

Luxemburger Wort

ORT Miselerland

"Zusammenarbeit muss kohärenter werden"

Präsident Gilles Estgen zu Hotels, Weintourismus und Entwicklungspotenzial der Region



Die Moselregion mit ihren Weinbergen und Wanderwegen ist ein beliebtes Ausflugsziel.

Foto: Marc Wilwert

(#)

Veröffentlicht am Donnerstag, 19. Mai 2016 um 14:00

INTERVIEW: ANNE-AYMONE SCHMITZ

Die malerischen Landschaften der Moselregion locken alljährlich zahlreiche Besucher aus dem In- und Ausland an. „Doch damit die Touristen in der Moselgegend Urlaub machen, muss es genügend Übernachtungsmöglichkeiten geben“, sagt Gilles Estgen, der Präsident des „Office régional du tourisme Miselerland“ (ORT), im Gespräch mit dem „Luxemburger Wort“.



Die malerischen Landschaften der Mosel locken alljährlich zahlreiche Menschen aus dem In- und Ausland zu ausgiebigen Spaziergängen an.

Foto: Marc Wilwert

[\(#\)](#)

Landesweit waren 2015 die Resultate bei den Übernachtungen zufriedenstellend. Wie war die Lage an der Mosel?

Anders als in den übrigen Regionen gab es im Osten einen leichten Einbruch bei den Übernachtungen, für den es aber Gründe gibt: Zwei Hotels haben ihren Betrieb eingestellt und ein größeres Hotel in Mondorf wurde renoviert, es standen also weniger Zimmer zur Verfügung.

Grundsätzlich ist der ORT der Meinung, dass mehr in neue Hotelinfrastrukturen in der Moselregion investiert werden muss. Denn die Menschen übernachten gerne in der Region, in der sie ihren Urlaub verbringen, erwarten aber auch einen hohen Qualitätsstandard. Einige Betreiber haben diesen Trend erkannt und ihr Hotel modernisiert. Andere tun sich diesbezüglich etwas schwerer, weil die Nachfolge vielleicht noch nicht geklärt ist oder der Zuwachs an Kunden in Frage gestellt wird.

Es gibt also Nachholbedarf beim Ausbau der Hotelinfrastrukturen?

In der Tat, den gibt es. Dies stellt man besonders bei Veranstaltungen wie dem Ironman in Remich fest. Die Teilnehmer und ihre Begleiter übernachten mittlerweile schon in den deutschen Nachbargemeinden und in der Hauptstadt.

Wenn es genügend Übernachtungsmöglichkeiten in der Region gibt, wird es uns sicher gelingen, die Besucher verstärkt an die Mosel zu locken. Das gilt auch für den Kongresstourismus, wo wir als Region Arbeit und attraktives Rahmenprogramm ideal verbinden könnten. Aber auch einfache Übernachtungsmöglichkeiten, z.B. beim Winzer, sollen ausgebaut werden. Auf unseren Campingplätzen sollen mehr außergewöhnliche Übernachtungsmöglichkeiten und Stellplätze für Campingcars angeboten werden.



Gilles Estgen ist Vorsitzender des "Office régional du tourisme Miselerland".

Foto: Chris Karaba

(#)

Mit der Shuttlebusverbindung zwischen Luxemburg-Stadt und Schengen wurde 2015 eine Initiative gestartet, mit der ausländische Touristen an die Mosel gebracht werden sollen. Reicht dies aus?

Nein, ganz sicher nicht. In diesem Jahr wird diese Initiative fortgeführt und später vielleicht noch ausgebaut. Bei einer solchen Aktion darf es jedoch nicht bleiben. Das touristische Angebot muss ständig erweitert werden, um den Stadtbesuchern die Regionen und ihre Produkte näherzubringen.

Eine weitere Aktion war das „Explore Luxembourg“-Event, das vom LCTO zusammen mit den ORTs am Osterwochenende in der Hauptstadt organisiert wurde. Es müssen jedoch noch weitere Initiativen gestartet werden, aus denen sowohl die Moselregion als auch andere Landesteile einen Nutzen ziehen. Insgesamt müssen wir die Besucher aus dem In- und Ausland von der Qualität der Luxemburger Produkte und Dienstleistungen überzeugen. Der Weintourismus wird eine wichtige Rolle erfüllen.

An welche Initiativen denken Sie?

Das Wine-Taste-Enjoy-Event am Pfingstwochenende ist eine gute Gelegenheit, um den Bürgern und den Besuchern die lokalen Weinprodukte zu präsentieren. Mit diesem Event sprechen wir unsere traditionelle Kundschaft und ein jüngeres Publikum an.

Luxemburg muss zudem mit seiner Weinbauregion als Tourismusdestination bekannter werden. Die Präsenz von Luxemburg in ausländischen Wein- und Reiseführern ist sicherlich förderlich, um den Bekanntheitsgrad zu erhöhen. Dann muss es uns gelingen den Wein noch verstärkt mit den kulturellen und kulinarischen Highlights der Region zu verbinden. Wandern oder gemütliches Radfahren in den Weinbergen mit Weinverkostung bei gutem Essen und einem Wellness-Angebot, so was spricht an.

Wir dürfen dabei auch die Mosel, die Schwimmbäder und die Baggerweiher nicht vergessen. Auch wenn man heute nicht mehr wie früher in der Mosel schwimmen kann, so haben touristisch attraktive Aktivitäten auf dem Wasser ein großes Potenzial.



Die Schwimmbäder (hier Remich) werden im Sommer von zahlreichen Badebegeisterte besucht.

Foto: Lucien Wolff

(#)

2016 ist ein bedeutendes Jahr für den ORT?

Ja, irgendwie schon. Es ist ein Übergangsjahr, in dem die Strukturreform im Tourismus umgesetzt wird. Die Rolle des „Office national du tourisme“ (ONT) wurde bekanntlich vom neu geschaffenen GIE „Luxembourg for tourism“ (LFT) übernommen.

Die ORTs sind Mitglied im LFT und können dort ihre Ideen und die Interessen ihrer Region vertreten. Anders als beim ONT können die Gemeinden sowie die lokalen Tourismussyndikate und -vereine hingegen nicht mehr Mitglied der nationalen Struktur sein, sondern sie werden in die ORTs aufgenommen. Diese Eingliederung ist eine große Herausforderung für den ORT und eine Chance für die lokalen Tourismusvereine. Diese Zusammenarbeit ist wichtig, denn der Tourist erkennt auf Anhieb die Kohärenz im Angebot.

Wie gut funktioniert die Zusammenarbeit zwischen ORT, Gemeinden, Winzervereinigungen und sonstigen Akteuren in der Region?

Da sind wir schon ein gutes Stück vorangekommen. Ich vermisse allerdings manchmal die Kohärenz und den Zusammenhalt bei bestimmten Akteuren. So wäre eine noch engere und breitere Zusammenarbeit aller Akteure aus der Weinregion wünschenswert. Es kann auch nicht sein, dass man sich in einem bestimmten Segment unnötig bekämpft und von unlauterem Wettbewerb geredet wird. Die Gemeinden und ihre Bürger müssen sich noch stärker mit ihrer Region identifizieren. Denn wenn z.B. viele Besucher nach Schengen kommen, können auch alle anderen Orte der Region einen wirtschaftlichen Nutzen daraus ziehen.

Wie weit fortgeschritten ist das Projekt der weintouristischen Beschilderung?

Wir mussten hart für das Beschilderungsprojekt kämpfen. Doch mittlerweile wurden schon die ersten Schilder in Grevenmacher und Wormeldingen aufgestellt, demnächst werden Bous, Remich und Schengen folgen. Durch diese einheitliche Beschilderung kann sich der Tourist besser in der Region orientieren, er fühlt sich damit wohler. Es führt auch zu dem gewünschten „Wir-Gefühl“ bei der Bevölkerung im Miselerland. Demnächst werden auch die ersten interaktiven Tafeln, auf denen Informationen aus der Gemeinde und der Region zu finden sind, in Betrieb genommen.



Die ersten oenotouristischen Schilder wurden bereits aufgestellt.

Foto: Nadine Schartz

(#)

Wie soll sich die Moselregion weiterentwickeln?

Die Moselregion hat ein enormes touristisches Potenzial und dies in den Bereichen Wein, Kulinarik, Natur und Sport. Voll im Trend sind qualitativ hochwertige Wanderungen wie die drei Traumschleifen in Schengen, Ahn und Manternach, mit denen wir viele Wanderer in die Region locken.

Fakt ist allerdings, dass die Wintersaison keine Moselsaison ist. Und dies wollen wir ändern. Die Moselgegend soll eine ganzjährige Urlaubs- und Ausflugsregion werden. Dafür müssen wir zwischen der Traubenernte und Ostern zusätzliche Aktivitäten anbieten. Eine große Herausforderung bleibt dabei die Mobilität in die Region und innerhalb der Region. Um dies zu erreichen, können wir z. B. ähnlich wie die „Luxembourg Card“ an der Mosel eine regionale Transportkarte einführen, mit der ein Besucher neben dem Wandern von unterschiedlichen Transportmöglichkeiten (z. B. Bus, Kanu, Passagierschifffahrten und Fahrrad) zum Einheitstarif profitieren kann. Der Ausbau der Angebote im Bereich Oeno- und Kulturtourismus sowie das Schaffen von zusätzlichen Übernachtungsmöglichkeiten wird sicher unser Schwerpunktthema bleiben.

Steht Ihnen bei diesen Plänen nicht der Amtsschimmel im Weg?

In einigen Fällen trifft dies schon zu. Wir erkennen sicherlich bei der nationalen Politik den Willen, in den Tourismusbereich zu investieren und uns zu unterstützen. Die Euphorie wird aber manchmal unnötigerweise gebremst. Einige Projekte dauern einfach zu lange. Das „Centre mosellan“ in Ehnen ist da leider ein gutes Beispiel. Dieses Projekt muss jetzt endlich verwirklicht werden.

Auf der anderen Seite sind viele Bestimmungen einfach zu rigide und zu restriktiv. Wenn man sieht, wie im Ausland Tourismus konsequent gefördert wird, und die Bestimmungen über touristische Bauvorhaben in Grünzonen oder das Betreiben von Restaurants außerorts, z.B. auf Weingütern, flexibler gehandhabt werden, kann man schon neidisch werden. Es muss auf-gepasst werden, dass wir unternehmens- und investitionsfreudige Partner im Tourismus nicht an einer Behördenmauer zerschellen lassen. Dazu bedarf es politischer Courage.

Folgen Sie uns auf **Facebook** (<https://www.facebook.com/wort.lu.de>) und **Twitter** (https://twitter.com/Wort_LU) und **abonnieren Sie unseren Newsletter** (<http://www.wort.lu//www.wort.lu/de/newsletter>) .

--