gäste auf der gesamten Alb mehr als 150 Sehenswürdigkeiten und Erlebnisse besuchen und kostenlos den ÖPNV benutzen. Aus dem Alb-Donau-Kreis sind 19 Gastgeber und 17 Erlebnispartner an der AlbCard beteiligt. Die Landkreise, so auch der Alb-Donau-Kreis, haben das Projekt durch eine Anschubfinanzierung unterstützt. Die AlbCard darf als einzigartiges Gemeinschaftswerk bezeichnet werden und ist ein nachhaltiges Marketinginstrument. Reisende erhalten einen spürbaren Mehrwert. Trotz Corona ist die AlbCard nach ihrer Einführung im Sommer 2020 gut angelaufen und durch die mediale Aufmerksamkeit konnten neue Gäste angesprochen werden. Der Lockdown II führte jedoch aufgrund fehlender Übernachtungen zu Einnahmeausfällen im Geschäftsjahr 2021, die in diesem Ausmaß nicht vorhersehbar waren und nun vom Projektträger (Schwäbische Alb Tourismus – SAT) abgedeckt werden müssen. Bislang konnten die Fehlbeträge durch Rücklagen und Kosteneinsparungen abgedeckt werden.

Klassifizierung

Die Klassifizierung von Ferienwohnungen und Privatunterkünften wird anhand der bundesweit gültigen Kriterien des DTV (Deutscher Tourismusverband) durch den Alb-Donau-Kreis durchgeführt und muss alle drei Jahre erneuert werden. In 2021 wurden vier Ferienwohnungen erstmalig klassifiziert mit dem sehr guten Ergebnis dreimal 4 Sterne und einmal 3 Sterne. Drei Ferienwohnungen wurden reklassifiziert und erreichten wieder 4 bzw. 3 Sterne. Eine Reklassifizierung folgt noch im Herbst. Für 2022 hat

der DTV eine grundlegende Erneuerung des Klassifizierungsverfahrens angekündigt. Damit verbunden sind Änderungen in der Abwicklung, eine Überarbeitung der Kriterien sowie höhere Lizenzen und Gebühren, aber auch mehr Serviceleistungen für die Gastgeber. Für 2022 stehen im Alb-Donau-Kreis eine erhebliche Anzahl an Ferienwohnungen zur Reklassifizierung an.

Die Zertifizierung für wanderfreundliche Gastgeber wird ebenfalls vom Alb-Donau-Kreis durchgeführt und über das Qualitätssiegel „Wanderbares Deutschland“ zum Ausdruck gebracht. Angewendet werden die bundesweit einheitlichen Kriterien des Deutschen Wanderverbandes für Qualitätsgastgeber. Aktuell sind 5 Betriebe im Alb-Donau-Kreis zertifiziert. Das Zertifikat „Bett & Bike“ für fahrradfreundliche Betriebe wird durch den ADFC verliehen und weist für den Alb-Donau-Kreis aktuell 23 zertifizierte Betriebe aus.

Rad und Wandern

Während der Corona-Pandemie kam es unter der Bevölkerung zu einer deutlichen Steigerung der Rad- und Wanderaktivitäten. Dabei ist besonders die Mobilität per Rad gestiegen, was hauptsächlich auf die neuen Entwicklungen der E-Bikes zurück zu führen ist. Im Bereich Rad gibt es zwei neue touristische Tourenangebote im Alb-Donau-Kreis, die mit Unterstützung des Landkreises auf kommunaler Ebene umgesetzt wurden. In der Raumschaft Munderkingen die „Donau-Bussen-Schleife“ und auf der Laichinger Alb die „Leinenwebertour“. Beide Angebote sind insbesondere für E-Biker geeignet. Die beiden Rundwege sind mit 77 bzw. 70 km ideal für eine Tagestour.

Vielfach diskutiert wird das Thema Mountainbiking. Einerseits sollen Natur und Umwelt nicht zu sehr belastet werden, andererseits sind Streckenausweisungen wünschenswert und erforderlich, damit eine Besucherlenkung erfolgen kann. Auf der Ebene Schwäbische Alb wurde in Kooperation mit den Landkreisen ein Mountainbike-Beschilderungsleitfaden entwickelt und verabschiedet. Der Leitfaden sieht eine einheitliche und speziell auf Mountainbiker ausgerichtete Ausschilderung von Mountainbike-Strecken auf der Schwäbischen Alb vor. Die neue Regelung wird zu gegebener Zeit auch im Alb-Donau-Kreis angewendet. Die Ausweisung geeigneter Mountainbike-Strecken im Landkreis erweist sich allerdings schwieriger als ursprünglich gedacht. Es liegen diverse Streckenüberlegungen vor. Unserem Anspruch für Mountainbiker ein echtes Angebot zu machen, entsprechen diese Linienführungen allerdings nicht. Die Attraktivität der Strecken darf nach unserer Auffassung nicht zu gering werden.

Die Wandermarke „Eiszeitpfade“ des Alb-Donau-Kreises erhält zwei weitere Zertifizierungen. Im Lonetal werden zwei Touren auf die Zertifizierung als „Qualitätsweg Wanderbares Deutschland“ vorbereitet. Es handelt sich um die Eiszeitpfade „Neandertalerweg“ und „Fohlenhausrunde“. Der Verwaltungsverband Langenau übernimmt die Umsetzung in Kooperation mit dem Landkreis. Das Angebot zertifizierter Eiszeitpfade wird somit auf sechs von insgesamt zwanzig Wegen ergänzt. Die zertifizierten Touren werden in die überregionale Werbung beim Tourismusverband Schwäbische Alb mit einbezogen.

Das Wanderangebot „WanderMahl“ ist ein Projekt, das im Biosphärengebiet Schwäbische Alb entwickelt wurde und Schritt für Schritt umgesetzt wurde. Es beinhaltet Mehrtagestouren, die Wandern, Kulinarik und Geschichte miteinander verbinden. Insgesamt gibt es fünf Touren, wovon die letzte im September 2021 eingeweiht wurde. Entlang der Strecken laden die Biosphärengastgeber zur Einkehr und Übernachtung ein. Eingebun-

den sind im Alb-Donau-Kreis das Große Lautertal, Schmiechtal, Ehingen und die Ehinger Alb, Laichingen-Feldstetten und Westerheim. Die Streckenführungen sowie alle Infos erhalten die Wanderer über eine speziell dafür eingerichtete App. Das Wanderangebot basiert damit auf einer volldigitalen Lösung und verzichtet auf eine eigene Tourenbeschilderung.

Qualitätsoffensive Landesradfernwege Baden-Württemberg

Baden-Württemberg will sich zur beliebtesten Radreisedestination Deutschlands entwickeln. Zugpferde sollen hierzu die Landradfernwege sein. In einer 2020 gestarteten Qualitätsoffensive des Landes müssen sich daher alle Landesradfernwege in Baden-Württemberg einer Zertifizierung durch den ADFC unterziehen und eine Geschäftsstelle benennen um den Status „Landesradfernweg“ aufrecht zu erhalten. Nachdem der Albtäler-Radweg 2021 zum Landesradfernweg ernannt wurde führen nun fünf baden-württembergische Landesradfernwege durch den Alb-Donau-Kreis, davon sind vier bereits zertifiziert und mit einer Geschäftsstelle ausgestattet. Dies ist der Donauradweg (4 Sterne), Albtäler-Radweg (4 Sterne), Oberschwaben-Allgäu-Radweg (3 Sterne), Donau-Bodensee-Radweg (3 Sterne). Der fünfte Weg wird neu aufgelegt und ergibt sich aus einer Zusammenlegung des Alb-Neckar-Radwegs und des Hohenlohe-Ostalb-Radwegs (Arbeitstitel: Alb-Neckar-Hohenlohe-Ostalb). Im Moment läuft ein Optimierungs- und Abstimmungsprozess, damit eine zeitnahe Neuausschilderung und Erst-Zertifizierung durch das Land möglich werden. Für das Radwegemanagement sind zukünftig die Anrainer der Landesradfernwege selbst verantwortlich. So sind die Tourismusakteure aufgefordert, für die jeweiligen Landesradfernwege zentrale Ansprechpartner und Geschäftsstellen zu unterhalten. Bei den Wegen die durch den Alb-Donau-Kreis verlaufen wird diese Aufgabe durch regionale Tourismusverbände und Landkreisk Kooperationen wahrgenommen. Zur Aufgabenerledigung gehört das Qualitätsmanagement ebenso wie die Organisation und Durchführung von Marketingaktivitäten. Die Geschäftsstellenkosten werden durch die Landkreise mitfinanziert und über Umlagen oder Beiträge erhoben. Im Alb-Donau-Kreis sind dazu jährliche Kosten von insgesamt rd. 20.000 Euro aufzubringen. Bei den hier genannten Kosten miteinbezogen ist auch der Illerradweg (4 Sterne) auf bayerischer Seite.

EU-Förderung LEADER

Die Europäische Union unterstützt die Strukturförderung im ländlichen Raum und stellt dafür EU-Mittel zur Verfügung, die für Projekte in sogenannten LEADER-Aktionsgebieten eingesetzt werden. Ein Aktionsgebiet besteht aus mehreren Gemeinden, die sich landkreisübergreifend zusammenschließen. Der Alb-Donau-Kreis ist bislang an drei LEADER-Gebieten beteiligt: Mittlere Alb, Brenzregion und Oberschwaben. Die Förderperiode 2014-2020 ist zwar abgelaufen, wird jedoch anhand einer Übergangsverordnung weitergeführt. Somit konnten auch 2021 Projekte eingereicht und gefördert werden. Außerdem wurden im Rahmen der Regionalbudgets 2021 Zuschüsse für Kleinprojekte bewilligt. Für die neue Förderperiode (2021-2027), beginnend in 2023, haben die LEADER-Gebiete eine Interessensbekundung abgegeben, dem sich nunmehr das eigentliche Bewerbungs- und Auswahlverfahren anschließt. Hierzu muss jede LEADER-Aktionsgruppe ein REK (Regionales Entwicklungskonzept) erstellen und sich damit um eine Aufnahme bewerben. Das REK beinhaltet die Beschreibung und Organisation des LEADER-Gebiets, Entwicklungsziele, Strategien, Handlungsfelder und Aktionspläne zur Umsetzung. Welche Gebiete und Aktionsgruppen in die neue Förderperiode aufgenommen werden entscheidet das Land voraussichtlich Mitte 2022.

4. Verbände und Netzwerke

Schwäbische Alb Tourismusverband (SAT)

Der SAT hat sich in den letzten Jahren zu einer namhaften Tourismusorganisation weiterentwickelt, die auf Augenhöhe mit anderen regionalen Verbänden steht. Damit verbunden ist auch die wachsende Beliebtheit der Destination Schwäbische Alb als Urlaubsregion. So ergab die Studienreihe „Destinationbrand 2020“ (durchgeführt von inspektour GmbH - Tourismus- und Regionalentwicklung, Hamburg), dass sich Sympathie, Bekanntheit, Besuchsbereitschaft für die Schwäbische Alb deutlich erhöht haben. Bei allen drei Parametern liegt die Alb in der oberen Hälfte von 39 abgefragten (Mittel-)Gebirgsregionen, bei der Abfrage „Besuchsbereitschaft Kurzurlaube nächste 3 Jahre“ sogar in den TOP 10. Dies zeigt: Investitionen in den Tourismus lohnen sich. Das finanzielle Grundgerüst des Verbandes bilden nach wie vor die Landkreise, ergänzt durch Mitgliedschaften einzelner Städte und Gemeinden. Zunehmend werden auch Wirtschaftspartner integriert, womit auch Sponsorengelder (jährlich rd. 140.000 Euro) in das Verbandsbudget fließen. In den eingerichteten Vermarktungspools zu den Themen Rad, Wandern, Städte, Kultur&Geschichte werden zusammen mit den Mitgliedern weitreichende Marketingaktivitäten finanziert und durchgeführt. Die dafür eingerichteten Arbeitskreise diskutieren und beschließen gemeinsam die jeweiligen Maßnahmen.

Deutsche Donau Tourismus

Die bisherige Arbeitsgemeinschaft Deutsche Donau wurde Ende 2020 aufgelöst und mit der Gründung des Vereins „Deutsche Donau Tourismus e.V.“ in eine neue Rechtsform übergeleitet. Damit ist die Umstrukturierung abgeschlossen. Die Geschäftsstelle hat ihren Sitz weiterhin in Ulm. Premiumprodukt ist der Donauradweg, der zertifiziert und vom ADFC mit 4 Sternen ausgezeichnet wurde. Seit Jahren ist er Garant für Radgäste und dient allen Kommunen entlang der Donau der Wertschöpfung. Um potentielle Radler für längere Aufenthalte in den Orten zu gewinnen, wurde das Projekt „Donau-Entdeckertouren“ entwickelt und umgesetzt. Es beinhaltet Tagestouren, die auf interessanten Themenwegen ins Hinterland führen. Start und Ziel ist immer die Donau. Insgesamt wurden 17 Touren ausgewählt, davon führen zwei durch den Alb-Donau-Kreis. Zu jeder Tour wurde ein Video produziert und in das Marketing eingebunden. Neben der ausführlichen Darstellung der Touren im Internet und in Social Media wird es auch ein Printprodukt geben, das über Messen und Auslagestellen verteilt wird.

Geopark Schwäbische Alb

Im Geopark gab es 2021 vor allem personelle Veränderungen. Seit Juli 2021 ist Dr. Sandra Teuber neue Leiterin der Geschäftsstelle. Außerdem wechselte die Besetzung des Vorstands. Markus Möller (ELB Alb-Donau-Kreis) gab seinen Vorsitz turnusgemäß nach vier Jahren ab. Neuer Vorsitzender ist Ulrich Ruckh (Bürgermeister Stadt Schelklingen). Auf die Stellvertreterpositionen wurden Julia Bernecker (LRA Reutlingen) und Dr. Joachim Bläse (Landrat Ostalbkreis) gewählt. Die Sichtbarkeit des Geopark hat sich in den letzten Jahren durch höhere Präsenz und gute Öffentlichkeitsarbeit deutlich verbessert. Neben der Einrichtung von Geopark-Infostellen wurden zahlreiche Geopoints ausgewiesen sowie Geopark-Schulen ernannt. Begonnen wurde 2021 außerdem mit der Fortschreibung des Masterplans. In einer Ideenwerkstatt, ergänzt durch mehrere Workshops, wurden in Kooperation mit einem Fachbüro (IfLS – Institut für ländliche

Strukturforschung, Frankfurt) strategische Ziele und Handlungsfelder für den Geopark festgelegt und Umsetzungsmaßnahmen definiert. Die bereits für 2020 angekündigte Evaluation der UNESCO hat sich aufgrund von Corona verzögert. Ein Besuch der UNESCO-Evaluatoren ist für Herbst 2021 vorgesehen.

5. Ausblick

Für den Tourismus wird es in den nächsten Jahren schwierig werden. Es gilt Verlorenes so schnell wie möglich wieder aufzuholen um möglichst bald wieder auf das Vorkrisenniveau zu kommen. Die Situation in den Gastbetrieben als auch in Freizeit- und Kultureinrichtungen ist angespannt. Vielfach können aufgrund immer noch geltender Einschränkungen keine ausreichenden Auslastungszahlen erzielt werden und Umsätze brechen weg. Dies hemmt die Investitionsbereitschaft und zuletzt auch die Innovationskraft. Corona hat aber auch dazu geführt, dass sich Prozesse verändern. Angebote und Abläufe müssen neu durchdacht und digitale Instrumente genutzt und eingesetzt werden. Die Tourismusförderung des Landkreises wird verstärkt zum Kommunikator, Kümmerer und Netzwerkpartner und möchte diese Rolle auch weiter ausbauen. Dafür werden auf örtlicher Ebene (Kommunen und Betriebe) ebenfalls Ansprechpartner benötigt um gute funktionale Strukturen zu erhalten. Die Werbeaktivitäten des Landkreises werden zunehmend in die überregionalen Maßnahmen der Verbände eingebunden. Dazu werden zeitgemäße und vor allem qualitativ gute Angebote benötigt. In Punkto Nachhaltigkeit sind verstärkt Akzente zu setzen, z.B. klimaschonendes Reisen. Die Social-Media-Aktionen des Landkreises für den Bereich Tourismus sollen ausgeweitet und intensiviert werden. Kooperationen mit Anbietern (Gastbetriebe, regionale Produkte, etc.) und Kommunen sind angedacht.

Die wichtigsten Themen und Projekte für 2022

- Einsatz Datenbank „mein.Toubiz“ auf Gemeinden ausdehnen
- Social Media intensivieren
- Klassifizierung Ferienwohnungen (Rezertifizierungen)
- Relaunch Broschüren
- Nachhaltigen Tourismus fördern
- Qualitätsmanagement Rad- und Wanderwege
- Neuordnung Landesradfernwege

Für die Regeneration des Tourismus werden die Pandemie und die Entwicklung der Infektionszahlen in den nächsten Monaten eine entscheidende Bedeutung haben. Weitere Schließungen und Einschränkungen werden sich die wenigsten Betriebe auf Dauer leisten können. Auch die Gewinnung von Personal gestaltet sich für viele Betriebe schwierig. Die Branche wird sich aber auch zunehmend mit Zukunftsfragen wie Klimawandel, Mobilität und Nachhaltigkeit auseinandersetzen müssen.

Teil II: Bericht 2021 zur Geschäftsstelle Weltkultursprung

- 1. Weiterentwicklung der Geschäftsstelle und Arbeitsgemeinschaft Weltkultursprung**
- 2. PR-Maßnahmen und Marketing**
 - Pressereise
 - Anzeigen und PR-Berichte
- 3. Projekte**
 - Beschilderung
 - Neue Themenwege „Eiszeitspuren“
 - Neue Broschüre „Eiszeitraum“
 - Social Media
 - UNESCO-Welterbetag
 - Gästeführungen im Welterbe
- 4. Zusammenarbeit mit Welterbestätten Deutschland e.V.**
- 5. Ausblick**

1. Weiterentwicklung der Geschäftsstelle und Arbeitsgemeinschaft Weltkultursprung

Im vergangenen Jahr wurde die Geschäftsstelle Weltkultursprung personell ausgebaut und auf zwei Stellen erweitert. Die zweite Stelle wurde zum 1. Oktober 2020 besetzt. Durch die personelle Erweiterung konnten im Jahr 2021 zahlreiche Projekte und Themen verstärkt vorangetrieben werden. Dennoch war die Arbeit der Geschäftsstelle erneut geprägt von der Corona-Pandemie. Einige geplante Veranstaltungen mussten abgesagt werden, andere konnten nur in digitaler Form stattfinden. Das Gleiche gilt für die Museen und Einrichtungen innerhalb der Arbeitsgemeinschaft, die auch in diesem Jahr erst verspätet in die Saison starten konnten. Der auf den Lockdown folgende Wechsel aus Öffnungen und erneuten, inzidenzbedingten Schließungen stellte eine weitere Herausforderung dar. Mit den zunehmenden Lockerungen stabilisierte sich die Lage nach und nach. In den Sommerferien war die Durchführung kleinerer Veranstaltungen und Mitmachaktionen wieder möglich.

2. PR-Maßnahmen und Marketing

Pressereise

In Zusammenarbeit mit dem Schwäbische Alb Tourismusverband hat die Geschäftsstelle die Pressereise der Tourismus Marketing Baden-Württemberg „Alte Spuren und neue Wege“ mitvorbereitet. Vorgesehen war unter anderem eine E-Bike-Tour auf dem Eiszeittäler-Radweg von Ulm nach Schelklingen, mit Stopps im URMU und an den Höhlen Geißenklösterle und Hohle Fels. Auch eine kleine Wanderung auf einem Eiszeitpfad, dem Eiszeitjägerpfad, war geplant. Aufgrund der zum damaligen Zeitpunkt nur schwer

einschätzbaren Pandemieentwicklung wurde die Pressereise jedoch verschoben. Ein neuer Termin wurde bislang noch nicht bekanntgegeben.

Anzeigen und PR-Berichte

Die Geschäftsstelle hat die Marketingmaßnahmen im Bereich Print und Online in diesem Jahr intensiviert. Besonders gute Resonanz erzielten PR-Berichte und Anzeigenschaltungen in auflagenstarken Magazinen wie Mein Ländle, Schöner Südwesten und Alblust. Aber auch in Gästezeitungen, Familienmagazinen oder Gruppenplanern konnte das breit gefächerte Angebot im Welterbegebiet platziert werden. Online-Werbung konnte vor allem in Kooperation mit der Tourismus Marketing Baden-Württemberg und über deren Social Media Präsenzen auf Facebook und Instagram reichweitenstark geschaltet werden.

Besonders große mediale Aufmerksamkeit erhielten die Höhlen und Eiszeitkunst auch durch verschiedene Filmprojekte. Im März beispielsweise wurde im ZDF bei Terra-X zur besten Sendezeit die Folge „Geheimnisse aus der Tiefe“ ausgestrahlt, in der auch die Höhlen und Eiszeitkunst auf der Schwäbischen Alb aussagekräftig und bildgewaltig präsentiert wurden. Aus völlig anderer Perspektive beleuchteten die Macher des Performancekunstfilms STRATA die Welterbestätte. Zahlreiche internationale Kunstschaufende aus den Bereichen Performancekunst, Theater, Tanz, Bildende Kunst und Musik kamen für diesen Film mit Forschern und Forscherinnen verschiedener Disziplinen in den Welterbehöhlen im Ach- und Lonetal zusammen. STRATA soll nächstes Jahr erscheinen.

3. Projekte

Beschilderung

Die Infrastrukturmaßnahmen im Welterbegebiet konnten im Jahr 2021 erfolgreich vorgebracht werden. Einige große Projekte wie die wegweisende Beschilderung wurden bereits vollumfänglich abgeschlossen, andere befinden sich auf der Zielgeraden. Durch die umfassende Beschilderung werden Gäste bereits an der Autobahn auf das UNESCO-Welterbe hingewiesen und anschließend durch ein touristisches Leitsystem zu den beiden Tälern und den Präsentationsorten geführt.

An den Autobahnen A7 und A8 konnten bereits im April 2021 drei der insgesamt vier geplanten touristischen Hinweisschilder errichtet werden. Das vierte Schild, für das im Zuge des ersten Antragsverfahrens noch keine Genehmigung vorlag, wurde nach einem erneuten Genehmigungsantrag ebenfalls bewilligt. Die verkehrsrechtliche Anordnung für das vierte Schild an der A8 in Fahrtrichtung München wurde im Juli von der Autobahngesellschaft des Bundes an die Autobahnmeisterei übermittelt. Die Aufstellung des 4. Autobahnschildes ist für die nächsten Wochen geplant. An der A8 weist dann auf beiden Seiten die „Venus vom Hohle Fels“ vor der Anschlussstelle Merklingen auf das nahegelegene UNESCO-Welterbe hin. Das „Mammut“ begrüßt aus Süden kommende Autofahrer auf der A7 zwischen den Anschlussstellen Langenau und Niederstotzingen. In der Gegenrichtung kündigt der „Löwenmensch“ vor der Abfahrt Niederstotzingen die Nähe zur „Höhlen und Eiszeitkunst“ an. Die Hinweistafeln an der A7 mussten lediglich erneuert werden. Die Schilder, die bisher an den beiden Standorten angebracht waren, stammten noch aus der Zeit vor der UNESCO-Anerkennung und trugen noch nicht den

Hinweis auf das Welterbe. Die beiden Standorte an der A8 wurden hingegen gänzlich neu errichtet. Damit konnten alle vier geplanten und beantragten touristischen Unter- richtungstafeln umgesetzt werden. Die Autobahnbeschilderung wurde über das Budget des Weltkultursprungs finanziert.

Die wegweisende Beschilderung zwischen den Autobahnausfahrten und den beiden Welterbetälern ist ebenfalls vollständig abgeschlossen. Die braunen Hinweisschilder zwischen der Autobahnausfahrt Merklingen und der B492 Blaubeuren/Schelklingen wurden bereits im Jahr 2019 angebracht. Bis Ende 2020 konnte dieses Teilprojekt des Beschilderungskonzepts auch im Landkreis Heidenheim fertiggestellt werden.

Auch die Beschilderung in den Tälern, auf Ebene 1 (Tal-Eingangsbeschilderung) und Ebene 2 (Wegweiser bzw. Abzweigschilder zu den Höhlen), wurde erfolgreich abgeschlossen. Insgesamt 12 Schilderstandorte im Ach- und Lonetal konnten bis Ende des Jahres 2020 umgesetzt und abgerechnet werden. Die Beschilderung und Kennzeichnung der Taleingänge sowie der Fundhöhlen wurde über das Tourismusinfrastukturprogramm (TIP) gefördert. Die Kofinanzierung erfolgte über das Budget des Weltkultursprungs.

Neue Themenwege „Eiszeit Spuren“

Die Umsetzung der neuen Themenwege, den „Eiszeit Spuren“, befindet sich auf der Zielgeraden. Die Wege sind zwischen 0,6 und 6,7 km lang und somit auch sehr gut für Familien mit Kindern geeignet. Insgesamt fünf Eiszeit Spuren führen Gäste direkt vom jeweiligen Parkplatz aus zu den einzelnen Höhlen. Auf dem Weg dorthin vermitteln große, illustrierte Informationstafeln Wissen zum Thema Eiszeit und der jeweiligen Welterbehöhle. Dabei widmet sich jede Eiszeit Spur einem anderen Themenfeld, zum Beispiel der Musik, der Jagd oder den Glaubensvorstellungen unserer Vorfahren. Kinder erwartet eine Vielzahl an Erlebnisstationen entlang der Wege, wie imposante, eiszeitliche Holzklettertiere, ein Bodentrampolin oder ein Barfußpfad. Die abwechslungsreichen Spiel- und Verweilmöglichkeiten machen die Eiszeit Spuren, neben der kurzweiligen Wissensvermittlung, für Groß und Klein zu einem besonderen Erlebnis. Die Eiszeit Spuren zum Sirgenstein und Geißenklösterle sind als Streckenwege konzipiert, die Eiszeit Spuren zum Bockstein, Hohlenstein-Stadel und Vogelherd als Rundwege angelegt. Eine sechste Eiszeit Spur zum Hohle Fels befindet sich in Planung.

Die Finanzierung der Eiszeit Spuren erfolgt über die Kommunen und wird gefördert durch LEADER-Mittel, Mittel der Denkmalpflege, durch das Tourismusinfrastukturprogramm und den Förderverein Eiszeitkunst im Lonetal.

Mit Fertigstellung der Eiszeit Spuren und der Beschilderung konnte ein großer, im Management Plan definierter Meilenstein, die Entwicklung eines umfassenden Informations- und Beschilderungssystems im Welterbegebiet, erfolgreich abgeschlossen werden. Die Besucherlenkung beginnt nun bereits auf der Autobahn und führt Gäste anschließend von den Ausfahrten in die Täler und zu den Höhlen. Rund um die Höhlen halten die Eiszeit Spuren ein Informations- und Interaktionsangebot für Jung und Alt bereit und vermitteln die Themen Höhlen, Eiszeit und Eiszeitkunst auf jeweils altersgerechte Weise.

Neue Broschüre „Eiszeitraum“

Im Zuge der Eröffnung der Eiszeitspuren hat die Geschäftsstelle eine neue Printbroschüre „Eiszeitraum“ aufgelegt. Die neue A5-Faltbroschüre vermittelt einerseits grundlegende Informationen zu den einzelnen Höhlen, den Fundstücken und den Präsentationsorten in der Welterberegion. Zugleich werden aber auch die Eiszeitspuren, der Eiszeittäler-Radweg und Wanderwege im Ach- und Lonetal auf einer großen Übersichtskarte gesammelt präsentiert. Zusätzlich beinhaltet die Broschüre konkrete, buchbare Angebote, wie beispielsweise Gästeführungen oder Kutschfahrten. Durch die Verbindung all dieser Komponenten können sich Gäste und interessierte Leser einen umfassenden Überblick über das vielseitige touristische Angebot in den Welterbetälern verschaffen, ihren Ausflug planen oder sich vor Ort orientieren.

Social Media

Die Geschäftsstelle Weltkultursprung hat seit Dezember 2020 einen eigenen Social Media-Auftritt bei Instagram und Facebook. Die Follower-Zahlen steigen langsam aber stetig. Aktuell sind es bei Facebook über 130 Abonnenten, bei Instagram mehr als 360 Abonnenten. Auf beiden Plattformen postet die Geschäftsstelle Bilder und Videos, die Nutzern die Themen Eiszeit, Höhlen und Eiszeitkunst in all ihren Facetten präsentieren. Außerdem wird über Neuigkeiten informiert und auf Veranstaltungen und Ausflugstipps im Welterbegebiet hingewiesen. Darüber hinaus bringt auch die mediale Vernetzung auf diesen Plattformen, z.B. mit den Einrichtungen, dem Welterbeverein oder den Tourismus-Institutionen, einen großen, zusätzlichen Vorteil und Mehrwert für die Beteiligten. Auch für den Ice Age Star Club wurde eine eigene Social Media-Präsenz erstellt, da die Zielgruppe „Musiker und Künstler“ mit anderen Inhalten und Themen angesprochen wird. Bei Musikinterviews und Konzerten in den Welterbehöhlen hatten Künstler zudem bisher vergeblich nach einer Verlinkungsmöglichkeit der Welterbestätte gesucht. Mit dem neuen Auftritt gehen die potentiellen Klicks der zahlreichen Follower prominenter Musiker künftig nicht mehr verloren.

UNESCO-Welterbetag

Der nationale UNESCO-Welterbetag am 6. Juni 2021 hat aufgrund der anhaltenden Corona-Pandemie erneut überwiegend auf der digitalen Plattform www.unesco-welterbetag.de stattgefunden. Je nach Inzidenzlage waren an manchen Orten aber auch Präsenzveranstaltungen möglich. In den Landkreisen Alb-Donau und Heidenheim ließen die Inzidenzen das allerdings noch nicht zu. Insgesamt nahmen 42 Welterbestätten am Aktionstag teil, so viele wie noch nie zuvor. Vor allem in den sozialen Medien war die Aufmerksamkeit sehr groß. Die Höhlen und Eiszeitkunst waren digital mit einer attraktiven Seite sowie zwei Live-Beiträgen, einem Online-Vortrag und einer Online-Führung, vertreten. URMU und Archäopark Vogelherd konnten zudem für Einzelbesucher öffnen.

Gästeführungen im Welterbe

Ein weiterer zentraler Pfeiler der Vermittlungsarbeit sind die Gästeführungen im Welterbe. Bislang haben 20 Gästeführer und Gästeführerinnen den Kooperationsvertrag unterschrieben und zählen damit zum Kreis der zertifizierten Welterbe-Guides. Der Kooperationsvertrag erlaubt den Gästeführern, öffentliche Führungen zu den frei zugänglichen Einrichtungen im Welterbegebiet anzubieten und beinhaltet darüber hinaus die forstrechtliche Genehmigung nach Landeswaldgesetz. Im Rahmen des Kooperationsvertrags verpflichten sich die Welterbe-Guides zudem zur regelmäßigen Teilnahme an

Weiterbildungsmaßnahmen. Da Präsenzfortbildungen im größeren Rahmen zu Beginn des Jahres noch nicht möglich waren, hat die Geschäftsstelle erstmals eine Online-Schulung für das Gästeführer-Netzwerk organisiert. Rund 25 Gästeführer haben an der Veranstaltung zum Thema „Erlebnis Gästeführung“ teilgenommen. Die Resonanz der Teilnehmenden war durchweg sehr positiv.

Die Stadt Schelklingen konnte zudem in Zusammenarbeit mit der Museumsgesellschaft Schelklingen und der Universität Tübingen eine Aus- und Weiterbildung der Höhlenführer und Höhlenführerinnen im Hohle Fels auf den Weg bringen. Die Teilnehmenden wurden am 9. Juli 2021 von Prof. Conard an der Universität Tübingen geprüft und erfolgreich als Höhlenguide im Hohle Fels zertifiziert.

4. Zusammenarbeit mit dem Welterbestätten Deutschland e.V.

Der Beitritt zum Welterbeverein im Jahr 2018 und die sich daraus ergebenden Kooperationen tragen immer mehr Früchte. Auch im Jahr 2021 hat sich die Zusammenarbeit mit dem Welterbestätten Deutschland e.V. sehr gut gestaltet. Mit zusätzlicher Unterstützung durch den Spieleverlag Pöppel aus Röttenbach wurde beispielsweise ein Welterbe-Kartenspiel aller 46 deutschen Welterbestätten entwickelt und auf den Markt gebracht. Das Kartenspiel ist inzwischen auch in der Geschäftsstelle, im URMU und im Archäopark Vogelherd erhältlich.

Von Mai bis Juni konnte außerdem in Zusammenarbeit mit dem Welterbeverein und der deutschen Botschaft in Belgrad eine Outdoor-Ausstellung im Kalemegdan, der Festungsanlage Belgrads, gezeigt werden. Ausgesuchte deutsche Welterbestätten wurden auf 28 großformatigen Bildtafeln eindrucksvoll präsentiert, darunter auch die Höhlen und Eiszeitkunst.

Im September war der französische Fotograf und Influencer Loïc Lagarde für einen Tag zu Besuch im Ach- und Lonetal. Die Influencer-Reisen Lagardes durch die deutschen Welterbestätten sind Teil einer Marketingkampagne für den französischen Markt, die vorwiegend über den Welterbeverein finanziert und gemeinsam mit der Deutschen Zentrale für Tourismus umgesetzt wurde.

5. Ausblick

Mit Fertigstellung des Informations- und Beschilderungssystems im Welterbegebiet werden in der Geschäftsstelle wieder Kapazitäten frei für neue Themen und Projekte. Eines davon wird sicherlich die Aktualisierung der Wanderausstellung des Weltkultursprungs sein, die derzeit in Kooperation mit der Universität Tübingen angestrebt wird. Zudem aktualisiert die Geschäftsstelle momentan den Webauftritt. Neben technischen Verbesserungen und neuen Inhalten, soll die Website künftig auch eine Plattform für Veranstaltungen der Arbeitsgemeinschaft werden und den zertifizierten Welterbe-Guides bessere Sichtbarkeit ermöglichen.

Der Welterbetitel bringt neben vielen Vorteilen auch einige Pflichten mit sich. Im Vordergrund stehen dabei vor allem der Schutz und die Bewahrung der Welterbestätte für künftige Generationen. Leider kommt es immer wieder zu massiven Eingriffen und Zerstörungen in den Höhlen. Umso wichtiger ist die Sensibilisierung der Höhlenbesucher

für diese empfindlichen und schützenswerten Geotope. Auch das Thema Nachhaltigkeit soll in diesem Zusammenhang stärker in den Fokus gerückt werden, beispielsweise mit konkreten Aktionen wie Cleanup Days.

Die wichtigsten Themen und Projekte für 2022:

- Teilnahme am Welterbetag, 5. Juni 2022
- Relaunch Website
- Ausbau Social Media
- Fort- und Weiterbildungsmaßnahmen für Welterbe-Gästeführer
- Evaluierung durch ICOMOS
- Nachhaltigkeit im Welterbegebiet voranbringen

Kosten und Finanzierung

a) Einmalige Kosten €

b) Lfd. Kosten €/jährlich

Haushaltsmittel sind

Personalbedarf

Stelle

Gäste und Sachverständige: -

Beschlussauszüge sind zu übersenden an:

FD 21

Vertagungsfähig ja

Ulm, 19. September 2021

Anlage

keine