

Vernetzung: Gemeinsam Tourismus in Stadt und Land Marburg Stadt und Land

Klaus Hövel, Marburg Stadt und Land Tourismus GmbH

Die Marburg Stadt und Land Tourismus GmbH bietet organisatorisch beste Voraussetzung zur gemeinsamen Vermarktung von Stadt und Umland Marburg, da die Universitätsstadt Marburg und der Landkreis Marburg-Biedenkopf zu gleichen Teilen Gesellschafter sind. Es ist das Ziel, Angebote zu schaffen, die die Strahlkraft der Marke Universitätsstadt Marburg in die Region hineinragen und die die authentischen Angebote der Städte und Gemeinden im Umland mit dem Anker Marburg verbinden.

Ergänzende Angebote in Stadt und Land

Die Marburg Stadt und Land Tourismus GmbH hat eine Reihe von touristischen Angeboten geschaffen, die den Aufenthalt in der Universitätsstadt Marburg durch Aktivitäten im Umland ergänzen. Ein Beispiel sind Stadtführungen, die nicht nur in Marburg, sondern auch in anderen Städten des Landkreises angeboten werden, z. B. in der Gemeinde Amöneburg. Im Gespräch sind Führungen auch in den Landgemeinden Kirchhain und Wetter. Eine Idee ist auch, dass sich die Gäste der Stadtführungen mit Picknick-Körben oder an Lebensmittelautomaten mit Produkten der örtlichen Landwirte versorgen können. Für die neuen Stadtführungen werden laufend Gästeführerinnen und Gästeführer fortgebildet. Alle Stadtführungen sind online buchbar.

Für die Premiumwanderwege der Region werden von zahlreichen Gästen auch geführte Wanderungen nachgefragt. Marburg Stadt und Land Tourismus bietet diese Wanderungen mittlerweile nicht nur auf dem Land, sondern auch in der Stadt Marburg an. Um diesem Bedarf auch qualifiziert nachkommen zu können, bildet Marburg Stadt und Land Tourismus Bürgerinnen und Bürger zu Wandererlebnisgestalterinnen und -gestaltern. Die Ausbildungen konnten mit Hilfe einer Förderung aus LEADER-Mitteln realisiert werden. Für Stadt und Umland ist durch dieses Angebot eine gut funktionierende win-win-Situation entstanden. Die Wanderungen sollen auch Eingang finden in die Angebote zum 800-jährigen Stadtjubiläum der Universitätsstadt Marburg im Jahr 2022.

Ein weiteres Beispiel ist die Initiative Backhäuser. Gemeinsam mit Vertreterinnen und Vertretern von Backhausvereinen, LEADER-Gruppen, Verschönerungsvereinen, Städten und Gemeinden u.a. wurde überlegt, wie Backhäuser als gelebte Geschichte sichtbar gemacht werden können und in touristische Produkte eingebunden werden können.



Klaus Hövel
Foto: Salome Roessler



Quelle: © Katharina Jäger

60 der 120 Backhäuser in der Tourismusregion um Marburg werden sich beteiligen. Sie werden im nächsten Jahr und darüber hinaus in Wander- und Fahrradrouten eingebunden. Die Teilnehmerinnen und Teilnehmern können dann traditionelles Backen kennenlernen und erleben.

Weitere Angebote, die den Aufenthalt in Marburg ergänzen, sind das Höferadeln und die Lauschtour. Das Höferadeln ist ein Gemeinschaftsprojekt des Fachbereichs Ländlicher Raum und Verbraucherschutz und der Marburg Stadt und Land Tourismus GmbH. Nach dem Motto Regionalität entdecken und genießen verbindet die rund 30 km Rad-Themenroute typisch mittelhessische Bauernhöfe, romantische Landgasthöfe und landwirtschaftliche Direktvermarkter mit ehemaligen Mühlen und Hof Cafés. Die Route führt durch malerische Dörfer und idyllische Landschaften. Ob Hühner und Kühe, Zugvögel und Wasserbüffel, ob auf dem Hof, auf den Weiden oder an den Teichen – hier werden Biodiversität und regionale Landwirtschaft vor der Haustür begreifbar. Die Lauschtour soll eine Ergänzung zum Höferadeln werden. Per APP sollen die Radlerinnen und Radler zusätzliche Informationen zu den Stationen des Höferadelns erhalten.

Aus dem Publikum der Feierabendrunde wurde angeregt, die Malerkolonie Willingshausen bei Informationen und Angeboten in Marburg Stadt und Land zu berücksichtigen, ob wohl sich diese im Schwalm-Eder-Kreis befindet. Die Anregung soll aufgegriffen werden.



Quelle: © Georg Kronenberg

Zielgruppenmarketing statt Themenmarketing

In der Vergangenheit war das Marketing der Marburg Stadt und Land Tourismus GmbH auf die Themen Städte+Kultur, Gesundheit Tagen sowie Aktiv+Natur ausgerichtet. Die Vermarktung von Angeboten in der Stadt und auf dem Land war somit klar getrennt. Die Zielgruppenanalyse hat jedoch gezeigt, dass viele Gäste sowohl eine hohe Affinität zum Natururlaub als zu kulturellen Angeboten haben. In Marburg und Umgebung liegen beide Bereiche buchstäblich eng zusammen. Marburg Stadt und Land Tourismus GmbH wird daher in Zukunft zum Zielgruppen spezifischen Marketing übergehen, wie es auch die Landtourismusstrategie vorsieht. Damit werden die zahlreichen Angebote zu Kultur, Natur, Gesundheit mit regionalen Besonderheiten, die heute schon den Aufenthalt in der Stadt oder auf dem Land anreichern, gemeinsam vermarktet.

Das Beispiel von Marburg Stadt und Land zeigt, dass eine Vielzahl kleiner authentischer Angebote geschaffen werden kann, die sich gegenseitig ergänzen und die Zielgruppen ansprechen, die sich sowohl für das Kultur- als auch das Naturerlebnis interessieren. Sie können daher zu einer Aufenthaltsverlängerung beitragen.