

AZ: - 69 - hö/krö

**Drucksache Nr.: 0221/2008/DS**

=====

| Beratungsfolge                             | Termin     | Status | Behandlung           |
|--|------------|--------|----------------------|
| Finanz- und Wirtschaftsförderungsausschuss | 21.01.2009 | Ö      | Endg. entsch. Stelle |

**Berichterstatter:**

Oberbürgermeister Unterlehberg

**Verhandlungsgegenstand:**

**Tourismuskonzept Stadt Neumünster 2008**

**A n t r a g :**

1. Der Ausschuss nimmt den Bericht zum Stand der Tourismusedwicklung zur Kenntnis.
2. Der Ausschuss stimmt dem überarbeiteten Tourismuskonzept in der vorliegenden Fassung zu.
3. Der Ausschuss stimmt dem Vorschlag zu, neben dem vom Land verfolgten Zielgruppen- bzw. Themenmarketing für Neumünster auch die Felder Städte-, Tages-, Messe- und Tagungstourismus weiter zu entwickeln.
4. Der Ausschuss beauftragt die Verwaltung, abgeleitet aus dem Tourismuskonzept einen Vorschlag für ein Tourismusmarketing als Teil eines Stadtmarketings zu entwickeln.

**Finanzielle Auswirkungen:**

## **Begründung:**

In seiner Sitzung am 22.11.2006 hat der Finanz- und Wirtschaftsförderungsausschuss die Verwaltung mit der Aktualisierung des Tourismuskonzeptes beauftragt.

Die Überarbeitung des Tourismuskonzeptes für Neumünster erfolgte durch das Büro BTE, Hannover, das bereits das Tourismuskonzept 2001 erarbeitet hatte. Ein Schwerpunkt der Fortschreibung ist die Berücksichtigung und Einbindung der aktuellen touristischen Ausrichtung des Landes Schleswig-Holstein in die Tourismus-Strategie für Neumünster. Dies ist die Voraussetzung für die erfolgreiche Beantragung von Fördermitteln.

Bereits im ersten Tourismuskonzept aus 2001 wurden die touristischen Potentiale der Stadt aufgezeigt. Die Bedeutung des Tourismus für Neumünster als Standort- und Wirtschaftsfaktor wurde durch das vom dwif (Deutsches Wirtschaftswissenschaftliche Institut für Fremdenverkehr e.V. ), München, im Jahr 2006 vorgelegte tourismusökonomische Gutachten belegt, das dem Ausschuss am 22.11.2006 vorgestellt wurde. Die Stadt zählt jährlich rd. 3 Mio. Tagesgäste. Einen erheblichen Anteil daran haben die Urlauber an der Nord- und Ostsee. In Neumünster - wie auch in anderen Städten - bilden die Tagesgäste die mit Abstand wichtigste Nachfragegruppe. 96% aller Aufenthaltstage und 87% der touristisch induzierten Umsätze kommen aus dem Tagestourismus (dwif, 2006). Hinzu kommen pro Jahr rd. 120.000 Übernachtungen bei gewerblichen und privaten Vermietern.

Die Qualität des Tourismusangebotes der Stadt ist untrennbar mit dem Freizeit-, Kultur- und Einkaufsangebot für die heimische Bevölkerung verbunden. Tourismusmarketing ist daher stets auch Teil der Standortentwicklung sowie Image- und Wirtschaftsförderung einer Stadt.

Als größter Messe-, Kongress- und Veranstaltungsort in Schleswig-Holstein ist der Standort Neumünster von landesweiter Bedeutung. Entsprechend spielt der Geschäftsreise- und Business-tourismus für die Stadt eine herausragende Rolle. Die zentrale Lage im Binnenland und die Bedeutung der Holstenhallen als Messe- und Veranstaltungsort qualifizieren Neumünster als einen bedeutenden Tourismusstandort in Schleswig-Holstein. Zwar entspricht die Stadt mit diesen Tourismusthemen derzeit nicht der Schwerpunktsetzung des Landes, dennoch ist es aufgrund der spezifischen Stärken der Stadt geboten, die Potentiale im Tages-, Städte-, Messe- und Tagungstourismus zielgerichtet auszuschöpfen.

Der Ansiedlung des Designer Outlet Centers in Neumünster ist auch eine Schlüsselrolle für die touristische Entwicklung der Stadt beizumessen. Das DOC unterstreicht die zentrale Bedeutung der Stadt und bietet gleichzeitig die Chance, neue Gäste für die Angebote der Stadt zu gewinnen. Dafür ist es erforderlich, das DOC in die Strategie und die konkreten Angebote der Stadt einzubinden.

Mit der Verabschiedung des ersten Tourismuskonzeptes durch die Ratsversammlung im Jahr 2001 und die Gründung eines Arbeitskreises Tourismus hat Neumünster die Weichen für eine Stärkung des Tourismus gestellt. Seitdem wurde in der Tourismusedwicklung Vieles erreicht und unterschiedlichste Projekte mit touristischer Bedeutung umgesetzt.

Neumünster ist Mitglied im Schleswig-Holstein Binnenland Tourismus e.V. (SHBT) und der Marketingkooperation Städte (MaKS). Über diese touristischen Marketing-Organisationen (TMO) ist Neumünster in das Tourismusmarketing der Tourismus Agentur Schleswig-Holstein (tash) eingebunden.

Zudem besteht eine Touristinformation in Neumünster, touristisches Informationsmaterial liegt vor (Stadtunkte, Sehpunkte, Auf in die Mitte, Geschichten aus dem Stadtwald, Parkplatzführer, Kunst im Rathaus, Wo Ross und Reiter sich wohlfühlen, Reiterteller, Stadtplan, ...). Zu den bestehenden touristischen Angeboten kamen mit dem Museum für Tuch und Technik, dem Gerisch Skulpturenpark und der gartenroute zwischen den meeren\* starke neue Angebote hinzu. Mit dem Arbeitskreis Pferdestadt Neumünster wurde eine eigene Plattform für dieses bedeutende Thema geschaffen, mit der Entwicklung eines Konzeptes für die landschaftsbezogene Erholung (Wandern/Walken, Reiten, Radfahren) wurde die Grundlage für die den Ausbau dieser Potentialfelder geschaffen und die Einbindung in die Wegenetze der Region sowie die diesbezüglichen Leitprojekte des Landes gelegt. Die Schwanenparade und der Schleswig-Holstein-Tag 2008 haben deutliche Akzente für Image und Bekanntheit der Stadt gesetzt.

Dank dieser Anstrengungen ist es bislang gelungen, die Gästezahlen zu halten. Für das Erschließen zusätzlicher Potentiale bedarf es stärkerer Marktbearbeitung und weiterer Angebotsentwicklung.

Der Vergleich der Entwicklung der Übernachtungen in Neumünster mit anderen Städten und Regionen in Schleswig-Holstein ist ambivalent. Neumünster hat sich besser gehalten als der Landesdurchschnitt und besser als die Kreise. Andererseits bleibt Neumünster hinter der Entwicklung der Übernachtungszahlen der Städte Flensburg, Lübeck und Kiel zurück und konnte bislang nicht ausreichend vom landes- und bundesweit wirksamen Boom des Städtetourismus profitieren.

Eine Tourismusstrategie für Neumünster muss jedoch in die landesweite Tourismusstrategie eingebunden sein. Schleswig-Holstein ist traditionell ein wichtiger Tourismusstandort in Deutschland. Nach einigen schwierigen Jahren und deutlichen Marktverlusten entwickelt sich Schleswig-Holstein aktuell positiv. Mit der Vorlage des Handlungskonzeptes für die Neuausrichtung des Tourismus in Schleswig-Holstein 2006 und der damit verbundenen Neuausrichtung des Marketings hat der Tourismus innerhalb des Landes einen deutlichen Bedeutungszuwachs erfahren, der sich u.a. in entsprechenden Förderschwerpunkten niederschlägt. Neumünster orientiert sich mit dem Tourismuskonzept 2008 an diesen Leitlinien und wird so im Rahmen der Möglichkeiten die touristische Position des Landes stärken. Das Angebot der Stadt Neumünster ist auf die im Tourismuskonzept Schleswig-Holstein festgelegten Kernzielgruppen „Anspruchsvolle Genießer“, „Familien mit kleinen Kindern und mittlerem/hohem Einkommen“ und „Best Ager“ sowie die landesweiten Themen Kultur, Gastronomie, Radfahren, Naturerlebnis und Reiten ausgerichtet.

Zusätzlich haben in Neumünster die Themen Städtetourismus, Tagestourismus, Messe- und Tagungstourismus sowie der Geschäftsreisetourismus eine herausragende Bedeutung. Diese Themen sind bei der Neuausrichtung des Tourismus in Schleswig-Holstein trotz belegter Wachstumspotentiale für das Land zur Zeit noch nicht berücksichtigt. Die Verwaltung schlägt vor, diese für Neumünster starken Sektoren auch unabhängig vom Tourismusmarketing des Landes weiter auszubauen.

Die Tourismusbetriebe, Initiativen, Organisationen und die Verwaltung der Stadt Neumünster stehen vor der Aufgabe, überzeugende Angebote für die Vermarktung durch die Tourismus Agentur Schleswig-Holstein und die touristischen Marketingorganisationen zu realisieren. Für die Angebotsentwicklung und die Kommunikation der touristischen Angebote in Neumünster müssen ausreichende Budgets zur Verfügung gestellt werden. Die Verwaltung schlägt daher vor, Tourismusmarketing im Rahmen eines Stadtmarketingprozesses zu entwickeln.

Unterlehberg  
Oberbürgermeister

**Anlage:**

- Tourismuskonzept 2008