

Tourismus in der Großregion

Der IPR hält die koordinierte und zielgruppenspezifisch orientierte Vermarktung der touristischen Potentiale der Großregion für einen wichtigen kulturellen und wirtschaftlichen Impuls für die Zukunft der Großregion.

Der IPR begrüßt deswegen die Initiativen der Gipfel von Trier, Lüttich und Saarbrücken zum Ausbau des Tourismus als Standortfaktor der Großregion.

Der 4. Gipfel am 19. November 1998 in Trier hatte den Zusammenhang von Tourismus, Nachhaltigkeit und Umweltgerechtigkeit herausgestellt und an den Naturparks der Großregion exemplifiziert.

Der 5. Gipfel in Lüttich am 3. Mai 2000 hatte konkrete Projekte im Bereich „Tourismus und Kultur“ beschrieben und auf den Weg gebracht.

Der 7. Gipfel am 30. Juni 2003 in Saarbrücken hat einen Endbericht vorgelegt, der Produktvorschläge für ein gemeinsames Vermarktungskonzept enthält, um den touristischen Akteuren der Region eine Grundlage zu geben, die touristische Entwicklung der Gesamtregion erfolgreich zu steuern.

Der IPR fordert die zuständigen Tourismusverwaltungen auf, die in der Studie des Europäischen Tourismus-Instituts (ETI) in Trier vorgeschlagenen Schritte zur Vernetzung der touristischen Produkte der Teilregionen in übergreifenden Vermarktungsstrategien einzuleiten und insbesondere die als aussichtsreich identifizierten Themenfelder, „Kultur und Genuss“, „Grenzen zum Anfassen“, „Aktiv ohne Grenzen“, „Weltgeschichte zum Anfassen (Erlebbares Erbe)“, „Natur erleben“ und „Singularität der Räume und Regionen“ zielgruppenorientiert gemeinsam zu vermarkten und damit die Attraktivität der Region als touristische Destination weiter zu steigern und bekannt zu machen.

Der IPR hält insbesondere die aus Befragungen von Organisationen und Instituten abgeleitete Strategie für zielführend, durch intensives touristisches Binnenmarketing (für die Bevölkerung der Großregion selber) und durch informationelle Vernetzung der (etwa 1 000) touristischen Akteure vor Ort das Wissen um die vielgestaltige Attraktivität des gemeinsamen Kultur-, Natur- und Wirtschaftsraums der Großregion in der Region selbst stärker zu verbreiten: Intensiver Binnentourismus als Motor der Identifikation der Bevölkerung mit der Region fördert mittelbar auch den so genannten Income-Tourismus und erhöht die Chancen, Besucher von außerhalb als „Binnentouristen“ mit dem Anreiz zu locken, die Vielfalt Europas im überschaubaren Raum der Großregion zu erleben.

Der IPR unterstützt deswegen die auch in dem „Zukunftsbild 2020“ (der sog. Santer-Kommission) erhobene Forderung, eine Agentur für Tourismusmarketing einzurichten, die das Tourismuskonzept für die Großregion professionell erarbeitet und umsetzt und den bestehenden Einrichtungen auf regionaler und lokaler Ebene zuarbeitet. Die Agentur soll auf der in den Teilregionen bereits bestehenden Tourismusstruktur aufbauen und diese unterstützen.

Der IPR appelliert an den 8. Regionalgipfel und die in ihm zusammenarbeitenden Exekutiven und Regierungen der Großregion, die Einrichtung einer zentralen Agentur für Tourismusmarketing als aus INTERREG-Mitteln förderfähiges europäisches Modellprojekt mit Vorrang zu betreiben.