

Stellfeldt-Koch, Christina; Seitz, Annette

Book Part

Ausgewählte Trends im küstentouristischen Angebot am Beispiel von Niedersachsen

Provided in Cooperation with:

ARL – Akademie für Raumentwicklung in der Leibniz-Gemeinschaft

Suggested Citation: Stellfeldt-Koch, Christina; Seitz, Annette (2008) : Ausgewählte Trends im küstentouristischen Angebot am Beispiel von Niedersachsen, In: von Rohr, Götz (Ed.): Nachhaltiger Tourismus an Nord- und Ostsee: Steuerungsnotwendigkeiten und -möglichkeiten der Landes- und Regionalplanung, ISBN 978-3-88838-340-3, Verlag der ARL - Akademie für Raumforschung und Landesplanung, Hannover, pp. 41-51

This Version is available at:

<https://hdl.handle.net/10419/59774>

Standard-Nutzungsbedingungen:

Die Dokumente auf EconStor dürfen zu eigenen wissenschaftlichen Zwecken und zum Privatgebrauch gespeichert und kopiert werden.

Sie dürfen die Dokumente nicht für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, öffentlich zugänglich machen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Sofern die Verfasser die Dokumente unter Open-Content-Lizenzen (insbesondere CC-Lizenzen) zur Verfügung gestellt haben sollten, gelten abweichend von diesen Nutzungsbedingungen die in der dort genannten Lizenz gewährten Nutzungsrechte.

Terms of use:

Documents in EconStor may be saved and copied for your personal and scholarly purposes.

You are not to copy documents for public or commercial purposes, to exhibit the documents publicly, to make them publicly available on the internet, or to distribute or otherwise use the documents in public.

If the documents have been made available under an Open Content Licence (especially Creative Commons Licences), you may exercise further usage rights as specified in the indicated licence.

Christina Stellfeldt-Koch, Annette Seitz

Ausgewählte Trends im küstentouristischen Angebot am Beispiel von Niedersachsen

- 1 Einleitende Bemerkungen
- 2 Wasser als angebotsprägendes Element
- 3 Ausbau der Angebotskapazitäten im Wassersport
- 4 Wasser-, strand- und küstenbezogene Sportevents
- 5 Wasser und Naturerfahrung
- 6 Profilierung maritimer Kulturlandschaften
- 7 Profilierung des Marktsegmentes Golftourismus
- 8 Profilierung des Radtourismus
- 9 Entwicklungen im Reittourismus

Literatur

1 Einleitende Bemerkungen

Die regionalökonomische Bedeutung des Tourismus an der niedersächsischen Küste¹ ist hoch (vgl. einführenden Beitrag Homp/Schmidt/Seitz/Stellfeldt-Koch in diesem Band). Für die niedersächsischen Küstendestinationen besteht die wesentliche Aufgabenstellung daher darin, rückläufigen bzw. stagnierenden Übernachtungszahlen entgegenzuwirken und das Nachfrageniveau mindestens zu halten, möglichst jedoch zu steigern (ebd.). Über die Angebotspolitik werden seitens der Tourismusverantwortlichen die Voraussetzungen für eine positive Nachfrageentwicklung geschaffen. Erfolgreiche Angebotsentwicklung unterliegt einer klaren Orientierung an den Wünschen der potenziellen Gäste. Diese Wünsche sind einem stetigen Wandel unterworfen (siehe Beitrag von Rohr), was sich wiederum auf die Nachfragesituation vor Ort auswirkt. Entsprechend gibt es, über gewisse Zeiträume betrachtet, immer wieder neue Schwerpunktsetzungen in der Angebotsentwicklung im Küstentourismus in Niedersachsen.

Diese Veröffentlichung legt ihren Schwerpunkt auf die Veranschaulichung des Zusammenhangs zwischen Tourismus und raumordnerischen Fragestellungen. Um dies am Beispiel der touristischen Angebotsentwicklungen zu illustrieren, werden nachfolgend nur diejenigen Trends herausgegriffen, die für die Raumordnung grundsätzlich relevant sind und nicht bereits beispielhaft für Schleswig-Holstein abgehandelt wurden (vgl. vorangehenden Beitrag Homp).

2 Wasser als angebotsprägendes Element

In allen Küstenregionen Niedersachsens, Schleswig-Holsteins und Mecklenburg-Vorpommerns sind Wasser und Küste – kurz: die maritime Kulturlandschaft und alle

¹ Betrachtungsraum ist hier grundsätzlich nicht nur der Niedersächsische Küstenbereich, sondern immer auch das Bundesland Bremen, welches mit der Seestadt Bremerhaven über eine aktive Destination im Küstentourismus verfügt. Aus Gründen der Lesbarkeit wird dies jedoch nicht jedes Mal explizit erwähnt.

damit verbundenen Aktivitäten – die angebotsprägenden Elemente des Tourismus (vgl. auch Beiträge Homp, Baptista/Hansen und Smit).

Der Begriff Wassertourismus bezeichnet alle touristischen Angebotsformen, bei denen Wasser in seiner Erscheinungsform als Meer, Seen, Flüsse, Kanäle etc. das grundlegende Element darstellt. Dazu gehören z. B. Segeln, Motorboot und Kanu fahren, Tauchen, Angeln, Trendsportarten im und am Wasser wie Surfen oder Kitesurfen, sowie Fahrgast-, Fähr-, Kreuz- und Traditionsschiffahrt (vgl. dwif/BTE 2003: 6).

Wassertourismus ist bundesweit nach wie vor im Trend (ebd.: 11ff., 50ff.). So stand im Rahmen einer bundesweiten Marketingkampagne der Deutschen Zentrale für Tourismus (DZT) bereits das Jahr 2004 unter dem Titel „Faszination Wasser – Meere, Seen und Gewässer“ ganz im Zeichen des Themas. Im selben Jahr ist in Niedersachsen unter dem Titel „WasserReich Niedersachsen“ erstmals eine landesweite Marketingkampagne initiiert und ein „Merian extra“-Heft unter dem gleichnamigen Titel publiziert worden. Parallel entstand eine neue wassertouristische Rubrik des Tourismusportals nordwesten.net² der damaligen Regionalen Arbeitsgemeinschaft Bremen-Niedersachsen (RAG) und jetzigen Metropolregion Bremen-Oldenburg im Nordwesten. Viele Küstendestinationen nutzten und nutzen diese Marketingelemente auf Landes- und Regionalebene dazu, ihre Angebote profiliert auf den Markt zu bringen.

Das Thema Wassertourismus besitzt auch weiterhin hohe politische Relevanz für das Land Niedersachsen: So erfolgte am 22. Juni 2006 ein Landtagsbeschluss über die Beauftragung einer Analyse der Möglichkeiten des Wassertourismus in Niedersachsen hinsichtlich der wirtschaftlichen Bedeutung vorhandener Potenziale sowie umsetzbarer Initiativen und Maßnahmen zur weiteren Attraktivitätssteigerung des Wasserlandes Niedersachsen.³ Zielsetzung ist darüber hinaus, EU-Strukturfondsmittel der Förderperiode 2007–2013 gezielt für Investitionsmaßnahmen im Wassertourismus zur Verfügung zu stellen. Es ist davon auszugehen, dass die Nordseeküste aufgrund der natürlichen Voraussetzungen und der bereits vorhandenen Potenziale ein wesentlicher Förderschwerpunkt für den Ausbau des Wassertourismus in Niedersachsen sein wird. Im Rahmen des derzeit laufenden „Masterplans Nordsee“ (vgl. Beitrag Péron/Kottkamp/Stenert) spielt die Analyse der wassertouristischen Infrastrukturen ebenso eine Rolle. Im Rahmen der Aufgabe, Investitionsschwerpunkte herauszuarbeiten, werden durch den Masterplan unter anderem auch konkrete Aussagen dahingehend erwartet, an welchen Orten entlang der Küste wassertouristische Infrastrukturen ausgebaut werden.

Aktuell weisen unter dem Stichwort „Wassertourismus“ folgende Angebotstrends an den Küsten in Niedersachsen und Bremen eine besondere Raumrelevanz auf:

- Wassersport im engeren Sinne
- Wasser-, strand- und küstenbezogene Sportevents
- Wasser und Naturerfahrung
- Wasser als Kulisse – Inszenierung maritimer Kulturlandschaft

² Vgl. www.nordwesten.net

³ Vgl. Niedersächsischer Landtag: 92. Sitzung am 22. Juni 2006

3 Ausbau der Angebotskapazitäten im Wassersport

Segeln und Motorbootfahren sind entlang der niedersächsischen Küstenlinie als „klassische“ Angebotsformen im Wassersport traditionell wichtige Angebotelemente. In der Vergangenheit galten insbesondere die zahlreichen Sportboot- und Segelvereine als Hauptakteure im Bootstourismus. Seit einigen Jahren beziehen nun auch die Tourismusverantwortlichen in den Küstendestinationen den Sportboottourismus in ihre strategische Angebotsplanung ein. Tourismuspolitisch interessant ist die Klientel der Sportbootschifffahrer insbesondere, weil sie vielfältige Ausgaben tätigen (neben Einkauf, Gastronomie und Freizeitaktivitäten z. B. auch Liegegelder, Treibstoff und Ersatzteile etc.) und häufig über ein hohes Einkommen verfügen (vgl. dwif/BTE 2003: 67ff.; Wirtschaftsministerium Mecklenburg-Vorpommern 2000: 19).

Die touristisch relevanten Aufgaben bei dieser Form der Angebotsentwicklung liegen in der Bereitstellung von Anlegeplätzen mit qualitativ hochwertiger Infrastruktur und Dienstleistungen, dem Ausbau der Wasserwege in den küstennahen Gewässern, der Verbesserung der Zugänglichkeit von Wasserwegen und Anlegestellen, z. B. durch Schleusen und Übersetzungshilfen, sowie der wasserseitigen Erschließung touristischer Attraktionen. Der Ausbau und die Entwicklung dieser Angebote folgen dabei der Erkenntnis, dass Wassertouristen heute mehr suchen als nur die reine Anlegestelle und zunehmend ergänzende touristische Erlebnisse bzw. Angebote nachgefragt werden. Handlungsbedarf besteht hier zum einen in der Bereitstellung entsprechender Infrastrukturen (z. B. touristisches Informationssystem zur Verknüpfung wasser- und landseitiger Angebote, Ver- und Entsorgungsmöglichkeiten inkl. Einkauf und Gastronomie sowie ÖPNV-Anschluss) und zum anderen hinsichtlich des Auf- und Ausbaus von Anlegemöglichkeiten außerhalb der Häfen und Marinas zur Erschließung der landseitigen touristischen Attraktionen für Sportbootfahrer (vgl. dwif/BTE 2003: 3ff.).

Seit einigen Jahren wird dieses touristische Angebotssegment verstärkt in die touristische Angebotsplanung an der niedersächsischen Nordseeküste und auch in Bremerhaven aufgenommen. So spielt der Sportboot-Tourismus (Motorboot und Segeln) z. B. an der ostfriesischen Nordseeküste eine besondere Rolle: Die Partner der Ostfriesland Tourismus GmbH (OTG) wollen den Motorboot-Bereich zu einem prägenden Angebotsmerkmal weiterentwickeln und die Marketingaktivitäten unter dem Stichwort „Wasser aktiv“ zielgruppengerecht bündeln. So seien in der Region pro Jahr ca. 3000 Boote durchschnittlich etwa 20 Tage unterwegs und bringen nach Angaben des Geschäftsführers der OTG etwa 2,5 Mio. Euro an zusätzlichen Umsätzen.⁴ Dennoch bestehe großer Handlungsbedarf, um die Potenziale optimal zu erschließen, z. B. verhinderten zu niedrige Tiefgänge und Brückenhöhen die Vernetzung bestehender Routen.⁵

Raumordnerisch bzw. bauleitplanerisch relevant sind im Zusammenhang mit der touristischen Entwicklung des Wassersports der Ausbau der Anlegestellen selbst (z. B. durch den Ausbauplänen entgegenstehende gesetzliche Reglementierungen durch Naturschutz, Bauleitplanung, Küstenschutz etc.). Anlass für Konflikte bietet darüber hinaus grundsätzlich das Befahren des Wattenmeeres. Freiwillige Vereinbarungen sowie Befahrensregelungen sorgen in der Regel jedoch für einen reibungslosen Ablauf.

Wachsende Sektoren im Wassersport bundesweit sind außerdem Surfen und Kitesurfen sowie Kanu fahren. Letzteres ist jedoch eher für die Binnengewässer relevant, daher

⁴ Wassersportler generieren zusätzliche Einnahmen für den Tourismus durch ihre sportspezifischen Ausgaben (z. B. Liegegelder, Treibstoff, Ersatzteile, Reparaturen etc.), aber auch durch die Inanspruchnahme sonstiger Dienstleistungen in den Bereichen Gastronomie, Handel, Kultur etc.

⁵ Vortrag im Rahmen einer Veranstaltung zum Thema "Wassertourismus in Ost-Friesland: Wirtschaftliche Chance für die Region?" vgl.: www.kuestenfahrer.de, Stand: Juli 2007.

wird an dieser Stelle nicht näher darauf eingegangen. Surfen und Kitesurfen erfreuen sich nach Angaben von Tourismusfachleuten steigender Beliebtheit. Die Nordsee, die Nordseeküste und die Nordseeinseln in Niedersachsen bieten eines der besten Wassersportreviere Europas, sei es für Kitesurfen, Windsurfen, Segeln oder Wakeboarden. Als strategisches Element der Angebotsentwicklung sind diese an der niedersächsischen Küste jedoch noch nicht eingesetzt worden. Dies könnte allerdings im Zusammenhang mit der Potenzialanalyse zum Wassertourismus der Fall werden. Die bereits erwähnten „Wasser aktiv“ Marketing-Aktivitäten der OTG sind ein erstes Indiz, dass diese Segmente künftig eine zunehmende Rolle im niedersächsischen Nordsee-Tourismus spielen könnten.

Konfliktpotenziale hinsichtlich dieser wassersportlichen Aktivitäten liegen generell in dem notwendigen Schutz von Flora und Fauna in ökologisch sensiblen Gebieten, so insb. im Bereich des Nationalparks Niedersächsisches Wattenmeer. Ebenso wie im Sportboot-Bereich bilden freiwillige Vereinbarungen und Befahrensregelungen eine gute Grundlage, um die Ansprüche der Touristen mit denen des Naturschutzes weitestmöglich zu vereinbaren.

4 Wasser-, strand- und küstenbezogene Sportevents

Ein wachsender Trend an der niedersächsischen Nordseeküste beruht auf der zunehmenden Nachfrage nach kleinen und großen Erlebnissen in Urlaub und Freizeit: Immer mehr Menschen interessieren sich für spektakuläre Events, die in Zusammenhang mit den naturräumlichen Gegebenheiten stehen: Wasser, Strand oder Deich werden dabei zu einer Kulisse (siehe dazu auch unten) für sportliche oder kulturelle Großereignisse. Beispiele dafür sind z. B. der alljährlich entlang der Küste stattfindende Nordseelauf, Drachenfest und Sandcarving-Wettbewerb in Butjadingen, verschiedenste hochklassige Beachsport-Ereignisse und das Duhner Wattrennen (jährlich 30.000 bis 40.000 Zuschauer) in Cuxhaven sowie die Großseglertreffen in Wilhelmshaven während des Wochenendes an der Jade oder die alle fünf Jahre stattfindende Sail in Bremerhaven. Während Nordseelauf, Drachenfest, Carving-Wettbewerb, Duhner Wattrennen sowie Großseglertreffen temporäre Ereignisse sind, ist beispielsweise in Cuxhaven eine eigene Infrastruktur für sportliche Großereignisse am Strand errichtet worden. Verschiedenste nationale und internationale Meisterschaften in unterschiedlichen Beach-Ballsportarten können seit einigen Jahren im eigens errichteten „Strandstadion am Meer“, dem einzigen befestigten Center-Court an der deutschen Nordseeküste mit Meeresblick, ausgerichtet und von mehr als 1000 Tribünenplätzen aus verfolgt werden.

Allen Ereignissen gemein ist, dass zwar in der Regel keine dauerhaften Infrastrukturen geschaffen werden müssen, dennoch aber durch den hohen und auf wenige Tage beschränkten Besucherandrang verschiedenste Überlastungen, z. B. von Straßen, öffentlichen Verkehrsmitteln, Wohngebieten, aber auch den Natur- und Landschaftsräumen selbst (Strand, Deich sowie Flora und Fauna), auftreten können. Hinzu kommt durch die Bereitstellung von Parkflächen für anreisende Zuschauer, dass in ohnehin sensiblen Gebieten zusätzliche Flächen für die Versiegelung in Anspruch genommen werden.

5 Wasser und Naturerfahrung

Für die Küstenorte an der Nordsee gilt als zentrales Angebotselement nach wie vor: Die Menschen kommen wegen der naturgegebenen Voraussetzungen von Strand und Meer und möchten diese Landschaft auch möglichst unbegrenzt erfahren können. Wandern, Rad- und Wasserwandern sind daher zentrale Angebotselemente des Nordsee-

Tourismus und werden von den touristischen Destinationen offensiv vermarktet (vgl. Beiträge Homp, Baptista/Hansen, Smit).

Dem Wunsch nach ungestörter Naturerfahrung der Touristen steht jedoch häufig die ebenso notwendige Erhaltung der natürlichen Gegebenheiten und damit der Schutz von Flora, Fauna bzw. insgesamt sensiblen Ökosystemen, wie etwa dem Wattenmeer oder großen Dünengebieten, gegenüber. Trotz intensiver Kommunikation und Zusammenarbeit mit den für den Naturschutz zuständigen Behörden und Einrichtungen kommt es gelegentlich zu Problemen. So beispielsweise dadurch, dass Touristen sich über Schutzvorschriften hinwegsetzen oder Naturschützer die Belange des Naturschutzes durch touristische Maßnahmen verletzt sehen. Voraussetzung für einen Interessenausgleich verschiedener Nutzergruppen ist neben dem intensiven Austausch der behördlichen und privaten Institutionen und ihrer Vertreter auch die Aufklärungs- und Informationsarbeit im Rahmen der touristischen Angebotsentwicklung.

Konflikte entstehen ebenfalls dann, wenn es in touristisch besonders attraktiven Naturräumen konkurrierende Nutzungsansprüche gibt, etwa durch Gewerbeansiedlungen oder -erweiterungen, wie etwa im Zuge des Baus des neuen Tiefwasserhafens „Jade-Weser-Port“ in Wilhelmshaven. Andere Beispiele sind Investorenanfragen für die Realisierung von Ferienwohnanlagen oder anderen touristischen Großprojekten, die bevorzugt in attraktiven Lagen am Wasser entstehen sollen. In diesem Zusammenhang gewinnen neben den auf der Ebene der Landes- und regionalen Raumordnung getroffenen verbindlichen Abstimmungen informelle Abstimmungsverfahren und Entwicklungskonzepte, wie etwa das Raumordnerische Gesamtkonzept für das niedersächsische Küstenmeer, zunehmend an Bedeutung, um eine verträgliche Entflechtung von Nutzungskonkurrenzen herzustellen (vgl. Beitrag Péron/Kottkamp/Stenert in diesem Band).

6 Profilierung maritimer Kulturlandschaften

Die Inwertsetzung von Aspekten maritimer Kulturlandschaft ist eine Strategie, die aktuell insbesondere von den städtetouristischen Destinationen an der niedersächsischen Nordseeküste (Emden, Leer, Wilhelmshaven, Bremen, Bremerhaven, Cuxhaven usw.) verfolgt wird. Im Kern geht es dabei um eine Rückbesinnung auf das maritime Erbe. Städtebauliche Maßnahmen in Kombination mit touristischen Großvorhaben sollen die maritime Lage nicht nur für die ortsansässige Bevölkerung, sondern insbesondere für Tages- und Urlaubsgäste noch besser erlebbar machen, z. B. durch den Bau von Promenaden, die Schaffung von Sichtachsen und Wegeverbindungen zur Anbindung des Zentrums ans Wasser etc. In der Regel sind diese strategischen Entwicklungsansätze tourismuspolitisch motiviert. Zentrale Zielsetzung ist es, die touristische Anziehungskraft zu erhöhen bzw. neue Angebote zu schaffen.

Beispielhaft für ein derartiges Konversionsvorhaben soll hier das städtebauliche und touristische Großprojekt „Entwicklungsvorhaben Tourismusressort Alter/Neuer Hafen“ in Bremerhaven, neuerdings unter dem publikumswirksamen Titel „Havenwelten“ vermarktet, vorgestellt werden. Im Rahmen des Vorhabens werden etwa 40 Hektar eines innenstadtnahen ehemaligen Hafens für Freizeit, Tourismus, Wohnen, Gewerbe und Handel umgenutzt. Die touristischen Entwicklungsvorhaben sind ein zentrales Standbein der neuen Stadtentwicklungsstrategie Bremerhavens, die den Strukturwandel von ehemals Schifffahrt, Hafen, Fischerei und Werftindustrie meistern und den Dienstleistungssektor stärken soll. Oberbürgermeister Jörg Schultz zu den Zielsetzungen: „Mit unseren „Havenwelten“ schaffen wir ein maritimes Freizeitrevier, mit dem sich Bremerhaven künftig völlig neu im Städtetourismus positionieren wird.“

Für die Investitionen stehen rund 263 Mio. Euro an öffentlichen Mitteln zur Verfügung. Weitere 110 Mio. Euro an privaten Investitionen sind geplant. Zu den Maßnahmen im Einzelnen zählen Kultur- und Freizeitattraktionen wie das bereits fertiggestellte Deutsche Auswandererhaus, die Erweiterung des „Zoo am Meer“ und das geplante „Klimahaus Bremerhaven 8° Ost“. Hinzu kommen hochwertige Büro- und Wohnimmobilien in direkter Wasserlage sowie ein Hotelneubau zur Schaffung zusätzlicher Angebotskapazitäten und Einzelhandelsnutzung. Weitere Infrastrukturmaßnahmen im Umfeld des Hafens sind im Sommer 2007 fast abgeschlossen, wie etwa eine neue Sportbootschleuse sowie die neue Lloyd Marina mit knapp 100 Liegeplätzen für Sportboote und Segler. Geplant ist die Verdoppelung der Marina in einem zweiten Abschnitt. Zusätzlich soll ein Boardinghouse entstehen, in dem auch eine Hotelbuchung mit 3-Sterne-Standard möglich sein wird.

Des Weiteren sind Wohnobjekte direkt am Weserdeich gegenüber der Marina geplant. In direktem Zusammenhang mit den Entwicklungsvorhaben steht ebenso der Neubau eines Reisemobilparkplatzes mit ca. 60 Plätzen und einer Größe von 2.500 m². Aktuellen Besucherprognosen zufolge sollen die zusätzlich geschaffenen Attraktionen bereits im Jahr 2007/2008 fast eine Million zusätzliche Besucher nach Bremerhaven bringen.

Dieser stadtentwicklungspolitisch motivierte Ansatz der Tourismusförderung ist derzeit in allen küstennahen Städten in Niedersachsen und Bremen zu beobachten. Ein vergleichbarer Weg der Stadtentwicklung über touristische Großvorhaben wird in der Stadt Wilhelmshaven mit der Entwicklung der sog. Maritimen Meile (Marinemuseum, Wattenmeerhaus, Küstenmuseum, Oceanis, Aquarium, Museumsschiffe) verfolgt. In Bremen soll nach dem erfolgreichen Ausbau der „Schlachte“ zu einer Flaniermeile mit Freizeitanleger nun auch die „Übersee-Stadt“ im ehemaligen Hafengebiet touristisch genutzt werden.

Eine Besonderheit der touristischen Inwertsetzung „maritimen Lebens“ ist die Entwicklung des Hafentourismus. Dieses Angebotssegment erfährt in den niedersächsischen und bremischen Hafenstädten – wie auch in Hamburg oder in Schleswig-Holstein etwa in den Ostseehafenstädten, aber auch in Husum oder Bismarck – aktuell ebenfalls große Aufmerksamkeit. Die Konversion aufgelassener Hafenareale und nicht mehr gewerblich genutzter Hafenbecken bietet gute Ausgangsbedingungen für eine ausschließliche touristische Nutzung bzw. eine Kombination gewerblicher und touristischer Nutzung und trägt somit zu einer Stärkung des maritimen Profils der Hafenstädte entlang der Küste bei. So plant z. B. die Stadt Leer den Ausbau eines historischen Hafens. In Wilhelmshaven ist der in erster Linie als Tiefwasserhafen für den Containerumschlag vorgesehene Jade-Weser-Port parallel als neues touristisches Highlight vorgesehen. Touristikfachleute arbeiten gemeinsam mit der Hafenbetreibergesellschaft an einer Struktur für die Besucherbegleitung. Während der Bauphase soll eine Info-Box (vergleichbar der Info-Box am Potsdamer Platz in Berlin) den Entstehungsprozess des Hafens begleiten, später soll sie dann als Besucherzentrum fungieren.

Durch die Raumordnung werden derartige Hafenentwicklungs- bzw. Stadtentwicklungsvorhaben in der Regel positiv bewertet, da die Umnutzung innerstädtischer (Brach-)Flächen einen erheblichen Beitrag zur Vermeidung des Flächenverbrauchs in ohnehin belasteten touristischen Intensivgebieten liefert.

7 Profilierung des Marktsegmentes Golftourismus

Golf zählt weiterhin zu den Sportarten mit den höchsten Zuwächsen. Dies ist für Touristikfachleute besonders interessant: Die Sportart lässt sich sehr gut auch im Urlaub ausüben, vielfach ist es sogar ein besonderer Reiz für Golfspielende, sich auf unterschiedlichen Plätzen auszuprobieren und das eigene Können zu verbessern. Etwa zwei Drittel aller Golfer unternehmen einer Analyse des deutschen Golfmarktes zufolge jährlich Golfreisen, 70 % aller Golfer spielen im Rahmen von Tagesausflügen auf fremden Plätzen.⁶

Für den Tourismus ist Golf auch wirtschaftlich interessant, weil der typische Golfspieler eher wohlhabend und gebildet ist sowie in Zwei-Personen-Haushalten lebt und damit einer vergleichsweise mobilen und solventen Zielgruppe angehört. Außerdem zeigt sich, dass Golf auch zunehmend breiter nachgefragt wird und sich das Nachfragepotenzial somit insgesamt erhöht. Die bereits genannte Untersuchung aus dem Jahr 2005 kommt zu dem Ergebnis, dass der Golftourismus in Deutschland im internationalen Vergleich noch immense Entwicklungspotenziale besitzt. Nicht zuletzt vor diesem Hintergrund ist es in Niedersachsen landesweite Zielsetzung, das Bundesland ab 2007 unter der Federführung der Tourismus GmbH als Top-Golfdestination zu etablieren. Der Nordwesten Niedersachsens einschließlich der Küstendestinationen ist besonders gut mit Golfplätzen ausgestattet und soll als eigene Golfregion profiliert werden. Unter dem Titel „Golfregion Nordwest“ hat sich mittlerweile eine Marketingvereinigung von 16 Golfplätzen im Nordwesten gebildet. Zu den Aktivitäten gehören die Herausgabe einer Broschüre, eine Internetseite, eine gemeinsame „Nordsee Greenfee-Card“ und die Vermarktung von Pauschalangeboten. Aktuell geplant ist der Auf- bzw. Ausbau von Golfplätzen v. a. auf den Inseln (z. B. Norderney, Wangerooge, Langeoog, Borkum) und an der Küste (z. B. Schillig).

Raumordnerisches Konfliktpotenzial birgt der Golftourismus als sogenannte großflächige Freizeitanlage hinsichtlich der bei der Ausweisung von zusätzlichen Plätzen möglicherweise auftretenden Nutzungskonkurrenzen mit Landwirtschaft, Naturschutz, Trinkwasserschutz etc., sodass es in der Regel zu sorgfältigen Abstimmungsprozessen zwischen den einzelnen Nutzungsansprüchen kommen muss. Im Sommer 2007 gab es beispielsweise auf den Inseln Borkum, Langeoog und Wangerooge massive Widerstände gegen den Bau bzw. die Erweiterung von Golfplätzen. Hintergrund der Auseinandersetzungen ist vor allem die Befürchtung, dass wertvolle Flächen für den Naturschutz verloren gehen.

Als Alternative kommt aktuell unter dem Namen „Swin Golf“ eine vereinfachte Variante des Golfsports immer mehr in Mode. Gespielt wird auf einem Gelände von 5 bis 10 ha, das ohne große Eingriffe in die Landschaft hergerichtet werden kann. Für die Spieler ist keine sog. Platzreife erforderlich, Swin Golf kann ohne Vorkenntnisse gespielt werden. Zudem ist es um ein vielfaches preisgünstiger als traditionelles Golf. Aufgrund dieser Voraussetzungen bietet Swin Golf insbesondere Landwirten eine alternative Einnahmequelle und es ist davon auszugehen, dass diese Form des „Golf für Jedermann“ sich künftig steigender Beliebtheit in den Küstenregionen erfreuen wird.⁷

⁶ GTC – Golf & Tourism Consulting 2001

⁷ www.swingolf-deutschland.de, www.swingolf-friesland.de

8 Profilierung des Radtourismus

Die Marktentwicklung im Radtourismus ist gekennzeichnet von einem stetigen Wachstum. Dabei sind Fahrrad-Urlaube überwiegend keine Nebensache, sondern Haupturlaubszweck. Ebenfalls hat das Radfahren als Naherholung große Bedeutung erlangt. Die Angebotskapazitäten werden noch immer ausgeweitet. Die mittel- und langfristige Perspektive ist ein noch stärkerer Wandel vom Anbieter- zum Nachfragermarkt und ein damit verbundener Verdrängungsmarkt.

Die umfangreiche Reiseerfahrung von Radtouristen, wobei die Zielgruppen mit hohen Familien- und 50+ -Paar-Anteilen eine herausragende Rolle spielen, sowie steigende Qualitätserwartungen werden zu einer Weiterentwicklung der Qualität von Infrastruktur, Produkten und Services führen. Marktstrategien werden nach den Unterzielgruppen Einwohner-Tagesradler, Urlauber-Gelegenheitsradler, Sternradler und Etappenradler differenziert. Nur über klare Profilierung und Markttransparenz, gezielte Ansprache der unterschiedlichen Zielgruppen und stete Qualitätssteigerung sind weitere Marktanteile möglich (PROJECT M, 2004).

In den letzten Jahren ist eine Inflation von radtouristischen Internetportalen wie www.radreisen.de, www.adfc.de u.v.a., aber auch eine Vielzahl von Webauftritten zu einzelnen Radrouten (Siel-Route, Ammerland-Route etc.) zu verzeichnen. Zunehmend spielen Rad-Routen-Planer im Internet eine Rolle (z. B. www.verkehrsinfo.de). Das in Niedersachsen eher unübersichtliche Angebot wird über Portale wie www.ostfriesland.de, www.nordwesten.net, den ADFC oder über die TourismusMarketing Niedersachsen gebündelt. Gegenwärtig werden Radrouten und radtouristische Angebote stark kommunal bzw. im kleinregionalen Bereich infrastrukturell entwickelt und vermarktet. Einige Fernrouten wie der Weserradweg, der Elbe-Radweg oder die North Sea Cycle-Route haben einen hohen Bekanntheitsgrad und sind Zubringer in die Küstenregion. Die Bedeutung und Vermarktung internationaler Radrouten wie der North Sea Cycle Route oder der Internationalen Dollart-Route werden zunehmen. Kombinationen des Radtourismus z. B. mit stadttouristischen, kulturellen Angeboten, Naturerlebnissen sowie mit regionaltypischen Angeboten wie den sog. Melkhüsern erweitern das Spektrum.

Niedersachsen und besonders seine Küstenregionen sind aufgrund der Landschaftsmodulation gegenüber mittel- und süddeutschen Regionen besonders prädestiniert für Radtourismus, stehen aber in Konkurrenz zu allen anderen Küstenregionen des gesamten Betrachtungsraums.

Erste Routen eines deutschlandweiten Radfernwegenetzes sind bereits ausgeschildert. Der gerade eröffnete Meerweg, der die Binnenseen Steinhuder Meer, Dümmer und Zwischenahner Meer mit der Küste verbindet, ist ein Beispiel dafür. Ostfriesland setzt auf das attraktive Marktsegment „Paddel und Pedal“ und baut dies hochwertig mit weiteren Stationen aus. Große Städte bieten inzwischen Routen um und in ihre Innenstädte hinein an (Grüner Ring Bremen, Route um Oldenburg). Bei den Zielgruppen unterscheidet man die Etappenfahrer und die Sternfahrer, die wieder an ihren Ausgangsort zurückfahren, sofern sie für die Rückfahrt nicht den ÖPNV nutzen (können).

Niedersachsen verfügt bereits über ein grundsätzlich gut ausgebautes Radwegenetz mit weitgehend flächendeckender Beschilderung sowohl für die Entfernungsangaben als auch für die Vielzahl der lokalen, regionalen und überregionalen Routen.

Um im Wettbewerb mit anderen Küstendestinationen zu bestehen, muss neben einer deutlichen Profilierung der Regionen, klaren Marketingstrategien und einer durchgehenden Anpassung an die nachgefragten Qualitätselemente mit vernetzten Angeboten,

Service und infrastrukturellem Ausbau nachgebessert werden. In Teilbereichen ist der Ausbau und die qualitative Verbesserung von Radwegen nötig und geplant. Der allwettertaugliche Ausbau sowie eine ausreichende Breite der Radwege sind teilweise noch nicht genügend vorhanden. Dies gilt besonders für Strecken, die auch von Wanderern, Joggern und Inline-Läufern genutzt werden. Bei der Verknüpfung von Radrouten miteinander oder der Anbindung von lokalen an überregionale Routen treten stellenweise Lücken zutage. Das Radfahren auf Deichen und durch sensible Naturräume muss klar geführt und geregelt werden. Flächendeckend ist die Einrichtung von Schutzhütten oder Unterständen zu gewährleisten. Dies gilt besonders im Außenbereich oder dort, wo der Besatz an Gastronomie schwach ist. Besonders Knotenpunkte von mehreren Radrouten müssen ins Visier genommen werden. Als Startpunkte für Mehrtages-, aber auch Eintagesrouten sind Bahnhöfe besonders geeignet. An Startpunkten, wo kein ÖPNV mit Radtransport möglich ist, ist die Ausweisung von Parkplätzen erforderlich. Eine nicht unerhebliche Zahl von Radtouristen transportiert die Fahrräder mit dem PKW und fährt damit attraktive Startpunkte an. Gerade deshalb sind die Vernetzung von Radrouten, ein gutes Service-Angebot sowie ausreichende Parkplätze an Bahnhöfen und deren Vermarktung als Ausgangspunkte für Radrouten wichtig.

9 Entwicklungen im Reittourismus

Niedersachsen ist Pferdeland. Die Zucht von Sportpferden wie dem Hannoveraner oder dem Oldenburger ist weltweit bekannt. Reiten und Fahren hat hier Tradition. Lange Zeit fand das Reiten vorwiegend in Reitvereinen in Hallen oder in deren unmittelbarer Umgebung statt. Das Reiten als Freizeit-Sport hat sich stark entwickelt. Die Zahl der Pferdebesitzer nimmt stetig zu. Der Wirtschaftsfaktor rund ums Pferd gewinnt immer mehr Bedeutung. Der Trend zum Naturerlebnis und zur Bewegung in der freien Natur findet sich auch im Reitsport deutlich wieder. Parallel zu dieser Entwicklung werden Pferdebesitzer immer mobiler. Mit dem Pferd auf dem Anhänger geht es am Wochenende in die Natur, oder der Pferdebesitzer kommt mit Pferd in die Region um Urlaub zu machen. Reitsportveranstaltungen und Veranstaltungen rund um das Freizeitreiten erfreuen sich steigender Beliebtheit. Ein Highlight an der Küste ist das Wattrennen in Duhnen. Reitsportarten wie das Westernreiten, Wanderreiten und Distanzreiten sowie der Fahrsport finden immer mehr Anhänger. Diese fragen entsprechende Infrastruktur und adäquaten Service nach.

Daneben hat sich ein Nischensektor für den Grünlandbereich an der Küste und auf den Inseln entwickelt: Urlaub für das Pferd. Das Klima an der Küste und speziell auf den Inseln ist für Pferde mit Problemen der Atemwege oder mit allergischem Sommerkezem sehr geeignet. Die fetten Marschenweiden eignen sich besonders für die Aufzucht von Jungpferden.

Die Angebote für Reittourismus sind in Niedersachsen sehr vielfältig. Vermarktung findet statt z. B. über die TourismusMarketing Niedersachsen GmbH oder das Angebot von bed & box (siehe www.reiseland-niedersachsen.de, www.bedundbox.de). Das Projekt bed und box hat sich erfolgreich aus der Arbeitsgemeinschaft Urlaub und Freizeit auf dem Lande e. V. entwickelt. Es ist noch nicht flächendeckend in Niedersachsen umgesetzt. Weiterhin bietet eine unüberschaubare Anzahl an Pferdezeitschriften viele Einzelangebote an. Auch Kombi-Urlaube mit Kultur, Wellness u. a. sind längst am Markt.

Eine Vernetzung aller Anbieter rund um Pferd und Reiter sowie die Vernetzung von „bereithbaren“ Wegen bzw. besonders ausgewiesenen Reitwegen sind Strategien von immer mehr Landkreisen und Regionen.

Auf der Website von bed und box kann der Reiter mit dem Reitwegenavigator „bereitbare“ Wege auf dem von bed & box vermarkteten Gebiet anzeigen lassen und ausdrucken. Die Eignung der Wege wird durch Abreiten überprüft.

Einige Landkreise wie z. B. das Emsland verfügen bereits über ein ausgewiesenes Reitwegenetz mit Kartenmaterial. Die Landkreise Diepholz, Vechta und Oldenburg haben ein Projekt zur Bestandsaufnahme und Vernetzung von Reitwegen begonnen. Auf dem Gebiet der Stadt Cuxhaven wurde auf einem ehemaligen Truppenübungsplatz ein 60 km langes Reitwegenetz angelegt.

In Niedersachsen ist das Reiten und Fahren mit Kutschgespannen auf öffentlichen Wegen und Straßen u. a. laut dem „Gesetz über den Wald und die Landschaftsordnung“ von 2002 sowie dem Niedersächsischen Naturschutzgesetz grundsätzlich fast überall erlaubt. Damit ist die niedersächsische Gesetzgebung vergleichsweise liberal. Auf Privatwegen – das gilt auch für viele private Waldwege – ist das Reiten und Fahren nur auf gekennzeichneten Wegen erlaubt. Die Regelungen können dabei von Landkreis zu Landkreis unterschiedlich sein. In Naturschutzgebieten gilt die jeweilige Verordnung. Im Nationalpark Wattenmeer in der Ruhezone und somit auch auf den Inseln ist das Reiten und Fahren nur auf ausgewiesenen Routen gestattet. Reiten auf Deichen, Dünen und in den Salzwiesen ist verboten (siehe www.vfdnet.de).

Das Reiten an der Küste, auf den Inseln und im Watt übt auf Reiter eine außerordentlich große Attraktivität aus. Im Bereich Cuxhaven/Insel Neuwerk kommt es z. B. häufig zu einer übermäßigen Nutzung der ausgewiesenen Routen, verbunden mit einem starken Andrang von PKW mit Pferdeanhängern an der Küste.

Anders als Radfahrer, die sich normalerweise nur auf Straßen und Radwegen bewegen können, ist der Reiter grundsätzlich in der Lage, sich mit seinem Pferd ins freie Gelände zu begeben. Nicht befestigte Wege sowie geschlossene Vegetationsdecken können geschädigt werden. Dies führt zu Konflikten mit privaten Waldbesitzern und Landwirten sowie zu Problemen in den Naturschutzgebieten. Viele Verbände wie zum Beispiel die Vereinigung der Freizeitreiter und -fahrer in Deutschland e. V. informieren über die Gesetze und Verordnungen und geben Reitern Verhaltensregeln an die Hand. In einigen Gebietskörperschaften herrscht eine Kennzeichnungspflicht für Pferd und Reiter im Gelände. Wege, die auch von anderen Gruppen wie Radfahrern und Fußgängern genutzt werden, bergen stets Konfliktpotenzial. Hier ist Rücksichtnahme von Reitern besonders gefragt.

Andere Regionen holen im Reittourismus auf, auch hier gilt für das Bestehen im Wettbewerb eine nachhaltige Anpassung an die steigende Nachfrage nach Reiten und Fahren in der Natur. Die Zielgruppe der Reiter hat zunehmend Anforderungen an Qualität. Dazu gehören eine Ausweitung und Verknüpfung der Services und Übernachtungsangebote, aber wesentlich mehr noch als im Radtourismus der Ausbau und die Vernetzung bereiter Wege sowie die Anlage von klar ausgewiesenen Reitwegen. Eine Trennung von Reit- und Rad-/Wanderwegen ist im Idealfall anzustreben, ansonsten ist sie durch Kennzeichnung bzw. ausreichende Breite der Wege umzusetzen. Die Umsetzung dieser Maßnahmen liegt in kommunaler Verantwortung in Zusammenarbeit mit Landwirten, Waldbesitzern und Reitvereinen. Aufgebaut werden kann dies auf bestehenden Kartierungen und aktuellen GIS-Systemen.

In besonders attraktiven Reitrevieren sind Stellplätze für PKW und Hänger erforderlich, deren Anzahl allerdings auch beschränkend wirken kann, wenn keine Ausweichmöglichkeiten zum Parken bestehen. Um besonders starke Beanspruchungen von bestimmten Gebieten zu mindern, müssen entweder klare Reglementierungen die Nutzung

kanalisieren oder durch die Schaffung attraktiver neuer Angebote und Reitmöglichkeiten muss die Belastung entzerrt werden.

Literatur

BIS Bremerhavener Gesellschaft für Investitionsförderung und Stadtentwicklung mbH (2006): BIS aktuell Nr. 3. www.bis-bremerhaven.de Stand: April.

kwif – Consulting GmbH/BTE Tourismusmanagement, Regionalentwicklung (2003): Grundlagenuntersuchung Wassertourismus in Deutschland. Berlin.

Equestrian World Verden e.V., RAin Annegret Wozny (2004): Rechtliche Rahmenbedingungen. Verden.

Fachdienste Regionalplanung der Landkreise Friesland, Diepholz und Cuxhaven (2006): Expertengespräche.

GTC – Golf & Tourism Consulting (2001): Präsentationsunterlagen „Tourismus – eine Chance für den Golfmarkt?“ DGV Führungsseminar Frankfurt. Stand: Februar.

Niedersächsisches Naturschutzgesetz (2005). Verlag C. H. Beck. München.

PROJECT M Marketingberatung Prof. Kreilkamp & Co. GmbH (2004): Radtourismus im Nordwesten. Lüneburg.

student consulting, Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg (2006): Reiten in der Metropolregion Hamburg. Teil 3 , Handlungsempfehlungen. Hamburg

Vereinigung der Freizeitreiter und -fahrer in Deutschland e. V (2004): Das Reitrecht in den Ländern. www.vfdnet.de

Wirtschaftsministerium Mecklenburg-Vorpommern (2000): Entwicklungschancen des maritimen Tourismus in Mecklenburg-Vorpommern. Schwerin.

Beispielhafte Links:

bed & box, Arbeitsgemeinschaft Urlaub und Ferien auf dem Land e. V., www.bedundbox.de

„Pferdland Niedersachsen“, www.reiseland-niedersachsen.de

www.nordwesten.de

www.adfc.de