



Industrie- und Handelskammer
für Ostfriesland und Papenburg

Tourismuspolitisches Papier

der IHK für Ostfriesland
und Papenburg





Inhalt

Vorwort	3
Was jetzt zu tun ist	4
Ostfriesland und Papenburg – eine Region mit einer starken Tourismuswirtschaft	6
Touristischer Dreiklang – Inseln, Küste, Binnenland	8
Finanzierung und Organisation des Tourismus und politische Verankerung	13
Neue Trends und überregionale Planungen	18
Den Tourismus in Ostfriesland und Papenburg weiter stärken und gestalten	30



Industrie- und Handelskammer
für Ostfriesland und Papenburg

Ansprechpartner
Arno Ulrichs
Abteilungsleiter
Verkehr, Wirtschaftsförderung, Tourismus

Ringstraße 4 | 26721 Emden
Tel. 04921 8901-38 | Fax 04921 8901-9238
E-Mail: arno.ulrichs@emden.ihk.de
Internet: www.ihk-emden.de

Bildnachweise:

Common Wadden Sea Secretariat: Seite 27 oben links, 27 oben Mitte
Gemeinde und Kurverwaltung Juist: 14 oben rechts
Gemeinde Uplengen: 33 unten
Gerd Kaja: Umschlag vorne (oben und unten), 5 oben, 6 links, 10, 17 unten, 19, 21 oben, 22, 23, 25 oben, 30 oben, 34 oben und unten, 35 rechts
Großefehn Tourismus GmbH: 12 oben
Holger Heymann: 32
IHK für Ostfriesland und Papenburg: 3
Kurverein Neuharlingersiel: 12 unten rechts
Luftkurort Wiesmoor Touristik GmbH: 8 oben
Nationalparkverwaltung Niedersächsisches Wattenmeer: 25 unten, 26 links, 26 rechts
Ostfriesland Tourismus GmbH: 5 unten, 9, 11, 13, 14 unten, 15, 20, 21 unten, 24 unten, 27 unten, 28 unten, 29 oben, 31, 33 oben, 35 links, Umschlag hinten
Papenburg Marketing GmbH, Ute Müller: 7
Ostfriesische Landschaft: 4 oben
Staatsbad Norderney GmbH: 6 rechts, 12 unten, 14 oben links, 24 oben, 27 oben rechts
Tourismusbetrieb Esens-Bensersiel: 4 unten
Tourismus GmbH Gemeinde Dornum: 14 oben Mitte, 16 oben



Vorwort

Der Tourismus in der Region Ostfriesland und Papenburg weist eine lange Geschichte auf. Seinen Anfang nahm er im Bädertourismus im 19. Jahrhundert auf den Inseln Norderney und Borkum, später kamen die anderen Inseln und auch die Küstenbadeorte dazu. In den Wirtschaftswunderjahren des 20. Jahrhunderts entwickelte sich der Tourismus über die ganze Region, wobei die Inseln und die Küstenbadeorte weiterhin die dominierende Rolle spielen.

Der Tourismus hat für die Region über die hohe wirtschaftliche Bedeutung hinaus auch eine hohe imagebildende Funktion. Als Querschnittsbranche hat er Breitenwirkung, denn von den Ausgaben der Touristen profitiert eine Vielzahl von Branchen, neben den Beherbergungs-, Gastronomie- und Freizeitbetrieben als touristische Leistungserbringer auch Einzelhandels- und Dienstleistungsbetriebe.

Die vorliegenden Umsatzzahlen erlauben einen Rückschluss auf die tourismusinduzierte Zahl an Vollzeitarbeitsplatz-

äquivalenten. Demnach können wir von 50.000 Vollarbeitsplatz-Äquivalenten für Ostfriesland und Papenburg ausgehen. Tatsächlich liegt die Zahl der Arbeitsplätze im Tourismus aber weitaus höher, denn im Tourismus sind die Arbeitskräfte häufig nebenberuflich oder in Teilzeit, beispielsweise auch als Saisonkräfte, tätig. Darüber hinaus ist auch ein erheblicher Beschäftigungseffekt im Bau-, Handwerks- und Dienstleistungsbereich sowie im Einzelhandel festzustellen, der durch den Tourismus ausgelöst wird.

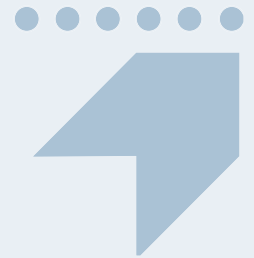
Allein diese Zahl lässt die herausragende Bedeutung des Tourismus in der Region Ostfriesland und Papenburg erkennen. Strukturell gibt es einen hohen Anteil von kleinen und mittleren Betrieben. Diese Situation ist historisch gewachsen, befindet sich aber seit einigen Jahren in einem starken Umbruchprozess.

Überhaupt: Der Tourismus war und ist nichts Statisches. Erfolgreich waren immer die Anbieter und Orte, die sich mit den geänderten Ansprüchen der Gäste



Johannes J. Pabst
Vorsitzender des Ausschusses für
Tourismus, Hotel- und Gaststättengewerbe

entwickelt haben. Gegenwärtig erleben wir eine besondere Umbruchsituation, die Wirtschaft, Tourismusverantwortliche und Politik vor besondere Herausforderungen stellt. Antworten auf diese neuen Entwicklungen zu geben, das ist Sinn dieses Papiers. Gemeinsam mit den Verantwortlichen im Tourismus und im Hotel- und Gaststättengewerbe haben wir es erarbeitet – gemeinsam mit ihnen wollen wir die Impulse des Papiers umsetzen.



Was jetzt zu tun ist

Dieses Papier beschreibt eine ganze Reihe von Themen und Handlungsfeldern. Als besonders wichtig erachten wir:

Der Tourismus ist ein wirtschaftliches Schwergewicht in und für die gesamte Region. Tourismus ist deshalb nicht nur eine Angelegenheit der touristischen Schwerpunktorte oder Randthema. In Politik, Gesellschaft und Wirtschaft muss davon ein klares Bild herrschen und vertreten werden.

Moderner Tourismus braucht eine moderne Infrastruktur. Das gilt sowohl hinsichtlich

- der Erreichbarkeit der Urlaubsorte
- sowie der Mobilität vor Ort
- als auch mit Blick auf Datennetze.

In diesem Zusammenhang ist der Bau der B 210n (einschl. Anbindung Richtung Norden) ein wichtiger Baustein. Darüber hinaus muss der Unterhaltungsrückstand bei Radwegen und Kreis- und Gemeindestraßen sowie bei Wirtschaftswegen aufgeholt werden.

Auch für abgelegene Bereiche müssen Datennetze mit einem Volumen von 50 MB/Sekunde zur Verfügung stehen. Freies WLAN in Hotels, Pensionen und Ferienhäusern sowie in den Zentren der Urlaubsorte sollte zum selbstverständlichen Standard werden.

Die regionale Tourismusbranche braucht hinreichend Fach- und Saisonarbeitskräfte.

- Dafür ist eine höhere Attraktivität des Hotel- und Gaststättengewerbes nötig. Dazu gehören auch Anpassungen bei der Entlohnung und Verbesserungen bei den Arbeitsbedingungen.
- Vor allem auf den Inseln müssen zudem bezahlbare Wohnungen für das Personal vorgehalten werden.
- Die Arbeitszeitregelungen sollten gleichzeitig entbürokratisiert und den besonderen Bedingungen des Gastgewerbes angepasst werden.
- Eine besondere Bedeutung bei der Gewinnung des Fachkräftenachwuchses haben die Berufsbildenden Schulen der Region sowie die Tourismus-Fachschule in Esens. Die Bedeutung dieser Bildungseinrichtungen wird künftig weiter wachsen, ihre Arbeit muss auf eine dauerhaft belastbare finanzielle Grundlage gestellt werden.



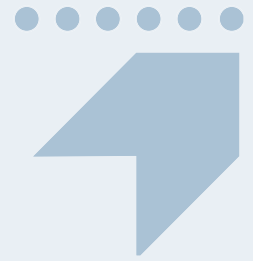
Haus der Ostfriesischen Landschaft in Aurich. Die Ostfriesische Landschaft ist ein wichtiger Motor bei der Entwicklung des Kulturtourismus

Die Gäste besuchen unsere Region vor allem wegen ihrer reizvollen Landschaft und des Kulturerbes. Die besonderen Eigenarten sollten herausgestellt und gepflegt werden. Insbesondere gilt:

- Der Titel „Weltnaturerbe Wattenmeer“ bietet eine große Chance für den regionalen Tourismus, nicht nur auf den Inseln und an der Küste. Die Attraktivität des „Weltnaturerbes Wattenmeer“ kann für den Tourismus nur wirksam werden, wenn sie von



Der Bade- und Erholungsurlaub bleibt das wichtigste Segment im Tourismus unserer Region



Was jetzt zu tun ist



Erhaltenswert: Der touristische Wert der gewachsenen ostfriesischen Kulturlandschaft – hier bei Warsingsfehn – ist immens und muss gepflegt werden

der ganzen Region erkannt, getragen und gelebt wird.

- Die Weite der Kulturlandschaft mit ihren besonderen Attraktionen (z.B. alte landwirtschaftliche Gebäude, Siele, Kirchen mit alten Orgeln, historische Windmühlen, Warfen- und Fehndörfer) machen die Region reizvoll und unverwechselbar. Dies gilt es zu pflegen und in seiner Grundstruktur zu bewahren.

➤ Die Finanzierung der Tourismusarbeit muss auf eine verlässliche Grundlage gestellt werden. Dazu ist zunächst auf eine möglichst effiziente Verwendung der finanziellen Ressourcen zu achten.

- Weitere Belastungen der Unternehmen – wie sie im Zusammenhang mit der Änderung des Niedersächsischen Kommunalabgabengesetzes diskutiert werden – sind zu vermeiden.
- Beiträge aus der Wirtschaft sollten auf freiwilliger Basis geleistet und unter Beteiligung der Unternehmen aus der Branche bewirtschaftet werden.

➤ Für die touristischen Schwerpunkttore sollen längerfristige Entwicklungspläne aufgestellt bzw. fortgeschrieben werden.

- In diesen Plänen sollten die Aufgaben der touristischen Organisationen, der Unternehmen des Gastgewerbes und der Kommune beschrieben und verzahnt abgestimmt werden.
- Das verlässliche Miteinander von Wirtschaft und Kommune ist unabdingbare Voraussetzung für eine erfolgreiche Entwicklung.
- Dem vielerorts drohenden Investitionsstau muss durch eine gemeinsam getragene Aufbruchstimmung begegnet werden. Gemeinsam müssen Wirtschaft und Kommunen für ein positives Investitionsklima und die Überwindung bürokratischer Hemmnisse sorgen. Ein nachhaltiger Tourismus lebt nicht zuletzt von einer beherzten Investitionsbereitschaft.



Für Einheimische und Touristen gleichermaßen attraktiv:
Das neue Energie-Erlebnis-Zentrum (EEZ) in Aurich



Ostfriesland und Papenburg – eine Region mit einer starken Tourismuswirtschaft

Die Anfänge des Tourismus in der Region gehen auf die Gründung des ersten deutschen Nordseeheilbades auf Norderney im Jahr 1797 zurück. Im Zuge der anschließenden Einrichtung der Sommerresidenz des Königshauses Hannover auf Norderney und der Entwicklung zum

In jüngster Vergangenheit hat sich der Tourismus auf hohem Niveau in der Region stabilisiert. Die Ostfriesland Tourismus GmbH (OTG) verweist in ihrem neuesten „Wirtschaftsfaktor“ auf folgende Zahlen:



Tourismus zu Beginn des 20. Jahrhunderts auf Borkum

internationalen Modebad mit prominenten Badegästen erlebten auch die anderen Inseln einen Zustrom erholungssuchender Gäste. Bereits Mitte des 19. Jahrhunderts waren bis auf Baltrum alle übrigen Inseln als Seebäder anerkannt.

Mit 22,1 Mio. Übernachtungen konnte 2013 das Ergebnis aus dem Vorjahr noch einmal um knapp 2 % übertroffen werden. Für 2014 werden 22,5 Mio. Übernachtungen ausgewiesen – neben den gewohnt stark frequentierten Inseln,



Zeitgenössischer Bericht von 1825 über eine Reise nach Norderney

deren sehr hohes Niveau nochmals leicht gesteigert werden konnte (2014: + 0,9%), haben das Binnenland (2014: + 5,6%) und die Küstenorte (2014: + 3%) wieder deutliche Zuwächse verzeichnen können.



Ostfriesland und Papenburg – eine Region mit einer starken Tourismuskultur



Das Besucherzentrum der Meyer Werft: Angebot für maritim interessierte Gäste in Papenburg

Auf Basis der Übernachtungszahlen und der statistischen Tagesausgaben der Urlauber hat die Ostfriesland Tourismus GmbH die wirtschaftliche Bedeutung des Tourismus für die Reiseregion Ostfriesland ermittelt. Danach erreicht der Umsatz, welcher durch den Tourismus in allen Branchen entsteht, erstmals mehr als 2,8 Mrd. Euro. Das bedeutet gegenüber der letzten Erhebung im Jahr 2009 ein Plus von über 500 Mio. Euro.

Damit entspricht der Beitrag aus dem regionalen Tourismus zum Einkommen der Einwohner in Ostfriesland 9,8 % und

liegt auf diese Weise gut 5 % über dem Landesdurchschnitt Niedersachsens. Alleine mit diesem Beitrag zum Primäreinkommen könnten über 70.000 Menschen ihren Lebensunterhalt bestreiten. Auch für die Städte und Gemeinden ist der wirtschaftliche Effekt durchaus bedeutend. So fließen statistisch gesehen 2,5 % des Nettoumsatzes in Form von Steuereinnahmen zurück an die Kommunen. Für die Reiseregion Ostfriesland bedeutet dies einen Rückfluss von 61 Mio. Euro.

Für den Bereich der Stadt Papenburg wurden 2014 insgesamt 2,2 Millionen Gäste gezählt (überwiegend Tagesgäste). Die Zahl der erfassten Übernachtungen betrug 375.000.

Insgesamt generiert der Tourismus in Ostfriesland und Papenburg mithin einen Umsatz von mehr als 2,9 Milliarden Euro jährlich. Er induziert rund 50.000 Vollzeitbeschäftigten und ist damit einer der wesentlichen Stützen der regionalen Wirtschaft.



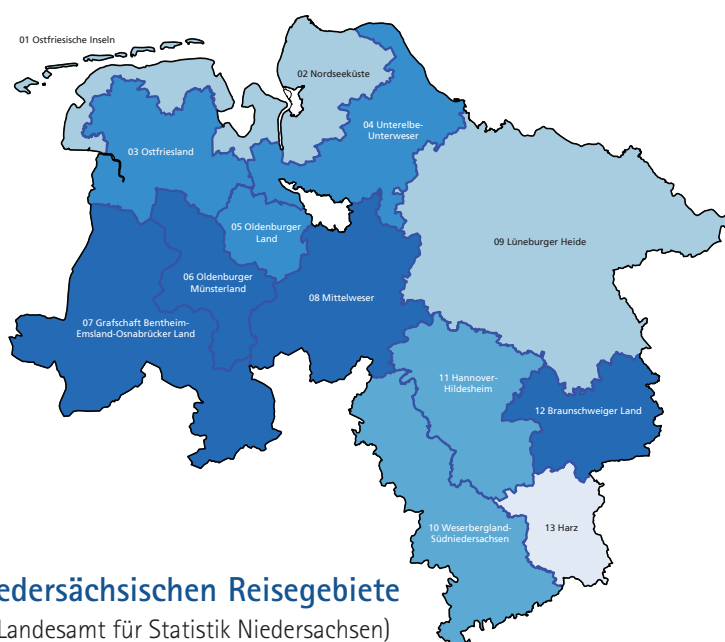
Touristischer Dreiklang – Inseln, Küste, Binnenland



Urlaub im Binnenland: Blumenreich Wiesmoor

Ostfriesland und Papenburg bilden ein starkes touristisches Gebiet. In der Statistik des Landes stellen die Ostfriesischen Inseln eine eigene touristische Destination dar, ebenso wie die Küstenorte (als Bestandteil der Destination „Nordseeküste“). Hinzu kommt das Binnenland (wobei Papenburg entsprechend der Landkreisgrenzen üblicherweise dem Emsland zugeordnet wird), das unter dem Stichwort „Ostfriesland“ erscheint. Sowohl die touristische Durchdringung der drei Bereiche als auch die entsprechende Infrastruktur sind sehr unterschiedlich.

Die touristische Hochburg stellen sicherlich die Inseln dar. Dabei wird Wangerooge aus Sicht des Landes zu den Ostfriesischen Inseln gerechnet, gehört jedoch zum angrenzenden IHK-Bezirk Oldenburg. Deshalb werden im folgenden zu den Ostfriesischen Inseln Borkum, Juist, Norderney, Baltrum, Langeoog und Spiekeroog gezählt. Norderney weist jährlich bis zu 3,5 Millionen Übernachtungen auf, dahinter folgen Borkum mit rund 2,3 Millionen Übernachtungen und Langeoog mit mehr als 1,5 Mio. Übernachtungen. Insgesamt addieren sich die Übernachtungszahlen für die sechs Inseln auf knapp 9,4 Millionen – die der Gäste zusammengerechnet auf rund 1,3 Mio. (ohne Tagesgäste).





Touristischer Dreiklang – Inseln, Küste, Binnenland

Auf den Inseln gab es nicht nur den ersten Tourismus in der Region, ihre wirtschaftliche und soziale Existenz hängt heutzutage komplett vom Tourismus ab. Wenngleich die Inseln in den letzten Jahren Gäste- und Übernachtungszahlen – kommend von einem bereits hohen Niveau – noch weiter steigern konnten, so ist diese faktische Abhängigkeit nicht unproblematisch. Beispielhaft sei hier nur angeführt, dass die Inselgemeinden in der Regel Infrastruktur für die hohe Zahl an Gästen (einschl. Tagesgästen) vorhalten müssen, die im Winter nur von einem Bruchteil der Menschen, nämlich den Einheimischen, in Anspruch genommen wird. So kommt die Insel Norderney auf eine Inanspruchnahme von rund 43.000 Gästen täglich in der Sommersaison – demgegenüber steht eine Einwohnerzahl von 5.875 Menschen.



Wer Ruhe im Urlaub sucht, findet sie auf Baltrum

Inseln	Gäste 2014	Einwohner 2014
Baltrum	64.368	617
Borkum	279.931	5225
Juist	129.681	1589
Langeoog	210.169	1757
Norderney	512.971	5875
Spiekeroog	93.670	773
Wangerooge	115.099	1321
Ostfriesische Inseln	1.405.889	17.157

Quelle: IHK für Ostfriesland und Papenburg



Inselidylle auf Spiekeroog



Touristischer Dreiklang – Inseln, Küste, Binnenland



Staatlich anerkannte Kur- und Erholungsorte in Ostfriesland

(Stand: 15.07.2015)

Touristischer Anziehungspunkt:
Pilsener Leuchtturm

Ort	Landkreis	Prädikat
Baltrum	Aurich	Nordseeheilbad
Borkum	Leer	Nordseeheilbad
Brookmerland (OT Marienhaf, Upgant-Schott und Osteel)	Aurich	Erholungsort
Bunde	Leer	Erholungsort
Detern (OT Detern, Stickhausen und Velde)	Leer	Erholungsort
Dornum (OT Dornumer-/ Westeraccumersiel)	Aurich	Nordseebad
Dornum (OT Neßmersiel)	Aurich	Erholungsort (Küstenbadeort)
Esens (Kernort)	Wittmund	Erholungsort
Esens (OT Bensersiel)	Wittmund	Nordseeheilbad
Friedeburg (Kernort)	Wittmund	Erholungsort
Großefehn (OT Timmel u. OT Westgroßefehn)	Aurich	Luftkurort
Hage (Flecken Hage, Gd. Berumbur und Lütetsburg)	Aurich	Luftkurort
Jemgum (OT Ditzum)	Leer	Erholungsort
Juist	Aurich	Nordseeheilbad
Krummhörn (OT Greetsiel)	Aurich	Erholungsort
Langeoog	Wittmund	Nordseeheilbad
Neuharlingersiel	Wittmund	Nordseeheilbad
Norden (OT Norddeich/Westermarsch II)	Aurich	Nordseeheilbad
Norderney	Aurich	Nordseeheilbad
Spiekeroog	Wittmund	Nordseeheilbad
Uplengen (OT Remels)	Leer	Erholungsort
Weener (Kernort)	Leer	Erholungsort
Werdum	Wittmund	Luftkurort
Wiesmoor (Kernort)	Aurich	Luftkurort
Wittmund (Kernort)	Wittmund	Erholungsort
Wittmund (OT Carolinensiel-Harlesiel)	Wittmund	Nordseebad

Zu den Küstenorten mit besonderer touristischer Bedeutung sind die Orte Krummhörn/Greetsiel, Norden/Norddeich, Dornum/Dornumersiel/Neßmersiel, Neuharlingersiel, Esens/Bensersiel und Carolinensiel/Harlesiel zu zählen. Hier dominiert Norden/Norddeich mit knapp 1,7 Mio. Übernachtungen, dahinter folgt Carolinensiel/Harlingersiel mit gut 900.000 Übernachtungen. Mit nur unwesentlich geringeren Zahlen rangiert Esens/Bensersiel auf Platz drei. Hinzu kommt (wie in den Städten) ein noch stärkerer Zustrom an Tagesgästen, so dass diese Orte in der Sommersaison besonders stark frequentiert werden. Bei den Übernachtungen erreichen die Küstenbadeorte zusammen nahezu 5,4 Millionen – diesen Übernachtungen liegen 865.000 Gäste zugrunde (ohne Tagesgäste).

Quelle: Niedersächsisches Ministerium für Wirtschaft, Arbeit und Verkehr



Touristischer Dreiklang – Inseln, Küste, Binnenland

An die Zahlen der Inseln und der Küstenbadeorte können die Binnenlandorte bei weitem nicht heranreichen. Die Orte im Binnenland, die einen nennenswerten Anteil am Tourismus haben, kommen für 2014 auf zusammen gut 3 Mio. Übernachtungen. Allerdings sind hier die stärksten prozentualen Steigerungen der letzten Jahre zu registrieren. In dieser Kategorie liegt Papenburg deutlich vorne (375.000 Übernachtungen) – sicherlich nicht zuletzt der touristischen Attraktivität der Meyer Werft und der Landesgartenschau 2014 geschuldet.



Ausflug in die ostfriesische Geschichte: Klosterstätte Ihlow

Danach kommt Emden mit mehr als 260.000 Übernachtungen (davon entfällt ein erheblicher Anteil auf Geschäftsreisende) vor Aurich (230.000 Übernachtungen) und Wiesmoor (215.000 Übernachtungen). Auch Leer überschreitet mittlerweile die 200.000er-Marke. Zu den Landgemeinden mit einer deutlich touristischen Schwerpunktsetzung gehören Detern (Ferienhäuser und Campen), Grobfehn (hier insbesondere am Timmeler Meer), Hage (Küstennähe), Südbrookmerland (vor allem am Großen Meer) und Werdum (Küstennähe).

Tourismus in ausgewählten Binnenlandorten des IHK-Bezirks

Ort	Gäste		Übernachtungen	
	2013	2014	2013	2014
Aurich	75.750	76.500	227.250	229.500
Brookmerland	8.976	7.904	38.220	32.200
Bunde	-	-	32.427	30.330
Detern	-	-	109.685	107.495
Dunum	2.040	2.016	13.260	12.096
Emden	126.762	126.965	252.178	261.000
Friedeburg	21.230	15.665	103.440	88.863
Grobfehn	31.191	31.233	176.430	174.904
Hage	17.564	19.073	192.962	202.170
Hesel	10.515	10.401	39.525	40.302
Holtriem	15.143	16.175	81.425	82.004
Ihlow	-	-	48.000	48.000
Jemgum	-	-	89.743	96.097
Leer	-	-	199.873	203.715
Moormerland	-	-	91.778	91.995
Ostrhauderfehn	-	-	89.133	94.213
Papenburg	-	-	338.000	375.000
Rhauderfehn	-	-	44.298	48.650
Südbrookmerland	54.666	54.000	164.000	161.500
Uplengen	-	-	37.500	40.300
Weener	28.355	31.747	71.752	72.056
Werdum	19.025	20.129	134.037	134.800
Westoverledingen	5.700	5.800	80.419	87.039
Wiesmoor	41.558	52.891	184.610	215.191
Wittmund (ohne Nordseebad Carolinensiel)	13.023	14.174	70.324	72.840

Quelle: Angaben der Städte, Gemeinden und Verkehrsvereine

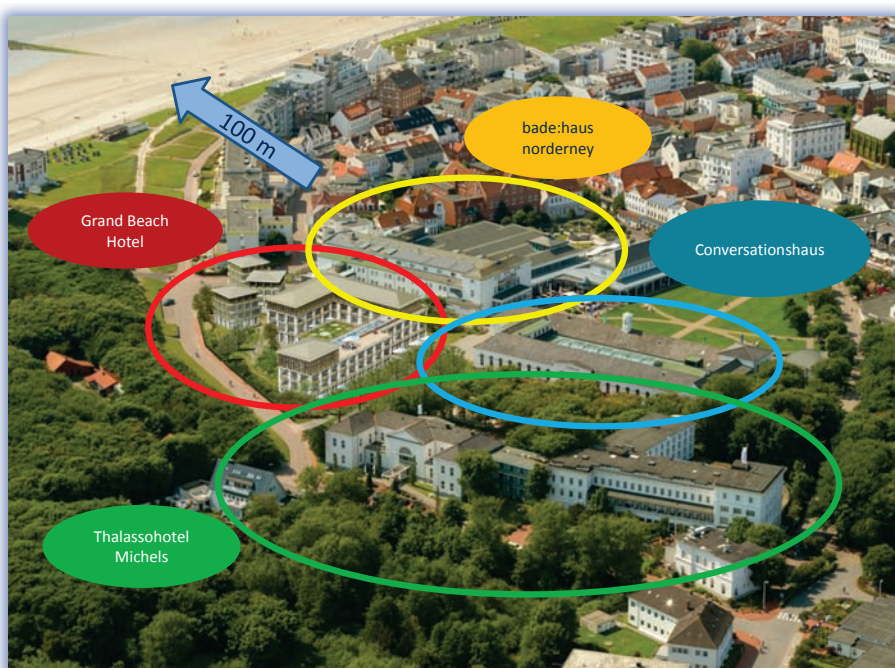


Touristischer Dreiklang – Inseln, Küste, Binnenland



Bade-Urlaub im Herzen Ostfrieslands: Freizeitanlage am Timmeler Meer

So unterschiedlich die drei Teilbereiche und zum Teil auch die einzelnen Orte sind: Wachstum haben die Orte zu verzeichnen gehabt, die sich nicht auf ihren Lorbeeren ausgeruht haben, sondern mit Tatkraft neue gesellschaftliche Entwicklungen und Trends (wie z.B. Aktiv- oder Kultururlaub) aufgegriffen haben und mit teils erheblichen Investitionen dafür gesorgt haben, dass der touristische Gast ein attraktives und zeitgemäßes Umfeld für seinen Urlaub vorfindet. Die Beispiele Norderney, Carolinensiel/Harlesiel und Papenburg stehen dabei für eine Reihe weiterer Orte, bei denen in der Regel öffentliche und private Investitionen gemeinsam den Grundstock für die erfolgreiche Entwicklung bildeten und sich ergänzten.



Private und öffentliche Investitionen ergänzen sich auf Norderney und führen zu einem attraktiven Zentrum



Trend erkannt und richtig investiert: BadeWerk Neuharlingersiel



Finanzierung und Organisation des Tourismus und politische Verankerung

Die Finanzierung und Organisation des Tourismus ist in der Region sehr vielfältig. Anfangs wurde das touristische Angebot aus privaten Ressourcen finanziert, erst mit der Herausbildung touristischer Schwerpunkte wurde die Finanzierung zunehmend auch als Aufgabe der öffentlichen Hand – hier zunächst der Gemeinden – verstanden, zumal der Tourismus sich auch zur wirtschaftlichen Lebensader dieser Gemeinden entwickelte. Den Aufwendungen standen nicht unerhebliche Erträge gegenüber. Allerdings bleibt sowohl die Aufteilung der erforderlichen Mittel für als auch die Aufteilung der Erträge aus dem Tourismus ein stetes Spannungsfeld zwischen privater und öffentlicher Hand.

Das niedersächsische Kommunalabgabengesetz (NKAG) gibt den prädikatisierten Orten die Möglichkeit zur Erhebung von Fremdenverkehrsbeiträgen und von Kurbeiträgen: Beim Fremdenverkehrsbeitrag zahlen die Unternehmen im touristischen Ort, beim Kurbeitrag die Gäste.

Aktuell diskutiert wird auf Landesebene über eine Ausweitung der Bestimmungen im NKAG. Dabei wird auf eine Einbeziehung aller Orte abgezielt, in denen der Tourismus von Bedeutung ist – also nicht nur der prädikatisierten Orte.

Derzeit werden die touristischen Aufgaben auf den Inseln und in den Küstenbadeorten in der Regel finanziert aus

Aufwendungen aus der Privatwirtschaft und Finanzierungsinstrumenten, die über die öffentliche Hand gesteuert werden. Beispiele für solche Finanzierungsinstrumente sind:

Kurbeitrag in der Krummhörn: Der Kurbeitrag ist von den Urlaubsgästen zu erbringen. Die Erhebung der Kurbeiträge erfolgt dabei gestaffelt in zwei Kurbeitragszonen. In der Zone I, dem touristischen Schwerpunkt der Gemeinde (Greetsiel, Hauen, Pilsum, Uiterstewehr), wird ein höherer Betrag erhoben als in der Zone II, dem übrigen Gemeindegebiet. –



Besonders beliebt bei Tagestouristen:
Das Fischerdorf Greetsiel



Finanzierung und Organisation des Tourismus und politische Verankerung



Nach Entrichtung des Kurbeitrages erhält der Gast die Nordsee-Service-Karte, die im Bereich der Nordseeküste übergreifend beworben wird. Außer in der Krummhörn gibt es die Nordsee-Service-Karte auch in Norden/Norddeich, Dornumersiel (einschl. Neßmersiel), Esens-Bensersiel, Neuharlingersiel, Carolinensiel/Harlesiel, Werdum, Dangast und im Wangerland.

Kur- sowie Fremdenverkehrsbeiträge in Norden-Norddeich: Die Kurbeiträge werden hier in ähnlicher Weise erhoben wie in der Krummhörn (ebenfalls in zwei Zonen). Beitragspflichtig für die Fremdenverkehrsbeiträge sind die Unternehmen.

Die Kurbeiträge sollen 68% der Gesamtaufwendungen abdecken. Hinzu kommen

in Norden/Norddeich – wie etwa auch in Esens – die Fremdenverkehrsbeiträge, die von den gewerblichen Betrieben zu tragen sind. Der Fremdenverkehrsbeitrag soll 8% der Aufwendungen abdecken.

Kurbeiträge und Fremdenverkehrsabgabe auf Juist: Der Kurbeitrag wird auf die obligatorische „TowerCard“ aufgebucht (bei Tagesgästen; bei Mehrtagesgästen wird der Kurbeitrag bei der Rückfahrt erhoben). Die TowerCard wird als vielseitige Servicecard eingesetzt, mit der zahlreiche Angebote kostengünstiger und eintrittsfrei (bspw. täglich für anderthalb Stunden freier Eintritt im Meerwasser-Erlebnisbad) wahrgenommen werden können. Auf Juist wird ebenfalls von den Unternehmen eine Fremdenverkehrsabgabe erhoben.



Erlebnisbad „Ocean Wave“ in Norden-Norddeich



Finanzierung und Organisation des Tourismus und politische Verankerung

Grundsätzlich ist festzuhalten, dass die touristische Infrastruktur und ihr Betrieb häufig nicht ohne Defizitabdeckung durch die jeweilige Gemeinde bzw. Stadt finanziert werden kann – Ausnahmen sind beispielsweise Spiekeroog und Norderney. Die Höhe der Bezuschussung und der Modus (bspw. fester Betrag für eine beschriebene Leistungsübernahme oder wechselnde Zuschusshöhe) fallen dabei sehr unterschiedlich aus. Die Tourismusschwerpunktorte haben in aller Regel über den Kurbeitrag und/oder die Fremdenverkehrsabgabe Möglichkeiten, einen nennenswerten Betrag zur Kostendeckung zu erwirtschaften. In den übrigen Orten sind die sichtbaren Rückflüsse in der Regel gering – was bei nicht ausgeglichenen Haushalten der Kommune regelmäßig dazu führt, dass über eine stärkere Belastung der Unternehmen

diskutiert wird oder gar die Sinnhaftigkeit der touristischen Betätigung gänzlich in Frage gestellt wird. Dieser Diskussion muss man sich ernsthaft stellen – und möglicherweise ist es für den einen oder anderen Ort im ostfriesischen Binnenland mit Blick auf die erreichbaren Übernachtungszahlen auch sinnvoller, sich anderen Aufgaben zuzuwenden, als sich nur halbherzig um den Tourismus zu kümmern.

Vielen Kommunen fällt es nach wie vor schwer, Zuständigkeiten im Bereich Tourismus zu Gunsten einer breiter aufgestellten Organisationsform aufzugeben. Positiv ist sicherlich die Herausbildung einer gemeinsamen Tourismusorganisation für die Inseln und die Küste („Die Nordsee GmbH“, deren räumliche Ausdehnung von Borkum bis Otterndorf im Landkreis Cuxhaven reicht) sowie einer Organi-

sation für die ostfriesische Halbinsel („Ostfriesland Tourismus GmbH“). Damit ist ein wichtiger Schritt gemacht worden, um das Kirchturmdenken im Tourismus hinter sich lassen zu können: Nach der Auflösung des Fremdenverkehrsverbandes Nordsee-Niedersachsen-Bremen wurden im Juli 1998 zum einen die Marketinggesellschaft „Die Nordsee GmbH“ sowie der „Tourismus-Verband Nordsee e.V.“ gegründet. Damit gab es eine Trennung des touristischen Wirkens in Lobbyarbeit als politische Interessenvertretung auf der einen Seite und Marketingarbeit für das operative Geschäft auf der anderen Seite.

Zusätzlich entstand im Zuge einer intensiven Leitbild-Diskussion und mit Empfehlung des Europäischen Tourismus-Instituts (ETI) eine gemeinsame „Vermarktungsgesellschaft“, die „Ostfriesland



Am Jümmesee in Detern



Finanzierung und Organisation des Tourismus und politische Verankerung



Strandurlaub an der Küste: Dornumersiel

Tourismus GmbH" (OTG). Hauptaufgabe der OTG ist die Vermarktung der ostfriesischen Halbinsel.

Beide Organisationen – OTG und „Die Nordsee“ – kümmern sich auch um teils auseinander strebende Interessen, die es in intensiven Abstimmungsprozessen zu bündeln gilt.

Der Tourismusverband Nordsee e.V. (TVN) hingegen ist ein ausschließlich touristischer Lobbyverband und „Sprachrohr“ der niedersächsischen Nordseeküste, um die touristischen Interessen der Region u.a. gegenüber EU, Bund und Land zu vertreten. Mitglieder des Tourismusverbandes Nordsee sind die Landkreise Ammerland, Aurich, Cuxhaven, Friesland, Leer, Wesermarsch, Wittmund, die kreisfreien Städte Emden und Wilhelmshaven, die Jade Hochschule Wilhelmshaven/Oldenburg/Elsfleth, die Seestadt Bremerhaven, die Industrie- und Handelskammern Oldenburg, Ostfriesland-Papenburg, Stade sowie die beiden Marketinggesellschaften „Die Nordsee GmbH“ sowie „Ostfriesland

Tourismus GmbH“. Der TVN spielt auch im Tourismusverband Niedersachsen – der Tourismuslobbyorganisation auf Landesebene – und in der Tourismusversamm-

lung Niedersachsen – der Schnittstelle zwischen Landesregierung, Marketing und Lobbyorganisationen in Niedersachsen – eine aktive Rolle.

Organisationsstrukturen

Dachmarken	OSTFRIESLAND	die nordsee	
Teilregionen	Ammerland	Ostfriesland	Friesland. Feriengebiet Südliches Ostfriesland
Ferienorte	Ferienort 1	Ferienort 2	Ferienort 3 ... Ferienort 50
...und zusätzlich	Lobbyverband TVN		
	Werbegemeinschaften		

Quelle: Ostfriesland Tourismus GmbH



Finanzierung und Organisation des Tourismus und politische Verankerung



Die touristischen Schwerpunktor-te in der Region verfügen in der Regel über qualifi-zierte, service- und kundenorientierte

Tourismusorganisationen und Tourist-informationen. Auch in den ländlichen Binnenlandgemeinden ist eine zuneh-mende Professionalisierung festzustellen. Allerdings führt die häufig gegebene Unterfinanzierung auch immer wieder zu Unstimmigkeiten und Umstrukturierun-gen – um nur drei Beispiele zu nennen: So verabschiedete sich die Gemeinde Ihlow aus der Tourismus-Aktionsgemein-schaft „Grünes Ostfriesland“, weil sie ih-ren Aufwand nicht durch entsprechende Erträge kompensiert sah. In Esens-Ben-sersiel wurde der Kurverein nach hohen Defiziten bei der Sanierung der „Nord-seetherme“ in den Tourismuseigenbetrieb umgewandelt – ohne dass es bisher zu einer finanziell stabilen Situation gekom-men ist: nun wird über die Umwandlung in eine GmbH nachgedacht.

In Papenburg beschloss der Fremdenver-kehrsverein 2015 die Übertragung seiner Tochter Papenburg Tourismus (PTG) GmbH an den neuen Förderverein für Tourismus und Stadtmarketing. Ziel des Vereins ist

es, die Stadt sowohl für Touristen und Neubürger als auch für Einheimische attraktiver zu machen. Die PTG firmiert künftig unter dem Namen Papenburg Marketing GmbH (PMG).



Kanal bei der Von-Velen-Anlage in Papenburg



Neue Trends und überregionale Planungen

Auch wenn der Tourismus in unserer Region eine stabile und seit Jahrzehnten verlässliche Größe ist: Es bleibt eine ständige Aufgabe, neue Trends zu erkennen, aufzugreifen und in Angebote für die Gäste umzusetzen. Nur dann kann es gelingen, auch weiterhin hohe Gäste- und Übernachtungszahlen zu erreichen. Die der Aussage „die Gäste kommen sowieso“ zugrunde liegende Attitüde ist in der Vergangenheit auch in unserer Region in Form wegbrechender Urlaubsaufenthalte bestraft worden. Daran ändern auch die hohe Quote von Stammurlaubern und die festgestellte hohe Weiterempfehlungsabsicht der Gäste nichts.

Dabei spielen folgende Entwicklungen eine herausragende Rolle:

- Servicequalität
- Fachkräfte
- Gesundheit und Wohlfühlen
- „Tourismus für Alle“
- Demographische Entwicklung
- Nachhaltiger Tourismus
- Thalasso
- Weltnaturerbe Wattenmeer
- Digitalisierung

Servicequalität

Der Anspruch der Gäste an eine gute Servicequalität ist größer geworden. Qualität kennzeichnet sich durch verschiedene Merkmale wie Gebrauchstauglichkeit, Funktionstüchtigkeit, Ausstattung, natürliche und „gebaute“ Umwelt, Zuverlässigkeit, Service- und Umweltfreundlichkeit, Sicherheit, Güte, Design sowie die subjektive Qualität. Am einfachsten und am unmittelbar wirksamsten gestaltet sich die Qualitätsverbesserung über die personengebundenen Serviceleistungen. Darüber hinaus gewinnt jedoch der Bereich der Serviceleistungen, die nicht unmittelbar durch Personal erbracht wird, an Bedeutung (etwa webgestützte Informations- und Buchungsportale).



Gemeinsam mit dem DEHOGA Niedersachsen sowie dem Niedersächsischen Ministerium für Wirtschaft, Arbeit und Verkehr beteiligt sich unsere

IHK mit weiteren niedersächsischen IHKs bereits seit 2004 an der Qualitätsinitiative „ServiceQualität Deutschland in Niedersachsen“. Noch stehen die Unternehmen der Region im landesweiten Ranking gut da – weitere Anstrengungen sind aber erforderlich, um das gute regionale Preis-Leistungs-Verhältnis zu halten.

Fachkräfte

Einer aktuellen Arbeitsmarkt- und Fachkräfteanalyse Tourismus ist zu entnehmen, dass jeder zweite Betrieb im Gastgewerbe nach Personal sucht. Neben dem

Neu eingetragene Ausbildungsverhältnisse in den Hotel- und Gaststättenberufen

(Stand 31.12., für 2015: 31.10.)

Beruf	1998	2008	2013	2014	2015
Fachkraft im Gastgewerbe	6	35	31	19	19
Restaurantfachmann/ -frau	38	87	55	41	32
Hotelfachmann/ -frau	128	137	103	99	82
Koch/Köchin	120	167	115	92	68
Kfm. im HOGA-Gewerbe, jetzt Hotelkaufmann/-frau	9	4	7	6	5
Helfer/-in im Gastgewerbe	4	21	25	5	11
Beikoch/Beiköchin	14	17	14	7	8
Fachmann/-frau für Systemgastronomie	2	13	12	9	10
Gesamt	321	481	362	278	235

Quelle: IHK für Ostfriesland und Papenburg



Neue Trends und überregionale Planungen



Voll im Trend: Gesundheitsurlaub an der Nordsee

vorrangig quantitativen Problem stehen zunehmend auch qualitative Ursachen einer Nichtbesetzung von Arbeitsplätzen im Vordergrund. Unzureichende Motivation, fehlende zeitliche Flexibilität, mangelnde fachliche Qualifikation sowohl bei Berufseinsteigern als auch bei ausgebildeten Fachkräften stellen bei der Besetzung von Ausbildungs- und Arbeitsverhältnissen große Hindernisse dar. Darüber hinaus fehlt vor allem auf den Inseln bezahlbarer Wohnraum für das Personal.

Im Bereich der IHK für Ostfriesland und Papenburg sank die Zahl der neu eingetragenen Ausbildungsverhältnisse in der Gastronomie im Jahre 2014 um 17,6 % gegenüber dem Vorjahr (266 Verträge gegenüber 323), der Trend setzt sich – abgeschwächt – auch in 2015 fort. Vor allem auf den Inseln und in den Küstenbadeorten, aber zunehmend auch in den Orten des Binnenlandes wird der Mangel an Fach- und Saisonkräften spürbar. Als Ursache kann neben der rückläufigen Zahl der Schulabgänger und potenzieller Fachkräfte auf mangelhafte Kompetenzen und fehlendes Interesse im Hinblick auf einen Serviceberuf verwiesen werden.

Diese Situation wird durch anspruchsvolle Arbeitsbedingungen und ein häufig unterdurchschnittliches Lohn- und Gehaltsniveau im Gastgewerbe weiter erschwert. Bei den Arbeitszeiten sind Wünsche nach einer kompakteren Regelung für die Arbeitnehmer nicht ohne weiteres mit den Wünschen der Gäste nach flexiblen Servicezeiten vereinbar. Ebenso sind die Spielräume für Lohn- und Gehaltsanpassungen durch die in Deutschland im europäischen Vergleich unterdurchschnittlichen Preise im Gastgewerbe limitiert.

Konnten die Unternehmen in den zurückliegenden Jahren häufig noch die Lücken durch Auszubildende aus den östlichen Bundesländern schließen, so geraten sie jetzt an Grenzen. Bei den Saisonkräften kann immer weniger auf muttersprachlich Deutsche zurückgegriffen werden.

➡ Gesundheit und Wohlfühlen:

Der Begriff „Gesundheitstourismus“ umfasst sowohl Wellness- als auch Fitnessangebote sowie Kuren und Reha-Maß-

nahmen. Die Themen Gesundheit und Wohlfühlen spielen im Tourismus eine wachsende Rolle – angesichts des wachsenden Gesundheitsbewusstseins in der Bevölkerung und infolge des demographischen Wandels gehört dieser Bereich zu einem der zukunftsträchtigsten Wachstumsmärkte.

Das Durchschnittsalter der Bevölkerung und damit auch der Gäste steigt, zudem bleiben die Menschen länger im Erwerbsleben. Gleichzeitig steigt das Gesundheitsbewusstsein in der Gesellschaft und rückt immer mehr in den Vordergrund. Die Bereitschaft, mehr private Mittel für die eigene Gesundheit und Lebensqualität zu investieren, wächst – und damit auch der sogenannte zweite Gesundheitsmarkt. Vom ehemals kurgeprägten Anbietermarkt hat sich der Gesundheitsmarkt mittlerweile zum Nachfragermarkt verschoben. Dies bedeutet sowohl Chance als auch Herausforderung und erfordert bei vielen Anbietern eine Neuorientierung.

Die Orte mit ehemals ausgeprägten Kurangeboten des ersten Gesundheitsmarktes haben sich auf diese veränderte



Neue Trends und überregionale Planungen

Situation erfolgreich eingestellt, so bspw. Langeoog. Andere Orte wie etwa das Dornumer Land erkennen die gewachsenen Chancen in diesem Segment.

Ein wichtiger Punkt in diesem Bereich ist der Wunsch der Gäste, sich nicht nur räumlich vom Alltag abzusetzen. Es geht sehr vielen auch um absetzen vom alltäglichen als hektisch empfundenen Tagesrhythmus. ‚Entschleunigung‘ ist zu einer wichtigen Anforderung an den Urlaub geworden. Im Dornumer Land wird dazu aktiv das ‚Freilenzten‘ beworben.

➡ „Tourismus für Alle“

Für knapp sieben Millionen Menschen in Deutschland stellt Reisen eine besondere Herausforderung dar. Menschen mit körperlichen Einschränkungen oder Behinderungen treffen beim Reisen immer wieder auf Barrieren: unüberwindbare Stufen und Treppen, zu enge Durchgänge, fehlende akustische Signale oder auch fehlendes Verständnis für die individuellen Bedürfnisse der reisenden Menschen mit Behinderung. Zählt man zu den schwer behinderten Menschen noch die Reisenden mit leichten Behinderungen oder temporären Aktivitätsbeeinträchtigungen – so zum Beispiel nach einem Unfall oder einer Operation oder Eltern mit Kinderwagen – dazu, wird schnell deutlich, dass sehr viele Reisende auf Barrieren und unüberwindbare Hindernisse im Urlaub stoßen können.



Tourismus für alle:
Katalog barrierefreies Ostfriesland

Angesichts des demographischen Wandels wird ebenso deutlich, dass immer mehr ältere Menschen in unserer Gesellschaft leben und diese ebenso besondere Ansprüche an Zugänglichkeit, Komfort und Service im Tourismus haben. Barrierefreiheit kommt nicht nur Menschen mit Behinderungen zugute: Barrierefreiheit ist ein Qualitäts- und Komfortmerkmal, das von den Gästen zunehmend als Standard erwartet wird. Barrierefreie Angebote nutzen auch Familien mit kleinen Kindern und Kinderwagen, Personen mit vorübergehenden Unfallfolgen sowie mobilitäts- und sinneseingeschränkte und ältere Menschen. Dies gilt besonders vor dem

Hintergrund der deutlichen Zunahme des Anteils älterer Menschen in den kommenden Jahren.

Touristische und kulturelle Angebote sollten für alle Menschen zugänglich sein und somit auch die Grundbedürfnisse von Menschen mit Behinderungen oder temporären Aktivitätsbeeinträchtigungen beachten. Barrierefreier Tourismus ist deshalb Anliegen des Projekts „Barrierefreie Nordsee – Komfort und Service für Alle“ (Tourismusverband Nordsee). Auch auf Landes- und Bundesebene spielt das Thema eine herausgehobene Rolle (Projekt „Reisen für Alle in Niedersachsen“ bzw. „Reisen für Alle“ auf Bundesebene).

Dabei haben die Orte in unserer Region bereits erhebliche Anstrengungen unternommen und waren Vorreiter der Entwicklung. Sichtbar wurde das u.a. durch den Gewinn des Awards „Tourismus für Alle“ der Deutschen Bahn für die Einbindung barrierefreier Serviceaspekte in das kulturtouristische Themenjahr „Land der Entdeckungen 2013“ sowie durch die Verleihung des „Goldenen Rollstuhls“ an die OTG für ihren Katalog „Ostfriesland – Natürlich barrierefrei“ auf der Reisemesse CMT in Stuttgart im Januar 2015. Die Broschüre stellt zahlreiche barrierefreie Sehenswürdigkeiten und Aktivitäten anhand der Kapitel Natur, Kultur, Sport und Wasser entlang der gesamten Servicekette vor.



Neue Trends und überregionale Planungen

Demographische Entwicklung

Die demographische Entwicklung ist nicht nur mit Blick auf das Thema „Tourismus für alle“ von Bedeutung. Sie entfaltet ihre Wirkung in fast allen Bereichen des Tourismus. Dabei hat der Tourismus in unserer Region durchaus das Potenzial, auf die tendenziell sinkenden Einwohnerzahlen in den Quellgebieten mit verstärktem Marketing in anderen Bereichen zu reagieren und damit die absoluten Zahlen auf dem heutigen Niveau zu halten.

Die Gästestruktur dürfte sich aber entsprechend der gesamtgesellschaftlichen Entwicklung im Altersdurchschnitt verändern. Es ist von einem deutlich wachsenden Anteil älterer Gäste auszugehen. Das hat Auswirkungen auf die Mobilitätsansprüche, aber auch auf



Chance für den Tourismus im Binnenland – hier Ostrhauderfehn:
Der demografische Wandel bringt zusätzliche Potenziale durch altersgerechte Angebote

Unterkünfte und Angebote. Die heutigen und kommenden Seniorengenerationen werden sich dabei in ihren Ansprüchen nicht einschränken lassen, sondern wollen Angebote für einen aktiven und erfüllten Urlaub. Für einen Teil dieser Generation werden Angebote im Bereich Kultur, Kulinarik und Technik wichtiger. Gleichzeitig werden die älteren Gäste aber auch die von ihnen bei früheren Urlaubsaufenthalten frequentierten Angebote weiterhin möglichst lange in Anspruch nehmen wollen.

Mit Blick auf die demographische Entwicklung darf aber auch nicht der Fehler gemacht werden, den Fokus nur auf die ältere Generation zu legen. Es geht auch weiterhin darum, junge Familien mit kleinen Kindern, Jugendliche und junge Erwachsene mit altersgerechten Angeboten für den Urlaubsaufenthalt in der Region zu gewinnen. Wer in jungen Jahren seinen Urlaub in unserer Region gemacht hat, bei dem bestehen auch später die größten Chancen, dass er zurückkehrt – auch und gerade als Stammgast.



Tourismomagnet historische Bauten:
„Dree Susters“ in Norden



Neue Trends und überregionale Planungen



Idylle an der Ems: Mühle Mitling-Mark

➤ Nachhaltiger Tourismus

Tourismus soll nachhaltig gestaltet werden. Diese Forderung wird nicht nur von der Politik erhoben. Häufig wird in der öffentlichen Debatte abgehoben auf den ökologischen Aspekt der Nachhaltigkeit – ohne die beiden anderen Dimensionen, nämlich die wirtschaftliche und soziale Nachhaltigkeit, wird der Begriff seinem umfassenden Anspruch nicht gerecht.

Nachhaltiger Tourismus in der Region bedeutet insofern auch, dass sich der Tourismus so entwickelt, dass die gewachsenen Strukturen und die Ansprüche der Einheimischen (die nicht alle vom Tourismus leben) beachtet werden. Der Reiz für viele Gäste, unsere Region zu besuchen, liegt auch in den Eigenheiten Ostfrieslands und Papenburgs. Sicherlich

sind Veränderungen wichtig – aber nur wer ein eigenes authentisches Profil hat, mit dem sich die Einheimischen identifizieren, kann auch den Gästen eine attraktive Urlaubsheimat bieten. Vor diesem Hintergrund ist das verstärkte Verschwinden kleiner Pensionen und Ferienzimmerangebote zugunsten von großen Einheiten, deren Eigentümer oftmals ihren Lebensmittelpunkt nicht in der Region haben, nicht unproblematisch. Denn damit ist in der Regel nicht nur ein – willkommener – Modernisierungsschub verbunden, sondern in aller Regel auch das Wegbrechen sozialer Strukturen, die für die Lebendigkeit der Urlaubsorte von großer Bedeutung sind.

Andererseits erfüllt ein künstliches Aufrechterhalten von Betrieben, die nicht mehr rentabel bewirtschaftet werden

können, auch nicht den Anspruch auf wirtschaftliche Nachhaltigkeit. Soll ein weiteres Wachstum generiert werden, ist bei tendenziell stagnierenden – allerdings auf hohem Niveau – Gästezahlen darüber nachzudenken, wie die Wertschöpfung pro Gast erhöht werden kann. Neue, umfassendere und besser vernetzte Angebote dürften hier den richtigen Weg markieren.

Vielen Gästen ist die ökologische Nachhaltigkeit auch im Urlaub wichtig, beispielsweise in Form eines möglichst CO²-armen Urlaubes. So gaben 41% der 31,7 Mio. Nicht-Flugreisenden auf Bundesebene in 2013 an, auf einen Flug verzichtet zu haben, um die Urlaubsreise umweltfreundlicher und sozialverträglicher zu gestalten. Auch Angebote wie klimaneutrale Hotels können bei den Kunden punkten.



Neue Trends und überregionale Planungen

Die Inselgemeinde Juist geht dabei unter dem Begriff „Klimalinsel Juist“ voran. Mit dem Projekt „Klimalinsel“ möchte die Inselgemeinde Juist ihr ambitioniertes Ziel, bis 2030 klimaneutral zu werden, erreichen. Dabei setzt sie auf eine breite Beteiligung. Vor allem die Tourismusbranche als größter Wirtschaftszweig und CO²-Verursacher wird intensiv zu Klimaschutzaktivitäten motiviert und bei der Umsetzung unterstützt. Auch die Bevölkerung wird mit unterschiedlichen Aktionen für das Thema CO²-Einsparen sensibilisiert: Jung und Alt, Einheimische und Urlaubsgäste.

Auf breiter Ebene möchte die Insel den Klimaschutz selbst in die Hand nehmen – die Gemeindeverwaltung, der Tourismus und die Bevölkerung. Dass das Projekt „Klimalinsel“ ankommt, zeigt eine Umfrage aus dem Jahr 2012, wonach allein 41 Prozent aller Urlaubsgäste das Projekt kennen. Wenn sie nach ihrem Urlaub ein paar Ideen mit nach Hause nehmen, verbreitet sich der Klimaschutzgedanke auch über die kleine Insel hinaus.

Das gerade neu gestartete Projekt „Nordsee-Flitzer“ ist ein weiteres gutes Beispiel, wie das Thema ökologische Nachhaltigkeit

aufgegriffen werden kann. Urlaubsgäste mit der Nordsee-ServiceCard (Kurkarte) können dabei gratis Elektro-Auto fahren. Die Elektro-Autos können in den Touristinformationen in Dornumersiel und Neßmersiel, in Greetsiel sowie in Hooksiel und Horumersiel im Wangerland ausgeliehen werden. Mit den Nordsee-Flitzern haben Gäste ohne eigenen PKW die Möglichkeit, Ausflüge in die benachbarten Küstenorte oder das Binnenland zu machen.

Weitere Nordsee-ServiceCard-Partnerorte haben bereits Interesse signalisiert, so dass das Projekt weiter ausgebaut werden kann.



Vorreiter beim Klimaschutz im Urlaub: Klimalinsel Juist



Neue Trends und überregionale Planungen

Thalasso

Der Begriff ‚Thalasso‘ hat seinen Ursprung im Griechischen und bedeutet „Meer“. Dabei werden Meerwasser, Schlick, Algen, Sand und das Reizklima der Nordsee mit ihrer positiven Wirkung für die Gesundheit der Gäste genutzt. Insofern ist unter Thalasso die Gesundheit aus dem Meer zu verstehen.

Offensiv aufgegriffen hat insbesondere die Insel Norderney diesen Trend. Konsequenter und authentischer baute sie in den zurückliegenden Jahren die Marke „Thalasso“ in Verbindung mit der Insel auf. Dabei wurde das Thema und die dahinter liegende Philosophie in allen Bereichen der Insel „durchdekliniert“. Lohn der beharrlichen Bemühungen: Durch die konsequente Ausrichtung zum Thema Gesundheitstourismus und nach offizieller Prüfung der Qualität auf der Insel wurde Norderney 2014 der Titel „Thalasso-Nord-



Neuer touristischer Trend: Thalasso

seeheilbad“ verliehen. 2015 errang das Norderneyer bade:haus den Europäischen Health&Spa-Award „best public bath“.

Neben dem Vorreiter Norderney ist das Thema aber inzwischen in der gesamten Insel- und Küstenregion angekommen. Die Auszeichnung Thalasso-Nordsee-

heilbad erhielten neben Norderney die Inseln Spiekeroog, Langeoog, Borkum, Juist und Wangerooge sowie als erster Küstenort Neuharlingersiel. Geprüftes Thalasso-Nordseebad ist Dornumersiel. Die zertifizierten Badeorte bilden zusammen mit den geprüften Partnerhotels (Badhotel Sternhagen, Vitalis Greetsiel) den Grundstein der zertifizierten „Thalasso-Region Niedersächsische Nordsee“ unter Federführung der „Nordsee GmbH“. Mit diesem Qualitätsversprechen wendet sich unsere Region an ihre Gäste und „präsentiert sich so als führende Thalasso-Kompetenzregion Deutschlands“, so Dr. Hans Jörg Schmeißer, Leiter des Europäischen Prüfinstituts Wellness & Spa e.V. bei der Auszeichnung für Neuharlingersiel im März 2015.



Auch das ist Thalasso: Der weite Strand von Langeoog



Neue Trends und überregionale Planungen



Einzigtiger Naturraum mit hohem touristischen Potenzial: das Wattenmeer

WELTNATURERBE WATTENMEER

Von besonderer Bedeutung für den Tourismus in unserer Region ist das Wattenmeer, das im Jahre 2009 in die UNESCO-Liste des Welterbes der Menschheit aufgenommen wurde. Um auf die Weltnaturerbe-Liste der UNESCO zu kommen, muss ein Gebiet sehr besonders sein. Es muss einzigartige Naturwerte besitzen, intakt und durch gute Schutzmaßnahmen gesichert sein. Das Wattenmeer hat sich sogar in drei Gesichtspunkten als weltweit einzigartig erwiesen:

- es ist jung und ursprünglich zugleich. Es ist nach der letzten Eiszeit vor rund 7.000 Jahren entstanden. Hier fin-



Quelle: Nationalparkverwaltung Niedersächsisches Wattenmeer



Neue Trends und überregionale Planungen



Erfolgreiche Veranstaltungsreihe im Weltnaturerbe:
Die jährlich wiederkehrenden Zugvogeltage

det man noch Landschaften in allen Entwicklungsstadien. Noch heute kann man mit eigenen Augen sehen und miterleben, wie Landschaften in der Eiszeit entstanden sind.

- es ist dynamisch und abwechslungsreich. Natur, Pflanzen und Tiere passen sich immer wieder an die täglich wechselnden Bedingungen auf dem Watt an.
- es ist einmalig abwechslungsreich. Insgesamt leben hier rund 10.000 verschiedene Pflanzen- und Tierarten, an Land und im Wasser. Eine derartige Vielfalt findet man sonst nirgendwo auf der Welt.

Die Auszeichnung mit dem Titel „Weltnaturerbe“ ist für den Tourismus im und am Wattenmeer eine große Chance, aber auch eine ständige Verpflichtung. Eine

Ansatz für die Umsetzung eines nachhaltigen Tourismus im Weltnaturerbe Wattenmeer

Vision

In der gesamten Destination Weltnaturerbe Wattenmeer gehen Naturschutz und nachhaltiger Tourismus Hand in Hand. Ihre Verbindung basiert auf gegenseitiger Wertschätzung, Verständnis, Erfahrungen und der aktiven Einbeziehung aller Akteure.

Die Menschen, die die Destination Weltnaturerbe Wattenmeer besuchen, dort leben oder arbeiten, sind sich des außergewöhnlichen universellen

Wertes und der einzigartigen Landschaft bewusst und wissen diese zu schätzen. Sie engagieren sich für den Erhalt dieser Werte zum Nutzen der heutigen und künftiger Generationen.

Örtliche Unternehmen und die Bevölkerung profitieren wirtschaftlich und gesellschaftlich von den hochwertigen Angeboten, welche die Integrität und die ökologischen Anforderungen an das Weltnaturerbe Wattenmeer unterstützen.

Analyse der Arbeitsfelder

Tourismus und Naturschutz – Zusammenarbeit im Wattenmeer

Das Alleinstellungsmerkmal – „Eine“ Weltnaturerbe Destination

Transport, Unterkünfte und Gastronomie – Schlüsselfaktoren für den Tourismus

Umweltbildung und Interpretation – Die Destination mit Leben füllen

Erweiterte Fähigkeiten und verbesserte Standards – Entwicklung einer Qualitäts-Destination

Strategische Ziele

1. Alle Akteure haben ein grenzübergreifendes Verständnis für die Werte des Weltnaturerbes Wattenmeer und schätzen sie.
2. Alle Akteure übernehmen Verantwortung für und unterstützen den Schutz des „außergewöhnlichen universellen Wertes“ bei ihrem Engagement im Tourismusmanagement und in der Produktentwicklung,
3. Der Tourismussektor leistet konsistente Kommunikations- und Marketingarbeit und bewirbt die hochwertigen Tourismusangebote in der Destination Weltnaturerbe Wattenmeer.

4. Naturschutz, Tourismus und örtliche Bevölkerung profitieren vom Status des Wattenmeeres als Weltnaturerbe.

Aktionsplan

Schutz des außergewöhnlichen universellen Wertes des Weltnaturerbes Wattenmeer



Gesellschaftliche, ökonomische und ökologische Vorteile

Quelle: Nationalparkverwaltung Niedersächsisches Wattenmeer



Neue Trends und überregionale Planungen



Das neue Nationalpark-Haus auf Norderney bietet neben vielen Informationen auch einen weiten Blick von der Dachterrasse auf das Wattenmeer. An der Außenfassade lassen Tausende Windzeiger aus Holz durch den Wind ein dynamisches, an Wetterkarten erinnerndes Bild entstehen



nen, wie sie vom Welterbestatus profitieren und wie gleichzeitig die natürlichen Werte des Wattenmeeres geschützt und erhalten werden können.

Zur Umsetzung dieser Strategie wurde ein Aktionsplan für den Zeitraum 2014 – 2017 entwickelt. Er enthält Themen, Prioritäten, Zeitplanungen und Budgets. In vielen Fällen baut der Aktionsplan auf bestehende oder geplante Aktivitäten auf regionaler oder nationaler Ebene auf, um Synergien zu schaffen und einen konsistenten Ansatz für die gesamte Destination Welterbnaturerbe Wattenmeer sicherzustellen.



große Chance deshalb, weil das Wattenmeer damit weltweite Aufmerksamkeit erfährt und in eine Reihe mit weltbekannten Naturstätten wie dem Great Barrier Reef in Australien oder dem Grand Canyon in den USA gesetzt wird.

Der besonderen Verpflichtung, die aus der Verleihung des Titels erwächst, wird die Region mit der Umsetzung einer Strategie für den nachhaltigen Tourismus im Wattenmeer gerecht. Damit sich der Tourismus im gesamten Wattenmeer langfristig in naturverträglichen Bahnen bewegt, haben die drei Wattenmeerstaaten Dänemark, Deutschland und die Niederlande im Rahmen des Projektes „PROWAD – Protect & Prosper“ zwischen 2011 und

2014 eine gemeinsame Tourismusstrategie entwickelt. Die Strategie beschreibt, wie die Akteure zusammenarbeiten kön-



Albertus Akkermann, der ‚singende Wattführer‘, bei einer Wanderung durch den Nationalpark Niedersächsisches Wattenmeer. Der Nationalpark ist Teil des Welterbnaturerbes Wattenmeer



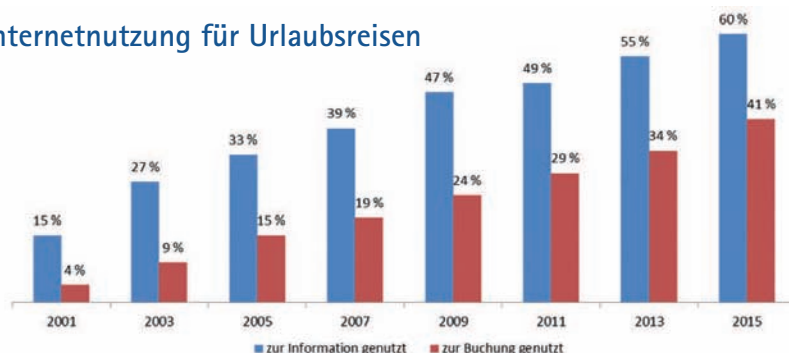
Neue Trends und überregionale Planungen

Digitalisierung

Das Internet ist fester Alltagsbestandteil der Deutschen: 78 Prozent haben Zugang zum Internet, 56 Prozent auch mobil per Smartphone, Tablet oder Laptop. Durchschnittlich verbringt ein Internetnutzer in Deutschland 166 Minuten pro Tag im Netz. Urlaub, Reisen und Freizeit nehmen dabei einen großen Anteil ein. Laut FUR-Reiseanalyse nutzen 60 Prozent der Deutschen das Internet als Informationsquelle für ihre Reise, 41 Prozent haben schon online gebucht – Tendenz steigend. Buchungs- und Bewertungsportale spielen eine wachsende Rolle bei den Entscheidungen der Gäste und verändern gleichzeitig die Marktbedingungen für das Gastgewerbe.

Wer in der Tourismusbranche am Markt bestehen oder gar wachsen will, muss sich der Digitalisierung stellen. Denn vom Volumen her wird die touristische Nachfrage in den nächsten zehn Jahren nicht mehr nennenswert zunehmen: die Zahl der Urlaubsreisen von Deutschen wird

Internetnutzung für Urlaubsreisen



Quelle: Niedersächsischer Industrie- und Handelskammertag

wegen der demographischen Entwicklung auf hohem Niveau stagnieren, prognostiziert die Reiseanalyse. Der Zuwachs an Auslandsgästen liegt in Niedersachsen unter dem Bundesdurchschnitt, wie die amtliche Beherbergungsstatistik immer wieder zeigt. Umso wichtiger werden eine professionelle Internetpräsenz, ein ausgeprägtes Online-Marketing und eine kluge Online-Kommunikation. Hier liegen große Chancen, aber auch ebenso große Herausforderungen für Niedersachsens Tourismus. Und das zwingt nicht allein die Unternehmen zum Handeln.

Bei der Internet-Nutzung für die Urlaubsreise sind Information und Buchung nicht alles: digitale Berührungspunkte zwischen Gast und Anbieter liefert die gesamte „Customer Journey“ – von der ersten Idee über die Recherche nach passenden Angeboten, Preisvergleiche, den Besuch von Bewertungsportalen, der Freizeitgestaltung vor Ort bis hin zum Teilen von Bildern und Erlebnissen nach der Reise. Unter diesem Gesichtspunkt ist die Nordseebad Spiekeroog GmbH frühzeitig aktiv geworden: Hier können Gäste online Fahrkarten, Strandkörbe, Veranstaltungen, Zeltplatzstellplätze etc. in einem Schritt buchen, ihre Tickets zu Hause ausdrucken und dann mit ihrem Ausdruck an Bord der Schiffe oder zu ihrem Strandkorb gelangen. Auch für Norderney können Strandkörbe online gebucht werden.



Auch ein touristischer Anziehungspunkt: die Kunsthalle in Emden

Viele touristische Akteure können die Herausforderungen der Digitalisierung allerdings nur schwer allein meistern. Das spiegelte schon das Sparkassen-Tourismusbarometer aus 2014 wider: demnach wünschen sich fast alle Befragten Unter-

29



Den Tourismus in Ostfriesland und Papenburg weiter stärken und gestalten



Informativ: Stadtführung in der historischen Altstadt von Leer

Der Tourismus in Ostfriesland und Papenburg ist für die Region von größter Bedeutung. Die OTG titelt mit Blick auf ein erfolgreiches Jahr 2013 „Tourismus in Ostfriesland stärkster Wirtschaftszweig“. In vielen Bereichen sind Unternehmen und Tourismusorganisationen gut aufgestellt. Um dauerhaft wettbewerbsfähig zu bleiben, bedarf es allerdings weiterer Anstrengungen.

Dazu zählen insbesondere:

- Der Tourismus ist ein wirtschaftliches Standbein für die gesamte Region. Tourismus ist deshalb nicht nur eine Angelegenheit der touristischen Schwerpunkorte oder Nischenthema, sondern ein Querschnittsthema der ganzen Region. In Politik, Gesellschaft und Wirtschaft muss davon ein klares Bild herrschen und vertreten werden.
- Die regionale Tourismusbranche braucht hinreichend Fach- und Saisonarbeitskräfte; dafür ist eine höhere Attraktivität des Hotel- und Gaststättengewerbes nötig. Das Gewerbe muss auch in der Außenwahrnehmung zu einem attraktiven Arbeitsplatzsektor werden und die Anstrengungen ausbauen, ein positives Bild der Branche zu transportieren. Dazu gehören auch Anpassungen bei der Entlohnung und Verbesserungen bei den Arbeitsbedingungen. Insbesondere junge Menschen müssen mit zielführenden, authentischen Kampagnen für die angebotenen

Ausbildungsplätze gewonnen werden.

– Vor allem auf den Inseln müssen bezahlbare Wohnungen für das Personal geschaffen werden. Die Arbeitszeitregelungen sollten gleichzeitig entbürokratisiert und den besonderen Bedingungen des Gastgewerbes angepasst werden.

- Eine besondere Bedeutung bei der Gewinnung des Fachkräftenachwuchses haben die Berufsbildenden Schulen der Region. Die Tourismus-Fachschule Esens bietet eine dreijährige Weiterbildung zum staatlich geprüften Betriebswirt mit dem Schwerpunkt Tourismus und hat sich einen wichtigen Stellenwert in der Region erarbeitet. Die Gewinnung neuer Führungskräfte im Tourismus steht im Mittelpunkt des dreieinhalbjährigen Studiengangs „Tourismuswirtschaft“ an der Jadehochschule in Wilhelmshaven. Die Bedeutung dieser Bildungseinrichtungen wird künftig weiter wachsen, soll die Branche im Wettbewerb um Nachwuchskräfte bestehen können. Ihre

Gastgeber klagen über zu wenig Reinigungspersonal

ARBEIT Vermieter sehen ein strukturelles Problem / Touristiker verweist auf Fachkräftemangel

Ein Anbieter sieht den Grund in dem zunehmenden Bau von Unterkünften für Urlauber in der Region.

VON JULIAN HOFFMANN UND MARIA BERENTZEN

OSTFRIESLAND - Die Vermieter von Ferienwohnungen und -häusern in Ostfriesland haben Schwierigkeiten, Reinigungskräfte zu beschäftigen. „Der Markt ist total leer gefegt“, sagt Jürgen Müller

vom Ferienhauskontor Greetsiel. Er bietet zwölf Wohnungen und Häuser für Gäste in dem Küstendorf an. Diese lässt er zurzeit von zwei Dienstleistern pflegen. Doch auch einer davon habe jetzt ein Problem, Personal zu bekommen. Die Situation sei „sehr dramatisch“, so Müller. Es nütze auch nichts, mit Anzeigen zu suchen. Um die Arbeitskräfte sei ein „heißer Kampf entbrannt“. Solche Probleme kennt auch Gaby Brasse aus Ochtersum. Sie vermietet Woh-

nungen vor allem in Dornumersiel und Bensersiel. Nachdem ihr eine Putzhilfe abgesprungen war, fand sie für mehrere Unterkünfte zu nächst keine neue Kraft. Über einen Bekannten ist ihr nun jemand vermittelt worden. „Anders geht das im Moment gar nicht“, sagt Brasse. „Wer jetzt kurzfristig sucht, hat kaum eine Chance.“

Jürgen Müller erklärt sich den Engpass beim Personal mit dem Bau von immer mehr Feriendomizilen: Da

steigt auch der Bedarf an Reinigungspersonal. Hinzu kommt, dass viele der bei ihm beschäftigten Frauen nur übergangsweise bleiben und dann andere Angebote wahrnehmen. Auch Andreas Brügge-mann, Inhaber einer Hausmeister- und Dienstleistungs-firma in Südbrookmerland, spürt den Mangel an Arbeitskräften. Er spricht von einem strukturellen Problem: „Das wird auch zunehmen.“ Er plant, in seinem Betrieb eine Betreuungseinrichtung

für Kinder zu schaffen, damit deren Eltern auch am Wochenende arbeiten können. Der Geschäftsführer der Touristik-GmbH Krummhörn-Greetsiel, Ludger Kalkhoff, hat von einem Problem konkret beim Reinigungs-personal noch nichts gehört: „Fachkräftemangel haben wir ja überall.“ Entscheidend ist für ihn, dass die Entwicklung beim Personal mit der Steigerung der Übernachtungszahlen Schritt hält. „Das muss man jetzt sinnvoll beobachten.“

Ostfriesen-Zeitung vom 14. August 2015



Den Tourismus in Ostfriesland und Papenburg weiter stärken und gestalten

Arbeit muss auf eine dauerhaft belastbare finanzielle Grundlage gestellt und mit einer qualitativ hohen personellen Ausstattung versehen werden.

- Der Großteil der Gäste in unserer Region kommt aus Niedersachsen und Nordrhein-Westfalen. Die Gewinnung von Gästen außerhalb dieser Quellgebiete wird nur zögerlich und unsystematisch angegangen. Erste Erfolge können hinsichtlich Baden-Württemberg verbucht werden. International sind bisher nur die Niederlande und mit Abstrichen die Schweiz von Bedeutung – hier ist sicherlich noch viel „Luft nach oben“. Um diese Potenziale besser heben zu können, bedarf es eines systematischen und fokussierten Marketings – aber auch Personals und Webauftritte bei den Betrieben, die eine Vertrautheit mit mindestens der englischen Sprache erkennen lassen.



- Der hohe Standard des Gastgewerbes im Bereich der Servicequalität muss verbreitert werden und zu einem besonderen Merkmal der regionalen Branche werden. Es sollen sich mehr Betriebe um Qualitätssiegel bewerben. Gleichzeitig müssen diese Siegel aussagekräftig und auch für den Gast



Sportliche Angebote im Binnenland: Surfschule am Großen Meer

überschaubar bleiben, der bürokratische Aufwand für die Betriebe darf nicht noch höher werden. Wir verstehen das als eine gemeinsame Aufgabe von Wirtschaft, Verbänden, Tourismusorganisationen und Politik.

- Der Strukturwandel bei den Beherbergungsangeboten – weg von einer Vielzahl kleiner Privatpensionen hin zu größeren Einheiten bzw. zu einer Aus-

weitung des Ferienhaussektors – darf nicht dazu führen, dass touristische Orte außerhalb der Hauptsaison an Attraktivität verlieren („Jalousien-Siedlungen“) und insbesondere auf den Inseln die einheimische Bevölkerung verdrängt wird. Tourismus lebt von Authentizität – dazu gehören auch die Bewohner der Region. Nachfolregelungen innerhalb der Familie sollten besondere Unterstützung durch Kom-



Touristische Wertschöpfung aus historischer Vergangenheit: Schloß Lütetsburg



Den Tourismus in Ostfriesland und Papenburg weiter stärken und gestalten



Teilnehmer der Inselkonferenz 2015

munen und Staat erfahren. Gleichzeitig brauchen wir eine Modernisierung und ein höheres Qualitätsniveau bei den Unterkünften und weiteren raumgebundenen Angeboten. Neben einem Angebot für das mittlere Segment werden auch Angebote im höherpreisigen Segment wichtiger. Die hier vorgesehenen Hotelneubauten in Emden und auf Norderney werden zu einer Belebung der touristischen Nachfrage führen. – Darüber hinaus muss der § 22 Bundesbaugesetzbuch so präzisiert werden, dass eine missbräuchliche Umgehung ausgeschlossen wird (Schaffung von Ferienwohnungen über Bruchteilseigentum). Wir begrüßen die derzeitigen Gespräche zwischen Bund und Ländern,

die durch die erste Inselkonferenz im Februar 2014 in Hannover angestoßen worden sind.

- Die Kommunen der touristischen Schwerpunkorte – insbesondere Inseln und Küste – benötigen staatliche Unterstützung, da sie eine Infrastruktur vorhalten müssen, die weit über das für die eigene Bevölkerung erforderliche Maß hinausgeht. Die Inselkonferenzen mit der Landesregierung – sie sollten auch künftig einmal jährlich stattfinden – weisen in die richtige Richtung und sollten bald mit zielführenden Ergebnissen aufgewertet werden.

Baugesetzbuch (BauGB)

§ 22 Sicherung von Gebieten mit Fremdenverkehrsfunktionen

(1) Die Gemeinden, die oder deren Teile überwiegend durch den Fremdenverkehr geprägt sind, können in einem Bebauungsplan oder durch eine sonstige Satzung bestimmen, dass zur Sicherung der Zweckbestimmung von Gebieten mit Fremdenverkehrsfunktionen die Begründung oder Teilung von Wohnungseigentum oder Teileigentum (§ 1 des Wohnungseigentumsgesetzes) der Genehmigung unterliegt. Dies gilt entsprechend für die in den §§ 30 und 31 des Wohnungseigentumsgesetzes bezeichneten Rechte. Voraussetzung für die Bestimmung ist, dass durch die Begründung oder Teilung der Rechte die vorhandene oder vorgesehene Zweckbestimmung des Gebiets für den Fremdenverkehr und dadurch die geordnete städtebauliche Entwicklung beeinträchtigt werden kann. Die Zweckbestimmung eines Gebiets für den Fremdenverkehr ist insbesondere anzunehmen bei Kurgebieten, Gebieten für die Fremdenbeherbergung, Wochenend- und Ferienhausgebieten, die im Bebauungsplan festgesetzt sind, und bei im Zusammenhang bebauten Ortsteilen, deren Eigenart solchen Gebieten entspricht, sowie bei sonstigen Gebieten mit Fremdenverkehrsfunktionen, die durch Beherbergungsbetriebe und Wohngebäude mit Fremdenbeherbergung geprägt sind.

...

(4) Die Genehmigung darf nur versagt werden, wenn durch die Begründung oder Teilung der Rechte die Zweckbestimmung des Gebiets für den Fremdenverkehr und dadurch die städtebauliche Entwicklung und Ordnung beeinträchtigt wird. Die Genehmigung ist zu erteilen, wenn sie erforderlich ist, damit Ansprüche Dritter erfüllt werden können, zu deren Sicherung vor dem Wirksamwerden des Genehmigungsvorbehalts eine Vormerkung im Grundbuch eingetragen oder der Antrag auf Eintragung einer Vormerkung beim Grundbuchamt eingegangen ist; die Genehmigung kann auch von dem Dritten beantragt werden. Die Genehmigung kann erteilt werden, um wirtschaftliche Nachteile zu vermeiden, die für den Eigentümer eine besondere Härte bedeuten.

...



Den Tourismus in Ostfriesland und Papenburg weiter stärken und gestalten

- Eine noch bessere Vernetzung, Ergänzung und Abstimmung der lokalen Angebote – das gemeindliche Kirchturmdenken sollte weniger eine Rolle spielen. OTG und „Die Nordsee“ sind deshalb in ihren Rollen zu stärken.
 - Die Mittel für die örtlichen Tourismusorganisationen müssen fokussiert für eine weitere Professionalisierung bereitgestellt werden; gleichzeitig sind Kooperationen mit den Nachbarn auszubauen.



Eng mit der Sage um den Piratenkapitän Störtebeker verbunden:
Die Kirche in Marienhafe



Unverzichtbares Freizeitangebot im Binnenland:
Freizeitsee in Uplengen

- Der Stellenwert des Tourismus muss sich in den Anstrengungen der öffentlichen Hand wiederfinden. Gleichzeitig sollte der Rückfluss für Kommunen und Bürger transparent dargestellt werden. Die operative Arbeit der Tourismusorganisationen ist frei von politischer Einflussnahme zu gestalten.
- Die Finanzierung der Tourismusarbeit muss auf eine verlässliche Grundlage gestellt werden. Weitere Belastungen der Unternehmen – wie sie im Zusammenhang mit der Änderung des Niedersächsischen Kommunalabgabengesetzes diskutiert werden – sind in diesem Zusammenhang zu vermeiden, demgegenüber ist einer Ausweitung der wirtschaftlichen Betätigung von Tourismuseinrichtungen der Vorzug zu geben. Beiträge aus der Wirtschaft sollten auf freiwilliger Basis eingespeist und unter Beteiligung der Unternehmen aus dem Hotel- und Gaststättenbereich bewirtschaftet werden.



Den Tourismus in Ostfriesland und Papenburg weiter stärken und gestalten

- Für die touristischen Schwerpunkttore sollen längerfristige Entwicklungspläne aufgestellt bzw. fortgeschrieben werden, in denen die Aufgaben der touristischen Organisationen, der Unternehmen des Gastgewerbes und der Kommune beschrieben und verzahnt abgestimmt werden. Das Beispiel Norderney zeigt, welche Früchte eine solche abgestimmte Strategie trägt – das verlässliche Miteinander von Wirtschaft und Kommune ist unabdingbare Voraussetzung für eine erfolgreiche Entwicklung. Dabei können die Entwicklungspläne auch mehrere Orte umfassen, was gleichzeitig im Sinne des „Strategischen Handlungsrahmens für die Tourismuspolitik“ auf Landesebene ist und dem Land die Möglichkeit gibt, das sehr späte Anlaufen der Tourismusförderung in dieser Förderperiode forcieren zu können.



Gehört zu den Wachstumsmärkten:
Der Fahrradtourismus

- Teil dieser Entwicklungspläne sollte auch eine klare inhaltliche Profilierung der einzelnen Orte sein. Dazu gehören nicht zuletzt Angebote im Bereich Gesundheit und Wellness sowie zum Thema „Tourismus für Alle“. Der sich weiter ausbauenden Digitalisierung ist dabei als Querschnittsaufgabe Rechnung zu tragen. – Wünschenswert sind weitere Orte, die das Beispiel Juist aufgreifen und das Thema „Nachhaltigkeit“ zu einem lokal umsetzbaren und erfahrbaren Thema machen. Im Binnenland gehören der Aktiv- (bspw. Fahrrad-) und Natururlaub zu den Wachstumsmärkten. Weitere Akzente setzen die umfassenden kulturellen Angebote, die vernetzt beworben werden (Kulturnetzwerk Ostfriesland bzw. Weser-Ems). Nicht jeder Ort muss alles bieten können – eine verlässliche Vernetzung unterschiedlicher Angebote ist aber umso wichtiger.



Touristisches Kleinod mit enormer Sogwirkung: Fischer- und Sielhafenort Ditzum an der Ems



Den Tourismus in Ostfriesland und Papenburg weiter stärken und gestalten



Die WattenSail in Carolinensiel – beliebt bei Touristen und Einheimischen

- Der Titel „Weltnaturerbe Wattenmeer“ bietet eine große Chance für den regionalen Tourismus, nicht nur auf den Inseln und an der Küste. Gemeinsam mit den Unternehmen aus dem Gastgewerbe wirken wir für eine rasche und effektive Umsetzung des Aktionsplanes 2014 – 2017. Die hohe profilbildende Bedeutung des „Weltnaturerbes Wattenmeer“ kann nur realisiert werden, wenn sie von der ganzen Region erkannt, getragen und gelebt wird.

- Moderner Tourismus braucht auch eine moderne Infrastruktur. Das gilt sowohl hinsichtlich der Erreichbarkeit sowie der Mobilität vor Ort als auch mit Blick auf Datennetze. In diesem Zusammenhang ist der Bau der B 210n (einschl. Anbindung Richtung Norden) ein wichtiger Baustein. Bei der Bahn ist langfristig auch eine Verlängerung der Strecke von Esens nach Bengersiel wichtig. Darüber hinaus muss der Unterhaltungsrückstand bei Radwegen und Kreis- und Gemeindestraßen sowie bei



Wirtschaftswegen aufgeholt werden. – Auch für abgelegene Bereiche müssen Datennetze mit

einem Volumen von 50 MB/Sekunde zur Verfügung stehen. Freies WLAN in Hotels, Pensionen und Ferienhäusern sowie in den Zentren der Urlaubsorte sollte zum selbstverständlichen Standard werden.



Natur erleben: Weltnaturerbe Wattenmeer



Impressum

Herausgeber Industrie- und Handelskammer
für Ostfriesland und Papenburg
Ringstraße 4 | 26721 Emden
Postfach 1752 | 26697 Emden
Tel. 04921 8901-0 | Fax 04921 8901-33
E-Mail: info@emden-ihk.de
Internet: www.ihk-emden.de

Verantwortlich: Dr. Torsten Slink

Gesamtherstellung: Rautenberg Druck GmbH, Leer
www.rautenberg-druck.de

Stand: November 2015
