

# **Workshopergebnisse**

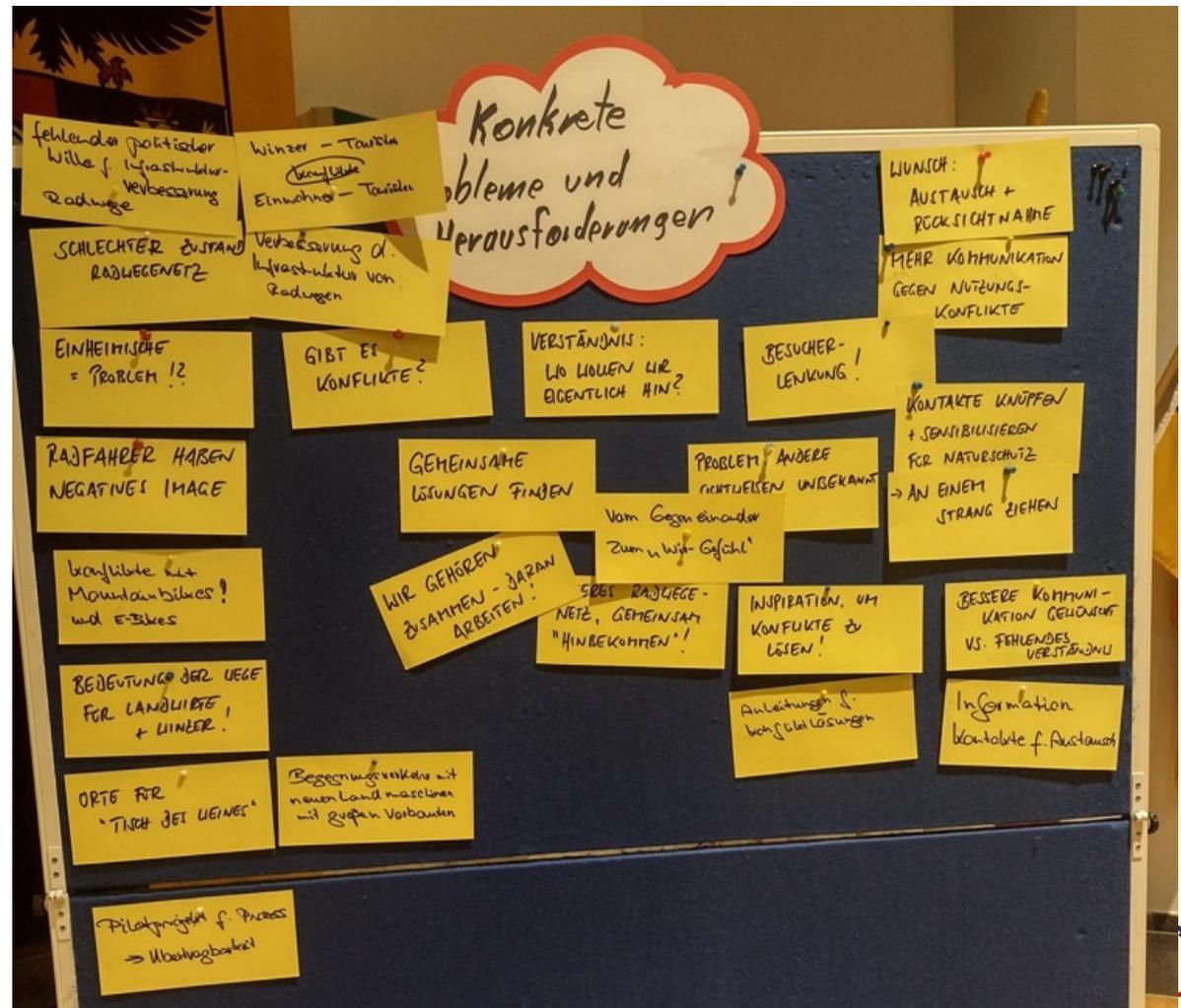


**Strategische Vorbereitung einer Sensibilisierungskampagne für den Aktivtourismus in Rheinhessen**



**Ingelheim, 16.01.2024 – Workshop 1**

# Welche Erwartungen haben Sie an das Projekt und welche Kernprobleme sehen Sie?



## Wesentliche Erwartungen an das Projekt und mögliche Kernprobleme der TN:

Fehlender politischer Wille für infrastrukturelle Verbesserungen bei Radwegen

Schlechter Zustand des Radwegenetzes / Verbesserung der Radinfrastruktur

Sind eventuell (auch) Einheimische das Problem?

Radfahrer haben negatives Image

Konflikte mit Mountainbike- und Ebike-Fahrern

Bedeutung der Wege für Landwirte und Winzer (aus wirtschaftlicher Sicht)

Orte für „Tisch des Weines“

Begegnungsverkehr mit neuen / großen Landmaschinen

Pilotprojekt und dessen Übertragbarkeit

Konflikte zwischen Winzern und Touristen sowie zwischen Winzern und Einheimischen

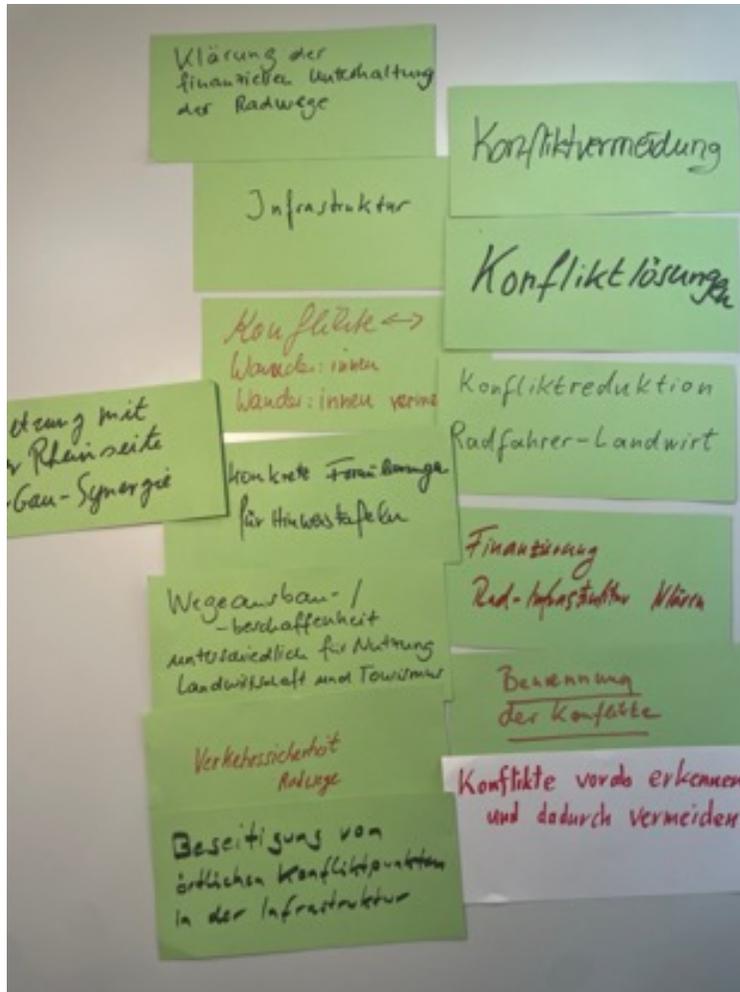
Lösungen sollen gemeinsam gefunden werden / denn: Wir gehören zusammen! / Vom Gegeneinander zum Wir-Gefühl / Gemeinsames Verständnis entwickeln und finden

Andere Sichtweise(n) sind unbekannt / mehr Inspiration nötig / konkrete Anleitung zum Konfliktlösen und Kontakte knüpfen, mehr Kommunikation

# Welche Ziele sollen mit der Sensibilisierungskampagne erreicht werden?

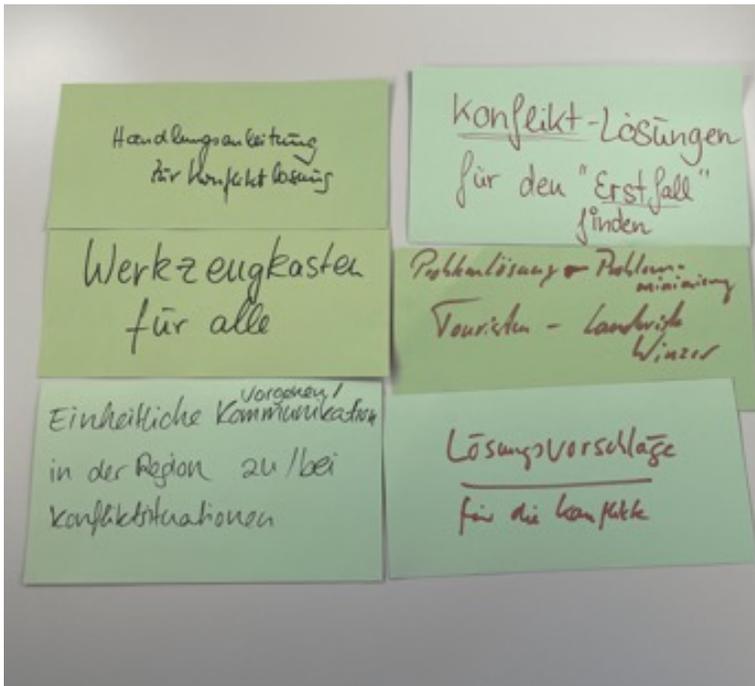
Bitte schreiben Sie die zwei für Sie wichtigsten Ziele auf eine Karte (Stichpunkte!)

## Ziele - Analysen



- Klärung der finanziellen Unterhaltung der Radwege
- Infrastruktur
- Konflikte Wander:innen vermeiden
- Konfliktvermeidung
- Konfliktlösungen
- Konfliktreduktion Radfahrer - Landwirt
- Konkrete Formulierungen für Hinweistafeln
- Finanzierung Rad-Infrastruktur klären
- Wege-Ausbau / - Beschaffenheit unterschiedlich für Landwirtschaft und Tourismus
- Verkehrssicherheit Radwege
- Beseitigung von örtlichen Konfliktpunkten in der Infrastruktur
- Benennung der Konflikte
- Konflikte vorab erkennen und dadurch vermeiden
- Vernetzung mit anderer Rheinseite, Rhein-Gau Synergien

## Ziele - Werkzeuge



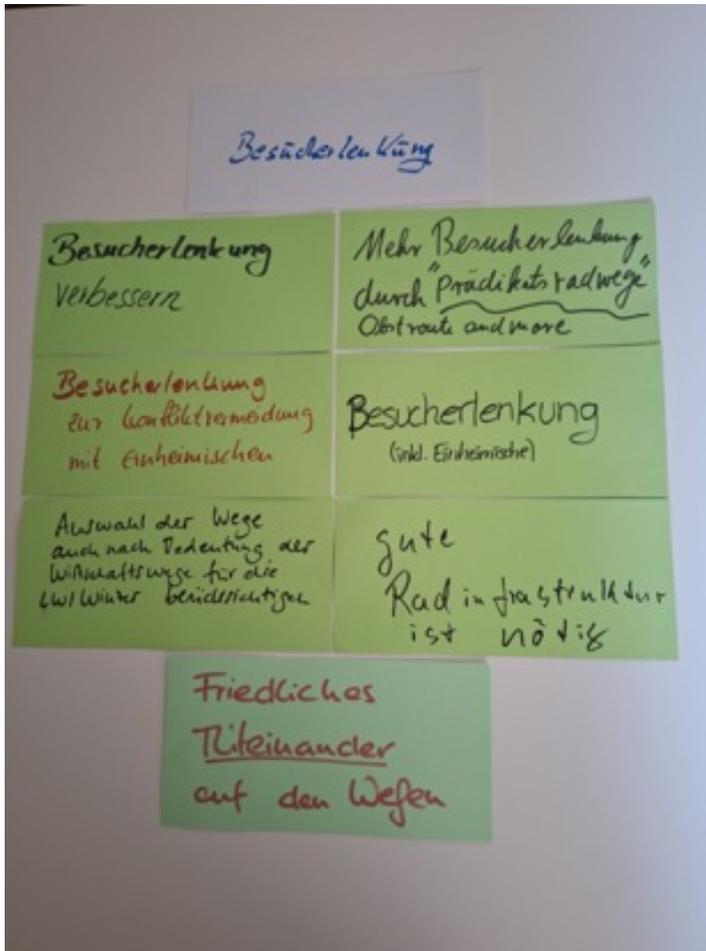
- Handlungsanleitung zur Konfliktlösung
- Konfliktlösungen für den „Erstfall“ finden
- Werkzeugkasten für alle
- Problemlösungen, Problemminimierung Touristen – Landwirte, Winzer
- Einheitliche(s) Kommunikation / Vorgehen in der Region zu/bei Konfliktsituationen
- Lösungsvorschläge für die Konflikte

## Ziele - Kommunikation



- Bessere Kommunikation
- Verständnis
- Verständnis wecken Naturschutz, Forst, Geographie
- Sensibilisierung Naturschutz
- Parken versus Natur
- Gegenseitige Rücksichtnahme, Akzeptanz + Kompromisse
- Gegenseitige Akzeptanz aller Beteiligten
- Harmonisches miteinander
- Ins Gespräch kommen mit den Beteiligten (Winzer, Fußgänger, Radfahrer, ...)
- Regelmäßiger Austausch
- Bessere Information der einzelnen Akteure voranbringen!
- Miteinander aktiv werden / Fronten abbauen (nach innen)
- Konfliktfreie Mehrfachnutzung von Rad- bzw. Wirtschaftswegen
- Kommunale Entscheidungsträger für das Rad sensibilisieren
- Sensibilisierung politischer Akteure
- Politiker motivieren
- Bewusstsein bei Landwirten

## Ziele - Besucherlenkung



- Besucherlenkung verbessern
- Besucherlenkung zur Konfliktvermeidung mit Einheimischen
- Auswahl der Wege auch nach Bedeutung der Wirtschaftsweg für die Winzer berücksichtigen
- Mehr Besucherlenkung durch „Prädikatsradwege“ Obstroute and more
- Besucherlenkung (inkl. Einheimische)
- Gute Radinfrastruktur ist nötig
- Friedliches Miteinander auf den Wegen

Mentimeter

Welche Bedeutung kommt Ihrer Meinung nach dem Aktivtourismus in wirtschaftlicher Hinsicht in Rheinhessen zu?



- Spontanbefragung per Mentimeter unter den Teilnehmern
- 24 Antworten
- 1 = Sehr gering
- 5 = Sehr hoch



# Vertiefung der Ziele

Wir bilden drei Kleingruppen

Leitfragen:

1. Konkretisierung der Ziele: Was wollen wir erreichen?
2. Operationalisierung: Wann ist das Ziel erreicht? Wie können wir das messen?

# Vertiefung der Ziele – "Analysen und Werkzeuge"



## Analysen:

**Systematisch erkennen, welche Probleme bestehen  
Probleme frühzeitig erkennen:**

- Räumlich
- Interessengruppen: Winzer, Landwirte, Naturschutz
- Aus welcher Sicht? Verschiedene Radfahrer
- Zielgruppen

**Planungen im Konsens erstellen**

**Unfallgefahren analysieren; Beinaheunfälle dokumentieren**

**Problematische Orte kennen und bearbeiten**

**Unfälle vermeiden/ Konflikte verringern**

**Laufend aktuelle Daten -> dynamische Entwicklung**

**Belastbare Daten**

- Monitoring: wer fährt wo?

**Indikatoren** für Zielerreichung: Belastbare Daten

## Werkzeuge konkret:

**Werkzeugkasten schaffen, der alle Bedarfe abdeckt**

**Schaffung eines akzeptierten Prozesses**

**Klarheit über Rahmenbedingungen schaffen**

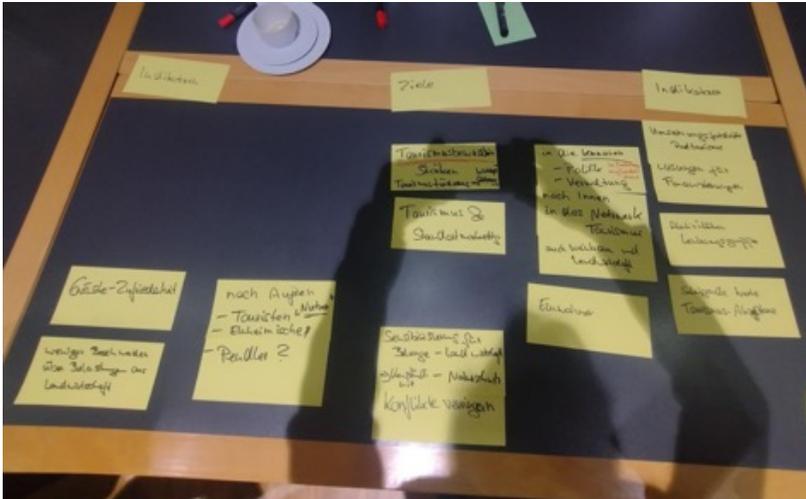
**Verantwortlichkeiten kennen und kommunizieren**

**Akteure haben Planungen**

- gelesen
- verstanden
- akzeptiert / kommentiert/ kommuniziert

**Indikator** für Zielerreichung: "Werkzeugkasten" im Praxis-Einsatz

## Vertiefung der Ziele – "Kommunikation"



### Kommunikation:

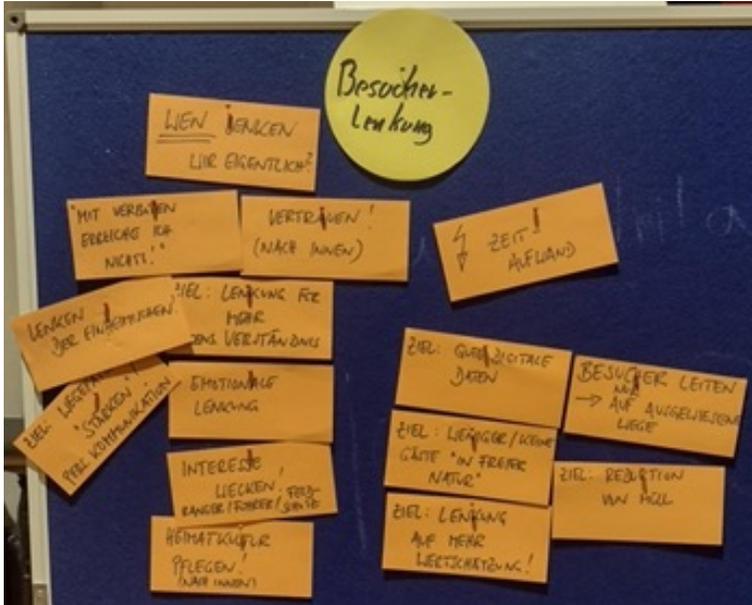
Es soll eine **Sensibilisierung** für die Belange der Landwirtschaft sowie Verständnis für die Bedeutung des Naturschutzes geschaffen werden. Zudem soll das **Tourismusbewusstsein** durch kommunikative Maßnahmen gestärkt werden.

Gewünscht ist also die Kommunikationsrichtung nach innen und nach außen.

Als wesentliche **Indikatoren** der Zielerreichung werden gesehen:

- Gästezufriedenheit
- weniger Beschwerden
- Umsetzungsfortschritte Radtouristischer Entwicklungsplan
- Finanzierungslösungen
- Binnenmarketing-Aktivitäten der Lenkungsgruppe
- steigende Tourismusakzeptanz vor Ort

## Vertiefung der Ziele – "Besucherlenkung"



### Besucherlenkung:

Klarheit schaffen: **WEN** möchten wir **WIE** ansprechen und **WOMIT** sensibilisieren?

Sensibilisierung soll **emotional** ansprechen, für mehr gegenseitiges Verständnis werben und gleichzeitig ein Wir-Gefühl erzeugen, bei Gästen wie Einheimischen. Denn: "Mit Verboten erreichen wir nichts / wenig!"

Ausdrücklich sollen (auch) **Einheimische** erreicht werden, gerade auch durch persönliche Kommunikation (im wahrsten Sinne des Wortes: MitbürgerInnen "mitnehmen").

"**Heimatkultur**" soll entstehen und gepflegt werden, Tourismus und Landwirtschaft haben daran gemeinsam großen Anteil

### **Indikatoren** für Zielerreichungen:

- gute digitale Daten, ggf. auch daraus resultierende Wegsperrungen
- deutlich weniger oder keine Gäste mehr in "freier Natur" / Schutzgebieten
- die Lenkungswirkung entfaltet zugleich Wertschätzung für die landwirtschaftliche Arbeit in Rheinhessen
- Reduktion von Müll in der Natur

# Aus den Kleingruppen abgeleitete Zielformulierungen.

Empfehlungen seitens co:compass – im 2. Workshop sollten diese noch im Detail abgestimmt werden.

## Analysen und Werkzeuge

1. Probleme, Konflikte und Gefahren in räumlicher und inhaltlicher Sicht kennen und laufend aktualisieren.
2. Eine valide Übersicht über den Radverkehr, differenziert nach Zeit, Raum und Art des Radverkehrs erhalten.
3. Planungen im Bereich Aktivtourismus im Konsens der beteiligten Akteure durchführen.
4. Prozesse definieren, die festlegen, was in welchem Konfliktfall Fall zu erfolgen hat und wer dabei einbezogen wird.
5. Transparent machen, welche gesetzlichen und planerischen Rahmenbedingungen derzeit an welchen Orten gelten.
6. Methoden und Lösungen zur Hand haben, die passgenau in verschiedenen Konfliktsituationen zum Einsatz kommen.
7. Transparent machen, wer für welche Themen verantwortlich ist und als Ansprechpartner fungiert.

## Kommunikation

1. Etablierung von Strukturen, die eine wechselseitige Kommunikation zwischen den unterschiedlichen Akteuren in Rheinhessen auf Dauer gewährleisten.
2. Steigerung des Tourismusbewusstseins und der Tourismusakzeptanz in Rheinhessen.
3. Schaffung und Nutzung geeigneter Kommunikationskanäle in Richtung von Gästen (differenziert nach Zielgruppen) und Einheimischen.
4. Erhöhung der Gästezufriedenheit und Verringerung von Beschwerden.
5. Lösungen zur fairen Verteilung von Finanzierungslasten bei Wegebau und -erhaltung

## Besucherlenkung

1. Lenkungsmaßnahmen für Gäste und Einheimische entwickeln und umsetzen.
2. Erzeugung eines Gemeinschaftsgefühls zwischen Gästen, Einheimischen und Winzern/ Landwirtschaft/ Naturschutz
3. Reduktion von Müll und Verringerung der Anzahl von Menschen in Naturschutzgebieten.
4. Erhöhung der Wertschätzung für die landwirtschaftliche Arbeit.



[www.compass-tourismus.com](http://www.compass-tourismus.com)

[info@compass-tourismus.com](mailto:info@compass-tourismus.com)