

1. Ziele

Das Netzwerk **Welterbegastgeber** ist ein Angebot von Gastgebern an ihre am Thema Welterbe interessierten Gäste. Es lebt von der branchenübergreifenden Gemeinschaft vieler **Partner** aus unterschiedlichsten, mit dem Gast verbundenen Sparten (**Kultur, Dienstleistungen, Produzenten, Handel, Gastro nomie, Hotellerie, Wein, Medien**). Die Dachmarke richtet sich strategisch am Ziel der aktiven Förderung des Welterbeanliegens (heimatische Kulturlandschaft) aus. Sie unterstützt den Aufbau regionaler Wirtschaftskreisläufe und die Wahrnehmung des **Welterbegebiet**s als **eigenständige Region**: In dem Wettbewerb der Regionen um Aufmerksamkeit im (kultur)touristischen Bereich und gesellschaftlichen/politischen Umfeld wird die **Welterbeauszeichnung als Alleinstellungsmerkmal** (auch und gerade gegenüber angrenzenden touristischen Regionen) herausgestellt. Dieses, durch die Angebote der **Welterbegastgeber** für den Gast wie für die Bewohner erfahrbare, Kennzeichen und gemeinsame Aktivitäten führen die Akteure mit den Gästen zusammen. Der von ihnen ausgehende Impuls bewirkt: das Projekt „**Welterbe Oberes Mittelrheintal**“ **wird zum zentralen Thema** der zukunftsähnigen Region. Gastgeber erhalten ein eigenes Profil. Das Netzwerk bzw. die Dachmarke **Welterbegastgeber** vereint und aktiviert die sich bisher zurückhaltenden, **gewerblichen Leistungsträger** und Engagierten der o.g. Sparten für das **Welterbeanliegen in den beiden Bundesländern** Hessen und Rheinland-Pfalz, links- und rechtsrheinisch. Als unabhängige Marketinginitiative komplettiert sie die bereits organisierten Ebenen

- Staat/Kommunen/Länder (Beauftragte, bestehender Zweckverband, touristische Einrichtungen) und
- Ehrenamt (bestehendes Forum Mittelrheintal e.V.).
- als **dritter (professioneller/gewerblicher) Sektor** für nachhaltige Regionalentwicklung.

Von dem auch gegenüber Gästen **glaubwürdigen**, überzeugenden Engagement und Beitrag für das Welterbeanliegen ohne öffentliche Förderung leiten die Mitglieder des Netzwerks die Berechtigung ab, einen Erfolg der Welterbeauszeichnung auch wirtschaftlich – gemeinsam als Initiative wie individuell als Betrieb – herbeizuführen und Vorteile zur Steigerung der Wertschöpfung in der Region zu nutzen. Und aus **Touristen werden Gäste** des Welterbetals.

Die Initiative und Regionalmarke **Welterbegastgeber** ist demnach keine (weitere) oder gar mit Kosten verbundene Aktion zur Bündelung landesweit und bundesweit einheitlich ausgerichteter, kostenpflichtiger Normierungssysteme oder Werbelabel wie z.B.

- Sternenauszeichnung, *Gastgewerbe-Gütesiegel*,
- ServiceQualität, Klassifizierungen o.ä.
- Beratung oder Qualifizierung im Gastronomie- oder Hotelle-
riebereich, touristisches Verkaufslabel bzw.
- Aktionen der Tourismusorganisationen.

Es geht nicht darum, Mittelmaß und Standards besser zu verkaufen. Alle beteiligten **Welterbegastgeber** vertreten – ohne Beiträge oder marktverzerrende öffentliche Förderungen – mit ihren Gästen **glaubwürdig das Welterbeanliegen**, sowohl

- im Welterbetal,
- bereits in Herkunftsgebieten (über Internet, Broschüren, Mails),
- außerhalb (Broschüren- und Produktversand, Messen) und
- in Ballungsgebieten (Quellmärkte Rhein-Main, Köln-Bonn).

Der Multiplikatoreffekt des über das Welterbegebiet hinausreichenden Regionalmarketings und die branchenübergreifenden Kooperationen sorgen für **Effektivität und Effizienz** des gemeinsamen Engagements und für Vorteile für alle mitwirkenden Betriebe – zum Wohl des Gastes, der Anbieter und der Region.

2. Adressaten, Zielgruppen

Die Netzwerkinitiative **Welterbegastgeber** richtet sich mit dem Aufruf/Angebot zur Mitwirkung an die Gäste und Adresse aller gleichgesinnten Partner, welche innerhalb des Welterbetals von Bingen/Rüdesheim bis Koblenz (oder mit Wirkung in das Tal) professionell mit Gästen zu tun haben: Wirtschaftsbetriebe, Dienstleister. Als Solidargemeinschaft für die Kulturlandschaft fördern sie ernsthaft das **UNESCO-Anliegen** und nutzen die bisher eher schlummernden **Chancen** der UNESCO-Auszeichnung für den eigenen und gemeinsamen wirtschaftlichen Erfolg durch das Markenzeichen **Welterbegastgeber** für außergewöhnliche, anspruchsvolle, unkonventionelle, zusammengefaßt: charmante Angebote („hipppp“: highly individual **places / projects / programs / persons**).

Zielgruppen der Angebote sind nicht nur die Gäste (national, international), sondern auch die Bewohner des Welterbegebiets. Beide Zielgruppen erfahren im unmittelbaren Kontakt mit den **Welterbegastgebern** als erste Ansprechpartner authentische Qualitäten des Welterbes – und können sich für das Welterbe engagieren.