



**ANALYSE ZU
GASTRONOMISCHEN ANGEBOTEN UND NACHFRAGEN
IM VORFELD DER BUNDESGARTENSCHAU
AM BEISPIEL DES LORELEY-PLATEAUS
01. September 2018**

AUFTRAGGEBER

Verbandsgemeindeverwaltung Loreley
Dolkstraße 3
D-56346 Sankt Goarshausen

Entwicklungsagentur Rheinland-Pfalz e.V.
Adolf-Kolping-Straße 4
D-55116 Mainz

AUTOR

Volz & Partner GbR
Graf-Stauffenberg-Straße 43
D-66121 Saarbrücken

T: +49 (0)681 62679
F +49 (0)681 66718

www.volz-partner.de

INHALTSVERZEICHNIS

1.	Aufgabenstellung	3
2.	Auftragsdurchführung	6
3.	Zusammenfassung der Ergebnisse	8
4.	Markt- und Standortanalyse	12
4.1	Vorbemerkungen	12
4.2	Der Standort Loreley	15
4.2.1	Kurzportrait Loreley	15
4.2.2	Rahmenbedingungen Tourismus auf der Loreley	21
4.2.3	Resümee	28
4.3	Die Gastronomie auf der Loreley	30
4.3.1	Entwicklung und Qualität des Angebotes	30
4.3.2	Entwicklung der Nachfrage	35
4.3.3	Auswirkungen der BUGA	41
4.3.4	Relevante Trends in der Gastronomie	43
4.3.5	Potenzielle Zielgruppen für den Standort Loreley	49
4.3.6	Resümee und Prognosen	53
5.	Schlussbemerkungen	55

1. Aufgabenstellung

Am 14. Mai 2018 wurden wir in unserer Funktion als Sachverständige und Gutachter in der Hotellerie und Gastronomie mit der Erstellung einer Potenzialanalyse zu gastronomischen Angeboten und Nachfragen im Vorfeld der Bundesgartenschau am Beispiel des Loreley-Plateaus beauftragt.

Auftraggeberin ist die Verbandsgemeinde Loreley, vertreten durch den Bürgermeister, Herrn Werner Groß, Dolkstraße 3, D-56346 St. Goarshausen mit Unterstützung der Entwicklungsagentur Rheinland-Pfalz e.V., vertreten durch Herrn Rainer Zeimentz, Adolf-Kolping-Straße 4, D-55116 Mainz.

Gegenstand des zu erstellenden Gutachtens ist eine Standort- bzw. Potenzialanalyse im Hinblick auf die Entwicklungsmöglichkeiten neuer Gastronomiebetriebe im Vorfeld der Bundesgartenschau am Beispiel der Loreley. Aktuell läuft ein Abstimmungsprozess, wonach die Bundesgartenschau (BUGA) im Mittelrheintal bereits im Jahr 2029 stattfinden soll.

Das Loreley-Plateau wird derzeit umgestaltet und touristisch weiterentwickelt. Dabei wird aktuell auch ein neuer Kultur- und Landschaftspark auf der Felsspitze errichtet. In diesem Zusammenhang ist beabsichtigt, das ehemalige Turner- und Jugendheim als zentrales Gebäude einer neuen gastronomischen Nutzung zuzuführen. Darüber hinaus sehen die Planungen vor, das Gebäude zusätzlich als Eingangsbereich zum neuen Kultur- und Landschaftspark u.a. mit Info-Point, Ticket- und Souvenirshop zu etablieren.

In einem ersten Schritt wird daher ein Überblick über die zukünftige touristische Entwicklung auf dem Loreley-Plateau vorgenommen, auch im Hinblick auf die BUGA, die die Chancen und Risiken der Ansiedlung einer neuen Gastronomie auf der Loreley aufzeigt.

Zusätzlich sollte sowohl für die Gastronomie im neu zu gestaltenden Gebäude des ehemaligen Turner- und Jugendheims als auch für die bisherige Gastronomie im Besucherzentrum ein grundlegendes Konzept erarbeitet werden.

Dies beinhaltet u.a. mit welcher Produktidee, welchem Alleinstellungsmerkmal und welchem Betriebskonzept die Gastronomie im Hinblick auf die Anforderungen der zu erwartenden Zielgruppen erfolgreich umgesetzt werden kann.

Basierend auf der Konzeption wird eine erste grobe Prognose der Wirtschaftlichkeit für die Gastronomie auf der Loreley erstellt, um die Ertragskraft und somit die Machbarkeit des Vorhabens zu prüfen. Dies beinhaltet auch die Ermittlung des Pachtpotenzials für den zukünftigen Betrieb.

Mit der vorliegenden Untersuchung werden folgende primär zu untersuchenden Fragen beantwortet:

- Wie ist das derzeitige gastronomische Angebot auf der Loreley unter Berücksichtigung möglicher Neubau- und Erweiterungsmaßnahmen zu bewerten?
- Wie wird sich die gastronomische Nachfrage im Hinblick auf die umfassende Optimierung der touristischen Infrastruktur auf der Loreley und die BUGA in Zukunft entwickeln?
- Welches Gästepotenzial wird für die Frequentierung der Gastronomie relevant sein?
- Welches gastronomische Konzept und welche Betriebsstruktur/Betrieberschaft erscheint im Hinblick auf die Marktlage für die Loreley erfolgsorientiert und nachhaltig?
- Wie ist die Wirtschaftlichkeit eines gastronomischen Betriebes einzuschätzen und welcher Pachtansatz ist als marktgerecht anzusetzen?

Die vorliegende Expertise wurde neutral und unabhängig erstellt. Die Auftraggeberin nahm auf unsere Arbeit keinerlei Einfluss.

Ansprüche Dritter, gleich welcher Art, können gegenüber der Auftraggeberin als auch dem Gutachter nicht gestellt werden.

Die Prüfung der rechtlichen, insbesondere der eigentumsrechtlichen, nutzungsrechtlichen, baurechtlichen, gesellschaftsrechtlichen und steuerrechtlichen Verhältnisse war nicht Gegenstand des Auftrages.

Alle Informationen basieren auf den durch die Auftraggeberin zur Verfügung gestellten Daten. Daher können wir keine Haftung für Vollständigkeit oder Richtigkeit aller Daten übernehmen. Sollten nach Ausarbeitung der Expertise weitere entscheidende Daten und Fakten bekannt werden, die sich auf die vorliegenden Ergebnisse nachhaltig auswirken können, behalten sich die Sachverständigen eine Überarbeitung vor.

2. Auftragsdurchführung

Der Auftrag wurde in den Monaten Mai und Juni 2018 durchgeführt. Eine Vor-Ort-Besichtigung des Projektareals auf dem Loreley-Plateau erfolgte im Rahmen mehrerer Projekttermine während der Bearbeitungszeit.

Anlässlich der Termine wurde u.a. eine umfassende Begehung des Projektareals und der Einrichtungen auf dem Loreley-Plateau vorgenommen. Dabei wurde auch u.a. gemeinsam mit Vertretern der Auftraggeberin die touristische Entwicklung der Region sowie die bisherigen Planungen für die zukünftige Nutzung der gastronomischen Einrichtungen eingehend erörtert. Zusätzlich verschafften sich die Sachverständigen einen detaillierten Einblick in den Gastronomiemarkt im Umfeld der Loreley, indem die relevanten Marktteilnehmer beobachtet und besucht wurden.

Grundlage für die abschließenden strategischen Empfehlungen waren neben den Informationen aus dem Projekttermin vor Ort das im Rahmen der Sekundärforschung analysierte und interpretierte Datenmaterial sowie die durch die Auftraggeberin zur Verfügung gestellten Informationen über den Standort.

Persönliche Gespräche wurden u.a. mit Vertretern der Auftraggeberin geführt, so insbesondere mit

- Herrn Werner Groß, Bürgermeister der Verbandsgemeinde Loreley,
- Herrn Armin Schaut, Verbandsgemeindeverwaltung Loreley,
- Herrn Rainer Zeimentz, Vorstand Entwicklungsagentur Rheinland-Pfalz e.V.

Zusätzlich fand ein Austausch mit wichtigen Beteiligten und Entscheidungsträgern der überregionalen Gastronomie und Hotellerie statt. Darüber hinaus sind den Sachverständigen die Marktverhältnisse im Umfeld der Loreley sowie die konjunkturelle Entwicklung durch die laufende Tätigkeit bekannt.

Zur Erstellung der Expertise standen u.a. folgende Unterlagen, Daten und Informationen zur Verfügung:

- Unterlagen und Statistiken des Statistischen Bundesamtes, Wiesbaden,
- Statistische Berichte des Statistischen Landesamtes Rheinland-Pfalz,
- Dokumentationen der Rheinland-Pfalz Tourismus GmbH,
- Veröffentlichungen des Zweckverbandes Welterbe Oberes Mittelrheintal,
- Touristisches Nutzungskonzept Loreley, ift Köln,
- Vorstudie Bundesgartenschau Mittelrheintal, Ministerium des Innern und für Sport Rheinland-Pfalz, Mainz
- Planungsunterlagen der Auftraggeberin,
- Veröffentlichungen des DEHOGA,
- Veröffentlichungen der Deutschen Zentrale für Tourismus (DZT),
- Publikationen der Fachzeitschriften AHGZ, FVW und TOP Hotel,
- Branchen-Dokumentationen Gastronomie und Hotellerie,
- Veröffentlichungen des Deutschen Wirtschaftswissenschaftlichen Instituts an der Universität München,
- eigenes Archivmaterial.

3. Zusammenfassung der Ergebnisse

Der potenzielle Wettbewerb für das neu geplante Gastronomieprojekt auf dem Loreley-Plateau ist derzeit durch das Angebot an kleineren, privat geführten Restaurants und Cafés entlang des Rheins geprägt. Kaum ein Betrieb in der Region verfügt über ausreichende Kapazitäten und einen adäquaten Standard, um den Anforderungen von Tagesgästen, Urlaubern oder Event-Besuchern gerecht werden zu können. Nicht nur im direkten Umfeld der Loreley, sondern auch entlang der Rheinschiene ist das Gastronomieangebot trotz der langjährigen Tradition als Tourismusdestination derzeit qualitativ und quantitativ sehr begrenzt.

Die Produktqualität in der Region ist sehr heterogen und variiert unter den gastronomischen Betrieben erheblich. Einige Restaurants haben in den vergangenen Jahren investiert oder den Standard gehalten. In der Regel sind die Betriebe jedoch im Bereich einfache Gasthäuser angesiedelt. Diese sind häufig angestaubt und entsprechen nicht mehr den heutigen Anforderungen, viele sind von Schließung bedroht oder haben den Betrieb bereits aufgegeben. Eine deutliche Angebotslücke besteht somit im Segment der regionalen, frischen und neuzeitlichen Küche, das zugleich eine überregionale Strahlkraft aufweisen kann, um für den Standort Mittelrheintal bzw. Loreley neue Märkte zu erschließen.

Es wird erwartet, dass nach dem Umbau des Plateaus im Regelbetrieb bis zu 300.000 Besucher pro Jahr den Kultur- und Landschaftspark besuchen werden.

Bislang ist die gastronomische Versorgung auf der Loreley auf das Bistro im Besucherzentrum und den Biergarten neben der Freilichtbühne begrenzt. Das nicht optimal ausgebaute gastronomische Angebot hat in der Vergangenheit dazu geführt, dass eine nachhaltige Vermarktung des Standortes Loreley kaum möglich war.

Da die Nachfrage bislang eher saisonabhängig ist, führte dies zu Brüchen in der Belegung außerhalb der Saisonzeiten. Aus diesem Grund sind Biergarten und Bistro während der Monate Oktober bis März auch geschlossen.

Sowohl die einzigartige Landschaft im UNESCO Welterbe Oberes Mittelrheintal sowie im regionalen Umfeld der Loreley mit zahlreichen historischen Bauwerken und Sehenswürdigkeiten als auch das umfangreiche touristische und kulturelle Angebot innerhalb der Region bieten zukünftig hervorragende Potenziale, um den Gast durch attraktive Rahmenprogramme an den Standort Loreley zu binden.

Durch die eigenständige touristische Marke Loreley, verbunden mit den Themen Mystik und Rheinromantik, haben sich die Flusskreuzfahrten, aber auch Wandern in der Region als wichtigste Aktivitäten etablieren können. Daneben ist das Radfahren ein weiteres naturbezogenes Tourismusthema in der Region, das sich in den vergangenen Jahren gut entwickeln konnte. Des Weiteren sind Kultur und Geschichte wichtige Säulen für den Tourismus.

Bei der Gegenüberstellung des weitgehend veralteten Angebotes und der positiven Entwicklung der Nachfrage in der Region sehen die Sachverständigen die zwingende Notwendigkeit für die Etablierung eines neuen gastronomischen Betriebes auf der Loreley, der eine Leuchtturmfunktion für die touristische Infrastruktur auf der Loreley selbst sowie der umliegenden Region übernehmen kann.

Bislang können sich die Loreley und das Mittelrheintal nicht ausreichend vermarkten, um neue nationale und internationale Gästegruppen für sich gewinnen zu können. Auch für die bisher vorhandene Nachfrage besteht ein deutliches Defizit bei der gastronomischen Versorgung der Besucher.

Nur mit einem neuen gastronomischen Betrieb kann dieses Defizit behoben und die touristische Infrastruktur wesentlich aufgewertet werden. Ohne diese Ansiedlung kann brachliegendes Potenzial zukünftig nicht abgeschöpft werden.

Die geplante Produktdimension von ca. 120 Sitzplätzen im ehemaligen Turner- und Jugendheim auf einem gehobenen Niveau mit regionaler, frischer Küche und einem Self-Service-Restaurant mit rund 65 Sitzplätzen im Besucherzentrum wird daher als notwendig erachtet, um die bereits vorhandene Nachfrage vollumfänglich befriedigen zu können, aber auch neue Gästepotenziale für sich zu gewinnen, die das Fundament für den zukünftigen wirtschaftlichen Erfolg der Betriebe sichern.

Für das ehemalige Turner- und Jugendheim sollte die Idee verfolgt werden, ein zukunftsorientiertes, privat geführtes Restaurant in Form eines traditionellen Gasthauses, modern interpretiert und mit individuellem Charakter zu entwickeln, das im gehobenen, aber nicht abgehobenen Segment angesiedelt ist. Als Wohlfühlort in Verbindung mit dem Mythos der Loreley können nationale aber auch internationale Reisegruppen angesprochen werden, aber insbesondere auch regionale und überregionale Tagesbesucher.

Kern eines entsprechenden Konzeptes sollte eine gemütliche Wohnzimmer- oder Hüttenatmosphäre mit regionaler frischer Küche und saisonalen Angeboten sein. Vor Ort lässt sich die Region mit lokal produzierten Produkten und typischen regionalen Speisen entdecken und probieren. Gleichzeitig kann der Gast auch eine Auswahl der regionalen Produkte als Souvenir käuflich erwerben.

Das Bistro im Besucherzentrum sollte als abgestufte Ergänzung zur neuen Gastronomie im ehemaligen Turner- und Jugendheim gesehen werden, in dem ebenfalls regionale, frische Produkte angeboten werden, der Fokus aber auf dem Segment Self-Service liegt.

Von den beiden Gastronomie-Konzepten wird die gesamte Region profitieren, da der Tourismus den wichtigsten Wirtschaftsfaktor darstellt. Die Schaffung einer marktgerechten Gastronomie ist für das weitere Wachstum im Bereich des Tourismus und damit die Weiterentwicklung der Marke Loreley zwingende Voraussetzung. Die Bewerbung der Region Oberes Mittelrheintal für die Bundesgartenschau trägt ebenfalls positiv zur weiteren Entwicklung des Areals bei.

Der zukünftige Erfolg des Gastronomie-Projektes auf der Loreley und damit einhergehend die Sicherung des Wertes der Immobilie hängt ausschließlich von der fachlich versierten Führung des Betriebes ab. Entscheidende Fragen bei der Auswahl eines Betreibers sind vor allem, welche Führungsstruktur sich für Produkt und Standort eignet, ob die Marktlage einen Privatbetreiber oder einen Systemgastronomen fordert, welche Betreiber in der Region bereits vorhanden sind und welche Vertragsform letztendlich gewählt werden sollte.

Die zukünftige Gastronomie auf dem Loreley-Plateau erfordert die professionelle Bewirtschaftung durch einen erfahrenen Gastronomen und Gastgeber, der in der Lage ist, durch die Positionierung am Markt und die damit einhergehende Marktmacht am Standort nachhaltigen Umsatz und Ertrag zu erwirtschaften. Nur so wird sich das Haus zukünftig auch am überregionalen Markt behaupten können.

Da es sich bei Gastronomie-Immobilien bekanntermaßen um Betreiberimmobilien handelt, hängt der Wert einer solchen Immobilie maßgeblich von der Ertragsfähigkeit und somit von Qualität und Leistungsfähigkeit des Betriebs bzw. des Betreibers ab. Demnach steckt die Wertschöpfung der Immobilie in der Leistungsqualität der Nutzung.

Umso wichtiger ist eine sorgfältige und professionelle Auswahl des zukünftigen Betreibers, um die nachhaltige Weiterentwicklung der touristischen Infrastruktur auf der Loreley voranzubringen. Der Standort Loreley wird durch den zukünftigen Betreiber als wichtiges Aushängeschild für die Besucher des Plateaus in besonderem Maße geprägt. Bei der Betriebsführung muss daher auf ein erstklassiges Preis-Leistungs-Verhältnis und eine herausragende Qualität der angebotenen Produkte mit einem engen regionalen Bezug geachtet werden.

Mit dem Gastronomen als Betreiber steht und fällt der Erfolg des Gesamtkonzeptes. Er wird mit seinem Betrieb den Standort und die Marke Loreley wesentlich prägen und mit dazu beitragen, inwieweit sich der Standort zukünftig gut vermarkten lässt. Der Gastronom muss mit seinem Konzept nicht nur das Gruppengeschäft bewältigen, sondern er muss auch in der Lage sein, mit seinem einzigartigen Konzept und seinen Gastgeberqualitäten dafür zu sorgen, dass regionale und überregionale Gäste immer wieder kommen.

4. Markt- und Standortanalyse

4.1 Vorbemerkungen

Für das Jahr 2018 erwarten die deutschen Gastronomen und Hoteliers nach Angaben des Deutschen Hotel- und Gaststättenverbandes das neunte Wachstumsjahr in Folge. Es wird geschätzt, dass der Umsatz um 2,0% steigen wird. Bereits 2017 legte der Umsatz der Branche um 2,9% auf 85,4 Mrd. Euro zu. Grund hierfür ist u.a. die gute Wirtschaftslage in Deutschland, die dazu führt, dass die Menschen ausgehen und konsumieren. Zudem liegt Deutschland als Reiseland sowie Tagungs- und Kongressstandort nachhaltig im Trend, auch bei den ausländischen Besuchern.

Die insgesamt positiven Umsatzzahlen können aber nicht darüber hinwegtäuschen, dass die Herausforderungen und Risiken für die Branche grundsätzlich zunehmen.

Der Wettbewerbsdruck in der Gastronomie ist weiter hoch. Das Verhalten der Gäste ist geprägt durch gestiegene Ansprüche zum einen und eine hohe Preissensibilität zum anderen. Der Gast von heute weiß mehr, er ist mobiler, internationaler und hat mehr Auswahlmöglichkeiten als je zuvor.

Dies führt dazu, dass Ketten und Nischenanbieter die Gewinner sind. So befindet sich bereits seit Jahren die Systemgastronomie im Aufwind. Die Kraft der Marken, professionelle Planung und ein strategischer Systemgedanke sind wesentliche Gründe, warum die Markengastronomie sich auch in konjunkturell schwierigen Zeiten besser behauptet als der Branchendurchschnitt. Umso wichtiger wird eine klare Positionierung und Profilierung am Markt.

Die Nachfrage im Gastgewerbe entsteht aus verschiedenen Gründen. Die Gastronomie ist daher eine sehr lebendige und dynamische Branche. Das Angebot spiegelt immer auch allgemeine gesellschaftliche Entwicklungen wider.

Professionelle Gastronomen greifen die allgemeinen Trends auf, entwickeln maßgeschneiderte Konzepte für spezielle Zielgruppen. Aber sie verstärken Trends und setzen diese auch.

Die Basis für eine erfolgreiche Gastronomie ist aber immer auch eine entsprechende Infrastruktur im unmittelbaren Umfeld, die mit der Zielgruppe korrespondieren kann. Nicht nur die Gastronomie selbst, sondern auch das Umfeld muss einen Gast dazu bewegen, ein Lokal zu betreten und zu konsumieren. Hierzu bedarf es eines spezifischen Angebotes, welches die Leistungen und Produkte anbietet, die dem Zweck des jeweiligen Besuchs entsprechen.

Um die möglichen Zielgruppen und die damit einhergehenden notwendigen Ausstattungsmerkmale für die am Standort Loreley geplante Gastronomie bestimmen zu können, wird zum einen das Umfeld auf sein Potenzial zur Generierung der gastronomischen Nachfrage aus den verschiedenen Marktsegmenten untersucht.

Entscheidende Faktoren sind hierbei die steigenden Kundenansprüche, der immer stärker werdende Wunsch nach Individualisierung sowie die Möglichkeiten der neuen Technologien. Der Gast von heute ist mobiler, schneller, digitaler und aufgeklärter als jemals zuvor. Dies erfordert von den Unternehmern ein entsprechendes Umdenken sowie Anpassungen der Infrastruktur und der Geschäftsprozesse. Die Welt der Gastronomie wird insgesamt vielfältiger, klassische Segmentgrenzen verschwimmen. Nur Betriebe, die ein authentisches und überzeugendes Konzept, Leidenschaft für ihre Gäste, eine zeitgemäße Vertriebsstrategie und die richtige Kommunikation beherrschen, werden am Markt bestehen können.

In den folgenden Ausführungen werden in einem ersten Schritt zunächst die allgemeine Entwicklung und Bedeutung des Standortes Loreley zusammengefasst dargestellt. Nachfolgend werden die Entwicklung des gastronomischen Angebotes sowie die Anforderungen der potenziellen Zielgruppen gegenübergestellt, um somit einen Einblick in den Gastronomiemarkt auf der Loreley zu erhalten.

Die Ausführungen basieren auf der Auswertung diverser Veröffentlichungen und Statistiken, aktuell durchgeführter Erhebungen sowie sorgfältiger Beobachtungen der relevanten Marktteilnehmer.

Zusätzlich wird ein Ausblick gegeben, wie die neu geplante Gastronomie auf der Loreley von der Bundesgartenschau BUGA profitieren kann. Abschließend wird auf die relevanten Trends und Tendenzen in der Gastronomie eingegangen und die potenziellen Zielgruppenmärkte definiert.

Darauf aufbauend wird für die neu geplante Gastronomie auf der Loreley eine Produktidee und ein erstes Betriebskonzept abgeleitet. Dabei wird auch eine Prognose der Wirtschaftlichkeit des zukünftigen Betriebes erstellt, der auch das zukünftige Pachtpotenzial umreißt.

4.2 Der Standort Loreley

4.2.1 Kurzportrait Loreley

Der Rhein-Lahn-Kreis

Die Loreley gehört zu den bekanntesten deutschen Sehenswürdigkeiten und ist das Herzstück des UNESCO Welterbes Oberes Mittelrheintal. Sowohl für die Deutschen selbst als auch für die internationalen Gäste ist die sagenumwobene und vielfach besungene Loreley eine der wichtigsten kulturhistorischen Attraktionen in Deutschland.

Der 194 Meter hohe Schieferfelsen thront imposant über der engsten Stelle des Rheins bei St. Goarshausen. Weltberühmt wurde er durch die Legende der schönen, aber unglücklichen Loreley, die auf dem Felsen sitzend ihr blondes Haar kämmte und dabei sang. Die vorbeifahrenden Schiffer wurden durch ihren Gesang und ihre Schönheit derart betört, dass sie nicht mehr auf die gefährliche Strömung achteten und ihre Boote an den Felsen zerschellten. Heute ist die Loreley Anziehungspunkt für Touristen aus aller Welt. Im Jahr 2002 wurde das Obere Mittelrheintal mit der Loreley in die Liste der UNESCO-Welterbestätten aufgenommen.

Das Loreley-Plateau befindet sich auf dem Gebiet der Ortsgemeinde Bornich und der Stadt St. Goarshausen am Flusslauf des Rheins, die beide Teil der heutigen Verbandsgemeinde Loreley sind. Die Verbandsgemeinde entstand zum 1. Juli 2012 aus dem Zusammenschluss der Verbandsgemeinden Braubach und Loreley. Neben den Städten St. Goarshausen, Braubach und Kaub gehören 19 eigenständige Ortsgemeinden zur Verbandsgemeinde, die insgesamt 16.800 Einwohner zählt. Verwaltungssitz ist die Stadt St. Goarshausen, in Braubach befindet sich eine zweite Verwaltungsstelle.

Der Rhein-Lahn-Kreis (782,29 km², 137 Gemeinden und Städte, 123.500 Einwohner) ist, wie die meisten rheinland-pfälzischen Kreise, im Rahmen der Gebietsreform von 1969 durch Zusammenschluss zweier Kreise (Loreley- und Unterlahnkreis) entstanden.



Der heutige Rhein-Lahn-Kreis, dessen Verwaltung damals von St. Goarshausen und Diez nach Bad Ems verlegt wurde, umfasst das rechtsrheinische Gebiet mit der Lahnmündung, den Verlauf der Lahn bis Diez kurz vor Limburg, die südlichen Ausläufer des Westerwaldes zum Lahntal hin und das nördliche Hochland des Taunus zwischen Rhein und Aar.

Rhein, Lahn und Taunus, die Welterben Oberes Mittelrheintal und Limes, der Rheinsteig sowie idyllische Städte und Gemeinden sind wesentliche Highlights des Landkreises.

Auch als Wirtschaftsstandort ist der Kreis überregional bekannt: Emser Pastillen, Staatlich Fachingen, Leifheit, Ebinger, Kaiser-Backformen und zahlreiche andere bekannte Namen verleihen dem Wirtschaftsstandort auch international einen guten Ruf. Großbetriebe gibt es jedoch kaum, es dominiert der Mittelstand. Dabei profitiert der Kreis von seiner Lage auf der Achse zwischen dem Oberzentrum Koblenz, das sich unmittelbar nordwestlich anschließt, sowie den Ballungsräumen Köln und Rhein-Main mit Wiesbaden, Mainz und Frankfurt.

Verkehrsanbindung

Aufgrund der landschaftlichen Lage auf einem Hochplateau oberhalb des Rheins verfügt die Verbandsgemeinde Loreley nicht über eine direkte Anbindung an das Bundesautobahnnetz. Dennoch ist die Verkehrserschließung trotz der eingegrenzten Lage zwischen Lahn und Rhein durch ein engmaschiges und gut ausgebauten Netz an Bundesstraßen gekennzeichnet. Somit kann auch der wichtige Verkehrskorridor zwischen den Wirtschaftszentren Rhein/Ruhr und Rhein/Main bequem erreicht werden.

Das Gebiet des Rhein-Lahn-Kreises selbst wird von der Bundesautobahn A3 Frankfurt - Köln nicht unmittelbar tangiert. Über die wesentlichen Bundes- und Kreisstraßen sind die Schnittstellen Diez und Montabaur jedoch gut anzufahren. Wichtige Verkehrsachsen innerhalb des Landkreises sind die B42, die rechts entlang des Rheins führt, ferner die B260 von Lahnstein bis nach Wiesbaden, die B274 von Holzhausen a. d. Heide bis St. Goarshausen, und die B417 von Nassau nach Diez. Die nächstliegende Autobahnauffahrt führt bei St. Goar auf die A61.

Die Verbandsgemeinde Loreley selbst wird über die B42 entlang des Rheins mit den Großstädten Koblenz und Wiesbaden verbunden. Von der Bundesstraße 42 führt eine Treppe zum Loreley-Plateau.

Außerdem beginnt in St. Goarshausen die B274, die über die Hochflächen des Hintertaunus ins Aartal führt. Das Loreley-Plateau ist für PKW über die Landesstraße 338 erreichbar.

Nächstgelegene Bahnhöfe mit Nord- und Südverbindungen im Schienennah- und Fernverkehr sind in St. Goarshausen und St. Goar. St. Goarshausen liegt an der rechten Rheinstrecke und ist Haltepunkt der Linie RB 10 (Neuwied - Koblenz - St. Goarshausen - Wiesbaden - Frankfurt am Main), die nach dem Rheinland-Pfalz-Takt täglich im Stundenrhythmus verkehrt. Der Rhein-Lahn-Kreis ist dabei in den Verkehrsverbund Rhein-Mosel (VRM) integriert. Zum Loreley-Plateau führt eine öffentliche Buslinie.

In St. Goarshausen gibt es außerdem einige Anlegestellen für die Rheinschifffahrt. Hier halten sowohl Flusskreuzfahrtschiffe als auch die meisten Personenschiffe der verschiedener Linien. Nach St. Goar auf der linken Rheinseite besteht eine Fährverbindung.



Wirtschaftliche Rahmenbedingungen

Der Rhein-Lahn-Kreis ist industriell weniger stark ausgeprägt als der Durchschnitt der rheinland-pfälzischen Landkreise. Es sind vor allem die Familienbetriebe aus Handwerk, Handel und Dienstleistung, die das Rückgrat der Wirtschaft bilden. Die Gegenwart gehört im industriellen Mittelstand den Betrieben der Chemie, der Elektrotechnik, der Feinmechanik, der Herstellung von Eisen- und Metallwaren, dem Maschinenbau, dem Holz-, Papier- und Druckgewerbe und der Medizintechnologie.

Der Dienstleistungssektor hat sich im industrieschwachen Rhein-Lahn-Kreis eine herausragende Position erobert. Rund die Hälfte aller kreisweiten Arbeitsplätze ist in privaten und öffentlichen Dienstleistungsbetrieben eingerichtet. 66,8% der Bruttowertschöpfung im Kreis wird im Dienstleistungsbereich generiert, 32,1% im produzierenden Gewerbe und nur 1,1% in der Land- und Forstwirtschaft.

Profitieren konnte der Rhein-Lahn-Kreis auch vom Rhein, der das Kreisgebiet im Westen begrenzt. Er ist nach wie vor der wichtigste Verkehrsweg mit überregionaler Bedeutung und gehört zu den am stärksten befahrenen Wasserstraßen der Welt. Neben der industriellen Bedeutung hat die Rheinschifffahrt im 19. Jahrhundert wesentlich zu dem Boom des Tourismus im Rheintal beigetragen. Noch heute sind die Personenschiffe ein wichtiger Bestandteil des touristischen Angebotes des Mittelrheintals und prägen mit ihrer Infrastruktur das Bild entlang der Uferpromenaden. Das Interesse der deutschen wie der ausländischen Touristen am Mittelrhein ging nie verloren, nahm aber ab den 1980er Jahren merklich ab.

Die Kulturlandschaft Oberes Mittelrheintal, im Norden durch die Städte Koblenz und Lahnstein, im Süden durch Bingen und Rudesheim begrenzt, befindet sich seit Juni 2002 auf der Liste des UNESCO-Welterbes. Im Rhein-Lahn-Kreis reicht das Welterbe von der rheinland-pfälzisch-hessischen Landesgrenze bei Kaub bis zur Stadt Lahnstein. Die als Welterbe anerkannte Region ist der südliche, rund 65 km lange Abschnitt des Mittelrheingebiets, definiert als das Durchbruchstal des Rheins durch das Rheinische Schiefergebirge. Im Herzen Europas gelegen, mal Grenze, mal Brücke der Kulturen, spiegelt es die Geschichte des Abendlandes exemplarisch wider.

In den vergangenen Jahren setzten sich alle beteiligten Akteure sehr stark dafür ein, das UNESCO Welterbe Oberes Mittelrheintal mit seinen zahlreichen kulturhistorischen Highlights, allen voran die Loreley, touristisch weiter zu entwickeln. Hierdurch soll die Attraktivität der gesamten Region deutlich gestärkt werden und somit nationale und internationale Besucher durch eine zeitgemäße und umfassende touristische Infrastruktur nachhaltig angesprochen werden. Ein Projekt ist dabei u.a. die BUGA, die sich nach den bisherigen Konzeptionen an verschiedenen Standorten quer durch das Mittelrheintal ziehen soll.

Insbesondere die veraltete Infrastruktur nicht zuletzt in zahlreichen Hotel- und Gastronomiebetrieben hat dazu geführt, dass im Hinblick auf den Wirtschaftsfaktor Tourismus mit vereinten Kräften sehr engagiert daran gearbeitet wird, die Region mit ihrem Herzstück Loreley wieder entsprechend attraktiv zu gestalten. Ein erster Schritt hierbei ist die Realisierung des neuen Kultur- und Landschaftsparks auf dem Loreley-Plateau, der nach umfangreichen Baumaßnahmen bereits im Frühjahr 2019 eröffnet werden soll.

4.2.2 Rahmenbedingungen Tourismus auf der Loreley

Die Loreley verkörpert den Kern des Oberen Mittelrheintales und vereint mit ihrem Namen all das, was in den Köpfen der Menschen abläuft, wenn sie sich in diese Kulturlandschaft hineindenken. Als Markenzeichen des Tals und Inbegriff der Rheinromantik hat die Loreley eine Ausstrahlung weit über die nationalen Grenzen hinaus.

Das Land Rheinland-Pfalz verfügt mit der Loreley über ein einzigartiges Zugpferd, das durch eine Aufwertung der touristischen Infrastruktur die bislang brach liegenden Potenziale wieder heben kann. Der Tourismus ist für Rheinland-Pfalz ein wichtiger Wirtschaftsfaktor. Mit über 21 Mio. Übernachtungen und etwa 200 Mio. Tagesgästen pro Jahr wird ein Umsatz von über € 8,3 Mrd. erwirtschaftet und eine Einkommenswirkung von € 3,7 Mrd. Euro erzeugt.

Insbesondere im Hinblick auf die geplante Gastronomie auf dem Loreley-Plateau werden die Tagesbesucher einen erheblichen Einfluss auf die Wirtschaftlichkeit des Projektes haben. Denn auch wenn die Übernachtungsgäste pro Tag mehr Geld ausgeben als Tagesausflügler, weil sie ihre Unterkunft bezahlen müssen, sind die Ausflügler das ökonomische Schwergewicht im Rheinland-Pfalz-Tourismus.

Untersuchungen des Deutschen Wirtschaftswissenschaftlichen Instituts für Fremdenverkehr an der Universität München (DWIF) zeigen, dass die Tagesausflügler in Rheinland-Pfalz mit ca. € 29,00 pro Person in etwa so ausgabefreudig sind wie im Bundesdurchschnitt. Die Ausgaben der Übernachtungsgäste in gewerblichen Betrieben mit über 8 Betten im Reisegebiet Rheintal werden laut DWIF mit durchschnittlich € 131,10 pro Tag und Gast angegeben. Hiervon entfallen € 58,20 auf die Übernachtung, € 26,30 auf Verpflegung im Gastgewerbe, € 4,40 auf Lebensmitteleinkauf, € 21,30 auf sonstigen Einkauf, € 10,40 auf Freizeit/Unterhaltung sowie € 3,20 für lokalen Transport und € 7,30 für sonstige Dienstleistungen.

Fast jeder zweite der 200 Mio. Tagesausflüge wird von Rheinland-Pfälzern selbst unternommen. Gemeinsam mit Gästen aus Nordrhein-Westfalen, Baden-Württemberg und Hessen stellen sie über 85% der Nachfrage.

Zu den wichtigsten Reisemotiven zählen Verwandten-/Bekanntebesuche, spezielle Aktivitäten wie Wandern, Radfahren etc. sowie Veranstaltungsbesuche. Beliebte Ausflugsaktivitäten sind zudem Gastronomiebesuche, Shopping und Besichtigungen von Sehenswürdigkeiten. Drei Branchengruppen profitieren erwartungsgemäß am meisten davon: das Gastgewerbe mit Beherbergung und Gastronomie, der Einzelhandel sowie alle anderen tourismusrelevanten Dienstleistungen (u.a. Museen, Freizeiteinrichtungen, Ausflugsschiffahrt, Fahrradvermietung, Eventveranstalter).

Demzufolge fließt auch ein erheblicher Teil des Umsatzes in die Beherbergungs- und Gastronomiebetriebe. Knapp ein Drittel ihrer Ausgaben lassen die Tagestouristen in der Gastronomie, bei den Übernachtungsgästen entfallen sogar fast zwei Drittel auf Gastronomie und Beherbergung. Zusammen sind dies € 3,25 Mrd. p.a..

Dies verdeutlicht einmal mehr, wie groß das Potenzial für den Standort Loreley ist, sich als **das** Ausflugsziel im Land Rheinland-Pfalz zu positionieren. Das Erscheinungsbild und Angebot des Loreley-Plateaus konnte jedoch mit den Potenzialen des Begriffes in den vergangenen Jahren in keinsten Weise mithalten. Die Einrichtungen und das Erscheinungsbild des Plateaus spiegelten fast gar nicht wider, was sich an Tiefe und Erlebniswert in dem Markenzeichen verbirgt. Sowohl am Fuß der Berge als auch auf dem Plateau stand der Besucher verloren da. Die Aneinanderreihung verschiedener Nutzungen, wie Besucherzentrum, Freilichtbühne, Biergarten, Rodelbahn, Aussichtspunkt sowie ehemals das Turner- und Jugendheim und das Berghotel machten den Standort zu einem diffusen Ort ohne besondere Wertigkeit, der seine eigentliche Ausstrahlung verloren hat.

Ziel der aktuellen Bemühungen ist es daher, die globale Marke „Loreley“ als Zugpferd für den Gesamtentwicklungsprozess des Oberen Mittelrheintales zu reaktivieren und zu entwickeln, insbesondere vor dem Hintergrund der BUGA, für die das Mittelrheintal im Frühjahr 2018 den Zuschlag erhalten hat.

Die Gesamtentwicklung auf der Loreley wird hierbei als absolut vorrangige und prioritäre Aufgabe gesehen, von deren Gelingen die weitere Entwicklung und Prosperität des gesamten Talraumes abhängt. Für das Plateau wurde die Neugestaltung bereits in Angriff genommen. Ziel ist es, die Marke Loreley durch qualitative Maßnahmen zu stärken und somit wieder als Symbol für Kultur und Geschichte, Kunst und Mythos zu inszenieren. Zusätzliche Elemente, die die vorhandenen, über Jahrzehnte gewachsenen und zusammenhanglosen Nutzungen verstärken, sollen dagegen vermieden werden.

Eine aktuelle Erhebung der Deutschen Zentrale für Tourismus zeigt die Beliebtheit der touristischen Destinationen in Deutschland. Gerade im Hinblick auf die internationale Bedeutung der Marke Loreley sind die Antworten äußerst interessant. Zum einen ist unter den Gästen der Begriff der Loreley und der Rheinromantik sehr weit bekannt. Doch bei der offenen Frage, die die Deutsche Zentrale für Tourismus (DZT) rund 32.000 Deutschland-Reisenden gestellt hat, welche Bauwerke und Naturschönheiten die Beliebtesten sind, landete die Loreley nur auf Rang 33, und damit hinter dem Moseltal beispielsweise. 2016 lag die Loreley noch auf Rang 19, 2015 noch auf Rang 8. Neben den klassischen Highlights in Deutschland, wie dem Schloss Neuschwanstein, sind vor allem Destinationen mit Event-Charakter bei den Deutschland-Reisenden sehr beliebt, wie z.B. das Miniatur-Wunderland in Hamburg oder diverse Freizeitparks.

Momentan sind auf dem Loreley-Felsen die folgenden touristischen Angebote zu finden:

Loreley-Freilichtbühne

Die Freilichtbühne auf der Loreley ist eine der der bekanntesten Veranstaltungsorte Deutschlands, der in den letzten Jahren 60.000 bis 80.000 Veranstaltungsbesucher pro Jahr in den Sommermonaten angezogen hat. 2017 wurde die Freilichtbühne umfassend modernisiert, um zukünftig eine größere Anzahl an Besuchern zu generieren. An die Bühne ist ein Biergarten mit einer Sitzplatzkapazität von ca. 150 Plätzen angegliedert.

Loreley-Besucherzentrum

Das bisher dezentral gelegene Loreley-Besucherzentrum wurde als regionale Außenstelle der EXPO 2000 in Hannover eröffnet. Bislang befanden sich Ausstellungen (u.a. Mythos Loreley, Weinbau, Flora und Fauna), ein Bistro sowie die Tourist-Information im Gebäude.

Sommerrodelbahn

Die 700m Sommerrodelbahn ist ein privat betriebenes Ausflugsziel und befindet sich oberhalb des Besucherzentrums. Hier werden rund 50.000 Besucher p.a. gezählt. Die Öffnungszeiten sind während der Saison von Ostern bis Oktober.

Kultur- und Landschaftspark

Hauptattraktion auf dem Plateau ist nach wie vor der Blick vom Loreley-Felsen in das Rheintal. Das gesamte Gelände war jedoch durch die bestehende Bebauung und Nutzung stark zerklüftet, die Einrichtungen waren deutlich in die Jahre gekommen. Daher ist die Loreley in den vergangenen Jahren in der Bedeutung als Reiseziel von in- und ausländischen Touristen in Deutschland stark abgefallen.

Aus diesem Grund wird bis zum Frühjahr 2019 auf der Felsspitze ein neuer Kultur- und Landschaftspark eingerichtet. Ziel ist die Neugestaltung des Loreley-Plateaus als touristischer, aber dennoch ruhiger und sensitiver Ort, der den Loreley-Mythos und die damit verbundene in der Romantik inszenierte Dramatik aufgreift und für den Besucher erlebbar machen soll. Idee dabei ist es, die vorhandenen Naturräume und landschaftlichen Qualitäten von störenden baulichen Elementen zu befreien und somit die Felsspitze in den ursprünglichen Zustand zu versetzen.

Die Planungen zum Park sind 2014 aus einem Ideenwettbewerb entstanden. Sieger des Wettbewerbsverfahrens ist das Werkteam Loreley, dessen Entwurf ca. 4,5 ha der Felsspitze umfasst. Es ist vorgesehen, dass ein mäandernder Weg mythisch inszenierte Orte verbindet, die der künstlerischen und medialen Auseinandersetzung mit dem Mythos Loreley dienen. Ein gläserner Fels wird an der höchsten Felserrhebung stehen und den Mythos-/Ausstellungsraum mit einer Installation zum Storytelling überdachen.

Der Strahlenweg, als direkte Verbindung zwischen den gastronomischen Betrieben und der Fels Spitze führt in einer Felsfuge direkt am Ausstellungsraum vorbei. An der Fels Spitze und den insgesamt sechs Aussichtspunkten laden zahlreiche Sitzmöglichkeiten zum Verweilen ein.

Im sogenannten Mythos-Raum wird u.a. ein Ausstellungsraum entstehen, der von außen in das Gelände einmodelliert sein wird. Die Ausstellung wird sich um die Loreley, die Rheinromantik und ggf. die Geologie drehen. Ein Ausstellungskonzept ist bereits in Erarbeitung.



Das bestehende Besucherzentrum soll weiterhin gastronomisch genutzt werden. Einer vom Betreiber gewünschten Umnutzung des Ausstellungsbereiches im Sinne eines erweiterten Gastronomiekonzeptes steht die Verpächterin abgeschlossen gegenüber. Ein Erweiterungsbau zur gastronomischen Einrichtung im ehemaligen Turner- und Jugendheim kann dann als neuer touristischer Anlaufpunkt am Eingang des Kultur- und Landschaftsparks fungieren.

Neben dem landschaftlichen und gebäudetechnischen Konzept gibt es auch ein Beleuchtungskonzept, um das Loreley-Plateau bei Dunkelheit zu inszenieren. Die Zufahrtsbereiche und Parkflächen sollen technisch beleuchtet und Hauptwege im Landschaftspark indirekt bestrahlt werden.

Hotel-Neubau

Durch einen privaten Projektentwickler wird auf dem Loreley-Plateau ein Tagungs- und Resorthotel realisiert werden. Die Verhandlungen mit Betreibergesellschaften laufen derzeit. Das Gebäude wird sich dabei harmonisch in das Landschaftsbild der Loreley einfügen.

Für die weitere touristische Entwicklung der Loreley und des gesamten Mittelrheintals ist die Umsetzung des Hotelprojektes von zentraler Bedeutung, da es eine herausragende Leuchtturmfunktion in der touristischen Infrastruktur übernehmen wird.

Freizeittouristische Angebote im Umfeld des Loreley-Plateaus

Im Umfeld des Loreley-Plateaus befinden sich vielfältige interessante Freizeitangebote sowie Besucherattraktionen und kulturelle Sehenswürdigkeiten. Hierzu zählen u.a. die zahlreichen **Wander- und Radwanderwege**. Insgesamt rund 30 Rundwege, darunter 12 Premiumwege, stehen den Gästen zur Verfügung. Der bekannteste Wanderweg im Rheintal ist der Premiumweg Rheinsteig mit einer Länge von insgesamt 320 Kilometern, der unmittelbar am Loreley-Plateau vorbeiführt.

Rund um das Loreley-Plateau gibt es zahlreiche touristische **Aktiv- und Natur-sportangebote**: Reitsport, Rafting auf dem Rhein, Segway-Touren, Geocaching, Golfen, Klettern, Mountainbiking, Motorrad-Touren sowie Schwimmbäder und Badestellen am Rhein.

Zu den Attraktionen im Umfeld der Loreley zählen traditionell auch die **Schiff-fahrt**, egal ob auf den zahlreichen Ausflugsschiffen oder den fahrplanmäßig verkehrenden Fähren auf dem Rhein. Spezielle Themenfahrten werden ebenfalls angeboten, wie u.a. Mainzer Sommerlichter – Feuerwerk, Abendfahrt, Rhein in Flammen, Silvesterfahrt oder Rundfahrten an Weihnachten. St. Goarshausen und die Loreley sind auch Haltepunkt der zahlreichen Flusskreuzfahrtschiffe, die vor allem viele internationale Gäste an den Rhein bringen.

Für die nationalen und internationalen Besucher sind auch die zahlreichen **Burgen** ein wichtiger Anziehungspunkt. Als das Obere Mittelrheintal im Jahr 2002 von der UNESCO in die Liste der Welterbestätten aufgenommen wurde, trugen besonders die 40 Höhenburgen und Burgruinen in dieser Region einen großen Teil zu dieser Entscheidung bei. Die Rheinburgen und Ruinen beeinflussen die Rhein- und Burgenromantik maßgeblich, so dass sie auch heute noch als Tourismus- und Freizeitangebote eine große Bedeutung haben.

Das Angebot an **Veranstaltungen und Events** im Umfeld der Loreley ist sehr vielfältig und zieht jedes Jahr Zehntausende Besucher in die Region. Ein Highlight ist die Traditionsveranstaltung „Rhein in Flammen“. Weiterhin finden zwischen Bingen und Koblenz zahlreiche Großveranstaltungen mit internationalem Charakter statt, darunter diverse Musikfestivals. Weitere Veranstaltungsangebote im Umfeld des Loreley-Plateaus beinhalten z.B. kulinarische Wanderungen, Weinfeste, Wein-Wanderungen, Wein-Seminare, Burgführungen und Gästeführungen.

4.2.3 Resümee

Der Standort Loreley ist bereits seit langen Jahren eng mit dem Tourismus sowohl national als auch international verknüpft. Dem Loreley-Plateau kommt aufgrund der Leuchtturmfunktion innerhalb des UNESCO Welterbes Oberes Mittelrheintal dabei eine herausragende Bedeutung für die weitere Entwicklung zu.

Aufgrund seiner exponierten Lage und der nationalen und internationalen Bekanntheit als eigenständige Marke, eng verknüpft mit den Themen Mythos Loreley und Rheinromantik, eignet sich der Standort Loreley in idealer Weise als zentraler Entwicklungsstandort für neue gastronomische Einrichtungen.

Als Gastronomie-Standort, der gleichermaßen sowohl für den lokalen Gast, den Binnentourismus als auch für internationale Gästegruppen eine bedeutende Zugpferdfunktion für die weitere Entwicklung der Großregion übernimmt, wird eine marktgerechte Gastronomie auf der Loreley eine essentielle Funktion in der zukünftigen touristischen Infrastruktur darstellen. Im Hinblick auf die derzeit angestoßenen Planungen zur Aufwertung des gesamten Mittelrheintals, u.a. auch mit der Bewerbung für die Bundesgartenschau, kommt einer gastronomischen Entwicklung auf der Loreley nochmals besondere Bedeutung zu.

Eine Gastronomie auf der Loreley ist dabei nicht lokal begrenzt zu betrachten, vielmehr ist die Loreley als überregionale und sogar internationale Destination und Aushängeschild für das Land Rheinland-Pfalz und Deutschland insgesamt zu sehen. Die Nähe zu den Ballungsräumen Köln und Frankfurt Rhein-Main sowie die vorteilhafte Verkehrsanbindung, die Zugang zu bedeutenden Nachfragermärkten - insbesondere im Hinblick auf Tagesbesucher und Ausflügler - gewährleisten können, sind entscheidende Wettbewerbsvorteile für den Standort.

Trotz der stagnierenden Entwicklungen im Mittelrheintal in den vergangenen Jahren bestehen für den Standort Loreley somit äußerst positive Zukunftsaussichten mit einer hohen Strahlkraft, wenn eine entsprechende nachfragegerechte und zukunftsorientierte touristische Infrastruktur geschaffen wird.

Hierzu ist es auch zwingend erforderlich, eine marktgerechte Gastronomie zu entwickeln, die den Anforderungen der verschiedenen Zielgruppen gerecht werden kann. Ohne eine entsprechende gastronomische Versorgung der Besucher auf der Loreley werden die Bemühungen zur Steigerung der Attraktivität des Plateaus u.a. durch den neu geschaffenen Kultur- und Landschaftspark nicht die gewünschte Wirkung entfalten können. Eine neue Gastronomie wird daher einen erheblichen Beitrag leisten, den Gast zum längeren Verweilen zu bringen, so dass die Verbandsgemeinde Loreley, aber auch das regionale Umfeld von einer starken Wertschöpfung profitieren können.

4.3 Die Gastronomie auf der Loreley

4.3.1 Entwicklung und Qualität des Angebotes

Das gastronomische Angebot ist am Standort Loreley für die regionale Tourismusentwicklung von elementarer Bedeutung. Rund ein Drittel der touristischen Wertschöpfung wird im Gastgewerbe generiert. Für die regionale und überregionale Nachfrage und damit die Bedeutung als Tourismusdestination sowohl für den geschäftlich als auch den privat motivierten Gast ist das Gastronomie-Angebot von besonderer Relevanz. Ein nachhaltiges Wachstum am Standort ist daher nur mit einem quantitativ und qualitativ passenden Angebot an gastronomischen Einrichtungen auf dem Loreley-Plateau möglich.

Da seit dem Frühjahr 2018 feststeht, dass die Loreley während der BUGA als zentraler Veranstaltungsort innerhalb des Mittelrheintals fungieren soll, kommt der Einrichtung einer entsprechenden gastronomischen Versorgung der Gäste nochmals besondere Bedeutung zu. Die Gastronomie wird ein bedeutender Mosaikstein für die Infrastruktur sein, um sowohl im Vorfeld der BUGA, aber auch aus Gesichtspunkten der Nachhaltigkeit nach Beendigung des Events von den zusätzlichen Gästepotenzialen profitieren zu können.

Eine detaillierte Untersuchung des gastronomischen Marktes allein auf dem Loreley-Plateau oder in der Stadt St. Goarshausen ist unter den aktuellen Voraussetzungen aufgrund der lokalen Gegebenheiten nicht zielführend. Darüber hinaus ist die Bedeutung der Marke Loreley national und international so relevant, dass die Beschränkung auf den Bereich des Landkreises oder der Tourismusregion Mittelrheintal ebenfalls nicht zielführend wäre. Vielmehr muss der Gastronomie-Markt Loreley aufgrund seiner Relevanz in einem nationalen und internationalen Kontext gesehen werden, aus dem sich mögliche Zielgruppen rekrutieren lassen.

Im Zuge der Ortstermine sowie aufgrund der intensiven Tätigkeit der Sachverständigen in der Region und am Standort Loreley wurde noch einmal deutlich, dass sich das gastronomische Angebot in der Region um die Loreley mit wenigen

Ausnahmen in den vergangenen Jahren kaum verbessert hat. Neue marktrelevante Kapazitäten sind nicht entstanden. Bestehende Betriebe haben nur bedingt in zukunftsfähige Infrastrukturen und Dienstleistungen investiert. Somit konnte das Angebot im Umfeld der Loreley kaum mit der gestiegenen und vor allem veränderten Nachfrage der Gäste Schritt halten. Neuinvestitionen sind bislang oftmals ausgeblieben und bestehende Betriebe vernachlässigen zum Teil notwendige Renovierungen oder die Regelung der Betriebsnachfolge und müssen schließen.

Folglich besteht die Gefahr von Kapazitätsengpässen und verlorenen potenziellen Gästen sowohl im Segment Tagesbesucher als auch für den freizeitorientierten Übernachtungsgast sowie den Geschäftsreisenden. Der Tourismus ist in der Region zwar bereits ein wesentlicher Wirtschaftsfaktor. Dennoch ist zu erkennen, dass es für eine erfolgreiche Positionierung an einer ausgewogenen Infrastruktur mangelt, vor allem auch im Hinblick auf das gastronomische Angebot.

Trotz steigender Gästezahlen bei den Übernachtungsgästen als auch bei den Tagesbesuchern ist das Angebot an Restaurants und Cafés im Umfeld der Loreley in den vergangenen Jahren rückläufig gewesen.

Auf der Loreley selbst besteht das gastronomische Angebot derzeit lediglich aus dem Biergarten, der unter derselben Betreiberschaft geführt wird wie die Freilichtbühne. Hier stehen den Gästen insgesamt rund 150 Sitzplätze im Freien zur Verfügung, zusätzlich noch 20 Sitzplätze im geschlossenen Raum. Angeboten wird eine klassische Biergartenkarte, der Schwerpunkt liegt auf Getränken sowie kleinen Snacks und Speisen, wie. u.a. Grillspezialitäten und Kalte Brotzeiten. Getränk und ein kleines Gericht sind für den Gast somit zu einem Preis von unter € 10,00 zu haben. Da der Biergarten nur bei schönem Wetter öffnet, haben die Besucher der Loreley hier keine Garantie, dass die Lokalität auch geöffnet ist, wenn Sie das Plateau erkunden. Somit ist vom Biergarten auch zukünftig keine kontinuierliche und durchgehende gastronomische Versorgung der Besucher zu erwarten. Dennoch ist der Biergarten eine gute Ergänzung zu einem neuen gastronomischen Angebot auf der Loreley. Profitieren kann die Anlage insbesondere von dem unvergleichlichen Blick, den man von der Terrasse auf das Rheintal hat.

Derzeit befindet sich auch noch die Gastronomie im Besucherzentrum in der Bewirtschaftung. Hier ist für den Gast ein Self-Service-Restaurant eingerichtet, das über rund 60 Plätze verfügt, zusätzlich noch über eine kleine Außenterrasse mit ca. 60m², auf der maximal 40 Besucher Platz finden. Die Gastronomie ist in erster Linie Anlaufstelle für kleinere Snacks und Getränke, die To-Go konsumiert werden. Profitiert hat die Gastronomie bislang vor allem durch die Anbindung an das Besucherzentrum und die dort integrierte Ausstellung. Auch Gäste der Rodelbahn haben die Einrichtung gut frequentiert. Im Zuge der Umgestaltung des Plateaus soll das ehemalige Besucherzentrum jedoch einer neuen Funktion zugeführt werden, so dass sich auch die Gastronomie neu positionieren kann.

Betrachtet man die Verteilung der sonstigen Gastronomiebetriebe nach Betriebsgröße, so ist festzustellen, dass der Großteil der Restaurants lediglich eine kleinteilige Kapazität hat. Somit sind sie jeweils nur sehr eingeschränkt oder überhaupt nicht in der Lage, größere Reise- oder Busgruppen bzw. Bankette unterzubringen.

Somit fehlt es nicht nur auf dem Loreley-Plateau sondern auch in der gesamten Region an Betrieben mit einer überregionalen Strahlkraft, die als Aushängeschild sowohl für die Marke Oberes Mittelrheintal, aber insbesondere auch für die spezifische Marke Loreley dienen könnten.

Bei der Gesamtbetrachtung des regionalen Angebotes wird die nicht ausreichend ausgebaute gastronomische Infrastruktur deutlich. Die ausschließlich privat geführten Häuser leiden zum Teil unter erheblichem Renovierungsstau oder fundieren auf altbackenen Konzepten, die den Nachfragern von heute kaum mehr gerecht werden können. Professionelle Flächen für Gruppen und Bankette sind nur eingeschränkt vorhanden, ebenso ist die Möglichkeit zur Unterbringung von größeren Veranstaltungen limitiert.

Die vorhandenen Gastronomiebetriebe sind zudem austauschbar, sie stechen nicht durch eine klare Zielgruppenorientierung mit einer korrespondierenden Produktqualität hervor. Die Erfahrungen der Sachverständigen zeigen jedoch, dass klar profilierte und positionierte Betriebe deutlich erfolgreicher am Markt operieren als unprofilierte ohne klar erkennbare Angebotsschwerpunkte.

Trotz allen aktiven und erfolgreichen Bemühungen zur besseren touristischen Vermarktung der Marken Mittelrheintal und Loreley und dem Ausbau der grundlegenden Infrastruktur in den einzelnen Städten und Kommunen entlang des Rheins leidet das Image der gesamten Region immer noch unter dem unzureichend ausgebauten Angebot im Gastgewerbe, das sich in der Vergangenheit nur bedingt ernsthaft mit den Anforderungen der potenziellen Nachfrager auseinandergesetzt hat.

Nicht zuletzt aus diesem Grund konnte der für die Region essentiell wichtige Wirtschaftsfaktor Tourismus kaum gehoben werden. Dabei bildet der Tourismus eine wichtige wirtschaftliche Grundlage der Region, denn die Betriebsstätten des Gastgewerbes gewährleisten einen bedeutenden Teil der originär im Welterbegebiet vorhandenen Arbeitsplätze.

Während einzelne Betriebe ihr Gastronomie- und Beherbergungsangebot an die gestiegenen Qualitätsansprüche der Gäste angepasst haben, entsprechen viele Betriebe nicht dem aktuellen Standard, und der Investitionsstau der vergangenen Jahre ist noch immer spürbar. Die Betreiber haben sich allzuoft auf dem Potenzial der Gruppenreisen und Tagesgäste ausgerichtet und dabei den Wandel in der Nachfrage ignoriert. Demzufolge ist der für Investitionen notwendige Gewinnüberschuss ausgeblieben, so dass auch die Betriebsnachfolge gefährdet ist. Dabei ist nicht nur die Gastronomie von mangelnden Erneuerungen betroffen, auch Hotellerie, Ferienhäuser und Appartements bedürfen einer umfassenden Modernisierung.

Nur wenige Häuser im Umfeld der Loreley können einen modernen und angemessenen Standard aufweisen, der auch den zukünftigen Anforderungen der Zielgruppen gut gerecht werden kann.

Nach dem bisherigen Kenntnisstand sind im Umfeld der Loreley derzeit keine Planungen oder Eröffnungen neuer Gastronomiebetriebe bekannt, die den Markt wesentlich tangieren können. Aufgrund der Marktstruktur von vorwiegend privat geführten Betrieben mit kleinen Kapazitäten und keiner Markenbindung ist der Markt jedoch intransparent und nicht vollständig einschätzbar.

Kurz- bis mittelfristig gehen die Sachverständigen jedoch nicht von einer deutlichen Erweiterung des gastronomischen Angebotes aus, sondern eher von weiteren Schließungen, so z.B. durch veraltete Betriebe ohne Nachfolger.

4.3.2 Entwicklung der Nachfrage

Für die Bewertung eines gastronomischen Standortes spielen unterschiedliche Faktoren eine Rolle, insbesondere jedoch die touristische Attraktivität der Region, die Erreichbarkeit bzw. Anbindung an die verschiedenen Verkehrswege sowie auch die Wirtschaftsstruktur. Hier ist der Standort Loreley aufgrund der nationalen und internationalen Bekanntheit als eigenständige Marke, seine Lage als zentraler Punkt im UNESCO Welterbe Oberes Mittelrheintal und durch die günstige Anbindung an die beiden Metropolregionen Köln und Frankfurt grundsätzlich gut aufgestellt.

Letztendlich schafft sich eine Gastronomie durch ihr spezifisches Angebot aber auch selbst Nachfrage, auf der die Wirtschaftlichkeit des Gesamtbetriebes basiert. Das Gastgewerbe ist eine konjunktursensible Branche, die von der gewerblichen und privaten Nachfrage gleichermaßen beeinflusst wird. Daneben kommt der Nachfrage, die ausländische Touristen generieren, ebenfalls eine nicht zu vernachlässigende und wachsende Bedeutung zu. Die Komponenten haben jedoch teilweise einen ausgleichenden Charakter: Trotz schlechter Auftragslage können Nachfragerückgänge von Unternehmen durch eine günstige Einkommenssituation privater Haushalte oder eine Zunahme der Reisetätigkeit abgefertigt werden.

Die Branche setzt sich aus unterschiedlichsten Unternehmensformen zusammen, die von der Systemgastronomie über die Eckkneipe bis hin zum Event-Catering reichen. Die vergleichsweise niedrigen Markteintrittsbarrieren führen zu einer hohen Fluktuation durch Neueröffnungen sowie Unternehmensaufgaben und überdurchschnittlich vielen Insolvenzen. Die Wettbewerbssituation wird durch wachsende Convenience-Angebote des Einzelhandels zusätzlich verschärft.

Die Kosten in der Gastronomie setzen sich vor allem aus Material- und Personalaufwendungen zusammen. Steigende Rohstoffpreise können bis zu einem gewissen Grad über die Portionsgrößen ausgeglichen werden.

Um dem saisonal schwankenden Arbeitskräftebedarf gerecht zu werden und die Kosten niedrig zu halten, finden überdurchschnittlich viele geringfügig Beschäftigte Einsatz. Trotzdem sind die zu erzielenden Margen für den Gastronomen nur gering.

Für die speisengeprägte Gastronomie, die einen Umsatzanteil von 69% am Gesamtumsatz abbildet, hat die aktuell starke Wirtschaftslage eine positiv gestimmte gewerbliche Nachfrage zur Folge. Gleichzeitig erhöht die wirtschaftliche Aktivität den Inflationsdruck und führt zu höheren Lebenshaltungskosten. Dies führt zu einer reduzierten privaten Konsumbereitschaft. Damit werden für die folgenden Jahre zwar steigende Umsätze erwartet, von außerordentlich hohen Wachstumsraten ist jedoch nicht auszugehen. Die ungebrochene Lust der ausländischen Gäste am Reiseland Deutschland gleicht diesen Effekt jedoch größtenteils aus.

Langfristig wird davon ausgegangen, dass sich die Branche auch weiterhin auf eine solide Nachfrage stützen kann. Die steigende Flexibilität im Alltag sowie die zunehmende Mobilität wird einen zusätzlichen Grundbedarf an schnellen Zwischendurch-Mahlzeiten generieren. Dem steht ein steigender Altersquotient, d.h. eine anteilige Abnahme der arbeitsfähigen Bevölkerung, gegenüber. Während des Arbeitslebens sind die Ausgaben für Verpflegungsdienstleistungen jedoch am höchsten. Eine Umstrukturierung des Angebots und eine spezifische Ausrichtung auf älteres Publikum eröffnen damit Wachstumspotenzial. Weiterhin gefragt ist auch der Unterhaltungswert, der mit dem Speise- und Getränkeangebot zusätzlich erbracht wird. Alleinstellungsmerkmale wie das Front-Cooking, eine besondere thematische Ausrichtung von Küche und Präsentation oder die Kombination mit Events oder Shows fördern das Interesse.

Zusammenfassend werden folgende Faktoren das Wachstum der gastronomischen Betriebe beeinflussen:

- Solide Wirtschaftsentwicklung. Stabile Beschäftigung, positive Einkommensperspektiven und wachsender Privat-Konsum.

- Ein Frequenzplus von 1,4% für die Gastronomie insgesamt (2015: +1%). Gegenspieler: Homing-Effekte durch zunehmende Digitalisierung des täglichen Lebens.
- Wachsende Bereitschaft des Verbrauchers, für seine Gastronomie-Besuche mehr Geld auszugeben.
- Tagesfreizeiten: Frequenz- und Umsatz-Plus vor allem weiterhin beim Frühstücksgeschäft. Mittags ebenfalls positiv, der Abend bleibt stabil.
- Die Schnellgastronomie wird wieder der stärkste Wachstumstreiber mit 2,0% bei den Besuchen.
- Erhöhte Nachfrage bei Unterwegs-Artikeln (To-Go) durch größere Mobilität der Bevölkerung.
- Altersgruppe 60+ mit „jüngerem Verhalten“ wird deutlich wichtiger für die Gastronomie.
- Die Digitalisierung hat immer schneller immer mehr Einfluss auf das Nachfrageverhalten-Verhalten auch in der Gastronomie.

Die touristische Infrastruktur ist zum einen die Grundvoraussetzung für die Anziehungskraft einer Region aus gastronomischer Sicht. Aber auch die Wirtschaftsstruktur am Standort ist entscheidend, da nur mit ausreichender Kaufkraft auch Nachfrage generiert werden kann. Im Vergleich zu anderen Regionen sind der Loreley hier klare Standortvorteile zuzusprechen.

Somit ergibt sich nicht nur bei Tagesbesuchern sowie internationalen Touristengruppen ein signifikantes Nachfragepotenzial, sondern auch aus dem regionalen und überregionalen Markt besteht eine erhebliche Nachfrage für den Bankett- und Eventbereich, da aus dem weiteren Umfeld der gut erreichbaren Metropolregionen unternehmensinterne oder fachspezifische, aber auch private Veran-

staltungen durchgeführt werden können. Zusätzlich könnte das Areal bei vorhandener Infrastruktur als bislang unbedeutender Gastronomie-Standort durch die Marke Loreley auch überregionale Veranstaltungen akquirieren.

Hauptgästesegmente werden in erster Linie die Tagesbesucher, nationale und internationale Reisegruppen und Flusskreuzfahrtgäste sein, die bei einem Besuch auf der Loreley das gastronomische Angebot nutzen werden. Daneben wird auch die lokale und regionale Bevölkerung bei einem ansprechenden Angebot eine neue Gastronomie auf der Loreley frequentieren.

Besonders im Hinblick auf die avisierten Gästezielgruppen für den Standort Loreley reicht das bestehende Angebot auf dem Plateau selbst, aber auch im regionalen Umfeld derzeit in keinster Weise aus. Um das Image der Marke Loreley zu verbessern und Nachfrager überhaupt vor Ort zum Verweilen zu bewegen, besteht daher im Bereich der Gastronomie dringend Handlungsbedarf.

Die Loreley ist Herzstück des UNESCO Welterbes Oberes Mittelrheintal und eine der wichtigsten kulturhistorischen Sehenswürdigkeiten Deutschlands für nationale und internationale Gäste (insbesondere aus Asien, Nordamerika und Großbritannien).

Für den ab Frühjahr 2019 fertig gestellten Kultur- und Landschaftspark auf dem Loreley-Plateau können im Regelbetrieb bis zu 300.000 Besucher pro Jahr angenommen werden. Dies haben Studien im Zuge der geplanten Neupositionierung des Loreley-Plateaus ergeben. Übernachtungs- und Tagungsgäste eines neuen Hotels auf der Loreley und die Besucher der Loreley-Bühne sind hierbei noch nicht berücksichtigt.

Die Bemühungen der Akteure sehen vor, dass sich der Standort Loreley zukünftig als ganzjähriger zentraler Anziehungspunkt im UNESCO Welterbe Mittelrheintal etablieren wird und somit als Zugpferd für die Region fungiert. Hierbei ist die Einrichtung einer nachfragegerechten Gastronomie unverzichtbares Element, das ähnlich wie das geplante Hotel für die zukünftige Entwicklung der Loreley entscheidend sein wird.

Aufgrund bereits durchgeführter Erhebungen wird derzeit von einer durchschnittlichen Aufenthaltsdauer eines Individualbesuchers auf der Loreley von ca. 2 bis 4 Stunden ausgegangen. Der Kern-Einzugsbereich wird mit einer Fahrtzeit von 60 Minuten angesetzt, der weitere Einzugsbereich mit bis zu 120 Minuten Fahrtzeit. Innerhalb eines Radius von 60 Minuten erreichen rund 2 Mio. Einwohner die Loreley, innerhalb des Radius von 120 Minuten sind es insgesamt 15,5 Mio. Einwohner. Unberücksichtigt ist hierbei noch das gesamte Potenzial an inländischen und ausländischen Übernachtungsgästen die in einem entsprechenden Radius jährlich das Potenzial noch deutlich nach oben treiben.

Da mit dem Wegfall des Berghotels am Standort Loreley kein vollumfänglich ausgewogenes Gastronomieangebot mehr vorhanden ist, können auch keine gesicherten Aussagen zu den vorhandenen Gästegruppen gemacht werden. Aufgrund der Recherchen und der Erfahrungswerte der Sachverständigen kann für den Standort jedoch davon ausgegangen werden, dass die Nachfrage in erster Linie durch den Tagesbesucher und Ausflügler bestimmt werden wird, in einem zweiten Schritt muss eine neue Gastronomie aber auch auf einer angebotsinduzierten Nachfrage basieren, die nur mit einer professionellen Betreiberschaft gewährleistet werden kann.

Private Events und Bankette sowie Firmenveranstaltungen aus den regional ansässigen Unternehmen bzw. dem prosperierenden Rhein-Main-Gebiet und der Großregion Köln/Koblenz, aber auch Events von internationalem Format können für neue Gastronomiekapazitäten weitere wichtige Belegungsfaktoren sein.

Tagesbesucher und Übernachtungsgäste haben einen erheblichen wirtschaftlichen Effekt auf Gastgewerbe und Einzelhandel der Region. Konkrete Erhebungen für den Landkreis sind jedoch aktuell nicht vorhanden. Die durchschnittlichen Ausgaben pro Übernachtungsgast und Tag liegen in der Region nach Angaben des DWIF bei € 75. Der Wert von € 75 ist jedoch nur ein gewichteter Durchschnitt. Je nach Kategorie der Beherbergungsstätte weichen die Werte vom gewichteten Durchschnitt erheblich nach oben ab.

Die IHK Koblenz hat aktuell in 2014 mit der Studie „Wirtschaftsfaktor Tourismus im Reisegebiet Romantischer Rhein 2014“ die enorme ökonomische Bedeutung des Tourismus für die Region aufgezeigt. Sie zeigt deutlich die Potenziale für die zukunftsorientierte Weiterentwicklung des Rheintals als international bekannte Tourismusdestination durch die Umsetzung des Kultur- und Landschaftsparks Loreley auf.

Demnach lag die Zahl der touristischen Aufenthaltstage 2014 bei rund 28,9 Mio., aus denen mehr als € 1,07 Mrd. Bruttoumsatz resultieren. Die touristisch induzierten Einkommenseffekte im Rahmen der ersten und zweiten Umsatzstufe belaufen sich auf € 481 Mio.. Der relative touristische Beitrag zum Primäreinkommen beträgt 4,3%. Aus der Division des touristischen Einkommensbeitrages (481 Mio. €) durch das durchschnittliche Primäreinkommen im Untersuchungsgebiet pro Kopf (25.827 €) ergibt sich ein Einkommensäquivalent von 18.620 Personen, die rein rechnerisch ihren Lebensunterhalt durch den Tourismus bestreiten können.

Trotz nationaler und internationaler Bekanntheit dominiert der Tagestourismus bei den touristischen Aufenthaltstagen von Einwohnern aus der Region und außerhalb davon. Über 88% der touristischen Aufenthaltstage entfallen auf Tagesbesucher, die für rund 70% der Umsätze verantwortlich sind. Der Übernachtungstourismus kumuliert knapp 12% der Aufenthaltstage, ist aber für knapp 30% der touristischen Umsätze verantwortlich.

Dies verdeutlicht, wie wichtig auch für eine Gastronomie die Etablierung eines neuen Hotels auf dem Loreley-Plateau sein wird, da auch die Hotelgäste ein wichtiger Eckpfeiler sein werden, um die Wirtschaftlichkeit des gastronomischen Betriebes auf eine solide Basis zu stellen. Gerade im Hinblick auf die Saisonalität der Nachfrage, die sich bislang auf die Monate März bis Oktober, und hier insbesondere auf Ferienzeiten, Feiertage und Wochenenden konzentriert, ist es für den zukünftigen Erfolg der Gastronomie unerlässlich, eine Nachfrage rund ums Jahr zu stimulieren.

4.3.3 Auswirkungen der BUGA

Auch ohne eine Bundesgartenschau ist der Standort Loreley aufgrund seiner Historie und der Lage im UNESCO Welterbe Mittelrheintal ein touristisches Zugpferd, das es mit der konsequenten Weiterentwicklung der touristischen Infrastruktur zu heben gilt. Hierzu ist eine marktkonforme Gastronomie ein essentieller Baustein.

Die Zusage zur BUGA kann für einen zukünftigen Betreiber der Gastronomie einen interessanten Zusatznutzen bringen. Gleichwohl ist darauf hinzuweisen, dass der Zeithorizont mit rund 10 Jahren sehr langfristig ist und entsprechende wirtschaftliche Effekte sich somit zunächst nicht unmittelbar auf den Betrieb auswirken werden. Die neue Gastronomie muss sich demzufolge auf Basis der vorhandenen Infrastruktur auf der Loreley der nächsten Jahre am Markt positionieren. Die nachhaltigen Auswirkungen auf den Ertrag des Betriebes lassen sich zum aktuellen Zeitpunkt nur schwer quantifizieren.

Blickt man zurück auf die BUGA 2011, bei der die Stadt Koblenz als erste Stadt in Rheinland-Pfalz eine Bundesgartenschau ausgerichtet hat, wurde deutlich, dass die touristische Infrastruktur und die gastronomischen Betriebe in einem nicht unerheblichen Maße von der Veranstaltung profitiert haben. Mehr noch: Auch nach dem Ende der BUGA hat das Gastgewerbe von der Aufwertung der Infrastruktur erheblich profitieren können.

Auch wenn die zukünftige BUGA dezentral auf das gesamte Mittelrheintal verteilt stattfinden wird, ist beabsichtigt, die Loreley als den zentralen Austragungsort für diverse Veranstaltungen und Großveranstaltungen zu nutzen.

Aufgrund der vorhandenen Freilichtbühne Loreley soll diese als Standort für Großevents der BUGA genutzt werden, da sich hier im Hinblick auf Kapazität und Logistik Veranstaltungen mit mehreren tausend Besuchern problemlos durchführen lassen.

Für die Gastronomie auf der Loreley bedeutet dies in erster Linie, dass der Markenname Loreley durch die BUGA einen beträchtlichen Popularitätsschub erzielen wird, wodurch wieder neue Gästegruppen erschlossen werden können.

Punktuell wird durch die BUGA selbst natürlich das Besucheraufkommen während der Saison deutlich höher sein, als in einem „Normaljahr“, so dass wesentlich höhere Umsätze generiert werden können. Zu berücksichtigen ist aber auch, dass die Kapazitäten aufgrund der baulichen Gegebenheiten in den Gastronomien begrenzt sind, und somit auch der Umsatzsteigerung Grenzen gesetzt sind.

Entscheidend für die langfristigen Nachfragepotenziale und damit auch den Erfolg der Gastronomie sind aus heutiger Sicht zunächst die aktuellen Maßnahmen zur Optimierung der touristischen Infrastruktur, insbesondere durch den neu gestalteten Kultur- und Landschaftspark oder das geplante Hotel auf dem Plateau.

4.3.4 Relevante Trends in der Gastronomie

Kaum eine Branche ist einem derartigen Wandel unterworfen wie das Gastgewerbe. Immer neue Trends entstehen und werden in Konzepten umgesetzt. Nicht alles setzt sich durch, doch zeigen gerade die Neugründungen, in welche Richtung sich die Gastronomie entwickeln wird.

Aktuell befindet sich die Gastronomiebranche in einem tiefgreifenden Strukturwandel, weg von der klassischen Gastronomie, die sich durch Fullservice, d.h. herkömmliche Bedienung und große Speisekarten auszeichnet, hin zur Convenience- und Selbstbedienungsgastronomie. Diese neue Gastronomieform ist durch schnelle und einfache Versorgung der Kunden mit Speisen und Getränken, sowohl vor Ort als auch zum Mitnehmen, gekennzeichnet. Beispiele sind Fast-Food-Ketten, Imbissstände, Salattheken im Lebensmitteleinzelhandel sowie das gastronomische Angebot von Tankstellen-Shops. Ein Indiz für den Strukturwandel ist, dass Fastfood Restaurants und Systemgastronomien das wachstumsintensivste Segment des Gaststättengewerbes darstellen.

Somit bleibt der Wettbewerbsdruck in der Gastronomie weiter hoch. Das Verhalten der Gäste ist geprägt durch gestiegene Ansprüche zum einen und eine hohe Preissensibilität zum anderen. Der Gast von heute weiß mehr, er ist mobiler, internationaler und hat mehr Auswahlmöglichkeiten als je zuvor.

Ketten und Nischenanbieter sind die Gewinner. Die Kraft der Marken, professionelle Planung und ein strategischer Systemgedanke gehören sicherlich zu den Gründen, warum die Markengastronomie sich auch in konjunkturell schwierigen Zeiten besser behauptet als der Branchendurchschnitt. Mehr denn je zählen eine klare Positionierung und Profilierung am Markt.

Doch auch der gegenläufige Trend ist erkennbar: In Zeiten standardisierter Gastronomiekonzepte kommt es für die Individualbetriebe auf die persönliche Handschrift eines Hauses und die individuelle, lebendige, herzliche Gästeansprache an. Die Gäste wollen persönlich verwöhnt, nicht nur versorgt werden.

Nachhaltigkeit, Verantwortung für die Nachwelt und Ressourcen, Umweltbewusstsein – gutes Gewissen und Genuss schließen sich heute nicht mehr aus. Immer mehr Menschen suchen nach Produkten, die gut für Körper und Seele sind. Frische, Regionalität und Qualität stehen hoch im Kurs. Die Verbraucher sind sensibilisiert für den fortschreitenden Klimawandel und die damit verbundenen Aspekte der Nachhaltigkeit. Restaurants, die Umweltaspekte nicht außen vor lassen, sind für die Zukunft gut aufgestellt.

Folgende Trends sind für die weitere Entwicklung der Gastronomie kennzeichnend:

Regionale Küche/Heimische Produkte

Im Zeitalter der Globalisierung und der sich ständig wechselnden Trends haben Tradition, Heimat, Bodenständigkeit und ehrliche Gastfreundschaft wieder Konjunktur. Gefragt sind frische, regionale und saisonale Spezialitäten auf der Speisekarte. In den Städten und Regionen des Landes lassen sich ganz typische regionale Speisen und Getränke entdecken und probieren. Die vielen Facetten Deutschlands spiegeln sich in der einzigartigen Vielfalt der heimischen Küche wider und begeistern die Gäste. Dabei gilt: Regional schlägt Bio.

Wohlfühlatmosphäre

Wohlfühlambiente anstelle von kühlem Design – Schlagworte sind Cosy, Hygge, Homing. Gemütliche Hüttenatmosphäre steht hoch im Kurs. Gaststätten werden wieder zu Orten der Kommunikation gerade in Zeiten von Twitter, Facebook & Co. Das gute alte Wirtshaus hat neue Chancen, sofern Angebots- und Servicequalität stimmen. Auch mit Blick auf die immer beliebter werdenden Freizeitaktivitäten wie Wandern und Radeln ergeben sich für diese Betriebe tolle Möglichkeiten als Ausflugsziele. Die Stammtische und große Tische sind zurück, so kommt man schneller ins Gespräch. Man trifft sich anstatt nur zu chatten, unterhält sich und lässt sich nicht nur unterhalten.

Außergastronomie

Je mehr Arbeit und Alltag innen stattfinden, desto mehr drängt es die Menschen nach draußen – in die Biergärten, Terrassen oder auch Strandbars. Open-Air-Gastronomie vermittelt ein Gefühl von Freiheit vor Ort, steht für die kleine Auszeit zwischendurch und den Kurzurlaub im Alltag. Mit Blick auf die Weiterentwicklung

von Technik, Design sowie neuen Getränke- und Speisekreationen ist Gastronomie unter freiem Himmel fast an jedem Ort realisierbar. Auch die Rauchverbote haben definitiv zu einer Verlängerung der Open-Air-Saison beigetragen. Sobald die ersten Sonnenstrahlen da sind, füllen sich auch bei Minusgraden die Außenplätze.

Systemgastronomie

Innerhalb des Gaststättengewerbes expandiert weiterhin das mit seinen Kettenbetrieben stark filialisierte Segment der Systemgastronomie. Jedes Jahr werden neue Betriebsstätten eröffnet und der Marktanteil stetig erweitert.

Take-Away und Home Delivery

Take-Away ist und bleibt der stärkste Trend im Außer-Haus-Markt. Angesichts gestiegener Mobilität, zunehmender Flexibilität und wechselnder Arbeitswelten verzeichnet dieses Branchensegment weiterhin steigende Zuwachsraten. Gastro-Quickservice-Betriebe und Bäckereien sind unbestritten diejenigen, die sich im Take-Away-Business am stärksten profiliert haben. Neben Take-Away werden dem Thema Home Delivery die größten Wachstumschancen zugerechnet. Auch hier gibt es noch viel Potenzial.

Kaffeespezialitäten und Süßes

Großstädte ohne Kaffeebars sind kaum mehr vorstellbar. Im Gegenteil: Immer mehr Konzepte bewegen sich im Markt. Kaffeebars sind öffentliche Wohnzimmer und weiterhin ein sehr trendiges Thema. Kaffeebars haben auch weiterhin große Wachstumsperspektiven, denn sie überzeugen ihre Gäste mit Kaffeespezialitäten, frisch gepressten Säften sowie süßen und herzhaften Snacks.

Aber auch allgemeine gesellschaftlichen Entwicklungen haben einen wesentlichen Einfluss auf die Entwicklung der Gastronomie-Branche. So revolutioniert die fortschreitende Digitalisierung den Außer-Haus-Markt. Die Grenzen zwischen Retail und Gastronomie sowie zwischen On- und Offline verschwimmen. Klassische Industriestrukturen verlieren an Bedeutung. Gastronomen bekommen vermehrt Konkurrenz aus dem Tech-Sektor: Reservierungs-, Bestell- und Bezahl-systeme, neue Nahrungsmittel (Käse-, Fleisch- oder Eiersubstitute aus Pflanzen) oder On-Demand-Lieferdienste lokaler Bauernhöfe zählen zu den Innovationen durch branchenferne Unternehmen.

Der Verbraucher wird bequemer

Unser Alltag ist geprägt von Mobilität, Flexibilität und Tempo. Die Qualitäts-Ansprüche der Konsumenten und die Bedeutung von Convenience-Food steigen – die Weiterentwicklung zum Komfort-Essen prägt die Zukunft. Dabei gilt es, zwei Herausforderungen zu meistern. Zum einen möchten Verbraucher Transparenz bei Herkunft, Produktionsbedingungen, Nähr- und Zusatzstoffen von Convenience. Zum anderen befriedigt Convenience nicht die Sehnsucht nach frischem, natürlichem, lokalem, biologischem Essen. Die Gastronomie steht vor der Herausforderung, die fehlende Verbindung zwischen Convenience und nachhaltigen Erlebnissen durch neue Konzepte zu schließen und sich gegenüber Retail, Take-Away oder Automaten zu behaupten.

Homing statt Cocooning

Angesichts der steigenden Mobilität gewinnt das Essen zu Hause wieder an Bedeutung. Konsumenten nutzen hierfür neu entstehende Lieferdienste und Technologien. Je reichhaltiger, einfacher und verfügbarer die Bestellmöglichkeiten sind, desto eher wird darauf zurückgegriffen. Delivery-Food-Dienste feuern diese Entwicklung zusätzlich an: Sie liefern Rezepte, Zutaten oder gar Köche, die das Essen beim Kunden zuhause zubereiten. Traditionelle Food-Formate haben deshalb zukünftig die Aufgabe, sich vor diesem Hintergrund neu zu positionieren und den Restaurantbesuch wieder schmackhaft zu machen.

Social Food schlägt Geschmack

Street Food Festival statt Konzert – Essen wird immer mehr zum Lifestyle und wird zugleich Identifikationsmittel, Statussymbol und Ausdrucksmedium. Das angenehme Ambiente in den Restaurants gewinnt dadurch an Bedeutung und bietet der Gastronomie gute Chancen, sich gegen den Trend Homing zu stellen. Restaurants können sich als Ort der Inspiration und des Wissens etablieren, als Erholungsplatz für Körper und Geist, als Ort des geselligen Zusammenseins und des Lifestyles, als Ort des Abenteuers, der Neugier und als sozialer Lebensmittelpunkt.

Gastronomie zwischen High-Tech und Bio-Romantik

Konsumenten haben zwei sich widersprechende Bedürfnisse: Sie verlangen nach den Bequemlichkeiten der High-Tech-Food-Industrie, also nach einer großen Auswahl an innovativen, persönlich gestalteten und schnell erreichbaren Produkten. Gleichzeitig sehnen sich Verbraucher nach einer romantischen Welt der Bio-Produkte. Das Restaurant der Zukunft verbindet High-Tech mit Bio-Romantik: High-Tech unterstützt im Hintergrund die Bedürfnisse nach Romantik, nach Überblick und Geschichten, nach Transparenz und Nachhaltigkeit. Online ergänzt sich mit offline. Das Essen der Zukunft ist schnell wie Fast-Food und hochwertig wie Bio.

Markenbotschafter statt anonyme Brands

Menschen schlagen Marken: Die Bedeutung einer Mahlzeit oder eines Produkts entscheidet sich im Austausch mit den Gästen und Konsumenten, nicht in der Werbung der Anbieter. Die Gesichter und Geschichten der Food-Produzenten gewinnen an Bedeutung und übernehmen vermehrt die Aufgabe eines Labels. Sie stellen eine Einheit mit ihren Produkten dar und bürgen persönlich für ihre Qualität. Diese Personifizierung weckt bei den Konsumenten zunehmend Vertrauen. Für das Restaurant der Zukunft sind Mitarbeiter, Servicepersonal, Koch und Besitzer entscheidend. Ihre persönliche Kompetenz in Bezug auf die Produkte, ihre Herstellung und Weiterverarbeitung ist die Grundvoraussetzung für den Erfolg.

Sensibilisierung für Ressourcenmangel

18 Mio. Tonnen Lebensmittel landen in Deutschland jedes Jahr im Müll. Gastronomische Konzepte der heutigen Zeit suchen nach Lösungen. „From Nose to Tail“, „Zero Waste“ oder „From Farm to Table“ verfolgen alle dasselbe Ziel: Ganzheitlichkeit. Eine Komplet- und Resteverwertung verhindert, dass Teile und Speisen im Abfall landen, die sich noch hervorragend für kulinarische Hochgenüsse eignen würden. Hier geht es vor allem um Umsetzung ohne erhobenen Zeigefinger.

Regionalität

Kurze Lieferwege und das Wissen über die Herkunft sind ganz wichtige Elemente. Der Trend zu Regionalität, Lokalität und Natürlichkeit geht sogar so weit, dass Restaurants inzwischen ihre Lebensmittel selbst anbauen – in eigenen Gärten oder sogar in den eigenen vier Wänden. Das schafft beim Gast Bewusstsein, Vertrauen und Transparenz für Lebensmittel.

Professionalisierung

Die Gastronomie ist anspruchsvoller geworden und die Zeiten unüberlegter Quereinsteiger sind vorbei. Gut durchdacht, analysiert und teilweise in Extremform vorbereitet geht die heutige Gründergeneration ihre gastronomische Selbstständigkeit an. Insgesamt nehmen die unabhängigen Gastronomiebetriebe ab, dafür sind die bestehenden umsatzstärker als früher.

4.3.5 Relevante Zielgruppen für den Standort Loreley

Das Gastgewerbe ist eine konjunktursensible Branche, die von der gewerblichen und privaten Nachfrage gleichermaßen beeinflusst wird. Daneben kommt der Nachfrage, die ausländische Touristen generieren, ebenfalls eine zunehmende Bedeutung zu. Weiterhin unterliegt die Nachfrage unterjährig auch saisonalen und temperaturbedingten Schwankungen sowie Sondereinflüssen (z.B. Sportgroßereignisse). Zusammen können die Größen gegenläufige oder verstärkende Effekte bilden.

Die Konsumfreudigkeit der privaten Haushalte wird durch das verfügbare Einkommen bestimmt. Je höher der Beschäftigungsgrad, desto höher liegt meist auch das durchschnittliche verfügbare Einkommen. Gerade die privaten Haushalte können sich bei steigenden verfügbaren Einkommen auf Tagesreisen und im Urlaub mehr gönnen. Steigende Lebenshaltungskosten und höhere Sozialbeiträge hingegen mindern wiederum die Konsumfreudigkeit.

Während Ausgaben, die zur Gewohnheit geworden sind und einen bestimmten Lebensstandard beinhalten wie z.B. das Sonntagsessen im Restaurant oder das Mittagessen in der Kantine, nicht unmittelbar einer verschlechterten Einkommenssituation angepasst werden, unterliegt hingegen die spontane Einkehr direkt dem Sparzwang. In den letzten Jahren haben die privaten Haushalte den Verpflegungsdienstleistungen in Abhängigkeit zum Gesamtkonsum eine relativ unveränderte Bedeutung beigemessen.

Bei den Geschäftskunden bestimmen die Auftragslage, Kundengewinnung und Imagepflege die Nachfrage nach gastronomischen Dienstleistungen. Der Umfang von Weihnachtsfeiern, Betriebsfesten und das gastronomische Angebot an Messeständen richten sich nach Budget und Zielsetzung, welche mit der konjunkturellen Lage starken Schwankungen unterliegen.

Zusätzlich nehmen auch das Wetter, die Lage von Feiertagen und besondere Ereignisse wie z.B. sportliche Großveranstaltungen oder Volksfeste Einfluss auf

die jährliche Nachfrage. Schneechaos und Dauerregen bewirken eine Verlagerung weg von Ausflugslokalen hin zu Lieferdiensten. Während der Ferienzeit profitieren v.a. Lokaltäten in Feriengebieten und entlang der Reiserouten, während am jeweiligen Wohn- bzw. Arbeitsort die Zahl der Kunden zurückgeht. Wiederkehrende Volksfeste bringen teilnehmenden Gastronomen kurzfristig einen Nachfrageschub. Großveranstaltungen wie die Fußball- Weltmeisterschaft und das damit verbundene Public Viewing müssen beispielsweise als Sondereffekt bei der Nachfrage berücksichtigt werden.

Von entscheidender Bedeutung im Geschäftsreisesegment sind in der Regel die regionale und lokale Wirtschaft und die vor Ort ansässigen Unternehmen. Geschäftsreisende frequentieren vorwiegend an den Wochentagen, also von Montag bis Freitag. Gäste im Geschäftsreisesegment sind dabei Einzel-, Seminar- und Event-Gäste.

Im freizeittouristischen Bereich spielen Sehenswürdigkeiten vor Ort und in der Umgebung eine bedeutende Rolle. Hierzu zählen neben landschaftlichen, kulturellen und historischen Attraktivitätsfaktoren insbesondere auch Einrichtungen für Freizeitaktivitäten, wie z.B. Wandern oder Radwandern. Zielgruppen sind hier u.a. Bus- und Reisegruppen sowie die Tagesausflügler. Daneben wird die private Nachfrage durch die lokale und regionale Bevölkerung determiniert, die aufgrund des gastronomischen Angebotes selbst in Verbindung mit einer sympathischen Betreiberschaft angesprochen wird.

Der Standort Loreley und das gesamte Mittelrheintal zeigen derzeit noch eine deutliche Saisonalität mit schwachen Belegungszahlen in den Wintermonaten. Umso wichtiger wird es sein, einen Zielgruppen-Mix zu definieren, der eine wirtschaftlich tragbare Betriebsführung auch außerhalb der Saisonzeiten erlaubt.

Für die Gastronomie auf der Loreley sollten folgende zentrale Zielgruppen in den Fokus gestellt werden:

- Paare im Bereich ‚Best Ager‘ bzw. ‚50+‘, motiviert durch den Mythos und das Naturerlebnis Loreley und Mittelrheintal
- Zunehmend ist zu erkennen, dass das Naturerlebnis bereits bei Zielgruppen ab 30 Jahren mehrheitlich in den Vordergrund rückt
- Tagesgäste und Ausflügler (Umkreis 120 km), darunter auch Familien mit Kindern
- Nationale und internationale Reisegruppen (Busgruppen, Flußkreuzfahrten)
- Private Bankette und Events (u.a. Hochzeiten, Familienfeiern)
- Promotabler Geschäftstourismus - Events und Seminare mit Incentive-Charakter
- Event-Gäste (z.B. Weinfeste, Gourmet-Festivals, Mittelalter-Veranstaltungen, Kochkurse, Degustationen)
- Hotelgäste aus dem neu geplanten Hotel
- Besucher der Freilichtbühne und der Sommerrodelbahn
- Liebhaber guter, regionaler Küche

Allen Zielgruppen gemeinsam wird sein, dass die Loreley **der** zentrale Anlaufpunkt im UNESCO Welterbe Mittelrheintal ist. Den Mythos Loreley, die Natur und die Historie kann man nur erleben, wenn man sich auf dem Felsen befindet.

Die zielgruppenorientierte Ansprache der jeweiligen Gästesegmente und somit auch die endgültige Gästestruktur hängen entscheidend vom Marketingkonzept des Betreibers sowie von der Gesamtkonzeption des Betriebes ab. Die Anforderungen der Zielgruppen müssen hierbei im Mittelpunkt der Planungen stehen.

Da unmittelbar vor Ort sowie in einem Radius von rund ein bis zwei Stunden Fahrtzeit wichtige Ballungsräume akzeptabel zu erreichen sind, die über eine potente und ausgeglichene Wirtschaftsstruktur verfügen, können sich der Bereich der Firmenveranstaltungen sowie private Bankette und Events sehr gut vermarkten lassen. Bislang kann dieses Segment am Standort Loreley selbst sowie im Umland nicht angesprochen werden, da kaum adäquate Kapazitäten vorhanden sind.

Als wichtiges Marktsegment sollten vor allem Tagesbesucher, Kurz- und Aktivurlauber (Individual- und Gruppenreisende) angesehen werden, die vom Standort Loreley die gesamte Region des Mittelrheintals entdecken können und durch die Marke Loreley, die touristischen Highlights sowie das landschaftlich reizvolle Umfeld im Zusammenhang mit den Argumenten „Rheinromantik, Freizeit, Bewegung und intakte Natur“ überzeugt werden können.

Dabei sollte eine enge Zusammenarbeit u.a. mit den Tourismusverbänden, Reiseveranstaltern und Einrichtungen der Region, aber auch mit überregionalen Institutionen angestrebt werden, um interessante Packages anbieten zu können.

Zusammenfassend kann gesagt werden, dass der gesunde Mix aus den verschiedenen Gästesegmenten für die neu geplante Gastronomie auf dem Loreley-Plateau eine relativ ausgeglichene Nachfrage bzw. Auslastung mit sich bringen dürfte, da sich die Zielgruppen in ihrem zeitlichen Nachfrageverhalten ergänzen werden.

Dies bedingt jedoch auch, dass bei der Realisierung des Projektes ein zielgruppengerechtes Konzept mit einem zukunftsorientierten Standard umzusetzen ist. Die Qualität der späteren Gastronomie stellt gemeinsam mit dem touristischen Angebot in der Region die Basis für den Erfolg des geplanten Projektes dar.

4.3.6 Resümee und Prognosen

Auf der Basis der vorhandenen Datenlage ist festzustellen, dass sich aufgrund des unzureichend ausgebauten Angebotes keine entsprechend nachhaltige Nachfrage nach Gastronomie am Standort Loreley entwickelt hat. Dies ist nicht zuletzt auf die lange Jahre angestaubte touristische Infrastruktur im Umfeld der Loreley zurückzuführen.

Dies ist für das neu geplante Gastronomie-Projekt auf dem Loreley-Plateau jedoch nur beschränkt aussagekräftig. Denn um das Gästepotenzial sowohl bei den Tagesbesuchern als auch bei Reisegruppen und den Firmenkunden zukünftig ausschöpfen zu können und neue Nachfrager für die Marke Loreley zu gewinnen, fehlt es an einem neuen Gastronomieprodukt im gehobenen gutbürgerlichen Segment mit regionalen Spezialitäten, das über ein marktgerechtes Angebot verfügt und sich als Leuchtturm für die gesamte Region positioniert.

Für den Standort Loreley wird sich u.a. insbesondere der Trend positiv auswirken können, dass derzeit eine Renaissance der deutschen und regionalen Küche zu sehen ist, der sich aufgrund des zunehmenden Bewusstseins für gesundes, frisches Essen und nachhaltiger Produktion auch in den kommenden Jahren fortsetzen wird. Diese muss aber richtig kommuniziert und modern interpretiert werden, so dass ein Mix aus traditionellen und jungen Elementen entsteht.

Die für die verschiedenen Nachfragergruppen wichtigen Entscheidungsfaktoren bei der Wahl der Gastronomie, wie beispielsweise exponierte Lage, gute Verkehrsanbindung und Anreisemöglichkeiten sowie die touristische Attraktivität des natürlichen Umfeldes, bedeuten für ein neues Restaurant auf der Loreley sowohl auf regionaler als auch auf überregionaler Ebene einen wesentlichen Standortvorteil.

Hierbei muss jedoch darauf hingewiesen werden, dass als Grundvoraussetzung für eine erfolgreiche Etablierung einer neuen Gastronomie ein zukunftsorientiertes Konzept umgesetzt werden muss, das sich zum einen auf die Säule Tagesbesucher sowie Reisegruppen zum anderen auf den klassischen „Genussgast“ aus der Großregion sowie private Bankette und Events stützt.

Mit einer neuen Gastronomie mit überregionaler Strahlkraft, die über die entsprechenden Kapazitäten verfügt, wird das Loreley-Plateau ein gewinnbringendes Zugpferd bekommen, um so neue Gästepotenziale abschöpfen zu können, die bislang brach liegen. Hiervon wird dann auch die gesamte touristische Infrastruktur der Region profitieren können.

Derzeit fehlt es an einem zielgruppengerechten und zeitgemäßen Gastronomieangebot mit korrespondierenden Veranstaltungsflächen, das neben dem Individualgast auch größere Gruppen / Busgruppen unterbringen kann und die Möglichkeiten für parallele Veranstaltungen in verschiedenen Räumen bietet.

Somit bleibt festzuhalten, dass für eine Gastronomie im klassischen gehobenen Gasthaus-Segment, die über eine frische regionale Küche, ausreichende und professionelle Kapazitäten für Events und Bankette, eine einladende Außenterrasse sowie ein attraktives Angebot für den Tagesbesucher verfügt, auf dem Loreley-Plateau beste Marktchancen bestehen.

Die neue Gastronomie wird in der Großregion endlich die seit langem klaffende Lücke im derzeitigen Angebot schließen und die Gästepotenziale gewinnen, die in der Vergangenheit noch nicht oder nur sehr eingeschränkt vertreten waren.

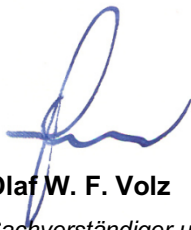
Somit wird ein neues Restaurant nicht nur die Nachfrage nach gastronomischen Einrichtungen wesentlich beleben können, sondern auch als Leuchtturmprojekt wichtiges Aushängeschild für die gesamte touristische Infrastruktur auf der Loreley und dem UNESCO Welterbe Oberes Mittelrheintal sein. Die Gästezahlen können hierdurch noch einmal gesteigert werden.

5. **Schlussbemerkungen**

Die vorliegende Expertise wurde neutral und unabhängig erstellt. Maßgeblich für die Ergebnisse und Analysen waren dabei die Informationen und Auskünfte, die zum Zeitpunkt der Untersuchung zur Verfügung standen.

Sollten weitere entscheidende Daten und Fakten nachträglich bekannt werden, die sich auf die vorliegenden Ergebnisse nachhaltig auswirken können, behalten sich die Sachverständigen eine Überarbeitung des Berichts vor.

Saarbrücken, den 01. September 2018



Olaf W. F. Volz
*Sachverständiger und
Gutachter für Hotellerie*



Dipl.-Kfm. Adnan Azrak
*Sachverständiger und
Gutachter für Hotellerie*

© COPYRIGHT BY VOLZ & PARTNER
D – 66121 Saarbrücken