

Tourismusentwicklung im Naturpark Hüttener Berge

Gegenüberstellung der Tourismuskonzeption aus dem Jahr 2014 und dem aktuellen Stand im Jahr 2022



NATURPARK
Hüttener Berge



Inhalt

03 - Ausgangslage

03 - Entwicklung einer neuen Strategie

04 - Dynamische Entwicklung

05- Zukunftsstrategie für das Amt

04 - Fortschreibung des Tourismuskonzeptes

04 - Gegenüberstellung 2014 - 2021

05 - Tourismusentwicklung & -kennzahlen Hüttener Berge

07 - Tourismus Wertschöpfung

09 - Ergebnisse der SWOT-Analyse - Tourismuskonzept 2014

12 - SWOT-Analyse - Stärken

13 - SWOT-Analyse - Schwächen

14 - SWOT-Analyse - Chancen

15 - SWOT-Analyse - Risiken

16 - Tourismus Strategie - Zielgruppen

17 - Tourismus Strategie - Themen

18 - Tourismus Strategie - Spezialisierungen

19 - Zusammenfassung der Gegenüberstellung

24 - Handlungsfelder & Maßnahmen Zukunftsstrategie 2.0

25 - Fazit der Gegenüberstellung

26 - Mögliche Form der Bürgerbeteiligung

Ausgangslage

Im Frühjahr 2014 hat die Eckernförde Touristik & Marketing GmbH eine Sekundäranalyse im Auftrag des Amtes Hüttener Berge erstellt. Das Tourismuskonzept Hüttener Berge 2025 wurde anhand von zahlreichen vorliegenden Gutachten und Konzepten für die Hüttener Berge sowie im Abgleich mit den Tourismusstrategien des Landes und der Region entwickelt.

Die übergeordneten Zielsetzungen der Analyse lauteten:

- Sichtung und Erfassung der vorhandenen Daten (neun Quellen).
- Schaffung einer Datengrundlage des Tourismus in den Hüttener Bergen: Infrastruktur, Angebote, Potenziale, Vermarktung und touristische Kennzahlen.
- Abgleich der Zielgruppen und Themen der Region Hüttener Berge, der LTO und des Landes Schleswig-Holstein.
- Erstellung einer SWOT-Analyse (Stärken, Schwächen, Chancen, Risiken).

Entwicklung einer neuen Strategie

Aufgrund der Analyseergebnisse wurde eine Tourismus Strategie für den Zeitraum bis 2025 erarbeitet.

Die Schwerpunkte der Strategie lauten:

- Konzentration auf wenige Kernthemen und Zielgruppen
- Fokussierung bringt die wesentlichen Stärken der Region hervor
- Hauptzielgruppen: Natururlauber und Neugierige
- Nebenzielgruppe: Entschleuniger
- Kernthema: Aktiv in der Natur
- Dies beinhaltet den Ausbau und die Attraktivierung von:

Routen, Naturräumen, Angeboten von Leistungsträgern, touristische Attraktionen, Touren, Veranstaltungen, Unterkünften, Gastronomie sowie öffentliche Infrastruktur.

Dynamische Entwicklung

Der Tourismus in den Hüttener Bergen hat seit der Erstellung der Tourismuskonzeption eine dynamische Entwicklung erfahren. Alle touristischen Kennwerte haben sich positiv entwickelt. Zu beachten ist, dass die Jahre 2020 und 2021 unter dem Einfluss der weltweiten Corona Pandemie standen. In dieser Zeit waren touristische Reisen über weite Zeiträume gänzlich untersagt.

Zukunftsstrategie für das Amt

Für das Amt Hüttener Berge und seine 16 amtsangehörigen Gemeinden wurde im Jahr 2021 die „Zukunftsstrategie 2.0“ entwickelt. Im Rahmen der Strategie wurden besondere Herausforderungen und Maßnahmen im Handlungsfeld Tourismus identifiziert (siehe auch S. 24).

Zu den Herausforderungen zählen die Themen:

- Natur- und Regionalerlebnis
- Inwertsetzung des touristischen Potenzials
- Rad- und Wandertourismus
- Übernachtungsmöglichkeiten
- Schlüsselinvestitionen in Infrastruktur
- Naherholung und Urlaub mit Hund

Fortschreibung des Tourismuskonzeptes

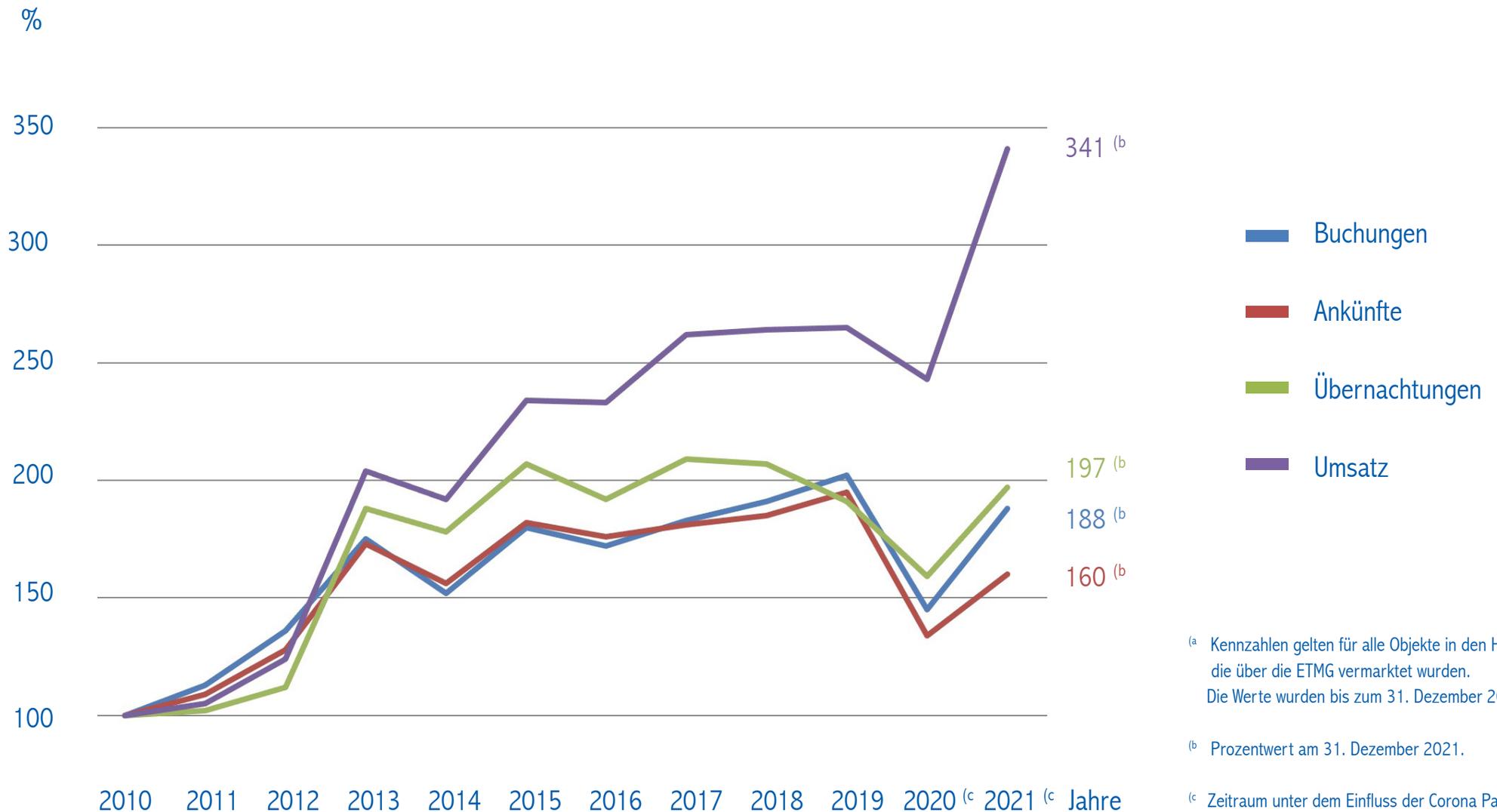
Im Rahmen der Zukunftsstrategie 2.0 wurde die Fortschreibung des Tourismuskonzeptes beschlossen. Ziel der Fortschreibung soll es sein, unter breiter Bürgerbeteiligung den Stellenwert des Tourismus neu zu bewerten, die Aufgaben zu definieren und die zukünftig gewünschte strategische Ausrichtung festzulegen. Unter Einbeziehung von regionalen Akteuren, den Einheimischen, der Politik, der Unternehmen und der LTO Eckernförder Bucht soll die Konzeption zur touristischen Entwicklung der Hüttener Berge fortgeschrieben werden.

Gegenüberstellung 2014 -2021

Im Vorfeld der Fortschreibung der Tourismuskonzeption 2025 vergleicht eine Gegenüberstellung die Ausgangssituation 2014 mit dem aktuellen Stand 2021. Anhand der Darstellung wird zum einen die Umsetzung des Tourismuskonzeptes evaluiert. Zum anderen werden neue Entwicklungen und Einflüsse für den Tourismus, die bei der Erstellung der Tourismuskonzeption 2025 noch nicht absehbar waren, berücksichtigt.

Touristische Entwicklung Hüttener Berge 2010 - 2021^(a)

(Darstellung LTO Eckernförder Bucht 2022: 2010 als Ausgangswert = 100%)



^(a) Kennzahlen gelten für alle Objekte in den Hüttener Bergen, die über die ETMG vermarktet wurden. Die Werte wurden bis zum 31. Dezember 2021 erfasst.

^(b) Prozentwert am 31. Dezember 2021.

^(c) Zeitraum unter dem Einfluss der Corona Pandemie.

Tourismuskennzahlen der Hüttener Berge ⁽¹⁾

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020 ^(c)	2021 ^(c)
Unterkünfte	67	72	74	79	90	98	98	99	101	103	101	105 ⁽³⁾
Anfragen	963	1.136	860	799	550	573	541	288	257	197	213	204
Buchungen	381	431	518	666	580	686	655	698	726	771	548	704
Gäste	1.066	1.162	1.362	1.848	1.658	1.941	1.880	1.925	1.975	2.075	1.424	1.704
Übernachtungen	5.921	6.027	6.621	11.133	10.550	12.259	11.376	12.390	12.265	11.290	9.401	11.690
Umsatz (€)	105.619	111.141	131.397	215.886	203.135	255.629	246.390	277.041	278.539	280.375	256.696	359.857
Provision (€)	10.925	12.294	14.060	23.525	23.283	29.369	29.405	34.120	35.194	36.370	33.787	46.972
Wertschöpfung (€) ⁽²⁾	666.409	678.339	745.194	1.253.019	1.187.403	1.379.750	1.280.369	1.394.495	1.380.426	1.270.690	1.058.083	1.315.710

Die Gastgeber stammen aus folgenden Gemeinden:

Ahlefeld-Bistensee, Alt Duvenstedt, Ascheffel, Borgstedt, Bünsdorf, Brekendorf, Damendorf, Fleckeby, Groß Wittensee, Haby, Holstee, Lehmsiek, Eiderhufe, Goosefeld, Güby mit Ahrensberg, Holzbunge, Hummelfeld, Hütten, Klein Wittensee, Neu Duvenstedt, Osterby, Owschlag und Sehestedt.

⁽¹⁾ Diese Kennzahlen beziehen sich ausschließlich auf die Vermittlung der ETMG.

⁽²⁾ Nur Übernachtungsgäste, Berechnung siehe auch Seite 6 (112,55€ x Übernachtungen).

⁽³⁾ 105 Gastgeber haben 2021 insgesamt 176 Objekte über die ETMG angeboten.

Tourismus Wertschöpfung

Grundlagen für die Berechnung:

Die Wertschöpfung des Tourismus lässt sich anhand von durchschnittlichen Ausgaben der Gäste ermitteln. Wesentlich sind daher die Kenntnisse der durchschnittlichen Ausgaben in Euro, der Unterkünfte sowie die Anzahl der Gäste.

Die Übernachtungsumsätze variieren je nach Unterkunftsart. Zu unterscheiden sind unter anderem Camping, Dauercamping, Reise- und Wohnmobile, Privatquartiere (<10 Betten), gewerbliche Betriebe (>10 Betten), Besuch von Verwandten und Freunden sowie Tagesreisen.

Datengrundlage ist entscheidend:

Um die relevanten Daten zu erfassen, sind statistische Meldungen der Unterkünfte und Betriebe erforderlich. In Schleswig-Holstein sind nur die Unterkünfte ab zehn Betten, d.h. die gewerblichen Betriebe, zur Meldung an das Statistikamt Nord verpflichtet. Alternativ gibt es in diversen Tourismusdestinationen Satzungen, die eine Meldepflicht regeln (Beispiel: Kurabgabebesatzung Ostseebad Eckernförde).

Da die meisten Betriebe in ländlichen Regionen weniger als zehn Betten haben, fehlen die benötigten Daten für eine entsprechende Berechnung.

Erfassung der Daten über die lokalen Tourismusdestination:

In der Region Eckernförder Bucht ist die Eckernförde Touristik & Marketing GmbH (ETMG) der zentrale Ansprechpartner für die touristischen Dienstleistungen. Die ETMG betreibt die zentrale Homepage www.eckernförderbucht.de mit dem implementierten Buchungssystem „Optimale Präsentation“ der Firma Secra. Alle Buchungen der teilnehmenden Betriebe werden erfasst. Die entsprechenden Werte können einen Einblick in die Wertschöpfung geben.

Betriebe in den Hüttener Bergen:

Die touristischen Betriebe entscheiden selbst über die Teilnahme an dem Buchungssystem der ETMG. Sie stellen ihre Objekte der ETMG in definierten Zeiträumen zur Vermittlung zur Verfügung. Die Zahl der entsprechenden Gastgeber ist von 67 (2010) über 90 (2014) auf aktuell 115 angestiegen. 2021 wurden insgesamt 176 Objekte im Naturpark vermarktet.

Ausgaben der Gäste:

Die oben genannte Berechnung der durchschnittlichen Tagesausgaben pro Gast wird unter anderem vom Deutschen Wirtschaftswissenschaftliches Institut für Fremdenverkehr (dwif) berechnet. Tagesgäste geben 26,00 Euro am Tag aus. Übernachtungsgäste geben 144,90 Euro in gewerblichen und 80,20 Euro in privaten Quartieren aus. Kann man die Übernachtungen nicht differenzieren, ergibt sich ein Durchschnittswert von 112,55 Euro.

Direkte Ausgaben der Gäste während des Aufenthaltes

Die unten stehende Auswahl ist beispielhaft für profitierende Wirtschaftszweige

(Darstellung LTO Eckernförder Bucht 2022)



Indirekte Ausgaben der Gäste während des Aufenthaltes

Die unten stehende Auswahl ist beispielhaft für profitierende Wirtschaftszweige

(Darstellung LTO Eckernförder Bucht 2022)





NATURPARK

Hüttener Berge



Ergebnisse der SWOT-Analyse - Tourismuskonzept 2014

Ergebnisse der SWOT Analyse - Tourismuskonzept 2014

Stärken	Schwächen
Ideale Übereinstimmung mit den neuen Zielgruppen und Themen des Landes SH	Keine direkte Lage am Strand bzw. an der Küste
Deutlich gestiegene touristische Kennzahlen	Keine Gesundheitsinstitutionen (Kliniken, Reha)
Touristische Kooperation mit dem Umland	Keine Großstadt in der Region
Naturparkverein mit umfangreichem Naturparkplan	Sehr kleinteilige Struktur der Gastgeber, zu wenige Betten
Neue touristische Highlights (Globetrotter, BIS)	Zu wenige touristische Highlights mit überregionaler Strahlkraft
Umfangreiches touristisches Angebot (Führungen, Veranstaltungen,...)	Zu geringe finanzielle Mittel für den Tourismus in der Region
Gute Einbindung in die touristischen Ebenen des Landes SH	Abhängigkeit von der Erreichbarkeit über die Autobahn A7
Attraktiver Naturpark in attraktiver Lage (Nähe zur Ostsee, Verkehrsanbindung)	Keine reine Tourist-Information in der Region vorhanden
Landschaftliche Reize (Knick und Redder, Eiszeitregion)	Qualität der Infrastruktur (Badewasserqualität, veraltete Strukturen)
Gute Vernetzung der Akteure	Nicht realisierte Projekte

Ergebnisse der SWOT Analyse - Tourismuskonzept 2014

Chancen	Risiken
Steigende branchenübergreifende Wertschöpfung durch den Tourismus	Wechselwirkung Tourismus und Naturschutz birgt Konfliktpotenzial
Steigerung der Lebensqualität für die Einwohner, Erhalt von Arbeitsplätzen	Zu viele Themen und zu viele Ziele verhindern Effektivität
Neue Zielgruppen/Nischen erarbeiten (Urlauber mit Hund, Barrierefreier Urlaub, Gesundheit, Outdoor-Zentrum)	Zu hohes Konfliktpotenzial bei Themen wie z.B. neue Reitrouten
Neue, zahlreiche Tourist Info Punkte in der Region sind näher am Gast und Akteur	Saisonale Abhängigkeit
Neue Fördermöglichkeiten für den Tourismus	Wetterabhängigkeit

SWOT-Analyse Tourismuskonzept 2014

Stärken

Ideale Übereinstimmung mit den neuen Zielgruppen und Themen des Landes SH

Deutlich gestiegene touristische Kennzahlen

Touristische Kooperation mit dem Umland

Naturparkverein mit umfangreichem Naturparkplan

Neue touristische Highlights (Globetrotter, BIS)

Umfangreiches touristisches Angebot
(Führungen, Veranstaltungen,...)

Gute Einbindung in die touristischen Ebenen des Landes SH

Attraktiver Naturpark in attraktiver Lage
(Nähe zur Ostsee, Verkehrsanbindung)

Landschaftliche Reize
(Knick und Redder, Eiszeitregion)

Gute Vernetzung der Akteure

Stärken Aktueller Stand 2021

Zielgruppen & Themen: Die neue Tourismus Strategie 2030 des Landes SH wird unter anderem auf die Kernkompetenzen „Natur“, „Radfahren“, „Familien Urlaub“, „Wassertourismus“ und „Strand/Baden“ setzen. Die Strategie der Hüttener Berge passt also nach wie vor sehr gut.

Kennzahlen & Kooperation: Die gesteigerten Werte und die zahlreichen erfolgreichen Projekte belegen: Kooperation auf regionaler und überregionaler Ebene ist der richtige Weg. Vor allem die Einwerbung von Fördermitteln (z.B. über die AktivRegion) ermöglicht die Realisierung von Kleinst- und Großprojekte in der Region.

Touristische Highlights: Neue Highlights wurden geschaffen (z.B. Hütti Trail & Whiskey Museum, Themenrouten Owschlag), es sind aber auch Abgänge zu verzeichnen (Globetrotter Lodge und lokale Gastronomie).

Naturpark & Angebot: Die reizvolle Natur ist weiterhin der Anker des regionalen Tourismus. Die Erschließung der Region durch Routen, die gezielte Vermarktung (analog und digital) sowie das gute Miteinander der Akteure bilden die Grundlage für eine attraktive und erfolgreiche Tourismusdestination.

SWOT-Analyse Tourismuskonzept 2014

Schwächen
Keine direkte Lage am Strand bzw. an der Küste
Keine Gesundheitsinstitutionen (Kliniken, Reha)
Keine Großstadt in der Region
Sehr kleinteilige Struktur der Gastgeber, zu wenige Betten
Zu wenige touristische Highlights mit überregionaler Strahlkraft
Zu geringe finanzielle Mittel für den Tourismus in der Region
Abhängigkeit von der Erreichbarkeit über die Autobahn A7
Keine reine Tourist-Information in der Region vorhanden
Qualität der Infrastruktur (Badewasserqualität, veraltete Strukturen)
Nicht realisierte Projekte

Schwächen Aktueller Stand 2021

Lage & Ausstattung: Die grundsätzliche Lage und die Ausstattung mit zusätzlichen größeren Betrieben wird sich voraussichtlich nicht verändern.

Betriebsstruktur & Betten: Aufgrund der deutlich gestiegenen Tourismuskennzahlen haben sich vorhandene Betriebe vergrößert, modernisiert und neue private Anbieter konnten in der Region angesiedelt werden. Zusätzliche Hotelbetten und Ferienwohnungen ergänzen somit das Angebot.

Tourist-Info vs. Tourist Info Punkte: Das Fehlen einer zentralen Tourist-Information wurde durch die dezentrale Einrichtung zahlreicher Tourist Info Punkte kompensiert. Dieser Ansatz hat sich bewährt.

Qualitätsoffensive: Durch diverse Projekte ist es in Teilen gelungen Schwächen abzubauen. Die Badewasserqualität und auch die Infrastruktur z.B. bei Routen oder auch neuen Angeboten ist verbessert worden.

Trends & Projekte: Die Tourismusbranche erfährt aktuell erhebliche Umbrüche. Themen wie Tourismusakzeptanz, Bürgerbeteiligung und Nachhaltigkeit gewinnen an Bedeutung. Die Region muss sich dementsprechend neu positionieren. Dies erfordert Zeit, Mittel und Ressourcen.

SWOT-Analyse Tourismuskonzept 2014

Chancen
Steigende branchenübergreifende Wertschöpfung durch den Tourismus
Steigerung der Lebensqualität für die Einwohner, Erhalt von Arbeitsplätzen
Neue Zielgruppen/Nischen erarbeiten (Urlauber mit Hund, Barrierefreier Urlaub, Gesundheit, Outdoor-Zentrum)
Neue, zahlreiche Tourist Info Punkte in der Region sind näher am Gast und Akteur
Neue Fördermöglichkeiten für den Tourismus

Chancen Aktueller Stand 2021

Wertschöpfung: Der Anstieg der Tourismuskennzahlen und der einhergehenden Umsätze verdeutlichen die wirtschaftliche Bedeutung der Tourismusbranche. Die Ausgaben der Gäste erhöhen die Wertschöpfung in zahlreichen direkt und indirekt betroffenen Betrieben der Region. Dieser Nutzen für die Bevölkerung sollte noch deutlicher herausgearbeitet werden.

Mehr Gäste und Beschäftigung: Steigende Gästezahlen und mehr Tourismusbetriebe können für mehr Wohlstand und Arbeitsplätze sorgen. Die positive Entwicklung der Vorjahre bestätigt diesen Ansatz.

Zielgruppen und Themen: Die oben erwähnten neuen Trends bieten neue Möglichkeiten für die Region. Allerdings ist die grundsätzliche Ausrichtung auf Natururlaub beizubehalten. Tages- und Übernachtungsgäste sind zielgruppengerecht zu fokussieren.

Fördermöglichkeiten: Zahlreiche Projekte lassen sich nur mit Fördermitteln von Land, Bund und/oder der EU finanzieren. Daher steht die Erhaltung der Förderfähigkeit im Vordergrund.

SWOT-Analyse Tourismuskonzept 2014

Risiken
Wechselwirkung Tourismus und Naturschutz birgt Konfliktpotenzial
Zu viele Themen und zu viele Ziele verhindern Effektivität
Zu hohes Konfliktpotenzial bei Themen wie z.B. neue Reitrouten
Saisonale Abhängigkeit
Wetterabhängigkeit

Risiken Aktueller Stand 2021

Tourismus & Naturschutz: Insbesondere während der Corona Pandemie haben zahlreiche Bürger und Gäste die natürlichen Vorzüge der Region genutzt. Die Bedeutung der Lenkung und Strukturierung der Gästeströme wurde in diesem Zusammenhang deutlich. Hier ist vor allem der starke Wohnmobiltrend und die entsprechende Unterbringung zu nennen.

Effektives Vorgehen: Die stringente Reduzierung von Zielgruppen und Themen war sehr effektiv. Zeit und Mittel konnten konzentriert und erfolgreich eingesetzt werden. Somit kann dieses Risiko minimiert werden. Der Ansatz sollte fortgeführt werden.

Konfliktpotenziale: Die Reduzierung von Themen hat zur Entschärfung von Dauerkonflikten geführt. Somit werden Probleme abgebaut, das Miteinander verbessert und die Gemeinschaft gestärkt.

Abhängigkeiten: Bisher zählten das Wetter und die Jahreszeiten zu den möglichen natürlichen Risikofaktoren (höhere Gewalt). Seit Corona bzw. 2020 wurde deutlich wie schnell und intensiv Pandemien das gesamte öffentliche Leben beeinflussen können. Der Tourismus im Binnenland ist von entsprechenden Krisen stärker betroffen als die Küstenlagen.

Tourismus Strategie 2014

Konzentration auf Kernthemen und Schwerpunkt-Zielgruppen

Die personellen und finanziellen Ressourcen sind in der Region stark begrenzt. Daher erfolgt die Konzentration auf wenige Zielgruppen und Themen:

Haupt-Zielgruppe: Natururlauber im thematischen Zusammenhang

- Altersübergreifend mit und ohne Kinder
- Aktiv in der Natur: Radfahren, Wandern, Spaziergehen, Flora und Fauna erkunden
- Fit in der Natur: sportliche Betätigung mit und ohne Anleitung

Notwendige Infrastruktur und Angebote:

- Ausgebaute, ausgewiesene Routen in gutem Zustand (z.B. Routen des BIS)
- Erlebbar Naturräume auch mit Tieren (Hundefreilauf)
- Möglichkeiten für Fitness in der Natur (z.B. Fitnessgeräte, Trimm-Dich-Pfade, Waldspielplätze, Badestellen)
- Fahrradverleih in der Region (möglichst mit E-Bikes)
- Sport- und Fitnessangebote (z.B. Nordic-Walking-Kurse, Outdoor Kurse)
- Geführte Touren (Natur- und Landschaftsführer)
- Naturnahe Unterkünfte (z.B. Ferienhäuser mit Gartenlauf für Hunde)

Haupt-Zielgruppe: Neugierige im thematischen Zusammenhang

- Altersübergreifend mit und ohne Kinder
- Interessiert an Land und Leute sowie Attraktionen in der Region

Notwendige Infrastruktur und Angebote:

- Attraktive touristische Anlaufstellen (z.B. Kolonistenhof, Globetrotter Lodge)
- Kindgerechte Anlaufstellen (Kinderspielplätze im Wald, an Seen, Restaurants)
- Veranstaltungen (mit Naturbezug, Outdoor Events)
- Geführte Touren (Natur- und Landschaftsführer)
- Preisgünstige Unterkünfte

Neben-Zielgruppe: Entschleuniger im thematischen Zusammenhang

- Paare (finanziell gut gestellt)
- Erholung, Luxus, Gesundheit

Notwendige Infrastruktur und Angebote:

- Attraktive Natur (Naturerlebnisräume)
- Regionale Restaurants in attraktiver Lage (See, Berg)
- Hochwertige Unterkünfte mit gutem Preis-Leistungs-Verhältnis, Wellness-Angebote

Zielgruppen Aktueller Stand 2021

Weiterhin voll im Trend: Die veränderten Zielgruppen der neuen Tourismus Strategie 2030 des Landes Schleswig-Holstein zeigen, dass die Hüttener Berge schon 2014 den richtigen Weg eingeschlagen haben. Natururlauber, Neugierige und Entschleuniger sind weiterhin die Kernzielgruppen. Die Hüttener Berge sind diesbezüglich bestens aufgestellt.

Infrastruktur & Angebote: Im Tourismuskonzept 2014 wurden die notwendigen Infrastruktur und die entsprechenden Angebote aufgeführt. Hierbei ist festzustellen, dass zahlreiche Aspekte bereits erfolgreich umgesetzt wurden (Routen, Badestellen, Sportangebote, Fitnessgeräte, Outdoor-Events, Touren und neue, moderne Unterkünfte sowie Leistungsträger).

Gleichzeitig sind aber noch einige Punkte unerledigt (Hundefreiläufe, Trimm-Dich-Pfade, Spielplätze, E-Bike Fahrradverleih, Wellness).

Zudem ist der Zustand der bisherigen Infrastruktur auf Überalterung, Aktualität und Qualität zu prüfen.

Die Digitalisierung nimmt mittlerweile einen deutlich größeren Stellenwert als 2014 ein. Dies sollte bei den Zielgruppen, den Themen und bei den Angeboten berücksichtigt werden.

Tourismus Strategie 2014

Haupt-Zielgruppen (altersübergreifend, mit und ohne Kinder):

Natururlauber, die gerne aktiv in der Natur sind und sich dabei fit halten wollen.

Neugierige, die Land und Leute in den Hüttener Bergen erkunden wollen.

Neben-Zielgruppe (meistens Paare):

Entschleuniger, die Naherholung im Naturumfeld suchen (auch im geschäftlichen Rahmen).

Themen Aktueller Stand 2021

Weiterhin voll im Trend: Ebenso wie die Zielgruppen entsprechen die Themen der Hüttener Berge weiterhin dem aktuellen Zeitgeist. Natururlaub, Radfahren, Wandern und Wassersport sind und bleiben die Kernthemen des Landes sowie der Region. Die Hüttener Berge sind auch hier sehr gut aufgestellt. Die Optimierung und der qualitative Ausbau steht im Vordergrund. Es gilt das bestehende Angebot zu überprüfen und zu ergänzen.

Nachhaltigkeit und Akzeptanz: Schon lange gibt es den Begriff der Nachhaltigkeit. Bisher spielte diese Ausrichtung im Tourismus eine untergeordnete Rolle. Ähnliches galt für die Akzeptanz des Tourismus. Beide Themen sind mittlerweile zu den wichtigsten neuen Trends im Tourismus herangewachsen. Die Integration dieser Aspekte wird eine wesentliche zukünftige Aufgabe für die Hüttener Berge. Der Naturpark ist bereits mit vielen ursprünglichen, naturnahen und somit nachhaltigen Produkten und Angeboten ausgestattet. Auch die Einbeziehung der Bürger erfolgt vermehrt analog und digital. Hier ist die Region auf einem guten Weg. Um mögliche Konflikte z.B. bei der Tourismusakzeptanz zu vermeiden, empfiehlt es sich die Interessen der Bürger weiterhin intensiv zu berücksichtigen.

Tourismus Strategie 2014

Spezialisierung innerhalb der Zielgruppen: Innerhalb der genannten Zielgruppen sind besonders Urlauber mit Hund und Menschen mit Behinderung (barrierefreier Urlaub) gezielter anzusprechen. Hierfür sollen die entsprechende Infrastruktur geschaffen und die Gastgeber sensibilisiert werden.

Spezialisierung innerhalb der Themen: Die Kompetenzen der Globetrotter Akademie sind vor allem im Bereich Outdoor-Fitness, -Erlebnis und -Events zu nutzen. Die Nachhaltigkeit ist hierbei zu beachten.

Fortführung Naturparkplan: Die Projekte des Naturparkplans, die zu den dargestellten Zielgruppen und Themen passen, sollen vorrangig umgesetzt werden.

Optimierte Vermarktung: Die Vermarktung ist stets modern und in Kooperation mit dem Umland und den Tourismusebenen des Landes zu gestalten.

Angebotsverweiterung & Qualitätsverbesserung: Die Gästewerwartungen sind zu erfüllen. Im Idealfall können neue, moderne Unterkünfte hinzugewonnen werden.

Strategie - Aktueller Stand 2021

Spezialisierung innerhalb der Zielgruppen: Für die Urlauber mit Hund war unter anderem die Errichtung von Hundefreiläufen angedacht. Dies wurde bislang nicht umgesetzt. Einige Gastgeber (privat und gewerblich) haben ihre Objekte für Menschen mit Behinderung (barrierefreier Urlaub) ausgestattet.

Spezialisierung innerhalb der Themen: Die Globetrotter Akademie hat zwischenzeitlich den Betrieb eingestellt. Die umgesetzten Maßnahmen (Glamping Camp, Bogenschießen usw.) werden dementsprechend nicht mehr angeboten.

Fortführung Naturparkplan: Die Projekte des Naturparkplans werden gemäß der Zielsetzung durchgeführt. Es stehen aber noch diverse Umsetzungen aus.

Optimierte Vermarktung: Die Vermarktung ist modern und in Kooperation mit dem Umland und den Tourismusebenen des Landes erfolgt.

Angebotsverweiterung & Qualitätsverbesserung: Neue, moderne Unterkünfte sind unter anderem in Klein und Groß Wittensee im privaten und gewerblichen Bereich entstanden.



NATURPARK
Hüttener Berge



Zusammenfassung der Gegenüberstellung

Positive Entwicklung

Tourismuskennzahlen: Der Großteil der angestrebten Maßnahmen des Tourismuskonzeptes Hüttener Berge wurde umgesetzt. Die Bemühungen der zahlreichen Akteure lassen sich in den gestiegenen Tourismuskennzahlen messen. Die Werte der Buchungen, Ankünfte, Übernachtungen und vor allem die Umsätze sind zum Teil um bis zu 241% angewachsen.

Dieses Ergebnis lässt sich auf die verbesserte Angebotsstruktur und das effektive Marketing zurückführen.

Wertschöpfung: Höhere Tourismuskennzahlen bedeuten zugleich auch höhere Wertschöpfung für die gesamte Region. Nicht nur die direkt betroffenen Betriebe profitieren durch die zusätzlichen Gäste. Viele Unternehmen der indirekt betroffenen Branchen profitieren ebenfalls. Somit werden Arbeitsplätze und Firmenstandorte in der Region gehalten oder auch neu geschaffen. Die Kommunen erhalten die dementsprechenden Steuereinnahmen.

Zielgruppen & Themen: 2014 wurde der Fokus auf nur wenige Zielgruppen und Themen gelegt. Die Auswahl ist auch heute noch aktuell. Das Land SH hat dies durch die neue Tourismus Strategie 2030 belegt. Die Region ist hier sehr gut aufgestellt.

Kooperationen: Die Hüttener Berge setzen seit langem auf regionale Kooperationen, die im Einklang mit den übergeordneten Tourismusebenen stehen. Zusammen mit der LTO und AktivRegion Eckernförder Bucht, der Wirtschaftsförderungsgesellschaft des Kreises und diversen anderen Partnern hat sich die Region stark aufgestellt. Die Nähe zu Ministerien, die öffentlichen Präsentationen z.B. bei der Internationalen Grünen Woche in Berlin und die enge Zusammenarbeit mit dem Naturparkverein führt regelmäßig zu neuen Projekten und Fördermittelquellen.

Der Naturpark-Wanderweg hat die vier Naturparke im Kreis Rendsburg-Eckernförde miteinander verbunden. Dieser Ansatz sollte fortgeführt werden. Die enge Zusammenarbeit der Naturparke sollte ausgebaut werden.

Neue Angebote und Unterkünfte: Die Bedeutung des Tourismus für die Region nimmt zu und die positiven Effekte werden deutlicher. Die wirtschaftliche Bedeutung sorgt für neue Investitionen, Modernisierung und Ansiedlungen. Dies gilt für die Erweiterung von Betrieben, den Neubau von Unterkünften aber auch für neue Angebote wie den Hütti Mountain Bike Trail oder das Whiskey Museum.

Positive Entwicklung

Tourist Info Punkte & Digitalisierung: Nach der Schließung der Tourist-Information im Redderhus wurden zahlreiche Tourist Info Punkte (TIP) in der Region eingerichtet. Die TIP wurden bei diversen Leistungsträgern in der Region installiert (z.B. Markttreff in Sehestedt, Schützenhof in Groß Wittensee und auf dem Aschberg). Die Information für den Gast gelangen somit direkt an die stark frequentierten Plätze. Der Abgriff der Flyer und Prospekte ist höher als in der ehemaligen Tourist-Information.

Die Verlagerung vieler Inhalte in das Internet, die Digitalisierung von Freizeitrouten, die Erstellung einer Hüttener Berge App, die Online-Buchbarkeit vieler Quartiere, die Erstellung von Fotos und Videos unterstreichen diese Entwicklung. Die Gäste nehmen die Onlineangebote und die TIP Auslagen sehr gut an.

Es gibt nahezu keine Beschwerden oder Wünsche bezüglich einer zentralen Tourist-Information.

Naturparkplan Hüttener Berge: Die Fülle von Projekten im Naturparkplan und die kontinuierliche Ergänzung sind ein wesentlicher Motor für die touristische Entwicklung der Region. Bei der Auswahl und der Umsetzung von Projekten spielt die Naturverträglichkeit eine große Rolle. Der Naturpark agiert daher seit langem im Bereich der Nachhaltigkeit.

Freizeitrouten, Hütti Trail & Infotafeln: Im Rahmen des Besucher Informationssystems (BIS) wurden 27 Wander- und Radrouten entwickelt. Die Routen wurden ausgeschildert, digitalisiert, per Routenbroschüre analog und digital vermarktet. Entsprechende Fotos und Videos wurden erstellt. Die Startpunkte (zumeist Parkplätze) wurden mit Infotafeln und Bänken ausgestattet. Viele Gäste und Einheimische nutzen das Streckennetz. Die Entwicklung und die kontinuierliche Erweiterung des BIS kann als voller Erfolg für den Naturpark bewertet werden.

Die Erweiterung der Radrouten durch eine Mountainbike Tour ist touristisch interessant. Vor allem ist dies aber auch eine ökologische Maßnahme. Somit werden Mountainbiker von anderen schützenswerten Bereichen ferngehalten. Diese positive Maßnahme ist daher ein gutes Vorbild, das z.B. auch auf anderen Waldabschnitte übertragbar ist. Die Vermarktung von Fernwanderwegen ist eine weitere mögliche Option.

Anhaltendes & verstärktes Reiseziel Deutschland: Seit Jahren ist ein wachsender Inlandstourismus zu verzeichnen. Durch die teils massiven Reiseeinschränkungen während der Corona Pandemie hat sich dies noch verstärkt. Die Region hat somit zahlreiche, zufriedene Neukunden für sich gewinnen können. Die Entwicklung ist anhand der Tourismuskennzahlen nachzuvollziehen.

Negative Entwicklung

Rückgang von Betrieben: In vielen ländlichen Regionen ist der Rückgang bzw. die Schließung von Landgasthöfen, Restaurants und ähnlichen Betrieben zu verzeichnen. Auch in den Hüttener Bergen haben einige Traditionsbetriebe schließen müssen. Das gastronomische Angebot ist entsprechend ausgedünnt. Zudem hat die Globetrotter Lodge den Betrieb auf dem Aschberg eingestellt. Dies wirkt sich negativ auf die gesteckten Ziele der Tourismuskonzeption aus.

Urlaub für alle: Der Ausbau der barrierefreien Angebote in den Hüttener Bergen ist noch auf einem niedrigen Niveau. Es gibt nur vereinzelte Angebote in Betrieben und bei Dienstleistern. Auch hier gibt es noch Entwicklungspotenzial.

Projektumsetzung, Konfliktpotenzial & fehlende Mittel: Eine Vielzahl an Projekten und Ideen ist vorhanden. Mangels finanzieller Mittel sind diese aber zum Teil nicht umsetzbar. Bei einigen Projekten fehlt der Kooperationswille von Anwohnern, Akteuren und Eigentümern. Dies liegt unter anderem am Konfliktpotenzial verschiedener Interessensgruppen. Als Beispiele sind hier Reitwege oder auch Hundefreiläufe zu nennen.

Veranstaltungen: In der Region finden nur sehr wenige Veranstaltungen mit überregionaler Wirkung statt. Durch den Abgang der Globetrotter Lodge fehlt zusätzlich ein kompetenter Akteur in der Region.

Corona Pandemie: Die Corona Pandemie zeigt die Nachteile der ländliche Lage deutlicher als zuvor auf. Während die Tourismusdestinationen in Küstenlage deutlich schneller aus der Krise herausgefunden haben, fällt dies im Binnenland erheblich schwerer. Unterkünfte, die sich z.B. auf Bus- und Gruppenreisen oder gastronomischen Saalbetrieb ausgerichtet haben, sind seit März 2020 relativ alternativlos der Krise ausgeliefert. Diverse regionale Akteure haben allerdings erfolgreich einen alternativen Weg aus der Krise gefunden. Diese Ansätze könnten als gute Beispiele für andere genutzt werden (best practice).

Alterung & Unterdimensionierung der Infrastruktur: Der Naturpark hat sich mit dem Naturparkverein gut aufgestellt. Zahlreiche Projekte wurden erfolgreich umgesetzt. Dennoch ist die errichtete Infrastruktur stets auf Aktualität und Qualität zu prüfen. Dies gilt auch für die gesamte private und öffentliche Infrastruktur. Zu prüfen sind unter anderem, ob die Parkplatzgrößen noch ausreichen, wo die zahlreichen Wohnmobile abgestellt und versorgt werden können, ob die Bezahlfunktionen von Parkautomaten sowie die Ausstattung von Badestellen zeitgemäß sind und in welchen Naturräumen weitere Angebote (z.B. Wassersport) möglich sind.

Viele Gäste, viel Müll: Das Thema Müll in der Natur ist präsenter denn je. Anhand von Aufklärung und Ansprache sind Einheimische und Gäste zu sensibilisieren.

Neue Trends und Potenziale

Wassersport & Badestellen: Im Naturpark Hüttener Berge gibt es zahlreiche Badeseen und Badestellen. Bislang ist dieses Potenzial aber noch nicht vollständig genutzt worden.

Die Wasserflächen könnten, wie in anderen Destinationen, mit Hausbooten und Flößen genutzt werden. Wassersportarten wie Kanu, Surfen, Stand up Paddling (SUP) oder Kiten ist nur wenig verbreitet. Auch dies wird in anderen Teilen des Landes intensiver betrieben. Die Ausstattung der Badestellen ist teilweise veraltet.

Daher sollten die Machbarkeiten und möglichen Optionen geprüft werden.

Naturräume & Nachhaltigkeit: Der Naturpark Hüttener Berge hat zahlreiche schöne Naturräume. Es bieten sich z.B. Moore für Lehrpfade an. Im Einklang mit dem Naturschutz sollten auch hier Angebote zur Lenkung von Gästen diskutiert werden. Gleiches gilt für die Ausweitung der oben genannten Hütti Trails. Die Ausweitung auf zwei bis drei Trails könnte die Biker dauerhaft aus anderen, schützenswerteren Räumen fernhalten.

Die grundsätzliche Ausrichtung des Naturparks ist nachhaltig. Dies gilt es in der Außendarstellung deutlicher zu benennen und über die Leistungsträger erlebbar zu machen.

Bürgerbeteiligung: In diversen Tourismusdestinationen des Landes regt sich der Widerstand der Einheimischen gegen zu viel Tourismus. Immer mehr touristische Großprojekte werden durch Bürgerentscheide verhindert. Diese Situation ist in den Hüttener Bergen bislang noch nicht eingetreten. Das Amt Hüttener Berge hat bereits sehr gute und umfassende Erfahrungen bei der Einbeziehung der Bürger in Entscheidungsprozesse gemacht. Diese Bürgerbeteiligung sollte auch bei den strategischen Prozessen für die zukünftige Ausrichtung des Tourismus erfolgen.

Tourismusakzeptanz: Die oben dargestellte Beteiligung der Bürger dient zur Erhaltung der Akzeptanz des Tourismus durch die Einheimischen. Hilfreich bei dieser Aufgabe ist die Verdeutlichung des Stellenwertes und der Wertschöpfung der Reisebranche (Arbeitsplätze, Firmenstandorte, Steuereinnahmen).

Tages- und Übernachtungsgäste: Die Region Hüttener Berge ist für Tages- und Übernachtungsgäste relevant. Bei der Angebotserstellung und der Vermarktung sind diese beiden Gästegruppen unterschiedlich anzusprechen.

Handlungsfelder der Zukunftsstrategie 2.0

Wie oben bereits erwähnt, stellt die Zukunftsstrategie 2.0 des Amtes Hüttener Berge unter dem Aspekt Tourismus folgende Themen in den Fokus:

- Natur- und Regionalerlebnis
- Inwertsetzung des touristischen Potenzials
- Rad- und Wandertourismus
- Übernachtungsmöglichkeiten
- Schlüsselinvestitionen in Infrastruktur
- Naherholung und Urlaub mit Hund

Schlüsselmaßnahmen Tourismus

Für diese Handlungsfelder wurden konkrete Maßnahmen entwickelt. Zudem wurden die Zuständigkeiten definiert. Die entsprechende Auswahl deckt sich mit den Ergebnissen der oben dargestellten Gegenüberstellung.

- Fortschreibung des Tourismusentwicklungskonzepts
- Erhalt und Ausbau geführter Wanderungen
- Ausbau des Angebots von Bildungsangeboten in Verbindung mit Wanderungen (z.B. durch Informationstafeln)

- Förderung der Inanspruchnahme des Angebots von Hofläden und Landgasthöfen durch Gäste
- Maßnahmen zur Förderung von Übernachtungsmöglichkeiten, gastronomischen (und kostenpflichtigen) Kultur- bzw. Freizeit-Angeboten sowie von Vermarktung regionaler Waren
- Erhalt und Aufwertung von Rad- und Wanderwegen
- Schaffung von ansprechenden Verweilmöglichkeiten, z.B. Sitz oder Liegebänke an landschaftlich attraktiven Plätzen
- Aufstellung von Solarbänken
- Einrichtung von Fahrrad-Reparaturstationen sowie Ladestationen für E-Bikes, nach Möglichkeit in der Nähe zu lokaler Gastronomie
- Ausbau des (zu vermietenden) Ferienwohnungen-Angebots
- Schaffung von Übernachtungsmöglichkeiten in touristischen „Nischen“ z.B. Ermöglichung einer kleinen festen Anzahl von Camping- oder Zeltstellplätzen auf Privatgrünstücken, „Sleeperoo“-Würfel oder Übernachtung im Strandkorb
- Schlüsselinvestitionen in Infrastruktur/Points of Interest für naturnahen Tourismus
- Touristische Infrastruktur in Regionalkarte
- Naturnaher Abenteuerspielplatz in den Hüttener Bergen
- Co-Working- oder Naturbeobachtungs-Kabinen an landschaftlich ansprechenden Plätzen
- Aussichtsplattform am Nord-Ostsee-Kanal
- Kanu-Verleih-Station
- Marketing für Hundetourismus & Auslaufflächen für Hunde

Fazit der Gegenüberstellung

Bedeutung der Tourismuskonzeption: Die Tourismuskonzeption 2014 war die Grundlage für die positive Tourismusentwicklung der Region Hüttener Berge. Die dargestellte SWOT-Analyse und die Fokussierung auf wenige Zielgruppen und Themen konnten neue Impulse für die touristische Zukunft geben.

Die positive Entwicklung der Tourismuskennzahlen unterstreicht die erfolgreiche Umsetzung.

Da sich Trends und Ansprüche weiterentwickeln, ist es aber nach sieben Jahren an der Zeit die Strategie fortzuschreiben.

Regionale Entwicklung: Die umfangreichen Projektumsetzungen und die Investitionen in die Infrastruktur beeinflussen die Tourismusentwicklung maßgeblich. Die dargestellten Projekte haben den Naturpark Hüttener Berge attraktiver und als Reiseziel beliebter gemacht.

Veranstaltungen können den Charakter einer Region hervorheben, Gäste und Einheimische zusammenbringen und den Zusammenhalt fördern. Dies gilt es auszubauen.

Tourismus und Ortsbildgestaltung: Das Zusammenspiel von Tourismuskonzeption und Infrastruktur wird durch die Gegenüberstellung deutlich. Die touristischen Angebote sowie die öffentliche Infrastruktur sorgen für mehr Gäste, können aber zudem auch von den Bürgern der Region genutzt werden. Es entsteht ein Mehrwert, der die Lebensqualität in der Region erhöht und zur Daseinsvorsorge beiträgt. Dies sollte in einer Fortschreibung der Tourismuskonzeption noch stärker berücksichtigt werden.

Einbindung in den touristischen Entwicklungsprozess: Die Vernetzung der touristischen Akteure sollte sich zukünftig noch mehr auf eine breite Bürgerbeteiligung ausweiten. Hierfür sollte ein Prozess für die Identifikation und Akzeptanz der Bevölkerung mit den Zielen der Tourismusentwicklung gestartet werden. Das Motto „Hüttener Berge - lebenswert für Bürger und liebenswert für Gäste“ sollte von möglichst vielen Akteuren getragen werden. Ziel ist es, einen unbeschwerten Tourismus im Naturpark Hüttener Berge für alle zu schaffen.

Fortschreibung: Eine Neuausrichtung des Tourismus der Hüttener Berge sollte umfassend und strategisch in den Gesamtzusammenhang der regionalen Entwicklung eingeordnet werden. Die neuen Trends und Potenziale sollten dabei beachtet und integriert werden.

Mögliche Form der Bürgerbeteiligung

Um die Bürger der Hüttener Berge umfangreich an der Fortschreibung der Tourismuskonzeption zu beteiligen, schlägt die LTO folgende Bausteine vor. Der dargestellte Ansatz basiert auf den bereits gemachten Erfahrungen aus dem Ostseebad Eckernförde (2019).

Bausteine der Bürgerbeteiligung:

- Erstellung der „Gegenüberstellung der Tourismuskonzeption aus dem Jahr 2014 und dem aktuellen Stand im Jahr 2021“ durch die LTO
- Vorstellung und Diskussion der „Gegenüberstellung“ in der Tourismus AG Hüttener Berge
- Öffentliche Vorstellung der abgestimmten „Gegenüberstellung“ im Amtsausschuss des Amtes Hüttener Berge. Information über den weiteren geplanten Ablauf (erste Möglichkeit der Einheimischen Anregungen zu geben)
- Vorbereitung der digitalen Bürgerbeteiligung

- Durchführung der digitalen Bürgerbeteiligung. Bürger und Fach-Öffentlichkeit nutzen das Online Tool des Amtes Hüttener Berge (weitere Möglichkeit der Einheimischen Anregungen zu geben)
- Auswertung der digitalen Eingaben
- Erstellung der Fortschreibung der Tourismuskonzeption 2030
- Vorstellung und Diskussion des Entwurfes der Fortschreibung der Tourismuskonzeption 2030 in der Tourismus AG Hüttener Berge
- Öffentliche Vorstellung des abgestimmten Entwurfes der Fortschreibung der Tourismuskonzeption 2030 im Amtsausschuss des Amtes Hüttener Berge
- Während des kompletten Prozesses: Begleitung durch die Presse sowie über die Medienkanäle der LTO und des Amtes Hüttener Berge, öffentliche transparente Dokumentation auf einer Extra-Unterseite der LTO Homepage



NATURPARK *Hüttener Berge*



Erstellung der Gegenüberstellung

Die Gegenüberstellung der Tourismuskonzeption aus dem Jahr 2014 und dem aktuellen Stand im Jahr 2021 wurden durch den Geschäftsführer der LTO Eckernförder Bucht GmbH, Stefan Borgmann, im Februar 2022 erstellt.



NATURPARK
Hüttener Berge



Anregungen Bärbel

Fahrradverleih und E-Bike Heuherberge

- Durchführung einer öffentlichen Einwohnerversammlung auf Augenhöhe. Inhalte: Vorstellung der „Gegenüberstellung“ und Information über den weiteren geplanten Ablauf (erste Möglichkeit der breiten Bevölkerung Anregungen zu geben).
- Durchführung von Workshop(s) mit der Fach-Öffentlichkeit. (zweite oder mehrfache Möglichkeit breit ausgewählter Gruppen der Bevölkerung Anregungen zu geben)
- Erstellung der Fortschreibung der Tourismuskonzeption 2030
- Vorstellung und Diskussion des Entwurfes der Fortschreibung der Tourismuskonzeption 2030 in der Tourismus AG Hüttener Berge
- Vorstellung des abgestimmten Entwurfes der Fortschreibung der Tourismuskonzeption 2030 in den Gremien des Amtes Hüttener Berge
- Während des kompletten Prozesses: Begleitung durch die Presse sowie über die Medienkanäle der LTO, öffentliche Dokumentation auf einer Extra-Unterseite der LTO Homepage