Wenn Tourismus an Grenzen stößt

Neuer Info-Point in Roppenheim löst auf deutscher Seite (noch) keinen Jubel aus

Von unserem Redaktionsmitglied
Bernd Kappler

Baden-Baden/Roppenheim. „Im Prinzip ja, aber so nicht" – Die Baden-Badener Tourismus-Chefin Brigitte Goertz-Meissner und Pamina-Geschäftsführer Claus Haberecht im Rastatter Landratsamt sind sich einig: Die soeben im Roppenheimer Factory-Outlet-Center eröffnete Touristen-Info entspricht überhaupt nicht den deutschen Vorstellungen von Werbewirksamkeit. Ein Info-Point reiche nicht aus, sagt Brigitte Goertz-Meissner, die vor allem Informationen mit Inhalten vermisst.

In der Tat: Der Ende März eröffnete Info-Point, der laut Betreiber elsässischen und deutschen Tourismuspartnern eine Präsentationsplattform für die Sehenswürdigkeiten beiderseits des Rheins auf spielerische und interaktive Weise bieten soll, hat für Interessierte derzeit kaum touristische Orientierung parat. Auf zwei kleineren Bildcollagen ist elsässische Butzenscheiben-Romantik abgebildet, dazwischen eingestreut zwei Fotos aus Baden-Baden und Gernsbach. Eine im Boden eingelassene Landkarte weist auf deutscher Seite lediglich auf Baden-Baden als Tourismus-Stadt hin. Die Rastatter Schlösser, das Bühler Rebland oder das Murgtal sind zum Beispiel gar nicht erwähnt. Ziemlich spärlich ist das Angebot an Informationsmaterial. Baden-Baden ist zum Beispiel mit einem Flyer, einer Info-Broschüre und Prospekten von zwei Hotels vertreten.

TOURISMUS gibt es laut Karte auf deutscher Seite nur in Baden-Baden.

MODERN UND CHIC, aber nur wenig Information. Die neue Tourismus-Info im Outlet-Center in Roppenheim findet auf deutscher Seite im Moment wenig Gefallen. *Fotos: Kappler*

„Wir sind dabei, das zu korrigieren", sagt Brigitte Goertz-Meissner, die nach wie vor Interesse hat, dass in Roppenheim auch für Baden-Baden geworben wird. Den in Aussicht gestellten Werbekostenbeitrag könne man unter diesen Umständen aber noch nicht beisteuern.

Mayte Legeay, die Geschäftsführerin des Betreibers Neinver France, stellte jetzt anlässlich eines Besuchs des Baden-Badener Presseclubs fest, dass die deutsch-französische Zusammenarbeit in der Vergangenheit durchaus nicht einfach gewesen sei. Die deutsche Seite habe sich bei einer Beteiligung anfangs leider sehr zurückgehalten. Resonanz habe es nur im Nordelsass gegeben. Mithin werde die Tourist-Info derzeit vom Tourismusverband Nordelsass und dem Gemeindeverband Uffried getragen. Mayte Legeay verweist ihrerseits auf kleine Partnerschaften, zum Beispiel mit dem Veranstalter der Rennen in Iffezheim, der Caracalla-Therme, Baden-Badener Hotels und dem Europa-Park in Rust.

Pamina-Geschäftsführer Claus Haberecht vermisst einen echten grenzüberschreitenden Info-Point. In den nächsten Tagen gebe es in Roppenheim nochmals ein Gespräch mit den französischen Partnern. Claus Haberecht und Brigitte Goertz-Meissner gehen davon aus, dass es im Roppenheimer Konzept zu Korrekturen kommt. Haberecht: „Das französische Konzept setzt auf Bilder, die Emotionen beim Betrachter auslösen sollen, wir setzen beim Tourimus-Marketing aber auf Informationen und Fakten." Genau das müsse auf einen Nenner gebracht werden.