

Management Summary

Tourismusentwicklungs- konzept für das indeland



 **indeland**
ich. see. zukunft.



18. November 2022

Erstellt für:

indeland Tourismus e.V.

Frau Sabine Spohrer (Geschäftsführung)

Bismarckstr. 16, 52351 Düren

Geschäftsführer:

Dipl.-Kfm. Cornelius Obier

Wissenschaftliche Leitung:

Prof. Dr. Heinz -Dieter Quack

Büro Hamburg

Steinhöft 9

20459 Hamburg

Tel. 040.4 19 23 96 0

Fax 040.4 19 23 96 29

hamburg@projectm.de

Büro München

Brienner Str. 45a-d

80333 München

Tel. 089.614 66 08 0

Fax 089.614 66 08 5

muenchen@projectm.de

Kontakt:

Prof. Dr. Heinz-Dieter Quack

heinz-dieter.quack@projectm.de

www.projectm.de



 **indeland**
ich. see. zukunft.



1. Anlass und Hintergrund

„Das indeland ist eine Region mit außergewöhnlichen Perspektiven.“ (indeland.de). Der Strukturwandel im Rheinischen Revier prägt die wirtschaftlichen Bedingungen der Region – er wird darüber hinaus aber Möglichkeiten eröffnen den Lebensraum als Ganzes neu zu denken und zu gestalten. Der Freizeit- und Tourismussektor kann ein wichtiger Treiber im Strukturwandel sein: Als bedeutender Wirtschaftsfaktor, als Imageträger oder als Motor der Lebensqualität. Durch die Stärkung des Freizeit- und Tourismussektors profitieren Einwohner, Arbeitnehmer und lokale Unternehmen – auch außerhalb des Tourismussektors. Insbesondere mit Blick auf wichtige Besucherfrequenzen und Kaufkraft aus dem Tourismus schafft der Tages- und Übernachtungstourismus eine wichtige Grundlage, um den Freizeit-, Kultur- und Erlebniswert für das indeland zu erhöhen sowie Kultur, Identität und lokale Besonderheiten zu fördern.

Tourismusentwicklung ist aber kein Selbstläufer. Immer schneller wirkende Trends und Veränderungen im Nachfrageverhalten sowie die Digitalisierung der touristischen Dienstleistungskette erfordern im steigendem Aufmerksamkeits- und Erlebniswettbewerb eine gute strategische Grundlage und einen starken Schulterschluss kommunaler und privatwirtschaftlicher Akteure. Nur so ist sicherzustellen, dass Ressourcen nachhaltig und aufeinander abgestimmt investiert und mit größtmöglicher Impulswirkung effektiv eingesetzt werden.

Für die Freizeit- und Tourismusentwicklung bietet der Strukturwandel im indeland eine einzigartige Kulisse, die entsprechend aufzuarbeiten ist. Die aktive Steuerung des Strukturwandels ist die zentrale Aufgabe in den nächsten Jahren. Die Entwicklungsgesellschaft indeland GmbH ist dabei der Motor des Strukturwandels und gemeinsam mit dem indeland Tourismus e.V. in der Verantwortung, einen kooperativen, aber auch zielstrebigem Entwicklungsprozess zu initiieren.

2. Durchgeführte Analysen

Im Anschluss an das Tourismusentwicklungskonzept von 2015 beauftragte der indeland Tourismus e.V. 2021 die Project M GmbH mit der Fortschreibung des Tourismusentwicklungskonzeptes. Dies umfasst vielfältige aufeinander aufbauende Arbeitsschritte. Auf Basis der Analyse der Ausgangssituation und der Potentiale für den Tourismus in der Region wurden relevante Trends und Entwicklungen in Expertengesprächen berücksichtigt. Die wesentliche Idee des Tourismusentwicklungskonzepts ist die gemeinsame Erarbeitung einer Positionierungs- und Entwicklungsstrategie. In Form von vier Fachgremiensitzungen und einer Zukunftswerkstatt auf Burg Obbendorf wurden die Analyseergebnisse mit den lokalen Tourismusexperten reflektiert und konkretisiert, sodass im Ergebnis konkrete Handlungsmaßnahmen für eine nachhaltige und zukunftsorientierte Entwicklung des indelands entstanden.

Die Details der Analysen können dem Chartbericht entnommen werden.



3. Analyseergebnisse

Die Betrachtung der Ausgangssituation für den Tourismus im indeland ist erheblich von den laufenden und geplanten Infrastrukturprojekten geprägt. Eine zentrale Entwicklungsvision ist die Schaffung eines attraktiven Freizeitraums um den befüllten Indesee. In diesem langen Zeithorizont gilt es aber bereits jetzt und in der Zwischennutzung Erlebnisse für die Einheimischen und Gäste zu ermöglichen. Umso wichtiger ist es, die Geschichte des Wandels im indeland noch stärker zu kommunizieren und insbesondere die Möglichkeiten und den Mehrwert der Zwischennutzung transparent zu machen. So sind neben dem Indesee auch kurzfristigere Projekte vielversprechend, wie das Welcome Center am Indemann, die Ferienhaussiedlung Blausteinsee, das Gut Müllenark, das Eingangstor Sophienhöhe oder das InfoCenter Linnich. In Anbetracht der Infrastruktur- und Entwicklungsprozesse muss sich ein Tourismusentwicklungskonzept ebenso den verschiedenen Zeithorizonten annehmen und in einer frühen Phase der Destinationsentwicklung nach innen gerichtete Impulse setzen. So sprachen sich die Teilnehmer des Fachgremiums für folgende Leitlinien im weiteren Entwicklungsprozess aus:

- Konzeptionelle Ideen der indeland GmbH aufgreifen
- Transfer der indeland-Idee auf den Tourismus
- Destinationsentwicklung als kollektive Aufgabe
- Abgestimmte Entwicklung (touristischer) Infrastruktur
- Einbettung und Positionierung im Rheinischen Revier

Die nachfolgenden Ergebnisse basieren auf den Analysen von Project M, die gleichfalls die Arbeitsergebnisse der Fachgremien und der Zukunftswerkstatt enthalten, als auch Kernaussagen der Expertengespräche sowie der regionalen Analysen.

3.1 SWOT-Analyse

Insgesamt bietet das indeland vielsprechende Voraussetzungen, um die Potenziale der Region für den Freizeit- und Tourismussektor stärker herauszustellen und diesen zukunftsgerecht zu entwickeln. Dies wird auch durch die Nennung vielfältiger Chancen unterstützt. Herauszuheben sind Chancen bezüglich der Lage, der geplanten Infrastrukturprojekte und dem Thema der Transformation. Demgegenüber stehen Risiken in der kleinteiligen Zuständigkeit oder der frühzeitigen Mitnahme der Akteure. Grundsätzlich sind mit einer Tourismusentwicklung auch entsprechende Initiativen in der touristischen und der tourismusnahen Infrastruktur voranzubringen, z.B. Verknüpfung der Attraktionen mit ÖPNV oder Qualitätssteigerung des Beherbergungsangebots.

3.2 Zukunftsbild indeland 2030 und Entwicklungsleitlinie

Die SWOT-Analyse zeigt den Status quo des Tourismus im indeland. Eine solche Analyse unterliegt auch einer gewissen Dynamik und Betrachtungsperspektive. Ein umfangreiches



Zukunftsbild wurde während der Zukunftswerkstatt erstellt und verleiht der Tourismusentwicklung weitere Prioritäten und eine stärkere Fokussierung. Hierbei stehen folgende Beschreibungen im Vordergrund: „einzigartig“, „grün“, „nachhaltig“, „erholsam“, „visionär“, „wissend“ oder „wandlungsfähig“.

Die anschließende **Entwicklungsleitlinie** verdeutlicht die zentralen nach innen gerichteten Grundlagen für die zukünftige Ausrichtung der Tourismusentwicklung. Die Formulierung dieser Entwicklungsleitlinie wurde in einem mehrstufigen Verfahren aus fachlicher und praktischer Perspektive gefestigt.

„Der Tourismus im indeland greift den Strukturwandel im Rheinischen Revier auf und verstärkt ihn durch eine partizipative und zukunftsorientierte Entwicklung als Lebens-, Arbeits- und Erlebnisraum.“

*Die energetische Transformation im Indeland ist einzigartig - dies wird kommuniziert, sichtbar und unmittelbar erlebbar gemacht. Die Entwicklungsphasen über den zukünftigen Indesee hinaus verlangen ein koordiniertes Regional- und Destinationsmanagement, das Partizipation, Infrastrukturentwicklung, Baukultur und Kommunikation gemeinsam vorantreibt. In Ergänzung zu den bestehenden Attraktionen werden nachhaltige Infrastrukturen und innovative Angebote entwickelt, um die Voraussetzungen für den Tourismus von Morgen zu schaffen und bereits heute einmalige Erlebnisse für die Einwohner*innen und Gäste zu bieten.“*

3.3 Strategien

Die SWOT-Analyse und die Entwicklungsleitlinie bieten die Basis für die Ableitung von Strategien. Diese Analysen verdeutlichen, dass im indeland zunächst eine interne Entwicklung Priorität gegenüber einem verstärktem Tourismusmarketing hat. In diesem Sinne sind auch Zuständigkeiten, Organisation und Schwerpunkte der Freizeit- und Tourismusentwicklung zu klären, wie z.B. die Koordination mit den angrenzenden Destinationen im Rheinischen Revier oder die Positionierung im NRW-Tourismus.

Daraufhin wurden vier Strategien abgeleitet (siehe auch Strategiekarte):

- ➡ **Tourismus- und Gastgeberbewusstsein:** Bewusstsein dafür schaffen, dass Tourismus ein Wirtschaftsfaktor ist und dass die Leistungsträger und die Bevölkerung als Gastgeber gegenüber den Gästen agieren und deren Urlaubserlebnis beeinflussen.
- ➡ **Innovation und Produktentwicklung:** Für einen zukunftsorientierten Tourismus gelten innovatives Denken und Handeln als besonders wichtig. Der Strukturwandel im indeland bietet die Kulisse für kreative und neue Erlebnisse, welche die energetische Transformation aufgreifen.
- ➡ **Lebensraumentwicklung und Freizeit:** Die Einheimischen rücken als Anspruchsgruppe in den Vordergrund. Sie teilen sich den geographischen Raum mit den Gästen und können die touristischen Leistungen und Attraktionen im gleichen Maße nutzen wie

die Gäste. Es gilt, die jeweiligen Interessen zu vereinen und für die jeweilige Nutzung zu sensibilisieren.

- ➔ **Politische Rahmenbedingungen:** Vor dem Hintergrund der Infrastrukturprojekte und Fördermöglichkeiten sollten die Interessen des Tourismus konsequent bereits heute berücksichtigt werden. Darüber hinaus geht es darum, die Wettbewerbsfähigkeit des Tourismus systematisch zu fördern.

3.4 Leitgeschichte und Zielgruppen

In Vorbereitung einer Marketingstrategie hat sich bereits eine übergreifende Geschichte für das indeland herausgebildet:

Vom Tagebau zum See: Das indeland gestaltet den Wandel zum Lebensraum. Hier können Sie die Geschichte und Zukunft der Energiegewinnung erleben.

Diese Geschichte kann den Rahmen für die kurzfristige Produktentwicklung bieten, ist allerdings in einem Markenprozess weiter zu präzisieren. Die Unique Selling Proposition für das indeland ist die energetische Transformation mit ihren erlebbaren Entwicklungsphasen. Hierauf zählen Themen ein wie Umweltbewusstsein, Natur & aktiv, Technologie, Rekultivierung, Bildung, Forschung, Kultur & Geschichte, Events oder Geologie.

Das Fachgremium hat sich fortwährend für den Fokus auf einheimische und junge Zielgruppen eingesetzt. Junge Zielgruppen sollen im Strukturwandel von Anfang an mitgenommen werden, aber auch etablierte Zielgruppen im Geschäftstourismus, wie Monteure, bieten weiterhin eine verlässliche Einkommensquelle. Eine weitere Zielgruppenkonkretisierung ist mit den Sinus Milieus® möglich. Hierbei sind ökologisch-orientierte und expeditiv Milieus als Leitzielgruppen für das indeland zu berücksichtigen.

3.5 Aufgaben

Die Zukunftsvisionen und Strategien sind mit entsprechenden Aufgaben in der Umsetzung zu unterstützen. Das Fachgremium und die Zukunftswerkstatt haben die Aufgaben für ein zukünftiges Destinationsmanagement skizziert. Im Vordergrund sollte eine strategische Entwicklung stehen, welche die Voraussetzung für eine dynamische und abgestimmte Destinationsentwicklung schafft. Dem folgen Netzwerk- und Angebotsentwicklung und schlussendlich die marktgerichtete Kommunikation im Marketing. Die jeweiligen Aufgabenfelder können weiter konkretisiert werden und mit Verantwortlichkeiten und Partnern versehen werden.

Der Prozess zum Tourismusentwicklungskonzept brachte weiterhin das Erfordernis einer zeitlichen Staffelung der Einführung neuer Aufgaben hervor. Diese sind auch an die Infrastrukturentwicklung zu binden, sodass Schritt für Schritt die neuen Infrastrukturen durch touristische Angebote und Vermarktung ergänzt, begleitet und gefördert werden können.



3.6 Maßnahmen

Circa 80 Maßnahmen wurden insbesondere in den World Cafés der Zukunftswerkstatt gesammelt. Zwischen den vier Strategiesträngen gibt es Überschneidungen, die bei der Maßnahmenplanung zu berücksichtigen sind. Die Maßnahmen decken die meisten Bereiche des Destinationsmanagement ab: Kommunikation, Vernetzung, Stärkung der Identität, Förderung der lokalen Potenziale, Zielgruppenansprache, Veranstaltungen, Beteiligung, Attraktionsentwicklung oder Finanzierung.

Im Fachgremium wurden folgenden Impulsmaßnahmen priorisiert:

- ➔ Lieblingsplätze
- ➔ indeland-Tag
- ➔ Öffentlichkeitsarbeit/ Kommunikation
- ➔ Markenprozess

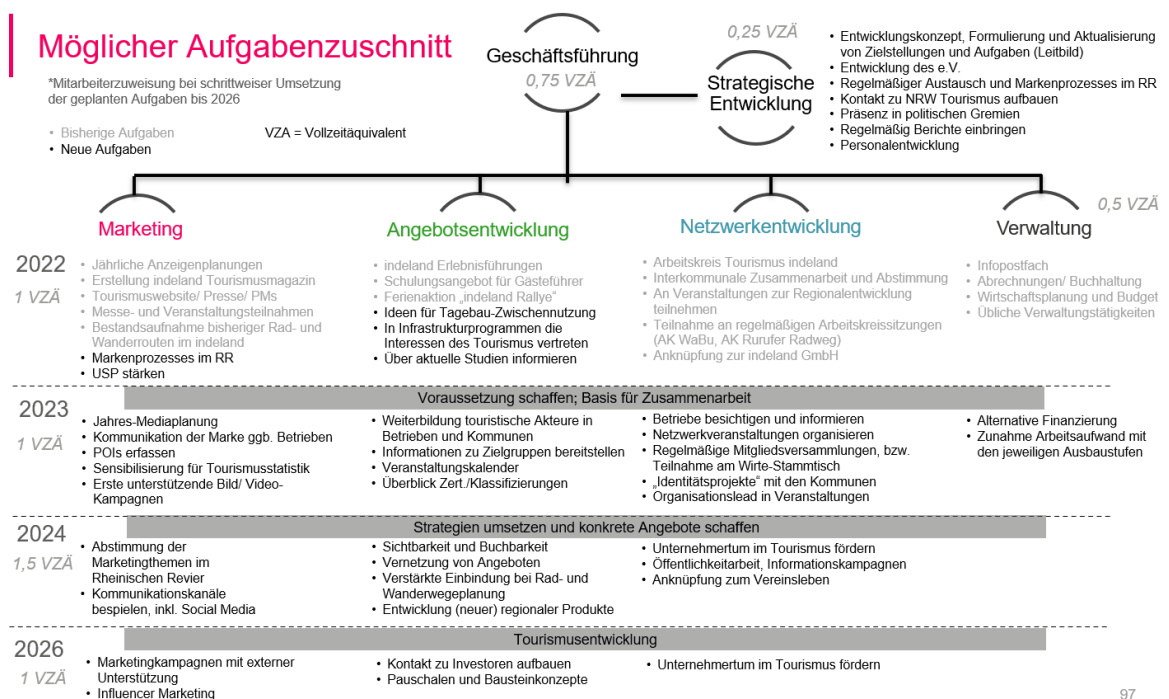
Die Umsetzung solcher Maßnahmen fordert eine weitreichende Koordination durch indeland Tourismus e.V. als zentrale Schnittstelle, ist aber ganz wesentlich auf die aktive Mitarbeit der Kommunen angewiesen.

Die vier Impulsmaßnahmen können bei entsprechender Unterstützung einen Vorbildcharakter für die zukünftige Zusammenarbeit im indeland haben. In einer frühen Phase der Destinationsentwicklung geht es insbesondere darum, lokale Ansprechpartner zu definieren, Kooperationsabläufe zu etablieren, und die Stärken dieser zu erkennen. Die weitere Ausgestaltung der Impulsmaßnahmen wird empfohlen.



4. Organisation: Zur Rolle des indeland Tourismus e.V.

Die genannten Aufgaben können von mehreren Akteuren getragen werden. Für das indeland bilden sich vier relevante Ebenen heraus: Die Landesebene mit Tourismus NRW definiert die übergeordneten Leitlinien der Tourismusentwicklung in NRW. Daran könnte sich in Zukunft eine entsprechend anerkannte DMO im Gefüge des Rheinischen Reviers (Kernrevier) anschließen. Dies würde eine ausreichende Größe und Attraktivität für die touristische Marktbearbeitung bieten. Auf der dritten Ebene ist das indeland angesiedelt. Hierbei ist auch das Selbstverständnis und die Position des indelands zu klären: Nicht als eigenständige und international relevante Destination, sondern als koordinierende Schnittstelle zu Leistungsträgern und lokalen Interessens. Somit sollte der indeland Tourismus e.V. mit den jeweiligen Verantwortlichkeiten befähigt und in seiner Vorreiterrolle im Rheinischen Revier gestärkt werden. Der indeland Tourismus e.V. fungiert als wichtiger Partner für die lokalen Leistungsträger, aber auch als Treiber und Kompetenzzentrum für die koordinierte Freizeit- und Tourismusentwicklung. Letzteres schließt erheblich die Interessensvertretung des Sektors in politischen Gremien branchenübergreifend ein. Zusammenfassend ist der indeland Tourismus e.V. als Koordinator in Freizeit und Tourismus unerlässlich, um eine Entwicklung überhaupt an den zahlreichen Schnittstellen anzustoßen. Mit fortschreitender Umsetzung neuer Attraktionen, Sehenswürdigkeiten und gastgewerblichen Angeboten steigt nicht nur die Besucherzahl im indeland, sondern damit zwangsläufig auch die Notwendigkeit der professionellen Steuerung und Weiterentwicklung des Tourismus. Daher liegt es auf der Hand, dass der Geschäftsstelle weitere Aufgaben zu übertragen sind, zu deren Erfüllung die personelle und budgetäre Ausstattung bis 2026 schrittweise angepasst werden muss. Um in Zukunft die hier vereinbarten Aufgaben sachgerecht erfüllen zu können, muss die Geschäftsstelle perspektivisch auf sechs Mitarbeiter*innen (VZA) anwachsen.





5. Umsetzungsplanung

Die Teilnehmer/innen der Fachgremien wurden mit der fachlichen Befugnis ausgestattet, Entwicklungen und Entscheidungen für die touristische Zukunft im Inland anzustoßen. Und so liegt die Umsetzung des Tourismusentwicklungskonzepts und der festgelegten Strategien in der Verantwortung vieler regionaler Akteure. Der Inland Tourismus e.V. hat hierbei eine leitende und koordinierende Funktion. Viele der festgelegten Maßnahmen benötigen jedoch die explizite Unterstützung der Kommunen. Diese Unterstützung lässt sich auch in den getroffenen Vereinbarungen wiederfinden:

1. Verfolgen der Entwicklungsleitlinie
2. Fokus auf die vereinbarten Strategien und Zielgruppen
3. Unterstützung des Inland Tourismus e.V. in seinen Aktivitäten
4. Sicherstellung einer aufgabenadäquaten Mittelausstattung und Qualifikation der touristischen Strukturen in den Kommunen

Daran anschließend können folgende Empfehlungen abgeleitet werden:

- ➔ Stärkere Verschränkung von Infrastrukturentwicklung mit touristischen Interessen
- ➔ Erweiterung der Ressourcen des Inland Tourismus e.V., um die entsprechenden Aufgaben im Netzwerkmanagement, der Produktentwicklung und dem Marketing wahrzunehmen.
- ➔ In Zusammenarbeit der Kommunen: Verstärkte Öffentlichkeitsarbeit und Kommunikation zum Strukturwandel im Inland: Welche Maßnahmen werden verfolgt? Welchen Nutzen haben die Maßnahmen und Infrastrukturen für die Bevölkerung?
- ➔ Die Freizeit- und Tourismusentwicklung ist nicht isoliert von anderen Branchen zu betrachten, sondern weiter zu verschränken, z.B. mit Regionalplanung, Innovation und Wirtschaftsförderung.