

Projekt

Cracks and Craggs of San Vito lo Capo



sanvito.info



Idee

Spätestens seit Klettern olympische Disziplin wurde hat der Klettersport sich zu einem Breitensport und einem Publikumsmagneten entwickelt. Damit einher geht, dass Klettern gerade in den Mittelmeerregionen zunehmend zu einem touristischen und somit ökonomischen Faktor wurde. Kletterhotspots wie die griechische Insel Kalymnos oder auch wie Mallorca profitieren schon längere Zeit vom Boom des Klettersports, insbesondere weil Klettern und andere Outdooraktivitäten das Geschäft in der Nebensaison deutlich beleben und von Personen jeder Altersgruppe betrieben werden. Dieser Umstand ist nicht nur von ökonomischer Bedeutung, sondern auch von ökologischer Relevanz. Will man ohne Verlust an ökonomischer Substanz die Saisonentzerrung in den Mittelmeerregionen vorantreiben, so muss das Angebot an touristischen Aktivitäten in der Nebensaison erweitert werden. Dabei ist der Klettersport nur eine der zahlreichen Möglichkeiten, einen Aktivurlaub attraktiv zu gestalten. Die Kombination von Felsen, Meer und günstigem Klima garantiert ein reichhaltiges Menü an sportlichen `Leckerbissen`, die man in einem an eine italienische Speisekarte angelehnten Menü präsentieren sollte: Kitesurfen als Antipasti, Mountainbiken als primo corso, Paragleiten als secondo corso, Klettern als Dolce, Besuche von Unterwassermuseen als Contorni.

Die Region, die das umfassendste Portfolio an Outdooraktivitäten bietet, ist San Vito lo Capo in Sizilien. Abgesehen von der kurzen Anreisezeit hat San Vito lo Capo den Vorzug, eingebettet zu sein in eine Umgebung mit einem äußerst vielseitigen kulturellen Angebot und lohnenden Nahzielen. Dies ist von besonderer Bedeutung, denn nicht alle Reisenden sind ausschließlich interessiert an der Ausübung ihres Sports – zudem bedarf es auch eines attraktiven Entertainment-Angebots an Regen- und Ruhetagen, sowie für das Apres Climb.

Nun ist es nicht so, als sei man sich bislang dieser Potenziale in der Region (und insgesamt auf Sizilien) nicht bewusst gewesen. Zentrale Anlaufstelle sowohl für Kletterer aus aller Welt als auch für andere professionelle und Freizeitsportler war über ein Jahrzehnt lang das von Daniele Arena betriebene `Climbing House`, das aufgrund seiner engen Anbindung an den Ortskern und seiner Kombination von gastronomischem und sportlichem Angebot der polyglotte Schmelztiegel nicht nur des sportlichen, sondern auch des sozialen Lebens für Gäste aus aller Welt war. Nicht zuletzt organisierte das Climbing House alljährlich ein Kletterfestival, das San Vito lo Capo fest auf der Landkarte auch der weltweit besten Kletterer bis hin zu Adam Ondra etablierte.



Die wunderschöne Bucht von San Vito lo Capo. Berühmte Strände. Und noch fast unbekannt Kletter Spots in der Region.

Dann kam Corona.

In Folge von Lockdowns und ökonomischen Verwerfungen schloss das Climbing House und somit ein soziales, sportliches und kulturelles Zentrum, das die Kletterszene, die Outdoorsportszene, Gelegenheits-sportler, Touristen ohne sportliche Aktivitäten und die ortsansässige Bevölkerung integrierte. Bis heute leidet der Ort unter diesem Mangel. Aktivurlauber und eine in gewisser Weise revisionistisch auf den Sommertourismus ausgerichtete Gemeinde leben in Parallelwelten. Die sportlich Aktiven reisen mit Campern an und sind nicht an das ökonomische und soziale Leben in San Vito lo Capo angebunden, im Sommer stöhnt der Ort unter der Last zahlreicher Nahtouristen, die als Selbstversorger anreisen und die Strände als Gratisangebot nutzen. Es fehlt wieder ein Ort mit Angeboten, die diese Welten zusammenbringen und eine überfällige Verschiebung des Fokus vom Sommertourismus auf den ganzjährigen Tourismus fördern.

Hinzu kommt ein Problem, das auch vor der Pandemie schon bestand, nun aber umso deutlicher hervortritt:

Während Touristenattraktionen wie der Zingaro-Naturschutzpark über Eintrittsgelder und bezahlte Angebote direkt zur ökonomischen Prosperität der Gemeinde beitragen und der Hoheit der Gemeinde unterstellt sind, handelt es sich bei den Klettergebieten um Gelände, die zu einem Großteil in Privatbesitz sind. Das Klettern und die damit verbundenen Geschäfte sind sozusagen geduldeter 'Wildwuchs', von dem die Gemeinde – abgesehen vom Werbeeffect, der aufgrund des nicht mehr stattfindenden Climbingfestivals reduziert ist – nicht unmittelbar profitiert. Zudem ist die Sicherheit der Routen (Bohrhaken, Steinschlagsicherheit) nicht garantiert. Man muss sich darauf verlassen, dass die Klettergemeinde selbst und insbesondere einige wenige dazu fähigen Personen vor Ort die Sicherheit der Routen gewährleisten. Insbesondere Anfänger und Gelegenheitskletterer sind dadurch vermeidbaren Gefahren ausgesetzt. Dies hindert Anbieter aus aller Welt nicht daran, Kletterkurse in San Vito anzubieten und ihr Geschäft in einer juristischen Grauzone auszuüben, ohne dass Kommune (und die privaten Besitzer) etwas davon haben.



Hier setzt das Projekt an:

Zu gründen ist ein Outdoorsportzentrum in Anlehnung an das Konzept Climbing House, das nicht nur geographisch, sondern kommunal an San Vito lo Capo angebunden ist.

Ferner sollen vergleichbar mit den Naturschutzparks Kletterparks eingerichtet werden, in denen die Kommune in Partnerschaft mit privaten Eigentümern sicheres (und zum Beispiel therapeutisches) Klettern unter professioneller Betreuung anbietet. Wie in den Naturschutzparks soll eine Zutrittsgebühr, Wartung und Pflege dieser Kletterparks finanzieren – inklusive des Schutzes der Umwelt, und einer Verbesserung der Qualität der Zugangswege (Stichwort: Küstenradweg).

Dieses Konzept lässt sich modular erweitern auf andere Sportarten

Die Kommune kann mit diesem öffentlichen Angebot (Stichwort: Menü) für sich werben und so das übersaisonnale touristische Angebot deutlich in den Vordergrund rücken. Angesprochen werden sollen insbesondere Personengruppen, für die sportliche Aktivitäten lediglich ein Aspekt ihres Aufenthalts sind

Wer innerhalb dieser Parks geschäftlich aktiv werden möchte, soll dies nur in Absprache mit den Betreibern tun

Die Kommune leistet damit einen erheblichen Beitrag zur Saisonentzerrung und zur Schaffung von Arbeitsplätzen, die den Ortsansässigen auch außerhalb des Sommers Perspektiven bieten

Wird dieses Projekt realisiert, eignet es sich als Leuchtturmprojekt für andere Regionen des `blauen Tourismus`.

Realisierung

Besonders bei deutschsprachigen Erlebnistouristen sprechen sich die Reize der Region herum. Die Pandemie hat die Reiselust in Deutschland nicht reduziert – im Gegenteil. Dementsprechend folgerichtig ist es, den deutschen Markt direkt zu adressieren, sowohl was private Kunden als auch Geschäftskunden betrifft.

Zu diesem Zweck soll eine virtuelles Reise- und Marketingagentur gegründet werden, die folgende Leistungen anbietet:

- Privaten Kunden bietet sie ein 'Menü' sportlicher und kultureller Aktivitäten in San Vito lo Capo und Umgebung an. Der Kunde kann sich die Menüpunkte zusammenstellen (oder a la carte bestellen), die Agentur übernimmt die Koordination von Terminen und Unterbringung mit den Anbietern vor Ort (ein Ziel: die Wirtschaftsförderung in der Zielregion). Der Kunde zahlt für die Services eine Gebühr, die Anbieter vor Ort zahlen eine Gebühr für die Vermittlung. Die Plattform soll interaktiv gestaltet sein (inklusive Suche/Biete-Optionen, die zum Beispiel die Zusammenstellungen von Reisegruppen ermöglichen).
- Geschäftskunden, die ihrerseits vor Ort in San Vito aktiv werden wollen, bietet die Agentur die Vermittlung zu den ortsansässigen verantwortlichen Stellen an. Der Geschäftskundenbereich soll indes primär der Kommunikation mit Unternehmen und Investoren dienen, die sich für das Projekt aus ökonomischen Gründen interessieren.

- Aktive oder stille Beteiligung
- Nutzung der Website als Werbeträger
- Herstellung von Handelsbeziehungen zur Region (kommunale und ökonomische Akteure)

- Erster Schritt zur Realisierung des Projekts ist die Wiedereröffnung eines 'House of Rocks' (Arbeitstitel).

- Geschätzte Investitionskosten:
50.000€
- Geschätzte laufende Kosten pro Jahr:
50.000€

- In naher Zukunft erfolgen Refinanzierung und das Entstehen von Margen durch Eintrittsgelder der Natursportparks und durch Einnahmen von Kommunen und privaten Anbietern vor Ort
- Insbesondere für Sportartikelhersteller, für Textilunternehmen (E9, Vaude, Jack Wolfskin, Globetrotter etc.), Event-Marketing-Agenturen und Reiseunternehmen sollten die mit dem Projekt zusammenhängenden Aktivitäten (Festivals, Wettkämpfe) interessant sein: Die Förderung des Tourismus in der Nebensaison erweitert Zielgruppen und eröffnet lukrative Geschäftsfelder
- Weitere Einnahmequellen: Fundraising, EU-Fördermittel (Resilienz- und Aufbaufond: Sonderfond zur Erhöhung der Wettbewerbsfähigkeit der Unternehmen im Tourismus)





Kontakt

Weitere Informationen:

Hannes Oberlindober
Westring 47
44787 Bochum

Telefon: +49 170 9308651
E-Mail: klettern@sanvito.info