

Datum: 12.01.2010

Az.: hö-se

Beschlussvorlage - öffentlich -

	Beratungsfolge	Datum
1.	Ausschuss für Stadtentwicklung, Strukturwandel und Wirtschaftsförderung	02.02.2010

Betreff:

Tourismusförderung

Bestandteile dieser Vorlage sind:

1. Das Deckblatt
2. Die Sachdarstellung und der Beschlussvorschlag

Der Bürgermeister	
Schäfer	

Amtsleiter	Sachbearbeiterin	
Turk	Höchst	

Sachdarstellung:

Im Rahmen der Tourismusförderung wurden seit der letzten Berichterstattung im Ausschuss für Stadtentwicklung, Strukturwandel und Wirtschaftsförderung (Vorlage Nr. 9/1605) einige Maßnahmen umgesetzt, um die touristische Entwicklung Bergkamens zu fördern. Diese werden nachfolgend im Einzelnen dargestellt.

1. Englischsprachige Tourismusinformatio n im Internet

Im August 2009 ging die neue englischsprachige Internetseite „Bergkamen for Tourists“ auf der städtischen Internetpräsenz www.bergkamen.de online. Hier sind die wichtigsten Informationen für Touristen zusammengefasst und übersetzt worden. Damit wurde eine wichtige Grundlage geschaffen, mit der Gäste aus Nachbarländern, Partnerstädten, usw. sich vorab über Bergkamens touristische Highlights informieren und ihren Aufenthalt planen können. Zugänglich ist diese Information direkt von der Startseite des städtischen Internetauftritts, so dass Internetnutzer ohne Deutschkenntnisse diese ohne Hindernisse schnell aufrufen können.

2. Gästebefragung

Ziel der im Sommer 2009 durchgeführten Gästebefragung der Stadt Bergkamen sollte sein, die Attraktivität der Stadt für Besucher von außerhalb zu ermitteln. Insbesondere sollten Verbesserungspotenziale erkennbar werden, deren Umsetzung den Weg der Stadt zu einem Tages- und Übernachtungsreiseziel positiv begleiten können. Die weitere strategische Ausrichtung der touristischen Aktivitäten der Stadt Bergkamen soll sich auf die Ergebnisse dieser Befragung stützen

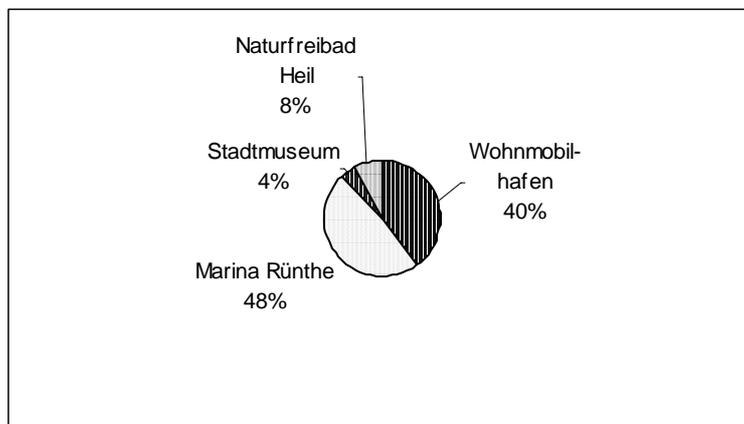
An insgesamt zehn Wochenendterminen im Zeitraum Juni bis August 2009 befragten städtische Auszubildende Gäste in der Marina Rünthe, am Stadtmuseum und im Naturfreibad Heil. Darüber hinaus befragte der Pächter des Wohnmobilhafens zahlreiche Wohnmobilisten, die in der Marina Rünthe Station machten. Diejenigen, die sich zur Befragung bereit erklärten, konnten als Anreiz parallel an einem Gewinnspiel teilnehmen und Gutscheine für die Gastronomie in der Marina Rünthe gewinnen.

Inhaltlich ging es bei den Fragen des umfangreichen Interviewbogens zum Beispiel um die Dauer des Aufenthaltes, um die Art der Übernachtung, um die Ausflugsziele in der näheren Umgebung, die bei dem Aufenthalt besucht werden und um die Zufriedenheit der Gäste.

Anzahl Interviews / befragte Personen

Insgesamt wurden 96 Interviews geführt, davon 38 mit Wohnmobillisten, 46 mit Besuchern der Marina Rünthe, 4 mit Besuchern des Stadtmuseums anlässlich einer Ausstellungseröffnung und 8 mit Besuchern des Naturfreibads Heil. Der hohe Anteil an befragten Wohnmobillisten (40 %) führt zu einem großen Einfluss dieser Gästegruppe auf die jeweiligen Endergebnisse.

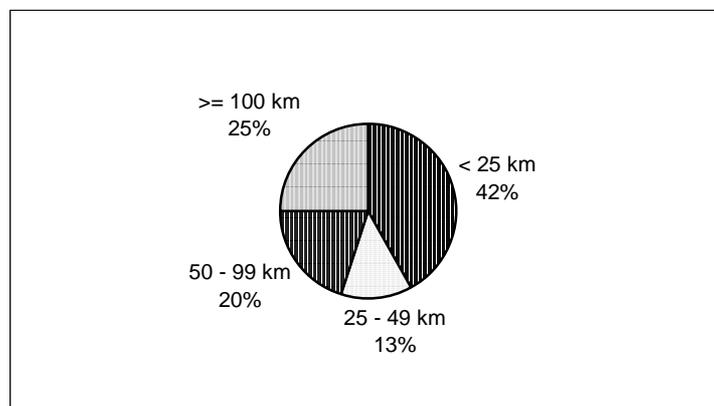
Abbildung: Verteilung der insgesamt 96 durchgeführten Befragungen auf die einzelnen Befragungsstandorte (in %)



Anreisedistanz

Die Auswertung der Anreisedistanz ergab, dass 42 % der Befragten in einer Entfernung unter 25 km beheimatet waren, 13 % der Befragten unter 50 km, 20 % der Befragten unter 100 km und 25 % der Befragten weiter als 100 km entfernt leben. Daraus lässt sich schließen, dass für beinahe die Hälfte der Gäste Bergkamen als Tagesreiseziel interessant ist und für die andere Hälfte (ab ca. 50 km Entfernung) eine Übernachtung in Betracht kommt.

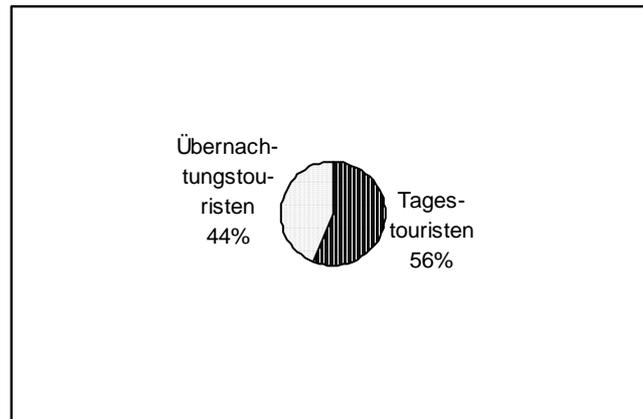
Abbildung: Anreisedistanz der befragten Gäste



Aufenthaltsdauer

Die Aufenthaltsdauer betrug bei 39 % der Befragten weniger als 3 Stunden, bei 10 % mehr als 3 aber weniger als 12 Stunden, bei 7 % mehr als 12 aber weniger als 24 Stunden und bei 44 % der Befragten mehr als 24 Stunden. Das heißt, 44 % der Gäste haben übernachtet. Somit ergeben sich bei dieser Befragung Anteile von 56 % Tagestouristen (Ausflügler) und 44 % Übernachtungstouristen (Kurz-/Urlauber). Dieses Ergebnis geht in die gleiche Richtung wie die Analyse der Anreisedistanz.

Abbildung: Aufteilung der befragten Gäste in Tages- und Übernachtungstouristen



Übernachtungen

96 % der befragten Gäste übernachteten im Ortsteil Rünthe, was dem hohen Anteil der Wohnmobilisten an den befragten Gästen geschuldet ist. 83 % der befragten Übernachtungsgäste übernachteten im Wohnmobil, 13 % auf einer Yacht. Befragungen in den Bergkamener Übernachtungsbetrieben konnten im Befragungszeitraum nicht durchgeführt werden, da zu den Befragungsterminen keine „klassischen Touristen“ dort eingebucht waren bzw. nicht angetroffen wurden. Im Schnitt betrug die Aufenthaltsdauer der Übernachtungsgäste 2,56 Tage.

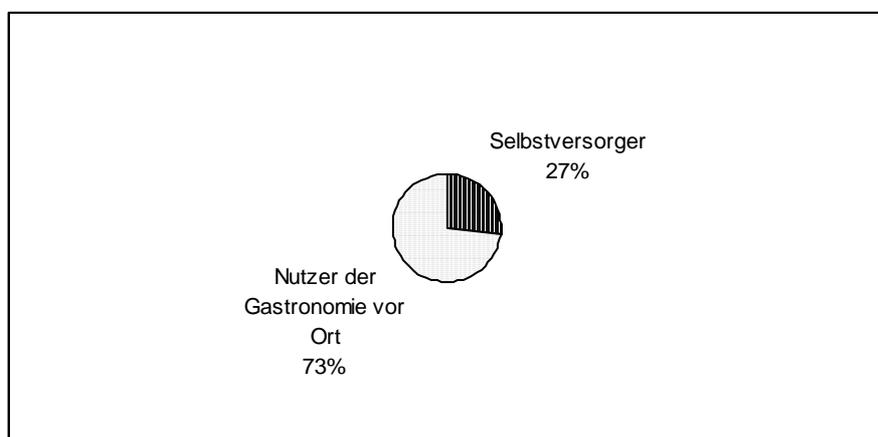
Reisezeit

Bezüglich der Reisezeit gab es deutliche Präferenzen. 34% der Gäste bevorzugten den Sommer, Insgesamt 63 % der Gäste die Jahreszeiten Frühjahr, Sommer und Herbst. Nur 36 % der Gäste gaben an, dass Ihnen die Jahreszeit egal sei.

Nutzung Gastronomie

27 % der Befragten waren reine Selbstversorger, die anderen nutzten zumindest teilweise die Gastronomie vor Ort. Somit werden die wirtschaftlichen Effekte des Tourismus durch die Befragung untermauert.

Abbildung: Aufteilung der befragten Gäste in Selbstversorger und Nutzer der gastronomischen Angebote vor Ort



Informationsquelle

32% der Befragten erfuhren über Freunde oder Familienangehörige von dem Ausflugsziel, 26 % über Reiseführer und Internetrecherche. 28% der Befragten waren zum ersten Mal in Bergkamen. 36 % der Befragten sind zum wiederholten Male vor Ort gewesen. Dies verdeutlicht, dass eine umfassende Information in verschiedenen Medien genauso wichtig ist wie eine positive Mund-zu-Mund-Propaganda.

Ortsteilkennntnis

61 % der Befragten gaben an, die einzelnen Ortsteile Bergkamens nicht zu kennen. Das stützt die Stadtverwaltung in ihrem Bestreben, die gesamte Stadt als Einheit zu vermarkten, da der Ortsteilbezug für Gäste von außerhalb nicht bedeutsam ist.

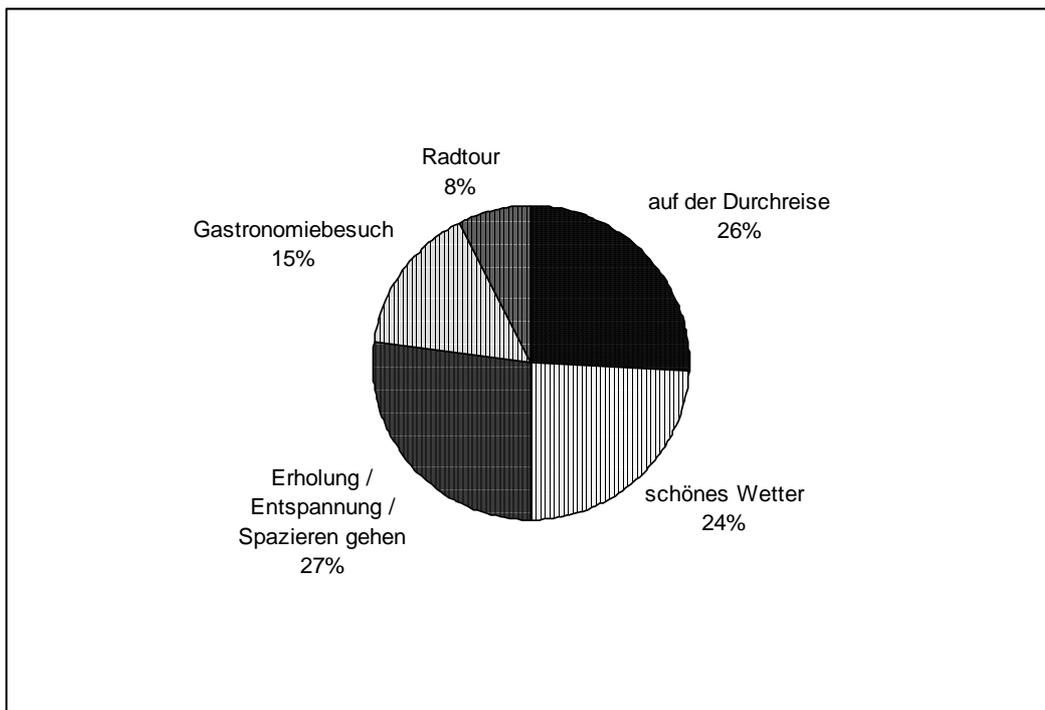
Kombination von Ausflugszielen

80% der Befragten gaben an, dass sie nur dieses eine Ausflugsziel, an dem die Befragung stattgefunden hat, an diesem Tag aufsuchen. 18 % der Befragten kombinierten den Besuch mit Aufhalten überwiegend in Hamm und Werne (zum Teil Radfahrer). Hier sollten Maßnahmen entwickelt werden, die Gäste durch attraktive Angebote in Bergkamen zu binden. Hier kommt zum Beispiel eine gezielte Weiterleitung der Gäste der Marina Rünthe zum Stadtmuseum oder zur Bergehalde Großes Holz in Betracht. Dieses bedingt eine umfassende Information der Gäste über weitere mögliche Aktivitäten in der Stadt, zum Beispiel durch eine touristische Broschüre.

Reiseanlass

Bezüglich des Reiseanlasses ergab die Untersuchung, dass 17% sich auf der Durchreise befanden, 16 % waren wegen des guten Wetters spontan unterwegs, 18 % suchten Erholung bzw. Entspannung oder wollten Spazieren gehen, 10 % wollten gezielt in der Marina Essen gehen und 5 % befanden sich auf einer Radtour.

Abbildung: Reiseanlässe der befragten Gäste



Attraktivität, Verbesserungspotenziale, Kundenzufriedenheit

Auf die Frage, was die Attraktivität des Ausflugsziels ausmacht, antworteten 54 % der Befragten, dass die den Hafen besonders attraktiv finden, 10 % den Wohnmobilstellplatz und 6 % die Radwege.

Bei der Frage nach Verbesserungsmöglichkeiten, sprachen sich 13 % für eine sanitäre Anlage für den Wohnmobilstellplatz aus, 11 % nannten die Einkaufsmöglichkeiten. 5 % wünschten mehr Spielmöglichkeiten für Kinder am Hafen. Hier wird wiederum der starke Einfluss der Wohnmobilsten auf die Endergebnisse deutlich.

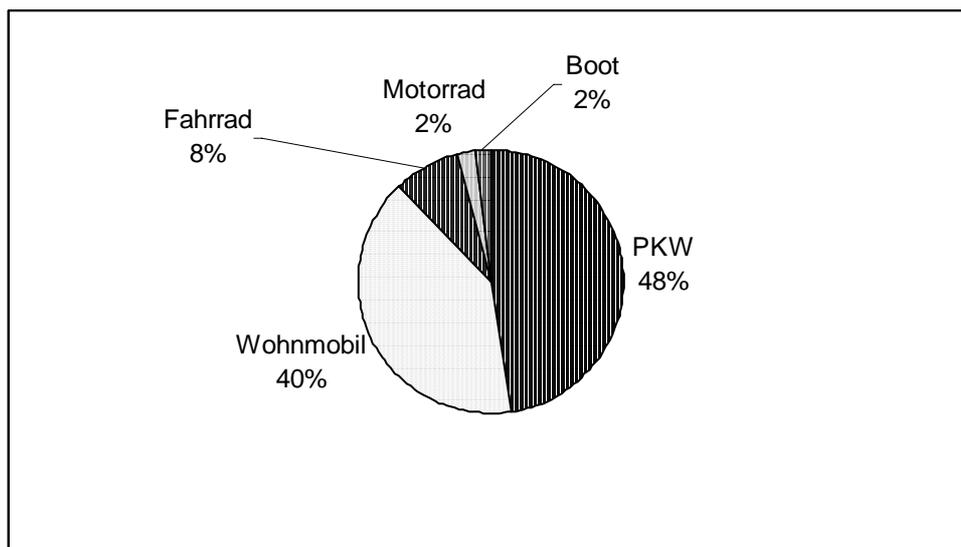
Bei der Abfrage der Zufriedenheit mit einzelnen Sehenswürdigkeiten oder Service-Einrichtungen in Bergkamen kam es überproportional oft zu keinen Angaben aus Unkenntnis der Einrichtungen - insbesondere bei den Befragungen am Wohnmobilhafen und in der Marina Rünthe. Einrichtungen wie das Stadtmuseum, die Bergehalde, die Ökologiestation oder die Salzgrotte wurden hier nur in Einzelfällen bewertet. Die Bewertung fiel überwiegend sehr gut bis gut aus. Ausreißer nach unten sind die Besichtigungsmöglichkeiten, die zwischen „befriedigend und ausreichen“ liegen. Die Einzelbewertungen im Schulnotensystem sind in der Anlage dokumentiert.

93 % der Befragten würden einen Besuch Bergkamens weiter empfehlen, 6 % nicht. Damit wird deutlich, dass die Gäste sich in Bergkamen wohl fühlen und den Standort attraktiv finden.

Anreise

47 % der befragten Gäste waren mit dem PKW angereist, 40 % mit dem Wohnmobil, 8 % mit einem Fahrrad, 2 % mit dem Motorrad und 2 % mit Boot. Hier wird der Standortvorteil Bergkamens durch die gute Erreichbarkeit im Kreuz der Autobahnen A 1 und A 2 deutlich, den es zu nutzen gilt. Insbesondere Wohnmobilsten nutzen Bergkamen als Pausenstation auf längeren Nord-Süd-Strecken. Für diese Gäste gilt es Angebote zu entwickeln, die zu einer Verlängerung der Aufenthaltsdauer führen.

Abbildung: Anreise der befragten Gäste (Verkehrsmittel)

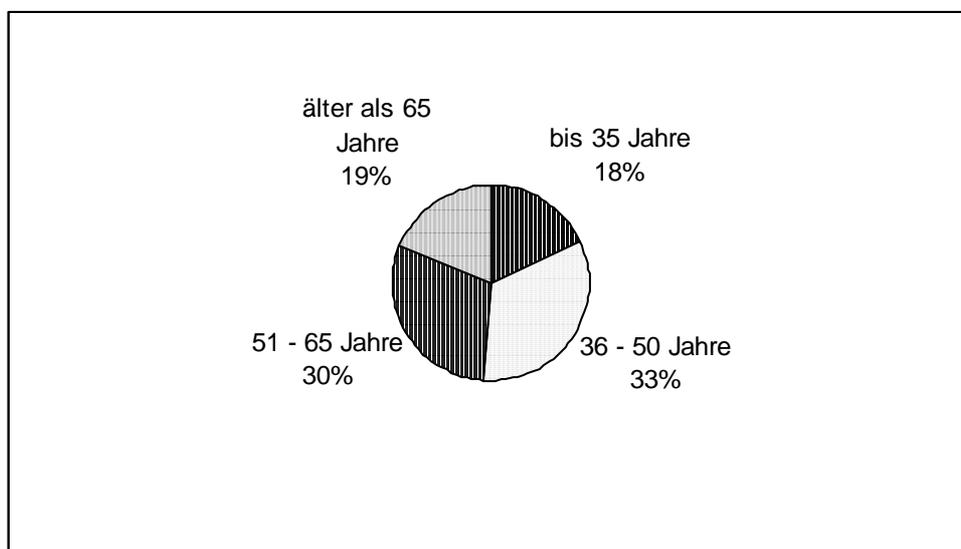


Gästestruktur

87 % gaben an, mit Familie oder Partner unterwegs zu sein, 10 % mit Freunden/Bekanntem und 3 % allein. Somit scheint es erforderlich, gezielt Angebote für Familien und Paare anzubieten, um der vorhandenen Gästestruktur Rechnung zu tragen.

Die Altersstruktur der Befragten ergab, dass 19 % der Befragten älter als 65 Jahre waren, 30 % zwischen 51 und 65 Jahren und 33 % zwischen 36 und 50 Jahren. 31 % der Befragten waren Rentner und 58 % waren berufstätig. Dieses macht deutlich, dass bei der Besucherwerbung ein deutliches Gewicht auf Senioren gelegt werden sollte, da diese Personengruppe insbesondere in der Marina Rünthe stark vertreten ist. Der Anteil an männlichen und weiblichen Befragten war relativ ausgewogen.

Abbildung: Altersstruktur der befragten Personen



Zusammenfassend lässt sich feststellen, dass die Gäste sich in Bergkamen wohlfühlen, ihren Besuch einer Einrichtung (hauptsächlich der Marina Rünthe) aber nicht mit dem Besuch anderer Attraktionen in der Stadt verbinden. Dieses beruht hauptsächlich auf fehlenden Informationen und Besucherlenkungssystemen (Ausschilderung, etc.).

Es erscheint aus diesem Grund absolut notwendig, die Gäste, die sich bereits in der Stadt aufhalten, umfassend über das Angebot vor Ort zu informieren, z.B. über eine touristische Veröffentlichung, die an allen Sehenswürdigkeiten und Einrichtungen ausliegen muss. Die Information der Gäste zielt ab auf eine Erhöhung der Aufenthaltsdauer und eine Verstärkung des touristischen Umsatzes vor Ort.

Basierend auf diesen Erkenntnissen wurde die Broschüre „Bergkamen – Lust auf Entdecken und Erleben“ (Punkt 3.) erstellt und das buchbare Angebot „Bergkamen entspannt genießen“ (Punkt 4.) entwickelt.

3. Broschüre „Bergkamen – Lust auf Entdecken und Erleben“

Diese neue Broschüre ist ein Ergebnis der durchgeführten Gästebefragung. In ihr wurden die wichtigsten touristischen Angebote zusammen gefasst und optisch ansprechend aufbereitet.

Die Broschüre wird bei touristischen Messen, wie z.B. BOOT, NRW-Tag, usw., und bei städtischen Großveranstaltungen mit überregionalem Einzugsbereich, wie dem Hafenfest, ausgelegt. Ziel ist hierbei primär die Gewinnung neuer Gäste und die Verbesserung des Außenimages der Stadt.

Zudem wird die Broschüre in den touristisch interessanten Einrichtungen ausliegen. Sie soll die Gäste dazu animieren, weitere interessante Angebote in der Stadt zu nutzen und ihre Aufenthaltsdauer zu verlängern.

4. Buchbares touristisches Angebot „Bergkamen entspannt genießen“

Bestandteil der Broschüre „Bergkamen – Lust auf Entdecken und Erleben“ ist ein Wochenend-Paket, welches über Vehling Reisen buchbar ist. Damit ist das erste buchbare touristische Produkt mit ausschließlich Bergkamener Leistungsträgern auf dem Markt. Dieses Reiseangebot wird neben der Broschüre auch auf der städtischen Internetpräsenz beworben. Anhand dieses Angebotes soll getestet werden, wie attraktiv Gäste solch eine Zusammenstellung von Leistungen finden und ob die Streuung der Information über Broschüre und Internet ausreicht, um potenzielle neue Gäste zu erreichen.

Die Erkenntnisse, die hierbei gewonnen werden, sollen bei der Entwicklung weiterer buchbarer Angebotspakete Berücksichtigung finden.

5. Wegweisung Infoterminal Marina Rünthe

Im Rahmen der Gästebefragung wurde deutlich, dass das touristische Informationsangebot in der Marina Rünthe in Form des Selbstinformationsterminals am Hafenplatz von den Besuchern oftmals nicht wahrgenommen wird. Diesen Zustand gilt es durch entsprechende Hinweisschilder zukünftig zu verbessern. Damit soll die Nutzung des Terminals verstärkt werden und die in der Marina ankommenden Gäste sollen auch zu den anderen touristisch interessanten Punkten im Stadtgebiet geleitet werden.

6. Stadtplan-Informationstafel Marina Rünthe

Im Eingangsbereich des Westfälischen Sportbootzentrums – Marina Rünthe (Standort: Hafenweg Ecke Wohnmobilhafen) wird nach der Frostperiode Anfang 2010 eine beleuchtete Informationstafel aufgestellt, die mit dem Stadtplan und aktuellen Veranstaltungsplakaten bestückt werden wird. Somit können sich die in der Marina ankommenden Gäste orientieren und sie werden auf andere lohnenswerte Ziele im Stadtgebiet aufmerksam gemacht.

7. Touristeninformation

Über das touristische Informationsterminal und die Stadtplan-Informationstafel hinaus wäre auch ein Touristeninformationsbüro in der Marina Rünthe denkbar. Viele Besucher zögern nach wie vor, technische Hilfsmittel in Anspruch zu nehmen und bevorzugen eine individuelle, persönliche Beratung bzw. einen Anlaufpunkt, bei dem Prospekte und Informationen zur Verfügung stehen. Mittelfristig ist dieser Ansatz unter Berücksichtigung der Haushaltssituation der Stadt Bergkamen zu prüfen.

In einem ersten Schritt soll im Rahmen einer Kooperation mit dem Betreiber des Wohnmobilhafens stundenweise am Wochenende während der Reisesaison ein touristischer Anlaufpunkt auf dem Wohnmobilstellplatz in Form einer einfachen Holzhütte geschaffen werden. Der Betreiber des Wohnmobilhafens wird dort Informationsmaterial zur Verfügung stellen, Radkarten und Werbemittel verkaufen und persönlich Auskunft zu möglichen Freizeitaktivitäten geben.

ten bzw. Sehenswürdigkeiten erteilen. Dieser Service soll nicht nur den Wohnmobilisten sondern allen Besuchern der Marina Rünthe offen stehen. Zudem ist angedacht, dass dort ein kleiner Fahrradverleih angesiedelt wird.

8. Gästehaus Marina Nord

Nach der Umbauphase wird im April 2010 das Gästehaus mit dem neu angelegten Zeltplatz seinen Betrieb wieder aufnehmen. Durch die Anhebung des Standards werden zukünftig auch andere Zielgruppen, wie z.B. Fahrradtouristen, angesprochen. Der Betrieb des Gästehauses und des Zeltplatzes wird durch einen Pächter erfolgen. Die Stadtverwaltung befindet sich derzeit in Verhandlungen mit entsprechenden Bewerbern. Die Übernachtungspreise werden sich anlehnen an den marktüblichen Preisen vergleichbarer Häuser/Zeltplätze.

Eine aktiveres Marketing als in der Vergangenheit soll den Bekanntheitsgrad des Hauses sowie die Gästezahl erhöhen.

9. Touristikbörse im Rahmen des Hafenfestes

Nachdem bereits in 2009 die Anzahl der touristischen Aussteller im Rahmen des Hafenfestes gesteigert werden konnte, wird in 2010 die sogenannte „Touristikbörse“ weiter ausgebaut. Den touristischen Leistungsträgern aus Bergkamen, die aufgrund ihrer Betriebsgröße keinen eigenen Messestand aufbauen und personell betreuen können, wird angeboten, gegen einen überschaubaren finanziellen Beitrag in einem gemeinschaftlichen Infozelt ihre Prospekte auszulegen und damit ihre Produkte bekannt zu machen.

10. Organisatorischer Rahmen: Verein „natürlich Bergkamen e. V.“

Im Rahmen des Stadtmarketingprozesses wurde die generelle Frage nach geeigneten Organisationsformen für die Bereiche Stadtmarketing, Wirtschaftsförderung und Tourismus aufgeworfen. Hier kämen eine Gesellschaft mit beschränkter Haftung, ein Verein, eine eingetragene Genossenschaft oder der Verbleib der Bereiche in der Stadtverwaltung in Betracht.

Nach Prüfung der Handlungsempfehlungen für die zukünftige Prozessgestaltung des Stadtmarketings in Bergkamen der Studierendengruppe „Geoprojekt“ im Wintersemester 2008/2009 am Fachbereich Geowissenschaften der Westfälischen Wilhelms-Universität Münster sowie der durch Befragung von Vergleichskommunen gewonnenen Erkenntnisse kann festgestellt werden, dass für die gelungene Umsetzung von Maßnahmen des Stadtmarketings der Entwicklungsprozess als solcher sowie die Beteiligung der diversen Akteure vor Ort maßgeblich ist. Daher wird erwogen, speziell für touristische Fragestellungen die Gründung eines Vereins „natürlich Bergkamen e. V.“ voran zu treiben. Hier sollen die Interessen aller Beteiligten wie Gewerbetreibende, politische Akteure, Vereine sowie interessierte Privatpersonen gebündelt werden. Die Stadt Bergkamen soll die Geschäftsführung übernehmen. Aufgabe dieses Vereins wäre die Stärkung des Tourismus in Bergkamen und Weiterentwicklung der in dieser Vorlage formulierten gedanklichen Ansätze.

Beschlussvorschlag:

Der Ausschuss für Stadtentwicklung, Strukturwandel und Wirtschaftsförderung nimmt die Vorlage Drucksache Nr. 10/0168 zur Kenntnis und befürwortet die getroffenen Handlungsempfehlungen.