

Verein Südliche Weinstrasse

Annweiler am Trifels e.V.



Bericht 2020

Das Jahr 2020 war ein besonderes, das wir nicht so schnell vergessen werden. Es ist natürlich durch die Corona-Pandemie bestimmt und dadurch von viel Unsicherheit geprägt, privat wie beruflich, bei allen touristischen Unternehmen, bei unseren Gästen und natürlich auch bei uns, dem Verein Südliche Weinstrasse Annweiler am Trifels.

Unsere Aufgabe ist es nach wie vor, Informationen zu bündeln um Sie als Mitglieder bestmöglich zu unterstützen. Ebenso informieren wir unsere Gäste und beantworten Fragen rund um den Tourismus im Trifelsland - mit oder ohne Corona-Pandemie.

Wir hatten zu Beginn wieder viele **Aktionen und neue Produkte für das Trifelsland** geplant: Werbemaßnahmen wie Messen und Aktionen, Veranstaltungen wie Führungen oder das Keschdefeschd, neue aktuelle Informationsbroschüre und digitale Informationsangebote für unsere Gäste und die Umsetzung unseres Wettbewerbsbeitrags „Tourismus mit Profil: TrifelsErlebnisLand“.

In den ersten zwei Monaten konnten wir bei der **CMT in Stuttgart** und bei der **Radreisemesse des ADFC in Karlsruhe** für Urlaub an der Südlichen Weinstrasse Werbung machen.

Besonders der Besucherandrang bei der Radreisemesse hat uns überrascht und begeistert.



Im Büro für Tourismus haben wir eine **digitale Informationsmöglichkeit** ergänzt: ein Tablet, mit dem der Gast auf eigene Faust nach Ausflugstipps, Wander- und Radfahrmöglichkeiten, Einkehr- und Übernachtungsmöglichkeiten und anderen aktuellen Informationen stöbern kann. Leider haben wir das Tablet im Moment aufgrund der Hygienevorschriften nicht im Einsatz.

Dafür konnten wir unsere **neue Trifelsland-App** vorstellen, eine sogenannte „progressive web app“, bei der man keine Daten auf sein Handy runterladen muss, sondern über eine Art Link alle relevanten Informationen abrufen kann. Sie ergänzt unsere digitale Infosäule vor dem Büro für Tourismus, eine Infosäule „to go“ sozusagen.

Im März traf uns der Lockdown so unerwartet wie alle, wir mussten das Büro für Tourismus für einige Wochen für den Publikumsverkehr schließen. Trotzdem haben wir an Maßnahmen und Aktionen gearbeitet, die Betriebe so weit wie möglich zu unterstützen und für die Zeit nach dem Lockdown attraktive Angebote für Gäste zu gestalten und auch zu kommunizieren.

Hier ein Überblick über unsere „**Corona-Aktionen**“:

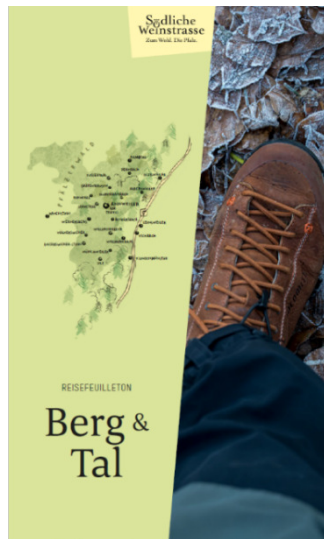
- Mitgliedernewsletter mit aktuellen Informationen
- Übersicht über Abhol- und Lieferdienste über Website und Social Media
- Unterstützung der Aktion „lokal help“
- Tri-Box-Sonderausgabe mit Restaurant- und Freizeitgutscheinen im Trifelsland
- SÜW „Weinfest für deHäm“
- SÜW-Glücksmomente (Social-Media Aktion)
- SÜW-Picknickplätze
(Beschilderung, Flyer, Homepage, Social Media, Presse)
- Rad- und Wandertipps zu den Picknickplätzen online
- SÜW-Glücksbringer-Aktion
- SÜW: Der Sommer wird länger!
- SÜW: Lust auf Winter ohne Schnee
- SÜW Themenwoche „Mirabelle und Quetsche“, Teilnahme dieses Jahr kostenfrei
- Neuauflage Broschüre „Alles Leckere mit Keschde in der Südpfalz“, Teilnahme dieses Jahr kostenfrei
- Verzicht auf Deskline-Provisionen 2020
- Werbung mit der Pfalz-Touristik und RPT „Rette deinen Sommer“
- Aktion „Verhalten im Wald“ online und mit Schildern an Wanderparkplätzen
- Organisation und Durchführung von Führungen mit Hygienekonzept:
Stadtführungen in Annweiler am Trifels, Kastanienführungen und Kräuterführungen



Natürlich lief auch unser normaler Betrieb weiter. Ab Ende Mai auch wieder mit Publikumsverkehr in unserem Tourismusbüro. Zum Glück bescherte uns der Sommer eine große Nachfrage seitens der Gäste, vor allem nach Wander- und Radfahrangeboten. Auch die Wohnmobilstellplätze wurden sehr gut genutzt.

Die **Premiumwege im Trifelsland**, der Annweilerer Burgenweg, der Richard-Löwenherz-Weg und die Pfälzer Hüttentour wurden turnusgemäß vom Deutschen Wanderinstitut auf ihren Zustand und die Qualität der Wege und der Beschilderung überprüft und konnten alle drei das Zertifikat „Premiumweg“ wieder erreichen. Ein herzliches Dankeschön dafür an die Wegepaten, ohne deren

ehrenamtlichen Einsatz das so nicht möglich wäre. Wir bekommen auch immer wieder Lob von den Gästen über die tolle Beschilderung der Premiumwege!



Berg & Tal, so heißt das neue Magazin für das Trifelsland, das im Sommer erschienen ist. Es erzählt zeitgemäß Geschichten aus der Region, z.B. über eine Winterwanderung auf dem Richard-Löwenherz-Weg, das Gefühl von Freiheit bei einer Mountainbiketour durch den Pfälzerwald, die Jagd auf die Kastanien auf dem Pälzer Keschdeweg oder das Beweidungsprojekt mit Auerochsen in Annweiler-Gräfenhausen. Sie stehen für die landschaftlichen Besonderheiten in der Region rund um die Reichsfeste Trifels.

Das Design trägt die gleiche Handschrift der Agentur Magma wie die Druckerzeugnisse der Südlichen Weinstraße, womit das Trifelsland ganz bewusst sein Selbstverständnis als Teil der Südlichen Weinstraße zeigt. Geplant ist, dass im gleichen Stil in Zukunft noch weitere regionale Magazine für die Südliche Weinstraße erscheinen.

Die Presse hat das Thema Tourismus in Deutschland rege aufgegriffen. Vor allem über Wanderwege wie der Richard Löwenherz Weg oder die Pfälzer Hüttentour wurde berichtet, über Trekking im Pfälzerwald, Picknick an der Südlichen Weinstrasse und den Pälzer Keschdeweg. Im Herbst war das Kastanienthema medial der Renner, neben verschiedenen Zeitungsartikeln drehten SWR, SR, HR/arte und das ZDF in unserer Region.



Wir sind stolz, als Destination **Deutsche Weinstraße als Nachhaltiges Reiseziel zertifiziert** zu sein. Wir freuen uns über die Partnerbetriebe, die unsere Initiative unterstützen und ohne die diese Zertifizierung nicht möglich wäre. Und über die vielen nachhaltigen Projekte, die im Trifelsland bereits angestoßen und umgesetzt wurden und werden.

Im Herbst wurde die **Keschdebroschüre** wieder aktuell und neu aufgelegt. Unsere Kastanienprinzessin Leonie hat uns bei der Werbung für die Kastanienzeit vor allem bei Instagram und Facebook professionell unterstützt. Sie wird noch ein weiteres Jahr das Amt der Kastanienprinzessin für das Trifelsland ausüben. Das freut uns sehr!

Ein weiteres Thema, das uns in diesem Jahr beschäftigt hat, ist die **Organisation und Struktur des Tourismus an der Südlichen Weinstrasse**. Ziel ist es, die Organisationsformen auf den Prüfstand zu stellen, künftig noch besser Synergieeffekte zu nutzen und eine moderne und effektive touristische Struktur für die Südliche Weinstrasse zu entwickeln. Wir haben in den letzten Jahren gemeinsam viel erreicht und möchten die gute und gewinnbringende Zusammenarbeit in der Region weiter

intensivieren. Derzeit wird von der Agentur Kohl & Partner ein Organisationskonzept und die damit verbundene Tourismusstrategie für die Südliche Weinstrasse erarbeitet.

Für einige touristische Projekte im Trifelsland konnten wir Fördergelder beantragen:

- **Barrierefreier Ausbau der Eingangssituation des Büro für Tourismus 2019**
(Tourismus für alle – Modellregion barrierefreier Tourismus Südliche Weinstrasse)
- **Barrierefreier Rundgang in der Markwardanlage in Annweiler am Trifels 2021**
(Tourismus für alle – Modellregion barrierefreier Tourismus Südliche Weinstrasse)
- **Barrierefreier Audio-Stadtrundgang in Annweiler am Trifels 2020/21**
(Tourismus für alle – Modellregion barrierefreier Tourismus Südliche Weinstrasse)
- **Projekt „TrifelsErlebnisLand“** mit Maßnahmen wie TrifelsErlebnisWeg, ErlebnisApp, Trifelsblicke, Trifelsbus, regionale Vesperpakete und Einheimische als Botschafter der Region
(Gewinner im Landeswettbewerb „Tourismus mit Profil“, 2020/21)



- **Kastanien-Erlebnis-Weg am Förlenberg 2021**
(Gemeinschaftsprojekt der Verbandsgemeinden Annweiler am Trifels und Landau-Land, gefördert über LEADER)
- **Digitale Infosäule am Rathaus der Stadt Annweiler am Trifels 2021**
(gefördert über LEADER-Regionalbudget)

Vor allem im Bereich **Digitalisierung im Tourismus** sind wir inzwischen Vorreiter an der Südlichen Weinstrasse und in der Pfalz. Ziel ist es, das Trifelsland und die Südliche Weinstrasse gut für die künftige touristische Entwicklung aufzustellen und ein zeitgemäßes touristisches Angebot gerade auch für eine jüngere Zielgruppe anzubieten.

Wir hoffen, im kommenden Jahr die neuen Projekte gebührend eröffnen zu können und freuen uns über zahlreiche Besucher im Trifelsland und an der Südlichen Weinstrasse. Aktuell legen wir gemeinsam mit den Büros an der Deutschen Weinstraße ein neues Gastgeberverzeichnis für 2021/22 auf, das im März 2021 in einer Auflage von 60.000 Stück erscheinen wird. Mit ihnen gemeinsam wird darauf ein attraktives und umfassendes Gastgeberverzeichnis.