



Stadt Pappenheim

Entwicklungskonzept Tourismus

cocomedien

GEO  **PLAN**
Bayreuth

Entwicklungskonzept

Tourismus

für die Stadt Pappenheim

Auftraggeber: Stadt Pappenheim
Marktplatz 1
91187 Pappenheim

Auftragnehmer: GEO-PLAN
Hutzelmann und Hacke GbR, Dipl. Geogr.
Friedrich-v.-Schiller-Str. 14
95444 Bayreuth
Fon: (0921) 24365 Fax: (0921) 83720
E-Mail: info@geoplan-bayreuth.de
Internet: www.geoplan-bayreuth.de

cocomedien (Tourismusmarketing)
Hermann Sinn Dipl.Graf. (FH)
Karlstr. 22
90763 Fürth
Tel. (0911) 929654-0 Fax (0911) 929654-2
E-Mail: cocomedien@myway.de
www.cocomedien.de

Stand: 15.11.2011

Inhaltsverzeichnis	Seite
1 Status Quo Analyse	4
1.1 Lage im Naturpark Altmühltal	4
1.2 Touristisches Angebot	5
1.3 Touristische Infrastruktur	8
1.4 Touristische Nachfrage	15
2 Stärken-Schwächen-Profil	18
3 Touristische Entwicklungsziele	19
4 Tourismusmarketing (Hermann Sinn Coco Medien).....	21
4.1 Eruierung erweiterter Ansätze, Strukturen, vergleichende Profilstudien und Konkurrenzstrategien (thematische Vorbereitung)	21
4.2 Wettbewerbsbeobachtung	22
4.2.1. Touristisches Profil und Zielgruppendefinition	22
4.2.2 Vergleichende Profilstudien und Konkurrenzstrategien	23
4.3 Begleitende Ausarbeitung von Ansätzen einer erweiterten, dynamischen Tourismusstrategie	24
4.3.1 Ausbau von Einzelbausteinen, Pauschalangeboten und Bundles	24
4.3.2 Erweiterung der Tourismus-Website	24
4.3.3 Auflage einer oder mehrere Printmedium(en)/ Broschüre(n) "Pauschalangebote in Pappenheim und Umgebung"	25
4.4 Analyse kommunaler tourismuspolitischer Strukturen in Pappenheim mit Stärken- Schwächen - Profil und Strukturvorschlägen zur Tourismuspolitik	25
4.4.1 Analyse	25
4.4.2 Strukturvorschläge zur Tourismuspolitik in Pappenheim	27
5. Schlüsselprojekte.....	28

Abbildungsverzeichnis**Seite**

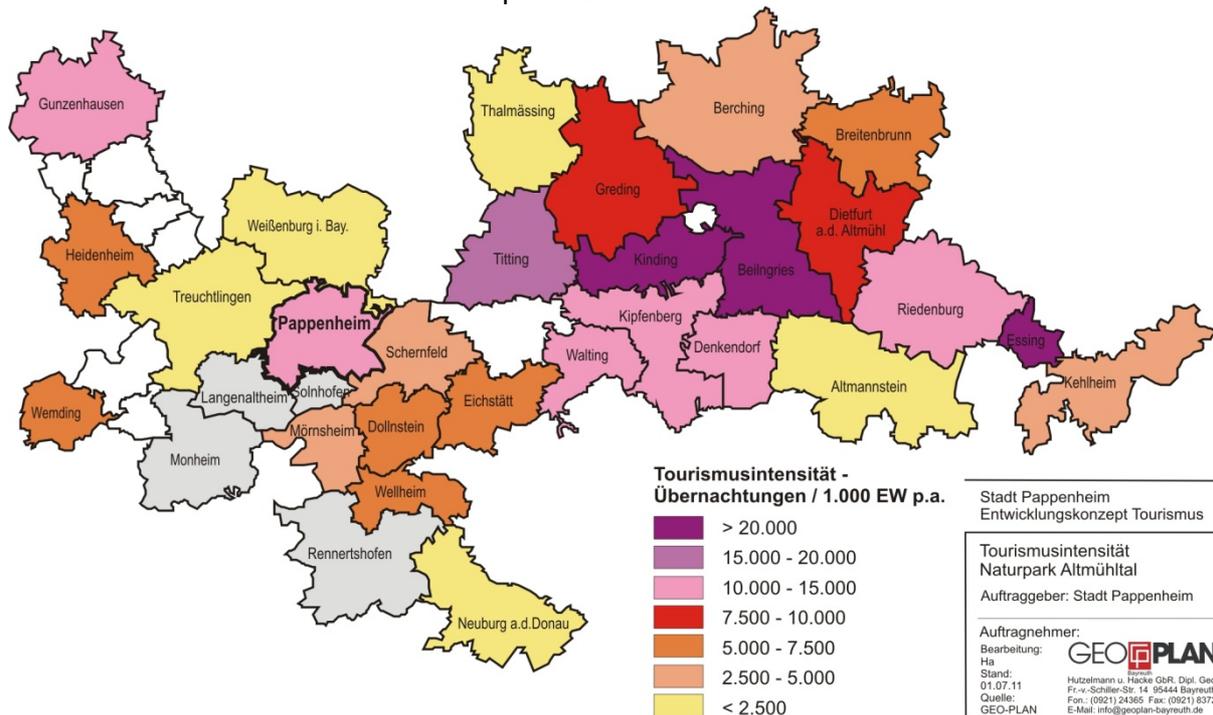
Abb. 01: Tourismusintensität im Naturpark Altmühltal.....	4
Abb. 02: Gästeübernachtungen und durchschn. Aufenthaltsdauer in Gemeinden des Naturparks Altmühltal.....	5
Abb. 03: Beherbergungsstruktur in Pappenheim nach Betriebsgruppen und Gästebetten....	5
Abb. 04: Natur Camping Pappenheim.....	6
Abb. 05: gastronomisches Angebot in der Innenstadt.....	7
Abb. 06: Zufriedenheit mit Einzelhandel und Gastronomie	8
Abb. 07: Burg Pappenheim	9
Abb. 08: Sehenswürdigkeiten in der Pappenheimer Altstadt	10
Abb. 09: touristische Hinweisschilder	14
Abb. 10: Gästeankünfte, -übernachtungen und Aufenthaltsdauern in gewerblichen Betrieben.....	15
Abb. 11: Gästeankünfte, -übernachtungen und Aufenthaltsdauern in Betrieben unter 9 Betten.....	16
Abb. 12: Gästeübernachtungen im Jahresverlauf und mittlere Bettenauslastung.....	16

1 Status Quo Analyse

1.1 Lage im Naturpark Altmühltal

Gemessen an der Tourismusintensität (Gästeübernachtungen pro Tsd. Einwohner) stellt Pappenheim (2010: 11.700 Übernachtungen / 1.000 EW) im westlichen Teil des Naturparks Altmühltal zusammen mit Gunzenhausen eines von zwei herausstechenden touristischen Zentren dar, im Gegensatz zum insgesamt touristisch intensiver genutzten östlichen Teil des Naturparks. Die direkt an Pappenheim angrenzenden Gemeinden haben touristisch nur geringe Bedeutung (vgl. Abb. 01).

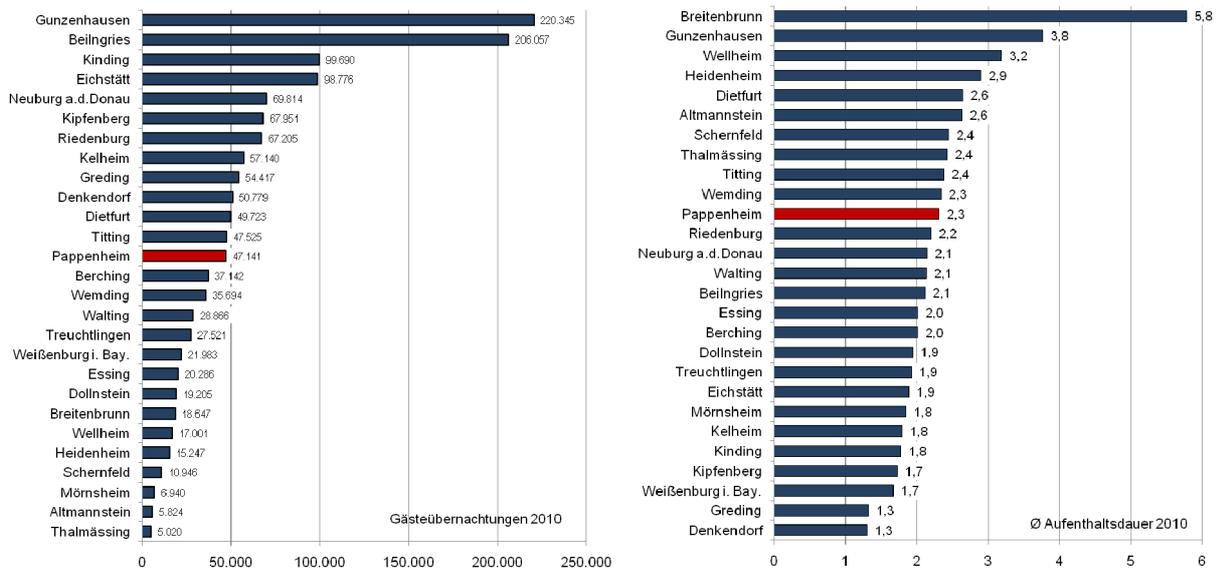
Abb. 01: Tourismusintensität im Naturpark Altmühltal



Quelle: Bay. LA f. Stat. und Dv.; Bearbeitung: GEO-PLAN

Im regionalen Vergleich der Naturparkgemeinden liegt Pappenheim bei den Gästeübernachtungen mit 47.259 im Jahr 2010 im Mittelfeld (vgl. Abb. 02). Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer der Gäste liegt mit 2,3 Tagen im Mittel des Naturparks (Gesamtdurchschnitt Naturparkgemeinden: 2,3 Tage).

Abb. 02: Gästeübernachtungen und durchschn. Aufenthaltsdauer in Gemeinden des Naturparks Altmühltal



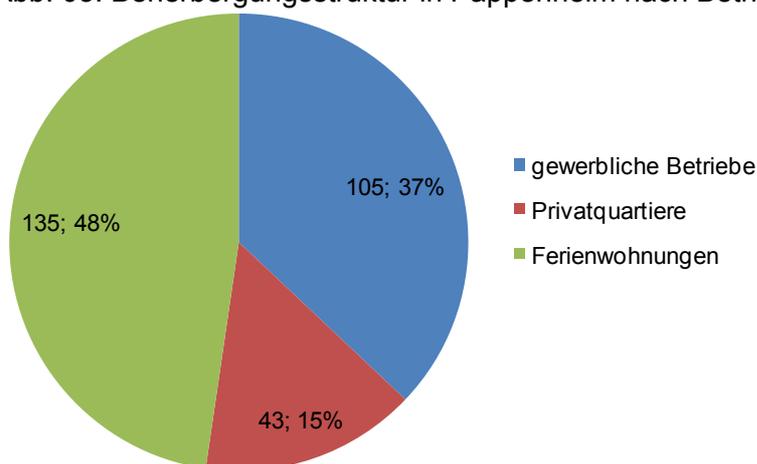
Quelle: Bay. LA f. Stat. und Dv.; Bearbeitung: GEO-PLAN

1.2 Touristisches Angebot

Beherbergung

Im Jahr 2010 wurden in Pappenheim (inkl. Ortsteile) insgesamt rd. 280 Gästebetten von 34 Betrieben angeboten. Das Beherbergungsangebot ist insgesamt relativ ausgewogen strukturiert (vgl. Abb. 03).

Abb. 03: Beherbergungsstruktur in Pappenheim nach Betriebsgruppen und Gästebetten



Quelle: Stadt Pappenheim; Bearbeitung: GEO-PLAN

Im Hauptort Pappenheim befinden sich rd. 200 Gästebetten, die sich je zur Hälfte auf 4 gewerbliche (über 8 Gästebetten) sowie 15 private Anbieter verteilen. Insgesamt besteht das Angebot der gewerblichen Gastgeber aus 105 Betten, im Schnitt beträgt der Preis für eine Übernachtung 34 Euro. Nach einer Analyse des Gastgeberverzeichnis verfügen sämtliche Zimmer über Dusche / WC und machen, dem verfügbaren Bildmaterial nach zu urteilen, einen gepflegten, den angegebenen Standards entsprechenden Eindruck. Das Angebot der

Privatvermieter besteht aus 17 Ferienwohnungen und zwei Zimmervermietungen. Hier stehen (im Hauptort) insgesamt rd. 100 Betten zur Verfügung.

Bei Hotels ist ein Defizit im gehobenen und exklusiven Angebotssegment festzustellen. Es bestehen keine ergänzenden Angebote wie z.B. ein Hotelhallenbad oder Wellness-Angebote. Größere Beherbergungskapazitäten, um beispielsweise Reisegruppen / Busse aufnehmen zu können fehlen ebenso.

Westlich der Altstadt, direkt an der Altmühl bzw. am Altmühl-Radwanderweg besteht ein Campingplatz mit sanitären Anlagen, der rd. 100 Stellplätze für Wohnmobile, -wagen und Zelte vorhält. Davon sind 20 Stellplätze für Dauercamper reserviert. Der Campingplatz ist jährlich von Anfang April bis Ende Oktober geöffnet. Auf der Homepage der Stadt ist der Campingplatz als Übernachtungsmöglichkeit nur schwer auffindbar. Er ist unter der Rubrik „Freizeit und Wellness“ angeführt.

Abb. 04: Natur Camping Pappenheim



Quelle: GEO-PLAN, eigene Aufnahme

In den Ortsteilen sind ausschließlich Privatvermieter vorhanden, die vorwiegend Ferienwohnungen anbieten, ein Angebotssegment, das sich u.a. an Familien mit Kindern richtet und in der Hauptsache zu längeren Aufenthalten genutzt wird. Bei Mindestbelegung der Ferienwohnungen in Pappenheim und seinen Ortsteilen bezahlt man im Schnitt 31,37 € pro Ferienwohnung und Nacht, die durchschnittliche Größe aller Ferienwohnungen beträgt 64 m².

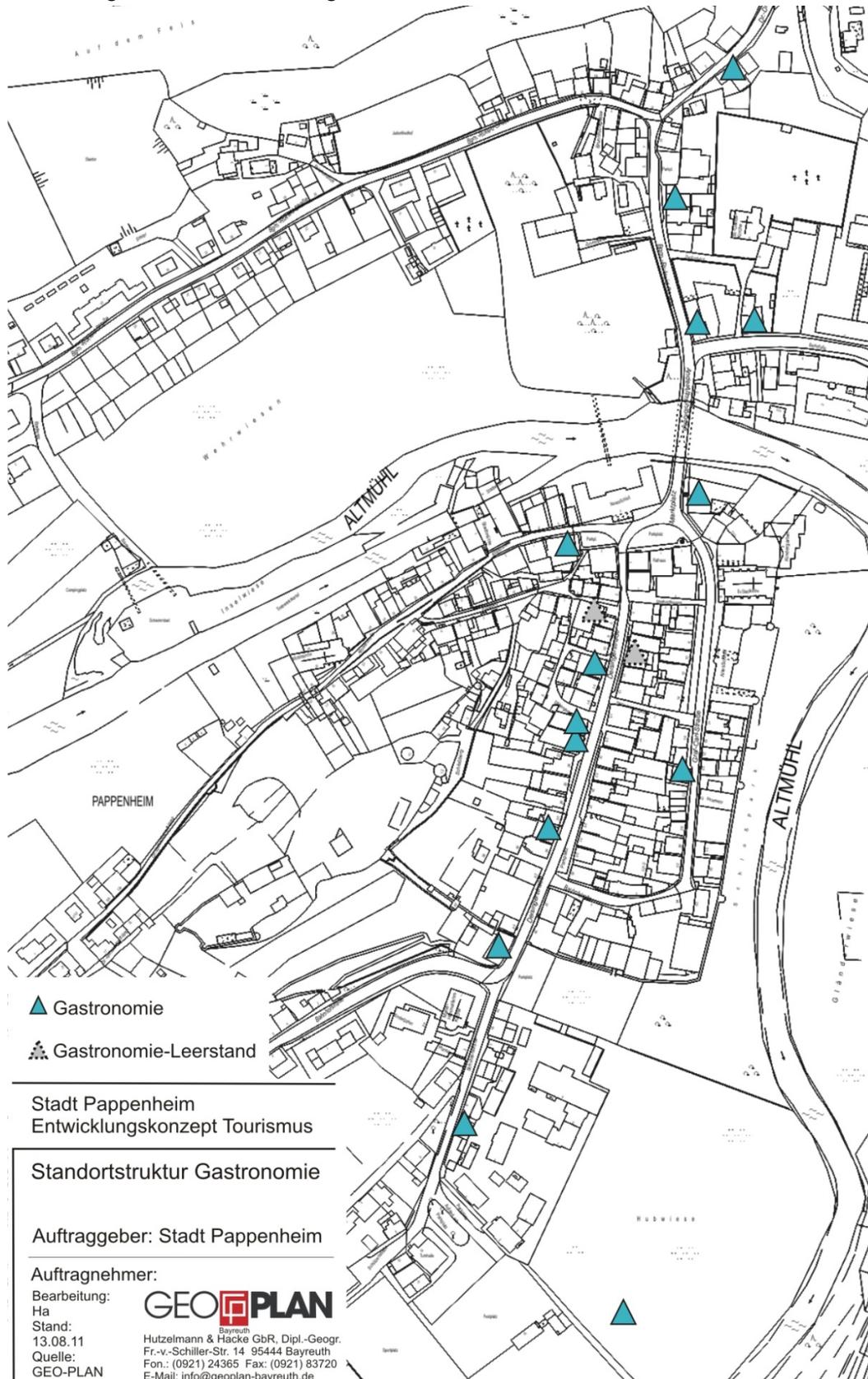
Eine besondere Rolle im Beherbergungsbereich kommt der Landvolkshochschule Pappenheim zu. Diese bietet zahlreiche Seminare zum Thema Glauben und Lebensgestaltung für alle Altersgruppen an. Insgesamt weist die Landvolkshochschule eine Kapazität von 168 Betten auf (nicht in Abb. 03 enthalten). Nach Angaben der Institution selbst übernachteten ca. 12.000 Gäste Jährlich in der Landvolkshochschule, insgesamt kommen dabei ca. 30.000 Übernachtungen zusammen.

Gastronomie

Das gastronomische Angebot in bzw. im Umgriff der Pappenheimer Altstadt umfasst insgesamt 14 Betriebe sowie zum Zeitpunkt der Erhebung zwei Gastronomie-Leerstände. Rein quantitativ betrachtet kann somit von einem sehr gut ausgebauten Angebot gesprochen wer-

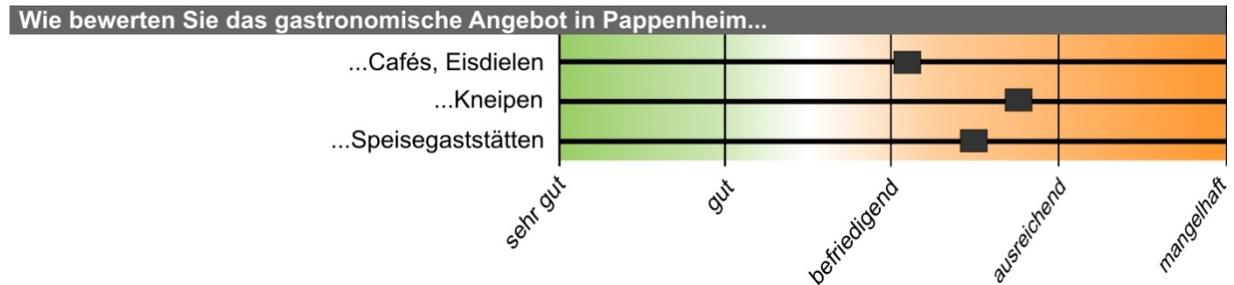
den, das sich vorwiegend in der Innenstadt (entlang der Deisinger Straße) konzentriert und diese entsprechend prägt (vgl. Abb. 05). Hauptsächlich handelt es sich um Gaststätten / Gasthöfe mit deutscher Küche (7 Betriebe), ergänzt durch zwei Schankwirtschaften, zwei Pizzerias sowie drei Cafés.

Abb. 05: gastronomisches Angebot in der Innenstadt



In der Zufriedenheitsanalyse im Rahmen der Haushaltsbefragung 2010 lagen die Bewertungen der Bürger zum gastronomischen Angebot mit Schulnoten zwischen 3,1 und 3,8 in einem im interkommunalen Wettbewerb nicht konkurrenzfähigen Spektrum (vgl. Abb. 06). Die schlechten Bewertungen deuten auf qualitative Mängel bzw. eine geringe Attraktivität des gastronomischen Angebotes hin. Ein insbesondere im Hinblick auf die große touristische Bedeutung der Gastronomie bedenkliches Ergebnis. Auch motivieren die Gaststätten und Cafés nach Einschätzung der befragten Bürger kaum zum Besuch der Innenstadt.

Abb. 06: Zufriedenheit mit Einzelhandel und Gastronomie



Quelle: GEO-PLAN, eigene Erhebung

Das gastronomische Angebot der Innenstadt erscheint den Befragten sowohl qualitativ als auch quantitativ ausbaubedürftig. Vermisst werden v.a. Eisdielen, (Straßen-)Cafés und Biergärten. Die innerstädtischen Freiflächen sollten zur Belebung der Außengastronomie genutzt werden.

Einen weiteren möglichen Ansatz, um eine qualitative Aufwertung des Angebotes zu erreichen würde in diesem Zusammenhang eine Kooperation der Pappenheimer Gastronomie mit kleinen, regionalen Brauereien, z.B. der erfolgreichen Brauerei „Hechtbräu“ aus Zimmern darstellen.

1.3 Touristische Infrastruktur

Zur touristischen Charakterisierung der Stadt Pappenheim erfolgt eine Darstellung der touristischen Infrastruktur sowie ursprünglicher und abgeleiteter Angebotsstrukturen. Deren Qualität bestimmt weitgehend die Attraktivität und Wettbewerbsfähigkeit einer Destination. Das in der Regel nicht veränderbare ursprüngliche Angebot (Natur und Kultur) bildet die Basis einer Region oder eines Ortes für die Entwicklung des touristischen Angebotes. Das ursprüngliche Angebot alleine ist aber für die touristische Entwicklung jedoch nicht ausreichend. Für eine ökonomische Nutzung des ursprünglichen Angebotes eines Raumes durch den Tourismus muss es durch das veränderbare abgeleitete Angebot (touristische Infrastruktur, Veranstaltungen etc.) erweitert und ergänzt werden. Das touristische Produkt, das letztlich angeboten wird, beruht dabei sowohl auf Komponenten des ursprünglichen als auch des abgeleiteten Angebotes der jeweiligen Destination.

Ursprüngliches Angebot

Naturräumlich stellt die Einbettung in das touristisch hoch attraktive, überregional bekannte Altmühltal sowie die „Pfortensituation“ der Stadt zum touristisch intensiv genutzten Teil des Naturparks einen großen Lagegunstfaktor für Pappenheim dar. Prägendes Element ist dabei die reizvolle Lage der historischen Altstadt in einer Flussschleife der Altmühl. Daneben bilden die typischen Landschaftsmerkmale der Südlichen Frankenalb (Trockenrasenflächen, Wacholderhaine etc.) hohe touristische Potenziale.

Als herausragendes kulturhistorisches Bauwerk von überregionaler Attraktivität ist die Burg zu werten, die über der Pappenheimer Altstadt thront und einen bedeutenden Anziehungspol darstellt. Des Weiteren ist die gesamte historische Altstadt, die die letzten Jahrhunderte ihrer rd. 1200-jährigen Geschichte relativ unbeschadet überstanden hat, als touristisch sehr attraktiv zu bewerten. Zahlreiche Sehenswürdigkeiten (Kirchen, Schlösser etc.) aus verschiedenen historischen Epochen runden das ursprüngliche Angebot ab.

Abb. 07: Burg Pappenheim



Quelle: GEO-PLAN, eigene Aufnahme

Insgesamt ist das Zusammenspiel aus hoher landschaftlicher Attraktivität des direkten städtischen Umfeldes mit dem historischen / kulturellen Potenzial der Pappenheimer Altstadt, auch im überregionalen Wettbewerb, als herausragende Stärke Pappenheims zu werten.

Die angesprochenen Gunstfaktoren des ursprünglichen Angebotes in den Bereichen räumliche Lage und Naturraum sowie Kultur können nur durch die Ausbildung weiterer Angebotsfaktoren im Bereich des abgeleiteten Angebotes forciert werden. Im Gegensatz zum ursprünglichen Angebot zählen zum abgeleiteten Angebot jene zusätzlichen Angebote und Leistungen, die speziell für den Tourismus oder die örtliche Naherholung erstellt werden.

oder Wanderer erweitert werden können. Des Weiteren existiert ein ökologischer Hochseilpark, in dem u.a. erlebnispädagogische Kurse und Seminare angeboten werden.

Ergänzt wird das touristisch relevante örtliche Angebot durch eine relativ junge, attraktiv am Altmühlufer liegende Kneippanlage, verschiedene Museen (Historisches Museum, Natur- und Jagdmuseum (beide auf der Burg), Ausstellungen im Museum an der Stadtmühle, Straßmuseum) und einen botanischen Garten auf der Burg.

- Wegeinfrastruktur (Wander-, Radwege)
 - Regionale Wanderwege
 - Altmühltal-Panoramaweg (ausgezeichnet: „Top Trails of Germany“)
 - Schlaufenwege zum Altmühltal-Panoramaweg
 - Örtliche Wanderwege
 - weit verzweigtes Netz lokaler Rundwanderwege zwischen 3 und 18 km Länge
 - Ökologischer Natur- und Erlebnispfad
 - Überregionale Radwege
 - Altmühltal-Radweg
 - Regionale Radwege
 - Pappenheim selbst ist an keine regionalen Radwege direkt angebunden. In der näheren Umgebung (Treuchtlingen, Dollnstein) sind jedoch Anknüpfungsmöglichkeiten an das regionale Radwegenetz gegeben, die von Pappenheim ausgehend über den Altmühltal-Radweg erreichbar sind.

Veranstaltungsangebot

Der sehr umfangreiche Veranstaltungskalender der Stadt Pappenheim umfasst neben einigen größeren Leitveranstaltungen auch zahlreiche regelmäßige Angebote verschiedenster Ausrichtung. Vor allem in den größeren Events spielt die Burg in der Regel eine zentrale Rolle. Nach Schätzungen der Stadt konnten bei den städtischen Events die Besucherzahlen in den vergangenen Jahren kontinuierlich gesteigert werden.

Leitveranstaltungen / -events:

- Tag- und Nachttour auf der Burg (gräflich; Mittelalterfestival mit Ritterturnieren und Mittelaltermarkt)
- Weihnachtsmarkt auf der Burg (gräflich)
- „Altmühltal-Classic-Sprint“: Oldtimer-Veranstaltung mit Pappenheim als Zentrum
- Freies Oldtimertreffen
- Messe „Kunst & Kultur“ (gräflich)
- Messe „Antikes & Kurioses“ (gräflich)
- Volksfest
- „Nacht der Gaukler“
- „Goldener Oktober“: langer Einkaufsabend (Freitag) in der Innenstadt

Neben den Leitveranstaltungen, bei denen eine deutliche überörtliche Wirkung angenommen werden kann, finden zahlreiche weitere Veranstaltungen (z.B. Greifvogel-Flugvorführungen), Konzerte, Märkte (monatlicher Bauernmarkt), Führungen (Burgführungen, Führungen im Botanischen Garten) und Kurse (z.B. Kletter- und Abseilkurse) statt. Insgesamt kann das Veranstaltungsangebot in Pappenheim als qualitativ und quantitativ gut ausgebaut bewertet werden, wobei vor allem der kulturhistorische Hintergrund intensiv aufgegriffen wird.

Thematisches Angebot

Wandertourismus

Pappenheim ist ein potenzielles Etappenziel auf dem zertifizierten Streckenwanderweg „Altmühl-Panoramaweg“. Zudem gibt es um Pappenheim zahlreiche Rundwandermöglichkeiten, unter anderem eine sechs Kilometer lange Schlaufe, die vom Altmühl-Panoramaweg ausgeht. Der ausgewiesene Naturlehrpfad Pappenheims ist nicht auf der Liste der Themenwanderwege auf der Internetseite des Naturpark Altmühltal zu finden. Auf der Internetseite Pappenheim findet sich eine kleine Karte für einen Rundwandervorschlag von der Stadt ausgehend, der mit dem vorgeschlagenen Radrundweg identisch ist. Für weitere Informationen wird auf die Touristinformation verwiesen. Von Pappenheim aus werden geführte Wanderungen angeboten. Auffällig ist, dass es nur wenige Einkehrmöglichkeiten für Rundwanderer um Pappenheim gibt.

Im gesamten Altmühltal gibt es eine Reihe an qualitativ hochwertigen, zertifizierten Streckenwanderwegen. Diese sind in der Broschüre „Wandern im Naturpark Altmühltal“ näher beschrieben. Bis auf die Schleifen des Altmühl-Panoramawegs fehlen Beschreibungen oder Informationen zu attraktiven Halbtages- oder Tagesrundwanderungen, die jedoch touristisch sehr wertvoll sind, da viele Wanderer Rundwanderwege gegenüber Streckenwanderwegen bevorzugen. In vielen Orten des Altmühltals finden sich zertifizierte wanderfreundliche Übernachtungsmöglichkeiten. In Pappenheim fehlen hingegen derart zertifizierte Betriebe.

Radtourismus

Bei Übernachtungsgästen aus dem Radtourismus besteht das Problem, dass viele der Mehrtagesradfahrer, die den Altmühl-Radweg befahren, in Treuchtlingen starten. Die Entfernung beider Städte ist in diesem Fall nicht groß genug, um eine Etappe darzustellen. Demzufolge übernachten diese Gäste kaum in Pappenheim. Die Radverleihstation in Pappenheim (Zweirad Schleussinger), die auch das Wachstumssegment E-Bike bereits abdeckt, ist nicht in der Liste der Verleihstationen für den gesamten Naturpark aufgeführt.

Auch von Seiten der Beherbergungsbetriebe gibt es keine speziellen Angebote oder zertifizierte Betriebe für Radfahrer. Zudem zeigt die Karte in der Broschüre „Radwandern Naturpark Altmühltal“, dass von Pappenheim direkt keine Radrundwege starten. Durch die Anbindung an den Altmühltal-Radweg sind Rundwege, die von den Nachbarkommunen Treuchtlingen, Mörsheim und Dollnstein starten, dennoch gut zu erreichen.

Der Naturpark Altmühltal weist insgesamt für Radtouristen eine gute Infrastruktur auf, es sind sowohl zahlreiche Radwege, als auch Radverleihstationen vorhanden. In vielen Gemeinden

finden sich außerdem spezielle, als radfreundlich zertifizierte Übernachtungsbetriebe. Zudem sind Pauschalangebote für mehrtägige Radtouren vorhanden. Hier besteht in Pappenheim derzeit noch deutliches Ausbaupotenzial.

Bootswandern

Die Integration Pappenheims in den Kanutourismus des Altmühltals macht einen zeitgemäßen Eindruck. In Pappenheim existieren drei Bootsverleiher, die auch auf der Informationsebene des Naturparks präsent sind. Durch den Campingplatz und einen Übernachtungsbetrieb mit Biergarten und Bootsverleih direkt an der Altmühl sind in Pappenheim gute Übernachtungsmöglichkeiten für Kanufahrer gegeben.

Bustourismus

Pappenheim bietet mit seiner historischen Altstadt und ihren Sehenswürdigkeiten grundsätzlich Potenzial für Bustourismus. Jedoch gibt es derzeit keinen Beherbergungsbetrieb, der genügend Übernachtungskapazitäten für die Aufnahme von Reisebussen hat. Bisher gibt es eine angebotene Bustour, ausgehend von Treuchtlingen, die auf der Internetseite von Pappenheim angeboten wird. Diese dauert insgesamt sechs Stunden, während Pappenheim eine Station mit kurzer Verweildauer darstellt.

Kulturtourismus

Pappenheim bietet viele kulturhistorisch wertvolle Sehenswürdigkeiten und Veranstaltungen. Die wichtigste Rolle hierbei spielt sicherlich die Burg; sie ist Schauplatz zahlreicher Veranstaltungen. Ein Höhepunkt des Veranstaltungskalenders in Pappenheim ist das Tag- und Nachtturnier (jedes Jahr am letzten Juniwochenende). Auch außerhalb der Veranstaltungen steht die Burg zur Besichtigung offen, es werden regelmäßig Führungen angeboten.

Außerdem besteht die Möglichkeit die Burg für private und kommerzielle Zwecke zu mieten. Neben der Burg können auch die Kirchen der Stadt besichtigt werden. Weitere historische Bauten, wie das Alte und Neue Schloss sind in Privatbesitz und nicht für die Öffentlichkeit zugänglich. Eine Ursache hierfür liegt nach Aussage der gräflichen Verwaltung in den Betriebs- und Verwaltungsaufwendungen, die sich aus einer Öffnung ergäben, durch diese jedoch nicht getragen werden könnten. Dies wurde bereits im Rahmen von vor einigen Jahren durchgeführten Touristenbefragungen bemängelt.

Familienurlaub

Der Naturpark Altmühltal bietet eine Reihe von ausgewiesenen Angeboten für Familien, an denen Pappenheim jedoch derzeit nicht beteiligt ist (nach den vorliegenden Informationsmaterialien). Hier zeigt sich Handlungsbedarf zum zielgruppenspezifischen, kooperativen Angebotsausbau.

Aspekte der touristischen Vermarktung – Prospektanalyse

Die Lieferung der bei der städtischen Touristinformation per E-Mail angeforderten Prospekte erfolgte innerhalb von drei Tagen nach Bestellung. Die gelieferten Informationen sind sehr vielfältig. Die Prospekte beziehen sich teils auf Angebote in Pappenheim selbst, teils auf den

gesamten Naturpark Altmühltal. Zusammenfassend kann gesagt werden, dass als Leitthemen vorwiegend die entspannende Aktivität in schöner Kulturlandschaft sowie der Kultur- und Besichtigungstourismus beworben werden.

Touristische Leit- und Informationssysteme

Über die übliche Wander- und Radwegebeschilderung hinaus existiert innerhalb der Stadt Pappenheim, abgesehen von einzelnen Hinweisschildern (vgl. Abb. 09) kein touristisches Leitsystem, das speziell auf Fußgänger ausgerichtet ist. Einzelne, historisch bedeutsame Gebäude sind mit Gebäudeinformationstafeln versehen, die dem Touristen kurze Informationen zur Geschichte bzw. ehemaligen Funktion vermitteln.

Abb. 09: touristische Hinweisschilder



Quelle: GEO-PLAN, eigene Aufnahmen

Touristische Angebote in der Umgebung

In touristischer Hinsicht stellt die Vernetzung mit den Potenzialen im Umfeld von Pappenheim bzw. innerhalb der Tourismusregion Naturpark Altmühltal einen wichtigen Faktor dar, da Touristen in der Regel mobil sind und bei der Wahl ihrer Urlaubsdestination die Attraktivität einer Region im größeren räumlichen Zusammenhang bewerten.

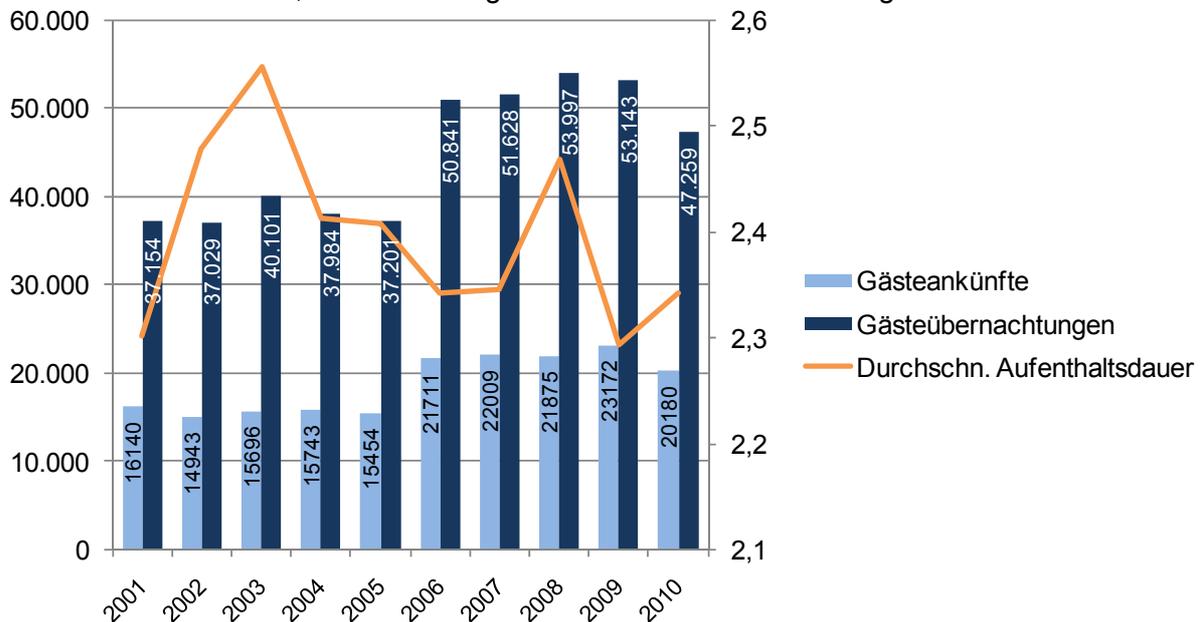
Das hohe touristische Potenzial in den Nachbargemeinden bildet überwiegend die Leitthemen des Pappenheimer Tourismus (naturbezogene, kulturhistorische Angebote) ab und ergänzt das regionale Angebot um überregional attraktive Highlights, z.B. Fossilien in Solnhofen, Römerstadt Weissenburg, Barock in Ellingen, Altmühltherme Treuchtlingen, Mogetissa-Therme Weissenburg, Fränkisches Seenland etc.

Kurze Darstellungen bzw. Hinweise auf Ausflugsziele in den Nachbargemeinden finden sich auch auf der Stadt-Homepage.

1.4 Touristische Nachfrage

Im Jahr 2010 wurden in Pappenheim insgesamt 47.259 Gästeübernachtungen in Betrieben mit mehr als acht Gästebetten erfasst. Die Übernachtungszahlen entwickelten sich im Verlauf der Jahre 2001 bis 2010 zunächst positiv, was jedoch im Wesentlichen auf eine Umstrukturierung der Tourismusstatistik zurückzuführen ist. Seit dem Jahr 2006 werden hier auch Übernachtungen auf Campingplätzen mit einberechnet. Diese erklären den Anstieg der Gästeübernachtungen in Pappenheim um rd. 10.000 p.a. seit diesem Zeitpunkt. Ohne diese statistische Veränderung zeigt sich ein eher stagnativer Entwicklungsverlauf im klassischen Beherbergungsgewerbe mit zuletzt leicht negativer Tendenz (vgl. Abb. 10). Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer pendelt zwischen rd. 2,3 und 2,6 Tagen und liegt somit leicht über dem Mittel des Naturparks Altmühltal.

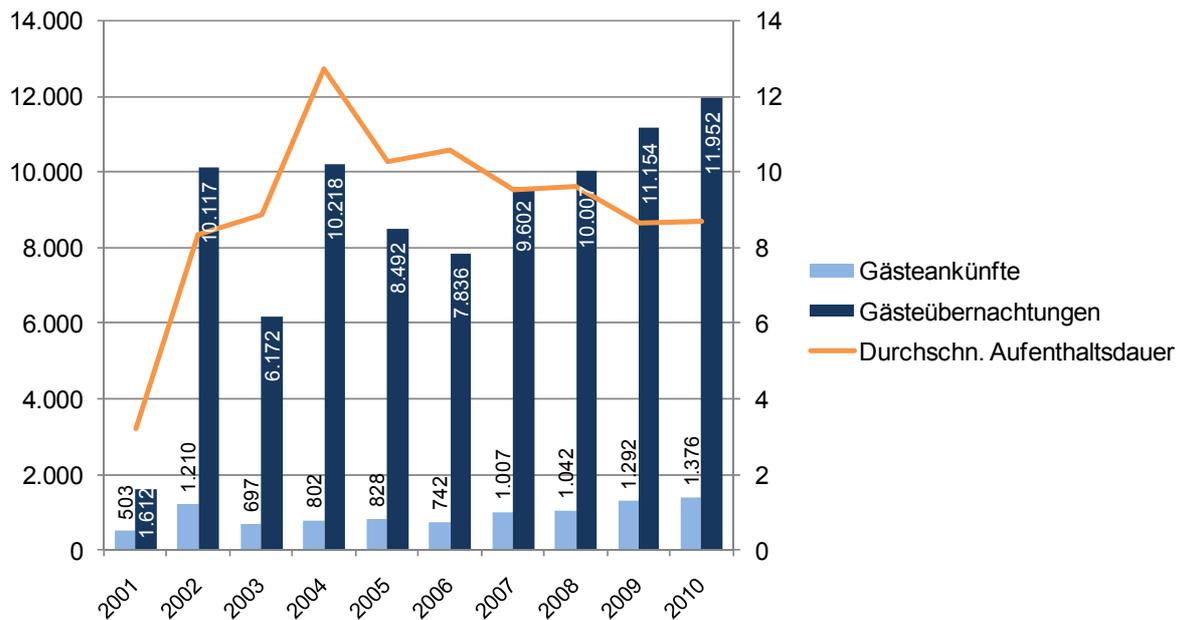
Abb. 10: Gästeankünfte, -übernachtungen und Aufenthaltsdauern in gewerblichen Betrieben



Quelle: Bay. LA f. Stat. und Dv.; Bearbeitung: GEO-PLAN

Bei den Betrieben mit weniger als neun Betten und Privatquartieren ist in den vergangenen Jahren eine deutliche Steigerung sowohl der Gästeankünfte als auch der Übernachtungen zu erkennen. Im Jahr 2010 wurden in Pappenheim 11.952 Gästeübernachtungen in diesem Beherbergungssegment registriert (vgl. Abb. 11). Auch die durchschnittliche Aufenthaltsdauer ist hier mit 9,0 Übernachtungen im 10-jährigen Mittel, typisch für die durch einen hohen Anteil an Ferienwohnungen geprägte Betriebsstruktur, vergleichsweise hoch.

Abb. 11: Gästeankünfte, -übernachtungen und Aufenthaltsdauern in Betrieben unter 9 Betten

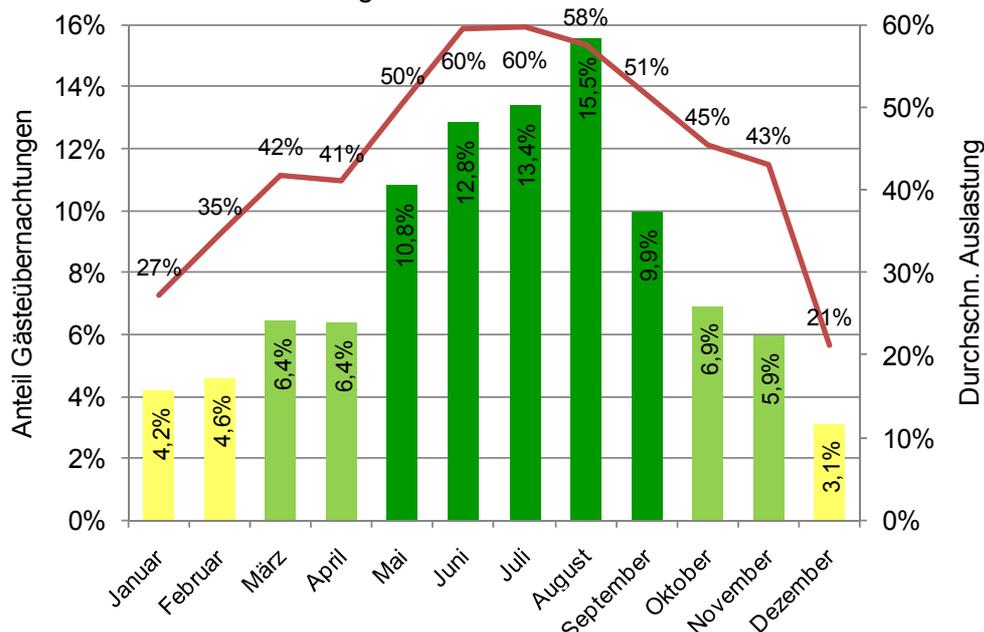


Quelle: Bay. LA f. Stat. und Dv.; Bearbeitung: GEO-PLAN

In der Zusammenschau des gewerblichen und privaten Beherbergungsgewerbes zeigt sich in den vergangenen fünf Jahren in Pappenheim eine leicht positive Entwicklung der Übernachtungszahlen bei gleichzeitigem leichtem Rückgang der Gästeankünfte.

Die Betrachtung des Jahresverlaufes der Gästeübernachtungen zeigt eine ausgeprägte Saisonalität: die Hauptsaison reicht von Mai bis September. In diesem Zeitraum liegt die mittlere Bettenauslastung zw. 50% und 60%. März, April und Oktober, November eröffnen bzw. beenden das touristische Jahr (vgl. Abb. 12). Auffällig ist die insgesamt relativ hohe durchschnittliche Bettenauslastung, die lediglich zwischen Dezember und Februar unter 40% fällt.

Abb. 12: Gästeübernachtungen im Jahresverlauf und mittlere Bettenauslastung (2010)



Quelle: Bay. LA f. Stat. und Dv.; Bearbeitung: GEO-PLAN

Tagesgäste besuchen Pappenheim, lt. einer im Rahmen einer Facharbeit im Jahr 2003 durchgeführten Gästebefragung, vorwiegend als Radtouristen auf dem Altmühlradweg bzw. als Städtetouristen im Rahmen eines längeren Aufenthaltes in den nahegelegenen Feriengebieten. Auffällig ist bei der Auswertung der Besucherherkunft, dass aus den umliegenden Ballungsräumen Nürnberg und Ingolstadt nur ein verhältnismäßig geringer Anteil der Tagesbesucher stammt.

Die Altersstruktur der Radtouristen (Tagesgäste) zeigte im Vergleich zu den ebenfalls befragten Übernachtungsgästen ein um etwa zehn Jahre jüngeres Durchschnittsalter von rd. 44 Jahren (Übernachtungsgäste: 54 Jahre). Nochmals geringer war das Durchschnittsalter der befragten Tagesausflügler, bei denen ein besonders hoher Anteil der Altersgruppe von 30 bis 40 Jahren festgestellt wurde. Besonders größere Events (Ritterspiele, Theater, Märkte, etc.) erwiesen sich in der Befragung als „Magnete“ für Tagesgäste, neben den zu erwartenden Hauptanlässen der Stadtbesichtigung bzw. Besichtigung örtlicher Sehenswürdigkeiten.

Aktuelle und v.a. verlässliche Angaben zur Anzahl der Tagesbesucher der Stadt Pappenheim liegen nicht vor. Eine Besucherschätzung des dwif (Fremdenverkehrsentwicklungskonzept für die Stadt Pappenheim, 1998) aus dem Jahr 1998 ging von insgesamt rd. 180.000 Tagesbesuchern pro Jahr aus (Wohnortausflugsverkehr + Urlauberlokalverkehr). Schätzung der Besucherzahlen der Stadt-Events nahmen im Jahr 2010 folgende Werte an:

- | | |
|---------------------------|--------|
| ▪ Classic Sprint: | 150 |
| ▪ Freise Oldtimertreffen: | 2.200 |
| ▪ Volksfest: | 25.000 |
| ▪ Nacht der Gaukler: | 1.500 |

2 Stärken-Schwächen-Profil

In der Zusammenschau der fachlichen Analysen ergeben sich folgende touristische Stärken und Schwächen der Stadt Pappenheim:

Lage im Naturpark Altmühltal

Stärken

- Pfortensituation zum touristisch intensiv genutzten Altmühltal
- Lage am Fluss / Anziehungspunkt Altmühl

Schwächen

- ↔ im regionalen Vergleich ausbaufähige Übernachtungszahlen

Touristisches Angebot

Stärken

- ausgewogene Beherbergungsstruktur
- umfangreiches Angebot an Ferienwohnungen
- quantitativ gut ausgebautes Gastronomieangebot
- teilweise erfolgreiche Ansätze mit Kooperationspotenzial im Gastronomiebereich (z.B. Hechtbräu)

Schwächen

- ↔ Fehlen hochwertiger Hotelangebote
- ↔ keine Möglichkeiten Reisegruppen / Busse aufzunehmen – geringe Kapazitäten
- ↔ mangelnde Orientierung der Beherbergungsbetriebe auf die Hauptzielgruppen Wanderer und Radfahrer
- ↔ keine zertifizierten Hotels für Wanderer und Radfahrer
- ↔ wenig Freiluftgastronomie
- ↔ geringe Zufriedenheit mit der Gastronomie
- ↔ mangelnde Kooperation zwischen Betrieben
- ↔ wenig Einkehrmöglichkeiten entlang der Wanderwege

Touristische Infrastruktur

Stärken

- hohes naturräumliches Potenzial
- Burg als herausstechender touristischer „Leuchtturm“
- historische Altstadt mit zahlreichen Sehenswürdigkeiten
- gut ausgebautes Freizeitangebot
- Wanderwegenetz
- Altmühlradweg
- Bootswandern
- umfangreiches Veranstaltungs- / Eventangebot

Schwächen

- ↔ Topographie schränkt Potenzial für Radwege ein
- ↔ geringes Radwegeangebot mit Startpunkt in Pappenheim
- ↔ eingeschränkte Zugänglichkeit verschiedener Sehenswürdigkeiten in der Altstadt
- ↔ Leitsysteme: Parkleitsystem, Fußgängerleitsystem, Objektbeschilderung
- ↔ Naturlehrpfad und Radverleihstation sind nicht auf der Naturpark-Homepage angeführt
- ↔ keine offiziellen Familienangebote (im Rahmen des Naturpark-Marketing)

Zielgruppen, Gäste

Stärken

- trotz saisonaler Beschränkung auf die Sommermonate hohe Auslastungsquoten von Frühjahr (März) bis in den Spätherbst (November)
- positive Entwicklung bei Privatquartieren
- junges Durchschnittsalter der Tagesgäste

Schwächen

- ↔ kurze Aufenthaltsdauern im gewerblichen Bereich

3 Touristische Entwicklungsziele

Potenziale der touristischen Entwicklung werden vorwiegend in den Themen Geschichte und Kultur, Wasser sowie in dem naturräumlichen Umfeld bzw. der regionalen Einbettung der Stadt im Altmühltal erkannt. Handlungsbedarfe finden sich bei der verstärkten Vernetzung mit regionalen Potenzialen, den touristischen Informationssystemen, der Zielgruppenorientierung sowie der Ausdifferenzierung des Beherbergungsangebotes.

Aus der Zusammenschau der Potenziale und Handlungsbedarfe sowie aufbauend auf den Stärken und Schwächen werden folgende Ziele der künftigen touristischen Entwicklung der Stadt Pappenheim abgeleitet:

Ziel: Inwertsetzung und Vernetzung der vorhandenen touristischen Potenziale

Die Potenziale in der Pappenheimer Altstadt, aber auch in den Ortsteilen und dem sonstigen Stadtgebiet sollten touristisch offensiver positioniert und miteinander vernetzt werden (z.B. durch Wege und entsprechende Hinweise / Beschilderung), um durch Synergieeffekte eine möglichst hohe touristische Wertschöpfung zu ermöglichen.

Ziel: Positionierung Pappenheims als touristisches Ziel im Naturpark Altmühltal mit klar definiertem Profil

Durch eine klare Angebotsprofilierung und Zielgruppenorientierung im Marketing können Impulse zur Steigerung des Ausflugsverkehrs und Tourismus gegeben werden.

Ziel: Positionierung der Burg als Wahrzeichen der Stadt im Mittelpunkt der Wahrnehmung

Um von der überregionalen Ausstrahlungswirkung der Burg Pappenheim profitieren zu können sollte einerseits die Vernetzung zwischen Burg und Altstadt intensiviert und andererseits die Vermarktung und Inszenierung der Burg offensiv nach außen getragen werden.

Ziel: Nutzung von Veranstaltungen auf der Burg als Impulsgeber für die Altstadt

Durch gemeinsames Marketing und gesamtstädtische Angebote soll die Vernetzung von Burg und Altstadt gestärkt werden.

Ziel: Touristen an den Schnittpunkten von touristischen Wegen „abholen“ und zum Besuch der Altstadt motivieren

Durch Informationsmedien und attraktive Angebote sollen die ankommenden Touristen (Wanderer, Radfahrer, Bootswanderer) auf die Pappenheimer Altstadt aufmerksam gemacht und zu deren Besuch animiert werden.

Ziel: Ankommende Gäste auf geeigneten Wegen zu Parkplätzen bzw. innerhalb der Altstadt leiten und über historisch wertvolle Gebäude informieren

Durch geeignete Leit- und Informationssysteme sollen den ankommenden Touristen Wege vorgeschlagen werden, die ein einfaches, selbstständiges Erschließen und Entdecken der Pappenheimer Altstadt und deren Potenziale ermöglichen.

Ziel: Kooperation der örtlichen Beherbergungs- und Gastronomiebetriebe stärken

Durch engere Kooperation der örtlichen Beherbergungs- und Gastronomiebetriebe können Möglichkeiten eröffnet werden, um die Zielgruppenansprache zu verbessern (z.B. Radfahrer) oder das vorhandene Angebot durch Bündelung von Beherbergungskapazitäten zu ergänzen (Bustourismus).

Ziel: Aufwertung des „Bauhof-Areals“

Das Areal des Alten Bauhofes am südlichen Ende der Innenstadt bietet bei entsprechender Inwertsetzung das Potenzial, einen touristischen Ankerpunkt im Spannungsbogen Burg – Innenstadt darzustellen.

4 Tourismusmarketing (Hermann Sinn - Coco Medien)

4.1 Eruierung erweiterter Ansätze, Strukturen, vergleichende Profilstudien und Konkurrenzstrategien (thematische Vorbereitung)

Szenario:

Das Verbraucherverhalten im Sektor Tourismus ist wie jedes Verbraucherverhalten einer ständigen Entwicklung unterworfen. Insbesondere die rasanten Entwicklungen in der Informationstechnologie via Internet und die neuen erweiterten Möglichkeiten der portablen Computer wie Smartphones und iPad, verändern das Konsumverhalten der Verbraucher in manchen Bereichen prägnant. Die Möglichkeiten der vergleichenden Recherche vor Ort - jederzeit und überall - generieren tatsächlich ein völlig neues Verbraucherverhalten, das spätestens in einigen Jahren den Markt bestimmen wird.

Verstärkt wird dieser Umbruch durch die deutlichen wirtschaftlichen Veränderungen und Rahmenbedingungen in Deutschland und ganz Europa. Den Verbrauchern steht schon heute definitiv wesentlich weniger Geld für Freizeit Zwecke zu Verfügung als noch vor einigen Jahren. Diese Entwicklung wird sich fortsetzen. Das hat - zusammen mit anderen Parametern - Auswirkungen. Neue Generationen sind beispielsweise wesentlich weniger mobil. Immer weniger besitzen einen Führerschein. Zudem scheinen sie weniger risikobereit zu sein und lieben weder Überraschungen noch Unsicherheiten. Grundsätzlich scheinen neue Generationen ihren Fokus eher auf Gruppenerlebnis als auf Individualverhalten zu legen. Viele Beispiele belegen diese Entwicklung:

- z.B. Fußball-Sightseeing in Städten und Metropolen (noch vor 5 Jahren unbekannt)
- Spontane Massenevents via "facebook"
- Schnitzeljagden via Internet
- Kostenlose, vernetzte, über ganze Innenstädte verteilte und moderierte Großveranstaltungen (z.B. Free-Bike-Veranstaltungen, Musik-Events usw.)

Die Entwicklung ist eindeutig: Hier ist eine Event-Kultur entstanden. Öffentliche Angebote (z.B. Museen und andere touristische Angebote) werden verstärkt entweder ins Gruppenprogramm integriert und damit frequentiert oder - falls nicht auf dem Programm - individuell einfach links liegengelassen! Allen diesen Entwicklungen sind also mehrere Faktoren immanent:

- a) Das Gruppenerlebnis tritt gegenüber dem Individualverhalten in den Vordergrund. Es geht ums Dabeisein. Individualbedürfnisse werden untergeordnet und oft nicht einmal mehr wahrgenommen.
- b) Man feiert dieses Gruppenerlebnis in einer regelrechten Eventkultur.
- c) Man überlässt die Freizeitplanung in zunehmendem Maße "Fachleuten" oder der Gruppe und "bucht" lieber gleich ganze Erlebniseinheiten.
- d) Diese Erlebnisse dürfen (wie die Benutzung des Internet) möglichst nichts oder nur wenig kosten.

4.2 Wettbewerbsbeobachtung

Ist das bisherige touristische Profil Pappenheims diesem, sich verändernden Consumerverhalten noch angemessen? Wie sollte sich die kommunale Tourismusplanung auf diese Entwicklungen einstellen und wie reagiert das touristische Umfeld darauf?

4.2.1. Touristisches Profil und Zielgruppendefinition

Das bisherige Tourismusprofil Pappenheims lässt sich bisher in aller Kürze mit dem Slogan "Natur erleben - Geschichte spüren - Freizeit genießen" definieren. Dieser beschreibt griffig die touristischen Stärken und Schwerpunkte Pappenheims (die sich damit natürlich auf absehbare Zeit nicht verändern) *und trifft darüber hinaus keine Aussage über die zu erreichende Zielgruppe*. (Die Frage nach der Zielgruppe aber ist neben der Frage nach dem Angebot eine der zentralen Parameter (der Projektionspunkt) jeder Marketingstrategie. Sie definiert die Frage: an wen überhaupt richte ich meine touristischen Angebote und ist damit ein absolut zentrales Thema jeder Tourismusstrategie, das über Erfolg und Misserfolg aller Maßnahmen entscheiden kann!)

Ausgehend von der Strukturanalyse über das Tourismuspotential Pappenheims aus den frühen 90er Jahren waren in der bisherigen Tourismus-Strategie folgende Kernzielgruppen definiert:

- a) Junge Familien mit kleinen Kindern und überschaubarem Budget. Bei dieser Zielgruppe stehen das Naturerlebnis (Wandern, Bootfahren, Radfahren), die Erholung und das Freizeitenerlebnis (Wellness, Sport, Burg-/Ritter-Erlebnis, Geschichte, Museumsbesuche usw.) im Vordergrund. Es handelt sich hier - gemäß der Ortsgröße und überschaubaren Angebotspalette entweder um Tagesbesucher oder um Kurzurlauber mit einer Verweildauer von 3-5 Tagen.
- b) Ältere Paare mit gehobenerem Budget. Bei dieser Zielgruppe stehen die einzigartige geschichtliche Dimension Pappenheims, das Kur- / Wellnessangebot in der näheren Umgebung, das Erholungspotential (Wandern/Radfahren), das kulturelle und das kulinarische (Genuss-) Erlebnis im Vordergrund. Auch hier überwiegen Tagesbesucher oder Kurzurlauber (3-5 Tage).
- c) Busreisende Pauschaltouristen und Schulklassen als Tagesgäste. Hier wurden bereits tragfähige touristische Strategien erarbeitet, etabliert und auch umgesetzt, seitens der Stadt, der Hotellerie, der Gastronomie und der Gräflichen Verwaltung aber wieder weitgehend fallen gelassen.
- d) Tagesbesucher als Besucher größerer Events und Veranstaltungen. Gerade das Scheitern der Bemühungen um den Pauschalismus hat Pappenheim in den letzten Jahren im Konzert der Mitbewerber von einem führenden Platz ans Ende des Mittelfeldes zurückbefördert! In diesem Bereich und mit erweiterten Ansätzen müssen kurz- und mittelfristig *engagierte Bemühungen* laufen, um den Anschluss nicht völlig zu verpassen! Warum? Weil sich die Struktur und Zusammensetzung der Zielgruppen schon heute spürbar und in naher Zukunft stark ändern wird. Grundsätzlich gesehen sind in Pappenheim die

tragenden Säulen im Tourismusgeschäft *bisher* im *INDIVIDUAL-Tourismus* zu sehen. (junge Familien, Rentner, Festgäste).

Das wird sich (wie unter 4.2 bereits angerissen) schon in naher Zukunft flächendeckend stark zugunsten eines gruppenbestimmten *PAUSCHAL-Tourismus* verändern. Diese neue Zielgruppe ist jung, tritt vermehrt in Gruppen auf, frequentiert Pauschalangebote, vergleicht stark und ist auf den ersten Blick gesehen sehr preisbewusst. In ihr ist nichtsdestoweniger die Zukunft des kommunalen Tourismus in Pappenheim zu sehen und sie verdrängt in zunehmendem Maße Zielgruppe b) (also die zahlungskräftige Klientel).

Prognose: Wenn sich Pappenheim im Bereich des Pauschal Tourismus nicht neu aufstellt, sind schon bald starke Einbrüche im Tourismusgeschäft zu befürchten.

4.2.2 Vergleichende Profilstudien und Konkurrenzstrategien

Das wurde von der Branche und anderen im Tourismus engagierten Städten und Gemeinden bereits überwiegend erkannt und umgesetzt. Sie setzen seit bereits einigen Jahren verstärkt auf Pauschalangebote, Erlebnisgebilde und Rabattsysteme. Stellvertretend für eine Vielzahl von anderen Gemeinden in Bayern und der Bundesrepublik seien hier nur einige Beispiele von 3 regionalen Mitbewerbern genannt:

a) Stadt Eichstätt als Zentrum des Naturpark Altmühltal (www.eichstaett.info)

- Rubrik Reiseangebote: Bausteine für Gruppen:
 - Attraktive Pauschalangebote mit Aktionsteil, Verpflegung und Preisauszeichnung
 - Handwerk erleben: Vorführungen, Werkstattbesichtigungen, Gruppenführungen
- Rubrik Gastgeber: Freie Unterkünfte → Suchmaschine: Suchen Sie Ihr Quartier zum gewünschten Reiseternin (vergleichende Suche möglich)
- Rubrik Essen & Trinken: Vergleichende Auflistung aller Gasthäuser & Restaurants auf der Website (Angebot, Plätze usw.)
- Rubrik Stadtführungen: Führungen für Gruppen, speziell abgestimmte Angebote für Gruppen

b) Stadt Roth (Fränkisches Seenland; www.stadt-roth.de)

- Rubrik Tourismus
- Rubrik Pauschalangebote usw.

c) Stadt Gunzenhausen (Fränkisches Seenland; www.fraenkisches-seenland.de)

- Interaktive Broschüren: Gruppenreisen 2012
Busreisen, Einzelbausteine, Touren, Führungen und Themenführungen, z.B. Brauereiführung, Handwerksführungen usw.

4.3 Begleitende Ausarbeitung von Ansätzen einer erweiterten, dynamischen Tourismusstrategie

In welchen Bereichen des Marketing-Mix muss sich die Tourismus-Sparte in Pappenheim kurz- & mittelfristig neu aufstellen?

4.3.1 Ausbau von Einzelbausteinen, Pauschalangeboten und Bundles

- Natur (Wandern, Boot-, Radfahren), Wasser (Angeln) Bundles mit Routen, Zubehör (z.B. Karten, Fahrrad, Boot), Verpflegung + Übernachtung mit Preisangabe
- Geschichte (Burg, Sehenswürdigkeiten) z.B. Ritteressen auf der Burg, Führungen Graf-schaft
- Kinder/ Schule (Abenteuer Burg, Ritter-Tour)
- Sehenswürdigkeiten Stadtrallye, City-Safari, zu Fuß, mit d. Bike / Segways, Bundles mit Routen, Führungen, Verpflegung, Übernachtung mit Preisangabe und Terminen
- Freizeit/Wellness/Sport/Genuss (z.B. Kulinarisches Genießerangebot)
- Handwerk und Gewerbe z.B. Handwerkskunst & Kunsthandwerk z.B.: Steinbruch & Steinmetz, Lithografie, Keramik, Holzhandwerk, Textil, Bildhauer, Maleratelier usw., Werkstattbesuche, Vorführungen, Tag der offenen Tür, Werkstattbesichtigungen usw.
- Steinverarbeitung z.B. Steinbruchbesichtigungen mit Fossiliensammeln
- Kulturelles & Events z.B. Orgelkonzerte, Dauerausstellungen und Events
- Busreisen mit Gruppenessen, Pauschalangebote
- Erlebnis Jura: Kutsch-/Planwagenfahrten mit Führung im Winter, Pferdeschlittenfahrten (Fackel) bei Schnee
- Regionale Bustouren: z.B. Tour Ortsteile, Tour Solnhofen, Eichstätt, LA (auf den Spuren des Archaeopteryx usw.)

4.3.2 Erweiterung der Tourismus-Website

Neue Internet-Rubriken müssen integriert werden, die die vergleichende und aktualisierte Suche ermöglichen.

- Rubrik Einzelbausteine, Pauschalangebote & Bundles (mit Preisreduzierungen ausgezeichnet)
 - alle unter 4.3.1 aufgeführten Bundles im Überblick.
- Rubrik Essen & Trinken
 - Fränkische Küche
 - Cafés
 - Bistros/Eis
 - Landesspezialitäten (Italiener, Griechen, Chinesen)
 - Disco usw.
- Rubrik Freie Unterkünfte
 - Suchmaschine mit Suchmaske und aktueller Belegungssituation
- Rubrik Kongress & Tagungsangebote in Pappenheim
 - Stadt und Burg gemeinsam
 - Jugendherberge
 - Landvolkshochschule

4.3.3 Auflage einer oder mehrerer Printmedium(en)/ Broschüre(n) “Pauschalangebote in Pappenheim und Umgebung”

- Rubrik Einzelbausteine, Pauschalangebote & Bundles
 - alle unter 4.3.1 aufgeführten Bundles im Überblick
 - oder mehrere themenbezogene

4.4 Analyse kommunaler tourismuspolitischer Strukturen in Pappenheim mit Stärken-Schwächen - Profil und Strukturvorschlägen zur Tourismuspolitik

4.4.1 Analyse

Stärken: Pappenheim hatte mit seiner Tourismusstrategie in der jüngeren Vergangenheit Erfolg und hat damit teilweise überdurchschnittliche Zuwachsraten realisiert. Das ist auch lebenswichtig für die Stadt und ihre Ortsteile, da die Tourismus-Sparte momentan und in überschaubarer Zukunft ihr einziger potentieller Wachstumsmarkt ist und bleiben wird. Die Tourist-Info ist gut etabliert und arbeitet zufriedenstellend.

Auch die bisherige Selbstdarstellung und die Werbung im Tourismussektor erscheinen zeitgemäß und funktionieren zufriedenstellend.

Schwächen sind allerdings im direkten Umfeld der touristischen Vermarktung Pappenheims auszumachen.

a) im politischen Umfeld

Die politische Meinungsbildung im Stadtrat (den Tourismus betreffend) funktioniert nicht ausreichend. Dieser trifft in Einzelfällen Entscheidungen, *die das wichtigste wirtschaftliche Standbein Pappenheims schädigen.*

b) im Gastronomie- & Hotelleriebereich

Es ist in hohem Maße für die Tourismusentwicklung schädlich, dass es nicht gelingt Gastronomie & Hotellerie in Pappenheim an einen Tisch zu bekommen und zu einem Gremium/Verband zu organisieren, der seine ureigensten Interessen wahrnimmt und vertritt. Die Etablierung einer Interessensgemeinschaft mit handlungsfähigem und geschäftsfähigem Vorsitz ist unbedingte Voraussetzung für jede tourismuspolitische Weiterentwicklung Pappenheims und muss in den Köpfen aller maßgeblich Beteiligten an vorderster Stelle stehen! Es ist schlechterdings *unmöglich*, ohne diese Voraussetzung Pauschaltourismus in Pappenheim zu planen, aufzubauen und zu betreiben.

Fazit: Nur wenn hier eine schnelle, belastbare und dauerhafte Lösung gefunden wird, ist von einer zukunftsfähigen, ernsthaft betriebenen Entwicklung des Tourismus in Pappenheim auszugehen.

c) im Bereich Handwerk & Gewerbe

Auch die Selbstorganisation von Handwerk & Gewerbe ist ähnlich dringend und zwingend erforderlich, um den Tourismus weiterzuentwickeln. Benötigt wird ein geschäftsfähiger Ansprechpartner, mit dem die Tourismusplanung zusammenarbeiten kann. Das betrifft z. B. Werkstatt- und Werksführungen und -besichtigungen, Handwerksvorführungen (z.B. Steinmetzarbeiten, Walmdächer usw.) und die Integration der handwerklichen und geschäftlichen Eigenart der Tourismusregion um Pappenheim in den touristischen Gesamtkontext.

Das ist ein großer brachliegender Bereich, der dringend entwickelt und vermarktet werden muss, soll Pappenheim den Anschluss im Wettbewerbsumfeld nicht verpassen. Nur so kann dem Besucher verdeutlicht werden, wo er in Pappenheim eigentlich ist, wie die Pappenheimer „gestrickt sind“ und warum alles so und nicht anders ist.

Nebenbei entsteht so eine Fülle von Aktivitäten und Besucherprogramm, nach dem so dringend und händeringend gesucht wird!

Darüber hinaus, bietet dieser Gedanke einen weiteren Ansatz, um mit Handel und Gewerbe ins Gespräch zu kommen.

d) Eigenart, bäuerliches Umfeld und regionale Nahrungsmittelproduktion

Ebenso wie dem Pappenheimer Land der Bauernstand erodiert ist, genauso geht auch die regionale Eigenart, die Landschaft, das Eigentümliche, das typische Essen und sonstige Typiken und Eigenarten schneller verloren, als den Verantwortlichen lieb sein kann. Sie werden schlicht vergessen.

Der Tourismus gibt der Politik ein Instrument in die Hand, diesen Prozess zu verlangsamen, zu verändern oder gar, ihn umzukehren. *"Kümmert Euch um Euere typischen Erzeugnisse, Produkte, ums regionale, unverfälschte Essen, sammelt und fasst alles zusammen und vermarktet es touristisch!"* (Bsp.: Am Gardasee gibt es die „Alpe Adria“, ein genossenschaftliches Projekt, getragen von Regionalherstellern mit einem eigenen Verkaufszentrum, eine Mischung aus BayWa und Vermarktung regionaler Produkte und Spezialitäten. Dort erhält man regionalen Käse, Fleischprodukte (Lamm), Grappa, Wein aus der Umgebung, Holzprodukte für den Haushalt, ordentliches Brot und Butter usw.). So etwas im Kleinen wäre wünschenswert, um Pappenheim und seine Eigenart herauszustellen.

Und das wäre nebenbei bemerkt ein fester Programmpunkt für jeden Touristen!

e) im Bereich Kunst und Kultur

Bundle: z.B. Orgelkonzert, Ausstellung, Museumsbesuch, Essen, Unterkunft + Event.

4.4.2 Strukturvorschläge zur Tourismuspolitik in Pappenheim

Wie unter 4.4.1 schon größtenteils hergeleitet, mangelt es in Pappenheim aus touristischer Sicht (neben dem politischen Verständnis der eigenen Situation) eklatant an *Selbstorganisation* vor allem in den Bereichen:

- Gastronomie & Hotellerie
- Handwerk & Gewerbe
- Regionale Eigenart, bäuerliches Umfeld und regionale Nahrungsmittelproduktion
- Kunst & Kultur (v.a. hinsichtlich Organisation und Spielorte)

Als positiver Nebenaspekt, sei in diesem Zusammenhang auf die Binsenweisheit verwiesen, dass Selbstorganisation kein Geld kostet, wenn man sie selbst erledigt!

Vor allem die beiden ersten Punkte (Gastronomie & Hotellerie, Handwerk & Gewerbe) sind dringend notwendig, während deren Fehlen wichtige Fortentwicklungen im Tourismus und Gewerbe in Pappenheim verhindert!

Organisatorische Strukturvorschläge:

Neben den bereits in Abschnitt 4.4.1 ausgeführten thematischen Strukturvorschlägen, werden im Folgenden Vorschläge und Anregungen zur organisatorischen Seite der Selbstorganisation der Interessensgruppen formuliert.

a) Problem: Kooperation von Gastronomie & Hotellerie bzw. Handwerk & Gewerbe
Erstellung zweier Sammelbriefe an die Interessensgruppen, in welchen die Dringlichkeit deutlich gemacht wird, sich zu organisieren, da ansonsten bspw. Nachteile drohen.

Begründung: Sie verhindern ansonsten die wirtschaftliche Gesamtentwicklung Pappenheims und haben deshalb ggf. die Konsequenzen zu tragen, wenn sie sich nicht bis zu einem festgesetzten Zeitpunkt zu einer Interessensvertretung konstituieren.

b) Problem: Selbstorganisation

Entwicklung eines "Fahrplans" mit genauer Anleitung und Zeitvorgabe zur Selbstorganisation. Der Vorsitzende dieses Gremiums muss letztendlich geschäftsfähig sein und die interne Kommunikation in der Gruppe übernehmen. Der Bürgermeister spricht in Zukunft grundsätzlich nur mit der Interessenvertretung, nur noch in Ausnahmefällen mit jedem einzelnen.

Begründung: Vereinfachung der Arbeits-Abläufe.

5. Schlüsselprojekte

Entwicklungskonzept Tourismus Pappenheim	
P 1	Informations- und Service-Station an der Altmühl
<p>Projektziel: Am Schnittpunkt von touristischen Wegen (Altmühl, Radweg, Wanderwege etc.) sollen Touristen durch ein attraktives Angebot „gestoppt“ und zum Besuch der Stadt sowie ihrer Sehenswürdigkeiten motiviert werden.</p> <p>Steigerung der touristischen Wertschöpfung in Pappenheim.</p>	
<p>Projektbeschreibung:</p> <p>Lage: Im Umfeld des Campingplatzes an der Altmühl</p> <p>Konzept: Bau eines kompakten Gebäudes in ansprechender Architektur mit folgenden Funktionen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Café und Brotzeitstation (regionale Produkte) mit kleiner überdachter Terrasse. Verkauf von Merchandise-Produkten zu Pappenheim - Info-Stand: Auslage von Gastgeberverzeichnissen und weiterem Info-Material zu Pappenheim - Trinkwasserbrunnen: Erfrischungsstation für Wanderer und Radfahrer, Gelegenheit zum Auffüllen von Trinkflaschen - Ggf. Infopunkt der Naturparkverwaltung <p>Ergänzende Einrichtungen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Herstellen eines Parkplatzes; bzw. Parkplatz zw. E-Werk und Campingplatz nutzen - Aufwertung der „Umtragestelle“ am Wehr zum Anlegeplatz mit Verweilangebot - Bau von Abstellanlagen für Fahrräder, abschließbare Boxen für Gepäckaufbewahrung - Info-Tafel zu Pappenheim - Ausgangspunkt eines touristischen Leitsystems zur Innenstadt sowie zur Burg <p>Bewirtschaftung: im Wechsel durch die Gastronomen der Stadt</p>	
<p>Umsetzungsschritte: Standortfindung; Vorbereitung Grunderwerb Beauftragung von Entwurfsvarianten Kostenermittlung</p>	
<p>Kostenaufwand: zu ermitteln</p>	
<p>Förderung / Finanzierung: Mit RegMFr klären; ggf. Naturparkverwaltung einbinden</p>	

Entwicklungskonzept Tourismus Pappenheim	
P 2	Ortsleitsystem
<p>Projektziel: Das Ortsleitsystem soll Besucher der Stadt zu geeigneten, unbewirtschafteten Parkplätzen lenken (Parkleitsystem) sowie von dort und anderen Anlaufstellen (Altmühlradweg, Wanderwegen, Bootsanlageplatz, Bahnhof etc.) den Weg zur Innenstadt und zur Burg weisen (Fußgängerleitsystem). Über historisch wertvolle Gebäude informieren Objektbeschilderungen.</p>	
<p>Projektbeschreibung:</p> <p>Ortsleitsystem mit den Modulen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Parkleitsystem (PLS) • Fußgängerleitsystem (FGLS) • Objektbeschilderung (OBS) • ggf. Vernetzung mit Projekt 5 <p>PLS: Ausweisung von Parkmöglichkeiten ohne Parkdauerbegrenzung Ortskernnah im Umfeld der WUG 9 und der WUG 11 Beschilderung der Parkplätze und Zielführung</p> <p>FGLS: Infostelen mit Stadtplan und Legende (s. Abb.) am Bahnhof, an den Parkplätzen, an der Informations- und Service-Station sowie am Marktplatz / an der Tourist-Info. Einzelwegweiser von dort zur Innenstadt und zur Burg</p> <p>OBS: Informationstafeln an wichtigen historischen Gebäuden, die Auskunft über interessante Details zum Gebäude geben, z. B. Baujahr, Baumeister, historische Nutzung; ggf. Erläuterung mittelalterlicher Berufsgruppen und deren Funktion.</p>	
<p>Umsetzungsschritte: Festlegung geeigneter Parkplätze Beschilderungsplan mit Zielführung, Festlegung der Standorte für Stelen und Einzelwegweiser Kostenermittlung</p>	
<p>Kostenaufwand:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Parkleitsystem (PLS) und Fußgängerleitsystem (FGLS): Planungskosten ca. 8.500 €; Bau ca. 20.000 € (Kostenschätzung!) • Objektbeschilderung: zu ermitteln 	
<p>Förderung / Finanzierung: Mit RegMFr klären; Förderung wahrscheinlich</p>	



Entwicklungskonzept Tourismus Pappenheim	
P 3	Profilierung als mittelalterliches Pappenheim
<p>Projektziel:</p> <p>Pappenheim soll als touristisches Ziel im Naturpark Altmühltal mit einem klar definierten Profil positioniert werden. Damit wird ein Impuls zur Steigerung des Ausflugsverkehrs und des Tourismus gegeben. Das Profil der Stadt sollte an den eigenen, authentischen Potenzialen ansetzen und hierzu ein Bündel von Einzelattraktionen herausbilden.</p> <p>Überregional bekannt ist die Stadt Pappenheim durch den Spruch: „Ich kenne meine Pappenheimer“. Bauliches Wahrzeichen sind die Burg sowie die historische Stadtanlage.</p> <p>Daran knüpft das Ziel an, Pappenheim als Stadt des Mittelalters und der Ritter am Tor zum Altmühltal zu positionieren.</p>	
<p>Projektbeschreibung:</p> <p>Pappenheim soll als Stadt des Mittelalters und der Ritter wahrnehmbar und erlebbar werden. Dieses Thema gilt es, durch vielfältige Formen im Stadtbild, als Erlebnis sowie als „Genuss“ in der Stadt präsent zu gestalten.</p> <p>Marke Pappenheim:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Entwicklung einer Bildmarke (z. B. Pappenheimer Ritterhelm), die Grundlage eines CI-Konzeptes der mittelalterlichen Stadt wird. <p>Stadtbild:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Das ausgehende Mittelalter wird im Stadtbild erlebbar: Vor dem Rathaus wird eine Pappenheimer Rüstung ausgestellt (Vitrine u.U.). Das Ortsleitsystem trägt die Pappenheimer Marke. In den Schaufenstern der Geschäfte finden sich Gegenstände aus dem Mittelalter. Leerstehende Ladengeschäfte werden mittelalterlich dekoriert. <p>Erlebnis:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Einrichten eines Mittelalter- bzw. Ritterparcours als feste Einrichtung in den Sommermonaten. Authentische jedoch „entschärfte“ Möglichkeiten, das Ritterhandwerk zu erlernen. Zielgruppen sind Familien mit Kindern sowie Schulklassen. Geprüft werden sollte die Herstellung eines teilnahmeorientierten Parks (in Anlehnung an das Erfahrungsfeld der Sinne in Nürnberg). Es kann ein Ritter-Diplom erworben werden. • Ggf. Mittelalterliche Floßfahrt, Treideln flussaufwärts <p>Genuss:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pappenheimer Bier Positionieren eines Pappenheimer Bieres (Rot-, Dunkel-, Hell- und / oder Schwarzbier) auf der Grundlage eines eigenen, geschützten Rezeptes (ggf. Ökobier). Ausschank des Bieres nur in Pappenheimer Gastronomiebetrieben sowie bei Veranstaltungen in Pappenheim. Kenzeichen des Bieres ist die o.g. Marke. Gaststätten, die das Pappenheimer Bier ausschenken, tragen die Pappenheimer Marke. Hier kann ggf. eine Kooperation mit 	

der Brauerei „Hechtbräu“ in Zimmern gesucht werden.

- Speisen wie die Pappenheimer Ritter
Rittergelage, Festessen, Bankette im mittelalterlichen Ambiente in Pappenheimer Gaststätten. Teilnehmende Betriebe tragen die o.g. Marke
- Schlafen wie die Ritter
Auf der Burg werden authentische Übernachtungsmöglichkeiten geschaffen, die von Gruppen gebucht werden können.

Merchandise:

- Schaffung von Pappenheimartikeln, z. B.
- Pappenheimbier im Pappenheimkrug (verschießbar) zum Mitnehmen
- Pappenheim-Bierkrug
- Mittelalterliche Artikel zum Verkauf im Ritterparcours
-

Umsetzungsschritte:

Abstimmung mit dem Grafen Egloffstein
Rezeptur Pappenheim-Bier
Ausarbeitung eines Konzeptes

Kostenaufwand:

dz. nicht konkretisierbar

Förderung:

ggf. Teilprojekte durch die StBauFG möglich

Entwicklungskonzept Tourismus Pappenheim

P 4 | **Pappenheimer Herbst****Projektziel:**

Als Leitevent wird die Burg durch eine temporäre, spektakuläre Beleuchtungsaktion als Wahrzeichen in den Mittelpunkt der Wahrnehmung gerückt. Die Illumination lenkt überörtliche Aufmerksamkeit auf Pappenheim.

Projektbeschreibung:

Die Illumination greift die Farben des Herbstes auf und rückt die Burg und die Altmühl durch eine spektakuläre Beleuchtung mit wechselnden Farben in den Mittelpunkt der Wahrnehmung. Die Beleuchtungsaktion wird durch Veranstaltungen, Märkte und Aktionen der Gastronomie ergänzt.

Aktionen in anderen Städten (Fotos: Bayreuth) belegen die hohe Attraktivität derartiger Aktionen.

Die Aktion wird durch eine intensive Pressearbeit vorbereitet und unterstützt und richtet sich insbesondere an die Bevölkerung der benachbarten Städte.

**Umsetzungsschritte: AUFGESCHOBEN!**

Abstimmung mit dem Grafen Egloffstein

Kontaktaufnahme mit der FH Coburg, Konzept und Kostenermittlung

Kostenaufwand:

dz. nicht konkretisierbar

Förderung:

ggf. als innovatives Projekt durch die StBauFG möglich

Entwicklungskonzept Tourismus Pappenheim

P 5 Pappenheimer Pfade – Wanderleitsystem**Projektziel:**

Pappenheim entdecken: Erschließung der Stadt Pappenheim durch unterschiedliche Rund- und Wanderwege.

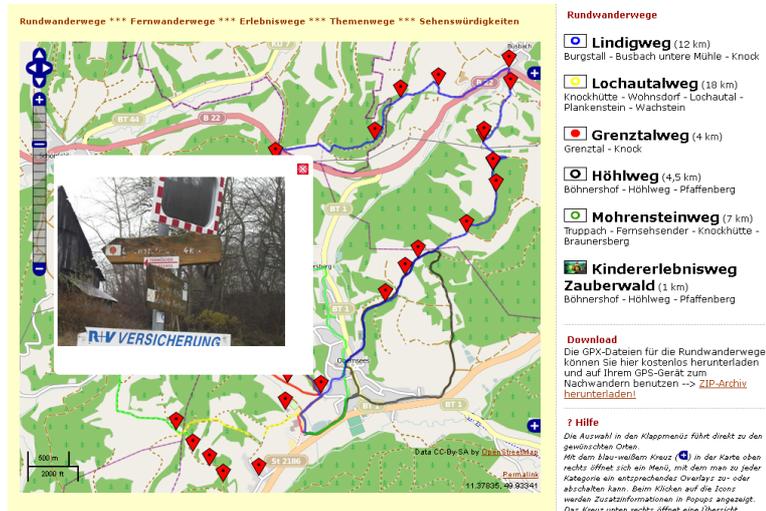
Projektbeschreibung:

In der Stadt Pappenheim werden mit der Marke (Projekt 3) verschiedene thematische Rundwege ausgewiesen. Ausgangspunkt ist jeweils die Info- und Servicestation (Vernetzung mit Projekt 2) bzw. ein zentraler Punkt in Pappenheim (Vernetzung mit Parkleitsystem und ggf. Fußgängerleitsystem). Durch ein Wanderleitsystem können dabei Anbindungen zwischen der Stadt und den Ortsteilen hergestellt werden, die attraktive Punkte und touristische Potenziale vernetzen.

Themen können sein:

- Urzeit-Weg: Steine, Fossilien und Natur
- Mittelalter-Weg: Blicke auf und in die Burg
- Pfade durch die Stadt: Pappenheim entdecken
- Von den Römern bis zum Mittelalter – vom Limes bis zur Burg
- Jüdisches Leben in Pappenheim
- ...

Die Wege sollten zudem interaktiv und animiert (z.B. mit Photographien hinterlegt) auf der Homepage der Stadt dargestellt werden. Die Karten und Tracks könnten dann auch für GPS-Anwendungen zum Download bereitgestellt werden.

**Umsetzungsschritte:**

Ausarbeitung von Themen und Routen
Beschilderungskonzept

Kostenaufwand: gering

Förderung: ggf. als innovatives Projekt durch die StBauFG möglich

Entwicklungskonzept Tourismus Pappenheim	
P 6	Vernetzung
Projektziel: Die Burg ist das Wahrzeichen und das Alleinstellungsmerkmal der Stadt Pappenheim. Veranstaltungen auf der Burg sollten als Impulsgeber für die Stadt genutzt und mit der Innenstadt vernetzt werden.	
Projektbeschreibung: Veranstaltungen auf der Burg sollten durch Aktionen in der Stadt begleitet werden. Insgesamt sollte es gelingen, die Attraktivität von Veranstaltungen noch zu steigern und Besucher auch in die Stadt zu lenken.	
Umsetzungsschritte: Einrichtung einer Projektgruppe zur Programmplanung Programmabsprache mit der Burgverwaltung Gemeinsame Werbekonzepte	
Kostenaufwand: dz. nicht abschätzbar	
Förderung: ggf. als innovatives Projekt durch die StBauFG möglich	

Entwicklungskonzept Tourismus Pappenheim	
P 7	Runder Tisch Gastronomie
<p>Projektziel: Derzeit besteht in Pappenheim keine Möglichkeit zur Teilnahme am Bustourismus. Ziel sollte es sein, die ansässigen Beherbergungsbetriebe zur Kooperation zu bewegen, um gemeinsam ein ausreichendes Gästebettenangebot bereitstellen zu können.</p>	
<p>Projektbeschreibung: Einrichtung eines „Runden Tisches Gastronomie“.</p> <p>In diesem Zusammenhang können weitere Themen aufgegriffen werden, die eine qualitative oder quantitative Verbesserung des gastronomischen Angebotes bewirken und so eine Anpassung des Angebotes an die Wünsche der Bevölkerung und der Touristen ermöglichen.</p> <p>z.B.:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Qualifizierungsmaßnahmen - Marketingmaßnahmen und gemeinsame Aktionen - Angebotsverbesserung - Ausbau der Außengastronomie - ... 	
<p>Umsetzungsschritte: Einladung der Gastwirte der Stadt Pappenheim</p>	
<p>Kostenaufwand: gering</p>	
<p>Förderung: ---</p>	

Entwicklungskonzept Tourismus Pappenheim	
P 8	Alter Bauhof
<p>Projektziel: Um innerhalb der Innenstadt ein touristisches „Gegengewicht“ zum nördlichen Bereich um den Marktplatz und zur Burg herzustellen, sollte das Areal südlich der Bauhofstraße einer neuen Nutzung zugeführt werden.</p> <p>Das Areal am südlichen Ende der Innenstadt bietet bei entsprechender Inwertsetzung das Potenzial, einen touristischen Ankerpunkt im Spannungsbogen Burg – Innenstadt darzustellen.</p> <p>Zielgruppenspezifischer Ausbau des Angebotes für Radfahrer und Förderung des Radtourismus.</p>	
<p>Projektbeschreibung: An dem Standort könnte eine kombinierte Nutzung aus Beherbergungsbetrieb, Erlebnisgastronomie und Kleinkunst- bzw. Handwerkermarkt eine qualitativ hochwertige Angebotsergänzung herbeiführen. Der Ausbau von Beherbergungskapazitäten kann dabei in mehrerlei Hinsicht positiv wirken, durch den rein quantitativen Ausbau des Bettenangebotes, eine mögliche Zielgruppenorientierung (Bsp. Radlerhotel in Wassertrüdingen) sowie die Schaffung eines Angebotes mit qualitativ gehobenem Beherbergungsstandard.</p> <p>Neben der Förderung des Radtourismus kann so auch das in Projekt 7 angesprochene Problem der Unterbringung größerer Gästegruppen angegangen werden.</p> <p>Begleitend zum zielgruppenspezifischen Angebotsausbau sollte eine Positionierung Pappenheims als Ausgangs- bzw. Endpunkt von Radtouren / Etappen am Altmühlradweg durch ein entsprechendes Marketing erfolgen. Ebenso sollte bei einem Radlerhotel eine Zertifizierung als „Bett & Bike-Betrieb“ obligatorisch sein.</p> <p>Ein Vorgespräch mit dem Eigentümer des Areals lies eine grundsätzliche Bereitschaft der Entwicklung in die beschriebene Richtung erkennen.</p>	
<p>Umsetzungsschritte: Klärung Umsetzungsinteresse / -möglichkeiten mit Eigentümer Klärung der Förderfähigkeit Erstellung eines Nutzungskonzeptes</p>	
<p>Kostenaufwand: dz. nicht abschätzbar</p>	
<p>Förderung: ggf. als innovatives Projekt durch die StBauFG möglich</p>	

Entwicklungskonzept Tourismus Pappenheim	
P 9	Touristische Aufwertung des Marktplatzes
<p>Projektziel: Die städtebauliche Qualität des zentralen Platzes der Pappenheimer Altstadt kann durch eine Aufwertung der Platzgestaltung und Nutzbarkeit als touristisches Potenzial in Wert gesetzt werden.</p>	
<p>Projektbeschreibung: Der Marktplatz als beliebter Mittelpunkt der Altstadt, auf dem auch außerhalb von Markttagen reges Treiben herrscht: Dieses Szenario ist derzeit in Pappenheim, durch die verbesserungsfähige Aufenthaltsqualität und die weitgehende Nutzung des Platzes als Parkfläche nicht gegeben.</p> <p>Der attraktive Marktplatz sollte im Zuge der anstehenden städtebaulichen Maßnahmen als zentraler Raum des Aufenthalts und der Kommunikation für Bevölkerung und Gäste aufgewertet werden. Dazu gehören ebenso öffentliche Aufenthaltsbereiche mit Sitzgelegenheiten und ggf. Spielmöglichkeiten für Kinder, wie die Förderung einer attraktiven Freiluftgastronomie, die bei passendem Wetter einen großen Beitrag zur Vitalität und Aufenthaltsqualität der Altstadt leisten kann. Darüber hinaus sollte der Marktplatz regelmäßig für Märkte und Veranstaltungen genutzt werden, die bei entsprechender Qualität überörtliche Anziehungswirkung entfalten können.</p>	
<p>Umsetzungsschritte: Ausarbeitung eines Gestaltungs- und Nutzungskonzeptes</p>	
<p>Kostenaufwand: dz. nicht abschätzbar</p>	
<p>Förderung: Mit RegMFr klären; Förderung über Umsetzung ISEK Bereich Städtebau</p>	