

Anlage 1 zur Niederschrift über die Sitzung
des Rates am 14.12.2006 zu TOP 4. öffentlicher Teil

■ Freizeit- und Tourismuskonzept Stadt Beckum

- ▶ Analyse
- ▶ Ziele und Zielgruppen
- ▶ Masterprojekte
- ▶ Marketingkonzept
- ▶ Nächste Schritte



ift Köln
Wankelstraße 9
50996 Köln
Tel: 02236-83400
Fax: 02236-43045
info@ift-consulting.de

ift Büro Potsdam
Benkertstraße 13
14467 Potsdam
Tel: 0331-2008340
Fax: 0331-2008346
potsdam@ift-consulting.de

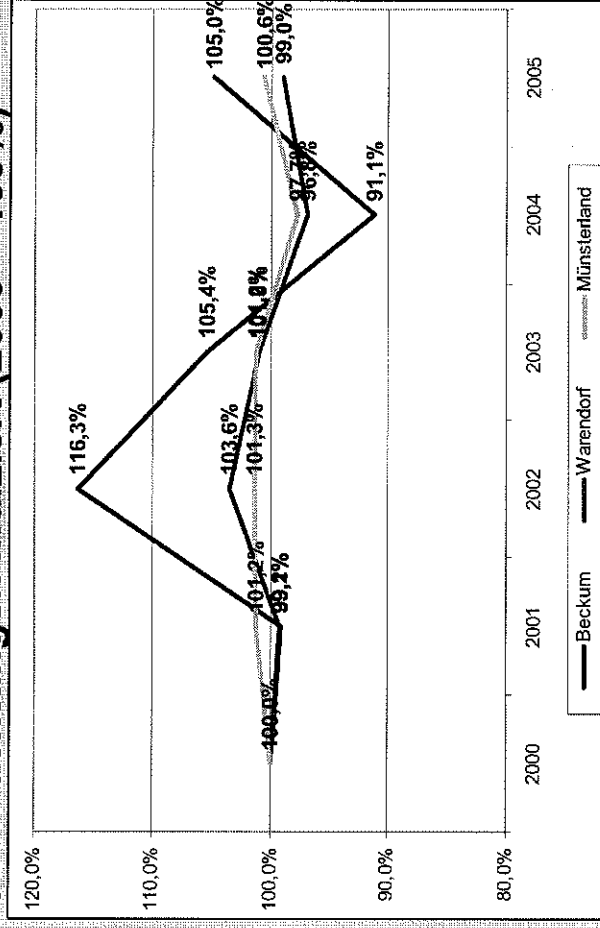
Präsentation Stadtrat 14.12.2006

Jan-F. Kobernuß

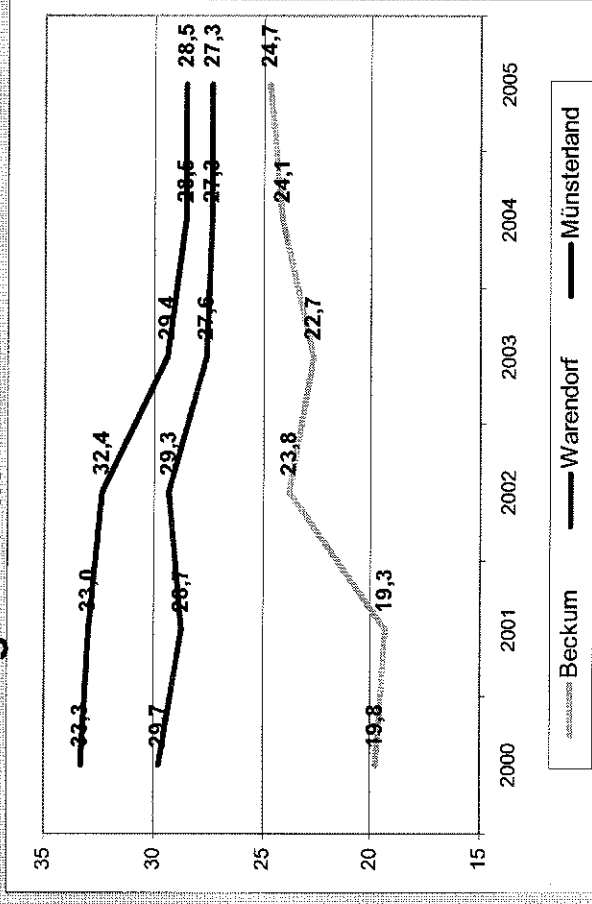
Entwicklung touristische Nachfrage

- ▶ **Ankünfte:** rückläufig, unterdurchschnittlich
- ▶ **Übernachtungen:** rund 17.000 in 2005; Zahlen schwanken stark, 2002 ↑, 2004 ↓
(vorübergehende Betriebsschließung), seitdem leichte positive Entwicklung
- ▶ **Bettenauslastung:** mit 24,7% (2005) insgesamt auf sehr niedrigem Niveau
- ▶ **Saisonalität:** gering; Indiz für Hauptanteil Geschäftsreisende, Verwandte und Bekannte

Übernachtungen indiziert (2000 = 100%)



Auslastung absolut



Eigene Darstellung ift GmbH auf Basis von Daten des Statistischen Landesamtes NRW

Stärken-/Schwächen-Analyse (Auszüge)

	+ Stärken z.B.	- Schwächen z.B.
Natur, Landschaft	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Wasserflächen, -qualität; Topografie (Radfahren, Wandern) 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Brüche im Landschaftsbild (Zementindustrie); keine besondere landschaftliche Attraktivität
Verkehr, Wegenetz	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Autobahnnähe; Einzugsgebiet; Ziele im Umfeld; Rad-/Wanderwegesystem 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ kein Bahnhof; keine touristischen Highlight-Wege; Parkplatzsituation Tuttenbrock
Gast-gewerbe	<ul style="list-style-type: none"> ▶ großes, teilw. hochwertiges Angebot; aktive Hoteliers/Gastronomen 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Erlebnis-, Trend-, Szene-, Außengastronomie fehlt; wenig Qualitätsbetten Innenstadt; klein-betriebliches, einseitiges Bettenangebot
Ortsbild, Shopping	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Marktplatz mit Aufenthaltsqualität, historischer Ortskern Vellern mit Pfarrkirche 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ einige Innenstadtbereiche wenig attraktiv; Leerstand Neueckum; Ortseinfahrten, Stadtmöblierung; Qualität Einzelhandels
Freizeit, Kultur	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Theater; Beckumer Sommer, Karneval; einzelne schöne Gebäude ▶ Tuttenbrock-See; Naherholungsgebiet Höxberg; Phönix; viele Sportanlagen 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ keine Jugendangebote; Hallenbad wenig attraktiv; Saisonalität Tuttenbrock; keine Räume für Großveranstaltungen; Öffnungszeiten Museum nicht touristengerecht
Orga, Kommunikation	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Stadtmarketingverein; reges Vereinsleben; gutes Innenmarketing & Lobby; Hoteliersverein, Einbindung in regionale Tourismusorganisationen 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ kein Tourismusverantwortlicher bei der Stadt; keine zentrale Zimmervermittlung; Image außerhalb der Stadtgrenzen; Beckum vs. Neueckum; Internetauftritt nicht optimal

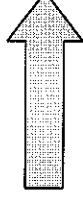
Ergebnisse Wettbewerbsanalyse ...

... in Bezug auf die touristische Vermarktung:

- ▶ Münsterland / Parklandschaft Kreis Warendorf: nur wenige Orte positionieren sich eindeutig und aufgrund identifizierbarer Verkaufsvorteile
(Ausnahmen: Pferde-Mekka Warendorf, Blüten- und Kinderstadt Oelde)
- ▶ Beckum:
 - ▶ kein einheitliches Profil
 - ▶ keine Alleinstellungsmerkmale
 - ▶ kaum überregionale Ausstrahlung
 - ▶ wenige zielgruppenspezifische Angebote
 - ▶ Internetpräsenz und Broschürenfamilie verbesserungswürdig
- ▶ ... in Bezug auf Tagungs- und Seminarismus:
 - ▶ kein ausgewogenes, zeitgemäßes Angebot in direkter Nachbarschaft



Beckum
präsentiert sich
„als Stadt mit
vielen
Gesichtern und
spannenden
Kontrasten“
Beckum braucht
ein Gesicht!



Ergebnisse Wettbewerbsanalyse ...

... in Bezug auf die Freizeitinfrastruktur im Münsterland:

Golfanlagen	☹ keine ausbaufähigen Potenziale für Beckum
Kinos und Multiplexe	☹ kein Potenzial für Beckum
Hallen- / Freizeitbäder	☹ kein ausreichendes Potenzial für Beckum
Bade- /Wassersportseen	☺ großes Potenzial Tuttenbrock
Wasserskianlage	☺ Potential vorhanden; Alleinstellung möglich
Camping	☺ Potential für Beckum vorhanden Lücken im Premium- Segment
Museen	☹ geringes Potential für Beckum
Saunaanlagen	☺ Potential vorhanden*
Freizeitparks	☹ Potential für Beckum fraglich
Zoos und Tierparks	☹ kein Potential besser: Aufwertung Tiergehege auf dem Höxberg
Diskotheken	☺ Potential für Beckum vorhanden*

*Empfehlung: Integration z.B. in ein Camping-Konzept Tuttenbrocksee

Ziele

- ▶ **Ziele**
Basis: Expertengespräche, Workshop 5.4.2006,
Analyse-Ergebnisse
- ▶ **Ausbau Freizeitangebote; Angebote für Jugendliche**
- ▶ **„Zementlandschaft“ attraktiv gestalten**
- ▶ **Multifunktionshalle; Qualifizierung Hotellerie; Camping-/Fewo-Angebote**
- ▶ **Entwicklung Themen-, Event-, Außengastronomie**
- ▶ **Alleinstellung herausarbeiten: Sport- und Freizeitorientierung**
- ▶ **Zentrale Koordinations-Stelle, Touristisches Netzwerk, Gästeinfo verbessern**
- ▶ **Angebote erweitern und kommunizieren (Infrastruktur, Events, Pauschalen)**

■ Zielgruppen

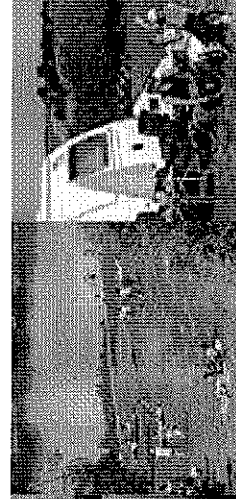
- ▶ **Haupt-Zielgruppen*:** sport- und freizeitaktive
 1. Paare, Kleingruppen, Familien mit Kindern, Jugendliche, 55+, Singles
 2. Handicapped, Camper, Schulen, Vereine, Firmen (Incentives)
 3. Geschäftstouristen, Sport-Event-Touristen (auch internat.), Busgruppen, Seminare

* aus der neuen Themenorientierung / in Weiterführung der im Workshop am 5.4.2006 formulierten Zielgruppendefinition

Masterprojekte: Tuttenbrock-See

Situation:

- ▶ zu geringes Campingangebot im Münsterland
- ▶ deutlich zu geringes Angebot im Premiumsegment im gesamten weiteren Konkurrenzgebiet
- ▶ wenig Angebote mit Umweltorientierung
- ▶ im Dauercampingbereich sehr wenig Angebote im Premiumsegment
- ▶ Angebotslücken im Bereich Wasserski



Masterprojekte: Tutenbrock-See Entwurfsskizze

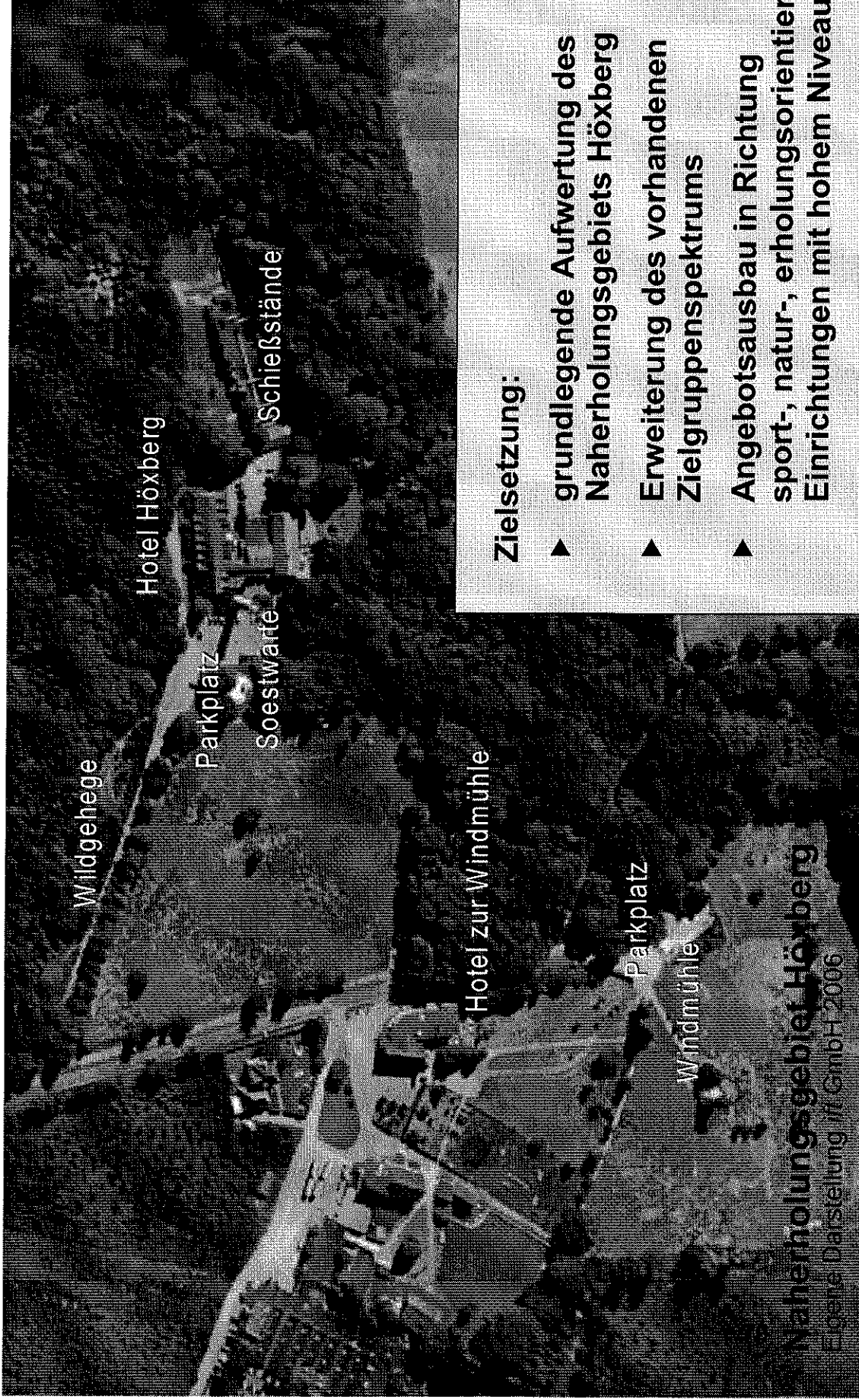


Freizeit- und Tourismuskonzept Tutenbrock-See 12/2006

ift-Empfehlung:

- ▶ **Campingpark im Premium-Segment als Urlaubs- & Freizeitsort**
- ▶ **Kapazität: Dauercamping 120 Stellplätze, Touristikcaravans 150, Touristikzelte 30, Reisemobile 30, Mietzelle 30, Mietcaravans 30, Hütten 30**
- ▶ **Wasserski-Seilbahn**
- ▶ **Sauna- und Wellnessanlage**
- ▶ **Gastronomie**
- ▶ **Multifunktionshalle**
- ▶ **Sandstrand**
- ▶ **Parkplatz**
- ▶ **Wege**
- ▶ **Spiel- und Sportflächen**

Masterprojekte: Naherholungsgebiet Höxberg



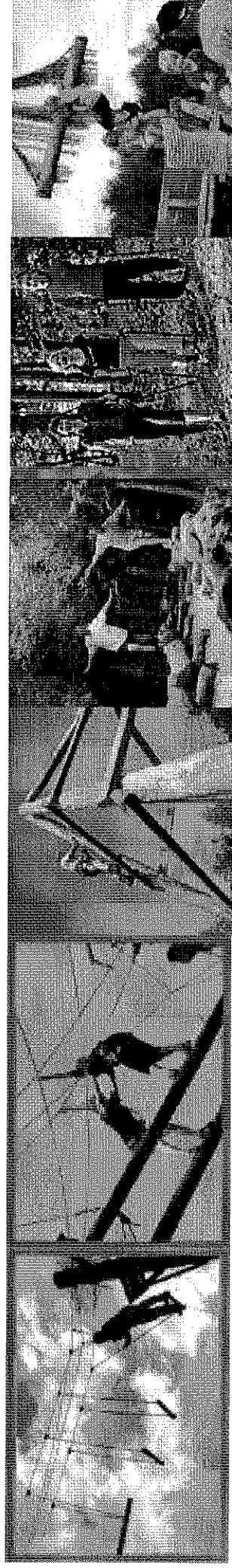
Zielsetzung:

- ▶ grundlegende Aufwertung des Naherholungsgebiets Höxberg
- ▶ Erweiterung des vorhandenen Zielgruppenspektrums
- ▶ Angebotsausbau in Richtung sport-, natur-, erholungsorientierter Einrichtungen mit hohem Niveau

Masterprojekte: Naherholungsgebiet Höxberg

Empfohlene Angebots-Bausteine:

- ▶ **Waldseilgarten**
bisher nur in Oberhausen/NRW -> Alleinstellung möglich
- ▶ **Naturspielplatz**
1.000 – 2.000 qm in direkter Nähe der Hotels
- ▶ **Nordic-Walking-Park** DSV-zertifiziert,
Beschilderung vorhandener, Schaffung neuer Strecken
unterschiedlicher Schwierigkeitsgrade
- ▶ **Walderlebnispfad**
z.B. fünf interaktive und 3 statische Stationen
- ▶ **Parkplatzerweiterung**
ca. 50 neue Parkplätze entlang Zufahrtsstraße zum Höxberg



Masterprojekte: Radtourismus

- ▶ Stärken Beckum: Naturerlebnis, abwechslungsreiche Topographie; gut ausgebautes Radwegennetz mit überregionalen Themenrouten und lokalen Routen
- ▶ Empfohlene Maßnahmen z.B.:

Infrastruktur:

- ▶ Routen vernetzen, Info-/Thementafeln
- ▶ Park und Bike Plätze, Abstellanlagen für Räder u. Gepäck, Kinder-Spielangebote
- ▶ neue Bett- und Bike Betriebe gewinnen; Bauernhöfe, Camping

Service

- ▶ Angebote Hoga für Radfahrer
- ▶ Gepäcktransfer, Pannenservice; Verleih Fahrräder u. Equipment auch am Wochenende bzw. an Feiertagen



Produktentwicklung

- ▶ Tagestouren u. Bausteinangebote für Zielgruppen (Aktive, Familien, Senioren)
- ▶ geführte Routen für Gruppen (Schulen, Vereine); Inszenierung Themenrouten
- ▶ Kooperationen (Einzelhandel, Veranstalter)
- ▶ Routen- und Servicequalität

Marketing

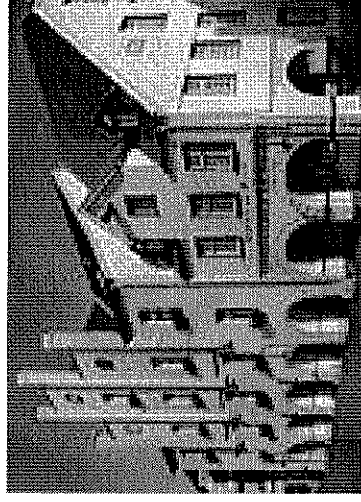
- ▶ Karte Tourenvorschläge (bereits umgesetzt)
- ▶ „Beckumer Fahrradsommer“
- ▶ Internet u. Broschüre erweitern:
 - ▶ Karten, Touren, Streckenberichte
 - ▶ ÖPNV-Anbindung, Serviceeinrichtungen
 - ▶ Gastro-Betriebe, Gästebefragungen
 - ▶ Bonuskarte, Merchandising
 - ▶ Veranstaltungen („Beckumer Radsommer“)

Masterprojekte: Landesgartenschau / Sauna-Anlage

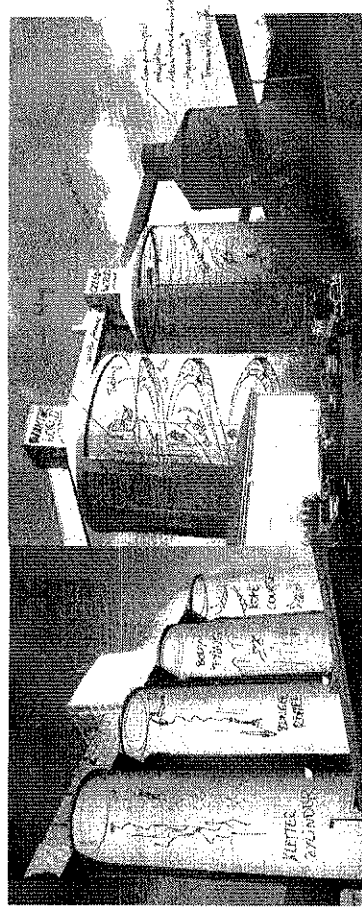
- ▶ Landesgartenschau Beckum 2011 oder später
 - ▶ gut für Stadtentwicklung, Stadt-, Regional-, Binnenmarketing
 - ▶ potenzielle Flächen (Nachnutzung) vorhanden (Bedarf: 15-50 ha)
 - ▶ Invest: 7 - 28 Mio. €, Durchführung 5 - 7 Mio. €
 - ▶ Bewerbungen für die Laga's 2011 bis 2014 bis 1. März 2007, für die Laga 2017 bis zum 1. März 2010
 - ▶ Machbarkeitsstudie erforderlich
- ▶ Sauna-/Wellnesszentrum
 - ▶ Ansiedlung Sauna- bzw. Wellness-Zentrum in Beckum
 - ▶ keine eigenständige „Saunawelt“ empfohlen (hohe Besucherzahlen erforderlich für rentablen Betrieb)
 - ▶ Sauna an ein bereits bestehendes oder zu schaffendes Angebot koppeln: Nachfragebündelung
 - ▶ *ift*-Empfehlung:
Sauna/Wellnessanlage in das Konzept des Camping-Parks am Tuttenbrocksee integrieren und damit das Angebot des Camping-Parks erweitern, alternativ am Höxberg

Masterprojekte: Stadtmuseum / Dyckerhoff-Zementer

- ▶ **Touristisch orientierte Neupositionierung Stadtmuseum**
 - ▶ **Projektidee: Maßnahmenbündel im Bereich Angebote, Präsentationsformen, Marketing**
 - ▶ **Zielsetzung: Ausweitung des Einzugsgebietes des Museums in das erweiterte regionale Umfeld, Belebung der Innenstadt, Impulsgebung für Maßnahmen im Stadtkern**



- ▶ **Nachnutzung Dyckerhoff-Zementer**
 - ▶ **Ziel: Schaffung eines touristischen Leuchtturms mit überregionaler Ausstrahlung. Profilschärfung: Beckum als Sportort.**
 - ▶ **Umsetzung: Silos u. Hallen für Trendsportarten wie Klettern, Bungee, Bodyflying, Tauchen nutzen**
 - ▶ **Projekt wird nach Gesprächen mit möglichen Investoren-Vermittlern zunächst nicht weiter verfolgt (aufwändige Umbauten, Anlage nur zur Pacht).**



Marketingkonzept

- ▶ Im Fokus: klares Profil aufbauen, Produktentwicklung und Kommunikation

Produktentwicklung

- ▶ Ausrichtung aller Aktivitäten auf Thema Sport & Freizeit
- ▶ Zielgruppenorientierung
- ▶ Produkte mit Alleinstellung
- ▶ neue Angebotsbausteine für Zielgruppen im Hoga-, Sport-, Freizeitbereich
- ▶ Kooperation mit Partnern (Sport-, Freizeiteinrichtungen), Tourismus-Netzwerk
- ▶ Transparenz, Aktualität der Angebote
- ▶ Veranstaltungskonzept überarbeiten, neue, PR-starke Event-Themen
- ▶ neue Angebote und Qualitätsoffensive

Aufgaben Kommunikation

- ▶ Themen-, Zielgruppenorientierung, übergreifendes Dachmarketing
- ▶ Überarbeitung Corporate Design Stadt
- ▶ Überarbeitung Broschüren u. Internet-seiten Stadt / Stadtmarketing GmbH
- ▶ Gezielte Werbung, PR, Messe-Konzept
- ▶ Sport- u. Freizeit-Merchandising
- ▶ Marketingaktionen (Tag des Sports etc.)
- ▶ Kooperation mit Leistungsträgern u. überregionalen Tourismusinstitutionen
- ▶ Lobbyarbeit, Sport-Netzwerke, Trendsport-Communities, Sponsoring
- ▶ Gästebindung durch Angebote und Befragungen



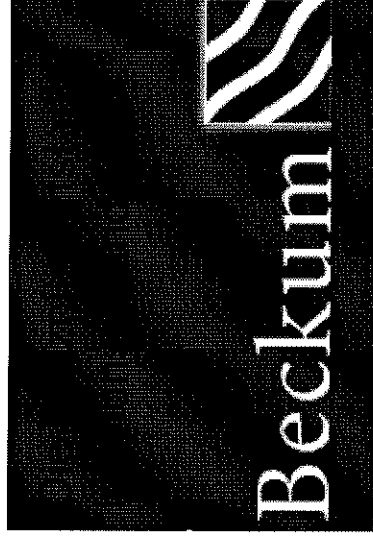
Die Freizeit-Sport-Stadt im Münsterland

Nächste Schritte

Informieren: Rat, Akteure, Bevölkerung

Beraten und Entscheiden:

- ▶ **Positionierung als Freizeitsportstadt**
- ▶ **Freizeit- und Tourismus als Entwicklungsstrategie politisch gewollt**
- ▶ **Tuttenbrock:**
 - ▶ Flächen am Tuttenbrock der Freizeitnutzung widmen (B-Plan ändern)
 - ▶ Investor und Betreiber akquirieren
- ▶ **Höxberg:**
 - ▶ Workshop mit Hotels und weiteren zu Beteiligten
 - ▶ B-Plan-Änderung
 - ▶ Detailplanung, Finanzierung, Realisierung
- ▶ **Landesgartenschau:**
 - ▶ Ratsbeschluss zur weiteren Vorgehensweise
 - ▶ Machbarkeitsstudie, Bewerbungsunterlagen



- ▶ **Radtourismus:**
 - ▶ Umsetzung Einzelmaßnahmen ab 2007
- ▶ **Tourist-Information einrichten**
Fachkraft 1/2 Stelle, ab Mitte 2007
- ▶ **Marketingbudget Tourismus bereit stellen**

■ Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

- ▶ Die *ift* Freizeit- und Tourismusberatung GmbH ist ein privatwirtschaftliches Consultingunternehmen mit Spezialisierung auf die Themen Freizeit und Tourismus. Seit 1985 sind wir erfolgreich für öffentliche und private Auftraggeber tätig: Betriebe, Investoren und Betreiber, Kommunen, Tourismusverbände und Fachorganisationen, Ministerien.
- ▶ Besuchen Sie unsere Website: www.ift-consulting.de

