



Masterplan „Baumberge- Touristik 2026“

Endbericht



Masterplan „Baumberge-Touristik 2026“

Endbericht



Projektbearbeitung:

dwif-Consulting GmbH
www.dwif.de

Maike Berndt, m.berndt@dwif.de
Matthias Hörr, m.hoerr@dwif.de

Berlin/München, im September 2018



„Europäischer Landwirtschaftsfonds für die Entwicklung des ländlichen Raums: Hier investiert Europa in die ländlichen Gebiete unter Beteiligung des Landes Nordrhein-Westfalen.“

Interner Gebrauch und Bildquellen:

Zur Veranschaulichung von guten Beispielen und Vorbildern werden im Bericht Fotos und Abbildungen verwendet, für die dem dwif keine Rechte zur allgemeinen Veröffentlichung vorliegen. Deshalb ist dieser Teil des Berichts ausdrücklich nur für den internen Gebrauch bestimmt. Mit Ausnahme der Fotos und Abbildungen, für die der Auftraggeber selbst oder das dwif über Bildrechte verfügen, dürfen diese nicht weitergegeben oder öffentlich publiziert werden. Die Fundstellen im Internet sind jeweils unter den Fotos und Abbildungen im Bericht vermerkt.

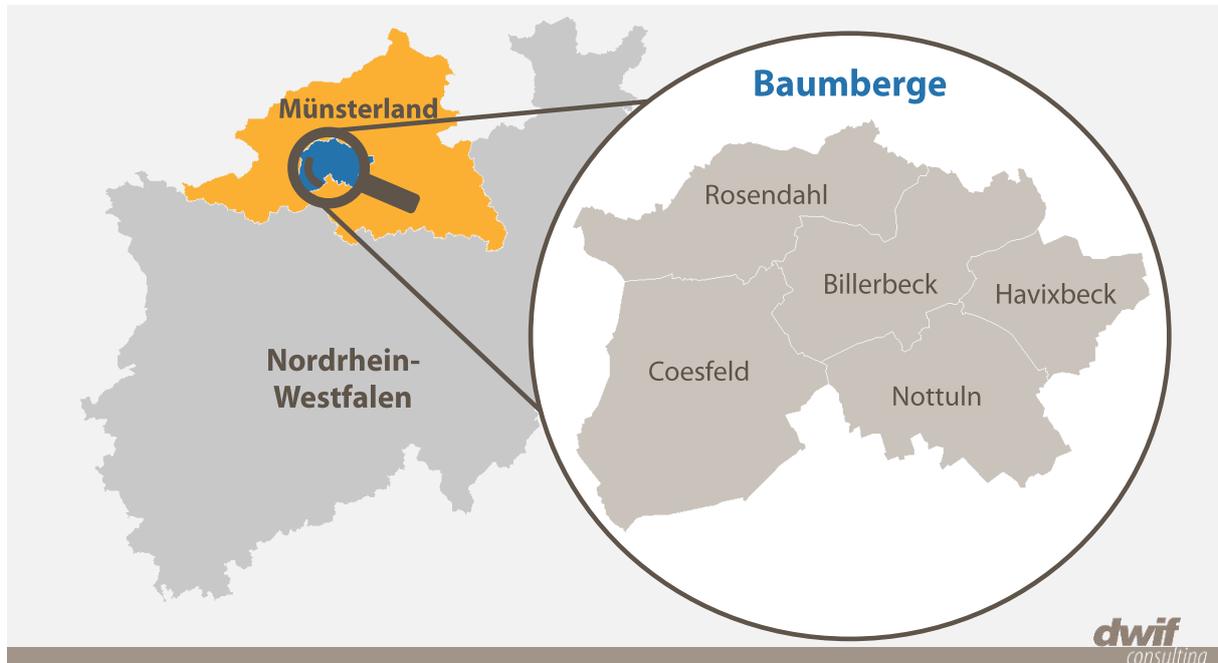
Inhalt

I.	Einleitung	- 3 -
II.	Rahmenbedingungen für den Tourismus	- 5 -
1.	Lage, Erreichbarkeit und Mobilität vor Ort	- 5 -
2.	Ortsbilder	- 7 -
III.	Blick in die Statistik	- 12 -
1.	Touristische Nachfrage	- 13 -
2.	Touristisches Angebot	- 16 -
2.1	Beherbergungsangebot	- 16 -
2.2	Gastronomisches Angebot	- 18 -
2.3	Qualität im Gastgewerbe	- 19 -
IV.	Wirtschaftliche Bedeutung des Tourismus in den Baumbergen	- 22 -
V.	Bewertung möglicher Profilierungsthemen	- 26 -
1.	Radtourismus	- 28 -
2.	Wandertourismus	- 35 -
3.	Pferdetourismus	- 41 -
4.	Kunst & Kulturtourismus	- 45 -
5.	Genuss & Kulinarik	- 50 -
6.	Gesundheit & Wellness	- 53 -
7.	Tagungs- und Kongresstourismus	- 56 -
8.	Motorradtourismus	- 58 -
VI.	Organisation-und Finanzierung	- 60 -
1.	Ressourcen und Aufgaben	- 60 -
2.	Exkurs: Tourist-Informationen	- 62 -
3.	Exkurs: Marketinganalyse	- 65 -
VII.	Zwischenfazit	- 69 -
VIII.	Strategische Ausrichtung für den Baumberge-Tourismus	- 71 -
1.	Baumberge-Tourismus 2026: Vision und Ziele	- 71 -
2.	Themen und Produktlinien	- 73 -
3.	Zielgruppen für die Zukunft	- 75 -
4.	Schlüsselmaßnahmen	- 79 -
5.	Umsetzung: Baumberge-Touristik neu ausrichten	- 107 -
	Anhang	- 114 -

I. Einleitung

Die fünf Kommunen Billerbeck, Coesfeld, Havixbeck, Nottuln und Rosendahl im Herzen des Münsterlandes vermarkten sich seit 20 Jahren gemeinsam als Region Baumberge und sind damit eine von neun touristischen Arbeitsgemeinschaften im Münsterland.

Abb. 1: Lage der Baumberge



Quelle: dwif 2018

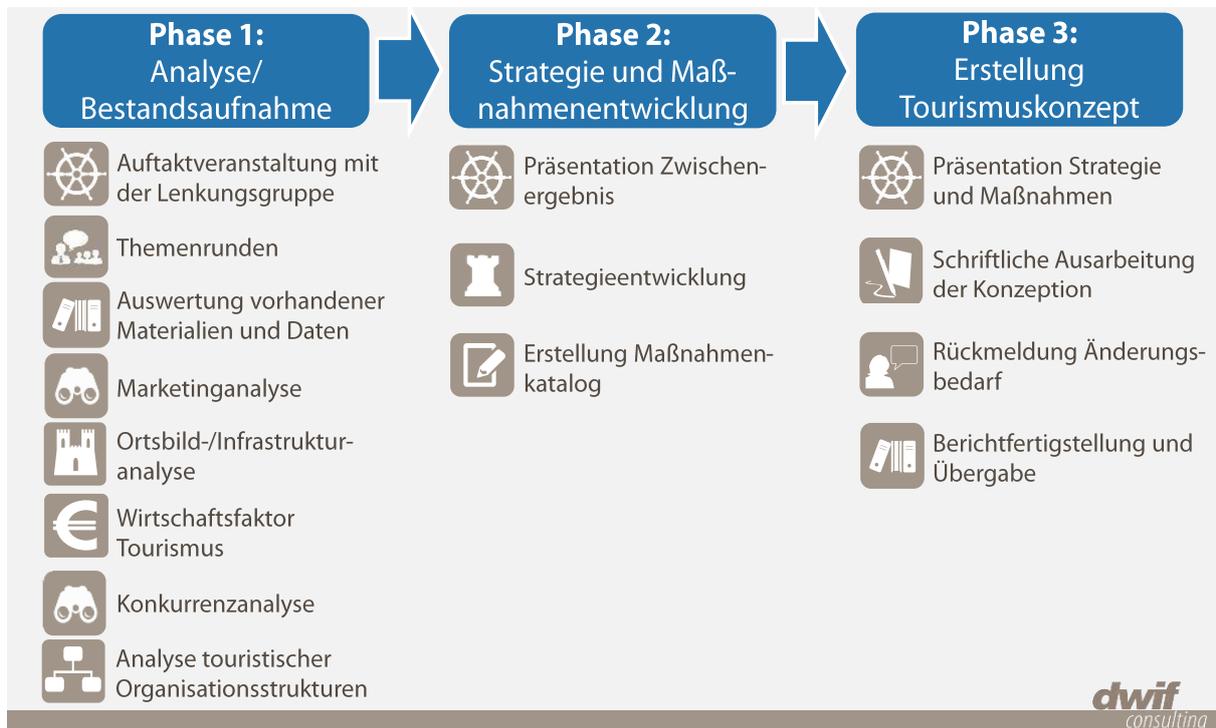
Die touristische Entwicklung der Baumberge in den vergangenen Jahren ist zwar positiv, bleibt allerdings hinsichtlich ihrer Dynamik hinter den benachbarten Regionen des Münsterlandes und Nordrhein-Westfalens zurück. Es ist unter anderem diese Entwicklung, die die handelnden Akteure der Region Baumberge dazu veranlasst hat, im Auftrag des LEADER-Regionalmanagements ein Tourismuskonzept erarbeiten zu lassen.

Der Auftrag zur Erstellung dieses touristischen Masterplans ging an die dwif-Consulting GmbH, die im Juli 2017 die Arbeiten aufgenommen hat. Seitdem wurden zahlreiche Analysen zur Erfassung und Bewertung der aktuellen Situation des Tourismus in der Region Baumberge vorgenommen, die im vorliegenden Bericht zusammengefasst sind. Neben Auswertungen von Statistiken, Analysen und Planungen konnten durch eine umfangreiche Vor-Ort-Präsenz auch die Ortsbilder sowie Rad-, Wander- und Reitinfrastruktur begutachtet und bewertet werden. Außerdem konnten durch vier Gesprächsrunden zu den Themen

- Radtourismus,
- Wandertourismus,
- Kunst & Kulturtourismus sowie
- Beherbergung & Gastronomie

die touristischen Leistungsträger der Baumberge in den Prozess einbezogen werden.

Abb. 2: Bausteine des Tourismuskonzeptes



Quelle: dwif 2018

Die Bearbeitung der Bausteine aus der Analysephase wurde mit der ersten Sitzung der Lenkungsgruppe, bestehend aus den Bürgermeistern sowie Tourismusverantwortlichen der fünf Kommunen ab Juli 2017 begonnen und kurz vor Jahresende mit einer Zwischenpräsentation abgeschlossen. In weiteren Lenkungsgruppensitzungen wurden Strategie und Maßnahmen für die künftige touristische Ausrichtung der Baumberge bis 2026 entwickelt.

Abb. 3: Zeitplan für die Erstellung des Tourismuskonzeptes



Quelle: dwif 2018

Die strategische Ausrichtung und die dazugehörigen Maßnahmen sind im vorliegenden Endbericht festgehalten und wurden im Rahmen von zwei Abschlusspräsentationen im Juni 2018 den Stadt- und Gemeinderäten sowie der interessierten Öffentlichkeit präsentiert.

II. Rahmenbedingungen für den Tourismus

1. Lage, Erreichbarkeit und Mobilität vor Ort

Einwohnerstarkes Einzugsgebiet für Tagesgäste

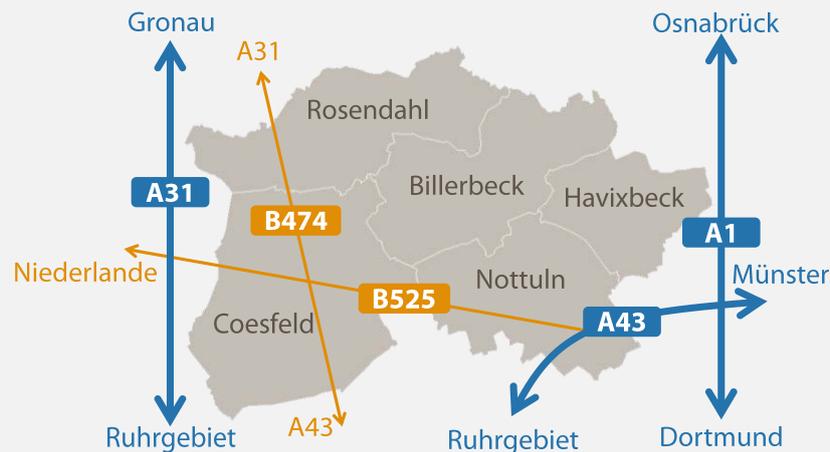
Die Region Baumberge liegt im Herzen des Münsterlandes im nördlichen Nordrhein-Westfalen. Die Nähe zu einwohnerstarken Einzugsgebieten wie die sich unmittelbar östlich an die Region anschließende Stadt Münster, das Ruhrgebiet sowie die etwas weiter entfernten Regionen Ostwestfalen und das Rheinland machen die Baumberge zu einem attraktiven Ziel für Tages- und Kurzreisen. Hinzu kommt die Nähe der Baumberge zu den Niederlanden und das damit verbundene Potenzial, sehr stark aktivorientierte (Tages-) Gäste aus dem angrenzenden Ausland zu akquirieren.

Gute Verkehrsanbindung über die Straße und Schiene

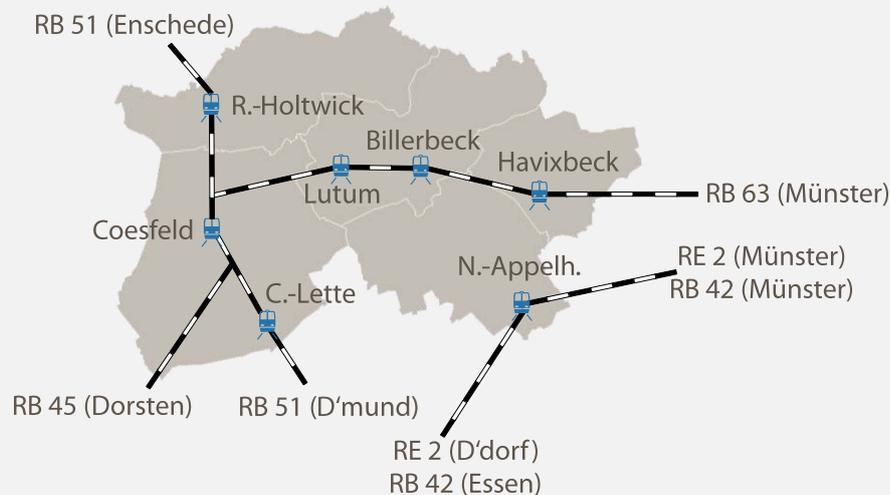
Ein zentrales Entscheidungskriterium bei der Wahl einer Destination ist die Erreichbarkeit, sowohl mit dem motorisierten Individualverkehr (MIV) als auch mit öffentlichen Verkehrsmitteln (ÖV).

Abb. 4: Fernverkehrsstraßen und Schienennetz in den Baumbergen

Autobahnen und Bundesstraßen in den Baumbergen



Schienennetz in den Baumbergen



Die Baumberge sind gut an das Straßennetz angebunden. Die Autobahnen 1 und 31 führen in Nord-Süd-Richtung an der Region vorbei, die zusätzlich aus dem südlichen Ruhrgebiet bzw. aus dem östlich gelegenen Münster durch die A43 angebunden ist. Der Süden und Westen der Baumberge wird zusätzlich von den Bundesstraßen 474 und 525 durchzogen und ist unter anderem über diese auch aus den Niederlanden zu erreichen. Die nördlichen Gemeinden Havixbeck und Billerbeck sowie die beiden östlichen Rosendahler Ortsteile Osterwick und Darfeld sind dagegen nur über kleinere Landesstraßen angebunden. Durch die insgesamt gute Straßenanbindung sind die Baumberge beispielsweise aus Dortmund in einer Stunde, aus Köln und dem niederländischen Arnheim in rund 1,5 Stunden mit dem PKW zu erreichen.

Die Baumberge sind nicht an das Fernverkehrsnetz der Deutschen Bahn angeschlossen, der nächstgelegene ICE-Halt befindet sich in Münster. Dennoch ist die Region über den schienengebundenen Nahverkehr gut zu erreichen. Die Regionalbahn 63 („Baumberge-Bahn“) verkehrt wochentags alle 30 Minuten und an Wochenenden stündlich zwischen Münster und Coesfeld mit Zwischenhalten in Havixbeck und Billerbeck. Ebenfalls stündlich verkehrt die RB51 von Dortmund nach Enschede (Niederlande) mit Zwischenhalten in Coesfeld und Rosendahl-Holtwick sowie die RB45 („NordWestBahn“) zwischen Coesfeld und Dorsten. Am Bahnhof Nottuln-Appelhülsen verkehren stündlich zwei Regionalexpress-Linien, zum einen der RE2 zwischen Münster und Düsseldorf und zum anderen der RE42 zwischen Münster und Mönchengladbach.

Eine Anbindung der Baumberge per Fernbus ist dagegen nicht gewährleistet. Die nächstgelegenen Haltepunkte für Fernbusse befinden sich in Dülmen beziehungsweise Münster.

Lückenhaftes Angebot im straßengebundenen ÖPNV

Die Nutzung des straßengebundenen öffentlichen Personennahverkehrs (ÖPNV) in den Baumbergen erfordert – gerade für Auswärtige – sorgfältige Planung. Einige Buslinien wie beispielsweise die Linie R63 von Münster nach Nottuln oder die Linie R62 von Nottuln nach Coesfeld verkehren werktags stündlich und sonntags alle zwei Stunden. Der Großteil der (sowohl über- als auch innerörtlichen) Busverbindungen ist allerdings auf den Schülerverkehr ausgerichtet, verkehrt ohne regelmäßigen Takt, nicht am Wochenende oder nur nach Voranmeldung (Rufbus). Gerade einige touristisch sehr relevante Sehenswürdigkeiten der Baumberge (z.B. Burg Hülshoff, Kloster Gerleve) sind nicht oder nur unzureichend an das Busnetz angebunden und somit nur mittels MIV zu erreichen, was die Nutzung des ÖPNV für Gäste zusätzlich unattraktiv macht.

Eine Ergänzung zum ÖPNV stellen die Bürgerbusse dar, die in den meisten Baumberge-Gemeinden ehrenamtlich betrieben werden. Da der Großteil dieser Busse allerdings nur an Wochentagen, teilweise nur auf Abruf und nur selten zwischen den Gemeinden fährt, ist dieses Angebot für Touristen nur bedingt attraktiv.

Tab. 1: SWOT-Analyse Lage, Erreichbarkeit und Mobilität vor Ort

 Stärken und Chancen	Schwächen und Herausforderungen 
 Lage, Erreichbarkeit und Mobilität vor Ort	
<ul style="list-style-type: none"> • Nähe zu Ruhrgebiet mit großem (tages-) touristischen Potenzial sowie gute Erreichbarkeit aus weiteren einwohnerstarken Regionen im 120-Minuten-Radius (z.B. Rheinland, Ostwestfalen) • Nähe zu den Niederlanden als ausländischem Quellmarkt mit hohem Potenzial • Flughafen Münster/Osnabrück in unmittelbarer Nähe (allerdings mit stark eingeschränktem Flugplan) • Gute überregionale Straßenanbindung durch A1, A31 und A43 sowie regional über B524, B474, auch aus den Niederlanden • Erreichbarkeit mittels Nahverkehr der Deutschen Bahn in jeder Kommune der Region gegeben • Nahverkehr bindet die Baumberge in regelmäßiger Taktung an umliegende Städte und Regionen an • Buslinien R51, R61 und R63 verkehren an Sonn- und Feiertagen als Fietsenbusse mit Radanhänger • Ehrenamtlich betriebene Bürgerbusse zur Verbesserung der des Nahverkehrsangebotes im ländlichen Raum 	<ul style="list-style-type: none"> • MIV-Anbindung der Gemeinden Billerbeck, Havixbeck und Rosendahl nur über kleine Landstraßen • Kein Bahnhof mit Anschluss an den Fernverkehr der Deutschen Bahn • Kein Haltepunkt für Fernbusse in der Region (nächste Station in Dülmen) • Relativ dünnes Netz an regelmäßig und zu touristisch relevanten Zeiten (z.B. am Wochenende) verkehrenden Buslinien • Einzelne Sehenswürdigkeiten aufgrund der Dezentralität der Gemeinden mit dem ÖPNV nur eingeschränkt erreichbar

Quelle: dwif 2018

2. Ortsbilder

Eine ansprechende Gestaltung des Ortsbildes und Sauberkeit gehören zu den Grundvoraussetzungen touristischer Destinationen. Ein attraktiver Einzelhandel, verkehrsberuhigte Innenstadtbereiche, Grünanlagen, Ruhezonen und ein besucherfreundliches Beschilderungssystem sind die Basis für die Zufriedenheit der Gäste. Nachfolgend werden die Ergebnisse der Ortsbildanalysen zusammenfassend dargestellt, die umfangreiche Auswertung für die einzelnen Orte befindet sich in Anlage 1 des Berichts.

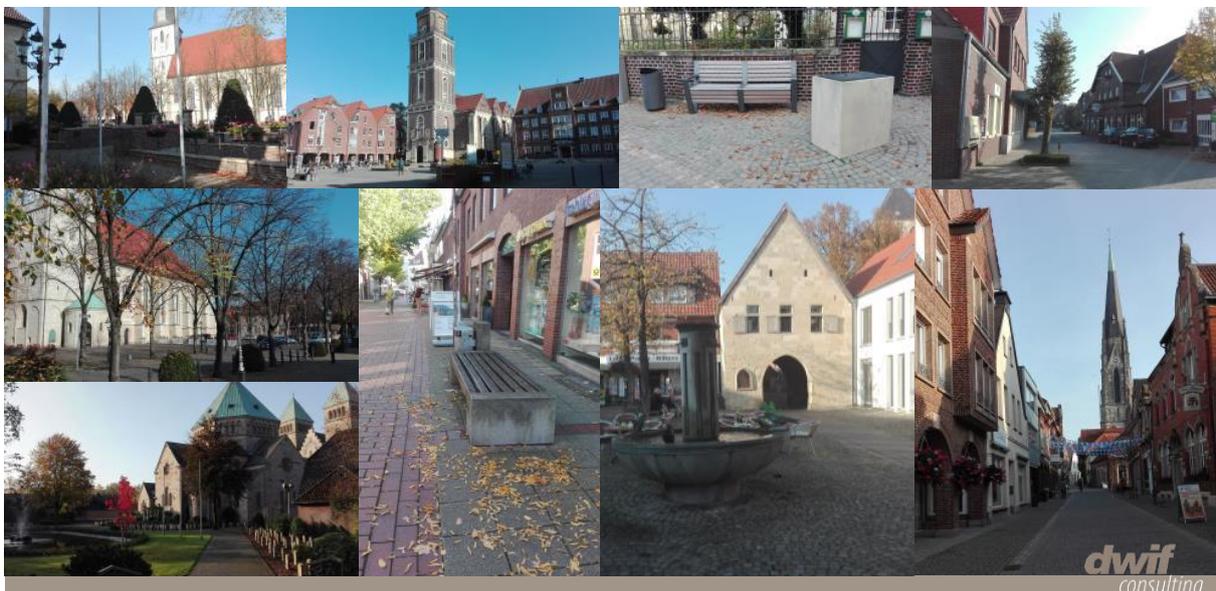
Historische Ortskerne/Fußgängerzonen

Die historischen Ortskerne und Fußgängerzonen in den Baumberge-Gemeinden machen alle einen sehr sauberen, gepflegten und kultivierten Gesamteindruck. Die Fassadengestaltung ist meist abgestimmt und in optisch ansprechender Bauweise gehalten, ebenso wie der Bodenbelag der Kern-

bereiche. Das gastronomische Angebot ist der Größe der meisten Orte angemessen, teilweise vorhandene Außenbereiche werten das Gesamtbild zusätzlich auf. Kleinteiliger, inhabergeführter und individueller Einzelhandel heben das Erscheinungsbild vieler Ortskerne in den Baumbergen von den oftmals austauschbaren Fußgängerzonen größerer Städte ab.

Auf der anderen Seite ist das touristisch relevante Einzelhandelsangebot in den meisten Baumberge-Kommunen quantitativ zu gering, um ein längeres Verweilen in den Innenstädten attraktiv zu machen. Dadurch sind die Ortskerne vor allem an Wochentagen in der Regel nur sehr wenig belebt. Mancherorts wirken sich vorhandene Leerstände zusätzlich negativ auf das Gesamterscheinungsbild aus, ebenso wie eine zu gering ausgeprägte innerstädtische Begrünung. Quantität und Qualität des Mobiliars sowie der Radabstellmöglichkeiten sind ausbaufähig. Als touristische Destination, deren thematischer Fokus vor allem auf dem Radfahren liegt, gilt dies umso mehr.

Abb. 5: Historische Ortskerne/Fußgängerzonen in den Baumbergen



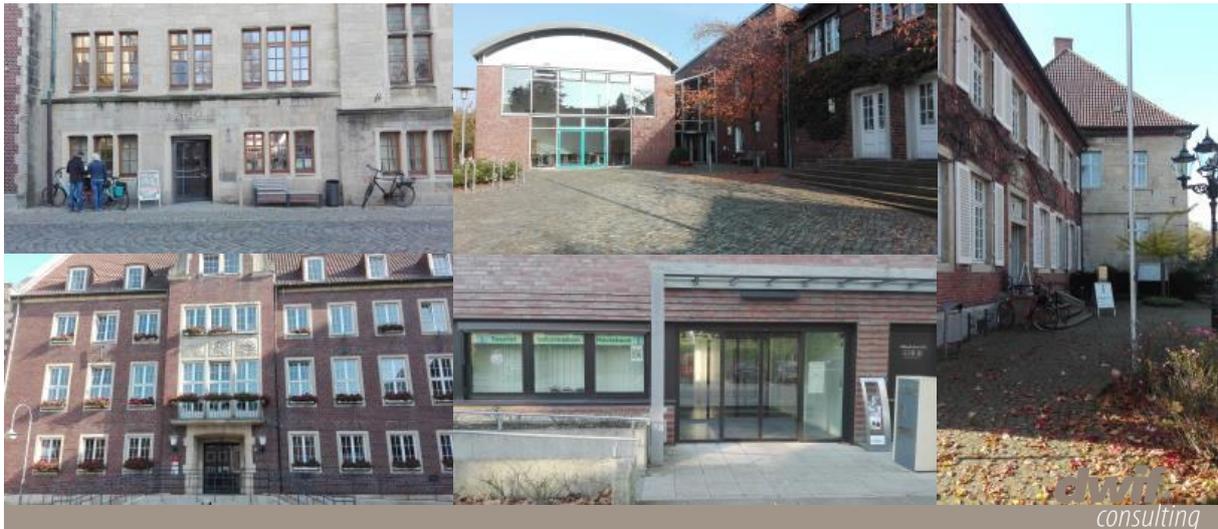
Quelle: dwif 2018, Ortsbildanalyse im Oktober 2017

Tourist-Informationen

Alle Baumberge-Gemeinden verfügen über eine eigene Tourist-Information. Diese ist in jeder Kommune im Rathaus untergebracht und befindet sich somit meist an zentraler Stelle des Ortes in einem repräsentativen und mancherorts optisch ansprechenden Gebäude. Durch diese zentrale Lage ist die Erreichbarkeit der Tourist-Information sowohl mit dem eigenen PKW als auch mit öffentlichen Verkehrsmitteln gewährleistet. Sitzgelegenheiten laden an den meisten Tourist-Informationen zum Verweilen ein.

Generell sind die Tourist-Informationen – trotz ihrer zentralen Lage – teilweise schwer aufzufinden, was durch die mancherorts zu unauffällige Beschilderung bedingt ist. Verstärkt wird diese Problematik durch ein teilweise nicht vorhandenes oder lückenhaftes Leitsystem und fehlenden Informationen in gängigen Online-Kartendiensten (z.B. Google Maps). Die Öffnungszeiten der Tourist-Informationen sind ebenfalls nur unzureichend an die Bedürfnisse von Touristen angepasst, vor allem die Verfügbarkeit an Wochenenden und Feiertagen ist hier ausbaufähig.

Abb. 6: Tourist-Informationen in den Baumbergen



Quelle: dwif 2018, Ortsbildanalyse im Oktober 2017

Orte des Ankommens

An den Ortseingängen befinden sich nur vereinzelt Empfangselemente, die auf Partnerstädte, Sehenswürdigkeiten, Veranstaltungen oder die Öffnungszeiten der Tourist-Information hinweisen oder lediglich eine optisch ansprechende Empfangssituation erzeugen. Zudem sind die in fast allen Orten vorhandenen Bahnhöfe von sehr unterschiedlicher Attraktivität. Hier besteht stellenweise starker Investitionsbedarf in Bahnhofsgebäude und -umfeld als wichtige Visitenkarte für ankommende Gäste (v.a. in Havixbeck und Coesfeld).

Abb. 7: Orte des Ankommens in den Baumbergen



Quelle: dwif 2018, Ortsbildanalysen im Oktober 2017

Verkehr/Beschilderung

Die meisten Orte der Baumberge-Region verfügen über ein der Größe angemessenes und schlüssiges Park-, stellenweise auch Hotelleitsystem. Die Radwegebeschilderung ist in den Innenstädten lückenlos und in einem guten Zustand. Alle Kommunen verfügen über Informations- und Übersichtstafeln, der Pflegezustand dieser Tafeln schwankt allerdings stark. Fußgängerleitsysteme sind teilweise nicht vorhanden, lückenhaft oder in einem unbefriedigenden Pflegezustand. Dies betrifft auch die Wegweisung von den Bahnhöfen in die Ortszentren.

Abb. 8: Beschilderung in den Baumbergen



Quelle: dwif 2018, Ortsbildanalysen im Oktober 2017

Tab. 2: SWOT-Analyse Ortsbilder

 Stärken und Chancen	Schwächen und Herausforderungen 
 Ortsbilder	
<ul style="list-style-type: none"> • Attraktive und gepflegte Innenorte mit intakten Ortskernen • Teilweise individueller und inhabergeführter Einzelhandel • Gute Erreichbarkeit der Tourist-Informationen • Tourist-Informationen in repräsentativen und meist attraktiven Gebäuden • Sandstein als regionales Baumittel in den Orten bereits vereinzelt sicht- und erlebbar, wenn auch ausbaufähig 	<ul style="list-style-type: none"> • Kaum touristisch relevantes Einzelhandelsangebot in einigen Orten • Innenstädte vor allem an Wochentagen größtenteils wenig belebt • Quantität und Qualität des Mobiliars (z.B. Ruhebänke, Spielmöglichkeiten, Mülleimer, Radabstellmöglichkeiten) stellenweise ausbaufähig, dadurch häufig geringe Aufenthaltsqualität • Auffindbarkeit der Tourist-Informationen stellenweise schwierig (lückenhafte Beschilderung, kein Eintrag auf Google Maps) • Öffnungszeiten der Tourist-Informationen nicht an die (zeitlichen) Bedürfnisse von Touristen angepasst • Teilweise sehr unattraktive Empfangssituationen (vor allem an Bahnhöfen) • Fußgängerleitsysteme teilweise nicht vorhanden oder in schlechtem Zustand

Quelle: dwif 2018

III. Blick in die Statistik

Exkurs: Verwendete Quellen und Daten

Für die touristische Nachfrage- und Angebotsbetrachtung werden verschiedene Quellen und Datengrundlagen herangezogen, um ein möglichst vollständiges Bild der Baumberge zu erhalten. Die zugrunde liegenden Analysen speisen sich vor allem aus

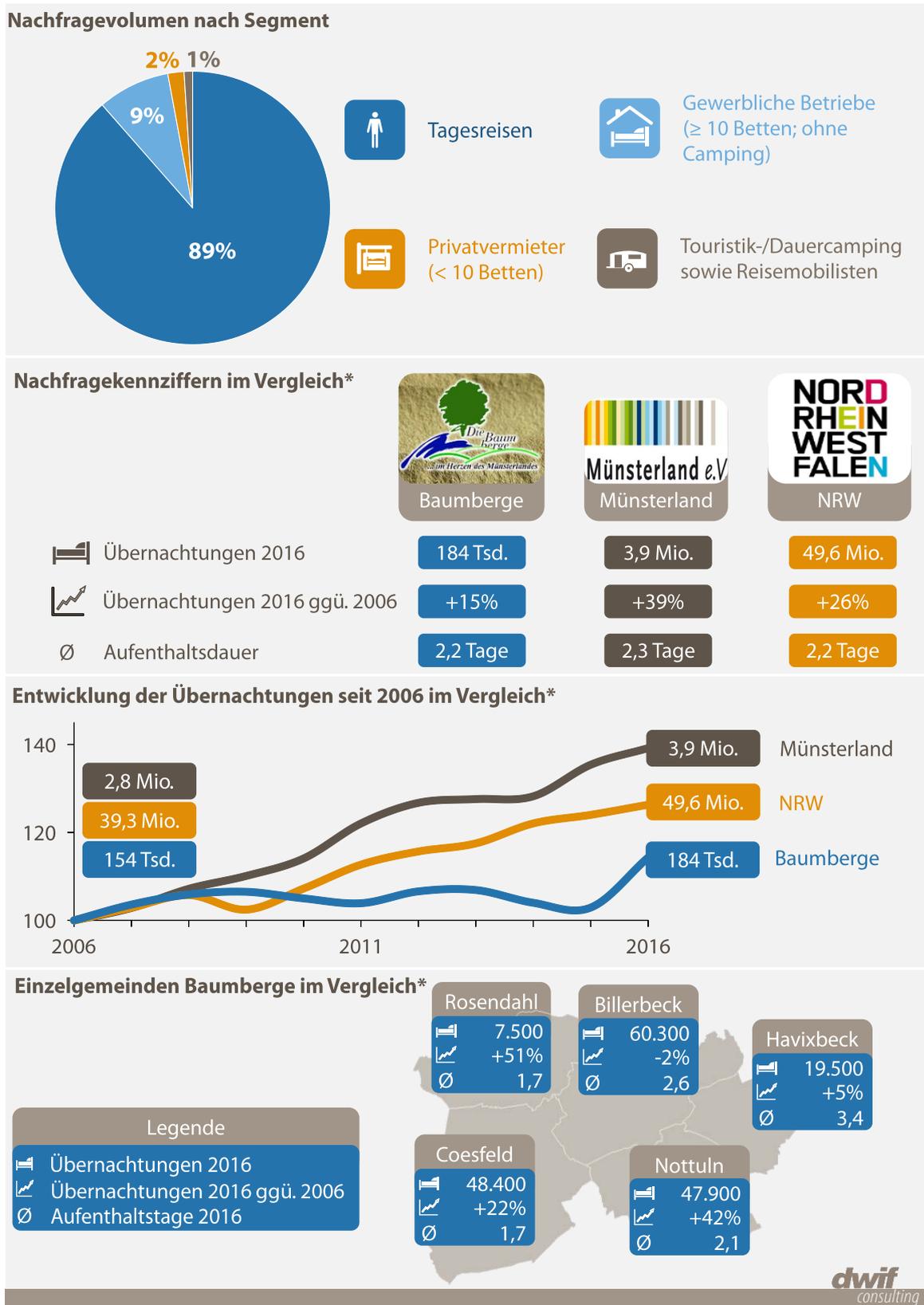
- der amtlichen Beherbergungsstatistik, die alle gewerblichen Betriebe ab 10 Betten erfasst (hier vor allem die Daten des Statistischen Landesamtes Nordrhein-Westfalen),
- dem Gastgeberverzeichnis der Baumberge-Region, in dem auch Privatvermieter mit weniger als 10 Betten abgebildet sind,
- Gesprächen mit Leistungsträgern,
- umfangreichen Internet- und Vor-Ort-Recherchen.

Je nach Datenquelle unterscheidet sich also die Grundgesamtheit der Betriebe, auf die sich die Zahlen und Entwicklungen beziehen. Für die Darstellung der touristischen Nachfrage können lediglich Daten der amtlichen Statistik und demnach nur für gewerbliche Betriebe herangezogen werden, da entsprechende Daten für den Privatvermietermarkt nicht erfasst werden. Für die angebotsseitige Darstellung können hingegen auch Privatquartiere (aus Recherchen und Gastgeberverzeichnis) abgebildet werden. Wo welche Quelle verwendet wurde, ist jeweils gesondert kenntlich gemacht.

Da sich die Analysephase des Projektes von Juli bis Dezember 2017 erstreckte, beziehen sich die verwendeten Daten auf das Jahr 2016.

1. Touristische Nachfrage

Abb. 9: Nachfragekennziffern im Vergleich



*nur gewerbliche Betriebe ab 10 Betten

Quelle: dwif 2018, Daten Statistisches Landesamt Nordrhein-Westfalen;

Nachfragevolumen: Tagestourismus dominiert

Die touristische Nachfrage in den Baumbergen ist in erster Linie vom Tagestourismus dominiert. Von den insgesamt rund 2 Mio. Aufenthaltstagen durch Übernachtungs- und Tagesgäste in den fünf Baumberge-Gemeinden werden allein 1,8 Mio. durch privat und geschäftlich motivierte Tagesreisen generiert. Damit entfallen rund 90% der touristischen Aufenthaltstage auf Tagesreisen (siehe auch Kapitel IV).

Durch den Übernachtungstourismus werden entsprechend die verbleibenden 200.000 Aufenthaltstage (= Übernachtungen) generiert. Hier lohnt sich ein Blick auf die Unterkunftsstrukturen:

- In gewerblich geführten Beherbergungsbetrieben ab 10 Betten wurden 2016 rund 173 Tsd. Übernachtungen gezählt¹. Diese Betriebe sind also für einen Großteil der Übernachtungsnachfrage verantwortlich.
- Hinzu kommen rund 38 Tsd. Übernachtungen im Privatvermietermarkt (Vermieter mit weniger als 10 Betten) sowie 21 Tsd. Übernachtungen im Bereich Camping².

Die nachfolgenden Betrachtungen der touristischen Nachfrage beziehen sich ausschließlich auf die gewerblichen Betriebe ab zehn Betten.

Geringe Nachfragedynamik

Die touristische Nachfrage in den gewerblichen Betrieben hat sich in den Baumbergen in den vergangenen Jahren unterdurchschnittlich entwickelt. Die Entwicklung der Übernachtungszahlen war in den vergangenen Jahren zwar positiv, bleibt aber hinsichtlich ihrer Dynamik vor allem hinter dem Münsterland, aber auch anderen Regionen in Nordrhein-Westfalen deutlich zurück. Nachdem im Zeitraum von 2008 und 2015 die Wachstumsentwicklung sogar rückläufig war, konnte erst 2016 ein deutlicher Zuwachs verzeichnet werden.

Innerhalb der Baumberge-Region fallen starke Unterschiede hinsichtlich der touristischen Nachfrage auf. Der Großteil der statistisch erfassten Übernachtungen wird in Billerbeck, Coesfeld und Nottuln getätigt (zusammen rund 85%); in Havixbeck und Rosendahl fällt das gewerbliche Übernachtungsaufkommen deutlich geringer aus. Auch die Nachfrageentwicklung gestaltet sich sehr unterschiedlich. Während vor allem Rosendahl (ausgehend von einem geringen Ausgangsniveau), Nottuln und Coesfeld beachtliche Zuwächse verzeichnet werden konnten, stagniert die Entwicklung in und Billerbeck tendenziell.

Geringes Wachstum aus dem Ausland

Mit einem Anstieg von 12,7 Prozent gegenüber 2006 sind die Übernachtungszahlen ausländischer Gäste noch weniger stark gewachsen als die gesamten Übernachtungen. Der Anteil der ausländischen Nachfrage bleibt dabei in den Baumbergen mit 8,7 Prozent hinter dem Münsterland (10,2%) und dem Land Nordrhein-Westfalen (21,0%) zurück. Hier zeigt der Städtetourismus (Münsterland mit Münster; Land NRW mit Ruhrgebiet und Co.) Wirkung.

¹ Angaben ohne Camping

² Touristik- und Dauercamping sowie Wohnmobiltourismus außerhalb von Campingplätzen

Starke saisonale Schwankungen bei den Übernachtungen

Die statistisch erfassten Übernachtungen in den Baumbergen unterliegen starken saisonalen Schwankungen. So werden zwei Drittel der Übernachtungen in den Monaten von April bis Oktober getätigt, der Schwerpunkt der Übernachtungen orientiert sich hier naturgemäß an der Lage der Schulferien. Diese Gewichtung hat sich im Verlauf der vergangenen Jahre nur unwesentlich verändert, lediglich das Gesamtniveau ist leicht angestiegen.

Die saisonalen Schwankungen der Übernachtungszahlen in den Baumbergen sind mit denen im Münsterland nahezu identisch und typisch für Destinationen im ländlichen Raum mit aktivtouristischem Schwerpunkt. In Nordrhein-Westfalen haben die saisonalen Schwankungen ein ähnliches Muster, sind lediglich etwas schwächer ausgeprägt, da hier der saisonunabhängige Städtetourismus zum Tragen kommt.

Saisonverlängernde Maßnahmen und eine Attraktivierung touristischer Randzeiten (z.B. durch Veranstaltungen) können dazu beitragen nachfrageschwache Monate zu stärken.

Abb. 10: Entwicklung der saisonalen Übernachtungsverteilung in den Baumbergen

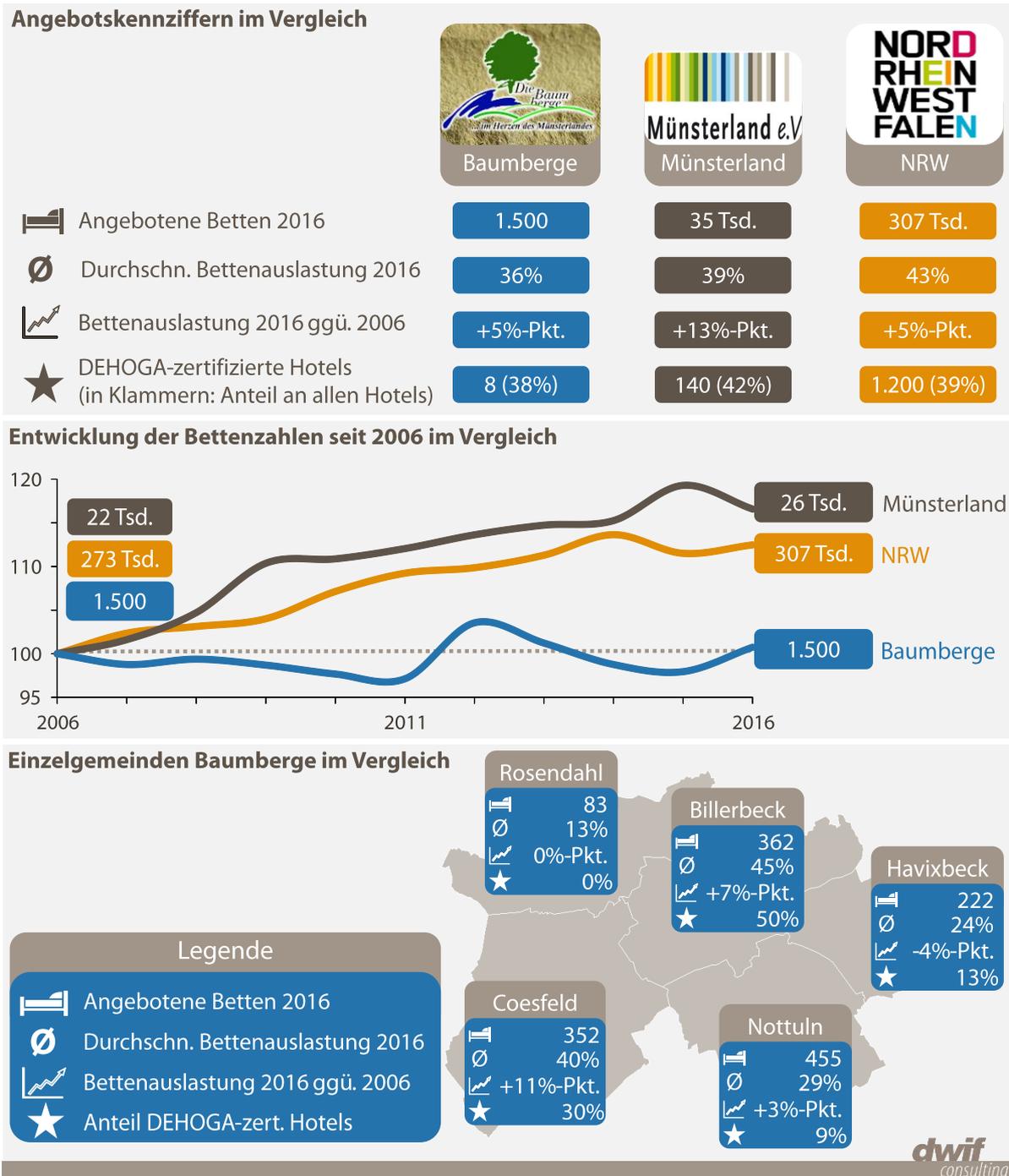


Quelle: dwif 2018; Daten Statistisches Landesamt Nordrhein-Westfalen; gewerbliche Betriebe ab 10 Betten

2. Touristisches Angebot

2.1 Beherbergungsangebot

Abb. 11: Angebotskennziffern im Vergleich



Quelle: dwif 2018, Daten Statistisches Landesamt Nordrhein-Westfalen; gewerbliche Betriebe ab 10 Betten

Struktur des Beherbergungsmarktes

Das gewerbliche Beherbergungsangebot in den Baumbergen umfasst insgesamt 38 Betriebe, darunter

- 17 Hotelbetriebe,
- fünf Gasthöfe,
- fünf Erholungs-/Ferien-/Schulungsheime,
- drei Ferienhaus-/Ferienwohnungsanbieter,
- drei Hütten, Jugendherbergen u.ä.,
- drei Camping-/Reisemobilstellplätze sowie
- zwei Pensionen.

Die insgesamt 1.474 Betten verteilen sich zu 59% auf die Hotellerie und zu 41% auf die Parahotellerie³.

Unter zusätzlicher Berücksichtigung des statistisch nicht erfassten Privatvermietermarktes⁴, der in den Baumbergen 83 Betriebe mit insgesamt 366 Betten umfasst, steigt die Zahl der Betriebe auf 121 (Betten: 1.840). Demzufolge sind rund 70% der Betriebe, aber nur 20% der Betten in den Baumbergen dem Privatvermietermarkt zuzurechnen.

Bei der Verteilung der angebotenen Betten innerhalb der Region ergeben sich folgende Schwerpunkte: Ein knappes Drittel der Betten in den Baumbergen wird in Nottuln angeboten, gefolgt von Billerbeck und Coesfeld mit jeweils einem Viertel. Mit einem Anteil von etwa 15% sowie lediglich knapp 6% der gewerblichen Betten (sowie 7% inkl. Betten bei Privatquartieren) verfügen Havixbeck und Rosendahl über die geringsten Kapazitäten.

Geringe Investitionsdynamik und Wettbewerbsfähigkeit

Während sich die Anzahl der geöffneten Beherbergungsbetriebe in den Baumbergen in den vergangenen Jahren positiv entwickelt hat (+9%), stagnierte die Zahl der angebotenen Betten im gleichen Zeitraum. Damit fanden Investitionen in den Angebotsausbau in deutlich geringerem Umfang statt als in vielen Nachbarregionen.

Doch es fallen räumliche Unterschiede auf: Während das Bettenangebot in Rosendahl (-22) und vor allem in Billerbeck (-92) deutlich zurückgegangen ist, stiegen die Kapazitäten in Havixbeck (+31) und Nottuln (+96) in den vergangenen zehn Jahren an.

Durch diese Entwicklungen (mehr Betriebe bei gleichzeitig insgesamt weniger Betten) hat sich auch die durchschnittliche Betriebsgröße in den Baumbergen weiter verringert. Während im Münsterland und Nordrhein-Westfalen jeder statistisch erfasste Beherbergungsbetrieb durchschnittlich

³ Die Parahotellerie umfasst hier die Betriebstypen Erholungs-, Ferien- und Schulungsheime, Hütten, Jugendherbergen u.ä. sowie Ferienhäuser, -wohnungen und -zentren

⁴ Alle Beherbergungsstätten mit weniger als 10 Betten, vorrangig Ferienwohnungen und -häuser, kleine Pensionen und Gasthöfe, aber auch Privatzimmer

rund 61 Betten anbietet (Tendenz steigend), sind es in den Baumbergen lediglich 39 Betten pro Betrieb (Tendenz sinkend). Eine derart kleinteilige Betriebsstruktur wirkt sich nachteilig auf die Wettbewerbsfähigkeit des Gastgewerbes aus – und schmälert somit auch die touristische Wettbewerbsfähigkeit der Baumberge als Destination.

Zudem liegt die Bettenauslastung der gewerblichen Beherbergungsbetriebe in den Baumbergen bei nur 36 Prozent und damit unterhalb der Auslastung im Münsterland (39%) und Nordrhein-Westfalens (43%). Seit 2006 hat sich die Bettenauslastung in den Baumbergen zwar um 5 Prozentpunkte verbessert; im umliegenden Münsterland entwickelte sich die Auslastung mit einem Plus von 13 Prozentpunkten allerdings deutlich dynamischer. Auch hier schwanken die Werte innerhalb der Baumberge deutlich, was auf die unterschiedliche Betriebsstruktur zurückzuführen ist. Während in Billerbeck die Auslastung aufgrund der professionellen Hotelstruktur mit 45% am höchsten ist – und damit sogar über dem NRW-Durchschnitt liegt – fallen die Werte von Havixbeck (24%) und Rosendahl (13 %⁵), die mit weniger als 30 Betten pro Betrieb auch die kleinteiligste Betriebsstruktur aufweisen, besorgniserregend gering aus.

2.2 Gastronomisches Angebot

Abb. 12: Gastronomisches Angebot in den Baumberge-Gemeinden



Quelle: dwif 2018, Internetrecherche

⁵ Die amtliche Statistik wertet jeden Reisemobilstellplatz mit vier Schlafgelegenheiten, wodurch besonders Gemeinden mit einem relativ hohen Anteil an solchen Stellplätzen häufig sehr niedrige Auslastungswerte haben. Die so entstandenen Werte lassen sich allerdings nicht ohne weiteres auf den gesamten Beherbergungsmarkt projizieren.

Vielseitige Gastronomie, geringe Qualitätsorientierung

Das gastronomische Angebot in den Baumbergen ist mit 77 Betrieben⁶ sehr umfangreich und vielseitig, das Preis-Leistungs-Verhältnis überwiegend gut. Allerdings ist die Zahl der Betriebe mit einem wirklich hochwertigen Angebot überschaubar. So gibt es nur sehr wenige herausragende Leitbetriebe (z.B. Weissenhof in Billerbeck, Marienhof in Nottuln, Domschenke in Billerbeck), die die kulinarische Entwicklung der Region mit moderner und hochwertiger Küche vorantreiben. Dies schlägt sich auch in der Erwähnung in gängigen Gastronomieführern nieder: Kein Restaurant aus den Baumbergen ist im Gault & Millau geführt, lediglich drei finden sich im Guide Michelin bzw. neun im Varta-Führer, davon allerdings nur drei mit Diamant.

Mehr Orientierung bei Trends erforderlich

Die Verwendung regionaler Produkte in den Gastronomiebetrieben der Baumberge ist durchaus ausbaufähig, ebenso wie die Zubereitung regionaltypischer Spezialitäten. Dazu kommt, dass dem stattfindenden Wandel der Konsumgewohnheiten (z.B. Vegetarismus, Veganismus, Lebensmittelunverträglichkeiten) oftmals zu wenig Rechnung getragen wird.

Ein typisches Problem gastronomischer Betriebe, das auch in den Baumbergen ausgeprägt ist, ist die fehlende Digitalisierung des Angebotes. Zahlreiche Betriebe sind online nicht auffindbar, haben keine eigene Homepage und/oder keinen (aktuellen) Google-Eintrag. In Zeiten eines sich ändernden Informationsverhaltens der Konsumenten hin zur (mitunter ausschließlichen) Nutzung des Internets dürfen sich Gastronomiebetriebe dieser Entwicklung nicht verschließen. Hier sind die Betriebe in den Baumberge-Gemeinden in hohem Maße auf Unterstützung bei der Umsetzung von neuen Trends angewiesen.

2.3 Qualität im Gastgewerbe

Qualitätsinitiativen und sich daran anschließende Zertifizierungen sind zum einen eine Orientierung für den Gast und eine Hilfe bei der Auswahl von Unterkunft, Gastronomie oder Serviceangeboten. Zum anderen unterstützen die Maßnahmen die interne Qualitätssicherung der Betriebe. Zwar revolutionieren auch hier die neuen (digitalen) Medien das Verhalten bei der Reiseentscheidung: Mittlerweile legen die Gäste teilweise mehr Wert auf die (Online-)Bewertungen anderer Internetnutzer als auf Hotelsterne und Co. Doch das macht diese keineswegs überflüssig. Denn die Klassifizierungs- und Zertifizierungssysteme bilden die Grundlage für eine positive Onlinereputation. Auf betrieblicher Ebene sorgen sie für bestimmte Qualitätsstandards und legen damit quasi das Fundament für die Erfüllung von Gästewartungen, was wiederum die Voraussetzung für ein positives Gästefeedback in den Onlineportalen ist. In verschiedenen Studien konnte nachgewiesen werden, dass Betriebe, die sich an Qualitätsinitiativen beteiligen, von ihren Kunden besser bewertet werden.

Die Qualitätsorientierung der Baumberge-Betriebe ist noch stark ausbaufähig. Bislang nehmen nur wenige Akteure an den gängigen Initiativen teil:

⁶ dwif-Recherche im September 2017

- **DEHOGA-Klassifizierung für Hotels („Hotel-Sterne“):** Von den 21 im Gastgeberverzeichnis gelisteten Hotelbetrieben sind lediglich acht nach den Kriterien des Deutschen Hotel- und Gaststättenverbandes klassifiziert. Das entspricht einer Klassifizierungsquote von 38% (zum Vergleich: Nordrhein-Westfalen 39%; Münsterland 42%). Von den acht klassifizierten Betrieben gehört einer der 2-Sterne-Kategorie, fünf der 3-Sterne-Kategorie und zwei der 4-Sterne-Kategorie an. Ein 5-Sterne-Hotel existiert in der Region nicht.
- **Klassifizierung von Ferienwohnungen/-häusern und Privatzimmern („DTV-Sterne“):** In den Baumbergen sind insgesamt 18 Ferienwohnungsobjekte mit der Klassifizierung des Deutschen Tourismusverbandes (DTV) ausgezeichnet, davon vier mit 3 Sternen, 13 mit 4 Sternen sowie einer mit der höchste 5-Sterne-Kategorie. Der Anteil hochwertiger Ferienwohnungen mit 4 bis 5 Sternen ist damit deutlich höher als in anderen Regionen, wenngleich die Gesamtzahl der klassifizierten Ferienwohnungen sehr gering ist.
- **ServiceQualität Deutschland („ServiceQ“):** Die Initiative ServiceQualität Deutschland zeichnet Betriebe aus dem Dienstleistungssektor aus, die im Rahmen ihres Qualitätsmanagements und ihrer erbrachten Serviceleistung bestimmte Kriterien erfüllen, um eine hohe Kundenzufriedenheit zu gewährleisten. Hierbei geht es in erster Linie um die Optimierung der betriebsinternen Prozesse. Als willkommene „Nebenwirkung“ – neben einer höheren Zufriedenheit der Gäste mit dem Service – wirkt sich die Q-Zertifizierung positiv auf die Optimierung der internen Betriebsabläufe sowie die Mitarbeiterzufriedenheit im Betrieb aus. Leider findet sich kein gastgewerblicher Betrieb aus den Baumbergen unter den Q-Teilnehmern. Hier sind lediglich zwei Filialen eines Reisebüros durch diese Initiative ausgezeichnet.
- **Bett+Bike:** Das Bett+Bike-Zertifikat für fahrradfreundliche Betriebe vom Allgemeinen Deutschen Fahrrad-Club e.V. (ADFC) wird an Betriebe verliehen, welche sich in besonderem Maße auf die Anforderungen von Radtouristen einstellen. Diese reichen von trockenen und sichereren Abstellmöglichkeiten, Trockenräumen, Reparaturmöglichkeiten bis zu Informations- und Kartenmaterial und einem ausgewogenen Speisenangebot. In den Baumbergen sind sieben Unterkunftsbetriebe (jeweils drei in Nottuln und Billerbeck, einer in Havixbeck) mit dem Bett+Bike-Siegel ausgezeichnet.
- **Qualitätsgastgeber Wanderbares Deutschland:** Das Siegel Qualitätsgastgeber Wanderbares Deutschland wird durch den Deutschen Wanderverband an wanderfreundliche Unterkunfts- und Gastronomiebetriebe verliehen. Die Kriterien umfassen unter anderem Ausstattung (z.B. Trockenraum für Kleidung), Verpflegung (z.B. kohlehydrat- und vitaminhaltiges Frühstück) und Service (z.B. kurzfristige Buchung für eine Nacht). In den Baumbergen ist trotz der umfassenden Investitionen in die wandertouristische Infrastruktur der letzten Jahre kein Betrieb als Qualitätsgastgeber Wanderbares Deutschland ausgezeichnet.

Tab. 3: SWOT-Analyse Beherbergung und Gastronomie

 Stärken und Chancen	Schwächen und Herausforderungen 
 Beherbergung und Gastronomie	
<ul style="list-style-type: none"> • Breites und solides Angebot an verschiedenen Beherbergungsformen • Vielseitiges gastronomisches Angebot • Einzelne sehr professionelle Betriebe (z.B. Weißenburg, Marienhof, Domschenke) • Gutes Preis-Leistungsverhältnis • gute Online-Bewertungen zahlreicher Betriebe • Web-Auftritt und Online-Buchbarkeit der meisten Hotellerie-Betriebe 	<ul style="list-style-type: none"> • Äußerst geringe Wettbewerbsfähigkeit der Branche (kleinteilige Betriebsstruktur, stark unterdurchschnittliche Bettenauslastung, etc.) • Qualitätsorientierung ausbaufähig (Zertifizierungen) • Nur wenige Leitbetriebe, die als Innovationstreiber in der Region wirken • Geringe Spezialisierung und Fokussierung auf bestimmte Themen / Zielgruppen • Kaum aktives Aufgreifen von aktuellen Konsumtrends • Nutzung und Vermarktung regionaler Spezialitäten ausbaufähig • Sehr geringe Dynamik im gewerblichen Beherbergungssegment (sowohl angebots- als auch nachfrageseitig) • Angebotsseitige Engpässe zu Stoßzeiten (Sommersaison/Wochenenden) bei gleichzeitig hoher Saisonalität der Nachfrage • Schwierige Rahmenbedingungen (z.B. Fachkräftemangel und Nachfolgeproblematik bei den Betrieben; Arbeitszeitregelungen für Servicepersonal) • Geringer unternehmerischer Antrieb bei den Gastronomen und fehlende Vernetzung zwischen Gastgewerbe und weiteren Akteuren

Quelle: dwif 2018

IV. Wirtschaftliche Bedeutung des Tourismus in den Baumbergen

Abb. 13: Kennziffern des Wirtschaftsfaktors Tourismus

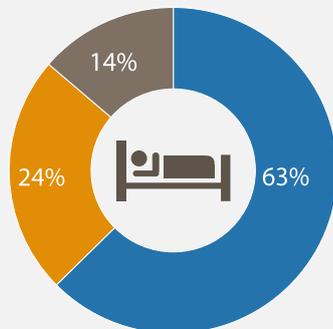
Touristische Umsätze nach Marktsegmenten					
Segment	Aufenthaltsstage	X	Ø-Tagesausgaben	=	Bruttoumsatz
Touristik- und Dauercamping sowie Reisemobilisten	0,021 Mio.	X	39, ⁴⁰ €	=	0,8 Mio. €
Privatvermieter (< 10 Betten)	0,038 Mio.	X	68, ⁸⁰ €	=	2,6 Mio. €
Gewerbliche Betriebe (≥ 10 Betten; ohne Camping)	0,173 Mio.	X	110, ⁹⁰ €	=	19,2 Mio. €
Tagesreisen	1,8 Mio.	X	21, ⁹⁰ €	=	39,4 Mio. €
GESAMT	2,032 Mio.				62,0 Mio. €

Bedeutung der touristischen Marktsegmente

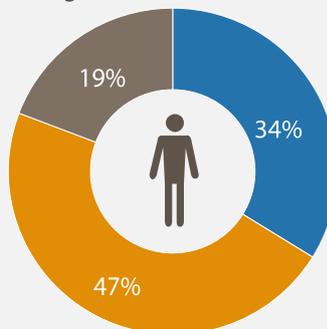


Profiteure des Tourismus – Verteilung der Bruttoumsätze

Bruttoumsätze
Übernachtungsgäste: 23 Mio. €



Bruttoumsätze
Tagesbesucher: 39 Mio. €



Gastgewerbe



Einzelhandel



Dienstleistungen

Obwohl der Tourismus in den Baumbergen im Vergleich zu vielen anderen Urlaubsregionen in Deutschland nicht auf eine lange Tradition zurückblicken kann, hat er sich für die fünf Gemeinden bereits zu einem bedeutenden Wirtschaftsfaktor entwickelt. Touristen sorgen mit ihren Ausgaben vor Ort für Umsätze und sichern damit Einkommen und Arbeitsplätze. Erläuterungen zur Methodik und Begrifflichkeiten der Wirtschaftsfaktorberechnung finden sich in Anlage 2 des Berichts.

Über 60 Mio. Euro Umsatz pro Jahr aus dem Tourismus

Im Durchschnitt geben die Gäste in den Baumbergen pro Kopf und Tag rund 30,50 Euro aus. Die Bandbreite der Ausgaben reicht von 0,- Euro bei manchen Tagesausflüglern, die beispielsweise nur eine Wanderung machen, bis hin zu über 200,- Euro pro Kopf und Tag, wenn übernachtet wird, gute Lokale frequentiert, Kulturveranstaltungen besucht und Einkäufe hochwertiger Güter getätigt werden. Zudem unterscheidet sich die Ausgabenhöhe nicht nur zwischen Tages- und Übernachtungsgästen, sondern auch stark nach der Art der Unterkunft: zum Beispiel geben Gäste in gewerblichen Übernachtungsbetrieben in den Baumbergen etwa 110 Euro pro Tag aus, Gäste, die in Privatquartieren übernachten, hingegen nur knapp 70 Euro. Damit sind die Ausgabenwerte für die Baumberge insgesamt unterdurchschnittlich. Im Münsterland liegen die Durchschnittsausgaben in gewerblichen Betrieben beispielsweise bei rund 118 Euro und im Kreis Warendorf bei über 119 Euro. Besonders gravierend sind die geringen durchschnittlichen Ausgaben Tagesreisender in den Baumbergen. Während hier pro Kopf und Tag rund 22 Euro ausgegeben werden, sind es im gesamten Münsterland etwa 32 Euro.

Bei insgesamt rund 2,0 Mio. Aufenthaltstagen und den durchschnittlichen Ausgaben von 30,50 Euro lässt sich ein jährlicher Bruttoumsatz in den Baumbergen von insgesamt 62,0 Mio. Euro ermitteln.

Vom Tourismus profitierende Branchen

Vielorts werden nur die Inhaber der Beherbergungsbetriebe und die Gastronomen zu den Profiteuren der Tourismusbranche gezählt. Mit Hilfe einer detaillierten Abfrage der Ausgabenstrukturen lassen sich aber die Geldströme im Detail nachvollziehen und die gesamte Palette der Profiteure ermitteln. Neben dem Gastgewerbe profitieren auch Einzelhandel und weitere Dienstleistungsunternehmen vom Tourismus.

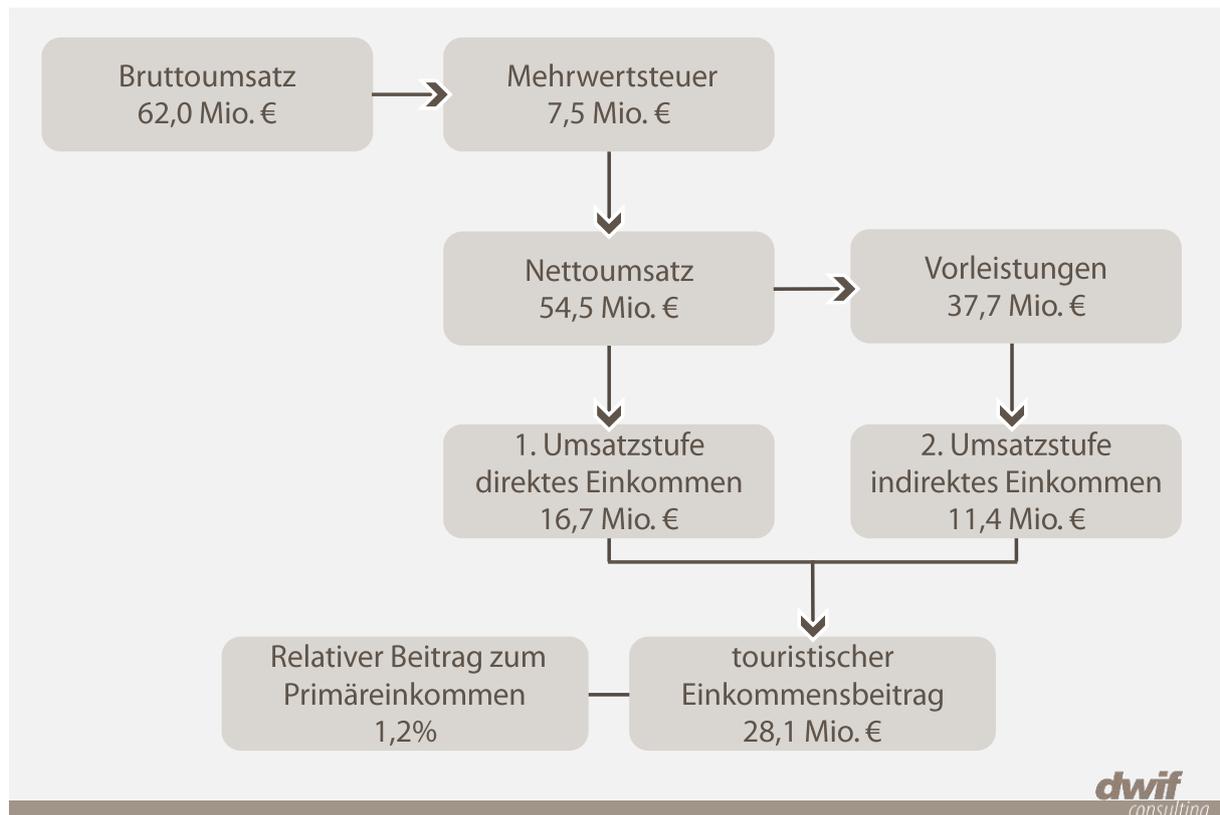
- Dem **Gastgewerbe** kommen mit 44,2% knapp die Hälfte der touristisch induzierten Umsätze (27,4 Mio. €) zugute. In den Umsätzen sind auch die Verpflegungsarrangements der Übernachtungsgäste enthalten.
- Der **Einzelhandel** ist mit einem Umsatzanteil von 38,5% ebenfalls ein starker Profiteur des Tourismus in den Baumbergen (23,9 Mio. €).
- Der Umsatzanteil der **Dienstleistungen** (wie z.B. Freizeit und Unterhaltung, aber auch Transport, Parkgebühren etc.) liegt bei 17,3 % bzw. 10,7 Mio. €.

Einkommenseffekte auch durch Vorleistungsverflechtungen

Neben der Bestimmung des durch den Tourismus generierten Bruttoumsatzes ist der Anteil, welcher zu Löhnen, Gehältern und Gewinnen wird (Wertschöpfung), relevant. Neben den direkten Ausgaben der Touristen sind die für die Aufrechterhaltung der Leistungsbereitschaft notwendigen Lieferungen von Vorleistungen (z. B. von Versicherungen, Baugewerbe, Banken, Bäckereien) einzubeziehen.

Daher kommen zu den 16,7 Mio. Euro, die direkt aus dem Bruttoumsatz zu Einkommen werden (1. Umsatzstufe) weitere 11,4 Mio. Euro als indirektes Einkommen aus den Vorleistungen hinzu (2. Umsatzstufe). Der touristische Einkommensbeitrag in den Baumbergen beläuft sich auf insgesamt 28,1 Mio. Euro. Dieser Wert entspricht einem relativen Anteil der touristisch bedingten Einkommen an allen Primäreinkommen in den Baumbergen von 1,2 % und ist damit stark unterdurchschnittlich. Der Vergleichswert aus dem Münsterland liegt etwa doppelt und in NRW rund dreimal so hoch.

Abb. 14: Ableitung des direkten und indirekten Einkommens aus dem Tourismus⁷



Quelle: dwif 2018

⁷ Woher die Vorleistungen im Rahmen dieser 2. Umsatzstufe bezogen werden (z. B. umliegende Städte und Bundesländer, restliches Deutschland, Ausland) kann ohne detaillierte Erhebungen nicht ermittelt werden.

Beschäftigungs- und Steuereffekte

Aus diesem touristisch bedingten Einkommen ergibt sich ein Äquivalent von rund 1.030 Personen, die ihren Lebensunterhalt, gemessen an einem durchschnittlichen Primäreinkommen pro Kopf in der Region von 27.255 €, durch den Tourismus bestreiten könnten⁸.

Allein durch Mehrwert- und Einkommensteuer aus dem Tourismus in den Baumbergen werden dem Fiskus nach vorsichtigen Berechnungsansätzen pro Jahr insgesamt ca. 5,7 Mio. Euro zugeführt. Auch die Kassen der Kommunen in den Baumbergen profitieren davon.

Damit ist der Tourismus in den Baumbergen zwar sicherlich (noch) nicht die dominierende Wirtschaftsbranche. Gleichwohl hat er eine große Bedeutung, nicht nur wirtschaftlich für die Unternehmen und die Arbeitnehmer, sondern auch indirekt zur Sicherung eines hohen Freizeitwertes und damit zur Steigerung der Attraktivität der Region als Wohn- und Arbeitsort.

Zahlreiche weitere „weiche Effekte“ durch den Tourismus

Darüber hinaus leistet der Tourismus in den Baumbergen einen wesentlichen Beitrag zur Erhöhung der Lebensqualität und Standortattraktivität. Das Engagement für den Tourismus löst daher neben den rein ökonomischen eine Fülle weiterer positiver Effekte aus:

- **Stabilisator und Impulsgeber für die Regionalentwicklung:** Der Tourismus schafft und sichert standortgebundene Arbeitsplätze für die eigene Bevölkerung, sowohl im Haupt- als auch im Nebenerwerb. Damit fördert er die Attraktivität und Wirtschaftskraft des ländlichen Raumes.
- **Infrastruktureffekte:** Der Tourismus leistet einen Beitrag zur Modernisierung der Infrastruktur im öffentlichen Raum (zum Beispiel Verkehr, Nahversorgung, Ortsbild). Und dort, wo sich viele Touristen aufhalten, gibt es in der Regel mehr Gaststätten, Einzelhandel und Freizeitangebote.
- **Attraktivitätseffekte:** Der Tourismus sorgt für eine positive Kommunikation über Regionen und Orte. Er steigert die Bekanntheit über attraktive (Reise-)Ziele – und somit als lebenswerte Arbeits- und Wohngegend. Darüber hinaus trägt der Tourismus zur Pflege von Brauchtum und Traditionen sowie zur Wertsteigerung von Immobilien bei.
- **Standorteffekte:** Der Tourismus als weicher Standortfaktor schafft ein attraktives Umfeld und erleichtert so die erfolgreiche Suche nach Fach- und Führungskräften für alle Branchen. Insofern unterstützt er das wirtschaftliche Umfeld und die Ansiedlung von Unternehmen.
- **Lebensqualität:** Der Tourismus verbessert den Wohn- und den Freizeitwert in der Destination, wodurch er nicht nur die Erlebnisqualität für die Gäste steigert, sondern auch Lebensqualität der Baumberger(innen).

⁸ Dieser Wert darf nicht mit der Anzahl der durch den Tourismus in den Baumbergen beschäftigten Personen gleichgesetzt werden! Die exakte Bestimmung der Beschäftigungswirkungen des Tourismus ist nur über aufwändige Primärerhebungen möglich, da beispielsweise viele Personen nur anteilig vom Tourismus leben (Verkäufer im Einzelhandel bedienen auch Einheimische, Servicepersonal in der Gastronomie kümmert sich nicht nur um Gäste etc.).

Tab. 4: SWOT-Analyse Beherbergung und Gastronomie

Stärken und Chancen	Schwächen und Herausforderungen
Wirtschaftsfaktor Tourismus	
<ul style="list-style-type: none"> • Tourismus ist schon heute für die Baumberge ein wichtiger Wirtschaftsfaktor • Touristen sorgen mit ihren Ausgaben vor Ort für Umsätze und sichern damit Einkommen und Arbeitsplätze • Hohe ökonomische Effekte für das Gastgewerbe, aber auch den Einzelhandel und weitere tourismusrelevante Dienstleistungen • Zahlreiche weitere positive Effekte für die Regionalentwicklung; Tourismus leistet wesentlichen Beitrag zur Erhöhung der Lebensqualität und Standortattraktivität 	<ul style="list-style-type: none"> • Ausgaben der Gäste in den Baumberge-Gemeinden stark unterdurchschnittlich – damit gleichzeitig relativ geringe Wertschöpfung • Hohe Dominanz des Tagestourismus, in dem vergleichsweise wenige Wertschöpfungspotenziale pro Gast für die Region erzielt werden • Derzeit noch relativ geringer Anteil des Tourismus am Gesamteinkommen der Region; hohes, bislang nicht hinreichend ausgeschöpftes Potenzial

Quelle: dwif 2018

V. Bewertung möglicher Profilierungsthemen

Für die künftige Ausrichtung des Tourismus in den Baumbergen sind verschiedene Profilierungsthemen denkbar, die im Folgenden näher beleuchtet und hinsichtlich ihrer Eignung als touristisches Kernthema für die Baumberge überprüft werden. Folgende Themen fließen in die nachfolgende Analyse ein:

Abb. 15: Übersicht über mögliche Profilierungsthemen



Quelle: dwif 2018

Dabei werden die Aspekte Nachfrage- und Marktpotenzial, Passfähigkeit zu übergeordneten Strategien, Alleinstellungsfähigkeit und Status Quo in den Baumbergen analysiert und anhand eines Punktesystems bewertet. Diesem System liegen folgende Bewertungskriterien zugrunde:

Abb. 16: Punkteskala zur Bewertung der Themensegmente

Nachfrage- und Marktpotenzial	sehr gering	gering	hoch	sehr hoch
Passfähigkeit zu übergeordneten Strategien	nicht ausgeprägt	gering ausgeprägt	ausgeprägt	stark ausgeprägt
Alleinstellungsfähigkeit	nicht gegeben	gerin	mittel	hoch
Status Quo in den Baumbergen Segment ist in den Baumbergen...	nicht entwickelt	in Ansätzen vorhanden	gut entwickelt	sehr gut entwickelt



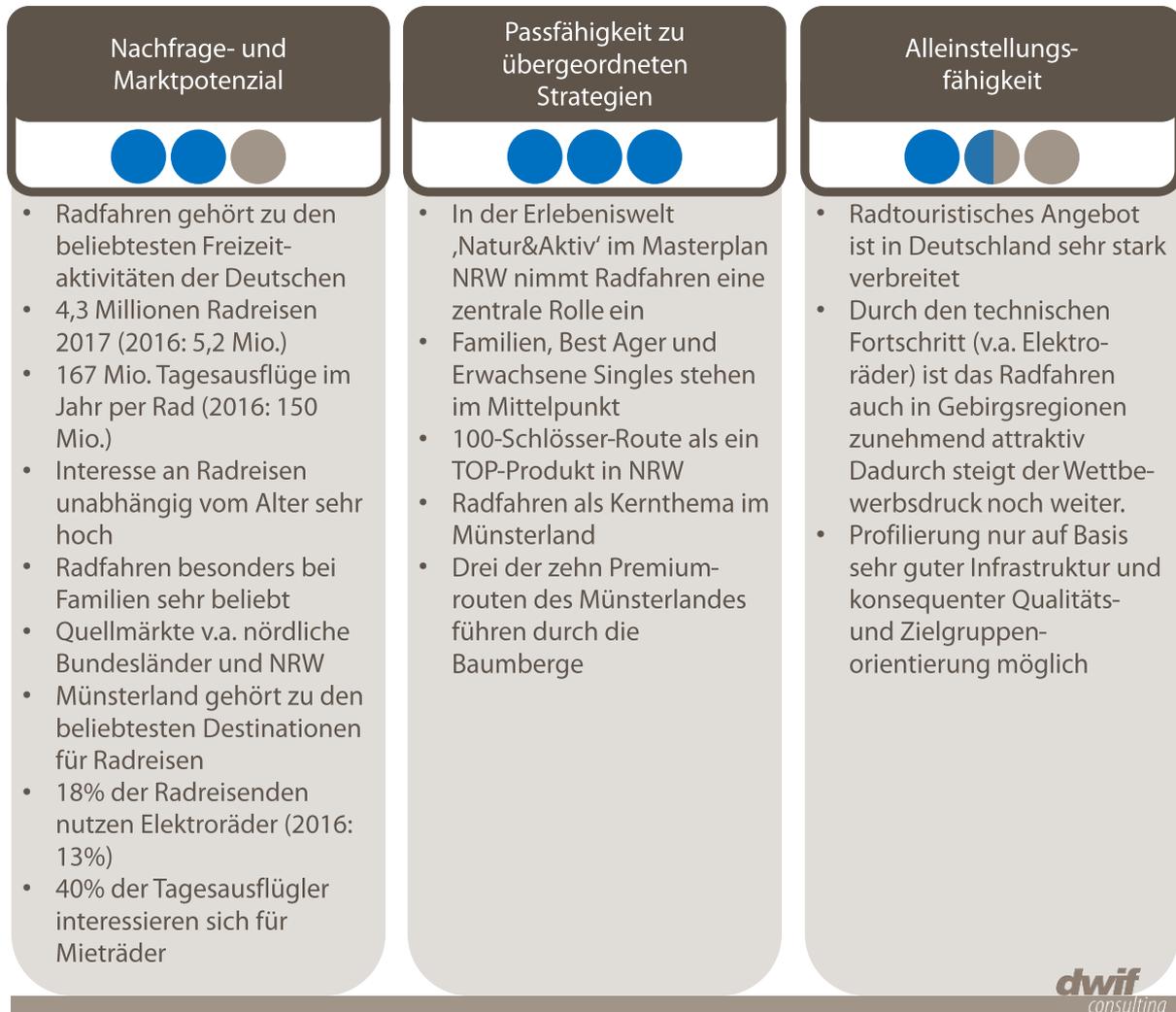
Quelle: dwif 2018

Als Region im ländlichen Raum eignen sich die Baumberge gut für aktivtouristische Themen. Wie im übrigen Münsterland ist das Fahrradfahren die wichtigste aktivtouristische Tätigkeit in den Baumbergen. Aufgrund der bergigen Landschaft wurde außerdem ein Fokus auf das Wandern gelegt und damit bewusst ein Alleinstellungsmerkmal gegenüber den umliegenden Destinationen gesucht. Als Teil der überregional bekannten Pferdereion Münsterland bietet sich als thematische Fokussierung in den Baumbergen auch der Pferdeterminismus an. In den nachfolgenden Abschnitten werden die Baumberge daher zunächst hinsichtlich des Potenzials dieser drei aktivtouristischen Segmente analysiert.

Im Anschluss daran folgt die Einschätzung zu anderen Segmenten, die für eine Profilierung der Region denkbar sind, allen voran das kulturelle Erbe der Baumberge, aber auch Nischen- oder Entwicklungsthemen wie Gesundheit, Kulinarik, Geschäftstourismus oder Motorradtourismus.

1. Radtourismus

Abb. 17: Analyse externer Faktoren im Radtourismus



Quellen: dwif 2018, Daten und Informationen: ADFC-Travelbike-Radreiseanalyse 2018; Fortschreibung des Masterplans Tourismus NRW; www.muensterland-tourismus.de; www.nrw-tourismus.de

Abb. 18: Beliebteste Radregionen in Deutschland



Quelle: ADFC-Travelbike-Radreiseanalyse 2018

Status Quo in den Baumbergen

Gute naturräumliche Voraussetzungen

Radfahren ist in den Baumbergen – wie im gesamten Münsterland – von besonderer Bedeutung, nicht zuletzt durch die hohe Bedeutung im Alltagsverkehr. Sowohl der gesamte Kreis Coesfeld als auch die Kreisstadt Coesfeld sind Mitglied im Netzwerk fahrradfreundlicher Kommunen (AGFS NRW) und zeichnen sich somit durch eine radfahrerorientierte Stadtplanung aus. Das ist auch für den Radtourismus von Nutzen. Als touristisches Segment zeichnet sich das Radfahren in den Baumbergen durch die naturräumlichen Voraussetzungen aus: Die hügelige Landschaft mit abwechslungsreicher Flächennutzung (Wälder, Wiesen, landwirtschaftliche Flächen) heben sich die Baumberge vom restlichen Münsterland mit sehr flacher Topografie ab. Die Erhebungen in der Region ermöglichen hierbei zum einen auch sportlich anspruchsvollere Radtouren, zum anderen Weitblicke über das Münsterland. Gerade in Zeiten zunehmender E-Bike-Nutzung stellt die Überwindung der Anstiege auch ältere Menschen nicht mehr vor große Herausforderungen.

Zahlreiche regionale und überregionale Radrouten

Die wichtigsten überregionalen Routen, die durch die Baumberge führen, sind hierbei

- die 100 Schlösser Route, die auf einer Länge von 960 Kilometern durch das gesamte Münsterland führt und hierbei einen Großteil der Schlösser und Herrensitze der Region verbindet,
- der Europaradweg R1, der auf seinen 3.500 Kilometern von Frankreich bis Russland auch die Baumberge durchquert sowie
- die ADFC-zertifizierte Vechtetalroute, die auf 225 Kilometern von der Quelle der Vechte in Darfeld bis zur Mündung im niederländischen Zwolle führt.

Neben diesen überregionalen Routen wurde innerhalb der Baumberge die Sandsteinroute als radtouristisches Hauptprodukt entwickelt, das auf rund 160 Kilometern alle fünf Orte der Region ver-

bindet und nebenbei an verschiedenen Sehenswürdigkeiten aus diesem Baumaterial vorbeiführt. Die Route wird von der Baumberge-Touristik vermarktet und durch eine eigene Fahrradkarte und einen spiralgebundenen Routenführer beschrieben. Darüber hinaus wurden auf der Grundlage des Wabensystems im Münsterland in jeder Kommune kleinere Rundwege ausgewiesen, die gut im Rahmen von Tagesausflügen bewältigt werden können. Für diese Rundwege wurden – neben der Online-Vermarktung – Flyer entworfen, die eine Übersicht über die Tour, eine Routenbeschreibung, die wichtigsten Sehenswürdigkeiten und eine Karte enthalten.

Pauschalangebote durch verschiedene Anbieter

Sowohl die Baumberge-Touristik als auch einige der Gemeinden in der Region bieten Pauschalreisen für Radtouristen an. Die Pauschalangebote der Baumberge-Touristik haben einen Umfang von drei bis sieben Tagen und liegen verschiedenen Thematiken zugrunde (Sandstein, Schlösser, regionale Kultur). Daneben bieten die Städte Havixbeck, Coesfeld und Billerbeck auch eigene buchbare Pauschalangebote für Radtouristen an. Die Stadt Coesfeld ergänzt das radtouristische Angebot um Stadtführungen auf zwei Rädern.

Handlungsbedarf bei der Radwege-Infrastruktur

Bei der Begutachtung der Radwege-Infrastruktur durch das dwif im Herbst 2017 wurde besonderes Augenmerk auf die **Sandsteinroute** als radtouristisches Hauptprodukt der Region Baumberge gelegt. Dabei ergab sich umfangreicher Handlungsbedarf, um die Baumberge als Radregion insgesamt und die Sandsteinroute im Speziellen für Radfahrer attraktiv zu machen.

Routenführung

Der Verlauf der Sandsteinroute führt über rund 160 Kilometer durch die gesamte Region. Dabei wurde augenscheinlich großer Wert darauf gelegt, jede Kommune – ebenso wie möglichst viele Ortsteile – an die Route anzubinden. Dieses Ansinnen geht allerdings stark zu Lasten der Attraktivität der Sandsteinroute, da zahlreiche unnötige und für den Radfahrer frustrierende (da unattraktive) Umwege und „Schlenker“ in Kauf genommen wurden. Diese teils umständliche Routenführung ist darüber hinaus ursächlich für häufige Orientierungsschwierigkeiten des Radfahrers. Hinzu kommen mehrfache Verstöße gegen „Durchfahrt verboten“-Schilder. De facto verstoßen Radfahrer, die konsequent der Sandsteinroute folgen, also mehrfach gegen Verkehrsregeln. Dies ist ein Umstand, der die Attraktivität der gesamten Route deutlich beeinträchtigt.

Themeninszenierung

Die Sandsteinroute führt zwar an zahlreichen Bauwerken aus Sandstein vorbei, dennoch ist die Themeninszenierung insgesamt ausbaufähig. Um das Thema Sandstein wirklich erlebbar zu machen, müssten die herausragenden Sehenswürdigkeiten entlang der Route bewusster ausgewählt, ausgeschrieben und zur Steigerung der Erlebnisorientierung stärker in das Gesamterlebnis eingebunden werden. Um die Attraktivität der Route auch in touristischen Randzeiten zu erhalten und das Angebot niederschwellig anbieten zu können, muss die Erlebbarkeit der Sehenswürdigkeiten auch außerhalb der regulären Öffnungszeiten bzw. ohne vorherige Anmeldung gewährleistet werden. Auch eine stärkere Einbindung des Themas Sandstein außerhalb der Sehenswürdigkeiten

(z.B. durch Bänke und Tische an Rastplätzen aus Sandstein) würde die gesamte Themeninszenierung stärken.

Wegequalität

Die Route verläuft in großen Teilen auf landwirtschaftlich genutzten Wegen, die asphaltiert sind. Hier wird die Attraktivität der Route lediglich an manchen Stellen durch starke Verschmutzung der Fahrbahn durch Landmaschinen eingeschränkt. Einige Abschnitte auf Waldwegen sind – gerade für ältere Menschen und Fahrer von „einfachen“ Stadträdern – zu schmal und durch Baumwurzeln beeinträchtigt. Die größte Einschränkung besteht allerdings auf Wegen mit geschotteter Oberfläche, die teils große und tiefe Schlaglöcher über die gesamte Breite des Weges aufweisen und eine Gefahr für Mensch und Material darstellen. Vorrangig an diesen Stellen müssten die Wege systematisch auf Schäden überprüft und die Oberfläche erneuert werden.

Beschilderung

Am gravierendsten fallen die Mängel bei der Beschilderung aus – dies gilt vor allem für die Sandsteinroute. Während das „allgemeine“ Wegweisungssystem des Landes Nordrhein-Westfalen (HBR NRW, „rot-weiß-Beschilderung“) nur stellenweise Mängel aufweist, sind die routenspezifischen Einschieber der Sandsteinroute flächendeckend in indiskutablen Zustand. Der Großteil der Routenlogos ist derart verblichen, dass es nicht mehr zu erkennen ist. An zahlreichen Kreuzungen macht dies einen Stopp und einen Blick in die Fahrradkarte notwendig, was den Spaß am Befahren der Route massiv beeinträchtigt. Darüber hinaus sind die Wegweiser an manchen Stellen nicht eindeutig oder zeigen stellenweise sogar in die gänzlich falsche Richtung.

Die Analyse der wichtigsten Faktoren, die auch der ADFC für seine Qualitätsauszeichnungen heranzieht (Routenführung, Themeninszenierung Wegequalität und Beschilderung) ergibt, dass die Sandsteinroute zwar durchaus das Potenzial zum touristischen Leitprodukt bietet, in ihrem derzeitigen Zustand allerdings momentan nicht für die Vermarktung empfohlen werden kann.

Ein Befahrung der **100 Schlösser Route** durch den Landkreis Coesfeld Anfang 2018⁹ hat auch für dieses Münsterländische Leitprodukt einen erheblichen Handlungsbedarf festgestellt. Gerade im Bereich der Baumberge zeigten sich laut Befahrungsprotokoll zahlreiche Mängel, insbesondere in der Wegequalität. Demnach sind große Teile der zur 100-Schlösser-Route gehörenden Radwege nur in einem mittleren, ausreichenden oder sogar mangelhaften Zustand. Viele Abschnitte sind nicht asphaltiert, sondern verlaufen über Wald- und Wiesenwege, die häufig eine unebene Oberfläche, hervorstehenden Steine und Schlaglöcher aufweisen. Zudem gibt es zahlreiche Gefahrenstellen oder versperrte Wege.

⁹ Die Befahrung erfolgte im Rahmen des Projektes „Radtouristische Infrastruktur- und Marketingoffensive Schlösser- und Burgenregion Münsterland“.

Abb. 19: Eindrücke aus der Analyse der Radwegeinfrastruktur


Quelle: dwif 2018

Ergänzende Serviceangebote und Infrastruktur von unterschiedlicher Dichte und Qualität

Zum radtouristischen Angebot einer Destination gehört neben Wegen, Beschilderung und ausgewiesenen Routen auch eine ergänzende Infrastruktur. Hierunter fallen beispielsweise Leihangebote, Ladestationen für E-Bikes oder Abstellmöglichkeiten in den Zentren. Diese ergänzende Infrastruktur ist in den Baumbergen durchaus vorhanden, allerdings in unterschiedlicher Dichte und Qualität. So ist die Anzahl der Lademöglichkeiten für Elektrofahrräder in Rosendahl beispielsweise deutlich geringer als in den übrigen Gemeinden. In allen Gemeinden sind zudem die Leihmöglichkeiten für Spezialräder (z.B. Lastenräder, Räder mit Kinderanhängern, Kinderfahrräder) sowie die Öffnungszeiten der Verleihgeschäfte (in der Regel normale Radgeschäfte ohne Abend- oder Wochenendbetrieb) stark eingeschränkt.

Zwar gibt es vereinzelt radlerfreundliche Unterkünfte, doch sind diese räumlich stark konzentriert: Während in Billerbeck und Nottuln jeweils drei Betriebe vom ADFC als Bett+Bike-Betriebe zertifiziert sind, sind es in Havixbeck nur ein und in Coesfeld und Rosendahl kein Betrieb.

Auch die Qualität und Dichte von Radabstellmöglichkeiten in den Zentren weist deutliche Unterschiede auf. So finden sich in Billerbeck zwar ausreichend Abstellmöglichkeiten von hoher Qualität, in den anderen Gemeinden hingegen nur wenige und/oder sehr minderwertige Abstellmöglichkeiten.

Positiv zu erwähnen ist das Angebot von Radbussen (Fietsenbusse), die an Sonn- und Feiertagen mit Radanhänger unterwegs sind und so auch One-Way-Touren auf den Radwegen der Baumberge ermöglichen. Allerdings sind nicht alle Gemeinden – und damit auch nur wenige Abschnitte der Sandstein-Route – durch eine Radbuslinie angebunden.

Potenziale für die Erschließung weiterer Zielgruppen vorhanden

Das aktuelle radtouristische Angebot richtet sich vor allem an Freizeit- und Gelegenheitsradfahrer und hier insbesondere an ältere Menschen. Durch die Ausweisung alternativer Routen oder die Installation entsprechender Infrastruktur könnte das radtouristische Angebot der Baumberge erweitert werden. Während im Rahmen der Themenrunde Radtourismus der Möglichkeit zur Ausweisung von Mountainbike-Strecken vor allem aufgrund des Naturschutzes eine Absage erteilt wurde, wäre die verstärkte Ansprache von Rennradfahrern durchaus denkbar. Aufgrund des jährlich im Münsterland stattfindenden Münsterland-GIRO, bei dem sich die internationale Rennradelite – in regelmäßigem Turnus auch in den Baumbergen – trifft, ist die Region bereits in der Wahrnehmung von interessierten Rennradfahrern etabliert. Zudem gibt es dadurch bereits eine „rennrad-erprobte“ Routenführung. Diese Veranstaltung könnte daher durchaus als Aufhänger für die stärkere Vermarktung der Baumberge als Rennrad-Region genutzt werden. Allerdings sind hier Investitionen weitere, zielgruppenspezifische Angebote und Infrastrukturen (z.B. Stoppomat, Pannenhilfe, Shuttle-Services) notwendig. Ein entsprechender Projektentwurf liegt bereits vor.

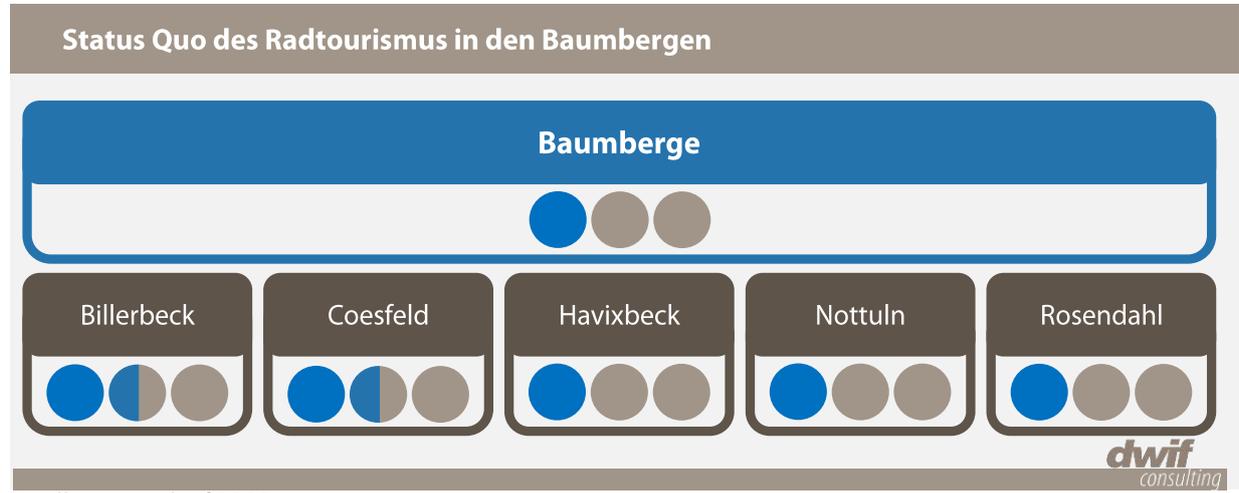
Status Quo in den Einzelgemeinden

In allen Baumberge-Gemeinden ist der Zustand von Radwegen und Beschilderung ausbaufähig. Abseits dieser grundsätzlichen Mängel tun sich einzelne Gemeinden durch verschiedene Attribute hinsichtlich des radtouristischen Angebotes hervor.

In **Coesfeld** ist dies vor allem die hohe Anzahl an lokalen und überregionalen Radrouten zusätzlich zur 100 Schlösser Route und der Sandsteinroute (z.B. RadBahn Münsterland, BahnLandLustRoute, Berkelroute). **Billerbeck** fällt durch den guten Ausbau der begleitenden Infrastruktur auf. Hier sind neben den guten Abstellanlagen beispielsweise die zahlreichen Ladestationen für E-Bikes, drei Bett+Bike-Betriebe sowie mehrere Verleihstationen zu nennen. In **Havixbeck** existieren zumindest ein Bett+Bike-Betrieb sowie zwei Anbieter zum Radverleih, hier sind allerdings die Radabstellmöglichkeiten im Zentrum von minderer Qualität. In **Nottuln** sind drei Betriebe mit dem Bett+Bike-Siegel ausgezeichnet. Hier sind jedoch die Planungen zur Ausweisung einer neuen Radroute (SteuerLandRoute) zu nennen. Die begleitende Infrastruktur ist allerdings kaum vorhanden. Letzteres trifft auch auf **Rosendahl** zu, die mit der Vechtelroute aber Startpunkt der einzigen ADFC-zertifizierten Fahrradrouten der Region sind.

Tab. 5: SWOT-Analyse Radtourismus

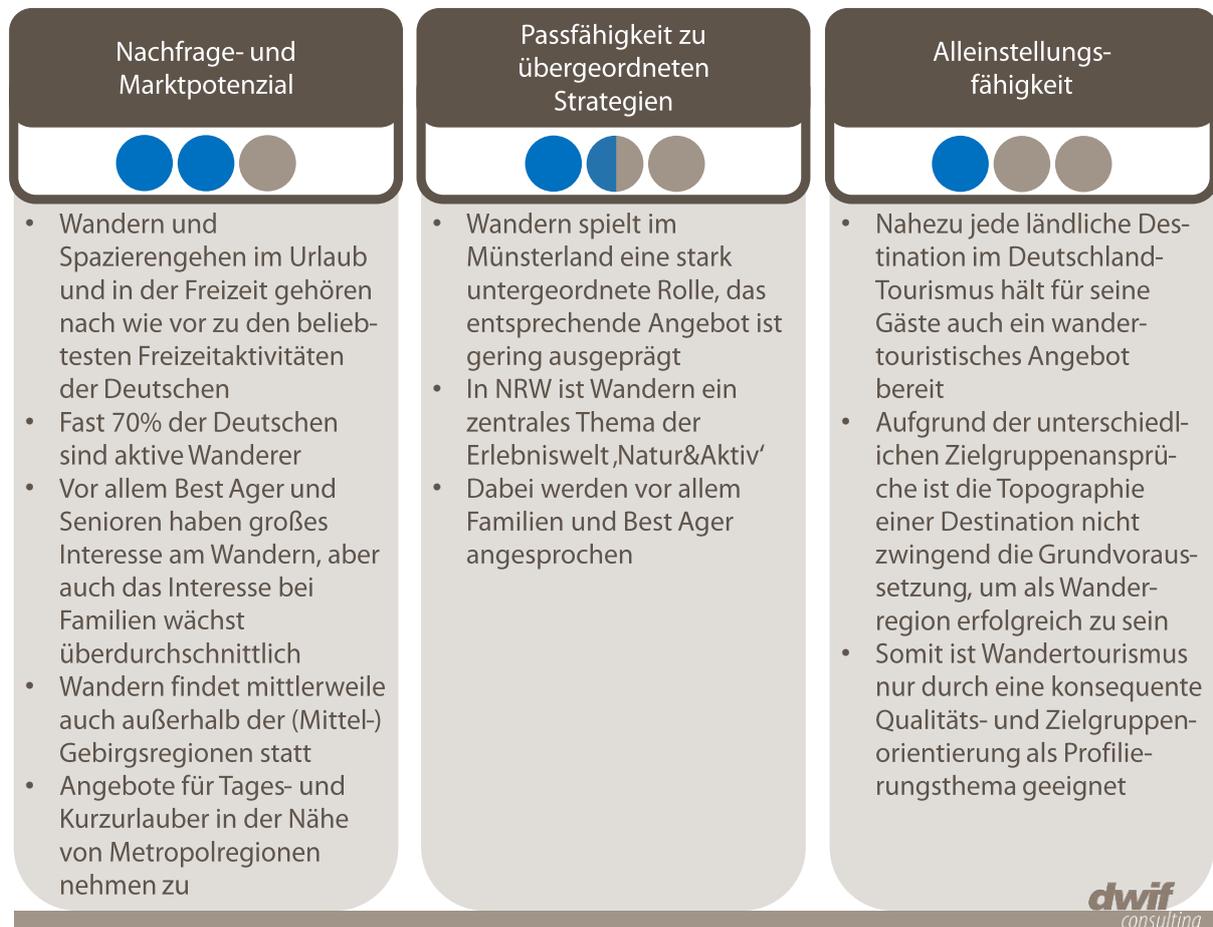
Stärken und Chancen	Schwächen und Herausforderungen
Radtourismus	
<ul style="list-style-type: none"> • Lage in der Radregion Münsterland mit (derzeit noch) hervorragender Wettbewerbsposition • Abwechslungsreiche Landschaft mit flachen Abschnitten und Bergen, Wäldern, Wiesen und Feldern • Dichtes Wegenetz, zahlreiche Tourenmöglichkeiten • Durchgehende und einheitliche Beschilderung (HBR NRW) • Verschiedene Themen zur Profilierung als Radregion vorhanden, ggf. auch in Kooperation mit benachbarten Regionen • Buchbare Pauschalangebote • Ergänzendes Angebot vorhanden (Unterkünfte, Verleihstationen, Werkstätten, Ladestationen) • Erschließung von weiteren Zielgruppen denkbar (z.B. Rennradfahrer) 	<ul style="list-style-type: none"> • Qualitätsmanagement <ul style="list-style-type: none"> – z.T. schlechte Wegequalität; keine Kontrollen durch Gemeinden / LK – Verschlissene und teils fehlerhafte Beschilderung – Angebot und Infrastruktur aktuell gegenüber Wettbewerbern nicht konkurrenzfähig • radtouristisches Hauptprodukt (Sandsteinroute) der Region in sehr schlechtem Zustand • Themeninszenierung ausbaufähig (v.a. Sandsteinroute) • fehlende Zertifizierung der Radrouten; geringe Marktabdeckung Bett+Bike • Angebot der Verleihstationen (z.B. spezielle Räder, Öffnungszeiten) • Ergänzende Infrastruktur lückenhaft (z.B. Abstellanlagen, Rastplätze, Schließboxen)



Quelle: dwif 2018

2. Wandertourismus

Abb. 20: Analyse externer Faktoren im Wandertourismus



Quellen: dwif 2018, Daten und Informationen: Der deutsche Wandermarkt 2014, Project M 2014; Fortschreibung des Masterplans Tourismus NRW; www.muensterland-tourismus.de; www.nrw-tourismus.de

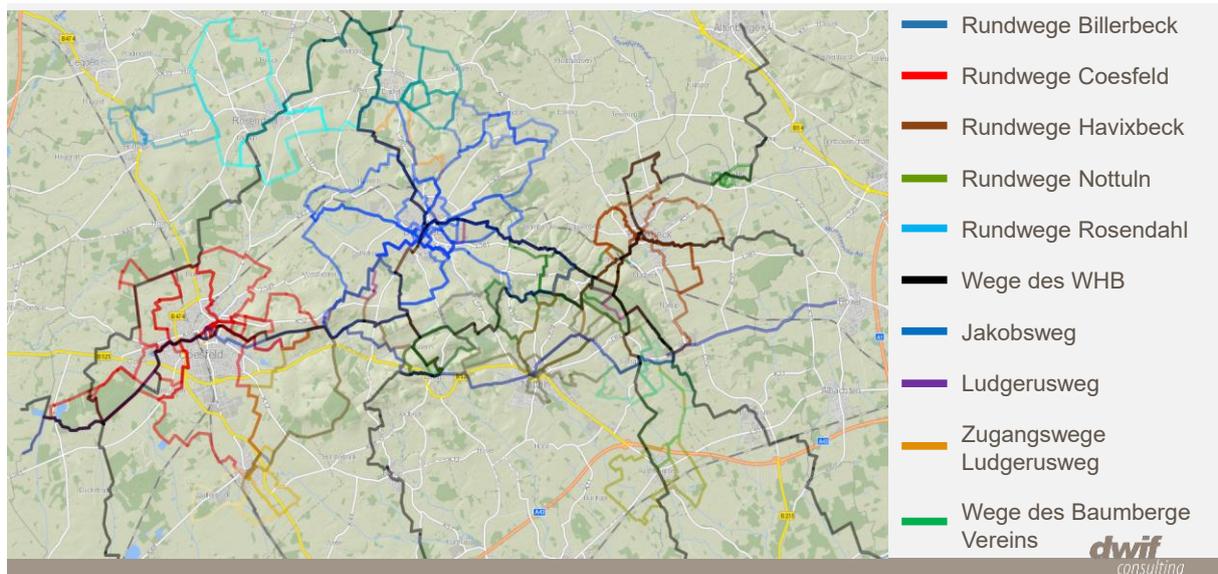
Status Quo in den Baumbergen

Attraktive Wanderregion

Aufgrund der abwechslungsreichen Landschaft, die sich zum einen durch Wiesen, Wälder und Felder auszeichnet, und zum anderen neben flachen Wanderungen auch einige Hügel und Anstiege umfasst, sind die Baumberge eine attraktive Region für Wanderer. Die in der Regel moderaten Steigungen und leicht zu begehenden Wege machen die Region vor allem für die wachsende Gruppe älterer Wanderer und Familien attraktiv. Die Erhebungen der Region schaffen hierbei die Gelegenheit für attraktive Aussichten und Weitblicke über das Münsterland – und sind somit ein Alleinstellungsmerkmal gegenüber den (eher flachen) benachbarten Regionen.

Umfangreiches Wegenetz

Infrastrukturelle Maßnahmen innerhalb der Region Baumberge sowie ein parallel existierendes Wegenetz, welches durch verschiedene Akteure etabliert wurde, verschaffen den Baumbergen einen umfangreichen und dichten Bestand an Wanderwegen, womit sich die Region vor allem gegenüber dem restlichen Münsterland deutlich abhebt.

Abb. 21: Wanderwegenetz in den Baumbergen

Quelle: Wanderportal Baumberge Touristik

Als wandertouristisches Haupt- und Leitprodukt der Baumberge wurde der 30 Kilometer lange Ludgerusweg entwickelt, dessen Hauptroute vom Stift Tilbeck in Havixbeck nach Coesfeld führt und der sämtliche Orte der Region über Zugangswege einbindet. Für den Weg wurde ein eigenes Logo entworfen, das konsequent im Marketing Anwendung findet. Der Weg wurde vom Deutschen Wanderverband als „Qualitätsweg Wanderbares Deutschland“ ausgezeichnet.

Neben dem Ludgerusweg wurde in den vergangenen Jahren die Wanderinfrastruktur komplett überarbeitet und eine große Anzahl von örtlichen Rundwegen (insgesamt 58) geschaffen und durch lokale Wander- und Heimatvereine beschildert und betreut. Dazu kommen sieben Rundwege um den Longinusturm (eine der wichtigsten Sehenswürdigkeiten am höchsten Punkt der Baumberge) die durch den Baumberge-Verein, einen traditionsreichen Wanderverein, betreut werden, sowie die Wege des Westfälischen Heimatbundes, die als überregionale Wege auch die Baumberge kreuzen.

Diese Fülle an Wanderwegen bietet zwar auf der einen Seite ein Alleinstellungsmerkmal in der Region, führt allerdings auch zu Unübersichtlichkeit und fehlender Profilierung. Für den Gast ist es in der Fülle der Wege nicht leicht, die wirklich schönen Routen herauszufiltern. Zudem wird es perspektivisch eine gewaltige Herausforderung sein, das gesamte Streckennetz in hoher Qualität zu pflegen und zu erhalten – eine Aufgabe, die in erster Linie den Kommunen zukommt. Eine konsequentere Fokussierung auf den/die wichtigsten Wege der Region und eine gezielte Weiterentwicklung der ergänzenden Infrastruktur entlang dieser Wege ist nötig, um das Profil der Baumberge als Wanderregion auch überregional zu schärfen. Aufgrund der äußerst geringen touristischen Relevanz der örtlichen Rundwege gilt es, sich bei der Vermarktung vor allem auf den Ludgerusweg zu konzentrieren und als Ergänzung nur wenige weitere (sehr attraktive) kürzere Wege zu vermarkten.

Geführte Wanderungen und Stadtführungen als Schnittstelle zum Kulturtourismus

Als pauschales Angebot besteht das Angebot geführter Wanderexkursionen zu diversen Zielen der Region, was besonders von Gruppenreisenden angenommen wird. Die Bandbreite des Angebotes reicht hier von kürzeren Tagesexkursionen bis zu ganzen Wochenexkursionen, die von einem Geographen (Josef Räkers) durchgeführt werden. Darüber hinaus bieten vier der fünf Kommunen Stadtführungen und/oder nicht-geführte Stadtrundgänge in den Zentren und im Umland der Städte an und schaffen somit eine Schnittstelle zwischen Aktiv- und Kulturtourismus. Die Stadtführungen haben thematische Schwerpunkte, wobei der Themenschwerpunkt klar auf Stadtgeschichte und Architektur liegt. Weitere Themen der Führungen sind unter anderem Kulinarik, Sandstein, Literatur und Religion. In Coesfeld wird das Angebot zusätzlich um Kinder- und Familienführungen ergänzt.

Gute Basisinfrastruktur, wenig komplementäres Angebot

Im Rahmen einer stichprobenartigen Begutachtung der Wanderinfrastruktur durch das dwif im Sommer/Herbst 2017 ergab sich nur wenig Handlungsbedarf bezüglich der Basisinfrastruktur. So sind die Wege in überwiegend gutem Zustand und die Beschilderung ist durchgehend, eindeutig und gut sichtbar. Hier zeigen sich die Bemühungen um die Aufwertung des Wanderangebotes der vergangenen Jahre.

Abb. 22: Wanderinfrastruktur in den Baumbergen



Quelle: dwif 2018

Nachholbedarf besteht allerdings zum einen bei der begleitenden Infrastruktur sowie bei der Profilierung und Inszenierung der Wege. So sind die Abdeckung und damit die Erreichbarkeit durch den

ÖPNV nicht flächendeckend gegeben, was sich besonders beim Start- bzw. Endpunkt des Ludgerusweges, dem Stift Tilbeck, bemerkbar macht. Das erschwert es Streckenwanderern enorm, nach der Wanderung auf dem Ludgerusweg wieder an den Ausgangspunkt zurückzukehren.

Zudem ist das gastgewerbliche Angebot unzureichend auf die Zielgruppe Wanderer eingestellt. Entlang des gesamten Ludgerusweges ist die gastronomische Versorgung nicht ausreichend, die Zahl der Betriebe sogar rückläufig. Zudem ist in der gesamten Region kein einziger Betrieb mit dem Siegel „Qualitätsgastgeber“ des Deutschen Wanderverband ausgezeichnet – weder in der Gastronomie noch in der Beherbergung finden sich demnach explizit auf Wandertouristen ausgerichtete Angebote. Laut den Ergebnissen der Themenrunde ‚Wandern‘ liegt dies jedoch weniger an den Betrieben selbst als am Fehlen von qualifiziertem Schulungspersonal.

Themeninszenierung der Wege ausbaufähig

Den Wanderwegen in den Baumbergen fehlt es an thematischen Inszenierungen. Der Ludgerusweg greift zwar den Heiligen Ludgerus als Namensgeber und somit das Thema Religion/Spiritualität auf, allerdings ist dieses Thema kaum erlebbar. Die stärkere Einbindung religiöser Sehenswürdigkeiten (z.B. Kloster Gerleve, Ludgerusdom, Stift Tilbeck) im Sinne eines erlebbaren Angebotes auch abseits von Führungen und außerhalb von Öffnungszeiten würde die Attraktivität des Ludgerusweges erhöhen. Die thematische Inszenierung des Ludgerusweges könnte darüber hinaus durch passendes Mobiliar am Wegrand unterstützt werden.

Bei den örtlichen Rundwanderwegen ist eine thematische Inszenierung und Profilierung des Angebotes nicht vorhanden. Dadurch werden die Wanderwege zu einem unübersichtlichen Angebot, bei dem sich der Gast nur schwer zurechtfindet. Eine thematische Inszenierung und Priorisierung einzelner Top-Wege erleichtert dem Gast die Entscheidung und hilft bei der Bündelung der Ressourcen zur Instandhaltung der Infrastruktur.

Informationsangebot vorhanden, aber lückenhaft

Ein weiterer Faktor, der für die Attraktivität einer Wanderregion von großer Bedeutung ist, ist das – analoge wie digitale – Informationsangebot. Während es in gedruckter Form neben einer umfangreichen Wanderkarte für die Gesamtregion auch mehrere Wanderführer und -broschüren gibt, steht online ein Wanderportal zur Verfügung. Dieses Wanderportal ist zwar grundsätzlich in der Bedienung einfach und übersichtlich aufgebaut, allerdings mangelt es an diversen relevanten Informationen. So ist dort lediglich die Routenführung abrufbar, aber weder Parkplätze, noch ÖPNV-Anbindung, Gastronomie, Rastplätze oder Sehenswürdigkeiten. Außerdem fehlen bei allen Datenquellen (online wie offline) weitergehende Informationen über den Charakter und die Beschaffenheit der Wanderwege (Schwierigkeitsgrad, Oberflächenmaterial, Steigungen, etc.). Allerdings gilt auch anzumerken, dass einige dieser Bausteine bereits in den kommenden Jahren in Angriff genommen werden (Projekt Wandern 2 und 3).

Großes Engagement beim Thema Wandern

Der Fokus der Arbeit in den Baumbergen lag in den vergangenen Jahren stark auf dem Thema Wandern, obwohl dieses Segment – laut diverser Aussagen im Rahmen der Themenrunden – hinsichtlich des Nachfragevolumens eher untergeordnet zu betrachten ist. Das Projekt „Wandern 1“ in

dessen Rahmen der Ludgerusweg geschaffen und die Neustrukturierung der örtlichen Rundwanderwege erreicht wurde, wird derzeit vom Projekt „Wandern 2“ abgelöst, darauf wird „Wandern 3“ folgen. Im Rahmen dieser Folgeprojekte wird zum einen das Leader-Projekt „Der Natur auf der Spur“ umgesetzt, in dessen Rahmen weitere Wanderwege – vorrangig im Bereich von Naturschutzgebieten – entstehen und zum anderen ein Marketingkonzept für den Wanderbereich erstellt.

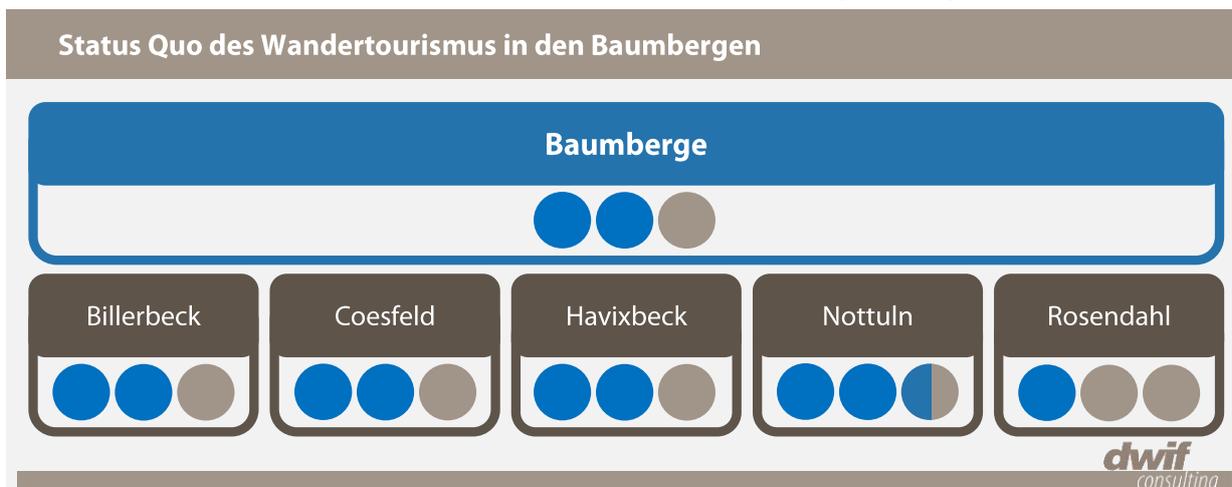
Neben diesen Bemühungen von offizieller Seite engagieren sich zahlreiche Wander- und Heimatvereine in der Region, die sich der Förderung des Wanderns und der Pflege der vorhandenen Infrastruktur verschrieben haben. Hervorzuheben ist hier insbesondere der Baumberge-Verein, der neben dem Betrieb und der Erhaltung des Longinusturms auch die dortigen Rundwanderwege betreut und somit wesentlich zur Attraktivität der Baumberge als Wanderregion beiträgt.

Status Quo in den Einzelgemeinden

Der bereits geschilderte gute Zustand der Beschilderung sowie Umfang und Ausbau der Wege im Bereich des Wanderns gilt für jede Kommune der Baumberge. Hier fällt lediglich **Rosendahl** hinsichtlich der Quantität der Wege etwas gegenüber den übrigen Gemeinden ab. Aufgrund des Longinusturmes mit seiner Gastronomie und den von dort ausgehenden Rundwanderwegen auf dem Gemeindegebiet ist **Nottuln** für Wanderer besonders attraktiv. Von diesen Rundwegen um den Longinusturm profitiert ebenfalls die Gemeinde **Havixbeck**.

Tab. 6: SWOT-Analyse Wandertourismus

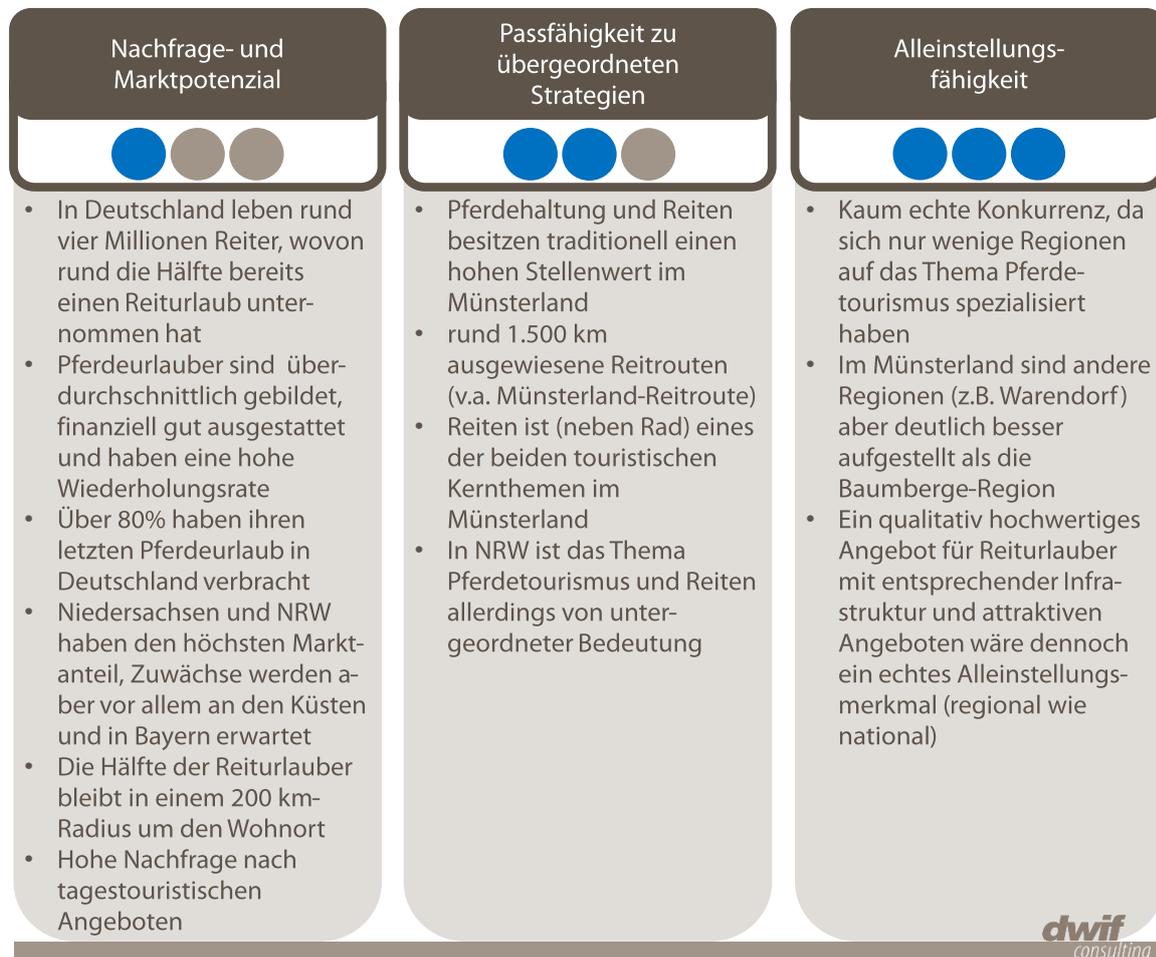
Stärken und Chancen	Schwächen und Herausforderungen
Wandertourismus	
<ul style="list-style-type: none"> • Landschaft der Baumberge gut für Wanderer geeignet, auch für ältere Menschen und Familien • Attraktive hügelige und unverbaute Landschaft • Baumberge heben sich mit ihrer Landschaft vom restlichen Münsterland ab • Umfangreiches (Wege-) Angebot • Eindeutige und durchgehende Beschilderung • Aushängeschild: Ludgerusweg (Qualitätsweg Wanderbares Deutschland) • Pauschalangebote und Exkursionen • Dem Ausbau der Wanderinfrastruktur wird hohe Priorität eingeräumt (personell & finanziell) • Wandern als Alleinstellungsmerkmal im Münsterland • Starkes ehrenamtliches Engagement • Potenziale für die Saisonverlängerung (z.B. Winterwandern) 	<ul style="list-style-type: none"> • Angebot für jüngere Menschen eher weniger attraktiv (z.B. Adventure- und Outdoorelemente) • Vielzahl der Wege ohne sichtbare Hierarchie (Leitprodukte, Themenwege,...), mangelnde thematisch Inszenierung der Wanderwege • Kein gastgewerblicher Betrieb ist als Qualitätsgastgeber vom Deutschen Wanderverband zertifiziert • Gastronomische Betriebe entlang der Wanderwege (v.a. Ludgerusweg) schließen • Keine Vermarktung als Wanderregion; auch Münsterlandweit steht Wandern nicht im Fokus, wird daher auch kaum vermarktet • Trotz Investitionen ist Wandern in den Baumbergen eher eine touristische Nische (hinsichtlich des Nachfragevolumens) • Flächendeckendes Qualitätsmanagement bei der Vielzahl der Wege eine Herausforderung • Anbindung der Wege an das ÖPNV-Netz



Quelle: dwif 2018

3. Pferdetourismus

Abb. 23: Analyse externer Faktoren im Pferdetourismus



Quellen: Pferdetourismus in Deutschland 2017, BTE, HorseFuturePanel 2017; Fortschreibung des Masterplans Tourismus NRW; www.muensterland-tourismus.de; www.nrw-tourismus.de.

Status Quo in den Baumbergen

Attraktive Landschaft

Wie bereits bei den Themen Wandern und Radfahren festgestellt wurde, bieten die Baumberge landschaftliche Reize und Vorzüge gegenüber anderen Regionen des Münsterlandes. Dies macht sie innerhalb des Münsterlandes grundsätzlich auch für Reiter aus den benachbarten urbanen Quellgebieten wie dem Ruhrgebiet für Tagesritte und Kurzaufenthalte attraktiv. Im Vergleich zu anderen „Pferdereionen“ Deutschlands wie zum Beispiel vielen Mittelgebirgen, Seen- oder Küstenregionen verfügen die Baumberge dagegen nur über eine mittlere Attraktivität. Auch in der näheren Umgebung finden sich mit dem Naturpark Hohe Mark oder der Region Warendorf deutlich weiter entwickelte Reitreviere. Die Landschaft in den Baumbergen ist dagegen aus pferdetouristischer Perspektive eher „unspektakulär“.

Allerdings zeigt das Zentrum für Freizeitreiten in Rosendahl, dass man mit spezifischen Erlebnisangeboten in dieser Landschaft durchaus einen erfolgreichen Pferdetourismus in Form von Wanderritten anbieten kann.

Zwei Reitrouten in der Region

Die Münsterland-Reitroute, das über 1.200 Kilometer lange Hauptprodukt für den Pferdetourismus im Münsterland, verläuft auf mehreren Abschnitten durch die Baumberge. Zum einen verläuft die Route in Ost-West-Richtung von Rosendahl bis Havixbeck und von dort nach Münster und tangiert dabei alle Kommunen der Baumberge-Region. Zum anderen verläuft ein Abschnitt der Route in Nord-Süd-Richtung von Velen nach Legden und durchquert dabei Coesfeld und Rosendahl.

Die zweite Route der Region ist die Rosendahler Reitroute, die auf rund 60 Kilometern durch die drei Rosendahler Orte Osterwick, Holtwick und Darfeld führt. Dabei teilt sich die Route in drei Teiltrunden, sodass sie in einzelnen Abschnitten beritten werden kann und Kombinationsmöglichkeiten bietet.

Die Dichte an ausgewiesenen Reitwegen in den Baumbergen ist damit allerdings tendenziell eher gering, vor allem im Vergleich mit anderen Regionen im Münsterland (z.B. um Warendorf und Haltern am See bzw. im Naturpark Hohe Mark).

Qualität der Infrastruktur

Zudem ergaben sich durch einen Testritt auf Abschnitten der Münsterland Reitroute östlich von Coesfeld durch das dwif am 24. Juli 2017 folgende Erkenntnisse: Die Reitroute verläuft in den Baumbergen zu einem zu großen Teil auf Asphalt. Dies schmälert ihre Attraktivität für den Pferdetourismus erheblich. In anderen Regionen des Münsterlandes verläuft die Route hingegen deutlich häufiger über „pferdefreundliche“ Untergrundarten wie Waldboden, Sand oder Gras.

Im Rahmen einer Kontrolle der Münsterland-Reitroute durch den Landkreis Coesfeld Anfang 2018 konnten zusätzlich Hinweise auf die Qualität der Beschilderung gewonnen werden. Auf dem Gebiet der Baumberge-Gemeinden wurden insgesamt 95 Mängel an der Beschilderung entlang der Münsterland Reitroute festgestellt. Zu den häufigsten Mängeln gehören das Fehlen des Emblems der Münsterland-Reitroute, fehlende oder widersprüchliche Beschilderung sowie beschädigte oder schlecht lesbare Schilder.

Bei der Qualität der pferdetouristischen Infrastruktur – sowohl bezogen auf den Wegeuntergrund als auch die Beschilderung – besteht in den Baumbergen also dringender Handlungsbedarf.

Abb. 24: Reitwege in den Baumbergen



Quelle: dwif 2018

Attraktivität der Routenführung

Rundkurse ausschließlich auf der Münsterlandreitroute sind angesichts der auf „Strecken“ angelegten Reitroute i. d. R. nur auf mehrtägigen Touren möglich, wofür ein dichteres Netz an Wanderreitstationen erforderlich ist. Ansonsten muss zumindest für Teilstrecken auf andere Wege ausgewichen werden.

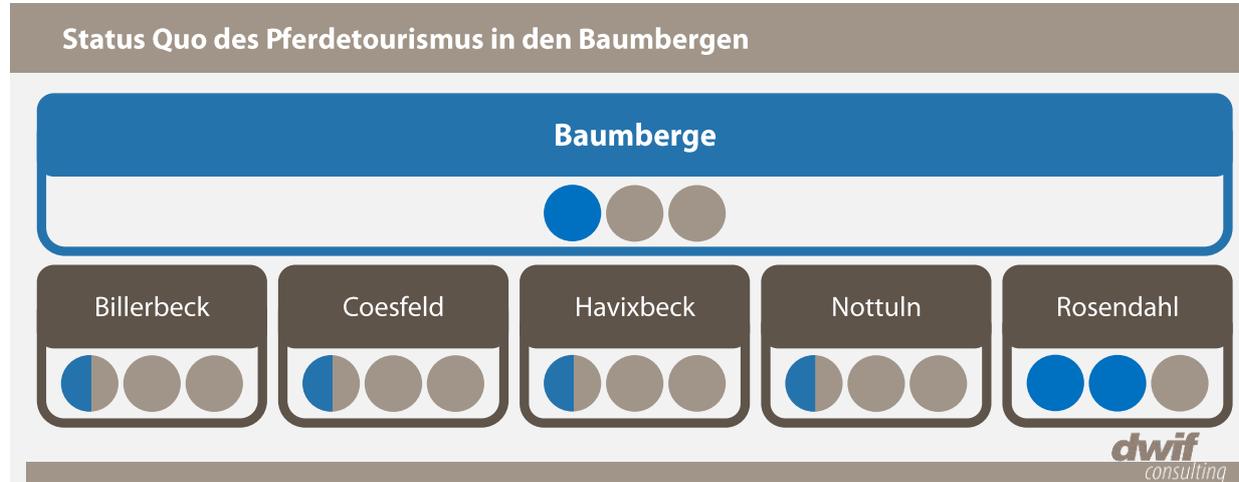
Zur Erhöhung der Attraktivität und Verstärkung der Erlebnisorientierung sollten herausragende Sehenswürdigkeiten wie z.B. die Benediktinerabtei Gerleve, unbedingt an die Reitrouten angeschlossen und sowohl auf Karten, als auch in der Landschaft durch Schilder ausgewiesen werden. Entsprechend sind zumindest Anbindebalken bzw. Wanderreitstrapplätze erforderlich. Zudem sind pferdefreundliche Gastronomiebetriebe bzw. Rastplätze erforderlich.

Status Quo nach Einzelgemeinden

Ein reittouristisches Angebot ist in vier der fünf Baumberge-Gemeinden nahezu nicht vorhanden. Die einzige ausgewiesene Reitroute ist die Münsterland-Reitroute, in entsprechend schlechter Qualität (siehe oben). Zielgruppenorientierte Betriebe wie Wanderreitstationen, Pferdetourismusanbieter, etc. sind kaum vorhanden. Die einzige Gemeinde mit einem gut entwickelten reittouristischen Angebot ist **Rosendahl**. Neben der Münsterland-Reitroute ist hier zusätzlich die Rosendahler Reitroute ausgewiesen, die wiederum aus drei Teilabschnitten besteht und somit das Angebot für Reiter (auch für Tagestouren) deutlich vergrößert. Auf betrieblicher Ebene existiert mit dem Zentrum für Freizeitreiten in Rosendahl ein erfolgreich am Markt etablierter Pferdetourismusbetrieb.

Tab. 7: SWOT-Analyse Pferdetourismus

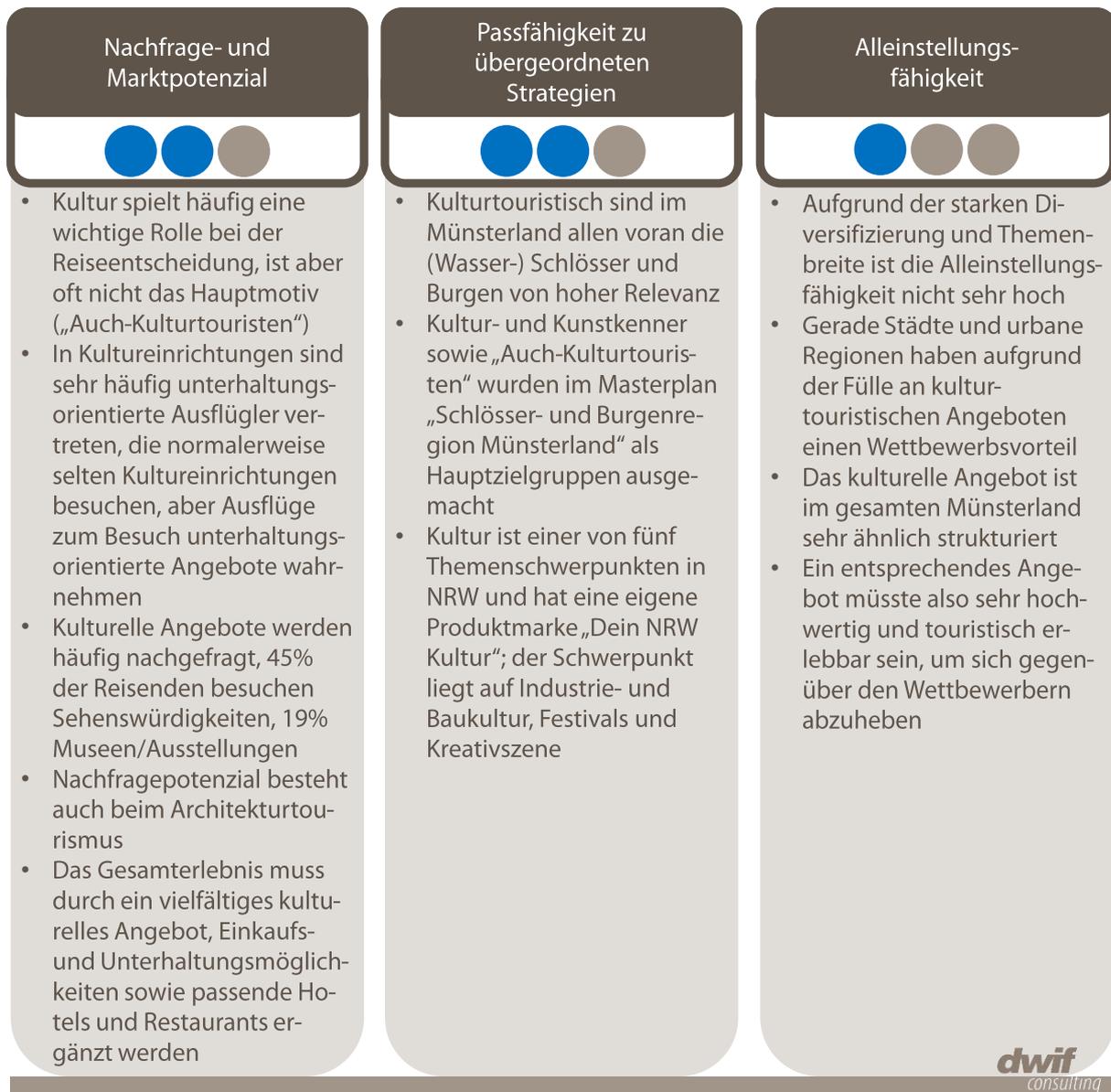
✓ Stärken und Chancen	X Schwächen und Herausforderungen
Pferdetourismus	
<ul style="list-style-type: none"> • Münsterland als eine der führenden Pferderegionen in Deutschland mit langer „Pferdetradition“ • Mit der Münsterland-Reitroute und der Rosendahler Reitroute verlaufen zwei pferdetouristische Produkte durch die Region • Derzeit durch den Münsterland e.V. entwickeltes Qualitätsmanagement soll Qualität der Reitrouten erhöhen 	<ul style="list-style-type: none"> • Recht attraktive, wenn auch im Vergleich zu anderen Pferderegionen (z.B. Mittelgebirge, Küsten-/Seenregionen) unspektakuläre Landschaft • Reitrouten verlaufen zum großen Teil auf Asphalt (unattraktiv für Pferd und Reiter) • Vergleichsweise geringe Dichte an ausgewiesenen Reitwegen • Mängel an der Beschilderung • Fehlende Anbindung von Sehenswürdigkeiten (z.B. Kloster Gerleve) • Ergänzende Infrastruktur (z.B. Wanderreitstationen, Rastplätze und Anbindebalken) kaum vorhanden • Fehlendes betriebliches Engagement (viele Reiterhöfe, aber wenige mit professioneller touristischer Ausrichtung)



Quelle: dwif 2018

4. Kunst & Kulturtourismus

Abb. 25: Analyse externer Faktoren bei Kunst & Kulturtourismus



Quellen: dwif 2018, Daten und Informationen: Kulturtourismus in ländlichen Räumen, dwif; Kulturtourismusstudie 2018, Institut für Kulturmanagement, projekt2508; FUR-Reiseanalyse 2016; Qualitätsmonitor Deutschland-Tourismus; Prozesshafter Masterplan „Schlösser- und Burgenregion Münsterland – Stärkung von KMU“, ift 2017; Fortschreibung des Masterplans Tourismus NRW

Status Quo in den Baumbergen

Breites kulturelles Angebot, Themenfokus nicht klar erkennbar

Die Region Baumberge hat ein breites kulturelles Angebot, wobei die Themenschwerpunkte in den Bereichen Sandstein/Architektur, Literatur und Religion liegen, unter denen sich ein Großteil der Sehenswürdigkeiten der Region einordnen lässt.

Das größte Abgrenzungspotenzial bietet der Sandstein: Er ist nicht nur prägendes Baumaterial der Region, sondern auch verbindendes Element aller fünf. So ist ein Großteil der bedeutenden Sehenswürdigkeiten in den Baumbergen aus dem örtlichen Sandstein erbaut (z.B. Ludgerusdom,

Longinusturm, Stift Tilbeck, Torbogen in Havixbeck, St. Martinus in Nottuln, St. Fabian und Sebastian in Osterwick), zudem besitzt er als Exportware als große Tradition und ist beispielsweise im Dom zu Münster verbaut. Damit besitzt der Sandstein eine große Bedeutung für die Baumberger Identität und Historie sowie die regionale Baukultur. Derzeit wird er noch in drei Steinbrüchen abgebaut. Auch die touristische Inwertsetzung wurde bereits begonnen (z.B. Sandsteinroute, Sandsteinmuseum, Bildhauerkurse, Steinbruchführungen).

Als Teil der Schlösser- und Burgenregion Münsterland ist das Thema Architektur aber auch über den Sandstein hinaus ein wichtiger touristischer Aspekt in den Baumbergen. Mehrere bedeutende Schlösser und Herrensitze (z.B. Wasserschloss Darfeld, Schloss Varlar, Haus Stapel, Burg Hülshoff, Haus Havixbeck, Kolvenburg, Haus Hameren, Lohburg) liegen in den Baumbergen und werden in Teilen bereits durch die 100 Schlösser Route, einen 960 Kilometer langen Premiumradweg des Münsterlandes, verbunden. Das größte Problem für die touristische Nutzung dieses Erbes ist jedoch die mangelnde Zugänglichkeit der Bauwerke, die sich häufig in Privatbesitz befinden. Die meisten Baumwerke sind entweder gar nicht oder nur von außen für Gäste zu besichtigen.

Abb. 26: Baukultur in den Baumbergen



Quellen: dwif 2018; www.havixbeck.de; www.baumberge-touristik.de; www.münsterland-tourismus.de

Der Bereich Literatur ergibt sich vor allem aus dem Leben und Wirken von Annette von Droste-Hülshoff, die als eine der prägendsten Literaten des 18. Jahrhunderts auch überregional bekannt ist und deren Geburtsort mit der Burg Hülshoff auf dem Gemeindegebiet von Havixbeck liegt. Die Burg Hülshoff mit dem Droste-Museum und dem umliegenden Park gehören zu den wichtigsten Sehenswürdigkeiten der Region und machen das Thema Literatur auch touristisch relevant. Ein weiterer Ausbau der Burg zum „Droste-Kulturzentrum“ und eine Verbindung zum Haus Rüschaus

in Münster über einen „interaktiven Lyrikweg“ sind im Rahmen eines „Regionale 2016“-Projektes geplant. Zudem gibt es einige kleinere Veranstaltungen zum Thema Literatur (z.B. die lange Leseschicht in Billerbeck).

Der Themenkomplex Religion ist ebenfalls bereits in verschiedenen Aspekten in der Region erlebbar. Der heilige Liudger (erster Bischof von Münster, gestorben in Billerbeck) als prägende historische Persönlichkeit der Region wird in erster Linie durch den Ludgerusweg (siehe Wandern) aufgegriffen. Weitere religiöse Einrichtungen von touristischer Relevanz sind unter anderem das Kloster Gerleve (Exerzitien- und Gästehaus), das Stift Tilbeck, der Ludgerusdom (katholische Wallfahrtskirche im Wallfahrtsort Billerbeck) und weitere eindrucksvolle Kirchenbauten der Region.

Das weitere kulturtouristische Angebot besteht aus einzelnen Museen mit sehr unterschiedlicher Themenausrichtung (z.B. Puppen- und Spielzeugmuseum, Rundfunkmuseum, stadtgeschichtliche Museen, Eisenbahnmuseum, Glasmuseum) und diversen Künstlern, Ausstellungen und Galerien, die in einigen Orten (allen voran in Billerbeck) das Stadtbild wesentlich prägen.

Während zwar zahlreiche kulturelle Einrichtungen und prägende Bauten existieren, hat bis dato keines dieser Angebote einen wirklichen Leuchtturmcharakter, der für Ortsfremde und vor allem überregional einen echten Reiseanlass darstellt.

Auch das Angebot an kulturellen Veranstaltungen hat kaum eine (überregionale) touristische Relevanz. Ein Blick in den Baumberger Veranstaltungskalender zeigt in erster Linie kleinere Events, die klar auf eine einheimische Zielgruppe ausgerichtet sind (Beispiele: Nikolausstiefel-Trinken, Auto-meile – verkaufsoffen, Schützenfest, Altweiberfastnacht, Osterfeuer, Sparwoche, Kinderkarneval, Frühlingsfest, St. Martins Umzug). Allerdings gibt es in allen Kommunen ein kleines, aber feines Veranstaltungsprogramm, das auch Potenzial für die touristische Vermarktung hat. Zu nennen sind beispielsweise: Lichtersamstag in Coesfeld, „Frühlingszauber“ in der Kolvenburg oder Kerzenschein-Samstag in Billerbeck. Zudem bieten das Theater- und Konzerthaus in Coesfeld sowie die Freilichtbühnen in Coesfeld und Billerbeck auch touristisch relevante Musik- und Theaterveranstaltungen. Doch auch hier fehlt es an echten Leuchtturmevents, die eine überregionale Nachfrage bedienen und als Anlass dienen können, in die Baumberge zu reisen.

Über die Angebote hinaus ist außerdem der Ausbau der ergänzenden Infrastruktur notwendig. So sind zahlreiche Sehenswürdigkeiten der Region nicht oder sehr unregelmäßig mit dem ÖPNV zu erreichen und oftmals fehlt ein ergänzendes gastronomisches Angebot.

Vernetzung und Professionalisierung der Anbieter notwendig

Das kulturelle Angebot der Region wird zu einem erheblichen Teil durch ehrenamtliches Engagement getragen. Diverse Vereine (z.B. Kunstverein Münsterland, Freilichtbühnen Billerbeck und Coesfeld, Förderverein Baumberger-Sandsteinmuseum, Forum Billerbeck, Heimatvereine) betreuen, finanzieren und verwalten kulturelle Einrichtungen und Angebote, betreiben kulturelle Produktentwicklung und organisieren Veranstaltungen. Darüber hinaus gibt es eine Vielzahl kleiner Anbieter, die mehr oder weniger professionell auf dem kulturtouristischen Markt unterwegs sind, allen

voran aus der Kunst- und Kreativszene (z.B. Galerien, Designer, Künstler und Kunsthandwerker, Autoren).

Was auf der einen Seite den Charme des Baumberger Kulturangebotes ausmacht, stellt auf der anderen Seite eine erhebliche Herausforderung dar. So findet eine Kommunikation und Kooperation zwischen den einzelnen Akteuren sowohl untereinander als auch mit den Touristikern praktisch nicht statt. Ein gemeinsames kulturelles (und damit kulturtouristisches) Angebot kann so nur schwer entstehen. Aufgrund der hohen Ehrenamtsbedeutung sowie der vielen Kleinstanbieter ist eine Unterstützung seitens der öffentlichen Tourismusorganisationen zwingend erforderlich, wird aber bislang nicht als Aufgabe wahrgenommen.

Was aus mehr Führung und Vernetzung an kreativem Potenzial entstehen kann, zeigte nicht zuletzt die Themenrunde Kunst und Kultur im September 2017, ein erstes Vernetzungstreffen dieser Art überhaupt in den Baumbergen.

Status Quo nach Einzelgemeinden

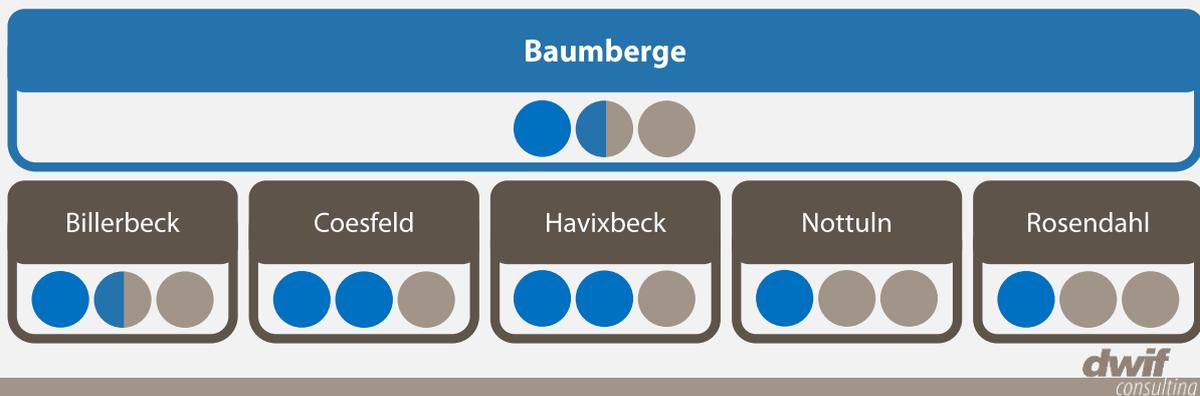
Das kulturelle Angebot ist in **Coesfeld** recht gut entwickelt. Hier sind neben der Freiluftbühne vor allem das Konzerthaus sowie einige Museen und Galerien attraktiv. Auch **Billerbeck** verfügt neben mehreren Veranstaltungsorten über eine Freiluftbühne, die in den Sommermonaten ein attraktives Programm bietet. Dazu kommen mehrere Galerien in der Innenstadt sowie der Dom und das Kloster Gerleve als Orte religiöser Kultur. In **Havixbeck** sind mit dem Sandsteinmuseum und der Burg Hülshoff die beiden bedeutendsten musealen Einrichtungen der Baumberge verortet. Zusammen mit dem Stift Tilbeck ist das kulturelle Angebot Havixbecks damit ebenfalls gut entwickelt. In **Nottuln** und **Rosendahl** beschränkt es sich eher auf architektonische Sehenswürdigkeiten, beispielsweise St. Martinus oder den Longinusturm in Nottuln sowie die Schlösser Varlar und Darfeld in Rosendahl (beide allerdings von geringer touristischer Relevanz, da in Privatbesitz und nicht öffentlich zugänglich).

Tab. 8: SWOT-Analyse Kunst & Kulturtourismus

Stärken und Chancen	Schwächen und Herausforderungen
Kunst & Kulturtourismus	

- | | |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> • Schlösser und Burgen als prägende Sehenswürdigkeiten; auch Thema im Münsterland • Gute Profilierungsmöglichkeiten durch verbindendes Thema: Sandstein und regionale Baukultur <ul style="list-style-type: none"> – Prägende Landmarken aus Sandstein: Dom Billerbeck, Longinusturm („Spitze des Münsterlandes“) – Sandsteinmuseum inkl. Planungen – Ergänzende Angebote (z.B. Steinbruchführungen, Bildhauerkurse) • Burg Hülshoff mit Droste-Museum präsentiert überregional bekannte historische Persönlichkeit • Zahlreiche Stadtführungen in allen Gemeinden (siehe Kap. 2) • Attraktive Eintrittspreise und Öffnungszeiten der meisten Sehenswürdigkeiten • Ehrenamtliches Engagement • Individueller, attraktiver Einzelhandel in mehreren Ortskernen, viele Künstler und Galerien • Konzert Theater Coesfeld als modernes Haus für kulturelle Veranstaltungen • Freilichtbühnen Billerbeck und Coesfeld als besondere Veranstaltungsorte | <ul style="list-style-type: none"> • Fehlendes Profil: Vielzahl an Sehenswürdigkeiten, aber kaum touristische Leuchttürme • Kein klares Alleinstellungsmerkmal gegenüber Regionen in der näheren Umgebung • Keine kulturellen Veranstaltungen mit überregionaler Strahlkraft (Zielgruppe eher lokale Bevölkerung) • Sehenswürdigkeiten (z.B. Schlösser) teils in Privatbesitz und daher nicht zugänglich • Komplementärangebote in den Gemeinden sind oft nicht auf die Zielgruppe Kulturtouristen zugeschnitten (z.B. Unterkünfte, Gastronomie, Kultur) • Mangelnde Vernetzung und Kooperation zwischen den Akteuren • Schlechte Erreichbarkeit vieler Sehenswürdigkeiten per ÖPNV |
|---|--|

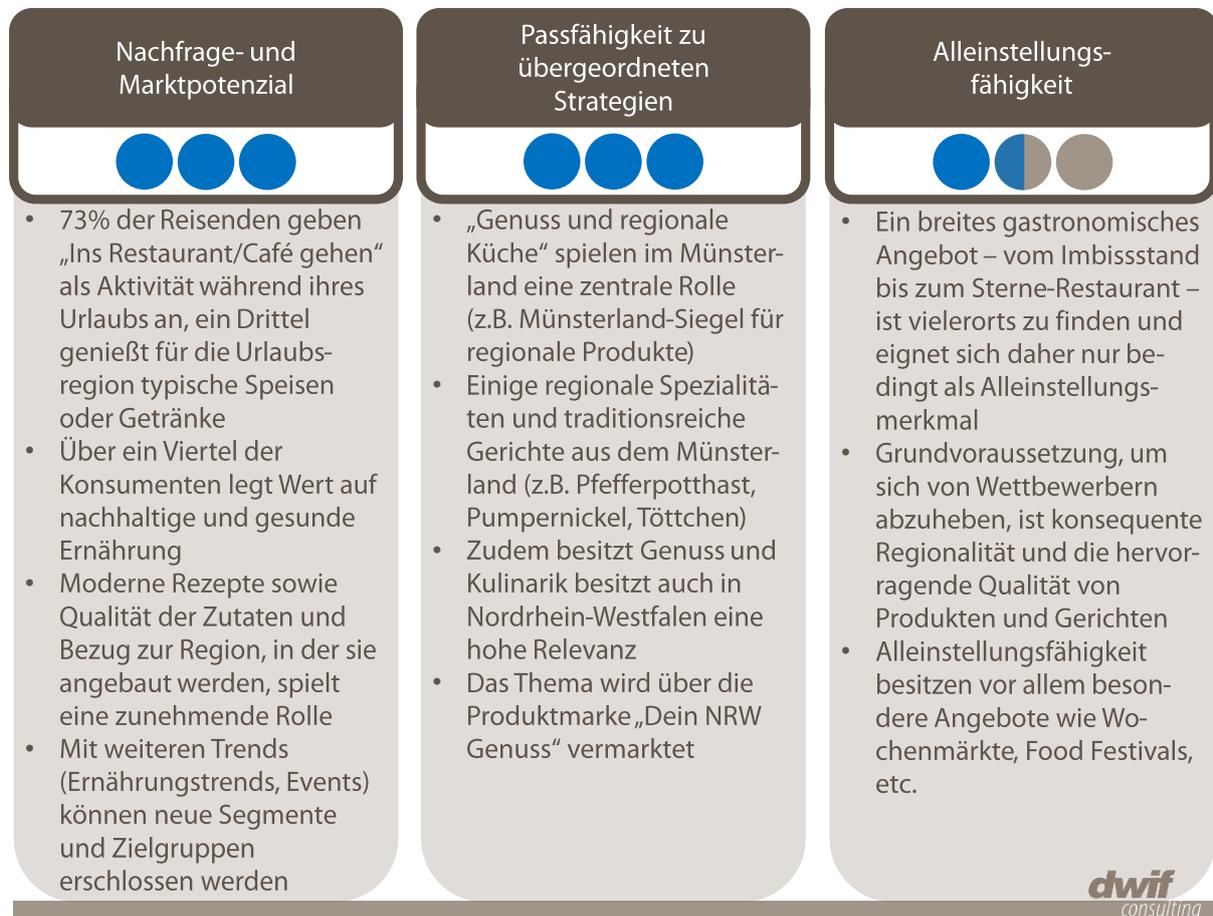
Status Quo von Kunst & Kulturtourismus in den Baumbergen



Quelle: dwif 2018

5. Genuss & Kulinarik

Abb. 27: Analyse externer Faktoren bei Genuss & Kulinarik



Quellen: dwif 2018, Daten und Informationen: Qualitätsmonitor Deutschland-Tourismus; Bundesvereinigung der Deutschen Ernährungsindustrie; Fortschreibung des Masterplans Tourismus NRW; www.muensterland-tourismus.de

Status Quo in den Baumbergen

In den Baumbergen existiert ein solides Angebot an gastronomischen Betrieben unterschiedlicher Niveaustufen. Allerdings ist das Angebot in weiten Teilen eher gutbürgerlich, es finden kaum außergewöhnliche Konzepte und mit wenigen Ausnahmen (z.B. Weissenburg, Landgasthaus Overwaul, Domschenke) kaum Leitbetriebe, die mit moderner und hochwertiger Küche die gastronomische Entwicklung der Region vorantreiben.

Die Küche des Münsterlandes hält einige besondere regionale Rezepte und Produkte bereit (z.B. Töttchen, Pumpnickel, Pfefferpotthast, Himmel und Erde), deren Zubereitung beziehungsweise Verwendung in den Baumbergen allerdings eher die Ausnahme als die Regel sind.

Abb. 28: Wochenmärkte in den Baumbergen



Quellen: www.nottuln.de; www.havixbeck.de; www.coesfeld.de

Eine Besonderheit aus dem Bereich Genuss und Kulinarik in den Baumbergen sind die Wochenmärkte, die in vier Kommunen an vier Wochentagen stattfinden, verschiedenste regionale Waren anbieten und dabei eine ganz besondere Atmosphäre ausstrahlen. Einige kulinarische Veranstaltungen wie beispielsweise das Street Food Festival in Coesfeld bieten ein Konzept, mit dem neue Akzente gesetzt und auch jüngere Zielgruppen angesprochen werden können. Hierbei mangelt es allerdings an einer zentralen Vermarktung. Eine Besonderheit – und bei entsprechender Ausgestaltung auch ein Alleinstellungsmerkmal – ist der individuelle Einzelhandel in den Ortszentren mit vielen besonderen Geschäften und Angeboten.

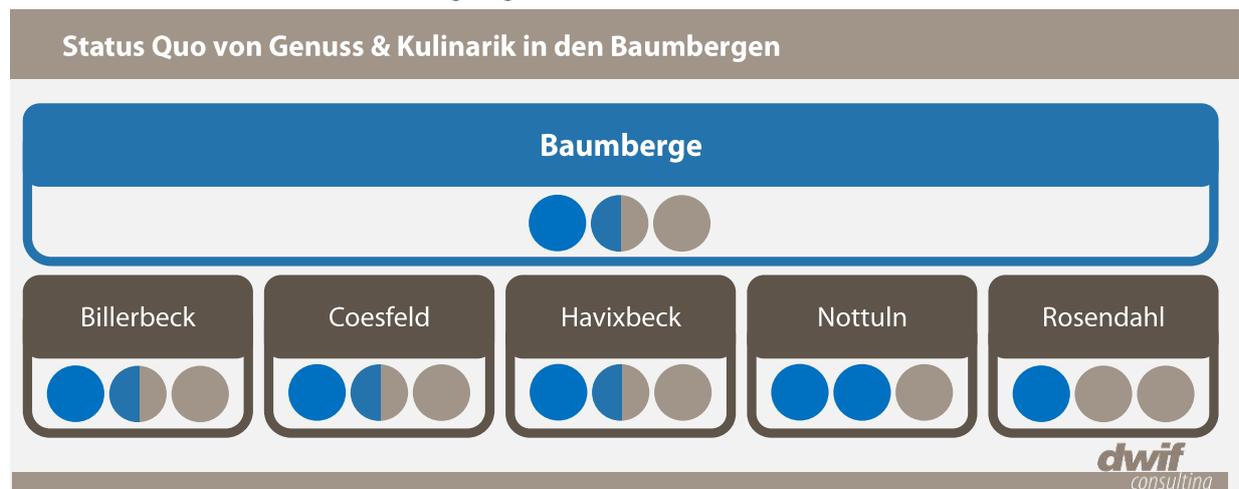
Status Quo nach Einzelgemeinden

Das gastronomische Angebot ist – rein quantitativ – in der gesamten Region recht umfangreich. Die oben genannten Einschränkungen hinsichtlich Qualität und Trendorientierung gelten aber ebenfalls für alle Gemeinden. Darüber hinaus fallen folgende Besonderheiten auf: In **Coesfeld** ist das Thema Genuss & Kulinarik durch die Wochenmärkte und einige kulinarische Veranstaltungen

(z.B. Street Food Festival, Krimidinner und Kochkurse, Brotbacken im Gastbrauereihaus Stephanus) recht gut entwickelt. Mit den Wochenmärkten und dem Hotel Weissenburg beziehungsweise dem Gasthof Overwaul als gastronomischen Leitbetrieben in der Region haben auch **Billerbeck** und **Havixbeck** in diesem Bereich vielversprechende Ansätze. Gut entwickelt ist das Segment auch in **Nottuln**, was vor allem auf den großen Umfang sowie die Vielfalt des gastronomischen Angebotes zurückzuführen ist, ebenso wie auf den attraktiven Wochenmarkt und kulinarische Veranstaltungen (z.B. Krimidinner, kulinarische Radreise „Auf Sand gebaut“, Winzer- und Weinfest, Jagdessen). In **Rosendahl** ist das kulinarische Angebot weniger umfangreich und konzentriert sich auf eher einfache Küche.

Tab. 9: SWOT-Analyse Genuss & Kulinarik

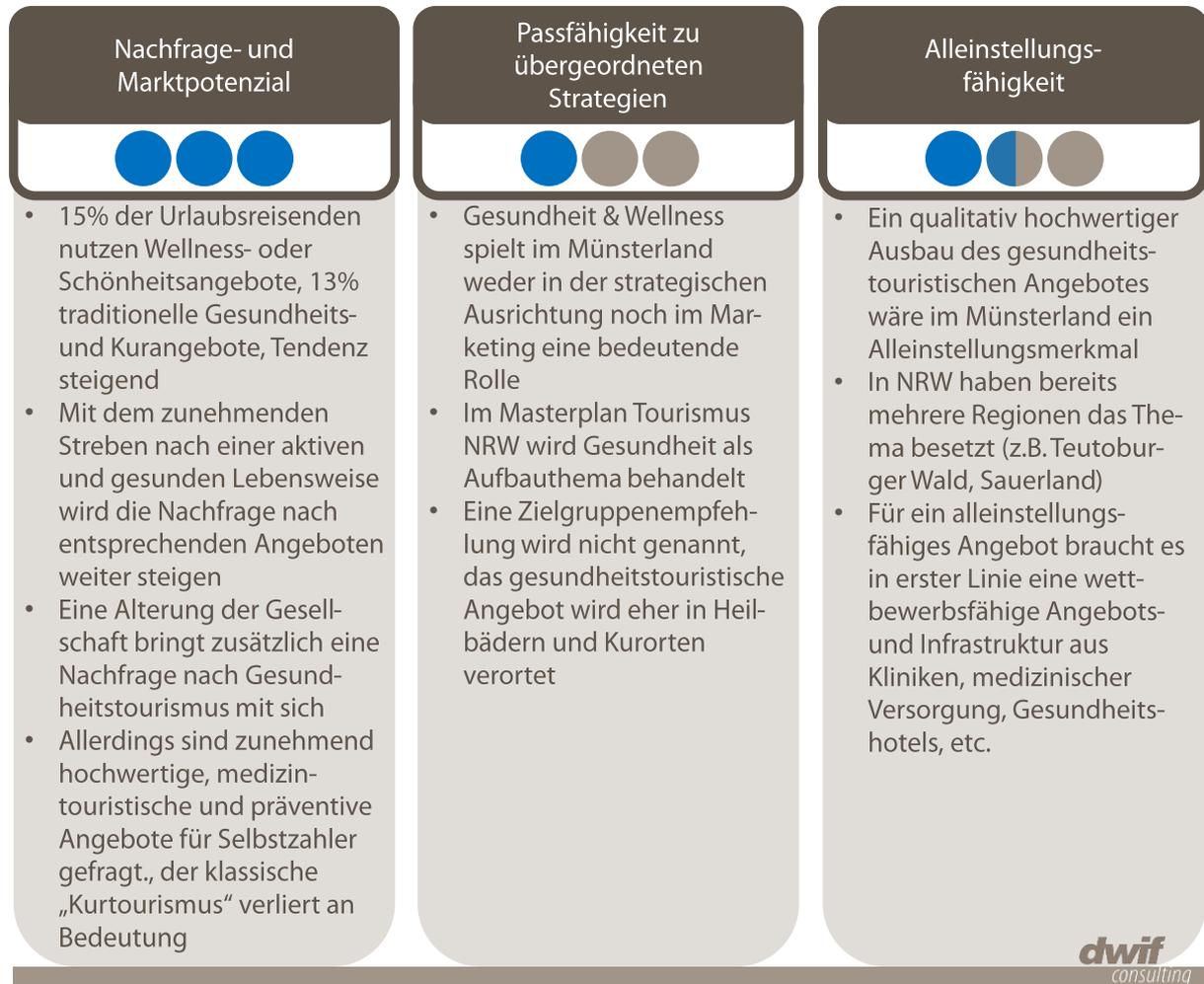
✓ Stärken und Chancen	X Schwächen und Herausforderungen
Genuss & Kulinarik	
<ul style="list-style-type: none"> • Vielfalt kulinarischer Veranstaltungen • Zahlreiche gastronomische Einrichtungen vorhanden • Traditionsreiche Gerichte der Region und lokaltypische Spezialitäten • Münsterland und NRW vermarkten das Thema ebenfalls prominent (Kooperationen möglich) • Attraktive Wochenmärkte in fast allen Gemeinden • Für Einwohner und Touristen relevantes Thema, ein gutes kulinarisches Angebot kommt auch der Bevölkerung zugute 	<ul style="list-style-type: none"> • Keine Vermarktung der Veranstaltungen durch die Baumberge Touristik sowie nur teilweise Vermarktung über die Städte • Undifferenzierte / unübersichtliche Auflistung der Gastronomie im Gastgeberverzeichnis; keine Herausstellung der Highlights/Leitbetriebe • Veraltete Webseiten einiger Veranstalter und Gastronomen • Geringe Orientierung an Konsumtrends und neuen Ernährungsgewohnheiten (z.B. biologische Produkte, vegetarische/vegane Speisen)



Quelle: dwif 2018

6. Gesundheit & Wellness

Abb. 29: Analyse externer Faktoren bei Gesundheit & Wellness



Quellen: dwif 2018, Daten und Informationen: Deutscher Heilbäderverband e.V.; Qualitätsmonitor Deutschland-Tourismus; Fortschreibung des Masterplans Tourismus NRW; www.muensterland-tourismus.de; www.nrw-tourismus.de

Exkurs: Zertifizierung als Kurort

Im Zuge der touristischen Profilbildung wird häufig die Beantragung des Status als Kurort in Erwägung gezogen. Die damit verbundenen Vorteile sind unter anderem

- die Berechtigung zur Erhebung eines Kurbeitrags,
- die im Rahmen der Kurortehilfe ausgeschütteten Fördermittel des Landes,
- die Positionierung im touristischen Wettbewerb,
- die Erschließung neuer Zielgruppen,
- der Ausbau von Infrastruktur und Serviceangeboten, der letzten Endes dem Gast zugutekommt und somit die Gästezufriedenheit erhöht.

Auf der anderen Seite sind die Voraussetzungen für die Prädikatisierung als Kurort sehr anspruchsvoll und gehen deutlich über die Bestimmungen für Erholungsorte hinaus. Nach dem Kurortegesetz (KOG) Nordrhein-Westfalen sind unter anderem folgende Voraussetzungen zu erfüllen:

- Ein [...] entsprechendes Kurgelände und dessen Darstellung und Erläuterung im Flächennutzungsplan,
- ein wissenschaftlich anerkanntes und therapeutisch anwendbares Bioklima sowie eine entsprechende Luftqualität und deren periodische Überprüfung,
- [...] angemessene Gesundheitseinrichtungen zur Vorbeugung gegen Krankheiten und zu deren Heilung und Linderung sowie
- Grünflächen mit Ruhebereichen und gesundheits- und erlebnisorientierten Bereichen sowie Angeboten zur Wissensvermittlung, Kommunikation und Unterhaltung.¹⁰

Die Erfüllung dieser (und weiterer) Voraussetzungen zur Erhaltung des Kurort-Prädikates wäre in den Baumberge-Gemeinden mit sehr hohen Kosten verbunden. Dabei sind die (wiederkehrenden) Kosten für wissenschaftliche Gutachten, das Anerkennungsverfahren und die damit verbundenen bürokratischen Aufwendungen verhältnismäßig als eher gering einzuschätzen. Ungleich höhere Investitionen wären in den Aufbau der entsprechenden Infrastruktur und des Angebotes an Gesundheitseinrichtungen zu tätigen.

Hinzu kommt, dass das Prädikat als Kurort weder ein Alleinstellungsmerkmal noch eine Garantie für steigende Gästezahlen ist. Der Wettbewerbsdruck zwischen den Destinationen steigt auch in diesem Bereich, selbst für traditionsreiche Kurorte mit einer bereits stark ausgeprägten Infrastruktur im Gesundheitstourismus ist zunehmende Differenzierung und Spezialisierung notwendig¹¹.

Eine zusätzliche Belastung der kommunalen Haushalte durch die Beantragung des Kurort-Prädikates und den damit verbundenen Aufwendungen ist vor diesem Hintergrund und der derzeitigen Situation für die Baumberge-Gemeinden nicht zu empfehlen.

¹⁰ Gesetz über Kurorte im Land Nordrhein-Westfalen (Kurortegesetz - KOG)

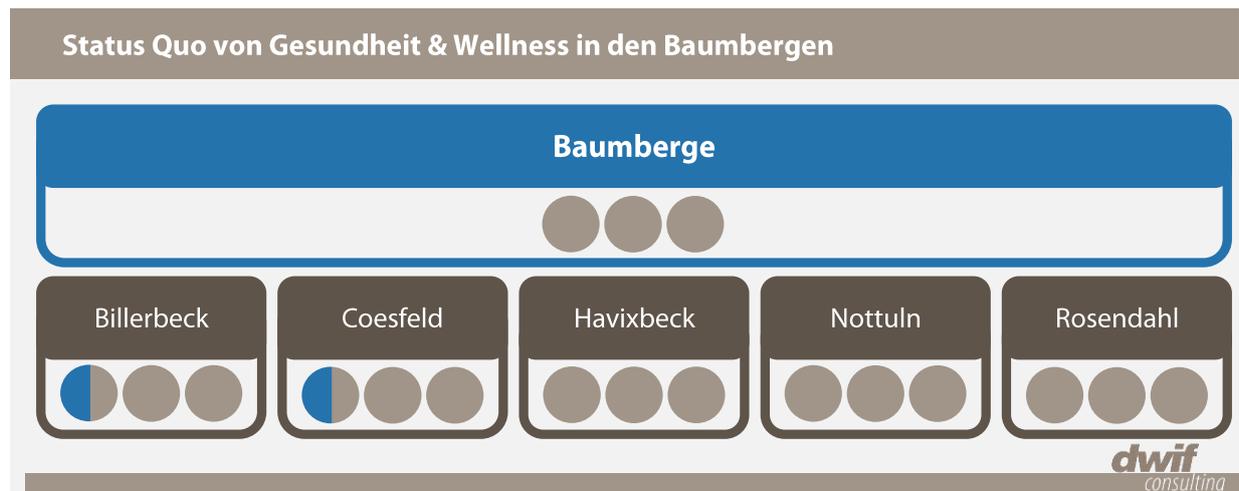
¹¹ Praxisleitfaden zur infrastrukturellen Neuausrichtung von Heilbädern und Kurorten, ARGE „Netzwerk Zukunft: Kurorte – neu profiliert“

Status Quo in den Baumbergen

Ein gesundheitstouristisches Angebot ist in den Baumbergen praktisch nicht vorhanden. Lediglich im Bereich Wellness sind zu nennen: das CoeBad in **Coesfeld** und sehr wenige Hotels, unter anderem das Hotel Weissenburg in **Billerbeck**, die einen Wellnessbereich anbieten. Zudem ist Billerbeck staatlich anerkannter Erholungsort. Zur Etablierung eines konkurrenzfähigen gesundheits- und wellnesstouristischen Angebotes müssten hohe Investitionen in den Ausbau der entsprechenden Infrastruktur getätigt werden.

Tab. 10: SWOT-Analyse Gesundheit & Wellness

✓ Stärken und Chancen	Schwächen und Herausforderungen ✗
Gesundheit & Wellness	
<ul style="list-style-type: none"> • Bedeutung des Themas auf Landesebene • Profilierungsmöglichkeiten gegenüber der Region 	<ul style="list-style-type: none"> • Hohe Anforderungen und starker Wettbewerbsdruck • Geringe Anzahl an Angeboten • Keine Vermarktung durch Baumberge Touristik oder Gemeinden



Quelle: dwif 2018

7. Tagungs- und Kongresstourismus

Abb. 30: Analyse externer Faktoren im Tagungs- und Kongresstourismus



Quellen: dwif 2018, Daten und Informationen: VDR-Geschäftsreiseanalyse 2017; Meeting- & Eventbarometer 2017; Prozesshafter Masterplan „Schlösser- und Burgenregion Münsterland – Stärkung von KMU“, ift 2017; Fortschreibung des Masterplans Tourismus NRW; www.nrw-tourismus.de

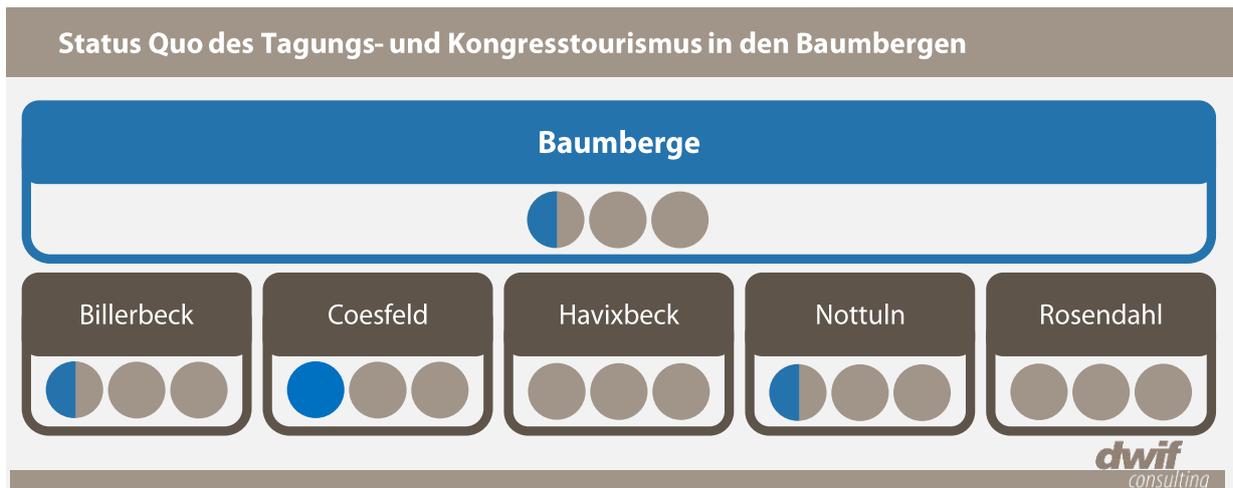
Status Quo in den Baumbergen

Die Bürgerhalle und das Konzert Theater in Coesfeld sind mit jeweils bis zu 700 Plätzen die größten Veranstaltungsorte in den Baumbergen. In beiden Locations werden v.a. Events durchgeführt, sie können aber auch für Tagungen gemietet werden. Damit ist das Tagungssegment in **Coesfeld** relativ gut entwickelt. Dazu kommen einzelne Betriebe mit Tagungsmöglichkeiten, wobei hier vor allem das Hotel Weissenburg in **Billerbeck** als professionelles Tagungshotel heraussticht. Hier können Veranstaltungen für bis zu 300 Personen inklusive Rahmenprogramm gebucht werden. Darüber hinaus existieren viele kleinere Locations, in denen Veranstaltungen für eine eher geringe Teilnehmerzahl durchgeführt werden können, allen voran in **Nottuln**.

Allerdings mangelt es in diesem anspruchsvollen Segment an einer professionellen Vermarktung und aktiver Ansprache von Unternehmen.

Tab. 11: SWOT-Analyse Tagungs- und Kongresstourismus

Stärken und Chancen	Schwächen und Herausforderungen
Tagungs- und Kongresstourismus	
<ul style="list-style-type: none"> • Einzelne Hotels bieten Räumlichkeiten für Tagungen an • Veranstaltungen bis 700 Teilnehmer möglich • Nähe zu Münster, aber ruhigere Lage • Erreichbarkeit mit öffentlichen Verkehrsmitteln • Rahmenprogramme in der Freizeitregion Baumberge möglich • Auslastung von Kapazitäten außerhalb der Saison 	<ul style="list-style-type: none"> • Keine Vermarktung durch die Baumberge-Touristik oder die Gemeinden • Keine Vermarktung durch den Münsterland e.V. • Mangelnde Bekanntheit der Baumberge als Tagungs- und Kongressdestination • Selten Direktbuchungsmöglichkeit von Räumen • Fehlende Großunternehmen in der Region • Konkurrenz durch Großstädte in naher und mittlerer Entfernung • große qualitative Unterschiede (z.B. Café und Tagungshotel)



Quelle: dwif 2018

8. Motorradtourismus

Abb. 31: Externe Faktoren im Motorradtourismus



Quellen: dwif 2018, Daten und Informationen: Statistiken des Kraftfahrtbundesamtes 2018; Allensbacher Markt- und Werbeträgeranalyse 2016, Institut für Demoskopie Allensbach 2016; Fortschreibung des Masterplans Tourismus NRW; www.nrw-tourismus.de; www.muensterland-tourismus.de

Status Quo in den Baumbergen

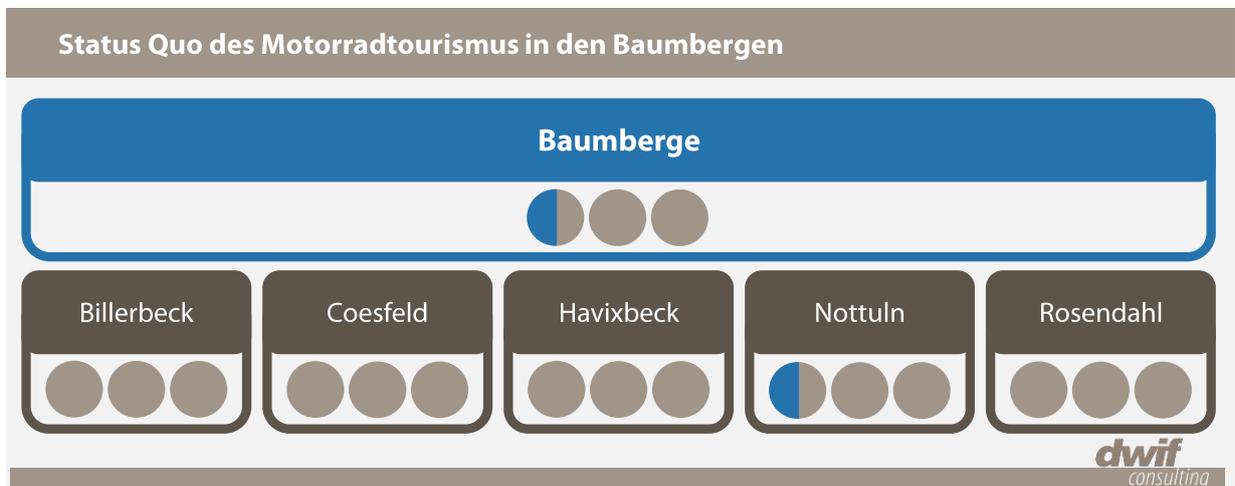
Straßen als Basisinfrastruktur für Motorradfahrer sind überall vorhanden und eignen sich von daher nur unzureichend für eine Bewertung des motorradtouristischen Angebotes. Ähnlich wie bei Radfahrern und Wanderern wird die Attraktivität einer Destination für diese Zielgruppe maßgeblich durch das ergänzende Angebot bestimmt – und dieses Angebot ist in den Baumbergen kaum vorhanden. Während in Wettbewerbsregionen für Motorradtourismus (z.B. Sauerland und Saarland) beispielsweise Portale mit Tourenvorschlägen, Reiseangebote für Biker, durch den ADAC und DEHOGA zertifizierte motorradfreundliche Unterkünfte und Online-Tipps für Bikertreffs existieren, sind solche Angebote in den Baumbergen nicht vorhanden.

Status Quo nach Einzelgemeinden

Das nicht vorhandene Angebot für Motorradfahrer gilt für alle Kommunen der Baumberge, lediglich in **Nottuln** sind mit zwei Bikertreffs (Harry's Speisekammer und Longinusturm) vorhanden.

Tab. 12: SWOT-Analyse Motorradtourismus

✓ Stärken und Chancen	Schwächen und Herausforderungen ✗
Motorradtourismus	
<ul style="list-style-type: none"> • NRW mit einer großen Zahl an Motorrädern als starker Quellmarkt für Tagestouren • Zwei Bikertreffs in Nottuln bieten ein Ausflugsziel für Motorradfahrer mit gastronomischem Angebot 	<ul style="list-style-type: none"> • Keine Passfähigkeit zu übergeordneten Strategien, weder auf Ebene des Münsterlandes noch in NRW • Keine motorradfreundlichen Unterkünfte in den Baumbergen • Keine Informationen für Motorradfahrer vorhanden (z.B. Tourenportal) • Akzeptanzproblematik bei Anwohnern und Bevölkerung



Quelle: dwif 2018

VI. Organisation-und Finanzierung

Der Erfolg einer touristischen Destination hängt wesentlich von einer schlagkräftigen Tourismusorganisation ab. Um gemeinsame Aufgaben zufriedenstellend bewerkstelligen und dabei den Tourismus zukunftsgerichtet weiterzuentwickeln zu können, müssen die organisatorischen Rahmenbedingungen geschaffen werden.

1. Ressourcen und Aufgaben

Baumberge-Touristik – Zusammenarbeit seit fast 30 Jahren

Die Baumberge-Touristik hat sich in den 1990er Jahren als eine von neun touristischen Arbeitsgemeinschaften (TAG) im Münsterland gegründet. Seitdem erfolgt die touristische Vermarktung der fünf Kommunen in der Regel unter dem gemeinsamen Dach „Baumberge“ (z.B. gemeinsame Homepage, gemeinsames Gastgeberverzeichnis, zahlreiche Messeauftritte). Zudem steht die gemeinsame Produktentwicklung im Fokus der Zusammenarbeit (z.B. Sandsteinroute, Ludgerusweg).

Hinzu kommen Aufgaben, die einzelne Gemeinden stellvertretend für die gesamte Baumberge-Region wahrnehmen. Dies sind vor allem das Buchungs- und Reservierungssystem sowie damit einhergehend die zentrale telefonische Auskunft (Coesfeld) oder die Buchführung (Billerbeck). Nottuln übernimmt zudem die Koordination gemeinsamer Marketingaktivitäten sowie die Vertretung der Baumberge-Touristik nach außen.

Tab. 13: Ressourcen in den Baumberge-Gemeinden

	Billerbeck	Coesfeld	Havixbeck	Nottuln	Rosendahl	Baumberge gesamt
Gesamtbudget für Tourismus 2017 (gerundet)						
inkl. Personal- kosten	80.000 €	58.000 €	42.000 €	80.000 €	18.000 €	278.000 €
ohne Personal- kosten	18.000 €	46.000 €	7.000 €	13.000 €	10.000 €	94.000 €
Beschäftigte						
Anteil der für Tourismus er- brachten Ar- beitszeit (in Voll- zeitäquivalenten)	1,0	0,6	0,85	1,6	0,12	4,17

Quelle: dwif 2018; Daten und Informationen: Informationen: Stadt Billerbeck, Stadt Coesfeld, Gemeinde Havixbeck, Gemeinde Nottuln, Gemeinde Rosendahl

Allerdings erfolgt die Zusammenarbeit bislang im Rahmen einer losen Kooperation. Eine feste Organisationsstruktur existiert nicht. Auch eigenes Personal beschäftigt die Baumberge-Touristik nicht. Die einzelnen Kommunen zahlen ein jährliches Budget von je 6.000 € (bzw. Rosendahl 3.000 €) in einen gemeinsamen „Topf“, sodass der Baumberge-Touristik für gemeinsame Projekte ein Gesamtbudget von 27.000 € pro Jahr (ohne LEADER-Mittel) zur Verfügung steht.

Geringe finanzielle und personelle Ressourcen in den Gemeinden

Über dieses gemeinsame Budget hinaus stehen in den fünf Kommunen weitere Mittel für touristische Aufgaben zur Verfügung, insgesamt 278.000 € (bzw. 251.000 € abzüglich des bereits gemeinsam verwendeten Budgets). Zudem sind zusammengerechnet rund 4 Vollzeitäquivalente für touristische Aufgaben in den fünf Gemeinden tätig. Die einzelnen Gemeinden sind dabei sehr unterschiedlich aufgestellt: Während beispielsweise Nottuln oder Billerbeck auf vergleichsweise viele Personalkapazitäten zurückgreifen kann, steht in Rosendahl nur ein Bruchteil einer vollen Stelle für den Tourismus zur Verfügung. Auch die Budgets unterscheiden sich von Ort zu Ort stark.

Bei aller Unterschiedlichkeit bleibt aber festzuhalten: Auf einzelörtlicher Ebene reichen die Ressourcen, die für touristische Aufgaben bereit gestellt werden, in keiner Kommune aus, das umfassende touristische Aufgabenspektrum auf Ortsebene (z.B. Gästeservice, Produkt- und Infrastrukturentwicklung, Innenmarketing) zufriedenstellend erfüllen zu können.

Würde man hingegen alle finanziellen und personellen Ressourcen in einen gemeinsamen Topf zusammenlegen und bündeln, reichten die zur Verfügung stehenden Mittel schon deutlich näher an die Orientierungswerte für wettbewerbsfähige örtliche Tourismusorganisationen heran, wie nachstehende Tabelle verdeutlicht.

Tab. 14: Ressourcen in den Baumberge-Gemeinden und Orientierungswerte für wettbewerbsfähige örtliche Tourismusorganisationen im Vergleich

	Budget / Jahr	Beschäftigte (VZÄ)
Baumberge-Gemeinden insgesamt	278.000 €	4,17
Orientierungswerte für wettbewerbsfähige örtliche Tourismusorganisationen		
dwif-Befragung örtlicher Tourismusorganisationen in Deutschland (Status Quo; Orte ohne infrastrukturelle Aufgaben)	360.000 €	6
Leitfaden zur Bildung lokaler Tourismusorganisationen (LTO) in Schleswig-Holstein (interkommunale Kooperationen mehrerer Einzelorte)	400.000 €	k.A.
Empfehlungen für Touristische Service Center (TSC) in Rheinland-Pfalz (interkommunale Kooperationen mehrerer Einzelorte)	mind. 100.000 €	mind. 2 plus Mitarbeiter in der TI

Quelle: dwif 2018 nach dwif-Organisationsbenchmark; Ministerium für Wissenschaft, Wirtschaft und Verkehr des Landes Schleswig-Holstein 2009: Mehr Erfolg durch Kooperation; Tourismus- und Heilbäderverband Rheinland-Pfalz e.V. 2010: Strukturen und Aufgaben der lokalen Ebene im Tourismus in Rheinland-Pfalz

Zusätzlich zu den dauerhaft durch die Gemeinden bereitgestellten Mitteln können die Baumberge als LEADER-Region auch über die LAG projektbezogene Mittel für touristische Belange einsetzen. In den vergangenen Jahren standen so zusätzlich rund 49.000 € jährlich für den Tourismus zur Verfügung.

Vielzahl an Organisationsformen und zahlreiche Doppelzuständigkeiten

Was neben den kleinteiligen Strukturen und zersplitterten Budgets erschwerend hinzukommt, sind

- zum einen die sehr unterschiedlichen Organisationsformen auf Ortsebene. So wird der Tourismus beispielsweise in Havixbeck oder Coesfeld vom Marketingverein übernommen, der neben der Tourismusförderung auch für das allgemeine Standortmarketing zuständig ist. In den anderen Gemeinden ist diese Aufgabe vor allem in die kommunalen Verwaltungsstrukturen integriert.
- zum anderen die vielen Doppelzuständigkeiten. So werden die meisten touristischen Aufgaben in mehreren Gemeinden nebeneinander her wahrgenommen. Das trifft sogar auf eigentlich gemeinsame Aufgaben wie Marketing, Vertrieb und Produktentwicklung zu. So werden einerseits die ohnehin knappen einzelörtlichen Ressourcen stark beansprucht, die dann für andere wichtige Aufgaben nicht mehr zur Verfügung stehen. Andererseits können durch die fehlende Bündelung viele Aufgaben nur mit eingeschränkter Kraft und Professionalität bewerkstelligt werden. Da die Baumberge-Touristik nicht über eigenes Personal verfügt, ist die Region hier bislang auf die Leistungsfähigkeit der Mitarbeiter in den einzelnen Orten angewiesen. Das betrifft vor allem auch die Aufgaben, die von einzelnen Kommunen stellvertretend für die Gesamtregion wahrgenommen werden.

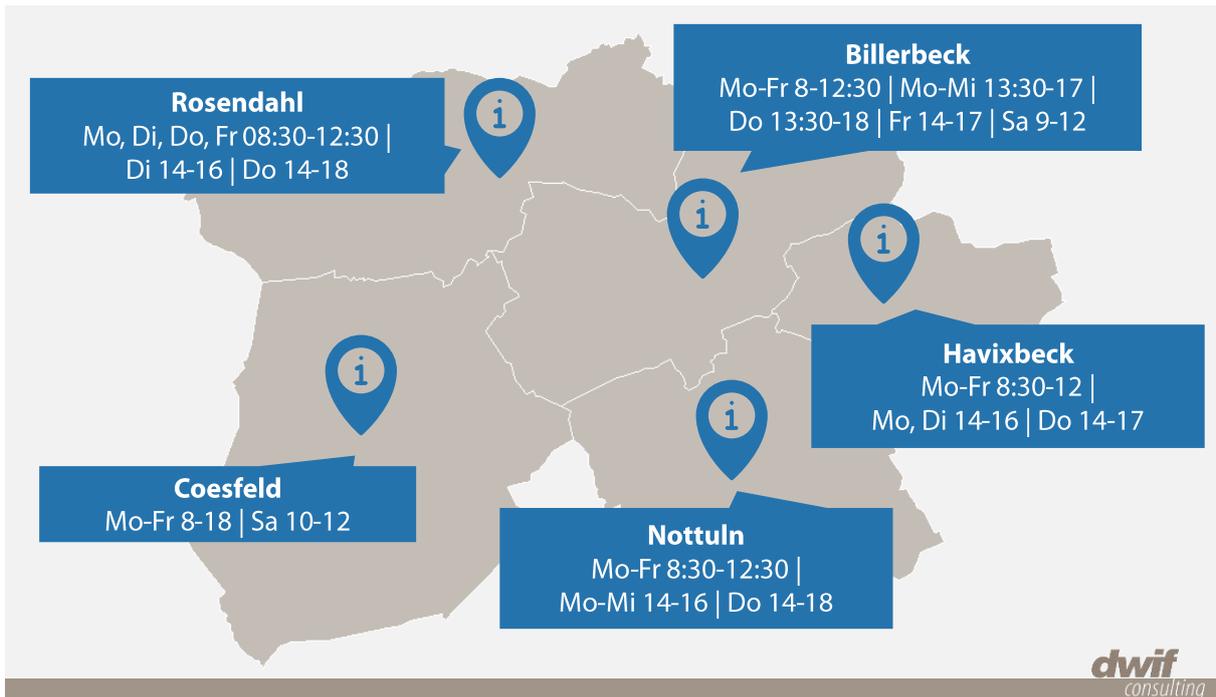
2. Exkurs: Tourist-Informationen

Den Gästen einen perfekten Gästeservice zu bieten ist die Kernaufgabe lokaler Tourismusorganisationen. Hierzu betreiben alle Baumberge-Gemeinden eine eigene Tourist-Information.

Öffnungszeiten der Tourist-Informationen zum Teil wenig gästefreundlich

Durch die Lage der Tourist-Informationen in den jeweiligen Rathäusern der Gemeinden sind die Öffnungszeiten in der Regel an die Arbeitszeiten der Verwaltung (bzw. die Bürgerinformation) gekoppelt. Lediglich zwei von fünf Tourist-Informationen haben an Samstagen geöffnet – und diese nur vormittags für wenige Stunden. An Sonn- und Feiertagen bleiben alle Tourist-Informationen in den Baumbergen geschlossen. Da aber ein Großteil der Gäste (vor allem Tagesgäste) den Service einer Tourist-Information auch an Wochenenden und Feiertagen nutzt, sind die Öffnungszeiten in den Baumbergen wenig gästefreundlich und gehen an den Bedürfnissen der Gäste vorbei.

Die zahlreichen Möglichkeiten touristische Informationen auch außerhalb der geregelten Öffnungszeiten anzubieten (z.B. über digitale Infoterminals, mobile Tourist-Informationen, Apps), finden sich neben den offiziellen TIs kaum. Lediglich in Havixbeck gibt es mit der Informationsstelle im Sandsteinmuseum eine weitere Anlaufstelle für Gäste.

Abb. 32: Öffnungszeiten der Tourist-Informationen in den Baumberge-Gemeinden


Quelle: dwif 2018; Daten und Informationen: www.billerbeck.de; www.havixbeck.de; www.nottuln.de; www.coesfeld.de; www.rosendahl.de

Qualitätsorientierung in den Tourist-Informationen ausbaufähig

Die Anforderungen an eine Tourist-Information wandeln sich stetig und lassen sich nicht mehr auf die Bearbeitung einfacher Gästeanfragen, die Herausgabe von Informationen und das Verteilen von Printprodukten reduzieren. Die Gäste erwarten heutzutage auch in einer Tourist-Information perfekte Informations- und Servicequalität. Um diese Qualität zu gewährleisten hat der Deutsche Tourismusverband mit der i-Marke ein Qualitätssiegel für Tourist-Informationen entwickelt. Hierdurch wird auf Basis einheitlicher Kriterien die Qualität einer Tourist-Information für die Verantwortlichen vor Ort und vor allem für den Gast sichtbar.

In den Baumbergen ist allerdings bislang keine der fünf Tourist-Informationen mit der i-Marke zertifiziert.

Exkurs: Kriterien der i-Marke des Deutschen Tourismusverbandes¹²

Die Tourist-Information wird vor Ort durch einen unabhängigen Experten begutachtet und eine ausführliche Beratung vorgenommen. Für eine Zertifizierung müssen alle der folgenden 14 Mindestkriterien erfüllt sein:

- Aktuelle Informationen (Öffnungszeiten, Anschrift, Telefonnummer und E-Mail-Adresse) sind auf der Internetseite vorhanden und leicht auffindbar.



¹² Quelle: Deutscher Tourismusverband 2018

- Durchgehende Ausschilderung der Tourist-Information auf Zufahrts-/Fuß-/Radwegen und Eintrag bei Google Maps.
- PKW-Parkplätze befinden sich in unmittelbarer Nähe.
- Gewährleistung eines barrierefreien Zugangs.
- Gästefreundliche Öffnungszeiten unter Berücksichtigung von Veranstaltungen (in der Hauptsaison mind. 25 Stunden pro Woche, Zusatzpunkte für Wochenendöffnungszeiten).
- Regelmäßige touristische Weiterbildungen der Mitarbeiter.
- Alle Mitarbeiter tragen gut leserliche Namensschilder.
- Kostenlose Informationen (digital oder Print, auch außerhalb der Öffnungszeiten) über den Ort, die Region und Nutzung des ÖPNV.
- Unterkunftsinformationen sind für den Gast (digital oder Print) kostenlos zugänglich.
- Informationen zu Sehenswürdigkeiten in der Region sind (digital oder Print) zugänglich.
- Einsehbarer Stadtplan im Innen- und Außenbereich.
- Grundinformationen (Informationen über den Ort, Stadtplan, Auszug aus dem Gastgeberverzeichnis) sind auch außerhalb der Öffnungszeiten (digital oder Print) zugänglich.
- Ein Hinweis auf Außen-/Zweigstellen mit Öffnungszeiten wird gegeben.
- Eine öffentlich zugängliche Toilette ist vorhanden oder es wird auf eine Toilette in unmittelbarer Nähe hingewiesen.

Neben der Erfüllung dieser Mindestkriterien müssen im Rahmen einer Grundprüfung vor Ort weitere Kriterien erfüllt werden (z.B. in den Bereichen Erscheinungsbild der Tourist-Information, Beratung/Service, Angebot, Qualitätsbewusstsein).

Baumberge drohen den Anschluss im Bereich Digitalisierung zu verlieren

Telefonische Gästeanfragen über die Baumberge werden derzeit bei einer zentralen Telefonnummer in Coesfeld entgegengenommen, wo es allerdings sowohl an personellen Ressourcen als auch an ausreichenden Informationen über die Gesamtregion mangelt, um diese Aufgabe zufriedenstellend erledigen zu können. Doch dieses Problem betrifft nicht nur Coesfeld – auch die Tourist-Informationen der übrigen Gemeinden haben kaum Informationen über alle Angebote in den Baumbergen.

Ein Grund – und gleichzeitig auch mögliche Lösung – dieser Problematik ist die fehlende Digitalisierung des touristischen Angebotes in den Baumbergen. Eine digitale Angebotsabbildung in einer zentralen Datenbank existiert derzeit nicht. Das erschwert den Mitarbeitern in den Tourist-Informationen den Gesamtüberblick über die Tourismusangebote in der Region.

3. Exkurs: Marketinganalyse

Die Baumberge-Gemeinden vermarkten ihr Angebot seit vielen Jahren gemeinsam auf Messen, über die gemeinsame Website, Social Media oder Printmaterialien. Darüber hinaus betreiben die einzelnen Kommunen auch eigene Marketingkanäle (z.B. Websites, Flyer; siehe dazu auch Kapitel VI.1 zum Thema Doppelzuständigkeiten). Nachfolgend sind die wichtigsten Ergebnisse einer Sichtung der verschiedenen Medien durch das aufgeführt.

Online-Präsenz wenig zeitgemäß

Die Baumberge verfügen über eine eigene touristische Website, auf der zahlreiche Informationen zu den Orten, Sehenswürdigkeiten und Angeboten der Region zu finden sind.

Abb. 33: Website der Baumberge-Touristik



Quelle: www.baumberge-touristik.de

Auf der Website befinden sich neben diesen Informationen noch ein Button zur Direktbuchung von Unterkünften (insgesamt 32 Unterkünfte online buchbar) sowie diverse Downloadmöglichkei-

ten. Das Design der Website ist responsiv und in Teilen barrierefrei. Die Inhalte sind – zumindest in eingeschränkter Version – auch in englischer, französischer und niederländischer Sprache verfügbar.

Optisch wirkt die Website allerdings veraltet und von zu vielen textlichen Informationen überladen. Das Bildmaterial ist zwar größtenteils ansprechend, aber zu wenig emotional (viele Sehenswürdigkeiten, kaum Menschen und Aktivitäten) und sehr klein im Vergleich zu den überladenen Texten. Eine gezielte Herausstellung von Highlights und Reiseanlässen findet nicht statt. Darüber hinaus sind die enthaltenen Informationen (z.B. zu Betrieben oder Veranstaltungen) unvollständig.

In ähnlicher Form gilt dies auch für die touristischen Online-Auftritte der einzelnen Kommunen, wengleich hier in der Regel deutlich weniger Informationen enthalten sind. Eine Verlinkung von den kommunalen Websites zur Website der Baumberge-Touristik findet (auch unter den Tourismus-Rubriken) nicht bei jeder Kommune statt.

Soziale Medien mit geringer Reichweite

Die Baumberge-Touristik ist in zahlreichen sozialen Medien und Online-Kanälen vertreten, ohne dort allerdings eine nennenswerte Anzahl an Nutzern erreichen zu können. So folgen den Kanälen beispielsweise auf

- Facebook: 63 Likes, 65 Abonnenten
- Twitter: 42 Follower
- Google Plus: 3 Follower
(Stand April 2018)

Die geringe Reichweite in den Sozialen Medien geht einher mit einer mangelnden Pflege der Kanäle. So sind in einigen Fällen (z.B. YouTube, Google+) trotz mehrjähriger Mitgliedschaft und aktiver Verlinkung von der Website noch keine Inhalte abrufbar – und auch auf den übrigen Kanälen erfolgen neue Beiträge nur sehr selten und unregelmäßig.

Design von Printmedien uneinheitlich

Printmaterialien werden sowohl gemeinsam von der Baumberge-Touristik erstellt (z.B. Unterkunftsverzeichnis, Broschüre „Touren und Routen“) als auch von den einzelnen Kommunen bzw. die dort jeweils zuständigen Marketingvereine (z.B. Flyer, Karten).

Diese örtlichen Printmedien sind in den meisten Fällen nicht im gemeinsamen Design der Baumberge-Touristik gehalten. Darüber hinaus fehlt oftmals das Logo der Baumberge oder des Münsterlandes, sodass keine Verbindung zur Region hergestellt wird. Die optische Gestaltung der Printmedien ist damit sehr uneinheitlich sowie zum Teil wenig zeitgemäß.

Abb. 34: Printmedien der Baumberge-Gemeinden



Quellen: Stadt Billerbeck; Stadtmarketingverein Coesfeld e.V.; Gemeinde Nottuln; Gemeinde Havixbeck; Verkehrsverein Havixbeck und Umgebung e.V.; Stadtmarketingverein Coesfeld e.V.; Baumberge-Touristik

Münsterland e.V. als starker Partner

Vor dem Hintergrund des sehr geringen – sowohl einzelörtlichen als auch gemeinsamen – Budgets für Marketingaktivitäten, der vielen Doppelzuständigkeiten sowie der damit einhergehenden geringen Professionalität empfiehlt sich auf der Ebene der Baumberge-Gemeinden

- zum einen eine deutliche Bündelung der Aktivitäten,
- zum anderen die Suche nach starken Partnern, die im Marketing deutlich höhere Reichweiten erzielen können.

Da Außenmarketing nicht per se Aufgabe örtlicher Touristiker ist (hier sollte der Fokus auf den Kernaufgaben Gästeservice, Produkt- und Infrastrukturentwicklung sowie Innenmarketing liegen), steht ein solch starker Partner auf der regionalen Ebene mit dem Münsterland e.V. zur Verfügung.

Tab. 15: SWOT-Analyse Organisation und Finanzierung

 Stärken und Chancen	Schwächen und Herausforderungen 
 Organisation und Finanzierung	
<ul style="list-style-type: none"> • Langjährige, gelernte Zusammenarbeit im Tourismus als touristische Arbeitsgemeinschaft • In den vergangenen Jahren Basis für die Schaffung zahlreicher gemeinsamer Produkte (z.B. Ludgerusweg, Sandsteinroute) und Marketingaktivitäten • Hohe Identifikation nach innen als Baumberge-Region • Ansprechpartner für Tourismus sowie Tourist-Informationen in jeder Gemeinde vorhanden • Gute Basis für die Projektförderung durch Zusammenschluss als Leader-Region 	<ul style="list-style-type: none"> • Keine verbindliche gemeinsame Organisationsstruktur; eher lose und projektbezogene Kooperationen • äußerst geringe Ressourcen in der Baumberge-Touristik, daher geringe Schlagkraft, Professionalität und Reichweite der gemeinsamen Aktivitäten (insbesondere im Marketing) • sehr unterschiedliche Organisationsformen und Ressourcen auf Ortsebene • Vielzahl an Doppelzuständigkeiten • Viele wichtige Aufgaben werden bislang nicht (oder zu wenig) wahrgenommen, insbesondere Qualitätsentwicklung / Innenmarketing • Servicequalität und Attraktivität im Gästeservice ausbaufähig (z.B. zentrale telefonische Auskunft für alle Baumbergegemeinden, Öffnungszeiten und Ausstattung der Tourist-Informationen, digitale Informationsbereitstellung)

Quelle: dwif 2018

VII. Zwischenfazit

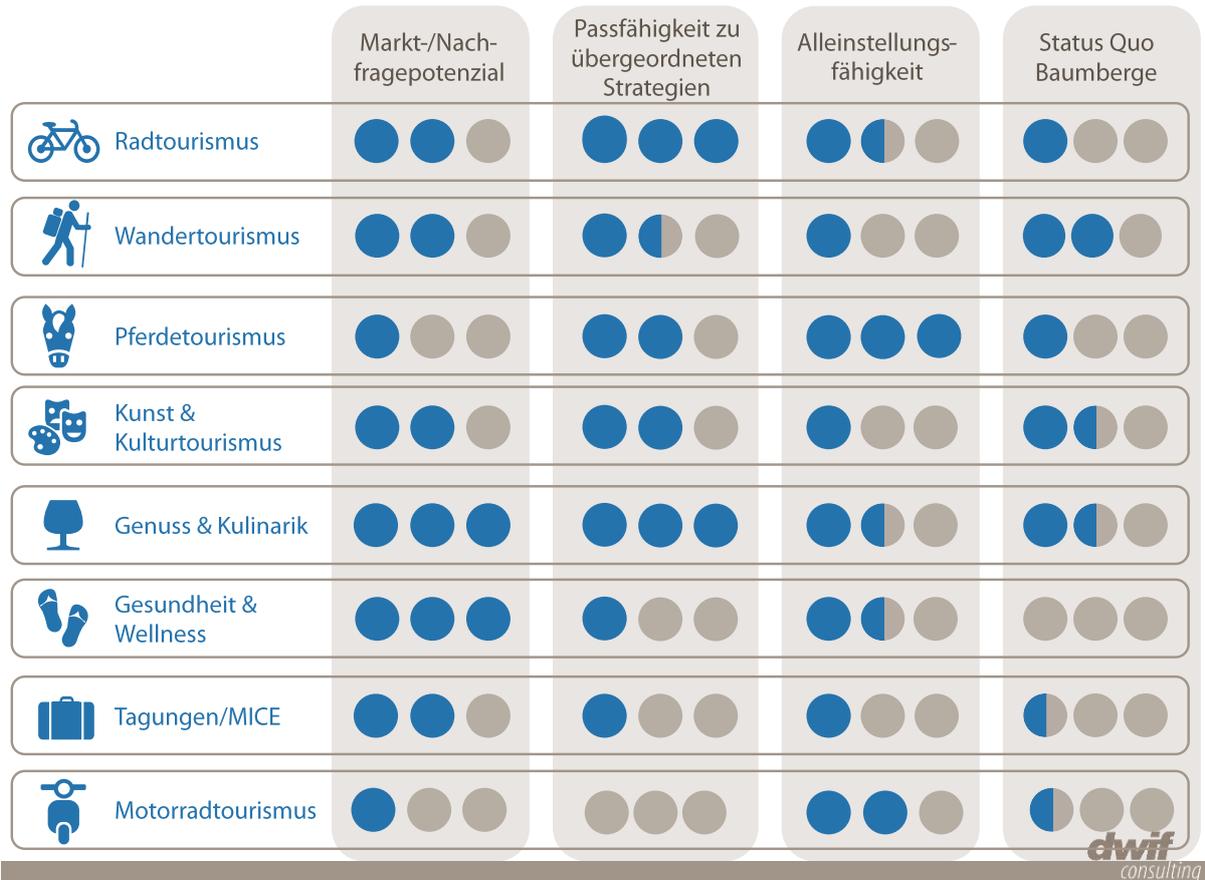
Die touristischen Rahmenbedingungen für die Tourismusentwicklung in den Baumbergen sind gut. Im Herzen des Münsterlandes gelegen ist die Region aus zahlreichen einwohnerstarken Einzugsgebieten gut zu erreichen. Die fünf Kommunen Coesfeld, Billerbeck, Havixbeck, Nottuln und Rosendahl verbindet eine lange Tradition als touristische Arbeitsgemeinschaft Baumberge. Durch diese Kooperation sind bereits viele gute Produktansätze (nicht zuletzt die Sandsteinroute oder der Qualitätsweg Ludgerusweg) entstanden. Auch nach innen erfreut sich die Regionsbezeichnung Baumberge einer hohen Identifikation und greift ein gewisses Alleinstellungsmerkmal der Region innerhalb des Münsterlandes auf: Hier befindet sich die höchste Erhebung im sonst flachen Münsterland – und damit auch die „erste hügelige Landschaft“, die von den Niederlanden aus zu erreichen ist. Nicht zuletzt verbindet auch der Baumberge-Sandstein als prägendes Baumaterial die Region nach innen.

Allerdings kommt der Tourismus in den Baumbergen nicht recht in Schwung. Seit Jahren verläuft die Entwicklung weniger dynamisch als in vielen Nachbarregionen, gerade im wertschöpfungsstarken Übernachtungstourismus ist noch viel Luft nach oben. Das liegt zum einen an den Betrieben selbst, die sich nur wenig innovativ und wettbewerbsfähig zeigen. Zum anderen fehlen in der Region echte Reiseanlässe, die auch überregionale Gäste anziehen (z.B. herausragende Events, besondere Angebote und Infrastruktur). So sind die Baumberge bislang vor allem tagestouristisch interessant. Um sich aus dieser Spirale zu befreien, braucht es sowohl eine konsequentere Fokussierung des Angebotes auf wenige, erfolgversprechende Segmente als auch einen effizienteren Ressourceneinsatz. Bislang werden die wenigen für den Tourismus zur Verfügung stehenden Mittel in zu vielen Kanälen, Projekten und Strukturen eingesetzt und zerfasern sich somit selbst.

Um künftig eine bessere Themenfokussierung zu erreichen, wurden im Rahmen der Analyse die verschiedenen „Optionen“ auf ihr Für und Wider überprüft. Dabei wird deutlich, dass vor allem die aktivtouristischen Segmente (Rad, Wandern) geeignet sind, die Region auch zukünftig voranzubringen. Allein werden sie jedoch nicht ausreichen, um ein klares und unverwechselbares Profil zu schaffen. Daher sind auch weitere Nischensegmente in die Bewertung eingeflossen. In der folgenden Übersicht sind noch einmal alle untersuchten Themen inklusive der Bewertung einzelner Gesichtspunkte aufgeführt.

Diese Bewertung fließt in die Vorschläge für die künftige Positionierung der Baumberge ein und bildet eine wesentliche Grundlage für die strategische Weiterentwicklung des Tourismus in den Baumbergen, die Ableitung von (Schlüssel-)Maßnahmen sowie die Formulierung der Handlungsempfehlungen.

Abb. 35: Mögliche Profilierungsthemen im Überblick



Quelle: dwif 2018

Fazit aus der SWOT-Analyse

Zusammenfassend lassen sich aus den Ergebnissen der SWOT-Analyse sieben zentrale Erkenntnisse zum Baumberge-Tourismus ableiten:

- Die Gemeinden punkten mit attraktiven Ortschaften und weitgehend intakten Innenstädten, bieten aber oftmals nur wenige Gründe zum längeren Verweilen.
- Der Tourismus ist bereits ein wichtiger Wirtschafts- und Standortfaktor für die Baumberge, aber es gibt noch viel noch Luft nach oben.
- Es fehlt an Innovationskraft und Qualitätsbewusstsein bei den touristischen Leistungsträgern. Sie sind auf mehr Unterstützung angewiesen.
- Eine gute Basisinfrastruktur im Wandersegment trifft auf schlechte Qualität im Radtourismus. Insgesamt fehlt dem Aktivtourismus in den Baumbergen aber die richtige Inszenierung.
- Die Baumberge haben gute Profilierungsmöglichkeiten im Bereich Kunst, Kultur und Genuss. Allerdings braucht es mehr Leuchttürme und eine bessere Erlebbarkeit der Angebote.
- Der hohen Identifikation nach innen sowie einem starken Engagement steht die fehlende Vernetzung der Akteure gegenüber.
- Die Baumberge haben in den vergangenen Jahren gemeinsam viel erreicht. Um die Zusammenarbeit auch künftig erfolgreich zu gestalten, ist aber eine Neuausrichtung der Baumberge-Touristik notwendig.

VIII. Strategische Ausrichtung für den Baumberge-Tourismus

Die Baumberge-Region macht sich auf den Weg. Auf Basis der bisherigen gemeinsamen Erfolge soll der Tourismus in den nächsten Jahren ausgebaut, professionalisiert und weiterentwickelt werden. Dazu dient dieser erste gemeinsame Masterplan, der die Ziele und strategischen Leitlinien für bis 2026 festlegt und Maßnahmen für die touristische Weiterentwicklung benennt.

Schnell wird klar: Dieser Weg kann nur gemeinsam von allen Kommunen beschritten werden. Der Mut zur stärkeren Kooperation und Bündelung von Aufgaben und Ressourcen wird perspektivisch allen zugutekommen – der gesamten Region und jeder einzelnen Gemeinde in den Baumbergen.

Doch dafür ist auch eine bessere Fokussierung und Profilschärfung notwendig. Die Konzentration auf das Wesentliche, mit den begrenzten Ressourcen Erreichbare wird zum Schlüsselfaktor für die Auswahl von gemeinsamen Projekten und Aktivitäten. Der vorliegende Masterplan zeigt den Weg in diese Richtung.

1. Baumberge-Tourismus 2026: Vision und Ziele

Jeder Weg folgt einer Vision. Die Ziele, die sich die fünf Baumberge-Gemeinden für die gemeinsame Tourismusedwicklung der nächsten Jahre gesteckt haben, sind ambitioniert, aber realistisch. Sie zeigen die Richtung auf und legen damit den Grundstein für die erfolgreiche gemeinsame (Zusammen-)Arbeit.

Abb. 36: Ziele für die touristische Weiterentwicklung in den Baumbergen



Quelle: dwif 2018

Dabei soll in den nächsten Jahren nicht im Vordergrund stehen, in erster Linie MEHR Gäste in die Region zu locken. Vielmehr sollen die vorhandenen Wertschöpfungspotenziale besser ausgeschöpft werden. Zudem soll die Lebensqualität und Standortattraktivität der Region insgesamt im Fokus stehen. Konkret werden vier Ziele angestrebt:

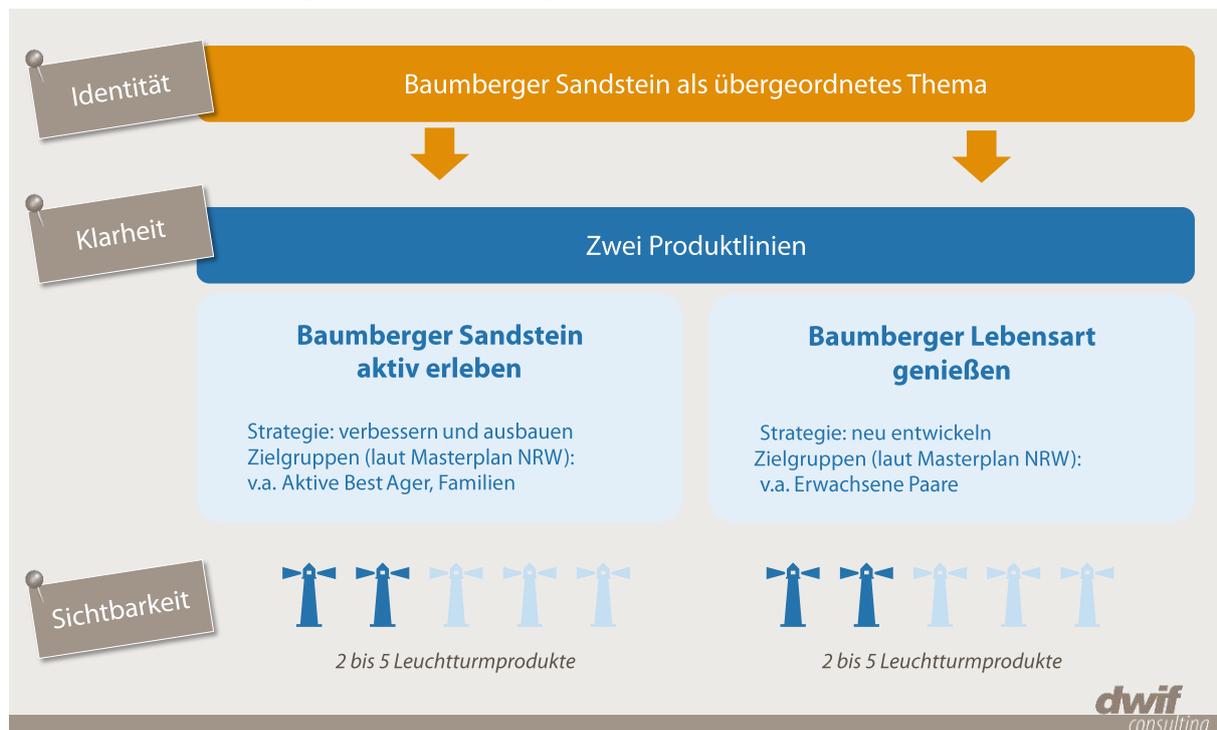
- **Baumberge: Attraktiver Standort durch hohe Lebens- und Freizeitqualität:**
Neben den Tages- und Übernachtungsgästen, die die Region besuchen, sollen vor allem auch die Bedürfnisse der lokalen Bevölkerung im Mittelpunkt der touristischen Weiterentwicklung stehen. Das bedeutet: Touristische Angebote sollen auch für die Einheimischen attraktiv sein und die Lebens- und Freizeitqualität in den Baumbergen erhöhen. Hierzu gehört auch, die positiven Auswirkungen des Tourismus für die Bevölkerung noch stärker als bisher zu thematisieren und die Baumberger stolz auf ihre eigene Heimat zu machen – sie werden damit die besten Multiplikatoren und Botschafter nach außen. Nicht zuletzt wird so die Verbesserung der Standortattraktivität für die heimische Wirtschaft insgesamt angestrebt.
- **Mehr Umsatz und Wertschöpfung aus dem Tourismus für die gesamte Region:**
Wie bereits erwähnt, wird in den nächsten Jahren nicht zwingend eine Erhöhung der Gästezahlen um jeden Preis angestrebt, sondern es steht vor allem die Steigerung von Umsatz und Wertschöpfung aus dem Tourismus im Vordergrund. Das bedeutet: Es geht in erster Linie darum, attraktive Angebote zu schaffen, die Qualität zu erhöhen und damit sowohl Aufenthaltsdauer als auch Ausgabebereitschaft der Gäste zu erhöhen. Auch soll der überregionale Übernachtungstourismus gestärkt und als wichtige Säule neben dem Tagestourismus etabliert werden. Dabei wird, wenn sinnvoll und möglich, auf eine ausgewogene räumliche Verteilung innerhalb der Baumberge-Region geachtet werden.
- **Bessere Sichtbarkeit im überregionalen Marketing durch starke Leuchtturmprodukte:**
Erklärtes Ziel ist die Erhöhung der überregionalen Sichtbarkeit der Baumberge als Tourismusregion. Um dies professionell umsetzen zu können, werden die fünf Gemeinden – weder einzeln noch gemeinsam – allein nicht die nötige Reichweite und Schlagkraft entfalten können. Sie sollten sich daher auf ihre Kernkompetenzen konzentrieren und attraktive Leuchtturmprodukte entwickeln, deren Vermarktung aber den „Profis“ auf der regionalen oder gar Landesebene überlassen. Denn hier stehen mit dem Münsterland e.V. und Tourismus NRW starke Marketing-Partner zur Verfügung, die aber für eine erfolgreiche Vermarktung auf hochkarätige, wettbewerbsfähige Produkte und Reiseanlässe angewiesen sind. Diese zu entwickeln und den überregionalen Marketing-Partnern zur Verfügung zu stellen soll in den kommenden Jahren für die Baumberge im Vordergrund stehen.
- **Mehr Profil durch Identität und Klarheit:**
Um sich heutzutage auf dem stark umkämpften Tourismusmarkt gegenüber Wettbewerbern durchsetzen und abgrenzen zu können, braucht es klare und starke Botschaften, wofür die Region steht und warum der Gast genau dorthin reisen soll. Das bedeutet: Ein klares Profil, dem eine gemeinsame Identität zugrunde liegt, sorgt für mehr Begehrlichkeit beim Gast. Künftig wird sich die Baumberge-Region daher mehr auf das Wesentliche – ihre gemeinsame Essenz – konzentrieren und diese Kompetenz durch starke Produkte unter Beweis stellen.

2. Themen und Produktlinien

Auf Basis der durchgeführten Analysen und der eingehenden Beleuchtung einzelner Profilt Themen unter Berücksichtigung der Nachfrage- und Marktsituation, der Passfähigkeit zu übergeordneten Strategien, der Alleinstellungsfähigkeit sowie des aktuellen Status Quo in den Baumbergen ergibt sich ein klares Profil für die künftige touristische Ausrichtung und damit für die Weiterentwicklung des Baumberge-Tourismus bis 2026.

Damit wird die Region in erster Linie dem Ziel der stärkeren Klarheit und besseren Sichtbarkeit gerecht. Künftig soll ein übergeordnetes Inszenierungsthema als Identitätsbasis fungieren und die Produktlinien emotional aufladen. Zwei Produktlinien sorgen zudem für ein klares Profil und setzen den Rahmen sowie die Prioritäten für die Produktentwicklung. Sichtbarkeit bekommen beide Produktlinien über starke Leitprodukte, die sich in den Schlüsselmaßnahmen wiederfinden.

Abb. 37: Profilierung für die Baumberge



Quelle: dwif 2018

Baumberger Sandstein als übergeordnetes Inszenierungsthema

Künftig wird der Baumberger Sandstein im Mittelpunkt der touristischen Produktentwicklung stehen. Im Vergleich verschiedener möglicher Themen (z.B. Literatur, Religion/Spiritualität, Sandstein) ist der Sandstein am besten dafür geeignet, die Region in ihrer Gesamtheit zu repräsentieren und die ihre Besonderheiten herauszustellen, denn:

- **Der Sandstein ist DAS verbindende Element für alle fünf Gemeinden.**

Während die einzelnen Gemeinden teils sehr unterschiedliche thematische Schwerpunkte setzen, ist der Sandstein das Thema, das alle verbindet. So finden sich Anknüpfungspunkte zum Sandstein von Havixbeck bis Rosendahl, wenn auch in unterschiedlicher Intensität und

Erlebbarkeit. Daher soll das Thema Sandstein noch stärker flächendeckend als Inszenierungsthema genutzt und entwickelt werden.

- **Der Sandstein gibt der Region ihre Identität.**

Die Baumberge stehen für den Baumberger Sandstein. Er ist als Baumaterial in der Architektur aller Gemeinden allgegenwärtig und sogar ein wichtiges „Exportgut“. So ist beispielsweise der St.-Paulus-Dom in Münster aus Baumberger Sandstein errichtet. Zudem schlägt sich der Sandstein auch schon im kultur- und aktivtouristischen Angebot der Region nieder (z.B. Baumberger Sandsteinmuseum, Sandsteinroute, Steinbruchführungen). Der Sandstein ist damit für die Region seit jeher in hohem Maße identitätsstiftend.

Fokussierung auf zwei Produktlinien für die nötige Klarheit

Darauf aufbauend sorgen künftig zwei Produktlinien für einen besseren Fokus in der Produktentwicklung der Region. Diese werden aufgeladen durch das Inszenierungsthema Sandstein und bündeln die potenzialreichsten touristischen Segmente unter einer gemeinsamen Überschrift. Da der Aktivitätsschwerpunkt in beiden Produktlinien zum Teil sehr unterschiedlich ist, ergänzen sie sich gut, sprechen aber auch unterschiedliche Zielgruppen an.

- **Produktlinie „Baumberger Sandstein aktiv erleben“**

Hierunter versammeln sich die bereits heute in der Baumberge-Region gut entwickelten Themen Radfahren und Wandern, aber auch perspektivisch – bei Bereitstellung entsprechender Ressourcen – weitere aktivtouristische Segmente wie der Pferde- oder der Rennradtourismus. Da in dieser Produktlinie bereits zahlreiche Angebote vorhanden sind, liegt der strategische Fokus vor allem darin, diese gezielt zu verbessern, zu priorisieren und wettbewerbsfähig aufzustellen. Ziel muss es sein, die vorhandenen Produkte sowie ggf. ausgewählte neue zu 2-5 Leuchtturmprodukten auszubauen.

Der Zielgruppenfokus für diese Produktlinie liegt – in Anlehnung an die Zielgruppendefinition auf Landesebene (Masterplan NRW, siehe auch nachfolgendes Kapitel) – auf den Zielgruppen „Aktive Best Ager“ und „Familien“.

- **Produktlinie „Baumberger Lebensart genießen“**

Die zweite Produktlinie thematisiert das besondere Baumberger Lebensgefühl und vereint die Themenkomplexe

- Genuss, Kulinarik, regionale Produkte
- Shopping, Design, Wochenmärkte sowie
- Kunst, Kultur und Literatur.

Die hier vorhandenen vielen kleinen und feinen Produktansätze sollen künftig besser zusammengeführt, professionalisiert und vermarktbar gemacht werden. Da zu diesen Themen bislang keine aktive gemeinsame Produktentwicklung erfolgt ist, liegt der strategische Fokus hier auf der Neuentwicklung von möglichen Leuchtturmprodukten, wenn auch auf der Basis bereits vorhandener Angebote. Mittel- bis langfristig wird auch die Entwicklung von wellness-touristischen Angeboten als Ergänzungsprodukt angestrebt.

Der Zielgruppenfokus für diese Produktlinie liegt – in Anlehnung an die Zielgruppendefinition auf Landesebene (Masterplan NRW, siehe auch nachfolgendes Kapitel) – in erster Linie auf der Zielgruppe „Erwachsene Paare“.

Sichtbarkeit über Leuchtturmprodukte

Um die Sichtbarkeit im überregionalen Marketing zu erhöhen, wird in beiden Produktlinien die Entwicklung von zwei bis maximal fünf attraktiven Leuchtturmprodukten angestrebt, die als Produktbeweise für die Baumberge-Kompetenz (Inszenierungsthema + Produktlinien) stehen und potenziellen Gästen einen eigenen Reiseanlass für einen Urlaub in den Baumbergen bieten. Die vielen kleinen, dazu passenden Produkte bieten dann vor Ort das dazugehörige Angebotspektrum, das die Leuchtturmprodukte perfekt ergänzen kann. Die Leuchtturmprodukte sollen gezielt so entwickelt werden, dass sie durch die Marketing-Partner auf regionaler und Landesebene (Münsterland e.V., Tourismus NRW) gut transportiert und im überregionalen Marketing präsentiert werden können.

3. Zielgruppen für die Zukunft

Touristische Zielgruppen für den NRW-Tourismus

Die bereits benannten Zielgruppenschwerpunkte wurden auf Basis der für den NRW-Tourismus definierten touristischen Zielgruppen erarbeitet. Im Rahmen des Masterplans Tourismus Nordrhein-Westfalen wurde mithilfe umfassender Marktforschungsergebnisse eine Zielgruppensegmentierung vorgenommen. Die zuvor 25 definierten Zielgruppen wurden in diesem Zuge auf sechs Kernzielgruppen verdichtet, um Streuverluste im Marketing zu vermeiden.¹³

Mit dem Zielgruppenhandbuch steht allen touristischen Regionen und Akteuren im NRW-Tourismus ein Leitfaden zur Verfügung, der die sechs Kernzielgruppen detailliert beleuchtet, soziodemografische Merkmale, aber auch Interessen und Reiseverhalten aufzeigt.

Für den Baumberge-Tourismus wurde diese Grundlage verwendet, um die künftigen touristischen Zielgruppen abzuleiten. Dies erfolgte in erster Linie durch einen Abgleich der Zielgruppenpassung mit dem vorhandenen Angebot bzw. den zu entwickelnden Produktlinien.

Drei Zielgruppen für den Baumberge-Tourismus

Das Ergebnis: Im Rahmen der beiden Produktlinien fokussiert sich die Region Baumberge künftig auf drei Hauptzielgruppen:

- **„Aktive Best Ager“** stellen bereits heute eine wichtige Gästegruppe in den Baumbergen dar. Sie sind besonders interessiert an aktivtouristischen Themen und sollen auch weiterhin innerhalb der Produktlinie „Baumberger Sandstein aktiv erleben“ angesprochen werden.
- Bei der Zielgruppe **„Familien“** können die Baumberge ebenfalls im Aktivtourismus punkten. Sie sind daher als neue Zielgruppe für die Produktlinie „Baumberger Sandstein aktiv erleben“ vorgesehen.
- Für die neue Produktlinie „Baumberger Lebensart genießen“ interessieren sich besonders die **„Erwachsenen Paare“**, die daher hier als Zielgruppe im Mittelpunkt stehen.

¹³ Masterplan Tourismus Nordrhein-Westfalen 2009: Zielgruppenhandbuch.

Aktive Best Ager



Aktive Best Ager (über 60 Jahre alt, meistens bereits im Ruhestand) suchen auf Reisen Ruhe und Entspannung, aber auch Aktivität und Bewegung, hierzu gehen sie gerne Wandern und Radfahren. Sie sind häufig kulturell interessiert und unternehmen hierzu manchmal kulturhistorische Busreisen mit Freunden. Aufgrund ihrer großen Reiseerfahrung sind die sehr anspruchsvoll und legen Wert auf Qualität und Service. Sie sind sowohl über klassische Reiseliteratur als auch über die Website der Destination sehr gut informiert und lassen sich nach Empfehlungen aus dem Freundeskreis Kataloge und Prospekte zusenden. Organisierte Busreisen buchen sie seit Jahren über dasselbe Reisebüro.

Aktive Best Ager sind vor allem über klassische Medien zu erreichen und sind hierbei empfänglich für optisch und inhaltlich hochwertige Kommunikation.

Aktive Best Ager setzen vor allem auf persönliche Informationen und Printmedien. Dabei richten sie sich vor allem nach Empfehlungen durch Freunde und Bekannte, persönlicher Beratung im Reisebüro und in der Unterkunft sowie der Lektüre von Reiseliteratur.

Information



Buchung



Aktive Best Ager buchen meist im Voraus, häufig zwischen acht und zwölf Wochen vor der Reise, aber ebenso häufig auch kurzfristiger. Die Buchung findet meist telefonisch bei der Unterkunft oder im Reisebüro statt. Etwa ein Viertel der Aktiven Best Ager bucht Pauschalreisen.

Aktive Best Ager legen Wert auf eine stilvolle und elegante Umgebung und lassen sich gerne verwöhnen. Aktivreisende übernachten in Drei- und Vier-Sterne-Hotels und häufig allein oder zu zweit. Kultur- und Städtereisende reisen gerne in Gruppen. Grundsätzlich ist ein gehobenes Ambiente und exzellenter Service buchungsrelevant.

Übernachtung



Aktivitäten



Aktive Best Ager sind vital und möchten diese Vitalität erhalten. Bei Reisen steht vor allem Erholung und Entspannung im Vordergrund, kultur- und aktivreisende wollen dabei noch etwas für ihre Gesundheit tun. Aktivreisende gehen gerne Baden und Wandern und erleben Naturattraktionen. Kulturreisende nehmen häufig an Stadtführungen teil, besuchen Museen und Ausstellungen oder unternehmen individuelle Ausflüge. Aktive Best Ager haben hierbei vor allem eine Vorliebe für schöne Cafés und kulinarische Erlebnisse.

Quelle: dwif 2018, Daten, Informationen und Foto: Zielgruppenhandbuch Tourismus NRW

Familien



Familien wollen im Urlaub vor allem viel erleben, sind sehr aktiv und haben ein vielseitiges Programm, damit alle auf ihre Kosten kommen. Häufig reisen sie mit befreundeten Familien und übernachten in Ferienwohnungen. Hier ist vor allem ausreichend Platz entscheidend, damit jeder seinen Rückzugsort bekommt. Für ihre Aktivitäten (v.a. Naturattraktionen, Schwimmen, Radfahren, Wandern, Tierparks) holen sich Familien gerne Urlaubstipps von Freunden.

Da sie auf die Ferienzeiten angewiesen sind, buchen Familien in der Regel sehr früh und können so in verschiedenen Phasen der Reiseentscheidung erreicht werden. Aufgrund ihres vielseitigen Programms schätzen sie kurze Wege zu Attraktionen und Hinweise für Routen, die mehrere Aktivitäten kombinieren.

Familien profitieren gerne von den Erfahrungen, die Freunde und Bekannte gemacht haben. Sie informieren sich bevorzugt online weit im Voraus der Reise, da sie zeitlich auf die Ferien angewiesen sind. Sie informieren sich gerne direkt bei der Tourist-Information, bei der Unterkunft oder über Online-Suchmaschinen.

Information



Buchung



Familien buchen durchschnittlich zwölf Wochen vor der Reise, vorwiegend direkt bei der Unterkunft, in manchen Fällen auch über die Tourist-Information oder im Reisebüro. Knapp die Hälfte der Familien bucht über Telefon, ein Viertel online und 10-15% unternehmen eine Pauschalreise.

Da Familien häufig als größere Gruppe verreisen, benötigen sie viel Platz und legen Wert auf eine praktische, aber dennoch stilvolle Unterkunft. Sie buchen häufig Ferienwohnungen, bei denen eine gute bis sehr gute Ausstattung vorausgesetzt wird. Ansonsten kommen sie in Drei- bis Vier-Sterne-Hotels oder Jugendherbergen unter.

Übernachtung



Aktivitäten



Egal ob Familien als Aktiv- oder Städtereisende unterwegs sind, im Fokus stehen vor allem Zusammensein, Spaß und besondere Erlebnisse. Dabei sind Tierparks und Zoos besonders beliebt. Aktivreisende Familien gehen vor allem wandern, fahren Rad oder gehen schwimmen.

Quelle: dwif 2018, Daten, Informationen und Foto: Zielgruppenhandbuch Tourismus NRW

Erwachsene Paare



Erwachsene Paare suchen auf Reisen vor allem Erholung vom Alltag. Dabei sind sie entweder in Städten unterwegs und gehen shoppen und in Restaurants, treffen Freunde oder nehmen an einer Stadtführung teil. Im ländlichen Raum gehen sie vor allem wandern, schwimmen und Radfahren. Sie buchen vor allem in Städten häufig Pauschalreisen, planen gerne im Voraus und sind durch persönliche Empfehlungen oder die Suche im Internet und in Reiseführern gut informiert. Erwachsene Paare sind vor allem für Erholung und Entspannung empfänglich und legen Wert auf Qualität und Service. Da sie gerne Empfehlungen von Freunden und Bekannten folgen ist – neben dem persönlichen Kontakt vor Ort – vor allem der Kontakt nach der Reise wichtig, um einen Anlass zu schaffen, das gleiche Reiseziel erneut anzusteuern oder Freunden davon zu berichten.

Erwachsene Paare informieren sich gründlich und frühzeitig über verschiedene Kanäle. Dabei sind sie besonders empfänglich für Empfehlungen von Freunden und Bekannten, persönliche Beratung in der Tourist-Information, im Reisebüro oder der Unterkunft, Websites und Reiseliteratur.

Information



Buchung



Die Buchung findet durchschnittlich neun Wochen vor der geplanten Reise und überwiegend über die Unterkunft statt. Dabei buchen 50-60% per Telefon und rund ein Drittel online. Aufmerksamer Service am Telefon und verlässlicher Kontakt per E-Mail sind hierbei besonders gefragt.

Erwachsene Paare übernachten gerne stilvoll, klassisch und gelegentlich romantisch. Wellnessangebote sind für Erholungssuchende ideal, ein perfekter Service wird vorausgesetzt. Erwachsene Paare wählen häufig Drei- oder Vier-Sterne-Hotels, unter den Aktivreisenden auch überdurchschnittlich oft eine Ferienwohnung oder -haus. Hierbei steht eine Qualität in allen Bereichen im Vordergrund.

Übernachtung



Aktivitäten



Städtereisende gehen gerne shoppen und ins Restaurant, besuchen Museen und Ausstellungen und nehmen an Stadtführungen teil. Aktivreisende interessieren sich besonders für individuelle Ausflüge, Naturattraktionen sowie Wandern, Radfahren und Schwimmen. Dabei geht es vor allem darum, Abstand vom Alltag zu gewinnen.

Quelle: dwif 2018, Daten, Informationen und Foto: Zielgruppenhandbuch Tourismus NRW

4. Schlüsselmaßnahmen

Zur Erreichung der formulierten Ziele und zur Ausgestaltung der Produktlinien sind nachfolgend zwölf Schlüsselmaßnahmen aufgeführt, die für die touristische Entwicklung der Baumberge in den kommenden Jahren erforderlich sind. Im Folgenden werden die einzelnen Schlüsselmaßnahmen ausführlich beschrieben und mit notwendigen Umsetzungsmaßnahmen sowie Ideen und Beispielen aus anderen Regionen untersetzt.

Abb. 38: Übersicht über die Schlüsselmaßnahmen



Quelle: dwif 2018

Ein wichtiger Hinweis jedoch bereits vorab an dieser Stelle: Die Umsetzung aller 12 Schlüsselmaßnahmen erfordert die Bereitstellung entsprechender Ressourcen sowie eine Neuausrichtung der gemeinsamen Organisationsstrukturen. Dazu finden sich in einem separaten Kapitel (VIII.5) drei Szenarien für die künftige Zusammenarbeit in der Baumberge-Region sowie das in jedem Szenario realistische Umsetzungsspektrum in Bezug auf die 12 Schlüsselmaßnahmen.

Aus diesem Grund ist die Maßnahmenliste zunächst als das bestmögliche, sinnvolle und wünschenswerte Umsetzungsspektrum für die Baumberge-Region zu betrachten.

Schlüsselmaßnahmen zur Entwicklung des Inszenierungsthemas Sandstein

Schlüsselmaßnahme 1:

Sandstein in allen Baumberge-Gemeinden erlebbar machen

Ziel: Angebote zum Inszenierungsthema Sandstein in allen Gemeinden schaffen

Ausgangslage und Ziel



Der Sandstein ist als übergeordnetes Inszenierungsthema ein wichtiger Bestandteil der touristischen Produktentwicklung in den Baumbergen und thematischer Schwerpunkt im Bereich Kunst & Kulturtourismus. Als prägendes Baumaterial der Region und verbindendes Element zwischen den Gemeinden besitzt Sandstein eine große Bedeutung für die Identität und Historie der Region und ist bereits Themengeber einiger touristischer Angebote (z.B. Sandsteinroute, Sandsteinmuseum; siehe auch Kap. V.4).

Um dem Bamberger Sandstein eine höhere Aufmerksamkeit zukommen zu lassen, wird zum einen das Sandsteinmuseum als zentraler Kristallisationspunkt aufgewertet und als Impulsgeber für die Produktentwicklung zum Thema Bamberger Sandstein gestärkt. Um die touristische Inszenierung des Sandsteins darüber hinaus in allen Gemeinden der Baumberge erlebbar zu machen, werden entsprechende Angebote flächendeckend(er) in der gesamten Region etabliert.

Aufwertung des Sandsteinmuseums

Das Sandsteinmuseum ist der Anlaufpunkt in der Region zum Thema Sandstein. Das Museum wird derzeit als zentraler Museums- und Veranstaltungsort umgebaut und zum Kompetenzzentrum für regionale Baukultur aufgewertet. Durch den Bau neuer Veranstaltungs- und Ausstellungsräume soll sich das Sandsteinmuseum als außerschulischer Lernort und kulturelles Begegnungszentrum für die Region etablieren und durch die Neukonzeption der Ausstellung und Erweiterung der Gastronomie den Besuch des Museums noch attraktiver machen. Diese Maßnahmen sollen konsequent weiterverfolgt werden.

Sandstein in allen Orten erlebbar machen

Von der dezentralen Schaffung von Angeboten zum Thema Sandstein sollen alle fünf Baumberge-Gemeinden profitieren. Gleichzeitig soll das Thema in der gesamten Region besser erlebbar werden. Dabei geht es vor allem um die Inszenierung des Themas über

- Veranstaltungen, z.B. kleinere Veranstaltungsorte mit thematischen Ausstellungen (ergänzend zum Sandsteinmuseum), Bildhauerkurse oder Lesungen zum Thema Sandstein, aber auch
- Informationsangebote wie (interaktive) Infotafeln, Sandstein-Führungen, App, etc.



Umsetzungsschritte

Dabei sollten alle Veranstaltungen und Informationsangebote unter Einbeziehung der wichtigsten „Sandstein-Akteure“ (z.B. Sandsteinmuseum, aber auch Bildhauer, etc.) gemeinsam kuratiert werden und in allen Gemeinden mit hohem Qualitätsniveau zur Sichtbarkeit gebracht werden.

Umsetzungsbeispiel



Das **Festival „Sandstein und Musik“** findet an Orten statt, die sich durch einen besonderen landschaftlichen und architektonischen Reiz hervortun. Im Herzen der Sächsischen Schweiz wird den Besuchern vor einzigartiger Sandsteinkulisse ein musikalisches Erlebnis geboten und die Kombination aus Natur, Kultur und Musik zelebriert.



Quelle: dwif 2018, Daten, Informationen und Foto: www.sandstein-musik.de

Schlüsselmaßnahme 2:

Designelemente aus Sandstein für die Ortsbildgestaltung entwickeln

Ziel: Ortsbilder verbessern und dabei konsequente Verbindung zum Inszenierungsthema herstellen

Ausgangslage und Ziel



Die Ortsbilder der Baumberge-Gemeinden machen einen gepflegten und attraktiven Gesamteindruck, allerdings ist das Mobiliar in den Innenorten hinsichtlich Quantität und Qualität stellenweise ausbaufähig, was sich negativ auf die Aufenthaltsqualität und Empfangssituation auswirkt (siehe auch Kap. II.2).

Die Entwicklung und Etablierung eines einheitlichen Baumberge-Designs und die gemeindeübergreifende Installation von Mobiliar und Designelementen im gemeinsamen Design unter Verwendung des Sandsteins als verbindendes Baumaterial stärkt das Zusammengehörigkeitsgefühl nach innen und den Wiedererkennungswert der Baumberge nach außen. Zusätzlich wird die Attraktivität der Innenorte und Empfangssituationen (z.B. Bahnhöfe, Ortseingänge) durch hochwertige und einzigartige Elemente aufgewertet.

Entwicklung eines Designkonzeptes

Die gemeinsame Entwicklung eines Baumberge-Designs mit hochkarätigen Partnern aus der Region (Designer, Künstler, Bildhauer, etc.), aber auch renommierter Partner von außerhalb (z.B. Akademien, Hochschulen) steht hier im Mittelpunkt. Zudem sollte das vorhandene Fachwissen zurückgegriffen werden, das mit der Ausbau des Sandsteinmuseums zum Kompetenzzentrum für regionales Bauen zur Verfügung steht (siehe auch Schlüsselmaßnahme 1: Sandstein erlebbar machen). Wichtig ist es, ein prägnantes, regionaltypisches und attraktives Designkonzept zu entwickeln, das für die Gestaltung von touristischen Elementen in den Ortskernen und entlang der touristischen Infrastruktur mit hohem Wiedererkennungswert genutzt werden kann. Als Baumaterial sollte der charakteristische Baumberger Sandstein dienen.

Installation von Gestaltungselementen

Dieses gemeinsam entwickelte Design sollte in erster Linie für die Installation von Elementen zur Steigerung der Aufenthaltsqualität in der gesamten Region verwendet werden. Hier bieten sich vor allem die Räume an, an denen ohnehin hoher Handlungsbedarf besteht (z.B. Ortskerne, Bahnhofsumfelder, Rad- und Wanderwege, touristische Attraktionen). Sinnvolle Gestaltungselemente sind vor diesem Hintergrund:

- Sitz- und Ruhebänke,
- Spielplätze,
- Infotafeln,
- Ortseingangsschilder,
- Radabstellmöglichkeiten,
- Kunstwerke am Weg,
- etc.

Die Installation erfolgt schrittweise und bedarfsgerecht in allen Gemeinden.



Umsetzungsschritte

Umsetzungsbeispiel



Das kreative Design von Mobiliar und Gestaltungselementen im öffentlichen Raum steigert die Aufenthaltsqualität enorm und sorgt bei konsequenter Verwendung für einen hohen Wiedererkennungswert innerhalb einer Region. Die nachfolgenden Beispiele zeigen das Spektrum dafür auf:



Der sächsische Sandstein prägt die einzigartige Natur, Architektur, Wirtschaft und Kultur einer ganzen Region und im Besonderen der **Stadt Pirna**. Auf der Grundlage der noch heute erhaltenen Architektur aus größtenteils regional abgebautem Sandstein und der langen Historie des Sandsteins in wirtschaftlicher und kultureller Hinsicht wurde 2013 die Dachmarke „Sandsteinstadt voller Leben“ für Pirna geschaffen. Neben dem Erhalt historischer Sandstein-Gebäude und thematischer Veranstaltungen (z.B. Skulpturensommer) werden auch Elemente des öffentlichen Raumes (z.B. Sitzbänke, Spielplätze) aus diesem regionalen Baumaterial entworfen und errichtet.



Quelle: dwif 2018, Daten, Informationen und Fotos: www.sandstein.pirna.de; Fotos: Pinterest, Pixabay, www.atelier-am-ruhmburg.de, wasserspielplatz-bauen.de, thefoxisblack.com, www.dewezet.de, www.deutschlandfunk.de

Schlüsselmaßnahmen zur Entwicklung der Produktlinie „Baumberger Sandstein aktiv erleben“

Schlüsselmaßnahme 3: Sandsteinroute zur Premiumradroute entwickeln

Ziel: Sandsteinroute wird zu einem radtouristischen Leitprodukt für das Münsterland

Ausgangslage und Ziel



Die Sandsteinroute ist das radtouristische Aushängeschild der Baumberge und zählt in hohem Maße auf das gemeinsame Inszenierungsthema ein. Allerdings befindet sich die Route derzeit in einem unbefriedigendem Zustand (siehe auch Kap. V.1).

Um innerhalb der Produktlinie „Baumberger Sandstein aktiv erleben“ der Rolle eines Leuchtturmproduktes gerecht zu werden, soll die Sandsteinroute zur Premiumroute entwickelt werden. Messlatte ist dabei die gesamte radtouristische Infrastruktur im Münsterland: Hier soll die Sandsteinroute künftig mit anderen Radrouten im Schaufenster stehen. Dafür zählt jedoch höchste Produktqualität und Zielgruppenorientierung (in erster Linie „Aktive Best Ager“ und „Familien“)

Optimierungen im Streckenverlauf

Zunächst ist die systematische Erfassung bestehender Mängel entlang der Route notwendig. Die Befahrung durch das dwif lieferte zwar erste Hinweise auf Handlungsbedarfe, ersetzt aber nicht die ausführliche Befahrung und Mängelerfassung durch einen Planer bzw. Gutachter. Neben der Erfassung der infrastrukturellen Mängel (z.B. Oberfläche, Wegbreite, Gefahrenstellen, Beschilderung) muss hierbei auch der Verlauf der Route kritisch begutachtet und gegebenenfalls angepasst werden. Daher sollten parallel zur Befahrung der jetzigen Route auch mögliche alternative Routenabschnitte geprüft werden. Bei der Optimierung des Streckenverlaufes stehen daher neben den infrastrukturellen Voraussetzungen auch die Erlebbarkeit des Themas Sandstein sowie die Versorgung/Wertschöpfung entlang der Route im Vordergrund.

Maßstab sind hier stets die Qualitätskriterien für Qualitätsradrouten des ADFC. Denn: Um dem Gast ein attraktives Leuchtturmprodukt bieten und münsterlandweit mithalten zu können, ist bei der Neugestaltung der Route mindestens das Niveau einer 3-Sterne-Radroute, optimalerweise sogar einer 4-Sterne-Radroute anzustreben.

Inszenierung als erlebbare Themenroute

Der Sandstein muss als Inszenierungsthema der Sandsteinroute entlang der gesamten Route sicht- und erlebbar sein. Dazu bedarf es einer Auswahl der wichtigsten Sehenswürdigkeiten zum Thema Sandstein (v.a. Sandsteinmuseum, aber auch andere wichtige Sehenswürdigkeiten und Sandstein-Attraktionen) und einer konsequenten Einbindung dieser in die Route.

Darüber hinaus muss die Sichtbarkeit des Themas auch durch die begleitende Infrastruktur und Informationsangebote weiter verstärkt werden. Hier bieten sich beispielsweise Rastplätze, Infotafeln oder Sitzgelegenheiten aus Sandstein als Gestaltungselemente entlang der Route an (siehe auch Schlüsselmaßnahme 2: Designelemente aus Sandstein). Der Ausbau von Erlebnisangeboten rund um den Sandstein (z.B. Erlebnisparcours, Bildhauerkurse, Sandsteinführungen) ergänzt die thematische Inszenierung.

Bei der Entwicklung und Inszenierung der Sandsteinroute sind stets die Zielgruppen für die Produktlinie „Baumberger Sandstein aktiv erleben“ (Aktive Best Ager und Familien) im Blick zu behalten bzw. bei der Gestaltung von Angebot und Infrastruktur zu berücksichtigen.

Nachhaltiges Qualitätsmanagement

Um den Standard nicht nur punktuell und einmalig zu verbessern, sondern dauerhaft gewährleisten zu können, ist ein kontinuierliches und regelmäßiges Qualitätsmanagement notwendig. Hierzu bietet sich die intensive Zusammenarbeit mit dem Münsterland e.V. an, der zurzeit an der Einführung eines entsprechenden Qualitätsmanagementsystems für die Radwege und Reitrouten im Münsterland arbeitet.





Die 114 Kilometer lange **Radroute „Steine und Mehr“** wurde als Gemeinschaftsprojekt der Kommunen Geseke, Anröchte und Warstein realisiert. Mit dieser Radroute kann die Kultur- und Abbaulandschaft erkundet werden. An insgesamt 33 Stationen erhalten die Besucher informative Hinweise über die historisch gewachsene Kulturlandschaft, die Nutzung fruchtbarer Böden sowie die Gewinnung und Verarbeitung von Bodenschätzen. Erdgeschichte, Topographie sowie die Entwicklung, Dimensionen und Wirkung des Steinabbaus in der Region werden erlebbar gemacht, ebenso wie der Baustoff Grünsandstein bzw. Grünkalkstein. Regionale Baukultur, vielfältige Kunstobjekte und dörfliche Idylle runden die Route ab.



Mit 125 Kilometern gehört die **Vennbahnroute** zu den längsten Bahntrassenwegen Europas. Auf sechs Etappen zwischen Aachen und Troisvierges verbindet sie Deutschland, Belgien und Luxemburg. Mit spannenden Bahnrelikten und Ausstellungen sowie thematisch passenden Infrastrukturelementen (z.B. alte Bahnwaggons als Rastplätze) macht die Route die Zeiten erlebbar, in denen die Vennbahn Schlagader zwischen den Kohlerevieren um Aachen und den Hütten in Lothringen und Luxemburg war. Aufgrund der geringen Steigung ist die Route vor allem für Familien und Best Ager geeignet.



Quellen: dwif 2018, Daten und Informationen: www.steineundmehr.eu; www.outdooractive.com; www.vennbahn.eu
Fotos: www.steineundmehr.eu; www.eifel.info

Schlüsselmaßnahme 4:

Örtliche Rundwanderwege priorisieren und inszenieren

Ziel: 5-10 Top-Rundwanderwege auswählen und inszenieren

Ausgangslage und Ziel



In den vergangenen Jahren wurde das Angebot an Wanderwegen in den Baumbergen komplett überarbeitet und – neben dem Ludgerusweg – eine Vielzahl an örtlichen Rundwanderwegen ausgewiesen und beschildert. Die dadurch entstandene Fülle an Wegen ohne erkennbare Priorisierung macht es dem Gast schwer, den für sich besten Wanderweg auszuwählen und erhöht überdies den Aufwand für die Qualitätssicherung der Wege enorm (siehe auch Kap. V.2).

Durch die Auswahl von 5-10 besonders attraktiven und touristisch relevanten Rundwanderwegen (das bedeutet: 1-2 Wege pro Gemeinde) und deren thematische Inszenierung wird das Profil der Baumberge als Wanderregion überregional geschärft und dem Gast eine Orientierung bei der Wahl seiner Wanderung an die Hand gegeben. Die gezielte Weiterentwicklung der ergänzenden Infrastruktur (z.B. Gastronomie, Erlebnisangebote) entlang der ausgewählten Rundwege erhöht die Attraktivität des Gesamterlebnisses für den Gast und gleichzeitig die Wertschöpfung aus dem Tourismus für die Region.

Auswahl von Wanderwegen

Die nach dem erfolgreichen Projekt „Wandern 1“ angestoßenen Projekte „Wandern 2&3“ sollen weiter verfolgt und umgesetzt werden. Um diese geschaffene Infrastruktur darüber hinaus aber touristisch optimal in Wert setzen zu können, sollten insgesamt 5-10 Wanderwege für die gesamte Region (d.h. 1-2 Wege pro Gemeinde) ausgewählt werden.

Bei der Auswahl steht vor allem die Wegequalität und -führung im Mittelpunkt, aber auch thematische Inszenierungsmöglichkeiten, die Versorgungsmöglichkeiten entlang des Weges (Wertschöpfung!) sowie – wenn vorliegend – Daten zur Frequentierung der Wege.

Diese 5-10 Wanderwege sollen künftig im Fokus der Produktentwicklung, touristischen Vermarktung sowie Qualitätssicherung stehen.

Thematische Inszenierung der ausgewählten Wege

Die ausgewählten Wege müssen im Sinne der besseren touristischen Inwertsetzung einer Themeninszenierung passend zu den Baumberge-Themen unterzogen werden. Hier bietet sich vor allem der Sandstein als übergeordnetes Inszenierungsthema an, aber auch andere Themen der „Baumberger Lebensart“ (z.B. Design, Genuss, Literatur, etc.) können im Rahmen der Themeninszenierung gut zur Geltung gebracht werden.



Umsetzungsschritte

Der Einsatz von Baumberge-Designelementen (siehe Schlüsselmaßnahme 2) sowie die bestmögliche Ausschöpfung von Wertschöpfungspotenzialen (z.B. Gastronomie, Einkaufsmöglichkeiten, Schaffung von Erlebnisangeboten entlang der Strecke) sollten ebenfalls berücksichtigt – und wenn nötig optimiert – werden.

Für die Verbesserung von Infrastruktur und Themeninszenierung bietet sich eine Orientierung an den Qualitätskriterien Wanderbares Deutschland für kurze Wege an (siehe weiter unten). Hierzu kann aus vorgegebenen Themen gewählt werden, wobei sich für die Baumberge vor allem die Themen „regionaler Genuss“, „kulturerlebnis“ und „familienspaß“ anbieten würden.

Wie bei den Radrouten sind auch hier bei der Auswahl und Inszenierung der Wanderwege die Anforderungen der Zielgruppen für die Produktlinie „Baumberger Sandstein aktiv erleben“ (Aktive Best Ager und Familien) zu berücksichtigen.

Kurzer Qualitätsweg Wanderbares Deutschland

Neben der klassischen Zertifizierung für Wanderwege ab 20 Kilometern zeichnet der Deutsche Wanderverband mittlerweile auch kurze Wege für Halbtages- oder Tages-touren ab 4 Kilometern mit dem Siegel „Qualitätsweg Wanderbares Deutschland“ aus.

Neben den bereits bestehenden Muss-Kriterien wie eine perfekte Markierung und Wegweisung müssen die kurzen Wege zum einen in ein regionales Wanderweges-netz eingebunden sein und sich zum anderen durch thematische Inszenierung den spezifischen Wünschen der jeweiligen Zielgruppe anpassen.

Für die Inszenierung hat der Wanderverband folgende Wegekategorien vorgegeben:

- Traumtour – rundum gut
- Regionaler Genuss – kulinarisch wandern
- Kulturerlebnis – Kultur am Wegesrand
- Naturvergnügen – aktiv Natur erleben
- Familienspaß – gemeinsam mit Spaß wandern
- Komfortwandern – einfach, schön
- Winterglück – Wandern in der kalten Jahreszeit
- Stadtwanderung – Städte anders entdecken



Auf dem **Wichtelpfad Sievertshausen** geht der Besucher auf direkte Tuchfühlung mit dem Wald, um ihn – begleitet von den Wichteln – mit allen Sinnen kennenzulernen. Bei der Gestaltung des vom Deutschen Wanderverband ausgezeichneten Wichtelpfades liegt der Schwerpunkt im Bereich der Umweltbildung und Information, interaktive Elemente vermitteln die Inhalte über Sinneswahrnehmung, interaktive Elemente und Tafeln. Über die Kombination verschiedener Vermittlungsmethoden werden vielfältige Anreize gegeben, die den Pfad abwechslungsreich, erlebnis- und lehrreich gestalten. Schilder und Tafeln stehen in einem sinnvollen Zusammenhang zur Region und zu bestimmten Waldbildern. Der Wichtelpfad ist als kurzer Qualitätsweg Wanderbares Deutschland in der Kategorie „Familienspaß“ zertifiziert.



Der **Oberkircher Brennersteig** lädt zur landschaftlichen und kulinarischen Entdeckungsreise vorbei an verschiedenen Brennereien im Renchtal ein. Die Region blickt auf eine lange Tradition des Brennens zurück, mit über 900 registrierten Brennereien ist Oberkirch die Brennhauptstadt Europas. Die abwechslungsreiche 14 Kilometer lange Strecke führt durch Wald-, Weide-, Obst- und Reblandschaften. Zahlreiche Brennereien laden unterwegs zur Kostprobe ihrer Erzeugnisse ein. Der Oberkirchner Brennersteig ist als kurzer Qualitätsweg Wanderbares Deutschland in der Kategorie „Traumtour“ zertifiziert.



Bad Driburg ist eine alte Glasbläserstadt, in der es seit dem 12. Jahrhundert Glashütten- und Glashandelsbetriebe gibt. Auf dem rund sechs Kilometer langen **Kaleidoskopweg** eröffnen insgesamt acht Riesenkaleidoskope auf dem Rosenberg und im Arboretum in ihren geheimnisvollen Zauberröhren unwiederbringliche Bilder. Das Spiel mit Licht und Glas ist besonders für Erwachsene und Kinder ein besonderes Erlebnis. Der Kaleidoskopweg ist als kurzer Qualitätsweg Wanderbares Deutschland in der Kategorie „Kulturerlebnis“ zertifiziert.



Quelle: dwif 2018, Daten und Informationen: www.wanderbares-deutschland.de; www.brennersteig.renchtal.de; www.bad-driburg.teutoburgerwald.de
Fotos: www.naturpark-solling-vogler.de; www.tourismus-bw.de; www.bad-driburg.teutoburgerwald.de

Schlüsselmaßnahme 5:

Ludgerusweg weiter in Wert setzen und inszenieren

Ziel: Ludgerusweg wird zum Top-Wanderweg in NRW und Top-Pilgerweg in Deutschland

Ausgangslage und Ziel



Im Rahmen des Projektes „Wandern 1“ wurde unter anderem der 30 Kilometer lange Ludgerusweg geschaffen, der in seiner Hauptroute von Coesfeld zum Stift Tilbeck führt und über Zugangswege alle Baumberge-Gemeinden einbindet. Für den Ludgerusweg wurde ein eigenes Logo entwickelt und die Zertifizierung als Qualitätsweg Wanderbares Deutschland erreicht (siehe auch Kap. V.2).

Durch eine weitere Aufwertung des Ludgerusweges soll neben der Sandsteinroute und den Top-Rundwanderwegen ein weiteres Leuchtturmprodukt für die Produktlinie „Baumberger Sandstein aktiv erleben“ entwickelt werden. Dabei steht hier dem Thema entsprechend der heilige Ludgerus im Mittelpunkt – und damit die Themen Religion, Spiritualität und Pilgeri. Diese sollen entlang des Weges noch stärker erlebbar gemacht und durch eine bessere Einbindung vorhandener und neuer spiritueller Angebote bzw. Sehenswürdigkeiten (z.B. Stift Tilbeck, Abtei Gerleve) an Erlebniswert gewinnen. Damit wird angestrebt, den Ludgerusweg zu einem Top-Wanderweg in Nordrhein-Westfalen zu entwickeln sowie in die Liga der besten Pilgerwege in Deutschland aufzusteigen. Damit stünde der Ludgerusweg im Wettbewerb mit anderen Top-Wanderwegen in NRW wie dem Eifelsteig, dem Hermannsweg, dem Rothaarsteig oder dem Neanderland Steig bzw. Pilgerwegen wie dem Lutherweg, der Bonifatius Route oder der Hildegard von Bingen Pilgerwanderweg

Stärkere thematische Inszenierung

Neben einem Konzept, das die kontinuierliche Unterhaltung und Qualitätssicherung des Hauptweges und der Nebenwege garantiert, ist vor allem eine stärkere Entwicklung des Themas „Spiritualität“ entlang des Ludgerusweges notwendig.

Hier stehen vor allem

- thematisch passende Gestaltungselemente entlang des Weges, z.B. Ruhebänke, Ruheinseln, Kraftorte, Sinnesstationen, Heiligenskulpturen – wichtig ist aber auch eine Berücksichtigung des Baumberge-Designs (siehe Schlüsselmaßnahme 2),
- ein analog und digital aufbereitete Informationsangebot zum Thema Ludgerus, seiner Pilgerreise sowie weitere Informationen und Geschichten zum Thema/Hintergrund des Weges,
- die Einbindung vorhandener spiritueller Sehenswürdigkeiten (z.B. Kloster Gerleve, Stift Tilbeck, Ludgerusdom) sowie
- die Entwicklung neuer thematischer Angebote (z.B. Pilgerrituale, Stempelkarten, Veranstaltungen, Erlebnisse entlang des Weges)

im Vordergrund.



Umsetzungsschritte

Wander-/Pilgerservices ausbauen

Um dem Wanderer (bzw. Pilgerer) ein perfektes Erlebnis zu bieten, muss auch der begleitende Service auf seine Bedürfnisse zugeschnitten sein. Hier steht vor allem die Zielgruppe der „Aktiven Best Ager“ im Mittelpunkt.

Zu den begleitenden Services zählen beispielsweise wanderfreundliche Gastgeber aus Beherbergung und Gastronomie, die durch ihr Angebot (z.B. Wanderapotheke, Informationen für Wanderer, Auffüllen von Getränkeflaschen, etc.) besonders für Wanderer attraktiv sind. Entlang des Ludgerusweges ist derzeit noch kein gastgewerblicher Betrieb mit dem Zertifikat „Qualitätsgastgeber Wanderbares Deutschland“ ausgezeichnet, was in erster Linie an den fehlenden Ressourcen für die Betriebsbesichtigungen liegt. Hier sind zwingend entsprechende Aktivitäten zu entfalten, auch im Rahmen der allgemeinen Qualitätsoffensive (siehe Schlüsselmaßnahme 9). Wichtig: Im Wandertourismus sollten Qualitätsgastgeber unmittelbar am Weg liegen, da Wanderer in der Regel ohne Transport keine langen Umwege in Kauf nehmen können.

Des Weiteren ist die Mobilitätssituation eine wichtige Aufgabe. Der der Ludgerusweg über mehrere Etappen verläuft sowie im Normalfall als Streckenwanderung unternommen wird, sollten Start- und Endpunkt sowie ggf. Tagesetappenziele mit öffentlichen Verkehrsmitteln gut erreichbar sein. Das trifft insbesondere auf touristisch relevante Zeiten zu: am Wochenende, an Feiertage sowie am frühen Vormittag und am Nachmittag/Abend. Gerade zu diesen Zeiten ist der Ludgerusweg aber derzeit nur schwer bis gar nicht erreichbar. Daher sollte künftig die Etablierung eines Wanderbusses oder Shuttles, der Start-, Etappen- und Endpunkte des Weges zu entsprechenden Zeiten mit den wichtigsten Bahnhöfen der Region verbindet angestrebt werden. Auch die Möglichkeiten eines Gepäcktransportes von einer Unterkunft zur nächsten könnten durch diesen Shuttle abgedeckt werden.

Umsetzungsbeispiel



Die **Bonifatius-Route** folgt den Spuren des Trauerzuges, der im Jahr 754 den Leichnam des Missionars und Kirchenreformers Bonifatius von Mainz zu seiner letzten Ruhestätte nach Fulda brachte. Dabei wird das kulturgeschichtliche und geistliche Umfeld mit einer interessanten naturräumlichen Strecke und touristischer Infrastruktur verbunden. Wie auf den klassischen Pilgerwegen erfährt der Wanderer Unterwegssein und Innehalten, Wandern und Naturerlebnis mit den Zeugnissen einer in Jahrhunderten gewachsenen Kulturlandschaft. Durch ergänzende Veranstaltungen und Services (z.B. Gastgeberverzeichnis, Stempelstellen, Wanderpakete) wird das Thema inszeniert und erlebbar.



BONIFATIUS ROUTE

Auf dem **Hildegard von Bingen Pilgerwanderweg** begibt man sich auf die Spuren der berühmten Äbtissin, Dichterin, Theologin und Naturkundlerin. Der 137 Kilometer lange Pilgerweg vollzieht die wichtigsten Lebensstationen der vielleicht berühmtesten Person des Mittelalters nach. Der Weg beginnt in Idar-Oberstein, führt am Familiensitz und Geburtsort Hildegard von Bingens in Niederhosenbach vorbei bis nach Bad Sobernheim, wo sie im Kloster Disibodenberg weite Teile ihres Lebens verbrachte, und endet in Bingen am Rhein. Zahlreiche Kapellen, Abteien, Kirchen und Informationstafeln veranschaulichen das Wirken von Hildegard von Bingen und das Leben im Mittelalter. Ihre spirituelle Seite wird an meditativen Tafeln erlebbar, die dem Hauptwerk Hildegard von Bingens „Scivias – Wissen der Wege“ folgen und Impulse für eine Meditation geben.



Quelle: dwif 2018, Daten, Informationen und Fotos: www.bonifatiusroute.de; www.naheland.net

Schlüsselmaßnahmen zur Entwicklung der Produktlinie „Baumberger Lebensart genießen“

Schlüsselmaßnahme 6:

Tourismusangebote zum Thema „Baumberger Lebensart“ vernetzen

Ziel: Bessere Wahrnehmung der kleineren Tourismusattraktionen in den Baumbergen

Ausgangslage und Ziel



Die Baumberge verfügen über zahlreiche kleinere touristische Attraktionen (z.B. Museen, Veranstaltungen, Galerien), die durchaus Potenzial für die touristische Vermarktung besitzen, allerdings aufgrund der geringen Reichweite derzeit (vor allem überregional) kaum wahrgenommen werden. Zudem ist das Thema Lebensart – mit den Unterthemen Genuss/Kulinarik, Shopping, Design, etc. – noch kaum in der touristischen Wahrnehmung angekommen. Da dieses Thema bislang nicht im Fokus stand, findet keine systematische gemeinsame Produktentwicklung statt. Entsprechend fehlt es an der Vernetzung der (kultur-)touristischen Akteure in den Baumbergen, sodass mögliche Kooperationen und gegenseitiger Austausch kaum bis gar nicht stattfinden.

Durch die Etablierung von Austauschformaten für touristische Anbieter und eine konsequentere Vernetzung der Leistungsträger sollen künftig vorhandene Potenziale besser genutzt und Synergien zwischen den Anbietern hergestellt werden. Die Entwicklung gemeinsamer Produkte, Events und Angebote im Rahmen der Produktlinie „Baumberger Lebensart genießen“ soll zur Entwicklung von Leuchtturmangeboten, aber auch zur Stärkung des Zusammengehörigkeitsgefühls gerade der kleineren Tourismusattraktionen beitragen.

Vernetzung von Anbietern

Die Etablierung einer regelmäßigen Austauschplattform für kleinere Tourismusattraktionen und -anbieter soll aktiv vorangetrieben werden. Dazu bieten sich beispielsweise

- Arbeitsgruppen,
- Stammtischtreffen,
- Workshops und Seminare,
- ein regelmäßiges Kultur-Frühstück oder
- Exkursionen

an. Diese sind auch Bestandteil der angestrebten Qualitätsoffensive (siehe Schlüsselmaßnahme 9). Im Vordergrund steht der regelmäßige Erfahrungsaustausch, aber auch eine Professionalisierung der Anbieter sowie die gemeinsame Produktentwicklung und Koordination von Veranstaltungen. Moderiert und organisiert werden die Treffen optimalerweise von der Baumberge-Touristik bzw. dem dort zuständigen Produktmanagement für die Produktlinie „Baumberger Lebensart genießen“.

Gemeinsame Entwicklung von Kombiangeboten und Kombitickets

Auf Basis dieser Kooperationen sollen auch gemeinsame Produkte – im Optimalfall auch einzelne Leuchtturmprodukte – gezielt entwickelt werden. Hier kommt es nicht zuletzt auch auf eine Bündelung der vorhandenen Angebote an, beispielsweise über die Entwicklung von Kombitickets (Gutes Beispiel aus der Region ist das Kombiticket für Burg Hülshoff und Rüschaus in Münster). Dadurch können Gäste einer Einrichtung auch auf andere Attraktionen in den Baumbergen hingewiesen und Anreize für deren Besuch gegeben werden. Daneben sind aber auch gemeinsame Kombiangebote denkbar, beispielsweise in Form von Erlebnisprodukten, Führungen, Audioguides zur Region, interaktive Kulturrouten, die Verknüpfung von Kunst und Genuss, ein Lebensart-Guide durch die Baumberge, etc. Das Kreativpotenzial in den Baumbergen ist hoch – dies gilt es nun für die kreative Produktentwicklung zu nutzen.

Koordination von Veranstaltungen

Die Einbindung der kulturtouristischen Akteure in die Entwicklung und Organisation von Veranstaltungen zur Produktlinie „Baumberger Lebensart genießen“ (siehe auch Schlüsselmaßnahme 8) ist hierbei besonders wichtig. Zur besseren Koordination der bereits vorhandenen Veranstaltungen ist eine enge Abstimmung notwendig. Zudem sollten alle wichtigen Akteure auch in die Entwicklung neuer Veranstaltungsformate (ggf. unter Bündelung bereits vorhandener Ideen und Ansätze) einbezogen werden. Dies ist zum einen nach innen (Akzeptanz, Planung, etc.), aber auch für die Kommunikation nach außen (z.B. gemeinsamer Veranstaltungskalender, Einspielen der Veranstaltungsdaten in überregionale Datenbanken) wichtig.



Umsetzungsbeispiel



Im **Projekt „Auf zur Kunst!“** haben sich rund 500 Künstler in der Region Aachen grenzüberschreitend zusammengeschlossen. Auf 15 **Kunstrouten** können Kultur, Kulinarik und Lebensart der Region erkundet werden. Die kulturellen Veranstaltungen (z.B. Kunst- und Kulturtag Wassenberg, Eifeler Ateliertage, Art Open Eschweiler) werden gemeinsam vermarktet und erzielen somit eine deutlich höhere Reichweite. Durch eine gemeinsame Website, Broschüren, Flyer und Plakate werden zum einen die Werbemittel der einzelnen Teilnehmer gebündelt und zum anderen den Besuchern und Kunstliebhabern die Suche nach interessanten Veranstaltungen vereinfacht. Das **Kombiticket „Auf ins Museum!“** bietet Einheimischen und Besuchern zudem die Möglichkeit, mit einem Ticket die acht Kunstmuseen in der Region zu besuchen.



Quelle: dwif 2018, Daten, Informationen und Foto: www.aufzurkunst.de

Schlüsselmaßnahme 7:

Regionale Produkte stärker in die Wahrnehmung bringen

Ziel: Produktlinie „Baumberger Lebensart genießen“ untersetzen und stärken

Ausgangslage und Ziel



Das Münsterland kennt zwar einige regionale Produkte und Rezepte, diese werden allerdings im gastronomischen und kulinarischen Angebot der Baumberge-Region noch zu wenig umgesetzt. Mit den Wochenmärkten und einzelnen kulinarischen Events in der Region gibt es darüber hinaus schon erste attraktive und authentische Produktansätze, die allerdings bislang kaum touristisch genutzt werden (siehe auch Kap. V.5).

Durch eine Rückbesinnung auf regionale Produkte und Rezepte in den gastronomischen Betrieben der Region und deren qualitativ hochwertige und moderne Interpretation (sowohl als permanentes Angebot als auch im Rahmen eines kulinarischen Veranstaltungshighlights) sowie eine stärkere Inszenierung des Themas Genuss/Kulinarik wird die Produktlinie „Baumberger Lebensart genießen“ gestärkt und nach außen wahrnehmbar transportiert.

Rezepte sammeln und Menüs entwickeln

Die Sammlung typischer Rezepte aus der Region Baumberge, aber auch dem Münsterland bzw. Westfalen insgesamt soll in Zusammenarbeit mit den Gastronomen der Region vorangetrieben werden. Dies bildet die Grundlage für eine eigene, lokale Interpretation regionaler Küche, optimalerweise in Form eigener „Baumberge-Menüs“, die in den Betrieben umgesetzt werden.

Thema Genuss in Veranstaltungen inszenieren

Als ein jährliches Veranstaltungshighlight, das stark auf die Produktlinie „Baumberger Lebensart genießen“ einzahlt, wird gemeinsam eine Baumberger Genussmeile konzipiert und entwickelt (siehe auch Schlüsselmaßnahme 8). Genuss ist hierbei nicht zwingend nur kulinarisch zu verstehen, sondern kann auch regionale Produkte und Erzeugnisse aus Kunst und Handwerk – im Sinne der Baumberger Lebensart – einbeziehen.

Produktentwicklung zum Thema Wochenmärkte

Die Wochenmärkte in den Baumbergen sind eine Besonderheit, die allerdings bislang touristisch nicht genutzt wird. Eine Produktentwicklung zum Thema Wochenmärkte (z.B. Kochkurse, bei dem alle zusammen auf dem Markt einkaufen und das Gekaufte gemeinsam zubereiten) stärkt zum einen die Nutzung regionaler Produkte und Produzenten, zum anderen das touristische Angebot der Produktlinie „Baumberger Lebensart genießen“ – im besten Sinne sogar als Leuchtturmprodukt).



Umsetzungsschritte

Umsetzungsbeispiel



heimatherz ist eine Initiative aus dem Odenwald, unter der sich Gastronomie- und Tourismusbetriebe, Erzeuger und Händler zusammengeschlossen haben. Die Mitglieder verpflichten sich zur Einhaltung selbst auferlegter Qualitätsstandards, die Regionalität, Saisonalität und Verarbeitung von Nahrungsmitteln reglementieren und so zu einem nachhaltigen gastronomischen Angebot beitragen. Als gemeinnütziger Verein organisiert soll die Verbundenheit zum Odenwald ausgedrückt werden und eine Belebung der Region erfolgen.



In der **Region Holstein** finden jährlich gleich mehrere Veranstaltungen rund um das Thema Kulinarik, Genuss und regionale Produkte statt. Seit 50 Jahren wird die Glückstädter Matjeswoche mit der traditionellen Matjesprobe begonnen, im Kreis Steinburg bereiten teilnehmende Restaurants über mehrere Wochen ganz besondere Wild-Variationen zu und in Dithmarschen wird die Kohlernte mit zahlreichen Veranstaltungen zu einem kulinarischen Highlight im Frühherbst.



Quelle: dwif 2018, Daten, Informationen und Fotos: www.heimatherz.info; www.holstein-tourismus.de

Schlüsselmaßnahme 8:

Gemeinsam Veranstaltungen entwickeln und organisieren

Ziel: 4-5 überregional ausstrahlende Events pro Jahr etablieren

Ausgangslage und Ziel



In den Baumbergen finden jährlich zahlreiche Veranstaltungen statt, die aber nur selten überregionale Ausstrahlungskraft und damit touristische Relevanz besitzen, sondern in der Regel hauptsächlich für die lokale Bevölkerung von Bedeutung sind. Einzelne Veranstaltungen treffen zwar einen modernen Zeitgeist und sind potenziell auch überregional attraktiv (z.B. Street Food Festival in Coesfeld, Gartenträume), sind aber meist einzelgemeindliche Aktivitäten, von der die übrigen Kommunen der Baumberge kaum profitieren (siehe auch Kap. V.4).

Durch die künftig gemeinsame Konzeption und Durchführung überregional ausstrahlender Events soll das Ziel verfolgt werden, unterjährig mehrmals attraktive, überregional ausstrahlende Reiseanlässe zu schaffen und damit die Region stärker in die Wahrnehmung neuer Gästegruppen zu bringen. Die Durchführung hochwertiger Veranstaltungshighlights bezieht sich dabei sowohl auf die Produktlinie „Baumberger Sandstein aktiv erleben“ als auch die Produktlinie „Baumberger Lebensart genießen“, die damit zusätzlich mit Inhalt (im Sinne hochkarätiger Leuchtturmprodukte) gefüllt und somit erlebbar gemacht.

Konzeption und Organisation von Leuchtturmevents

Die gemeinsame Konzeption, Organisation und Durchführung von 4-5 überregional ausstrahlenden Events pro Jahr bietet unterjährig immer wieder Reise- und Kommunikationsanlässe, zahlt damit auf die Ausgestaltung der Produktlinien ein und stärkt das touristische Profil der Region.

Wichtig ist hierbei, dass die Veranstaltungen hochwertig und attraktiv sind, sodass sie als Highlights/Leuchtturmangebote überregional wahrgenommen werden und als echte Zugpferde für die Baumberge fungieren. Die Etablierung der gemeinsamen Veranstaltungen, die in allen Gemeinden stattfinden, befördert die gleichmäßige(re) Verteilung der Wertschöpfung sowie das Zusammengehörigkeitsgefühl nach innen. Eine zeitliche Entzerrung der Veranstaltungen im Jahresverlauf setzt außerdem ganzjährige Impulse und kann auch die nachfrageschwächeren Monate stärken.

Mögliche Veranstaltungen könnten sein:

- in der Produktlinie „Baumberger Sandstein aktiv erleben“ beispielsweise: Radauftakt an der Sandsteinroute oder ein Pilgerfestival am Ludgerusweg,
- in der Produktlinie „Baumberger Lebensart genießen“ beispielsweise: Baumberger Genussmeile (siehe auch Schlüsselmaßnahme 7), Design- und Kunstmesse, Literaturwoche,
- oder auch Kombinationen aus Themen beider Produktlinien, wie ein Aktiv- und Genussfestival.

Die Entwicklung der Events wird vorangetrieben durch das Produktmanagement für die beiden Produktlinien innerhalb der Baumberge-Touristik, bedient sich aber dem Know-How der Akteure vor Ort und bindet diese eng in die Entwicklung, Abstimmung, Organisation und Durchführung ein.





Bei der Veranstaltung „**Offenes Atelier**“ laden rund 50 Künstler im Landkreis Roth in ihre Ateliers und Werkstätten ein und lassen sich bei der Arbeit über die Schulter schauen. Von Aquarellen und Zeichnungen über Kunstwerke aus Glas, Keramik und Holz bis hin zu Wolle und Filz ist für jeden Kunstgeschmack etwas geboten. Bei zahlreichen Mitmachaktionen können die Besucher selbst Hand anlegen und kreativ werden.



Die alte Bahntrasse in Montan verwandelt sich einmal jährlich in die **Montaner Genussmeile**. Auf 6,5 Kilometern verwöhnen zahlreiche Gastronomen, Vereine und Betriebe die Besucher mit regionalen Weinen, Köstlichkeiten, Produkten und handwerklichen Erzeugnissen. Umrahmt wird die Veranstaltung von Musik und Unterhaltung für Kinder. Die Strecke kann bequem zu Fuß oder per Rad zurückgelegt werden, ein Shuttlebus bringt die Besucher wieder an den Startpunkt zurück.



Quelle: dwif 2018, Daten, Informationen und Foto: www.landratsamt-roth.de; www.suedtirolsueden.info

Übergeordnete Schlüsselmaßnahmen

Schlüsselmaßnahme 9: Qualitätsregion werden

Ziel: Erhöhung des Qualitätsbewusstseins unter den Leistungsträgern

Ausgangslage und Ziel



Die Qualitätsorientierung der Betriebe in den Baumbergen ist stark ausbaufähig, die Teilnahme an gängigen Klassifizierungs- und Zertifizierungsinitiativen unterdurchschnittlich. Auf der einen Seite ist dies auf die fehlende Eigeninitiative der Betrieben selbst zurückzuführen, auf der anderen Seite aber auf die Tatsache, dass die Aufgabe der Qualitätsentwicklung aufgrund fehlender Ressourcen in den vergangenen Jahren weder von der Baumberge-Touristik noch von den einzelnen Gemeinden hinreichend übernommen wurde.

Durch eine Qualitätsoffensive soll das Bewusstsein der touristischen Leistungsträger für Qualitätsthemen und Bedürfnisse der Gäste erhöht und damit die Angebots- und Servicequalität insgesamt verbessert werden. Zudem sollen die Betriebe fit für die Zukunft gemacht werden, was wiederum der Wettbewerbsfähigkeit der gesamten Region zugutekommt. Neben der Erhöhung des Qualitätsbewusstseins und der Gästezufriedenheit soll durch die Qualitätsoffensive auch das Gemeinschaftsgefühl nach innen gestärkt werden. Als Instrument für die Offensive steht die Initiative ServiceQualität Deutschland zur Verfügung.

Etablierung eines Qualitätsmanagers

Eine Qualitätsoffensive muss angeleitet, koordiniert und der Erfolg kontinuierlich überprüft werden. Daher sind für diese Aufgabe zunächst vor allem personelle Ressourcen zur Verfügung zu stellen.

Nur durch die Etablierung eines Qualitätsmanagers (mind. eine halbe Vollzeitstelle), der sich um die nachfolgend skizzierten Aufgaben kümmert, kann der Erfolg der Qualitätsoffensive gewährleistet werden.



Umsetzungsschritte

Auszeichnung als Qualitätsregion

Die Initiative ServiceQualität Deutschland zeichnet Betriebe aus dem Dienstleistungssektor aus, die im Rahmen ihres Qualitätsmanagements und ihrer erbrachten Serviceleistung bestimmte Kriterien erfüllen, um eine hohe Kundenzufriedenheit zu gewährleisten. Hierbei geht es in erster Linie um die Optimierung der betriebsinternen Prozesse. Als willkommene „Nebenwirkung“ wirkt sich die Q-Zertifizierung auch positiv auf die Zufriedenheit der Gäste mit dem Service und die Mitarbeiterzufriedenheit im Betrieb aus.

Um im Rahmen dieser Initiative als Qualitätsregion anerkannt zu werden, ist neben der Auszeichnung einzelner Betriebe zudem die Auszeichnung von mindestens zwei Baumberge-Orten als Qualitätsgemeinschaft notwendig. Konkret bedeutet das,

- dass pro Gemeinde mindestens 15 Unternehmen an der ServiceQ-Initiative teilnehmen müssen und
- gemeinsam ein Qualitätsversprechen mit einem Leitbild, Zielen, Standards und Maßnahmen entwickeln.

Da derzeit die Kriterien für Qualitätsregionen überarbeitet werden, kann sich diese Anforderungsliste noch verändern. Die hier genannten Kriterien beruhen auf einem Informationsstand von Januar 2018.

Vernetzung und Weiterbildung der Akteure

Zusätzlich zu der Auszeichnung im Rahmen der Initiative ServiceQualität Deutschland sollen weitere Aktivitäten zur Erhöhung des Qualitätsbewusstseins forciert werden. Ziel ist es, aktiv einen Erfahrungsaustausch, eine Vernetzung sowie eine Sensibilisierung aller Tourismusakteure und -betriebe zu fördern und voranzutreiben.

Für die konkrete Umsetzung sollen regelmäßige gemeinsame Plattformen für Erfahrungsaustausch und Know-How-Transfer (z.B. Infoveranstaltungen, Seminare, Workshops, Exkursionen) angeboten werden. Zudem soll über aktive Ansprache der Betriebe das Wissen um die Vorteile von Qualitätsinitiativen verbessert werden.



Die **Region Wartburg Hainich** in Thüringen hat eine Qualitätsoffensive gestartet und ist mit insgesamt 54 zertifizierten Betrieben aus Beherbergung, Gastronomie, Kultur, private und städtische Dienstleistungen sowie kommunaler Verwaltung Vorbild für andere Regionen in Sachen Qualitätsorientierung. Sie ist damit von der Initiative Servicequalität Deutschland als **erste QualitätsRegion in Deutschland** ausgezeichnet worden. In der Region Wartburg Hainich darf sich aufgrund von 25 zertifizierten Betrieben zudem Mühlhausen als erste Stadt in Thüringen Qualitätsstadt nennen.

Quelle: dwif 2018, Daten und Informationen: www.q-deutschland.de
Foto: www.kultur-liebt-natur.de

Schlüsselmaßnahme 10:

Tourist-Informationen professionalisieren und digitalisieren

Ziel: Perfekten und professionellen Gästeservice bieten



Alle Baumberge-Gemeinden haben eine eigene Tourist-Information, die in den jeweiligen Rathäusern angesiedelt sind. Die Services, die Gestaltung sowie insbesondere die Öffnungszeiten der Tourist-Informationen sind allerdings häufig wenig gästefreundlich. Darüber hinaus laufen telefonische Gästeanfragen über die Baumberge derzeit bei einer zentralen Telefonnummer in Coesfeld auf, wo allerdings weder die personellen Ressourcen vorhanden sind noch ausreichende Informationen über die Gesamtregion vorliegen. Das Problem der mangelnden Informationen über die anderen Gemeinden der Baumberge existiert auch in den übrigen Tourist-Informationen.

Ziel soll es daher sein, künftig einen besseren Gästeservice für die Baumberge-Region bieten zu können. Diese Kernaufgabe örtlicher Tourismusorganisationen soll professionalisiert und vor allem digitaler werden, um sowohl den Gästen als auch den Mitarbeitern in den Tourist-Informationen sowie sämtlichen Leistungsträgern den Zugang zu Informationen über die Gesamtregion zu erleichtern – auch außerhalb von regulären Öffnungszeiten. Zusätzlich sollen die Tourist-Informationen als zentrale Anlaufpunkte moderner und in einem einheitliche(re)n Design gestaltet werden.

Implementierung eines digitalen Gästeservice-Tools für die Baumberge

Daten sind der Rohstoff der Digitalisierung. Nur eine Information, die digital aufbereitet vorliegt, kann zukünftig noch gefunden und ausgewertet werden. Gerade mit dem Vormarsch der künstlichen Intelligenz wird dies künftig noch weiter an Relevanz gewinnen. Eine perfekte digitale Abbildung des Angebotes vor Ort – vom Hotel über die Stadtführung bis zum Heimatmuseum – muss daher eine Kernaufgabe für die Baumberge-Touristik sein. Mit den richtigen technischen Systemen und Datenbanklösungen ist eine gezielte, individualisierte Ausspielung der Daten dann überall dort möglich, wo auch Gäste danach suchen: in der Tourist-Informationen, per Smartphone/App, am Infoterminal, an der Rezeption oder auch über Alexa und Co.

Dazu soll ein digitales Gästeservice-Tool für die Baumberge implementiert werden. An Anbietern für entsprechend technische Lösungen mangelt es nicht. Hier ist auf Basis einer Ausschreibung eine Auswahl zu treffen, die die Bedürfnisse der Baumberge-Gemeinden am besten abbildet. Zu beachten gilt jedoch grundsätzlich:

- Die Inhalte sollten in jedem Fall strukturiert (Bilder, Texte, Karten, Semantik etc.), standardisiert (Beschreibungen, Angabe von Öffnungszeiten, Preisen etc.), aktuell und georeferenziert erfasst werden.
- Die laufende Pflege der Daten muss berücksichtigt werden, um alle Inhalte aktuell zu halten. Hierfür ist eine Aufgabenteilung zwischen Baumberge-Touristik und Partnern (z.B. Leistungsträger, Gemeinden, Ehrenamtliche) zu erarbeiten. Der Grundsatz hierbei lautet im Optimalfall: Die einzelnen Leistungsträger in der Fläche sorgen für ihren individuellen Beitrag, während die Baumberge-Touristik für die Bereitstellung des Systems, das Controlling und die Endredaktion zuständig ist, um aktuellen, hochwertigen Content zu garantieren.
- Die Ausspielung der Inhalte sollte an allen relevanten Kontaktpunkten in der Region möglich sein. Das betrifft zum einen natürlich die Tourist-Informationen selbst, in denen die Mitarbeiter stets auf die aktuellsten Daten aus der gesamten Region zugreifen können. Zum anderen können digital aufbereitete Inhalte aber auch an Infoterminals, in Partnerbetrieben oder an anderen Endgeräten ausgespielt werden, eben über dort, wo der Gast damit in Berührung kommen kann.
- Zudem müssen Schnittstellen zu anderen Systemen verfügbar sein, um den Austausch mit anderen (Marketing-)Portalen, aber auch das Ausspielen auf den Partner-Websites flexibel gestalten zu können. Das betrifft auch die enge Kooperation mit bestehenden Datenbanken des Münsterlandes (z.B. Tourenplaner).

Schulungen der TI-Mitarbeiter und Leistungsträger

Zur gezielten und effizienten Nutzung des neuen Gästeservice-Tools müssen alle Partner wissen, was in dem gemeinsamen Datenpool steckt und wie sie ihn gewinnbringend für die Gästeansprache nutzen können. Das gilt für die Mitarbeiter in den Tourist-Informationen ebenso wie für alle Leistungsträger (z.B. Hotellerie, Betreiber von Sehenswürdigkeiten, etc.) in der Region. Bei dieser Gelegenheit kann auch immer wieder auf die Notwendigkeit der aktuellen Datenpflege hingewiesen werden.



Konzept für die Neugestaltung der Tourist-Informationen

Um die neuen Möglichkeiten des technischen Systems vollumfänglich nutzen zu können und dem Gast eine höhere Erlebnisqualität im Gästeservice zu bieten, sollen die Informationsangebote in den Gemeinden moderner und möglichst in einem gemeinsamen Design gestaltet werden.

Dabei ist zu beachten, dass sich das Selbstverständnis von Tourist-Informationen künftig grundlegend ändern muss. Denn: Aller Wahrscheinlichkeit nach wird in einigen Jahren nicht mehr jeder Ort eine eigene Tourist-Information brauchen, da sich Gäste durch digitale Services die Basisinformationen über ihren Urlaubsort anderswo holen – beispielsweise zuhause auf der Couch, mobil vor Ort oder an der Hotelrezeption. Ihre Sogwirkung entfalten die Tourist-Informationen damit künftig nicht mehr in erster Linie durch ihre Informationshoheit, sondern durch das Befriedigen eines viel stärkeren Bedürfnisses: Zugehörigkeit. Tourist-Informationen werden damit immer mehr zum Treffpunkt und vor allem zum Ort der Inspiration. Dazu müssen sie jedoch anders gestaltet sein als bislang. Die sinnlich-emotionale und digitale Wissens- und Erlebnisvermittlung sollte im Vordergrund stehen.

Für die Tourist-Informationen in den Baurbergen heißt das: Es ist ein Konzept zu entwickeln, wie die Tourist-Informationen zukünftig diesen Anforderungen gerecht werden können. Empfehlenswert ist die Neugestaltung der Tourist-Informationen unter Berücksichtigung gemeinsamer Gestaltungsrichtlinien (z.B. auch unter Verwendung gemeinsamer Gestaltungselemente; siehe auch Schlüsselmaßnahme 2). Perspektivisch sollte zudem die Frage beantwortet werden, ob es in jeder Gemeinde künftig noch eine eigene Tourist-Information braucht bzw. welche Standorte sich künftig noch dafür anbieten, diese Funktion zu erfüllen.

Umsetzungsbeispiel



Im Rahmen der Neugestaltung der **Tourist-Information in Bad Kötzing** wurde auch dem digitalen Gästeservice deutlich mehr Raum gegeben. Mithilfe von Tablets und freiem WLAN wird der persönliche Beratungsprozess in der Tourist-Information digital unterstützt. Individuelle Tipps aus dem Beratungsgespräch können direkt auf das Smartphone der Gäste übertragen oder als individueller Reiseführer in ausgedruckter Form bereitgestellt werden. Durch die Digitalisierung des Angebotes erhalten Gäste rund um die Uhr aktuelle Informationen, egal ob in der Tourist-Information, im Hotelzimmer über den Fernseher oder an den Infoterminals in der Stadt. Die Suche nach Touren, Gastronomiebetrieben, Gastgebern oder Veranstaltungen stellt damit überhaupt kein Problem mehr dar. Die digitale Tourist-Information in Bad Kötzing hat im Jahr 2017 den ADAC-Tourismuspreis Bayern gewonnen.



Quellen: dwif 2018, Daten, Informationen www.bad-koetzing.de; www.hubermedia.de
Foto: www.hubermedia.de

Schlüsselmaßnahme 11: Münsterländer Leitprodukte aktiv unterstützen

Ziel: Vom überregionalen Marketing durch den Münsterland e.V. profitieren

Ausgangslage und Ziel



Mit dem Münsterland e.V. steht auf übergeordneter regionaler Ebene eine professionell agierende touristische Dachorganisation als Partner zur Verfügung, die vor allem im Rahmen von Markenführung und Marketing eine hohe Reichweite entfaltet und somit das Potenzial besitzt, die Bekanntheit der Baumberge überregional zu steigern.

Den Leitprodukten des Münsterlandes, die größtenteils auch durch die Baumberge verlaufen, soll daher – neben der eigenen Produktentwicklung – ein besonderer Stellenwert eingeräumt und ihre Optimierung nach Kräften unterstützt werden. Durch eine enge Kooperation profitieren die Baumberge nicht nur von der medialen Reichweite, sondern auch der fachlichen Kompetenz des Münsterland e.V.

Beteiligung an der Produktentwicklung

Als übergeordnete touristische Dachorganisation entwickelt der Münsterland e.V. Projekte und Produkte, bei deren Umsetzung er auf die Unterstützung durch lokale Partner wie die Baumberge angewiesen ist.

Selbstverständlich steht künftig auch die eigene Produktentwicklung – wie in den vorangegangenen Schlüsselmaßnahmen skizziert – im Fokus. Darüber hinaus soll aber auch Münsterland e.V. bei der regionalen Produktentwicklung aktiv (das heißt personell wie finanziell) durch die Baumberge-Touristik unterstützt werden.

Dies gilt insbesondere für die aktivtouristischen Leitprodukte des Münsterlandes, die durch die Baumberge-Region verlaufen, z.B.

- 100 Schlösser Route
- Euroroute R1
- Vechtetalroute
- Münsterland-Reitroute

Diese sollen vor Ort nach den gemeinsamen Richtlinien und Qualitätsansprüchen umgesetzt werden. Hier gilt es unter anderem auch das gerade im Aufbau befindliche Qualitätsmanagementsystem für Radwege und Reitrouten (siehe auch Kap. V.3) vor Ort zu unterstützen und für das Qualitätsmanagement zu nutzen.



Umsetzungsschritte

Beteiligung an strategischen Prozessen

Der Münsterland e.V. erarbeitet zudem regelmäßig strategische Grundlagen für die Produktentwicklung und Vermarktung der Region, die auch für die Ortsebene – und damit die Baumberge-Touristik – relevant sind. Derzeit sind vor allem zwei Projekte zu nennen:

- Im durch den Münsterland e.V. erarbeiteten **Masterplan Schlösser- und Burgenregion Münsterland** wurde ein Handlungsleitfaden sowie ein umfangreicher Maßnahmenkatalog erarbeitet, der die stärkere Einbindung von kleinen und mittelständischen Unternehmen durch innovative touristische Infrastrukturen und Dienstleistungen stärken soll.
- Darüber hinaus wurde durch den Münsterland e.V. ein umfangreicher **Markenprozess** eingeleitet, in dessen Verlauf Markenkernwerte, eine Markenpositionierung und Markenleitlinien für die Gesamtregion definiert wurden. Auf Basis dieser strategischen Vorgaben werden nun im Rahmen der Implementierungsphase Leuchtturmprojekte, Veranstaltungen und Produkte geplant, die die Marke Münsterlandes optimal widerspiegeln sollen.

Für beide laufenden Prozesse – wie auch kommende strategische Projekte – benötigt der Münsterland e.V. verlässliche lokale Partner, die sich an der Erarbeitung der Strategien beteiligen und die darin vorgegebenen Handlungsempfehlungen konsequent umsetzen. Die aktive Beteiligung an entsprechenden strategischen Prozessen durch die Baumberge soll daher verstetigt und weiter forciert werden.

Schlüsselmaßnahme 12: Hotelbedarf ermitteln

Ziel: Mehr gastgewerbliche Leitbetriebe in der Baumberge-Region ansiedeln

Ausgangslage und Ziel



Die Entwicklung der Übernachtungszahlen in den Baumbergen bleibt seit Jahren hinter den Nachbarregionen zurück. Das liegt nicht zuletzt auch an Quantität und Qualität des Beherbergungsangebotes (siehe auch Kap. III.2). So wurden in den vergangenen Jahren Kapazitäten teilweise sogar abgebaut, beispielsweise aufgrund fehlender Betriebsnachfolge. In den Baumberge-Gemeinden besteht daher der Wunsch nach weiteren Übernachtungskapazitäten, um das Übernachtungsangebot auszubauen.

Die Erstellung einer übergreifenden Hotelbedarfsanalyse für die gesamten Baumberge bündelt die zur Verfügung stehenden Mittel und eruiert gleichzeitig den räumlichen und strukturellen Bedarf an Übernachtungskapazitäten für die gesamte Region. Der Bedarfsermittlung folgt dabei auch die gemeinsame Standortwahl, wobei in erster Linie nicht die einzelgemeindlichen Interessen im Vordergrund stehen sollen, sondern das gemeinschaftliche Interesse als touristische Destination, mehr Übernachtungsgäste und damit bessere Wertschöpfungseffekte für die Baumberge zu gewinnen.

Erstellung einer Hotelbedarfsanalyse

Mit der Erstellung einer detaillierten Hotelbedarfsanalyse werden zunächst die Rahmenbedingungen beleuchtet, eine Markt- und Wettbewerbsanalyse durchgeführt und aus den Erkenntnissen dieser beiden Schritte der räumliche und strukturelle Bedarf an Übernachtungskapazitäten abgeleitet. Dabei stehen vor allem die definierten Zielgruppen (Aktive Best Ager, Familien, Erwachsene Paare) und ihre Ansprüche an das Beherbergungsangebot im Fokus. Zudem sind Grundstücke zu eruieren, die sich für die benötigten Investitionen am besten eignen (z.B. nach Standort, verfügbarer Fläche, Erreichbarkeit).

Gemeinsame Umsetzung und Investorensuche

Die Erkenntnisse aus der Hotelbedarfsanalyse sollen in der Folge möglichst gemeinsam umgesetzt werden. Das betrifft sowohl vor allem die gemeinsame Vermarktung der definierten Grundstücke und aktive Suche nach Investoren für die erforderlichen Beherbergungsprojekte.



Umsetzungsschritte

5. Umsetzung: Baumberge-Touristik neu ausrichten

Die Baumberge-Touristik hat sich in den 1990er Jahren als eine von neun touristischen Arbeitsgemeinschaften (TAG) im Münsterland gegründet und seitdem – trotz sehr überschaubaren gemeinsamen finanziellen Mitteln – viele erfolgreiche gemeinsame Projekte auf den Weg gebracht (z.B. Sandsteinroute, Ludgerusweg, gemeinsame Homepage, gemeinsames Gastgeberverzeichnis, zahlreiche Messeauftritte). Auf der anderen Seite werden zahlreiche Aufgaben (vor allem im Marketing) durch jede Gemeinde separat durchgeführt, was Doppelzuständigkeiten und mangelnde Transportierung des gemeinsamen Erscheinungsbildes bedingt. Darüber hinaus werden bis dato wichtige und zukunftsweisende Aufgaben kaum oder gar nicht wahrgenommen (z.B. Qualitätsentwicklung, Anbietervernetzung, Digitalisierung). Eine zukunfts- und wettbewerbsfähige Tourismusentwicklung ist so kaum möglich.

Neue Aufgaben: weniger Außenmarketing, mehr Kommunikation und Koordination nach innen

In Zukunft soll sich die Baumberge-Touristik deutlich stärker auf die Kernkompetenzen örtlicher Tourismusorganisationen konzentrieren. Mit dem starken Partner Münsterland e.V., der sich auf regionaler Ebene um die Markenführung und Vermarktung der touristischen Angebote nach außen kümmert, können sich die Baumberge-Gemeinden (möglichst gemeinsam) um folgende Aufgaben kümmern:

- **Produktentwicklung:** Starke Leuchtturmprodukte für eine bessere Sichtbarkeit im Marketing der Partner
- **Qualität:** Sensibilisierung der Leistungsträger für eine bessere Angebots- und Servicequalität im Baumberge-Tourismus
- **Vernetzung:** Plattformen für mehr Erfahrungsaustausch und Identifikation aller am Tourismusgeschehen Beteiligten
- **Digitalisierung:** Sicherung der Zukunftsfähigkeit durch konsequente digitale Aufbereitung der Angebote und zeitgemäße Informationsbereitstellung

Klare Empfehlung: Bündelung der Ressourcen in einer gemeinsamen Organisation

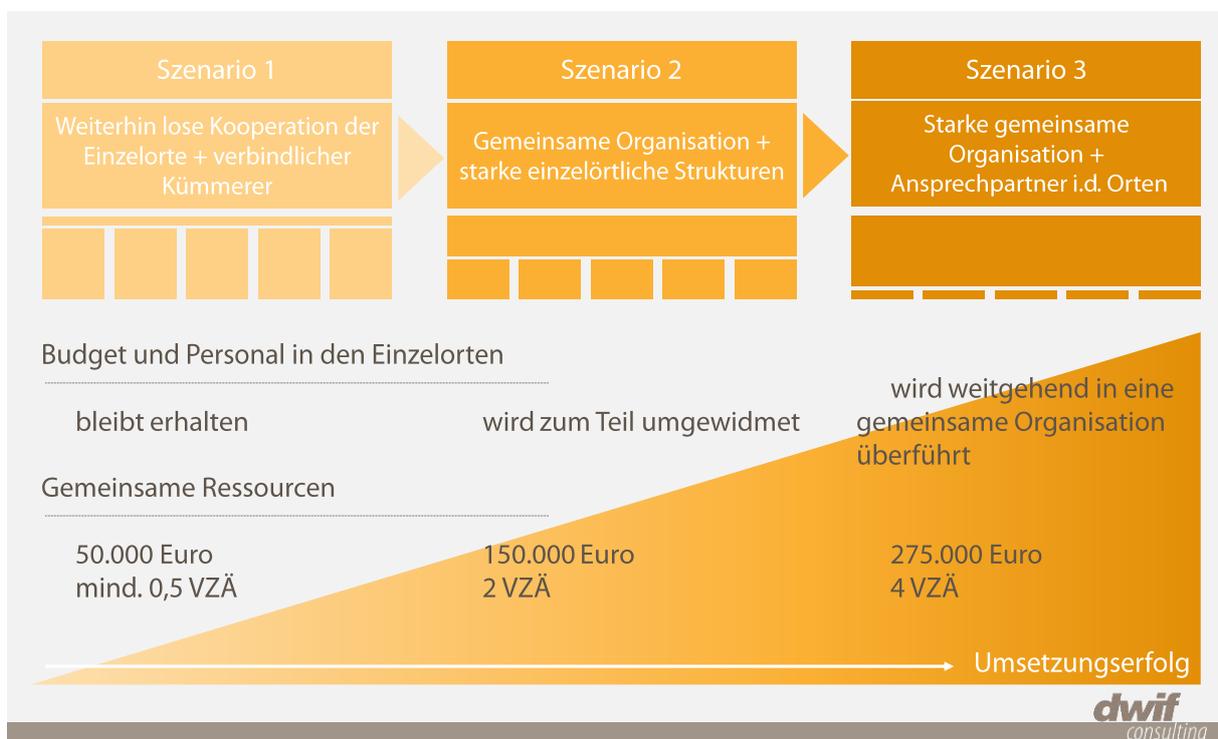
Wie viele dieser Aufgaben tatsächlich realisiert werden können, wird auch entscheidend davon abhängen, wie stark die einzelnen Gemeinden bereit sind, ihre Ressourcen zu bündeln und in eine gemeinsame Dachorganisation zu überführen. Die gutachterliche Empfehlung geht klar in diese Richtung, da die Analyse eindeutig die derzeitigen Schwächen (viele Doppelarbeiten bei gleichzeitig äußerst geringen Ressourcen) sowie die Potenziale für die stärkere Zusammenarbeit (deutlich wettbewerbsfähigere Ausgangssituation durch Bündelung aller Ressourcen) aufgezeigt hat.

Eine deutlich stärkere Mittelbündelung und personelle Verankerung eines „Kümmerers“ für die Gesamtregion ist also aus gutachterlicher Sicht sowohl sinnvoll und wünschenswert als auch alternativlos, wenn die Baumberge-Region sich auf den Weg zur Umsetzung des Masterplans machen will.

Drei Szenarien für die künftige Zusammenarbeit in der Baumberge-Touristik

Dazu werden im Folgenden drei Szenarien vorgestellt, die sich in Umfang und Tiefe der Zusammenarbeit unterscheiden, aber auch in ihren Umsetzungsmöglichkeiten stark variieren. So hängen der Erfolg und die Realisierungswahrscheinlichkeit der vorab empfohlenen Maßnahmen in hohem Maße davon ab, wie viel Ressourcen künftig für die gemeinsame Tourismusentwicklung zur Verfügung stehen. Die Szenarien reichen dabei von einem Minimalkonsens (Szenario 1) bis zu einer nahezu vollständigen Integration der einzelörtlichen Aufgaben in die gemeinsame Dachorganisation (Szenario 3).

Abb. 39: Szenarien für die künftige Zusammenarbeit in der Baumberge-Touristik im Überblick



Quelle: dwif 2018

Hinweis:

Der Masterplan benennt nachfolgend drei Szenarien für die inhaltliche Ausgestaltung einer gemeinsamen Organisationsstruktur und zeigt Orientierungswerte für personelle und finanzielle Ressourcen auf. Diese Aussagen liefern zwar einen ersten Überblick über die Möglichkeiten der Zusammenarbeit in den Baumbergen, ersetzen aber explizit keine detaillierte Organisationsberatung, für die in jedem Fall auch eine juristische Begleitung notwendig ist. Im Rahmen eines Unternehmenskonzeptes muss zudem auch der exakte Ressourcenbedarf und das Finanzierungssystem für eine gemeinsame touristische Organisation konkretisiert werden.

Szenario 1 – lose Kooperation mit verbindlichem Kümmerer

Szenario 1	<p>» Strukturen:</p> <ul style="list-style-type: none"> lose oder informelle Kooperation (z.B. kommunale AG, Koordinierungsbüro) wichtig ist aber ein zentraler „Kümmerer“ <p>» Ressourcen:</p> <ul style="list-style-type: none"> Budget und Personal in den Einzelorten bleibt erhalten Gemeinsames Budget: 50.000 Euro Gemeinsames Personal: 1 Kümmerer mit mind. 50% VZÄ <p>» Konsequenzen für die Umsetzung des Masterplans:</p> <ul style="list-style-type: none"> Umsetzung der Produktlinie „Baumberger Sandstein aktiv erleben“ (Schlüsselmaßnahmen 3-5) Umsetzung ausgewählter übergeordneter Schlüsselmaßnahmen (9 und 11 sowie ggf. 10)
<p>Weiterhin lose Kooperation der Einzelorte + verbindlicher Kümmerer</p>	
	
<p>Gemeinsame Aufgaben:</p> <ul style="list-style-type: none"> Zentrale Gästeinformation Koordination Qualitäts- und Produktentwicklung (nur Produktlinie „Baumberger Sandstein aktiv erleben“) <p>Einzelörtliche Aufgaben:</p> <ul style="list-style-type: none"> Qualitäts- und Produktentwicklung auf Ortsebene Gästeservice / TI Digitalisierung / Content Qualitätsmanagement und Unterhaltung der Wegeinfrastruktur 	

Quelle: dwif 2018

Das erste Szenario stellt die geringste Veränderung gegenüber der aktuellen Situation dar:

- Strukturen:** Die touristische Zusammenarbeit würde – wie bisher auch – über eine lose Kooperation der einzelnen Orte stattfinden, die aber weiterhin eine starke Autonomie besitzen. Neu ist allerdings die Empfehlung, einen **verbindlichen „Kümmerer“** zu installieren, der zentral in der Baumberge-Touristik angesiedelt ist, dort die touristische Entwicklung der Region vorantreibt und als Ansprechpartner für Belange rund um den Tourismus in den Baumbergen fungiert. Gegenüber dem bisherigen Modell (ein Ortsvertreter übernimmt diese Funktion) hat das den Vorteil, dass ein zentraler Ansprechpartner

 - zum einen ein klares Zeitbudget für diese Aufgabe zur Verfügung gestellt bekommt – und diese nicht neben seiner Tätigkeit für die Kommune zusätzlich stemmen muss sowie
 - zum anderen objektiver und freier im Sinne der Gemeinschaft handeln kann als dies ein Ortsvertreter kann bzw. als es ihm von den anderen Gemeinden „zugetraut“ wird.

Als Organisationsform bieten sich für dieses Szenario lose Kooperationsstrukturen an, die in der interkommunalen Zusammenarbeit üblich sind (z.B. kommunale Arbeitsgemeinschaft), alternativ die Verwaltung über ein Koordinationsbüro.
- Aufgaben:** Die Aufgaben, die in diesem Szenario realistisch gemeinsam bearbeitet werden könnten sind die zentrale Gästeinformation (z.B. Betreuung der Website) sowie die Koordination der Produkt- und Qualitätsentwicklung. Allerdings blieben viele Aufgaben weiterhin in kommunaler Hand, beispielsweise die Qualitäts- und Produktentwicklung auf Ortsebene, der Gästeservice (Betrieb der Tourist-Information), die Digitalisierung der Angebotsdaten sowie das Qualitätsmanagement für die Unterhaltung der Wegeinfrastruktur.

- **Ressourcen:** Entsprechend blieben in diesem Szenario die bereits heute zur Verfügung stehenden Ressourcen auf Ortsebene (Budget und Personal) erhalten. Das gemeinsame Budget hingegen müsste aufgestockt werden: Das bereits heute für gemeinsame Aufgaben eingesetzte (27.000 Euro) müsste auf 50.000 Euro aufgestockt werden. Die zusätzlichen Mittel werden vor allem für den „Kümmerer“ (in Form einer halben Personalstelle) sowie die Durchführung neuer Aufgaben in der Baumberge-Touristik (z.B. Qualitätsentwicklung) benötigt.

Szenario 1 – Konsequenzen für die Umsetzung des Masterplans

Szenario 1 bedeutet für die Organisationsstrukturen in den Baumbergen die geringsten Veränderungen. Gleichwohl sind in diesem Szenario die Umsetzungsmöglichkeiten für die benannten Schlüsselmaßnahmen stark begrenzt, da kaum neue Ressourcen durch Aufstockung oder Bündelung der Budget- und Personalkapazitäten hinzukommen würden.

Das bedeutet, dass lediglich 5 (bzw. 6) der definierten 12 Schlüsselmaßnahmen in die Umsetzung gehen könnten. Dies betrifft vor allem den Ausbau und die Weiterentwicklung der ohnehin bereits recht gut entwickelten Produktlinie „Baumberger Sandstein aktiv erleben“ (Schlüsselmaßnahmen 3-5) sowie die übergeordneten Schlüsselmaßnahmen „Qualitätsregion werden“ (9) und „Münsterländer Leitprodukte aktiv unterstützen“ (11). Dass in einer solchen losen Kooperation mit entsprechend geringen gemeinsamen Ressourcen die Aufgabe der Professionalisierung und Digitalisierung der Tourist-Informationen (Schlüsselmaßnahme 10) umsetzbar ist, ist nicht gesichert. Zudem sind die Einführung der neu zu entwickelnden Produktlinie „Baumberger Lebensart genießen“ sowie die stärkere Inszenierung des Themas Sandstein unter diesen Voraussetzungen nicht möglich.

Szenario 2 – Gemeinsame Organisation mit starken einzelörtlichen Strukturen

Szenario 2	<p>» Strukturen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gemeinsame Dachorganisation und einzelörtliche Strukturen • Dachorganisation: Zweckverband, AöR, e.V. oder Übernahme durch eine Kommune im Rahmen einer öffentlich-rechtlichen Vereinbarung <p>» Ressourcen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Budget und Personal in den Einzelorten werden zum Teil zugunsten der Dachorganisation umgewidmet • Gemeinsames Budget: 150.000 Euro • Gemeinsames Personal: 2 VZÄ (1 hauptamtlicher Geschäftsführer + mindestens eine weitere Vollzeitstelle) <p>» Konsequenzen für die Umsetzung des Masterplans:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Umsetzung der Produktlinie „Baumberger Sandstein aktiv erleben“ (Schlüsselmaßnahmen 3-5) • Erste Aktivitäten im Rahmen der Produktlinie „Baumberger Lebensart genießen“ (Schlüsselmaßnahmen 7 und 8) • Umsetzung ausgewählter übergeordneter Schlüsselmaßnahmen (9-11 sowie ggf. 12)
<p>Gemeinsame Organisation + starke einzelörtliche Strukturen</p>	
<p>Gemeinsame Aufgaben:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Zentrale Gästeinformation • Qualitätsentwicklung • Koordination gemeinsame Produktentwicklung (v.a. Produktlinie „Baumberger Sandstein aktiv erleben“) • Digitalisierung / Content <p>Einzelörtliche Aufgaben:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Produktentwicklung • Gästeservice / TI • Qualitätsmanagement und Unterhaltung der Wegeinfrastruktur 	

Quelle: dwif 2018

Das zweite Szenario sieht eine deutlich stärkere Bündelung der Ressourcen bei gleichzeitigem Erhalt der einzelörtlichen Strukturen vor:

- **Strukturen:** Hier steht die Gründung einer gemeinsamen Dachorganisation mit einer verbindlichen Organisations- und Rechtsform (z.B. als Zweckverband, AöR oder e.V.) im Mittelpunkt. Gleichzeitig bleiben Ansprechpartner für touristische Aufgaben in den Gemeinden erhalten, wenn auch nicht vollumfänglich (siehe auch Ressourcen).
- **Aufgaben:** Die gemeinsamen Aufgaben der Dachorganisation gehen dabei deutlich über das erste Szenario hinaus. Neben den bereits in Szenario 1 übernommenen gemeinsamen Aufgaben (zentraler Gästeservice und Koordination der gemeinsamen Produktentwicklung) kommen neue hinzu: Die komplette Übernahme der Qualitätsentwicklung (Szenario 1: nur Koordination) sowie die zentrale Bewerkestellung der Angebotsdigitalisierung. Dahingegen verbleiben weiterhin einzelne Aufgaben auf der Ortsebene, beispielsweise die Produktentwicklung vor Ort, der Gästeservice (Betrieb der Tourist-Information) sowie das Qualitätsmanagement für die Unterhaltung der Wegeinfrastruktur.
- **Ressourcen:** Für die Erfüllung der genannten Aufgaben ist ein gemeinsames Budget von 150.000 Euro erforderlich. Zudem werden 2 Vollzeitstellen benötigt. Dazu sieht dieses Szenario zumindest die teilweise Umwidmung von Budget und Personal aus den Einzelorten in die gemeinsame Dachorganisation vor, da Aufgaben der Ortsebene in die gemeinsame Struktur

übergehen. Damit würde eine stärkere Bündelung der Ressourcen bei gleichzeitig nur moderat steigendem Gesamtbudget erreicht.

Szenario 2 – Konsequenzen für die Umsetzung des Masterplans

Der Schritt hin zu Szenario 2 bedeutet für die Baumberge eine stärkere Integration der Organisationsstrukturen hin zu einer gemeinsamen Dachorganisation. Die individuellen Strukturen der Kommunen blieben zwar teilweise erhalten, würden aber Kompetenzen und Aufgaben zugunsten der gemeinsamen Struktur abgeben. Dies ermöglicht allerdings ein deutlich größeres Umsetzungsspektrum für Maßnahmen aus dem Masterplan.

Im Gegensatz zu Szenario 1 könnten hier 8 (bzw. 9) der definierten 12 Schlüsselmaßnahmen realisiert werden. Dies betrifft neben dem Ausbau der Produktlinie „Baumberger Sandstein aktiv erleben“ (Schlüsselmaßnahmen 3-5) auch erste Maßnahmen zur Entwicklung der Produktlinie „Baumberger Lebensart genießen“ (zumindest 2 von 3 Schlüsselmaßnahmen). Auch die Umsetzung der meisten übergeordneten Schlüsselmaßnahmen erscheint realistisch (mögliche Ausnahme: Schlüsselmaßnahme 12). Nur schwer umsetzbar erscheinen hingegen darüber hinaus die Maßnahmen zur stärkeren Inszenierung des Themas Sandstein.

Szenario 3 – Starke gemeinsame Organisation

Szenario 3	<p>» Strukturen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Weitgehende Integration der einzelörtlichen Strukturen in eine gemeinsame Organisation • Zweckverband, e.V. oder GmbH • weiterhin: TI-Mitarbeiter(innen) in allen Orten <p>» Ressourcen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Budget und Personal in den Einzelorten werden weitgehend in die gemeinsame Organisation überführt • Gemeinsames Budget: 275.000 Euro • Gemeinsames Personal: 4 VZÄ (1 hauptamtlicher Geschäftsführer + mindestens drei weitere Vollzeitstellen) <p>» Konsequenzen für die Umsetzung des Masterplans:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Umsetzung aller 12 definierten Schlüsselmaßnahmen möglich
Starke gemeinsame Organisation + Ansprechpartner in den Orten	
<p>Gemeinsame Aufgaben:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Zentrale Gästeinformation • Produktentwicklung • Qualitätsentwicklung • Koordination Gästeservice • Digitalisierung / Content • Koordination Qualitätsmanagement der Wegeinfrastruktur <p>Einzelörtliche Aufgaben:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gästeservice / TI • Unterhaltung der Wegeinfrastruktur 	

Quelle: dwif 2018

Das dritte Szenario baut auf einer weitgehenden Integration der einzelörtlichen Strukturen in eine gemeinsame, schlagkräftige Organisation auf:

- **Strukturen:** Die bislang in den einzelnen Kommunen vorhandenen Strukturen würden in diesem Szenario zum großen Teil in eine starke gemeinsame Organisation überführt. Als Organisations- und Rechtsform bieten sich beispielsweise ein Zweckverband, e.V. oder GmbH

an. In den Gemeinden selbst stünden zwar noch Ansprechpartner für touristische Belange (z.B. in der Verwaltung als Schnittstelle zur Politik) zur Verfügung, die meisten Aufgaben würden jedoch von der gemeinsamen Organisation übernommen. Zudem gäbe es Mitarbeiter(innen) in den Tourist-Informationen vor Ort.

- **Aufgaben:** Zusätzlich zum Aufgabenspektrum aus Szenario 2 könnte die gemeinsame Organisation weitere einzelörtliche Aufgaben bündeln. So wäre die Übernahme der gesamten Produktentwicklung (nicht nur Koordination) möglich, ebenso könnte die Baumberge-Touristik in diesem Szenario die Koordination des Gästeservices und des Qualitätsmanagements für die Wegeinfrastruktur übernehmen und damit zu einer deutlichen Professionalisierung in diesen Bereichen beitragen. In den Kommunen selbst verbleibt lediglich die Zuständigkeit für den Gästeservice (Betrieb der Tourist-Information) sowie die Unterhaltung der Wegeinfrastruktur in Abstimmung mit der Baumberge-Touristik.
- **Ressourcen:** Das Szenario 3 folgt der Annahme, dass sowohl die Budgets als auch das Personal der einzelnen Gemeinden weitgehend in die gemeinsame Organisation überführt und die Ressourcen dort gebündelt werden. Damit wäre das deutlich höhere Budget, das für dieses Szenario benötigt wird, sehr viel einfacher aufzubringen. Zudem würden Reibungsverluste und Doppelarbeiten vermieden. Um das skizzierte Aufgabenspektrum professionell bearbeiten zu können, ist ein gemeinsames Budget von rund 275.000 Euro notwendig. Zudem werden Personalkapazitäten in Höhe von 4 Vollzeitäquivalenten benötigt (1 Geschäftsführer, 2 Produktmanager für je eine Produktlinie, 1 Qualitätsmanager).

Szenario 3 – Konsequenzen für die Umsetzung des Masterplans

Das Szenario 3 bildet die für den Umsetzungserfolg des Masterplans optimale Organisationsstruktur ab. Zwar ist diese mit den größten Umwälzungen aus Sicht der Gemeinden verbunden, verspricht aber auch die größtmögliche Professionalität und Wettbewerbsfähigkeit. Zudem ist nur so die erfolgreiche Realisierung aller 12 Schlüsselmaßnahmen möglich.

Fazit und Ausblick: Gemeinsam mehr erreichen

Die drei Szenarien zeigen es schwarz auf weiß: Je mehr Zusammenarbeit und Gemeinschaftsdenken, desto mehr können die Baumberge touristisch erreichen. Gerade jetzt gilt es, sich nicht auf den bisherigen Erfolgen auszuruhen, sondern den gemeinsamen Weg konsequent weiter zu denken und zu gehen.

Die definierten 12 Schlüsselmaßnahmen sind im wahrsten Sinne des Wortes der Schlüssel zum künftigen Erfolg. Eine Realisierung des gesamten Maßnahmenspektrums wird jedoch nur durch eine weitgehende Integration der einzelörtlichen Strukturen in eine gemeinsame Organisation sowie der damit einhergehenden Bündelung der Ressourcen möglich sein.

Dieser Weg wird sicher nicht immer einfach und nicht zuletzt durch einzelörtliche Interessen sowie die doch recht unterschiedlichen Ausgangssituationen in allen fünf Kommunen erschwert. Dennoch zeigen viele Beispiele aus anderen Regionen, dass die vermeintliche Aufgabe einzelörtlicher Strukturen letztendlich immer dazu führt, gemeinsam zu wachsen und stärker auszustrahlen. Es lohnt sich, denn gemeinsam ist mehr zu erreichen als allein.

Anhang

Anlage 1: Detaillierte Ergebnisse der Ortsbildanalysen

Coesfeld

Historischer Stadtkern/Fußgängerzone

Die Innenstadt von Coesfeld überzeugt durch ein gepflegtes Erscheinungsbild, wenig Verschmutzung, geringen Leerstand und einen recht vielseitigen Einzelhandel. Die Kernzone ist als solche optisch erkennbar und – beispielsweise durch veränderten Bodenbelag und Verkehrsberuhigung – herausgestellt. Der Übergang in die Innenstadt ist nur an manchen Orten als Torsituation gestaltet und könnte stellenweise deutlicher markiert werden. Die Fassaden im Stadtkern sind im Allgemeinen in einem guten Pflegezustand und in den Baumaterialien und der Farbgebung abgestimmt, wodurch eine gewisse Ensemblewirkung entsteht. Die Oberflächenmaterialien der Gehwege sind optisch abgestimmt und in einem guten Pflegezustand, ebenso wie Denkmäler und Skulpturen. Das Einzelhandelsangebot in der Innenstadt ist vielseitig und die Schaufenstergestaltung ansprechend. Auch das gastronomische Angebot im Kernbereich ist der Größe der Stadt angemessen, einige Gastronomiebetriebe mit ansprechendem Außenbereich werten das Gesamterscheinungsbild zusätzlich auf.

Eher weniger attraktiv ist die geringe Anzahl an Grünanlagen im Innenstadtbereich, ebenso wie die zahlreichen, aber optisch wenig ansprechenden Sitzmöglichkeiten. In der Fußgängerzone sowie an deren Rändern sind zahlreiche Abstellmöglichkeiten für Fahrräder, allerdings mit starker Typenvielfalt und deutlich schwankender Qualität. Negativ fällt außerdem auf, dass ein Fußgängerleitsystem – welches gerade Auswärtigen eine wichtige Orientierungshilfe ist – gänzlich fehlt.

Tourist-Information

Die Tourist-Information befindet sich im Rathausgebäude am Marktplatz und somit an einem sehr zentral gelegenen Ort in einem repräsentativen und optisch ansprechenden Gebäude. In der Nähe des Rathauses sind Parkflächen, eine Bushaltestelle sowie Radabstellmöglichkeiten, sodass die Tourist-Information mit verschiedenen Verkehrsmitteln gut zu erreichen ist. Durch eine fehlende Informationsbeschilderung im Außenbereich sowie eine recht unscheinbare Hinweistafel ist das Rathaus allerdings nicht auf den ersten Blick als Tourist-Information erkenn- bzw. auffindbar – was durch das fehlende Fußgängerleitsystem verstärkt wird.

Orte des Ankommens/Verkehr

Das vorhandene Hotel- und Parkleitsystem ist eindeutig und schlüssig, die einzige Ausnahme hiervon bilden die Übersichtstafeln zu Parkmöglichkeiten an den Ortseingängen, deren Neugestaltung allerdings bereits beschlossen wurde¹⁴. Die touristische Radwegebeschilderung ist im Stadtbereich stark ausgeprägt und in gutem Pflegezustand.

An den Ortseinfahrten sind nur wenige gestalterische Empfangselemente vorhanden. Die Empfangssituation am Bahnhof ist sehr unattraktiv. Das Bahnhofsgebäude wirkt heruntergekommen

¹⁴ Aussage von Bürgermeister Heinz Öhmann während der zweiten Lenkungsrunde

und ungepflegt und erfüllt keinen praktischen Nutzen, eine Neugestaltung ist allerdings auch hier in Planung (siehe oben).

✓	Stärken und Chancen	X	Schwächen und Herausforderungen
Ortsbild Coesfeld			

- | | |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> • Gepflegtes Ortsbild, wenig Schmutz/Müll • Kaum Leerstand • Umfangreiches Einzelhandelsangebot • Lebendige Innenstadt, auch unter der Woche belebt • Tourist-Information in attraktivem Gebäude mitten im Zentrum • Übersichtliches Hotel-/Parkleitsystem | <ul style="list-style-type: none"> • Unattraktive Empfangssituation am Bahnhof • Aufenthaltsqualität im Innenstadtbereich (Grünflächen, Bänke, etc.) • Typenvielfalt bei den Abstellmöglichkeiten für Fahrräder, Qualität stark schwankend • Kein touristisches Leitsystem • Übersichtstafel zum Parkleitsystem an den Ortseingängen zu unübersichtlich • Hinweis auf Tourist-Information am Rathaus zu unauffällig |
|---|---|

Abb. 40: Eindrücke von der Ortsbildanalyse in Coesfeld



Quelle: dwif 2018

Billerbeck

Historischer Stadtkern/Fußgängerzone

Die Innenstadt von Billerbeck macht einen sehr gepflegten und kultivierten Gesamteindruck. Der Ortskern ist in der Gestaltung optisch hervorgehoben und der Ludgerusdom fungiert als optischer Übergang in die Kernzone. Die Fassadengestaltung und Baumaterialien sind weitgehend abgestimmt und in gutem Zustand. Die Oberflächenmaterialien sind ansprechend und aufeinander abgestimmt, die Fußgängerzone ist barrierefrei gestaltet und mit neu- und hochwertigem Sitzmobiliar und Radabstellmöglichkeiten ausgestattet. Das Mobiliar wird durch vereinzelte moderne Spielmöglichkeiten ergänzt.

Der sehr positive Gesamteindruck wird lediglich durch einige Leerstände im Zentrum getrübt. Darüber hinaus ist das Einzelhandelsangebot durch einige inhabergeführte Geschäfte zwar attraktiv, dennoch ist die Stadtmitte unter der Woche wenig belebt. Die Attraktivität des Zentrums könnte durch mehr Grünanlagen weiter gesteigert werden und das touristische Leitsystem ist zwar übersichtlich gestaltet, allerdings teilweise lückenhaft.

Tourist-Information

Die Tourist-Information in Billerbeck befindet sich im Gebäude des Rathauses am Markt und somit in einer sehr zentralen Lage und in einem repräsentativen Gebäude in regionaler Bauweise. Der Aufenthaltsbereich vor der Tourist-Information ist attraktiv gestaltet und bietet Sitzmöglichkeiten. Durch Werbetafeln mit aktuellen Veranstaltungen ist die Information gut zu erkennen, die eigentliche Hinweistafel hebt sich kaum von der Fassade des Gebäudes ab und ist somit nur schwer auszumachen. Durch eine Bushaltestelle, Park- und Radabstellmöglichkeiten in der näheren Umgebung ist die Tourist-Information mit verschiedenen Verkehrsmitteln gut zu erreichen.

Orte des Ankommens/Verkehr

Die Ortseingänge sind mit gestalterischen Elementen versehen (aktuelle Veranstaltungen, Hinweis auf Wallfahrtsort, Partnerstädte) und es existiert ein für die Größe der Stadt angemessenes Parkleitsystem. Die innerstädtische Radwegebeschilderung ist in einem guten Pflegezustand. Sehr attraktiv ist die Empfangssituation am Bahnhof, zum einen durch das moderne und optisch ansprechende Bahnhofsgebäude und zum anderen durch die zusätzlichen Angebote wie ein Bahnhofscafé mit Außengastronomie, eine Radstation und Tagungs- und Ausstellungsmöglichkeiten. Zufahrende werden durch ein Beschilderungssystem über einen attraktiven und verkehrsberuhigten Weg in das Stadtzentrum geführt.



Stärken und Chancen

Schwächen und Herausforderungen



Ortsbild Billerbeck

- Sehr attraktive Empfangssituation im Bahnhof
- Sehr gepflegtes und sauberes Ortszentrum
- Neu- und hochwertiges Mobiliar (Sitzbänke, Mülleimer, Radabstellanlagen, Spielgeräte)
- Viele Hinweise auf Lademöglichkeiten für E-Bikes
- Fußgängerzone barrierefrei gestaltet
- Teilweise lückenhaftes Fußgängerleitsystem
- Vereinzelt veraltete Schaukästen
- Teilweise Leerstand im Kernbereich
- Fußgängerzone unter der Woche wenig belebt

Abb. 41: Eindrücke von der Ortsbildanalyse in Billerbeck



Quelle: dwif 2018

Havixbeck

Historischer Stadtkern/Fußgängerzone

Das Ortszentrum in Havixbeck ist verkehrsberuhigt, weitgehend barrierefrei gestaltet und durch die Änderung des Oberflächenmaterials als Kernzone erkennbar. Die Innenstadt ist sauber und gepflegt und der Torbogen sticht als Highlight in regionaler Bauweise heraus und setzt somit einen optischen Akzent. Havixbeck verfügt über wenig touristisch relevanten Einzelhandel im Ortskern, wodurch dieser – zumindest unter der Woche – wenig belebt ist. Die Fassaden entlang der Hauptstraße, der innerstädtischen Kernzone, sind zwar überwiegend in einem gepflegten Zustand, erzeugen jedoch durch unterschiedliche Gestaltung und Baumaterialien keine Ensemblewirkung. Die Beschilderung (Fußgängerleitsystem, Radwegeleitsystem, Informationstafeln) sind in einem guten Pflegezustand.

Das Mobiliar (Sitzbänke, Mülleimer, Spielmöglichkeiten, Radabstellanlagen) sind zweckmäßig, allerdings nicht sehr modern und in sehr einfacher Ausführung. Positiv fallen hingegen die gepflegten Grünanlagen auf sowie eine ansprechend gestaltete Ruhezone am Ende der Hauptstraße.

Tourist-Information

Die Tourist-Information befindet sich im Gebäude des Rathauses, welches sich jedoch etwas abseits des Kernbereichs befindet. Der Zugang zur Information befindet sich darüber hinaus auf der gegenüber der Innenstadt abgewandten Seite des Gebäudes. Gäste müssen die Tourist-Information also gezielt ansteuern, in der aktuellen Lage kann keine „Laufkundschaft“ angesprochen werden. Der Außenbereich der Tourist-Information ist der Parkplatz des Rathauses und lädt daher weniger zum Verweilen ein.

Orte des Ankommens/Verkehr

An den Ortseingängen in Havixbeck sind Hinweisschilder mit dem Standort der Tourist-Information installiert, ansonsten existieren kaum gestalterische Elemente, um Gäste zu empfangen. Der Bahnhof in Havixbeck ist zweckdienlich, allerdings ohne eine Empfangssituation für den Gast zu schaffen. Die Gestaltung und Nutzung des Bahnhofsgebäudes ist nicht sehr attraktiv, ebenso wie der Weg in das Stadtzentrum.



Stärken und Chancen

Schwächen und Herausforderungen



Ortsbild Havixbeck

- Gepflegte Innenstadt, kaum Müll/Schmutz
- Barrierefrei gestaltete Wege durch das Zentrum
- Torbogen als optisches Highlight und Blickfang
- Gepflegte Begrünung
- Ruhezone am Ende der Hauptstraße
- Hinweis auf Tourist-Information am Ortseingang
- Mobiliar (Bänke, Mülleimer, Beleuchtung, Spielgeräte) sind einfach und „altbacken“
- Fassadengestaltung in der Hauptstraße wenig abgestimmt
- Dezentrale Tourist-Information mit wenig Aufenthaltsqualität
- Sandsteinmuseum als kulturelles Aushängeschild nicht attraktiv an das Zentrum angebunden
- Ortskern unter der Woche wenig belebt

Abb. 42: Eindrücke von der Ortsbildanalyse in Havixbeck



Quelle: dwif 2018

Nottuln

Historischer Stadtkern/Fußgängerzone

Die Gemeinde Nottuln hat einen sehr attraktiven und gepflegten historischen Ortskern. Die Fassadengestaltung der historischen Gebäude am Stiftsplatz ist einheitlich und in regionaler Bauweise gehalten, wodurch eine geschlossene Ensemblewirkung entsteht – auch in Kombination mit der dominanten St. Martinus-Kirche im Zentrum. Darüber hinaus entsteht durch die gepflegte Begrünung und Bepflanzung ein sehr ansprechender und kultivierter Gesamteindruck. Allerdings bestehen aufgrund des Mangels an touristisch relevantem Einzelhandel nur wenige Gründe zum längeren Verweilen, weshalb der Ortskern unter der Woche wenig belebt ist. Das gastronomische Angebot – zum Teil mit attraktivem Außenbereich – ist der Größe des Ortes dagegen durchaus angemessen. Es existiert ein Fußgängerleitsystem, welches allerdings aufgrund der geringen Anzahl an Sehenswürdigkeiten kaum ausgeprägt ist. Das Sitzmobiliar sowie die Papierkörbe und die Beleuchtung sind optisch ansprechend, die Anzahl und Qualität der Radabstellmöglichkeiten im Ortskern ist allerdings stark ausbaufähig.

Tourist-Information

Die Tourist-Information befindet sich im repräsentativen Rathausgebäude mitten im Ortskern. Das Gebäude ist ansprechend gestaltet und gepflegt, ebenso wie der Aufenthaltsbereich vor der Information. Durch eine Hinweistafel vor der Tourist-Information ist diese gut als solche erkennbar. Radabstellmöglichkeiten und Mülleimer befinden sich direkt vor der Tourist-Information, Sitzgelegenheiten wenige Meter entfernt. Durch Parkmöglichkeiten in unmittelbarer Nähe sowie Busanbindungen ist die Tourist-Information mit verschiedenen Verkehrsmitteln gut zu erreichen.

Orte des Ankommens/Verkehr

Die Ortseingänge in Nottuln weisen keine besonderen Gestaltungselemente auf, allerdings ist auf der B525, die durch die Gemeinde verläuft, ein großer Wegweiser angebracht, welcher auf den historischen Ortskern sowie die Tourist-Information hinweist. Das Parkleitsystem ist der Größe des Ortes angemessen und übersichtlich gestaltet. Aufgrund der großen Entfernung des Bahnhofs in Nottuln-Appelhülsen zum historischen (und touristisch relevanten) Ortskern von rund sieben Kilometern ist dieser für die touristische Betrachtung von eher geringer Relevanz.



Stärken und Chancen

Schwächen und Herausforderungen



Ortsbild Nottuln

- Sehr kompakter, gepflegter und attraktiver historischer Ortskern
- Guter Sanierungszustand der Fassaden
- Ansprechende Begrünung
- Tourist-Information zentral gelegen und optisch gut in das Gesamtbild integriert
- Ortskern und Parkplätze gut ausgeschildert
- Wenig Abstellmöglichkeiten für Fahrräder, Qualität eher minderwertig
- Kaum touristisch relevanter Einzelhandel
- Wenig belebter Ortskern, kaum Gründe zum längeren Verweilen

Abb. 43: Eindrücke von der Ortsbildanalyse in Nottuln



Quelle: dwif 2018

Rosendahl

Die Gemeinde Rosendahl besteht aus den drei Ortsteilen Darfeld, Holtwick und Osterwick, die im Rahmen der Ortsbildanalysen einzeln begutachtet wurden. Aus diesem Grund werden die einzelnen Ortsteile in den nachfolgenden Betrachtungen jeweils separat analysiert.

Historische Stadtkerne/Fußgängerzonen

Der Ortskern von Darfeld erstreckt um den Nikolausplatz mit der zentralen St. Nikolaus Kirche. Somit ist das Zentrum Darfelds sehr klein und – auch aufgrund des fehlenden Einzelhandels – touristisch nicht relevant. Der neu gestaltete Bahnhof Darfeld mit dem Heimat- und Bürgerhaus, Radabstellmöglichkeiten, Lademöglichkeiten für E-Bikes, dem Generationenpark und dem im Bau befindlichen Backhaus bietet dagegen eine hohe Aufenthaltsqualität, vor allem für Radfahrer. Allerdings fehlen eine Anbindung des Bahnhofs an den Ortskern und ein entsprechender Besuchsanlass für das Zentrum. Das Fußgängerleitsystem ist für die Größe des Ortes sehr umfangreich, allerdings teilweise verschmutzt und nicht aktuell.

Der Ortskern von Holtwick ist deutlich größer, allerdings ebenfalls von eher geringer touristischer Relevanz. Das Zentrum ist in sich geschlossen und verkehrsberuhigt, sehr sauber und gepflegt. Einzig ein großer Leerstand in der Mitte des Ortes stellt einen Störfaktor dar. Holtwick bietet einige ansprechend gestaltete Ruhezone, allen voran der Platz am Holtwicker Ei, welches sich allerdings in einem Wohngebiet befindet und nur unzureichend an das Zentrum angebunden ist. Positiv fällt der zentrumsnahe und sehr große Spielplatz auf, der mit modernen Spielgeräten für verschiedene Altersklassen ausgestattet ist. Die touristische Beschilderung in Holtwick ist kaum ausgeprägt, die Wegweiser zum Holtwicker Ei sind teilweise in schlechtem Zustand.

Osterwick hat keinen Ortskern im klassischen Sinne, da sich der Ort entlang der Hauptstraße erstreckt. Dadurch existiert kein verkehrsberuhigter Bereich, in dem sich touristisch relevanter Einzelhandel ansiedeln könnte. Dennoch wurden einige Areale mit hoher Aufenthaltsqualität gestaltet, beispielsweise an der Kirche St. Fabian und Sebastian oder im Dorfpark, der mit dem Wasserlehrpfad, Barfußpfad, Spiel- und Sportgeräten vor allem in den Sommermonaten – beispielsweise für Radfahrer – einen schönen Anlaufpunkt bietet. Das Fußgängerleitsystem ist in einem guten Zustand, einzelne Informationstafeln beziehungsweise Schaukästen wirken dagegen ungepflegt.

Tourist-Information

Die Tourist-Information der Gemeinde Rosendahl befindet sich im Ortsteil Osterwick im dort ansässigen Rathaus, also an repräsentativer Stelle. Der Vorplatz ist ansprechend gestaltet, bietet Sitzgelegenheiten und Fahrradabstellmöglichkeiten. Die Tourist-Information ist allerdings weder im Ort ausgeschildert noch am Gebäude selbst auf den ersten Blick zu erkennen. Am etwas unauffällig platzierten Eingang des Rathauses befindet sich zwar eine Hinweistafel, die allerdings erst aus unmittelbarer Nähe zu erkennen ist. Aufgrund der nahe gelegenen Bushaltestelle sowie der Park- und Radabstellmöglichkeiten ist die Tourist-Information mit verschiedenen Verkehrsmitteln gut zu erreichen.

Orte des Ankommens/Verkehr

Alle drei Ortsteile haben an den Eingängen Schilder, die auf die Partnerstädte hinweisen und den Gast willkommen heißen. Große Informationstafeln befinden sich teilweise an den großen Einfallstraßen der Orte, allerdings nicht überall und in unterschiedlichem Pflegezustand.

Ein Bahnhof befindet sich am Rande Holtwicks in einem von Gewerbe geprägten Umfeld. Wegweiser oder Empfangselemente befinden sich nicht am Bahnhof und durch das umliegende Gewerbe, vor allem den in unmittelbarer Nachbarschaft zum Bahnhof gelegenen Landhandel mit teilweise starker Geräuschemission, ist die Aufenthaltsqualität und Empfangssituation am Bahnhof unterdurchschnittlich.

 Stärken und Chancen	Schwächen und Herausforderungen 
Ortsbild Darfeld	
<ul style="list-style-type: none"> • Sauberer Ortskern • Umfangreiches Fußgängerleitsystem • Begrünte Ruhezone im Ortskern • Bahnhof Darfeld und umgebendes Areal neu gestaltet und mit hoher Aufenthaltsqualität 	<ul style="list-style-type: none"> • Ortskern besitzt kaum touristische Relevanz • Kaum Abstellmöglichkeiten für Fahrräder • Keine Verbindung zum neu gestalteten Bahnhof
Ortsbild Holtwick	
<ul style="list-style-type: none"> • Sauberes und gepflegtes Zentrum • Einzelne Ruhezone mit Aufenthaltsqualität (z.B. Holtwicker Ei) • Sehr großer und moderner Spielplatz zentrumsnah 	<ul style="list-style-type: none"> • Ortskern besitzt wenig touristische Relevanz • Großer Leerstand im Ortskern als Störfaktor • Wenige und minderwertige Abstellmöglichkeiten für Fahrräder • Unattraktive Empfangssituation am Bahnhof • Teilweise veraltete Beschilderung • Holtwicker Ei ist dezentral gelegen und nicht gut an das Zentrum angebunden
Ortsbild Osterwick	
<ul style="list-style-type: none"> • Sauberer und gepflegter Gesamteindruck • Einzelne Orte mit hoher Aufenthaltsqualität (z.B. Kirchplatz, Generationenpark) • Generationenpark als Aufenthalts- und Verweilort für Aktive im Sommer mit Spielmöglichkeiten/Barfußpfad 	<ul style="list-style-type: none"> • Kein wirklicher Ortskern/Fußgängerzone vorhanden, Ort erstreckt sich entlang der Hauptstraße • Kein touristisch relevanter Einzelhandel • Tourist-Information im Rathaus für Auswärtige nur schwer zu erkennen

Abb. 44: Eindrücke von der Ortsbildanalyse in Rosendahl



Quelle: dwif 2018

Anlage 2: Wirtschaftsfaktor Tourismus – Methodik und Berechnungsweg

Definitive Abgrenzung

Untersuchungsgegenstand der vorliegenden Analyse ist die Ermittlung der wirtschaftlichen Bedeutung des Tourismus für die Baumberge-Gemeinden Billerbeck, Coesfeld, Havixbeck, Nottuln und Rosendahl im Jahr 2016.

Im Sinne der Welttourismusorganisation wird Tourismus wie folgt definiert.

- Die Aktivitäten von Personen, die an Orte außerhalb ihrer gewohnten Umgebung reisen,
- sich dort zu Freizeit-, Geschäfts- oder bestimmten anderen Zwecken
- nicht länger als ein Jahr ohne Unterbrechung aufhalten.

Gemäß dieser Definition gehören alle Übernachtungsreisen unabhängig vom Anlass der Reise (z.B. Kur, Geschäftsreise) zur touristischen Nachfrage. Als Tagestourismus wird jedes Verlassen des Wohnumfeldes bezeichnet, mit dem keine Übernachtung verbunden ist und das

- nicht als Fahrt von oder zur Schule, zum Arbeitsplatz, zur Berufsausübung vorgenommen wird,
- nicht als Einkaufsfahrt zur Deckung des täglichen Bedarfs dient (z.B. Lebensmittel) und
- nicht einer gewissen Routine oder Regelmäßigkeit unterliegt (z.B. regelmäßige Vereinsaktivitäten im Nachbarort, Krankenhausbesuche, Arztbesuche, Behördengänge, o.ä.).

Das Wohnumfeld wird bei Städten bis 100.000 Einwohnern in der Regel mit der Ortsgrenze übereinstimmen, wobei entfernt gelegene Ortsteile oder Ausflugsziele auch hier schon außerhalb des Wohnumfeldes liegen können. Bei Großstädten (über 100.000 Einwohner) wird das Wohnumfeld im Allgemeinen mit dem eigenen Stadtteil (Stadtbezirk, Stadtviertel) gleichzusetzen sein. Es ist an dieser Stelle darauf hinzuweisen, dass folgende Segmente in den nachfolgenden Daten nicht enthalten sind:

- Fahrtkosten für den Transfer zwischen Quell- und Zielgebiet
- Ausgaben der Touristen für Reisevor- und -nachbereitung
- Übernachtungen in den Privatwohnungen der Einheimischen (VFR82)
- Einkommenseffekte durch Outgoing-Reisen der Bevölkerung (z. B. Ausgaben im Reisebüro etc.)
- Freizeitverhalten im Wohnumfeld

Datenquellen

Zur Erstellung dieser Expertise wurden insbesondere die vorhandenen Grundlagenmaterialien des dwif spezifisch ausgewertet. Hinzu kommen die Auswertung weiterer Datenquellen (z. B. amtliche Statistiken, Unterkunftsverzeichnisse, Internetrecherchen), die Durchführung verschiedener Plausibilitätskontrollen sowie Gespräche mit einzelnen Leistungsträgern (z. B. Auskünfte von Verbänden, der Kommunen und weiteren Leistungsträgern). Als Basis für die Ermittlung der wirtschaftlichen Bedeutung des Tourismus in den BER-Gemeinden wurden folgende Datenquellen herangezogen:

- Auswertung vorhandener Unterlagen über die Baumberge-Gemeinden (z.B. Übernachtungs-, Beherbergungsstatistiken, Statistiken zur Ermittlung der Kapazitäten nach Betriebsarten und Preiskategorien, Auswertung der Unterkunftsverzeichnisse) sowie weiterer Datenquellen (z. B. Internetrecherchen, Informationen seitens Kommunen, Besucherzahlen einzelner Einrichtungen).
- Rahmendaten aus den amtlichen Statistiken (z. B. Angaben zum Primäreinkommen, Gemeindestatistiken zur Zahl der Einwohner und Haushalte, Umsatzsteuerstatistiken).
- Auswertungen aus dem Datenmaterial vorliegender Untersuchungen des dwif zum Tagesbesucherverkehr, zur Ausgabenhöhe und -struktur von Tages- und Übernachtungsgästen sowie zu den Wertschöpfungsquoten:
 - dwif (Hrsg.); Ausgaben der Übernachtungsgäste in Deutschland, in: Schriftenreihe des dwif, Heft 53, München 2010.
 - dwif (Hrsg.), Tagesreisen der Deutschen, in: Schriftenreihe des dwif, Heft 50, 51 und 52, München 2005, 2006 und 2007.
 - dwif (Hrsg.); Hotelbetriebsvergleich, in: Sonderreihe des dwif, Nr. 76, München 2010
 - dwif (Hrsg.); Betriebsvergleich für die Hotellerie und Gastronomie in Bayern, in: Sonderreihe des dwif, Nr. 75, München 2010
 - dwif (Hrsg.); Betriebsvergleich für die Hotellerie und Gastronomie in Thüringen, in: Sonderreihe des dwif, Nr. 77, München 2012
 - Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (Hrsg.); Der Campingmarkt in Deutschland, Berlin 2010
- Durchführung von Hochrechnungen und Plausibilitätskontrollen, bei denen verschiedene Datenquellen und Erfahrungswerte herangezogen wurden.

Berechnungsweg

Bei der Ermittlung des ökonomischen Stellenwertes des Tourismus in den BER-Gemeinden wurde folgender Weg beschritten:

- 1. Schritt: Ermittlung der Bruttoumsätze (inkl. MwSt.)**
Nachfrageumfang x Tagesausgaben = Bruttoumsatz

- 2. Schritt: Ermittlung der Nettoumsätze (ohne MwSt.)**
Bruttoumsatz - Mehrwertsteuer = Nettoumsatz
 Anzumerken ist hierbei, dass unterschiedliche Mehrwertsteuersätze in Ansatz gebracht werden müssen. So sind beispielsweise Umsätze von Privatvermietern und von Jugendherbergen von der MwSt. befreit oder Umsätze im Lebensmitteleinzelhandel zum Teil mit dem ermäßigten Mehrwertsteuersatz belegt. Hieraus erklärt sich, dass je nach Zusammensetzung der Umsätze ganz spezifische Abzüge vorgenommen werden müssen.

- 3. Schritt: Ermittlung der Einkommenswirkungen 1. Umsatzstufe (EW1)**
Nettoumsatz x Wertschöpfungsquote = EW1

Die Wertschöpfungsquote gibt den Anteil des Nettoumsatzes an, welcher unmittelbar zu Löhnen, Gehältern oder Gewinnen – also zu Einkommen – wird. Der verbleibende Rest wird für Vorleistungen aufgewendet.

4. Schritt: Ermittlung der Einkommenswirkungen 2. Umsatzstufe (EW2)

$$\text{(Nettoumsatz - EW1) x Wertschöpfungsquote = EW2}$$

In der 2. Umsatzstufe werden alle Einkommenswirkungen aus den Vorleistungen (Nettoumsatz – EW1) dargestellt, die zur Aufrechterhaltung der touristischen Dienstleistungsqualität aufgebracht werden. Hierunter fallen beispielsweise die Zulieferung von Waren (z.B. Brötchen vom Bäcker, Strom vom Energieversorger), die Bereitstellung von Dienstleistungen (z.B. Prospekte von der Werbeagentur, Versicherungen, Kredite von der Bank) und Investitionen in die Substanzerhaltung (z.B. Neubau bzw. Renovierungsarbeiten durch Handwerker).

5. Schritt: Ermittlung des touristischen Einkommensbeitrages

$$\text{(EW 1 + EW 2) : Primäreinkommen (PE) = Tourismusbeitrag zum PE in \%}$$

Alle Daten wurden entsprechend der spezifischen Situation in den Baumberge-Gemeinden gewichtet.