

AZ: - 69 - ei-w/eg

**Drucksache Nr.: 1112/2003/DS**

=====

Beratungsfolge	Termin	Status	Behandlung
Finanz- und Wirtschaftsförderungsausschuss	22.11.2006	Ö	Endg. entsch. Stelle

**Berichtersteller:**

Oberbürgermeister

**Verhandlungsgegenstand:**

**Tourismusentwicklung in der Stadt  
Neumünster**

**A n t r a g :**

1. Der Ausschuss nimmt den Bericht „Wirtschaftsfaktor Tourismus in Neumünster“ zur Kenntnis.
2. Der Ausschuss nimmt den Bericht zum Stand der Tourismusentwicklung und zur Einbindung in die touristischen Organisationen des Landes zur Kenntnis.
3. Der Ausschuss beauftragt die Verwaltung vor dem Hintergrund der Erweiterung des touristischen Angebotes mit der Aktualisierung des Tourismuskonzeptes zur Überprüfung und Bewertung der Chancen und Potentiale.
4. Der Ausschuss beauftragt die Verwaltung, abgeleitet aus dem Tourismuskonzept, Vorschläge für ein städtisches Tourismusmanagement zu entwickeln.

**Finanzielle Auswirkungen:**

Doppelhaushalt 2007 / 2008

## **Begründung:**

In der Grundlagenuntersuchung „Städte- und Kulturtourismus in Deutschland“, die im Auftrag des Deutschen Tourismusverbandes mit finanzieller Unterstützung durch das Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (BMWi) im Juli 2006 fertiggestellt wurde, wird der Städte- und Kulturtourismus als eines der wichtigsten Segmente des Deutschland-Tourismus herausgestellt.

Die Untersuchung kommt zu dem Ergebnis, dass der Städtetourismus und der Kulturtourismus in Städten eindeutig zu den Wachstumsmotoren der touristischen Nachfrage aus dem In- und Ausland gehören, zudem wird die Bedeutung des Städtetourismus als bedeutender Wirtschaftsfaktor herausgestellt. Zu den Tourismusstädten im Sinne dieser Studie gehört auch die Stadt Neumünster (s. Anlage: Kurzfassung der Grundlagenuntersuchung „Städte- und Kulturtourismus in Deutschland“).

Nach Aufkündigung der Mitgliedschaften in sämtlichen regionalen und überregionalen Tourismusorganisationen zum 31.12.1992 in Folge des BSL-Gutachtens, hat die Ratsversammlung in ihrer Sitzung am 12.11.2002 die Ergebnisse des Gutachtens „Tourismuskonzept Neumünster“ zur Kenntnis genommen und die Verwaltung einstimmig beauftragt, die Umsetzung des Tourismuskonzeptes als eine Maßnahme zur Stärkung des Wirtschaftsstandortes sowie zur Imageaufwertung bei angemessener Einbindung der Wirtschaft weiter zu verfolgen und zu begleiten. Weiterhin wurde die Verwaltung beauftragt, die Verknüpfung mit der Landestouristik, die Kooperation mit den Nachbargemeinden und die Verankerung bei Landesthemen herzustellen.

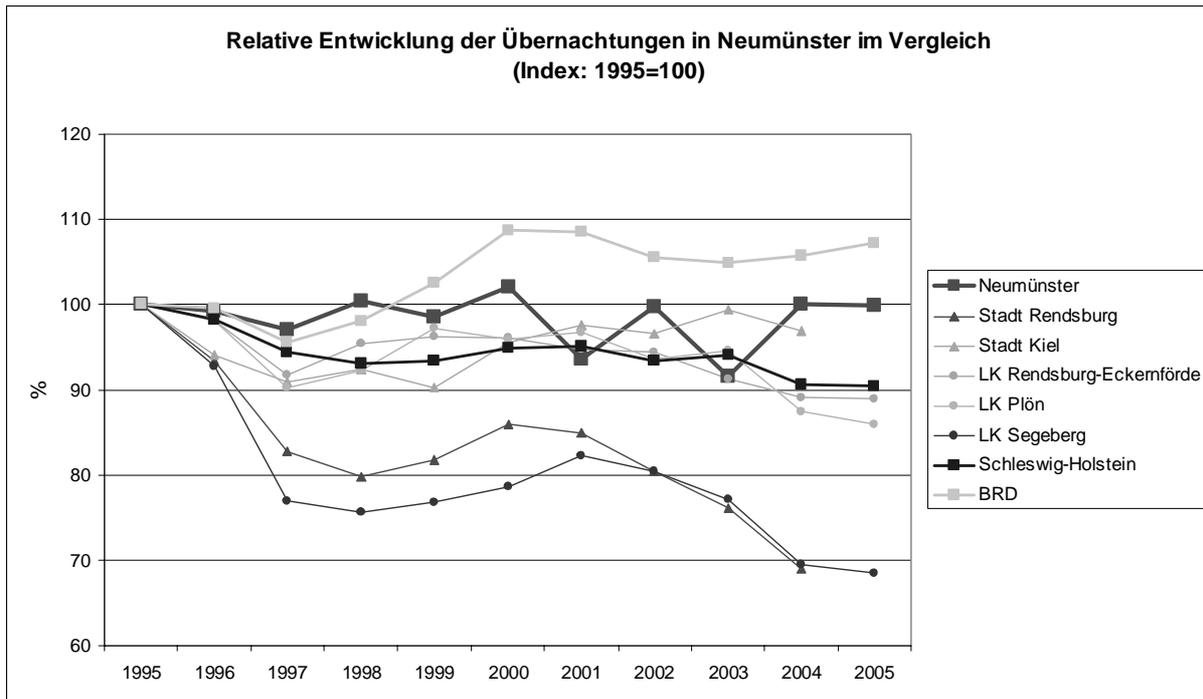
### **Wirtschaftliche Bedeutung des Tourismus in Neumünster**

Tourismus hat für Neumünster eine erhebliche Bedeutung.

Neumünster verzeichnete im Jahr 2005 rd. 115.000 Übernachtungen in Gewerblichen Betrieben mit mehr als 9 Betten. Die Übernachtungen sind seit 1995 stabil (anders als im Land, das kontinuierliche Rückgänge hinnehmen muss). Die jüngsten Daten weisen für Neumünster einen Zuwachs von Übernachtungen in Gewerblichen Betrieben von 5,8 % für die erste Hälfte des Jahres 2006 aus.

Die Betriebe unter 9 Betten werden vom Statistischen Landesamt nicht erfasst. In Neumünster gibt es eine beachtliche Zahl von privaten Übernachtungsangeboten und Ferienwohnungen. Hinzu kommen noch die Übernachtungen auf dem Campingplatz und auf dem am Bad am Stadtwald neu eingerichteten Wohnmobilstellplatz.

Das dwif (Deutsches Wirtschaftswissenschaftliches Institut für Fremdenverkehr an der Universität München) ermittelt das Volumen der Tagesausflugsreisen für Neumünster mit rd. 3 Mio. Besuchertagen p.a. Die aktuellen Ergebnisse des Tourismusbarometers Schleswig-Holstein sowie die Studie zum Städtetourismus Schleswig-Holstein bestätigen diesen Wert.



Vergleichswerte für Kiel und Rendsburg (ohne Camping) wurden für 2005 aus Gründen der Geheimhaltung nicht ausgewiesen.

Basis: amtl. Statistik Schleswig-Holstein bzw. Stat. Bundesamt, 1995 - 2005

Der Tourismus induziert in Neumünster Umsätze in Höhe von rd. 80 Mio. Euro p.a., die Einkommens- und die damit verbundenen Arbeitsplatzeffekte liegen bei rund 39. Mio. Euro p.a. Das dwif ermittelt die Anzahl der durch Tourismus induzierten Haupterwerbseinkommen auf 2.320 ( entspricht der Anzahl der Beschäftigten sowie der durch sie versorgten Angehörigen). Die touristischen Umsätze erbringen der Stadtkasse Neumünster ein Steueraufkommen in Höhe von rd. 1,8 Mio. Euro p.a.

(s. Anlage „Wirtschaftsfaktor Tourismus in Neumünster“, München 2006),

### Neuausrichtung des Schleswig-Holstein Tourismus

Der Tourismus ist als Wirtschaftsfaktor für das Land von herausragender Bedeutung. Der Tourismus in Schleswig-Holstein ist seit Jahren rückläufig. Die Verluste für das Land belaufen sich inzwischen auf mehr als 500 Millionen Euro Wertschöpfung (BIP) pro Jahr. Dem Tourismus wird auf Landesebene große Aufmerksamkeit entgegen gebracht. Roland Berger Strategy Consultants wurden beauftragt, ein „Handlungskonzept für die Neuausrichtung des Tourismus in Schleswig-Holstein“ zu erarbeiten. Das Ergebnis wird am 22.11.2006 wird auf dem 7. Tourismustag in Travemünde vorgestellt.

Das Gutachten empfiehlt eine Strategie der Fokussierung und Bündelung der Kräfte und eine Neuausrichtung des Tourismus in Schleswig-Holstein. Im Mittelpunkt stehen zeitgemäßes Marketing und ein eindeutiges klar differenziertes Profil für Schleswig-Holstein als modernem Urlaubsland mit einem einheitlichen Werteprofil und die Ausrichtung auf Qualitätstourismus.

Roland Berger Strategy Consultants empfiehlt die Ausrichtung der Landestouristik auf die drei ökonomisch attraktivsten Zielgruppen:

- Anspruchsvolle Genießer
- Familien mit kleinen Kindern (unter 14) und mittlerem/hohem Einkommen
  - Best Ager (56 bis 75)

Das Gutachten konzentriert sich in der Formulierung von Leitprojekten ausschließlich auf die genannten Zielgruppen. Weiterhin wird eine Reorganisation der Strukturen und eine Neuausrichtung der Förderpolitik als erforderlich angesehen. Für die Umsetzung sind rund 30 Mitarbeiterkapazitäten und Investitionen in Abhängigkeit von den Leitprojekten gefordert.

Strittig erscheint die Neuausrichtung der Schleswig-Holstein Touristik im Hinblick auf den Städtetourismus. Die Bedeutung des Städtetourismus wird in Schleswig-Holstein weithin unterschätzt. Die Ergebnisse des Tourismusbarometers machen deutlich, dass Schleswig-Holstein landesweit in den vergangenen Jahren 10 % der Übernachtungen verloren hat, während sich der Städtetourismus positiv entwickelt. Damit leisten die Städte in Schleswig-Holstein einen wesentlichen Beitrag zur Stärkung des Schleswig-Holstein Tourismus. Dies gilt nachweislich auch für Neumünster.

Die Tourismus-Städte in Schleswig-Holstein werden Sorge tragen müssen, dass der Städtetourismus (mit wichtigen Märkten wie Geschäftsreisen, Gruppenreisen, Busreisen, Tagesreisen, mit kulturellen Highlights und Veranstaltungen) in der Strategie der Schleswig-Holstein-Tourismus ausreichend berücksichtigt wird. Neumünster engagiert sich als Partner der Marketingkooperation Städte in Schleswig-Holstein für dieses Ziel (s.u.).

### **Einbindung in die Organisationsstruktur des Landes**

Der Bedeutung des Tourismus für die Stadt entsprechend engagiert sich Neumünster in der touristische Organisationsstruktur des Landes (wie in der Sitzung des Finanz- und Wirtschaftsförderungsausschusses am 09.03.2004 dargelegt).

Neumünster ist seit gut 4 Jahren auf den verschiedenen Arbeitsebenen der K.E.R.N.-Region eingebunden. Die Zusammenarbeit mit der TASH (Tourismus Agentur Schleswig-Holstein) ist mittlerweile reibungslos und garantiert eine Teilhabe der Stadt an den überregionalen Kampagnen (Internet, Medienagentur, Prospektmaterial etc.).

Die Zusammenarbeit mit den touristischen Marketingorganisationen „Binnenland“ und der „Marketingkooperation Städte in Schleswig-Holstein“ stellt die inhaltliche Verzahnung mit der Schleswig-Holstein Touristik sicher. So ist gewährleistet, dass jeder, der sich für das Urlaubsland Schleswig-Holstein interessiert, auch Informationen über Neumünster erhält. Die hier geschaffene Basis ist ein tragendes Fundament, um die noch brachliegenden Potentiale zu erschließen. Die zur Zeit auch auf Landesebene herausragenden Themen Radfahren, Reiten und Kultur sind deutlich ausbaufähig.

Insbesondere die Marketingkampagnen der Marketingkooperation Städte in Schleswig-Holstein (MaKS) sind ausgesprochen effizient. Für die Kampagne „Nightlife für Kinder“ erhielt die MaKS den Deutschen Tourismuspreis 2005 in der Kategorie Innovative Tourismusprodukte.

Die Positionierung der Stadt Neumünster im Landestourismus hat sich weiter gefestigt und sollte in den kommenden Jahren aufgrund der hohen Effizienz und der positiven wirtschaftlichen Auswirkungen auf dem erreichten angemessenen Niveau fortgesetzt werden.

## **Strategie**

Die Stadt Neumünster ist sich der Bedeutung und der Potentiale des Tourismus zwischenzeitlich bewusst und arbeitet konsequent an der Entwicklung von Freizeitwert, Tourismusangebot und Image. 2003 wurde unter dem Slogan „Auf in die Mitte“ ein touristischer Imageprospekt aufgelegt, 2005 folgte ein Gastgeberverzeichnis.

In Schleswig-Holstein ist deutlich geworden, dass die klassischen Produkte "Meer/Küste" und "Landschaft/ländliche Idylle" nicht ausreichen, um dem Tourismus im Land die nötigen Impulse zu geben. Erforderlich ist der Ausbau der Infrastruktur und die Entwicklung von Highlights, die den Gästen wetterunabhängige Erlebnisse bieten.

Neumünster liegt zentral und gut erschlossen mitten zwischen den Küsten. Die Stadt ist als zentraler Standort prädestiniert für die Entwicklung - wetterunabhängiger - touristischer Attraktionen. Die Stadt Neumünster unternimmt zur Zeit in dieser Richtung erhebliche Anstrengungen und setzt mit der Realisierung des Museums für Tuch und Technik, dem Skulpturenpark, der forcierten Entwicklung zur Pferdestadt und mit der Entscheidung zur Ansiedlung eines DOC entsprechende Akzente. Ziel ist es darüber hinaus, privatwirtschaftlich geführte touristisch attraktive Anlagen nach Neumünster zu holen, geeignete Flächen stehen zur Verfügung.

Im Integrierten Stadtentwicklungskonzept wurde die Bedeutung von Freizeit und Tourismus für die Entwicklung der Stadt Neumünster und die hier bestehenden Potentiale bestätigt. Im ISEK werden Flächen und Achsen sowie Schwerpunkträume für die Entwicklung von Freizeit- und Tourismusangeboten herausgearbeitet.

## **Weiterentwicklung der Pferdestadt Neumünster**

Gemeinsam mit dem Arbeitskreis Pferdestadt Neumünster (Pferdezuchtverbände, Turniergemeinschaft, Einzelhandelsverband, Marketinginitiative Neumünster, DeHoGa-Neumünster, Holstenhallen, Stadt Neumünster), der 2003 ins Leben gerufen wurde, wird eine faktische Stärke der Stadt, die zahlreichen überregional bedeutsamen Pferdeveranstaltungen, sowohl im Außen- wie auch im Innenmarketing herausgestellt. Mit dem Pferdestadt-Logo, einem Flyer und diversen Anzeigen und Redaktionsbeiträgen, wird diese internationale Facette der Stadt herausgestellt und zielgerichtet weiterentwickelt.

Zur Zeit stehen unter dem Slogan „Pferdestadt Neumünster“ Zucht, Körung, Verkauf und Sportveranstaltungen im Vordergrund. Für Freizeit- und Urlaubsreiter steht Neumünster als Teil der umgebenden Region. Das vielfältige Angebot dieser Region wird zur Zeit zusammengestellt und soll insbesondere durch das Internet vermittelt werden.

An diese Initiative und den Slogan „Pferdestadt Neumünster“ anknüpfend ist es Ziel, in den kommenden Jahren das Neumünsteraner Reitwegenetz auszubauen und an das landesweite Reit- und Fahrwegenetz anzuschließen. Nicht nur, um dem guten Ruf als „Pferdefreundliche Gemeinde“ gerecht zu werden, sondern auch, um den vom Strukturwandel in der Landwirtschaft betroffenen Betrieben neue Perspektiven zu erschließen.

## **Entwicklung der Infrastruktur für landschaftsbezogene Erholung / Tourismus**

Von besonderer Bedeutung ist für die Stadt Neumünster die zentrale Lage in Schleswig-Holstein. Daraus ergibt sich die Notwendigkeit und Chance einer optimalen Einbindung in die umgebenden Urlaubs- und Freizeitregionen. Um dieses Potential in Wert zu setzen, bedarf es u. a. einer Einbindung der Angebote der Stadt in die touristischen Routen der Region und des Landes.

Landschaftsbezogener Tourismus ist Schwerpunkt der Landestouristik, im Mittelpunkt stehen Radfahren und Reiten. Aktuell wird für Neumünster ein Konzept für Fahrrad- und Reitwege sowie für die bedeutenden fußläufigen Wegeverbindungen ausgearbeitet. Die Wegeführungen wie auch die Beschilderungskonzepte richten sich nach den landesweit gültigen Qualitätskriterien.

### **Fußläufige Systeme, Wandern, Walken**

Für Freizeit und Tourismus haben fußläufige Verbindungen eine hohe Bedeutung. In Neumünster gilt dies vor allem für den Erholungsraum am Stadtwald, den innerstädtischen Grünzug und für die Schwaleniederung. Bedeutung für Neumünster haben die Wegesysteme Stadtpunkte und Sehpunkte und der Erholungsraum am Einfeld See und am Dosenmoor.

### **Radfahren**

Neumünster liegt zentral im Fahrradland Schleswig-Holstein. Der Ochsenweg, eine stark beworbene Radstrecke der Schleswig-Holstein Touristik, quert Neumünster. Im Umland werden zahlreiche touristische Angebote aufgelegt. Der Bahnhof qualifiziert Neumünster als Ziel- und Startpunkt von Touren.

Die Stadt Neumünster bietet auf ihrem Stadtgebiet attraktive Fahrradverbindungen und Zielgebiete für Radtouren (Einfeld See, Dosenmoor, Innenstadt, Stadtwald, Naturerlebnisraum). Es bestehen Wegebeziehungen zum Radwegesystem des Umlandes. Diese sind jedoch nicht durchgängig ausgeschildert. Neumünster ist bisher unzureichend in die überregionalen radtouristischen Systeme eingebunden.

In seiner Tourismuswerbung gibt Neumünster dem Radfahren eine Bedeutung. Aufgrund der guten Ausgangsposition und der wachsenden Bedeutung des Radfahrens im Deutschlandtourismus hat das Thema für Neumünster Entwicklungspotenzial.

### **Reiten**

Reiten und Pferdesport sind interessante Wachstumsmärkte. Die Schleswig-Holstein-Touristik ist aktuell dabei, Reitangebote herauszuarbeiten, eine Reihe von Regionen haben sich schon als Reiterregionen profiliert. Die Pferdestadt Neumünster soll zukünftig im Reiterland Schleswig-Holstein angemessen eingebunden werden.

In der Pferdestadt Neumünster hat das Thema Pferd und Reiterei eine hohe Bedeutung. Neumünster ist traditionsreiche Reiterstadt, pferdefreundliche Gemeinde, Hochburg von Zucht- und Turniersport und beherbergt darüber hinaus eine Reihe von Reitbetrieben. Neumünster ist umgeben von regionalen Reitwegenetzen, allerdings bisher nicht genügend angebunden. Reitern und Fahrern, die Reitwege in Neumünster nutzen wollen, wird zur Zeit keine ausreichende Orientierung geboten. Es ist erforderlich, Neumünster in das regionale Reitwegenetz einzubinden.

## **DOC**

In der Stadt Neumünster entsteht voraussichtlich bis 2008 das erste Designer-Outlet-Center Norddeutschlands. Die Investoren- und Betreiberwahl zugunsten des europäischen Marktführers in diesem Segment lässt ein Maximum an Premiummarken erwarten. Dementsprechend hoch wird das Besucherpotential aus Norddeutschland und Skandinavien sein. Nicht zuletzt die Anbindung an die Urlaubsgebiete der Nord- und Ostsee sowie die BAB A7 als Touristenmagistrale von und nach Skandinavien lassen nach gutachterlicher Schätzung ein Besucherpotential von 1,5 bis 2,0 Mio. Kunden jährlich erwarten

## **Ausbildungsgang Freizeit/Tourismus und Kulturarbeit in Neumünster**

Seit August 2005 bietet die Elly-Heuss-Knapp-Schule Neumünster als einzige Ausbildungsstätte in Schleswig-Holstein im Rahmen der Erzieherausbildung einen neuen Ausbildungsgang mit dem Schwerpunkt „Freizeit/Tourismus und Kulturarbeit“ an. Neben der Theorie steht die Vermittlung von anwendungsbezogenen Kenntnissen im Vordergrund. Grundkenntnisse der Tourismusmarketings, des Veranstaltungsmanagements und der Betriebswirtschaftslehre bilden einen weiteren Bestandteil. Ein Schwerpunkt wird auf die Praxisorientierung gelegt. Ausgewählte Inhalte sollen in Kooperation mit Touristikunternehmen, Verbänden und Kultureinrichtungen in Schleswig-Holstein erarbeitet und durchgeführt werden. Durch die enge Verzahnung von Theorie und Praxis wird eine praxisnahe Qualifizierung der Absolventen erreicht, die eine berufliche Tätigkeit auf hohem Niveau sicherstellt. Mit der Einrichtung dieses Ausbildungsschwerpunktes reagiert die Elly-Heuss-Knapp-Schule auf Forderungen der Freizeit- und Tourismuswirtschaft, aber auch öffentlicher Einrichtungen und politischer Gremien, die einstimmig einen erhöhten Qualifizierungsbedarf in diesem Bereich feststellen. Eine Kooperationsvereinbarung mit der Fachhochschule Heide wird noch in diesem Jahr unterzeichnet.

## **Aktive Angebotsentwicklung (städtisches Tourismusmarketing)**

Mit der Eröffnung des Skulpturenparks (09.07), des Museums für Tuch und Technik (10.07), der zukünftigen starken Einbindung der Stadt in das Radwege- und -Routennetz in Schleswig-Holstein, der Entwicklung einer Nordic-Walking Arena festigt Neumünster seine Position als Freizeitaktive Stadt, die im Städtetourismus des Landes weiter an Bedeutung gewinnt.

Vor dem Hintergrund der Bedeutung des Tourismus für Neumünster, der Potenziale des Marktes und der aktuellen Entwicklungen (Tourismusinitiative des Landes, Ansiedelung des DOC, ...) bedarf die Neumünster-Touristik einer aktiven Entwicklung touristischer Produkte und der Verkaufsförderung. Wichtige Marketingaufgaben wie

- Bündelung touristischer Pakete (z.B. Pauschalangebote für Reisegruppen, interessante Aufhänger für einen Aufenthalt in Neumünster) zu buchbaren Angeboten, aktive Vermarktung
- aktive Ansprache geeigneter Zielgruppen (z.B. Rahmenprogramm für Begleitung von Besuchern der Reitsportveranstaltungen und Auktionen, Nordbau)

- Verkauf touristischer Angebote der Stadt (z.B. für Besucher von Messen, Veranstaltungen, für Radfahrer auf dem Ochsenweg)
- Integration der Angebote Neumünsters (Bad am Stadtwald, TierPark, Museen, Veranstaltungen, ...) in touristische Pakete der TASH, der Ostholstein Touristik und der Betriebe bzw. Veranstalter des Umlandes

liegen in Neumünster aktuell brach.

Die Ansiedlung des DOC wird Neumünster eine große Zahl zusätzlicher Besucher bringen. Diesen Gästen könnten Angebote in der Stadt (Tierpark, Skulpturenpark, Museum, Stadtbummel, ...) nahe gebracht werden. Dazu bedarf es entsprechender Anstrengungen: Erlebnisprogramme müssen ausgearbeitet und den DOC-Kunden angeboten werden, touristische Pakete müssen in Zusammenarbeit mit der Geschäftsführung des DOC erstellt werden.

Eine weitere Aufgabe des Tourismusmarketings ist die Optimierung der Kommunikation nach innen und außen.

Unterlehberg

Oberbürgermeister