

Weserbergland Tourismus e.V.

Auf dem Weg in die Zukunft

Weserbergland Tourismus e.V.
Petra Wegener, Geschäftsführerin

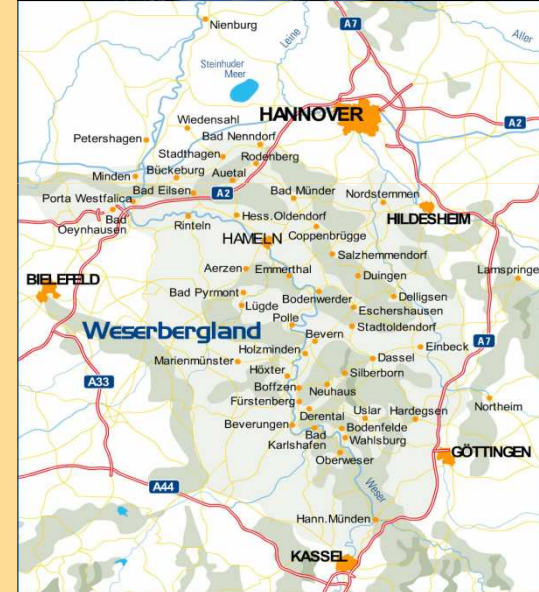
19. November 2009



WESERBERGLAND

Aufgaben & Ziele

- Der Weserbergland Tourismus e.V. (WT) gegründet 1902
- 76 Mitglieder (Stand Oktober 2009)
- Hann. Münden bis Porta Westfalica (über 3 Bundesländer, 9 Landkreise)
- Bündelung der Angebote und Informationen unter der Dachmarke Weserbergland
- Positionierung der touristischen Angebote auf dem nationalen und internationalen Markt



WESERBERGLAND

Rahmenbedingungen für den Tourismus

- Die Anforderungen an den Tourismus sind erheblich schwieriger geworden (Preis/Leistungsverhältnis, Qualitätsbewusstsein, Individualisierung, hoher Wettbewerb)
- Zunehmend finanzieller Druck für die gesamte Tourismuswirtschaft im Weserbergland
- Sinkende Wettbewerbsfähigkeit und Überalterung der Infrastruktur
- Der Markt fordert ein hohes Maß an Kreativität, Professionalität und zunehmend höhere Investitionen in Hard- und Software.

Rückblick

Wir schreiben das Jahr 2001...

- dramatische Rückgänge der Übernachtungszahlen in der Region
- Rahmenbedingungen zunehmend schwieriger für Tourismus
- keine regionalen touristischen Produkte
- keine touristische Strategie
- kein Dachmarketing unter Weserbergland
- keine Anerkennung durch die Mitglieder

und heute?

Wir schreiben das Jahr 2009

- die Zahlen haben sich konsolidiert und steigen wieder
- das Weserbergland hat sich als touristische Region aufgestellt
- über die Dachmarke Weserbergland positioniert sich die Region erfolgreich auf nationalen und internationalen Märkten
- inzwischen werden marktfähige Produkte erstellt und vertrieben

Der Weg in die Zukunft

Zukunftskonzept „Tourismus im Weserbergland 2015“

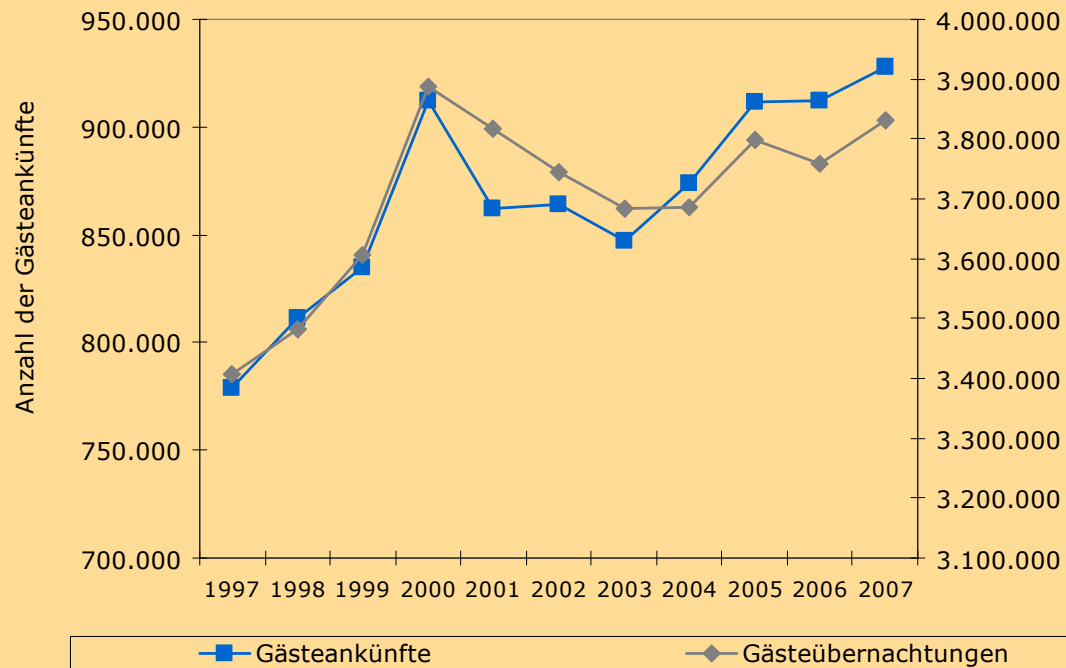
Europäisches Tourismus Institut (ETI), Trier
Prof. Dr. Heinz-Dieter Quack



- **Ist-Analyse**
- **Kritische Hinterfragung:**
Umsetzung und Bewährung der bisherigen Schwerpunktthemen
- **Identifikation von Entwicklungspotentialen**
- **Entwicklung von Strategien und Maßnahmen zur Steigerung der Wettbewerbsfähigkeit**

Weserbergland auf Erfolgskurs

Bilanz



Ankünfte 928.004
Übernachtungen 3,87 Mio

Anstieg AN 1997-2007 = 19%
Anstieg ÜB 1997-2007 = 12%

Ø Bettenauslastung = 43,4%

Bettenkapazitäten
1997-2007 = -14%

Tourismusintensität Im WBL
(ÜB pro Einwohner) = 5,67

Wirtschaftliche Effekte

Übernachtungen (gewerblich)	ca. 3,9 Mio.
Übernachtungen (nicht gewerblich)	ca. 2,5 Mio.
Übernachtungen Camping	273.000
Tagesausflügler	26,4 Mio.
Bruttoprimärumsatz gesamt	1,5 Mrd. €
Vollzeitarbeitsplätze	30.200
Einnahmen der Kommunen	min. 32. 300.000 €

Weserbergland: Region „stuck in the middle“

WESERBERGLAND



Attraktive naturräumliche Potenziale

Quantitativ gute Ausstattung mit Freizeit-, Kultur-, Beherbergungs- und Gastronomieangeboten

Hohes touristisches Potenzial

Kooperativ entwickelte Konzepte und Strategien

Erheblich tourismusinduzierte Wertschöpfung

Wenig Erkenntnisprobleme

In der Fläche ästhetisch selten wertvolle Ortsbilder

Geringes durchschnittliches touristisches Erlebnis- und Qualitätsniveau

Geringes Zutrauen der Akteure in die eigene Attraktivität

Bruchstückhafte Umsetzung

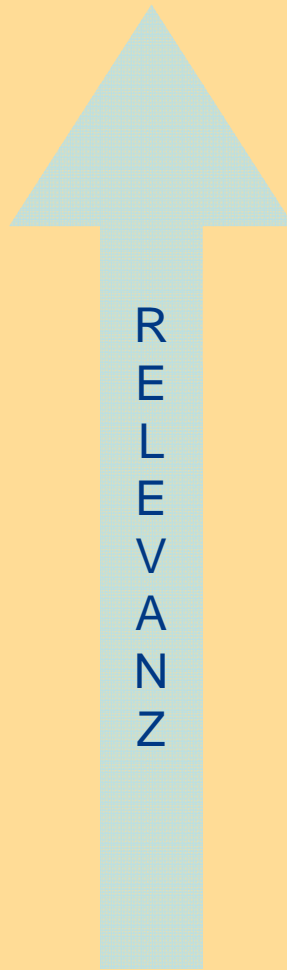
Partielle Anerkennung seitens der öffentlichen Hand

Handlungsdruck

Touristische Stärken und Schwächen der Region

STÄRKEN +

- Städte
- Weserradweg
- Weserbergland(schaft)
- Kultur
- Vielfältiges Angebot
- Wandern (Potenzial)
- Lage
- Marketing
- Bereitschaft zur Entwicklung



SCHWÄCHEN -

- Interne Kommunikation „WIR“
- Qualität
- Produkte
- Marketing
- Mangelnde Kooperation
- Infrastruktur
- Image

Regionale Positionierungsthemen

Volumenmärkte	1	WESERRADWEG		Querschnittsthema
	2	WESERBERGLAND-WANDERWEG		4
Potenzieller Markt	3	(HISTORISCHE) STÄDTE		<p>QUALITÄT</p>  

Modellhafte Darstellung zur Umsetzung des Zukunftskonzeptes „Tourismus im Weserbergland 2015“

Umsetzung Zukunftskonzept Tourismus im Weserbergland 2015

1. Säule	2. Säule	3. Säule	
Ausbau Serviceagentur Weserbergland Tourismus e.V.	Regionale Produkt- entwicklung - Wandern - Radwandern	Touristische Entwicklungs- aufgaben der Orte bzw. touristischen Informations- stellen	Aufgabe
- Produktmanager Rad/ Wandern - Qualitätsentwicklung - Marketing/Vertrieb	Weserbergland-Weg: Infrastruktur und Planungsleistungen Weser-Radweg: Infrastruktur und Planungsleistungen	- Qualitätsentwicklung - Produktentwicklung - Marketing - ggf. IKZ-Entwicklung	Inhalte
Anschubförderung über 2 Jahre in Aussicht gestellt	Förderung zu 50 % der Kosten aus EFRE- Tourismus in Aussicht gestellt	Förderung ist im Einzelfall zu prüfen; bei Infrastruktur- maßnahmen z.T. aus Leader, ZILE und EFRE möglich	Förderung

Entwicklungsaufgaben im Landkreis Holzminden

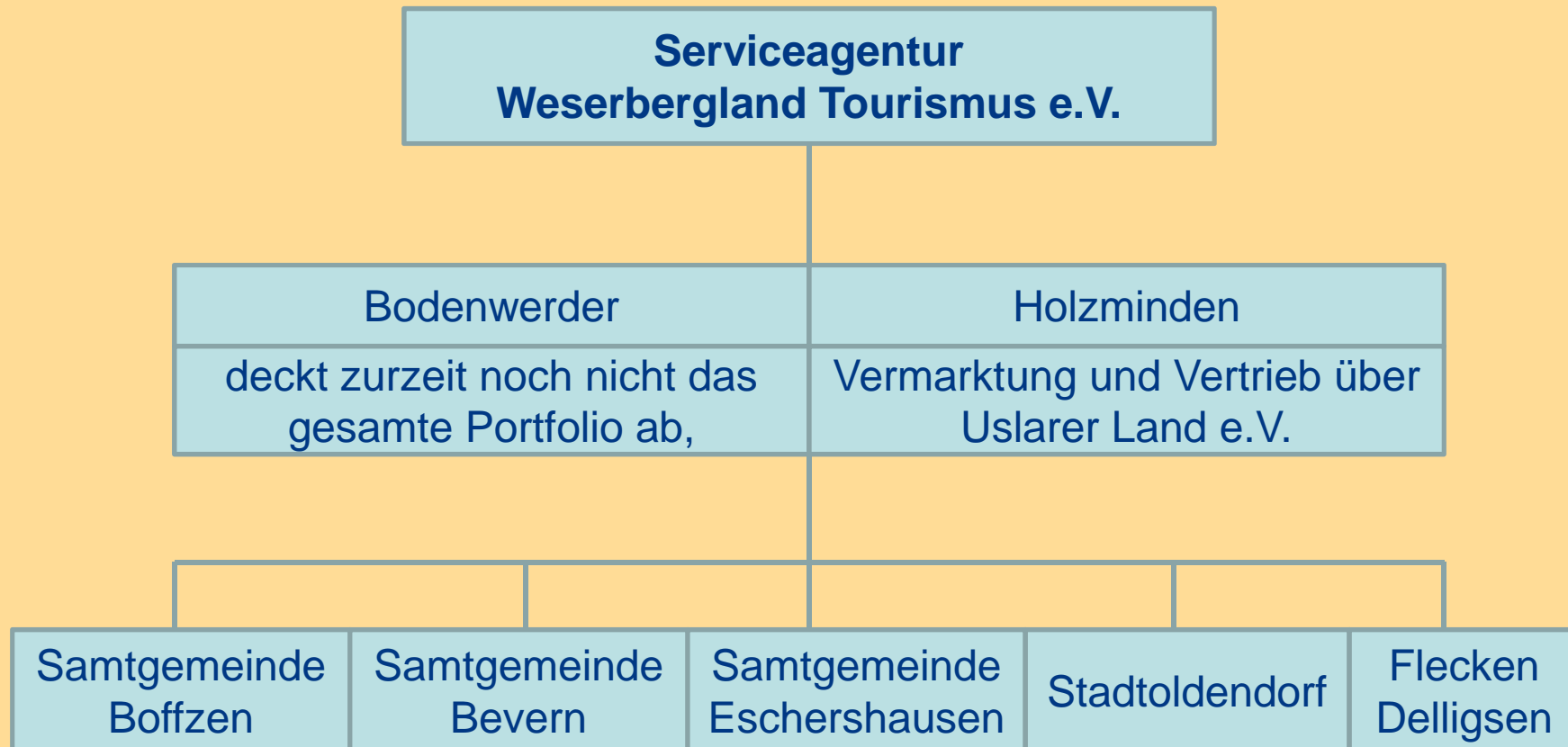
- Überprüfung der touristischen Strukturen vor Ort
- Fortschreibung der touristischen Entwicklungsziele auf örtlicher Ebene
- Angebotsentwicklung, Marketing sowie Verkaufsabwicklung/ Vertrieb unter Berücksichtigung der regionalen und örtlichen Schwerpunkte
- Qualitätsentwicklung in Bezug auf die
 - Professionalisierung der Tourist-Informationen
 - Entwicklung der touristischen Angebote
 - touristischen Leistungsträger (Beherbergung, Gastronomie, sonstige Anbieter)
- Zusammenarbeit von touristischen Orten in Form von interkommunalen Kooperationen zur Schaffung leistungsfähiger Tourismusorganisationen

Die mit diesen örtlichen Aufgaben verbundenen Handlungsprogramme und Kosten sind vor Ort aufzuarbeiten und in Abstimmung mit dem WT umzusetzen.

Umsetzung im Landkreis Holzminden

- Ist-Analyse der Situation im Landkreis Holzminden
- Leistungsportfolio der touristischen Strukturen kritisch prüfen
- Definition und Profilierung von leistungsfähigen Einheiten
- Kooperationen über IKZ-Gründung

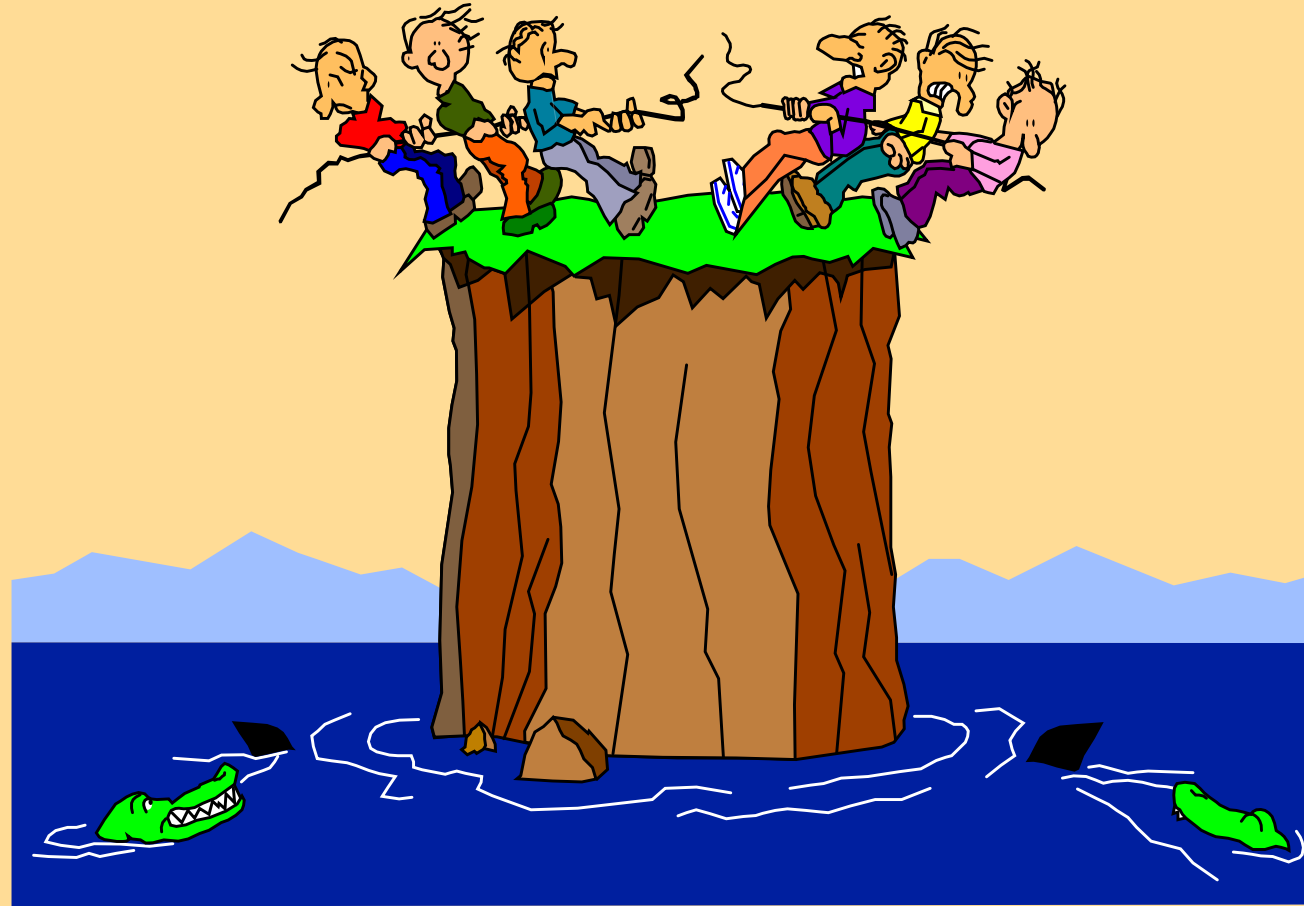
Zukunftsmodell Landkreis Holzminden



Fazit

- ▶ Weserbergland ist eine Region „stuck in the middle“
- ▶ Mit den entwickelten Leitlinien (gemeinsam mit zentralen Akteuren) kann das Weserbergland aus dieser Position „zwischen den Stühlen“ herausgeführt werden
- ▶ Verschaffung der Position (im Jahr 2015), die das Weserbergland gemessen an ihrem Potenzial und dem Engagement der Akteure verdient:
 - **Qualitätsführerschaft in wesentlichen, volumenorientierten Segmenten im Deutschlandtourismus (Radfahren, Wandern)**
- ▶ Verschärfung der bestehenden Probleme durch die aktuelle Wirtschaftskrise
 - Erhöhung des Handlungsdrucks
- ▶ Nachhaltig erfolgreiche Tourismusarbeit erfordert Mut zur Einsicht der Notwendigkeit des Kurshaltens
- ▶ Freiwillige Verpflichtung der Akteure im Weserbergland zu diesem Kurs (Strategietagung)
- ▶ Halten des eingeschlagenen Kurses → zielführende und wertschöpfende Entwicklung der Region Weserbergland

Ziehen Sie an einem Strang!



WESERBERG
LANE