

## Presseinformation



### Rheingau auf dem Weg zur Spitze

#### Blinder Aktionismus ist kein Erfolgsrezept

**(Oestrich-Winkel, 30.7.2009)** Mit einer sehr gezielten, aber auch behutsamen Vorgehensweise hat der Zweckverband Rheingau die Weichen für eine Etablierung der Tourismus-Region an die Spitze des Landes gestellt. Die mit beeindruckender Einmütigkeit beschlossenen „Rheingauer Tourismus-Thesen“ werden nun konsequent umgesetzt und führen dazu, dass der Rheingau die erste Tourismus-Destination in Hessen sein wird, welche das Destinations-Konzept des Landes konsequent umsetzt. Denn das 2002 beschlossene Zukunftskonzept sieht Tourismus-Destinationen auf der Ebene der von Gästen wahrgenommenen und erlebbaren Landschaftsräume vor. Dies bedeutet aber dann auch den Abschied von einer rein auf Verwaltungseinheiten bezogenen touristischen Marketing-Ebene, bekräftigte Regionalmanager Dieter Popp vom Zweckverband.

In Regionen wie der Eifel, dem Schwarzwald, dem Bregenzerwald oder in Tirol sind diese oft schmerzlichen Prozesse bereits seit Jahren mit gutem Erfolg beschritten worden. Dort dauerte diese Entwicklung aber oft ein bis zwei Jahrzehnte. Der Rheingau hat dies in einem guten halben Jahr und mit einer beeindruckenden breiten Zustimmung erreicht. Sehen so „erlahmende Entwicklungen“ aus, wie dies wiederholt kolportiert wurde? Der Odenwald, der Spessart, der Westerwald und selbst die Rhön sind von diesem Ziel noch meilenweit entfernt!

Im – nach Selbsteinschätzung vieler Akteure – schon immer sehr behutsam agierenden Rheingau mehren sich aber die Stimmen, die in der Regionalentwicklung einen ins Stocken geratenen Prozess sehen wollen. Nun zählt der Rheingau nicht unbedingt zu jenen Regionen, die auf neue Entwicklungen sofort mit spontanem Enthusiasmus reagieren. Dieses natürliche Beharrungsvermögen hat durchaus auch seine guten Seiten, denn nicht jeder Modetrend erweist sich als Glücksbringer und verdient eine umfassende Berücksichtigung. Dem Rheingau hat es in vieler Hinsicht gut getan, diese Reserviertheit kultiviert zu haben. So sind in den Ortsbildern, im landschaftlichen Erscheinungsbild oder

auch in der Baukultur viele wertvolle Bestandteile erhalten geblieben, die an anderen Orten längst der Spitzhacke, der Neuordnung der ländlichen Räume oder der Nivellierung der Lebensstile zum Opfer gefallen waren. Der Zweckverband Rheingau schätzt und achtet diese Lebenseinstellung der Rheingauer, da sie zum Profil der Region nachhaltig beigetragen hat.

Es gibt sicher in unserer Gesellschaft nur wenige Kräfte, welche die Prozesse der umfassenden Bürgerbeteiligung zurückschrauben möchten. Aber es sind oftmals gerade diejenigen, die für diese breite Bürgerbeteiligung seinerzeit erfolgreich gekämpft haben, die nun auch über die zögerlichen Fortschritte bei der Umsetzung von Zukunftsprojekten klagen. Der Zweckverband Rheingau achtet aber die frühzeitige und umfassend angelegte Bürgerbeteiligung und der Interessensverbände an der Gestaltung ihrer Zukunft. Er räumt diesen Entwicklungen auch den notwendigen Zeitraum ein. Die Rufe nach Eile und blindem Aktionismus verfehlen daher ihre erwartete Wirkung, denn der Zweckverband setzt auf Überzeugung statt auf „Überwältigung“ der Akteure.

Der Rheingau kann aber - um beim Beispiel des Tourismus zu bleiben - nach den diffizilen Vorarbeiten in vielen Gremien auf die breite Unterstützung der Akteure bauen, wenn es nun um die konkrete Umsetzung der „Rheingauer Tourismus-Thesen“ geht. Denn jetzt stehen Schritte für eine einheitliche touristische Vermarktung der vom Wein geprägten Tourismus-Destination von Hochheim bis Lorch an.

Dieser „historische Durchbruch“ – auch wenn dies teilweise so nicht gewertet wurde – führt nun zu den nächsten konsequenten Bausteinen. Die für den Rheingau notwendige Marke wurde ebenfalls in verschiedenen internen Zirkeln umfassend und in einer ebenso relativ kurzen Zeit vorbereitet. Bei der Johannisberger Tourismus-Konferenz sind erste Perspektiven dazu bereits vorgestellt worden. Und wenn sich selbst Rudesheim als eigene starke Marke bereit erklärt hat, im Rahmen der Bündelung touristischer Strukturen an einer gemeinsamen Marke Rheingau aktiv mitzuwirken, dann sind auch hier die Wege eines erstaunlichen Erfolgs vorgezeichnet. Der feste Willen, den Rheingau zu einer starken Marke aufzubauen ist beim Weinbauverband, bei der RTKT, dem Landkreis und den 7 Kommunen vorhanden. Daran ändern auch kritische Einzelmeinungen nur wenig. Wie sich die neue Marke verbal und visuell positionieren wird, ergibt der weitere Diskussionsprozess. Der Rheingau ist damit auf einem guten Weg. Wie dies auch die rund 50 anderen Projekte zeigen, die derzeit parallel vorbereitet und entwickelt werden.

V.i.S.d.P.:  
Dieter POPP  
Regionalmanager/Zweckverband Rheingau

[regionalmanagement@rheingau.de](mailto:regionalmanagement@rheingau.de)  
[www.zweckverband-rheingau.de](http://www.zweckverband-rheingau.de)