



Kultur und Arbeit

Kultur und Arbeit e.V. Goethestr. 10 D-97980 Bad Mergentheim

Geschäftsstelle: Goethestr. 10
D-97980 Bad Mergentheim

Tel: +49 (0) 7931 56 36 374

Fax: +49 (0) 7931 99 27 31

info@kultur-und-arbeit.de

www.kultur-und-arbeit.de

VR 40180 Amtsgericht Mainz

Steuernummer: 26/675/1102/4

Presseinformation vom 31.1.2012

KIRA – Kulturtourismus für Heilbronn-Franken



Der Verein »Kultur und
Arbeit« e.V. ist Träger
des Portals: www.vertikult.de

vertikult

Netzwerk aus Kultur, Tourismus, Wirtschaft und Verwaltung gegründet

Die Initiative KIRA (Kulturtouristische Initiative regionaler Angebote) entwickelt für die Region Heilbronn-Franken ein kulturtouristisches, ökonomisch ausgerichtetes Netzwerk. Es soll Produkte und Dienstleistungen mittels Internet unter Einbindung sozialer Netzwerke an Gästegruppen und Einheimische kommunizieren. Start war heute in Bad Mergentheim.

Zum ersten Netzwerktreffen fanden sich im Bad Mergentheimer Deutschordensmuseum (einem der Netzwerkpartner) rund 30 Vertreter/innen aus Kultur, Tourismus, Verwaltung und Wirtschaft aus dem Taubertal, Heilbronn, dem Heilbronner Land und Hohenlohe zusammen, um sich über das Vorhaben zu informieren. „Allein über Mundpropaganda haben sich über 60 Personen und Einrichtungen gemeldet, die mitmachen wollen“, freute sich Dr. Karin Drda-Kühn, Geschäftsführerin des Trägers Kultur und Arbeit e.V. über das Interesse.

KIRA wurde 2010 mit dem Ziel einer effizienten **Vernetzung von Kultur, Tourismus, Verwaltung, Wirtschaft und tourismusaffinen Einrichtungen im Taubertal** gegründet¹. Durch eine vernetzte Zusammenarbeit sollen Wettbewerbsstrukturen aufgebrochen und kooperative, auf gegenseitige Beförderung ausgerichtete Arbeitsformen etabliert werden („**vom Mitbewerber zum Partner**“). Die Arbeitsbasis bildet dabei das hochklassige Kulturangebot der Region Heilbronn-Franken, das in qualitativ hochwertigen Produkten und Dienstleistungen entwickelt werden soll.

¹ Gründungsmitglieder: Grafenschaftsmuseum Wertheim, Deutschordensmuseum Bad Mergentheim, Internationales Zentrum für Kulturgüterschutz und Konservierungsforschung IZKK, Bronnbach, Glasmuseum Wertheim e.V., Arbeitskreis AK Museen und Schlösser in Hohenlohe, Fremdenverkehrsgesellschaft Romantisches Wertheim, Tourismusgemeinschaft Liebliches Taubertal, Wirtschaftsförderung Main-Tauber GmbH

Geschäftsführender Vorstand:

Dipl.-Ing. Rainer Malkewitz,
Heidi Schumacher, Dr. Joachim Rix

Geschäftsführung:

Dr. Karin Drda-Kühn

Bankverbindung:

Verein Kultur und Arbeit e. V.
Sparkasse Tauberfranken
Kontonummer: 1 077 429
BLZ: 673 525 65



- 2 -

Diese Produkte und Dienstleistungen werden in Zusammenarbeit mit bestehenden touristischen Einrichtungen (Hotellerie, Gastronomie, Dienstleister) über zeitgemäße **Kommunikationsstrukturen der Sozialen Netzwerke** an potenzielle Gästegruppen kommuniziert. Einheimische werden dabei ausdrücklich im Sinne von „Botschafterinnen und Botschaftern für die Region“ einbezogen.

Damit will **Kulturtourismus und Soziale Netzwerke** (Web 2.0) **exemplarisch für den ländlichen Raum erschließen** und für den Norden Baden-Württembergs wettbewerbsfähig und nachhaltig aufstellen.

Kulturtourismus: Wachstumsmarkt für Heilbronn-Franken

Zwar gilt der Kulturtourismus mit rund 7% Anteil am touristischen „Kuchen“ als Nischenmarkt, doch ist er einer der wenigen Wachstumsmärkte im Tourismus überhaupt und aufgrund seiner Zielgruppen überaus attraktiv. Kulturtourist/innen gehören zur Generation 50+, sie sind anspruchsvoll, legen Wert auf Individualität, haben einen höheren Bildungsgrad, verfügen über ein überdurchschnittliches Einkommen und sind aufgeschlossen gegenüber den „schönen Dingen des Lebens“. „Dieser Zielgruppe hat die gesamte Region überdurchschnittlich viel in hoher Qualität zu bieten“, so Karin Drda-Kühn.

Doch ebenso hat KIRA beispielsweise Familien mit Kindern im Blick: „Wer mit Kindern im Urlaub unterwegs ist, braucht Angebote bei Schlechtwetter, oder an einem Ruhetag auf der Radeltour.“

KIRA versteht sich als Unterstützung der erfolgreich agierenden Tourismuseinrichtungen der Region: „Unsere Region hat qualitativ ausgezeichnete Kulturangebote und eine herausragende touristische Infrastruktur. Durch Vernetzung lassen sich zusätzliche Effekte erzielen, die möglichst vielen zugute kommen sollen: Kultureinrichtungen ebenso wie der Gastronomie, Beherbergungsbetrieben und den vielen kleinen Dienstleistern und Genuss-Anbietern.“

Elektronische Plattform für das Netzwerk

Einen ersten Vorgeschmack gibt www.kiratour.de, die elektronische Plattform des Netzwerks, welche bereits in einer Pilotversion im Netz ist. „Darauf geht es nicht um Vollständigkeit im Sinne einer Datensammlung über Kultureinrichtungen, Restaurants oder Übernachtungsmöglichkeiten, sondern um attraktive selektive Angebote, die in einen vernetzten Kontext gestellt werden, um dem kulturell interessierten Gast neben der reinen Information einen Mehrwert zu bieten.“ Die Plattform soll mit ihren Inhalten und durch ihre Nutzer/innen wachsen; sie ist offen für alle, die sich aktiv einbinden wollen.



- 3 -

Beispiel: Wie funktioniert die elektronische Vernetzung?

Zu jedem einzelnen Beitrag auf der Plattform ist die Eingabe von Kommentaren –vergleichbar mit Facebook – möglich, um so Gäste und auch Einheimische zu Wort kommen zu lassen. „Damit entsteht eine Art „Bibliothek“ von Gästen für Gäste, von Einheimischen für Gäste usw.“ Die Vernetzung mit Facebook und Twitter ist selbstverständlicher Bestandteil der Plattform, Buchungsfunktionen für elektronische Veranstaltungstickets sind ebenso vorgesehen wie ein Blog für spezielle Themen und RSS-Feeds. Der nächste Ausbauschnitt wird bereits Kulturangebote mit weiteren Angeboten zu Übernachtung, Kulinarik und Einkaufsmöglichkeiten zusammen führen.

„Mit dieser Plattform setzen wir einen neuen Standard in der Kommunikation im Kulturtourismus. Wir haben damit technisch und von den Inhalten die Nase ganz weit vorn, denn vernetzte Angebote sind immer noch rar in der bundesdeutschen Gästekommunikation, erst Recht im ländlichen Raum“, so Alexander Marschall, verantwortlicher Plattform-Entwickler und Geschäftsführer des Darmstädter Unternehmens dieKulturwirtschaft GmbH.

Netzwerk als Beispiel für ganz Baden-Württemberg

Träger des Netzwerks ist Kultur und Arbeit e.V., eine europaweit tätige Einrichtung der Kulturwirtschaft mit Arbeitsschwerpunkt „Kulturtourismus im ländlichen Raum“, mit Sitz in Bad Mergentheim und Berlin. Bis Ende 2013 wird für das Netzwerk eine nachhaltige Trägerschaft im Sinne eines „Geschäftsmodells“ entwickelt. Daran ist auch das Land Baden-Württemberg interessiert, das den Aufbau von Netzwerk und Plattform finanziell fördert und die Ergebnisse auch anderen baden-württembergischen Regionen in einem Leitfaden zur Verfügung stellen wird.

Netzwerkpartner gesucht!

Kultur und Arbeit ist an weiteren Netzwerkpartnern interessiert und lädt Einrichtungen und Personen aus Kultur, Tourismus und Wirtschaft zur Kontaktaufnahme und zur Nutzung der Plattform ein.

Allen Interessierten wird die Teilnahme an der Entwicklung von gemeinsamen Angebote eröffnet.

Kontakt: kira@kultur-und-arbeit.de , Tel. 07931-56 36 374.

Ansprechpartnerin: Dr. Karin Drda-Kühn



Daten – Zahlen – Fakten Kulturtourismus

Der Kulturtourismus gilt als einer der „Megatrends“ im Tourismus, als einer der wenigen **Wachstumsbereiche der touristischen Nachfrage** überhaupt, auch wenn er mit rund **7,8 %** ein vergleichsweise kleines Segment im europäischen Tourismus umfasst. Es arbeiten in der europäischen Tourismuswirtschaft zwischen **12 und 14 Mio. Menschen** (ca. **6,2% der europäischen Bevölkerung** im erwerbstätigen Alter)².

Nach der letzten Europäischen Tourismusstudie nannten immerhin **27% der Befragten Kulturerbestätten als ausschlaggebende Faktoren in der Wahl ihres Ferienziels**. Mit dem Kulturtourismus können weit mehr und ökonomisch attraktive Zielgruppen angesprochen werden als beispielsweise mit dem Sporttourismus oder dem reinen Erholungstourismus. Das macht den **Kulturtourismus unabhängig von Moden, Konjunkturzyklen und demographischen Entwicklungen**.

Umsätze erzielen neben Kultureinrichtungen unterschiedliche Wirtschaftszweige:

- Hauptprofiteure sind der Einzelhandel, Beherbergungsgewerbe, Gastronomie,
- das Freizeit- und Unterhaltungsgewerbe,
- der Bereich der sonstigen Dienstleistungen (z. B. lokales Transportgewerbe, Parkhäuser, Tagungseinrichtungen, Weinwirtschaft, kleine Lebensmittelmanufakturen, Hofläden)

Der **Kulturtourismus gilt als attraktiver Nischenmarkt**, der mehr lokale Akteur/innen partizipieren lässt als der Radlertourismus, der Sporttourismus oder der Naturtourismus. Laut „Qualitätsmonitor Deutschland Tourismus“ **steht der „Kultur-Urlaub“ bei ausländischen Gästen an zweiter, bei deutschen Gästen an vierter Stelle der Beliebtheitskala**. Bei ausländischen Gästen ist es mit 53% über die Hälfte, die einen Kultur-Urlaub machen möchten.

Dabei punktet nicht nur der (groß)städtische Kulturtourismus: An dritter Stelle (nach dem Besuch von Museen und Ausstellungen mit 74%) steht das Kennenlernen von Veranstaltungen, die mit Brauchtum zusammen hängen (35%). Als Kultur-Urlaubsziel spielt Baden-Württemberg auf dem 7. Platz im Bundesländervergleich eine nachgeordnete Rolle, was angesichts der hochklassigen Kulturangebote Nachholbedarf signalisiert.³

Die Zielgruppen im Kulturtourismus sind breit aufgestellt:

- Kulturkenner (bildungsorientiert, detailinteressiert)
- Eventsucher (starke soziale Komponente, Abwechslung)
- Kulturkonsumenten (Kultur als Unterhaltung, z. B. „Musikfestbesucher“)
- Kulturinteressierte Urlauber/innen („Kultur als Genussverstärker“)

² http://epp.eurostat.ec.europa.eu/cache/ITY_OFFPUB/KS-SF-08-090/EN/KS-SF-08-090-EN.PDF

³ Deutsche Zentrale für Tourismus e.V. (DZT): „Qualitätsmonitor Deutschland Tourismus“, Ergebnisse 2010/2011, S. 2-6