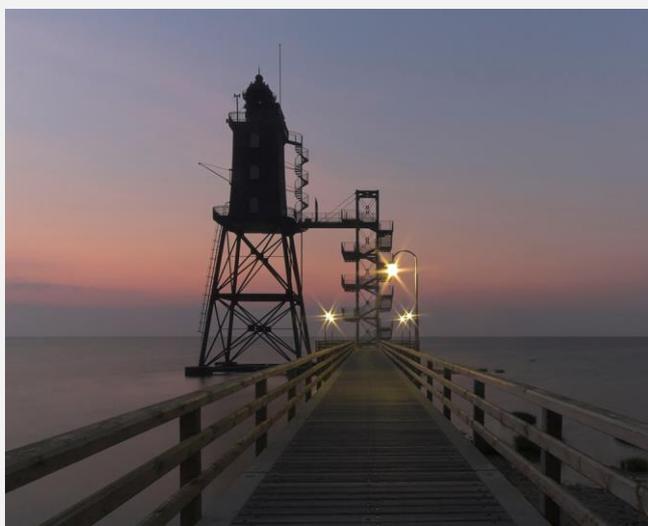


Cuxland - Regionales Tourismuskonzept 2020



Strategische Ausrichtung der regionalen Entwicklung
während der EU-Förderperiode 2014 – 2020

Fotograf des Leuchtturms auf der Titelseite: Norbert Arndt
Alle übrigen Fotos der Titelseite: Bernd Schlüsselburg

Cuxland - Regionales Tourismuskonzept 2020

Strategische Ausrichtung der regionalen Entwicklung
während der EU-Förderperiode 2014 - 2020

Agentur für Wirtschaftsförderung Cuxhaven

Cuxland-Tourismus

Kapitän-Alexander-Straße 1
27472 Cuxhaven

Telefon: 04721 - 599 60

E-Mail: info@cuxland.de

Web: www.cuxland.de

Januar 2016



Inhaltsverzeichnis

| | | |
|----------|---|-----------|
| 1 | Zielsetzung | 1 |
| 2 | Räumliche Abgrenzung der Tourismusregion Cuxland | 2 |
| 3 | Nachfrage und wirtschaftliche Bedeutung des Tourismus | 3 |
| 3.1 | Touristische Nachfrage | 3 |
| 3.2 | Beschäftigungseffekte und Wirtschaftsfaktor | 9 |
| 4 | Touristisches Angebot | 12 |
| 4.1 | Angebot der regionalen KMU | 12 |
| 4.2 | Touristische Schwerpunkte der Gemeinden und Städte im Cuxland | 15 |
| 4.3 | Ausrichtung Cuxland-Tourismus | 16 |
| 4.4 | Qualitätstourismus | 18 |
| 5 | Zielgruppen | 19 |
| 6 | Stärken-Schwächen-Analyse | 25 |
| 7 | Ausrichtung bis 2020 | 27 |
| 7.1 | Strategischer Ansatz | 27 |
| 7.2 | Handlungsfelder | 29 |
| 7.3 | Zielsetzung und Handlungsansätze | 30 |
| 7.4 | Bezüge zur RHS | 36 |
| 8 | Organisationsstruktur | 38 |
| | Anlage | 43 |

1 Zielsetzung

Das Cuxland gehört zu den langjährig gewachsenen und im Deutschlandtourismus etablierten Urlaubsregionen an der Nordseeküste. Neben einem vielfältigen natürlichen Angebot hat sich in der Vergangenheit ein attraktiver Tourismus entwickelt, der sich in der Stadt und im Landkreis Cuxhaven als bedeutender Wirtschaftsfaktor etabliert hat.

Um in Zukunft weiterhin den Ansprüchen der Touristen gerecht zu werden, muss sich die Region den Anforderungen der Zeit stellen und das touristische Angebot kontinuierlich weiterentwickeln.

Das Ziel des regionalen Tourismuskonzeptes 2020 für das Cuxland ist es, allen öffentlichen Tourismusinfrastrukturmaßnahmen und privatwirtschaftlichen Investitionen der Hotellerie, Gastronomie, Freizeit- und Kulturwirtschaft einen strategischen Orientierungsrahmen zu geben, um eine gezielte Entwicklung zu forcieren. Es handelt sich dabei allerdings nicht um ein touristisches Marketingkonzept. Vielmehr werden verschiedene Zielsetzungen, Aufgabenstellungen und Handlungsansätze für die künftige Entwicklung der Region beschrieben.

Das Konzept baut auf dem strategischen Handlungsrahmen für die Tourismuspolitik des Landes Niedersachsen auf. Es bietet eine Orientierungshilfe für Fördermaßnahmen aus dem europäischen Landwirtschaftsfonds für die Entwicklung des ländlichen Raums (ELER), dem Fonds für regionale Entwicklung (EFRE) mit der „Richtlinie über die Gewährung von Zuwendungen zur Steigerung der Wettbewerbsfähigkeit von kleinen und mittleren Unternehmen (KMU) durch touristische Maßnahmen“ sowie weitere Instrumente aus dem EFRE und der Gemeinschaftsaufgabe zur „Verbesserung der regionalen Wirtschaftsstruktur“ (GRW). Demzufolge soll mit dem vorliegenden Konzept die Grundlage geschaffen werden, um im Rahmen der aktuellen EU-Förderperiode 2014 – 2020 auf europäische Fördermittel zurückgreifen zu können.

Die niedersächsische Landesregierung fördert u. a. touristische Projekte, die zur Steigerung der Attraktivität einer touristischen Region und somit zur Steigerung der Gästezahlen, aber auch der Wettbewerbsfähigkeit der ansässigen KMU beitragen. Ein nachhaltiger Qualitätstourismus steht dabei im Fokus der Förderung.

Vor diesem Hintergrund sollen Synergien und Vernetzungspotentiale innerhalb des Cuxlandes aufgezeigt, Perspektiven bestehender oder neuer touristischer Infrastrukturen skizziert und die Wertschöpfungsfunktion des Standortfaktors Tourismus insbesondere für KMU gestärkt werden.

Auf Basis einer umfangreichen Analyse des touristischen Angebotes, der Nachfrage, der Zielgruppen sowie der wirtschaftlichen Bedeutung des Tourismus für die Region, auch unter Berücksichtigung der Gegebenheit des wirtschaftlichen Oberzentrums Bremerhaven, werden die Stärken und Schwächen sowie Entwicklungspotentiale des Cuxlandes dargestellt. Anschließend werden touristische Entwicklungsziele und Handlungsprioritäten der Region abgeleitet und beschrieben. Ergänzt wird dies durch die Darstellung regionsinterner Strukturen zur Koordinierung touristischer Aufgaben, die einen operationellen Rahmen für die künftige Umsetzung des Konzeptes bilden.

2 Räumliche Abgrenzung der Tourismusregion Cuxland

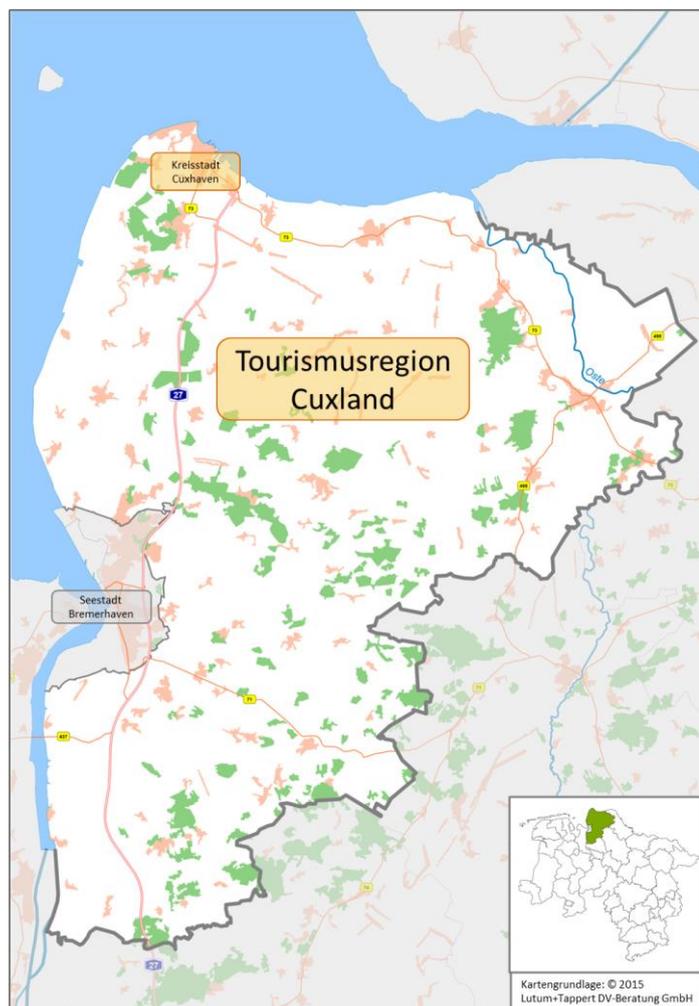
Die Tourismusregion Cuxland, auf die dieses Tourismuskonzept ausgerichtet ist, ist identisch mit dem Landkreis Cuxhaven. Diese Region bietet Touristen alle maßgeblichen Betriebsarten der Beherbergung und Gastronomie, wesentliche Freizeitwirtschaftsbetriebe sowie ein hinreichend breites Angebot an Kultur, Naturerlebnis und Aktivitäten. Der Landkreis Cuxhaven erfüllt somit alle Kriterien für eine eigenständige Destination. Die Zahl von rd. 570.000 Gästeankünften (2014) und fast 2,5 Mio. Gästeübernachtungen nach amtlicher Statistik in Kombination mit der Quantität und Qualität der touristischen Infrastruktur erlaubt es ebenfalls, von einer Wettbewerbseinheit nach tourismuswissenschaftlichen Kriterien zu sprechen.¹

Geografisch liegt die Tourismusregion Cuxland im östlichen Teil des niedersächsischen Nordseerraumes und ist eine der bedeutendsten Urlaubsregionen in Niedersachsen. Das Cuxland ist aufgrund der natürlichen Gegebenheiten von den übrigen Gebieten der Nordseeküste abgegrenzt und damit als eigenständige Tourismusregion anzusehen. Das „touristische Oberzentrum“ der Region ist die Kreisstadt Cuxhaven im Norden des Cuxlandes. Die Region erstreckt sich über eine Fläche von ca. 2.057 km² und grenzt im Osten an den Landkreis Stade, südöstlich an den Landkreis Rotenburg (Wümme) und im Süden an den Landkreis Osterholz. Durch die Weser getrennt, schließt sich im Westen der Landkreis Wesermarsch an.

Eine weitere Besonderheit für die Tourismusregion Cuxland und zugleich ein großes touristisches Potential ist die geographische Nähe zu den Metropolregionen Hamburg sowie Bremen-Oldenburg. Im direkten Einzugsgebiet gelegen, wird die Urlaubsregion von zahlreichen Tagesreisenden besucht, die im Cuxland Entspannung und Ruhe finden.

Eine besonders enge Beziehung der Urlaubsregion Cuxland besteht mit der Seestadt Bremerhaven, die im Südwesten direkt an den Landkreis grenzt und zugleich ein wichtiges wirtschaftliches Oberzentrum für die Region darstellt (vgl. Abb. 1).

Abb. 1: Tourismusregion Cuxland



Quelle: Eigene Darstellung, 2015

¹ Vgl. Bieger, Thomas: Management von Destinationen, München 2005, 6. Auflage.

Aufgrund der inselartigen Lage der Stadt Bremerhaven innerhalb des Landkreises Cuxhaven bestehen starke Verflechtungen zwischen dem touristischen Angebot und der Nachfrage durch Gäste des Cuxlandes. Demnach wurden die Stadt Bremerhaven und ihr touristisches Angebot bei der Erarbeitung der Handlungsansätze berücksichtigt. In die strategischen Handlungsempfehlungen dieses Tourismuskonzeptes kann Bremerhaven jedoch nicht eingebunden werden, weil es durch ihre Zugehörigkeit zum Land Bremen und ihrer eigenen Tourismusgesellschaft „Erlebnis Bremerhaven GmbH“ keine organisatorische Verbindung zum Cuxland gibt.

3 Nachfrage und wirtschaftliche Bedeutung des Tourismus

3.1 Touristische Nachfrage

Das Cuxland erfreut sich seit Jahren einer großen Beliebtheit bei deutschen Touristen. Dies spiegelt sich in den jährlichen amtlichen Tourismusstatistiken² wieder. Auf Grund des großen Angebotes von Ferienwohnungen und -häusern in der Region wird zusätzlich eine landkreiseigene Statistik inkl. des „Grauen Beherbergungsmarktes“³ geführt. Ziel dieser Statistik ist es, ein möglichst realistisches Bild der touristischen Nachfrage abzubilden.

Entwicklung der Gästeankünfte zwischen 2009 und 2014

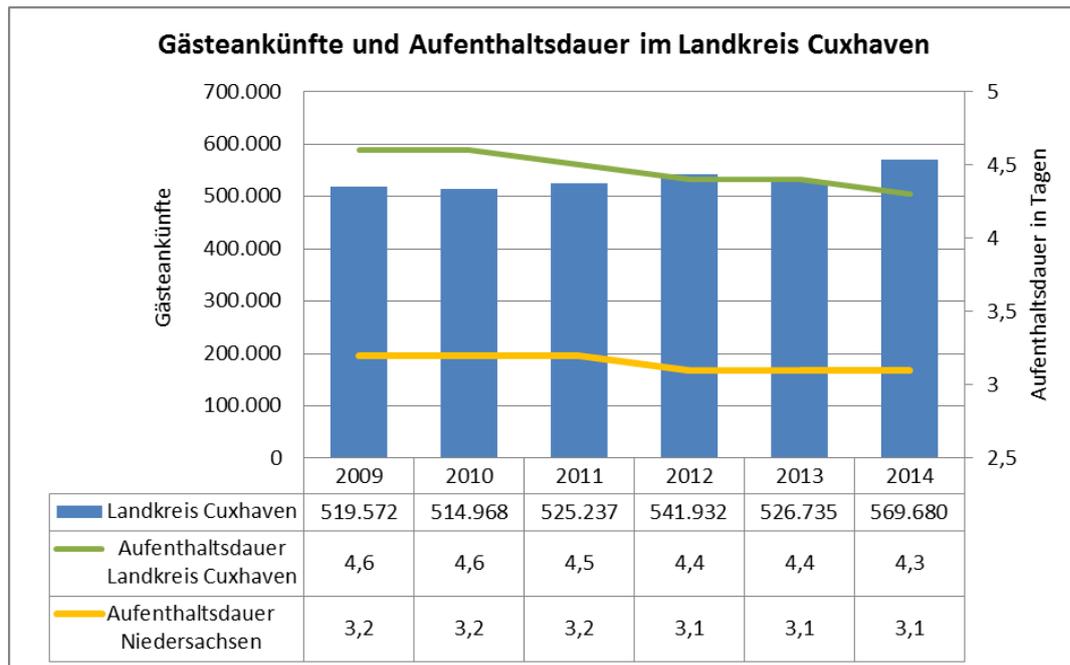
Im Jahr 2014 konnte das Cuxland gemäß der amtlichen Statistik 569.680 Gästeankünfte verzeichnen (vgl. Abb. 2). Damit stieg die Zahl der Gäste seit 2009 um ca. 9,6 %. Im Vergleich dazu wurden in Niedersachsen im Jahr 2014 insgesamt über 13 Mio. Gästeankünfte gezählt. Die positive Entwicklung fiel mit einem Anstieg von 13,1 % gegenüber 2009 noch etwas deutlicher aus, als im Cuxland.

Ein allgemeiner Trend im Tourismus ist die sinkende Aufenthaltsdauer der Urlaubsgäste. In Niedersachsen und im Landkreis Cuxhaven ist diese Entwicklung ebenfalls zu beobachten. Amtliche Statistiken aus dem Jahr 2014 belegen, dass die Übernachtungsdauer der Cuxland-Gäste bei durchschnittlich 4,3 Tagen liegt. Im Vergleich zu 2009 ist damit ein Rückgang von 0,3 Tagen zu verzeichnen. Dennoch liegt die Aufenthaltsdauer weit über dem niedersächsischen Durchschnitt von 3,1 Tagen.

² Bei den Tourismusstatistiken ist zu beachten, dass in den amtlichen Statistiken ausschließlich geöffnete Beherbergungsbetriebe mit mindestens 10 Betten und geöffnete Campingplätze mit mindestens 10 Stellplätzen erfasst werden.

³ Grauer Beherbergungsmarkt = Übernachtungen in Betrieben mit weniger als 10 Betten.

Abb. 2: Gästeankünfte und Aufenthaltsdauer im Landkreis Cuxhaven



Quelle: LSN, 2015 (Eigene Darstellung, 2015)

Entwicklung der Gästeübernachtungen zwischen 2009 und 2014

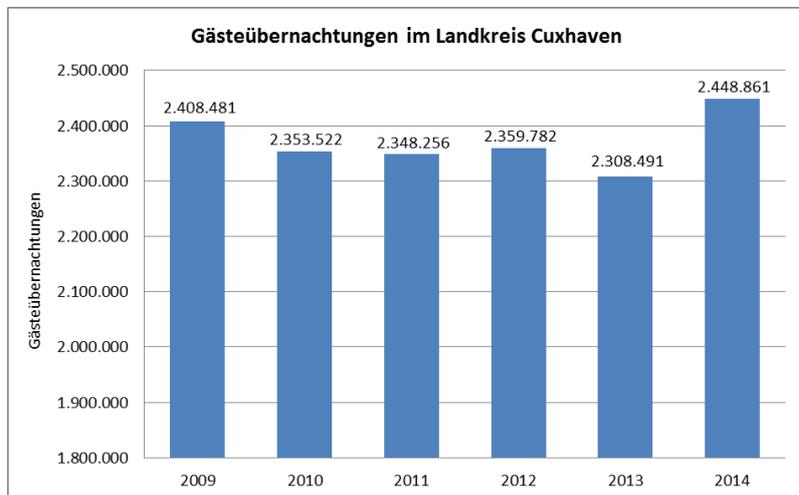
Im Jahr 2014 konnten gemäß der amtlichen Statistik über 2,4 Mio. Übernachtungen im Landkreis Cuxhaven verzeichnet werden. Im Vergleich zum Jahr 2009 stellt dies einen Anstieg von 1,7 % dar. Dabei ist jedoch zu beachten, dass in den Jahren 2009 bis 2013 meist stagnierende oder sogar rückläufige Zahlen zu verzeichnen waren (vgl. Abb. 3).

Verbunden mit dem Rückgang der Übernachtungszahlen bis zum Jahr 2013, ist auch die Zahl der Beherbergungsbetriebe mit mehr als 10 Betten rückläufig (2009: 310; 2014: 284). Ursache

könnte ein steigender Wettbewerbsdruck (steigende Qualitätsstandards), aber auch fehlende Nachfolger (Fachkräftemangel) oder der Zusammenschluss von Betriebseinheiten sein.

Die niedersächsische Nordseeküste (ohne die Ostfriesischen Inseln) verzeichnete im Jahr 2014 über 7,4 Mio. Übernachtungen⁴. Damit entfallen fast 32 % der Übernachtungen in der Nordsee-Region auf

Abb. 3: Entwicklung der Gästeübernachtungen im Landkreis Cuxhaven



Quelle: LSN, 2015 (Eigene Darstellung, 2015)

⁴ Mafo-Booklet TMN, S. 19, http://www.tourismuspartner-niedersachsen.de/data/mediadb/cms_mime/%7B956d27e5-33b2-be9e-135b-74da7af66c2b%7D.pdf

das Cuxland. Unter den prädikatisierten Kur- und Erholungsorten verzeichnet das Nordseeheilbad Cuxhaven in Niedersachsen mit 343.386 Gästeankünften und über 1,4 Mio. Übernachtungen die größte touristische Nachfrage.⁵

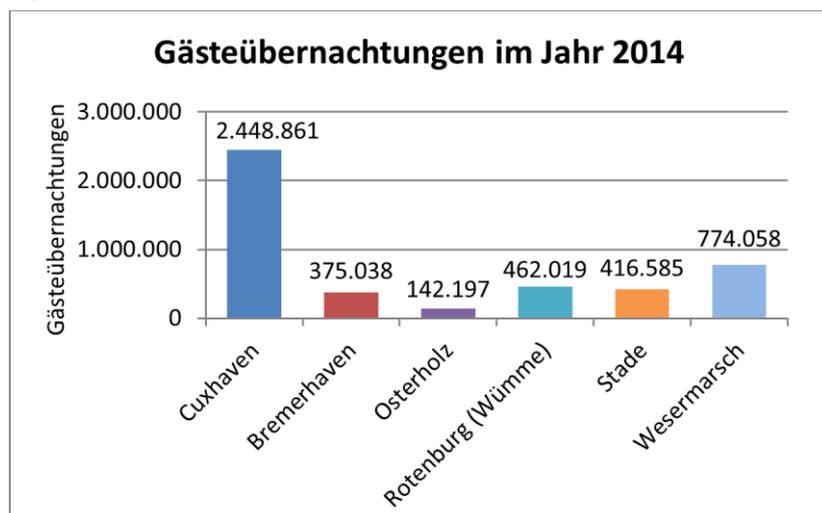
Grauer Beherbergungsmarkt

Die landkreisinternen Erhebungen, die auch Beherbergungsbetriebe und private Unterkünfte mit weniger als 10 Betten berücksichtigen, verdeutlichen eine noch größere Bedeutung des Tourismus für die Region. Demnach wurden im gesamten Landkreis Cuxhaven im Jahr 2011 rund 6,8 Mio⁶. Gästeübernachtungen gezählt und damit ca. 4,4 Mio. Übernachtungen mehr als die amtlichen Statistiken bescheinigen. Die internen Erhebungen machen deutlich, dass die touristischen Beherbergungsstrukturen im Landkreis weniger aus großen Betrieben, sondern vielmehr aus kleineren Pensionen, Ferienwohnungen oder Appartements bestehen. Die Vermietung von Privatzimmern oder kleineren Campingplätzen spielt bei der Gästeunterbringung eine große Rolle. Jedoch sind auch beim grauen Beherbergungsmarkt eine Stagnation bzw. leichte Rückgänge der Gästezahlen zu verzeichnen.

Benchmark der Gästeübernachtungen zu den angrenzenden Landkreisen

Unabhängig von den Entwicklungen der Übernachtungszahlen nimmt der Landkreis Cuxhaven im Vergleich zu den benachbarten Landkreisen Osterholz, Rotenburg (Wümme), Stade und Wesermarsch eine herausragende Stellung ein. Anhand der Gästeübernachtungen der amtlichen Statistik wird die unterschiedliche Bedeutung des Tourismus in den Landkreisen deutlich (vgl. Abb. 4). Das Cuxland ist in der Nordsee-Elbe-Weser-Region die mit Abstand stärkste Tourismusregion.

Abb. 4: Gästeübernachtungen im Jahr 2014 im regionalen Vergleich



Quelle: LSN und Statistisches Landesamt Bremen, 2015 (Eigene Darstellung, 2015)

⁵ Mafo-Booklet TMN, S. 47, http://www.tourismuspartner-niedersachsen.de/data/mediadb/cms_mime/%7B956d27e5-33b2-be9e-135b-74da7af66c2b%7D.pdf
TMN nach LSN 2015

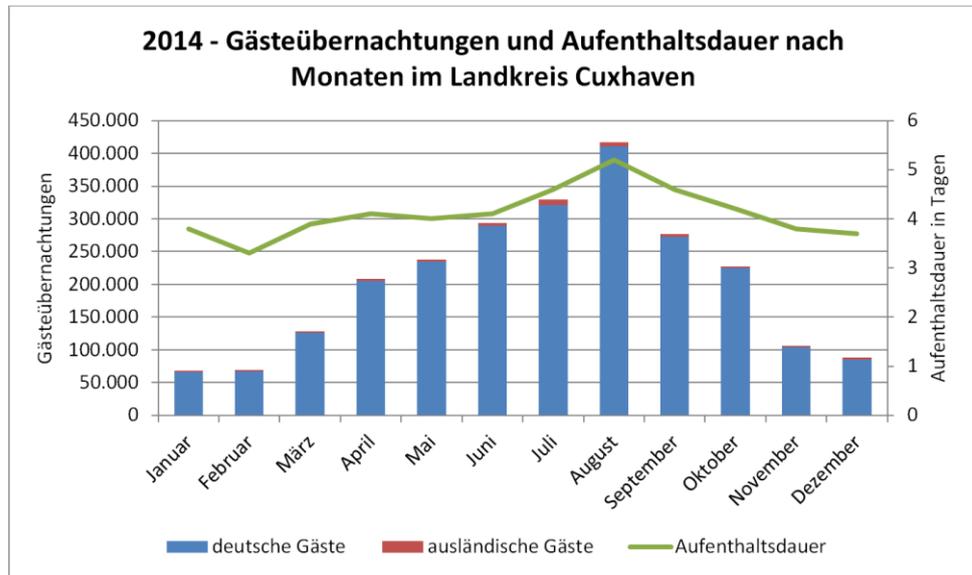
⁶ dwif Consulting GmbH (2012): Wirtschaftsfaktor Tourismus im Landkreis Cuxhaven 2011. S. 5. München.

Saisonalität

Das Cuxland ist klimatisch bedingt eine klassisch saisonale Urlaubsdestination. In den Wintermonaten sinken die amtlichen Übernachtungszahlen auf ca. ein Fünftel der Werte der Sommermonate. Gleichzeitig schwankt die durchschnittliche Aufenthaltsdauer der Gäste im Jahresverlauf (vgl. Abb. 5).

In den vergangenen Jahren wird jedoch eine vermehrte Nachfrage im Winterhalbjahr verzeichnet. Hintergrund der Entwicklungen sind u. a. die bundesweit gestiegene Anzahl und Häufigkeit von Kurzreisen sowie neue Angebote, wie z. B. im Bereich des Gesundheitstourismus oder des barrierefreien Urlaubs. Dieser Trend muss im

Abb. 5: Gästeübernachtungen und Aufenthaltsdauer nach Monaten im Jahr 2014 des Landkreises Cuxhaven



Quelle: LSN, 2015 (Eigene Darstellung, 2015)

Cuxland in Zukunft durch ein entsprechendes Angebot untermauert werden.

Im Sommerhalbjahr ist eine Schwankung in den Monaten Juni, Juli und August auf Grund der rollierenden Sommerferienzeiten zu verzeichnen. Vor allem der Quellmarkt Nordrhein-Westfalen hat einen großen Einfluss auf die touristische Nachfrage im Cuxland.

Darüber hinaus ist auffällig, dass die Zahl der ausländischen Urlaubsgäste zwar in den Sommermonaten zunimmt, sich aber insgesamt auf einem sehr niedrigen Niveau befindet.

Die jahreszeitliche Schwankung der Gästezahlen, die direkt mit der Zahl der geöffneten Beherbergungsbetriebe korreliert, hat einen direkten Einfluss auf die angestellten Beschäftigten in den tourismusrelevanten Wirtschaftszweigen. Damit verbundene unsichere Arbeitsbedingungen machen es dem Gastgewerbe schwer qualifiziertes Fachpersonal zu finden und dauerhaft zu halten.

Tourismusintensität innerhalb der Tourismusregion

Die Tourismusintensität ist eine errechnete Kennziffer, welche die Gästeübernachtungen ins Verhältnis zu tausend Einwohnern setzt. Die nachfolgende Tabelle (vgl. Abb. 6) zeigt die Entwicklung der Tourismusintensität ausgewählter Gebietskörperschaften in den vergangenen 5 Jahren von 2010 bis 2014. Hier sind nur diejenigen Kommunen aufgeführt, die nach amtlicher Statistik eine ausreichende Zahl an Beherbergungsbetrieben (mit mindestens 10 Betten) vorweisen können. Für alle übrigen Kommunen des Landkreises Cuxhaven sind aus datenschutzrechtlichen Gründen keine lückenlosen Übernachtungszahlen der Jahre 2010-2014 veröffentlicht. Die Tabelle lässt darüber hinaus auch erkennen, dass es innerhalb des Landkreises deutliche Entwicklungsunterschiede gibt. Während die

Tourismusintensität beispielsweise in den Städten Cuxhaven und Otterndorf deutlich zugenommen hat, ist insbesondere die Gemeinde Wingst von einer rückläufigen Entwicklung betroffen.

Abb. 6: Tourismusintensität im Landkreis Cuxhaven von 2010 bis 2014 nach amtlicher Statistik

| Gebietskörperschaft | Tourismusintensität (Übernachtungen je 1.000 Einwohner) | | | | |
|----------------------|---|--------|--------|--------|--------|
| | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 |
| Landkreis Cuxhaven | 11.740 | 11.853 | 11.952 | 11.742 | 12.444 |
| Cuxhaven, Stadt | 25.684 | 26.895 | 29.442 | 28.122 | 29.596 |
| Geestland, Stadt | 3.452 | 3.477 | 3.283 | 3.318 | 3.126 |
| Loxstedt | 941 | 637 | 947 | 836 | 682 |
| Otterndorf, Stadt | 29.523 | 29.783 | 32.015 | 32.683 | 31.814 |
| Wingst | 18.364 | 15.141 | 12.593 | 10.710 | 10.705 |
| Wurster Nordseeküste | 29.524 | 29.844 | 23.914 | 25.347 | 30.274 |

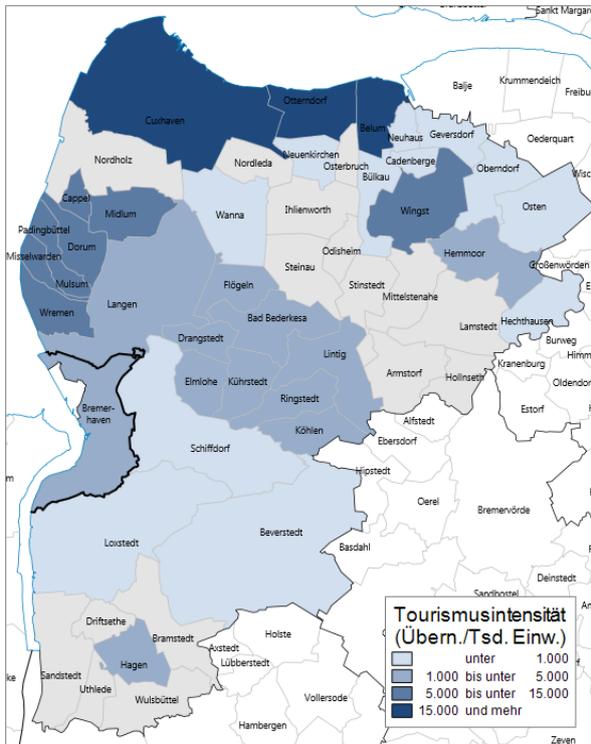
Quelle: Landesamt für Statistik Niedersachsen, 2015 (Eigene Darstellung, 2015)

Genauere Statistiken zu Beherbergungsbetrieben, Gästeankünften und Übernachtungszahlen der aufgeführten Kommunen können der Anlage 3 entnommen werden.

Wie bereits weiter vorne angedeutet, verzerrt allerdings die alleinige Betrachtung amtlicher Statistiken das Bild der touristischen Bedeutung der Region als Ganzes, wie auch innerhalb ihrer Grenzen. Aus diesem Grund wird in den nachfolgenden beiden Karten (vgl. Abb. 7 und 8) die Tourismusintensität aus amtlichen Statistiken⁷ (links) und aus kreiseigenen Statistiken des Landkreises Cuxhaven (rechts) gegenüber gestellt. Beispielgebend für die teilweise sehr deutlichen Unterschiede ist die Kreisstadt Cuxhaven. Nach amtlicher Statistik hatte die Stadt im Jahr 2014 genau 151 Beherbergungsbetriebe (mit mindestens 10 Betten), in denen 1,4 Mio. Gästeübernachtungen gezählt wurden. Bei einer Einwohnerzahl (Stand: 30.09.2014) von 48.287 würde die Tourismusintensität bei 29.555 Übernachtungen je 1.000 Einwohner liegen. Durch den Einbezug kleinerer Beherbergungsbetriebe (z. B. Pensionen, Ferienwohnungen, etc.) mit weniger als 10 Betten oder Privatzimmer, die zur Gästebeherbergung genutzt werden, wurden für das Jahr 2013 in Cuxhaven weit mehr Unterkünfte gezählt, die über 3 Mio. Gästeübernachtungen aufwiesen. Bei einer Bevölkerungszahl von 48.325 (Stand: 31.12.2013) lag die Tourismusintensität bei 63.221 Übernachtungen je 1.000 Einwohner. Diese ist damit mehr als doppelt so hoch, als es die amtliche Statistik ausweist und kommt der realen Situation wesentlich näher.

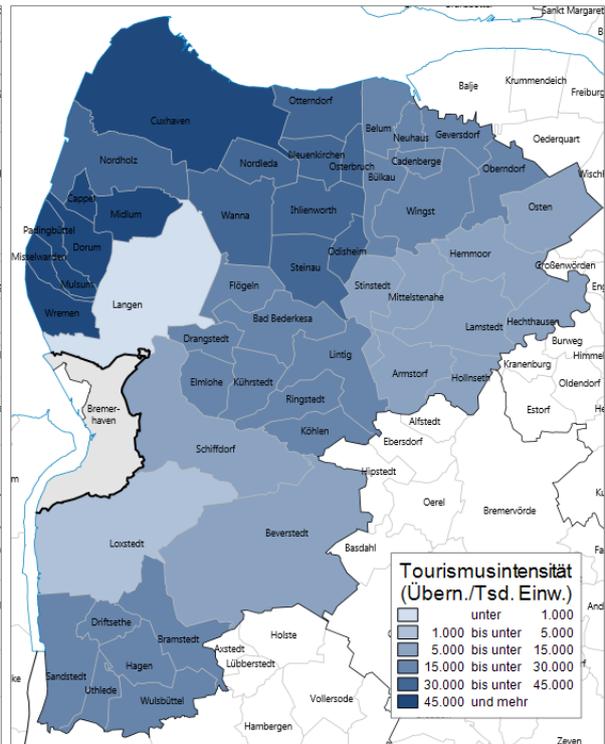
⁷ Aus datenschutzrechtlichen Gründen wurden für mehrere Kommunen seitens des LSN keine Daten veröffentlicht. Die nachfolgenden Karten machen dennoch deutlich wie viel höher die ökonomische Bedeutung des Tourismus im Landkreis Cuxhaven tatsächlich ist. Für die Stadt Bremerhaven standen zum Zeitpunkt der Konzepterstellung keine genaueren Daten von kleineren Beherbergungsbetrieben zur Verfügung.

Abb. 7: Tourismusintensität 2014 nach amtlicher Statistik



Quelle: LSN und Statistisches Landesamt Bremen, 2015 (Eigene Darstellung, 2015)

Abb. 8: Tourismusintensität 2013 nach Tourismusdaten des Landkreises Cuxhaven



Quelle: Kommunale Daten des Landkreises Cuxhaven, 2015 (Eigene Darstellung, 2015)

Die mit Abstand höchste Tourismusintensität (nach kommunalen Daten) wurde für die ehemalige Samtgemeinde Land Wursten errechnet, die seit 2015 Teil der Einheitsgemeinde Wurster Nordseeküste ist. Mit 113.409 Gästeübernachtungen je 1.000 Einwohner wird die wirtschaftliche Bedeutung des Tourismus sehr deutlich. Die vom Land Niedersachsen mit offiziellen Prädikaten versehenen Orte „Küstenbadeort Dorum-Neufeld“ sowie das „Nordseebad Wremen“ profitieren besonders stark.

Demgegenüber wies die Kleinstadt Langen, die seit 2015 Teil der Stadt Geestland ist, die geringste Tourismusintensität im kommunalen Vergleich mit lediglich 953 Gästeübernachtungen je 1.000 Einwohner auf.

Tagestourismus

Neben dem Übernachtungstourismus hat der Tagestourismus im Cuxland einen besonderen Stellenwert. Als Teil der Metropolregionen Bremen-Oldenburg und Hamburg ist der Landkreis Cuxhaven ein beliebtes Ausflugsziel für Tagesreisende aus den genannten Ballungsräumen.

Erhebungen der dwif-Consulting GmbH aus dem Jahr 2011 ergaben, dass zusätzlich zu den ca. 6,8 Mio. Übernachtungen (inkl. grauem Beherbergungsmarkt) noch etwa 7,5 Mio. Tagesreisende den Landkreis Cuxhaven besuchen⁸.

⁸ dwif-Consulting GmbH (2012): Wirtschaftsfaktor Tourismus im Landkreis Cuxhaven 2011. München.

Für Urlaubsgäste im Cuxland stellt die Stadt Bremerhaven mit seinem städtetouristischen Profil eine attraktive Tagestourismusdestination dar. Verschiedene Ausflugsziele, wie beispielsweise die „Havenwelten“ sind eine gute Ergänzung der touristischen Angebote im Cuxland, insbesondere bei schlechtem Wetter. Einer Gästebefragung der Stadt Bremerhaven zu Folge besuchten im Jahr 2013 ca. 1,3 Mio. Gäste die Seestadt. Etwa 80 % aller Ankünfte waren Tagesgäste, die einen Ausflug vom Wohnort (50 %) oder vom Urlaubsort (30 %) in die Stadt machten. Dies entspricht einer Zahl von ca. 1,1 Mio. Tagesreisenden. Die Hälfte der Gäste kommt dabei aus Niedersachsen, wobei ein großer Anteil davon wiederum aus dem Landkreis Cuxhaven stammt.⁹

Umgekehrt stellt der Landkreis ein beliebtes Naherholungsziel für die Wohnbevölkerung aus Bremerhaven, Bremen und Hamburg dar. Durch die Bundesautobahn A 27 ist die Nordsee auch für Tagesgäste aus der Landeshauptstadt Hannover innerhalb von gut zwei Stunden erreichbar.

3.2 Beschäftigungseffekte und Wirtschaftsfaktor

Der Vergleich der Beschäftigungszahlen zwischen dem Landkreis, der Region Lüneburg und dem Land Niedersachsen (vgl. Abb. 9 und 10) zeigt die große Bedeutung des Tourismus für die Region.

Abb. 9: Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte im Gastgewerbe

| | sozialv. Beschäftigte im Gastgewerbe | | | Anteil an Gesamtbeschäftigung in % | | |
|------------------------|--------------------------------------|------------|-------------|------------------------------------|------------|-------------|
| | 30.06.2009 | 30.06.2013 | Entwicklung | 30.06.2009 | 30.06.2013 | Entwicklung |
| Niedersachsen | 69.626 | 77.417 | 7.791 | 2,9 | 2,9 | 0,0 |
| Region Lüneburg | 14.351 | 16.177 | 1.826 | 3,5 | 3,6 | 0,1 |
| LK Cuxhaven | 1.938 | 2.140 | 202 | 4,9 | 5,1 | 0,2 |

Quelle: Landesamt für Statistik Niedersachsen, 2015 (Eigene Darstellung, 2015)

Ein Indikator ist der Anteil der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten des Wirtschaftsabschnittes Gastgewerbe¹⁰ im Verhältnis zu der Gesamtbeschäftigung. Im Landkreis Cuxhaven lag der Anteil der Beschäftigten im Gastgewerbe im Jahr 2013 bei 5,1 %. Damit arbeiteten dort anteilig deutlich mehr Menschen im Tourismussektor als in der gesamten Übergangsregion Lüneburg (3,6 %) bzw. im Land Niedersachsen (2,9 %). Die Übergangsregion Lüneburg hat durch die Urlaubsregion der Lüneburger Heide, die sich vom Landkreis Harburg bis in den Heidekreis und den Kreis Celle erstreckt, einen gegenüber dem Landesdurchschnitt von Niedersachsen bereits höheren Beschäftigtenanteil im Gastgewerbe. Demzufolge zeigen die nochmals höheren Anteile im Landkreis Cuxhaven die außerordentliche wirtschaftliche Bedeutung des Tourismus. Die Entwicklung der Beschäftigtenzahlen seit dem Jahr 2009 zeigt auch, dass der Anteil der Beschäftigten im Gastgewerbe im Landkreis Cuxhaven mit 0,2 Prozentpunkte gegenüber dem Land Niedersachsen (0,0 Prozentpunkte) angestiegen ist, wobei der Gesamtbeschäftigungsanstieg deutlich geringer ausfiel (CUX: + 7,1 % / Nds: + 9,0 %).

Zum Gastgewerbe zählen laut der deutschen amtlichen Statistik alle Beschäftigten aus der Wirtschaftsabteilung Beherbergung (u. a. Hotels, Gasthöfe, Ferienunterkünfte, Campingplätze) und Gastronomie (u. a. Restaurants, Gaststätten, Cafés, Kneipen, Bars).

⁹ Stadt Bremerhaven (2014): Gästebefragung Bremerhaven 2013. Bremerhaven

¹⁰ Nach der Klassifikation der Wirtschaftszweige, Ausgabe 2008 (WZ 2008). Demnach wird in 21 Wirtschaftsabschnitte unterschieden.

Der Vergleich zu anderen Wirtschaftsabschnitten verdeutlicht die hohe Bedeutung des Tourismus für die Beschäftigung im Landkreis Cuxhaven (vgl. Abb. 10). Die folgenden Wirtschaftsabschnitte integrieren die für den Landkreis wirtschaftlich bedeutendsten Branchen:

- Verarbeitendes Gewerbe: u. a. mit den Wirtschaftszweigen „Herstellung von Nahrungs- und Futtermitteln“ (z. B. Fischereiwirtschaft), „Metallerzeugung und -bearbeitung“ sowie „Maschinenbau“ (z. B. Offshore-Windanlagen)
- Verkehr und Lagerei: u. a. Güter- und Personenbeförderung auf dem Land, zu Wasser oder in der Luft (z. B. Logistik)
- Gesundheits- und Sozialwesen: u. a. Krankenhäuser, Arztpraxen, Pflege- und Betreuungseinrichtungen
- Kunst, Unterhaltung und Erholung

Im Jahr 2013 arbeiteten im verarbeitenden Gewerbe nur etwa 3-mal so viele Menschen wie im Gastgewerbe. Im niedersächsischen Vergleich sind die Unterschiede wesentlich deutlicher (7,5-mal). Ein weiterer Vergleich des Logistiksektors mit dem des Gastgewerbes zeigt, dass im Landkreis Cuxhaven annähernd gleich viele Menschen in beiden Wirtschaftsabschnitten arbeiten. Unter Einbezug der Beschäftigten aus dem Segment „Kunst, Unterhaltung und Erholung“, die wesentlich vom Tourismus profitieren, ist die wirtschaftliche Bedeutung des Fremdenverkehrs (fest gemacht an der sozialversicherungspflichtigen Beschäftigung) höher als die des Logistiksektors.

Abb. 10: Vergleich sozialversicherungspflichtig Beschäftigte in ausgewählten Wirtschaftsabschnitten

| Stand: 30.06.2013 | sozialv. Beschäftigte | | | Anteil an Gesamtbeschäftigung in % | | |
|---|-----------------------|-----------------|-------------|------------------------------------|-----------------|-------------|
| | Niedersachsen | Region Lüneburg | LK Cuxhaven | Niedersachsen | Region Lüneburg | LK Cuxhaven |
| Verarbeitendes Gewerbe | 590.387 | 77.500 | 6.093 | 22,4 | 17,2 | 14,5 |
| Verkehr und Lagerei | 132.203 | 23.225 | 2.216 | 5,0 | 5,1 | 5,3 |
| Gesundheits- und Sozialwesen | 362.772 | 68.341 | 6.556 | 13,8 | 15,1 | 15,6 |
| Gastgewerbe | 77.417 | 16.177 | 2.140 | 2,9 | 3,6 | 5,1 |
| Kunst, Unterhaltung und Erholung | 21.357 | 3.574 | 239 | 0,8 | 0,8 | 0,6 |

Quelle: Landesamt für Statistik Niedersachsen, 2015 (Eigene Darstellung, 2015)

Die Beschäftigungseffekte des Tourismus reichen allerdings noch deutlich über die direkte Beschäftigung im Gastgewerbe hinaus.

Für zahlreiche KMU unterschiedlicher Branchen entlang der touristischen Dienstleistungskette ist der Fremdenverkehr ein bedeutender Wirtschaftsfaktor. Neben direkt vom Tourismus lebenden Beherbergungs- und Gastronomiebetrieben, aber auch Reiseorganisationen oder Touristinformationen der Kommunen, profitieren zumindest indirekt zahlreiche weitere KMU von Gästen in der Region. Darunter zählen u. a.

- Anbieter von Freizeit- und Erlebnisangeboten,
- Kunst-, Kultur-, Unterhaltungs- und Erholungseinrichtungen,
- Einzelhandelsunternehmen (z. B. Bäckereien, Supermärkte, Souvenirläden, Drogerien),
- Hofläden landwirtschaftlicher Betriebe,

- Bauhandwerk,
- Bäder, Saunaanlagen, Wellnesseinrichtungen und
- Verkehrsunternehmen.

Eine genaue Anzahl der vom Tourismus profitierenden KMU des Cuxlandes mit deren Beschäftigten und Umsätzen liegt derzeit nicht vor. Dennoch zeigen nachfolgende Berechnungen die große wirtschaftliche Bedeutung des Tourismus.

Einer Studie der dwif-Consulting GmbH zum Wirtschaftsfaktor Tourismus im Landkreis Cuxhaven aus dem Jahr 2011 folgend, zeigen Berechnungen des theoretischen „Beschäftigungsäquivalentes“, dass rund 15.000 Personen (Erwerbstätige und deren nicht-erwerbstätige Haushaltsmitglieder) ihren Lebensunterhalt durch den Tourismus bestreiten. Dies entspricht einem Bevölkerungsanteil von ca. 7,6 %. Erfahrungen zu Folge liegt die Zahl der tatsächlich anteilig vom Tourismus abhängigen Beschäftigungsverhältnisse deutlich über den 15.000 Personen¹¹.

Auch anhand des Bruttoumsatzes und des daraus resultierenden touristischen Einkommensbeitrages lässt sich die Bedeutung des Tourismus verdeutlichen.

Wie Abb. 11 zeigt, wurde für den Landkreis Cuxhaven ein Bruttoumsatz des Tourismus von insgesamt 638,5 Mio. Euro ermittelt. Davon entfällt auf die Übernachtungsgäste der Region (bei 6,8 Mio. Übernachtungen im Jahr 2011) ein Umsatz von 423,3 Mio. Euro. Weitere ca. 7,5 Mio. Tagesgäste generieren mit durchschnittlichen Tagesausgaben von 25 Euro einen Brutto-Umsatz von 187,5 Mio. Euro¹².

Abb. 11: Berechnung des Brutto-Umsatzes des Tourismus im Jahr 2011 des Landkreises Cuxhaven

| 1. Eckdaten Landkreis Cuxhaven | | | | |
|---------------------------------------|----------------------|--------------------------------------|------------|--|
| Einwohner: | 200.091 ¹ | Übernachtungen (ohne VFR): | 6,812 Mio. | |
| | | Verwandten-/Bekanntesbesucher (VFR): | 1,21 Mio. | |
| | | Tagesreisen: | 7,5 Mio. | |

| 2. Umsätze aus dem Tourismus² | | | | | |
|---|--------------------|----------|------------------------|----------|---|
| Übernachtungen | absolut | * | Ø Tagesausgaben | = | Brutto-Umsatz |
| Gewerblich ³ : | 2,189 Mio. | * | 84,80 € | = | 185,6 Mio. € |
| Privatvermieter, Freizeitwohnsitze sowie Boots- und Liegeplätze ⁴ : | 2,898 Mio. | * | 63,70 € | = | 184,5 Mio. € |
| Touristik- und Dauercamping sowie Reisemobilisten ⁵ : | 1,725 Mio. | * | 30,80 € | = | 53,2 Mio. € |
| Verwandten-/ Bekanntesbesucher (VFR) ⁶ : | 1,21 Mio. | * | 22,90 € | = | 27,7 Mio. € |
| Tagesbesucherverkehr: | 7,5 Mio. | * | 25,- € | = | 187,5 Mio. € |
| Σ Aufenthaltstage: | 15,522 Mio. | | | | Σ Umsatz Tourismus insgesamt: 638,5 Mio. € |

Quelle: dwif Consulting GmbH, 2012

¹¹ dwif Consulting GmbH (2012): Wirtschaftsfaktor Tourismus im Landkreis Cuxhaven 2011. S. 8. München.

¹² dwif Consulting GmbH (2012): Wirtschaftsfaktor Tourismus im Landkreis Cuxhaven 2011. S. 5. München.

Der weitaus größte Teil des Brutto-Umsatzes der Übernachtungs- und Tagesgäste wird laut dwif im Gastgewerbe erzielt (52,9 % = 337,7 Mio. Euro). Darüber hinaus profitieren der Einzelhandel (33,0 % = 210,6 Mio. Euro) sowie sonstige Dienstleistungen (14,1 % = 90,2 Mio. Euro) vom Wirtschaftsfaktor Tourismus.

Weiteren Berechnungen des dwif zu Folge leistet der Tourismus einen relativen Beitrag zum Primäreinkommen der Bevölkerung von 7,5 % (vgl. Abb. 12).

Abb. 12: Ableitung des touristischen Einkommensbeitrages des Tourismus im Jahr 2011 im Landkreis Cuxhaven

| 3. Ableitung des touristischen Einkommensbeitrages | |
|---|---------------------------|
| Brutto-Umsatz: | 638,5 Mio. € |
| . /. Mehrwertsteuer: | 70,1 Mio. € |
| Netto-Umsatz: | 568,4 Mio. € |
| Direkte Einkommenswirkungen aus dem Tourismus (1. Umsatzstufe): | 184,0 Mio. € |
| + Indirekte Einkommenswirkungen (2. Umsatzstufe): | 115,3 Mio. € ⁷ |
| = Absoluter touristischer Beitrag zum Primäreinkommen: | 299,3 Mio. € |
| = Relativer touristischer Beitrag zum Primäreinkommen: | 7,5 % |

Quelle: dwif Consulting GmbH, 2012

Aus den dargestellten Berechnungen ergibt sich für den Landkreis Cuxhaven aus der Mehrwertsteuer und der Einkommenssteuer der Beschäftigten ein Steueraufkommen von ca. 68,0 Mio. Euro, die dem Bund, dem Land und den Kommunen aus dem Tourismussektor zufließen.

Auf kommunaler Ebene erhöhen sich ggf. die Steuereinnahmen z. B. durch Gewerbesteuer, Grundsteuer, Fremdenverkehrsabgabe und Zweitwohnungssteuer.

Die Zahlen bestätigen die Bedeutung des Tourismus als einen der wichtigsten Wirtschaftszweige des Cuxlandes mit Wachstumspotential und weiteren direkten und indirekten Effekten für die regionale Entwicklung.

4 Touristisches Angebot

4.1 Angebot der regionalen KMU

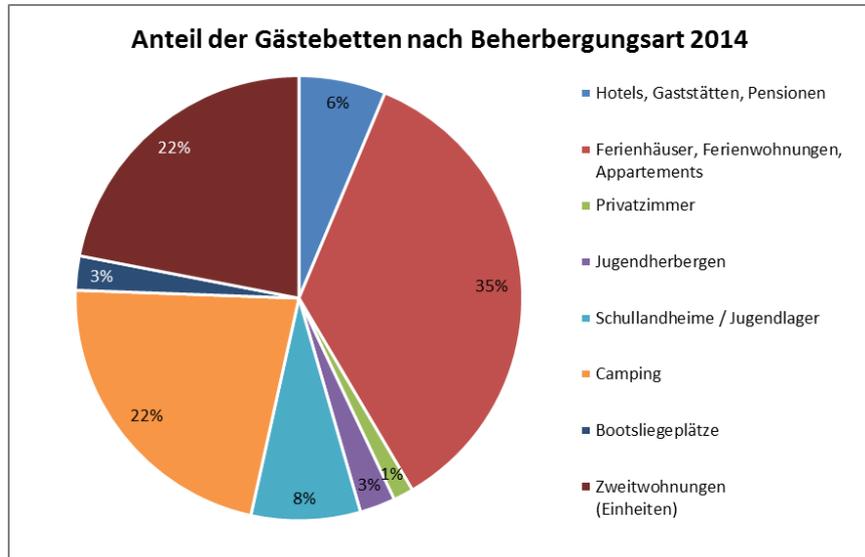
Das touristische Angebot des Cuxlandes wird in erster Linie durch zahlreiche kleine und mittlere Unternehmen vorgehalten. Hierzu zählen zum einen die touristischen Einrichtungen der Gemeinden (z. B. Touristinformationen, Schwimmbäder) und zum anderen die vielfältigen ortsansässigen KMU, die direkt (z. B. Beherbergung, Gastronomie oder Freizeitwirtschaft) oder indirekt vom Tourismus profitieren (z. B. Einzelhandel, Transportdienstleister oder Handwerk).

Nachfolgend wird anhand der Gästebettenzahlen die Struktur des Beherbergungsangebotes verdeutlicht und das vielfältige Freizeitangebot in Teilen dargestellt.

Anzahl Gästebetten

Im Landkreis Cuxhaven (ohne die Stadt Cuxhaven, keine Daten vorliegend) werden über 20.000 Gästebetten angeboten. Dies berücksichtigt neben Hotels und Ferienwohnungen/-häuser auch Privatzimmer, Jugendherbergen, Schullandheime, Campingplätze sowie Bootsliegeplätze und Zweitwohnungen. Aufgeschlüsselt nach der Art der Beherbergung zeigt die Abb. 13, dass im Cuxland das größte Angebot im Segment der Ferienwohnungen und -häuser zur Verfügung steht, gefolgt von Campingplätzen und Hotels, Gaststätten, Pensionen.¹³

Abb. 13: Prozentuale Aufteilung der Gästebetten nach Beherbergungsart im Jahr 2014

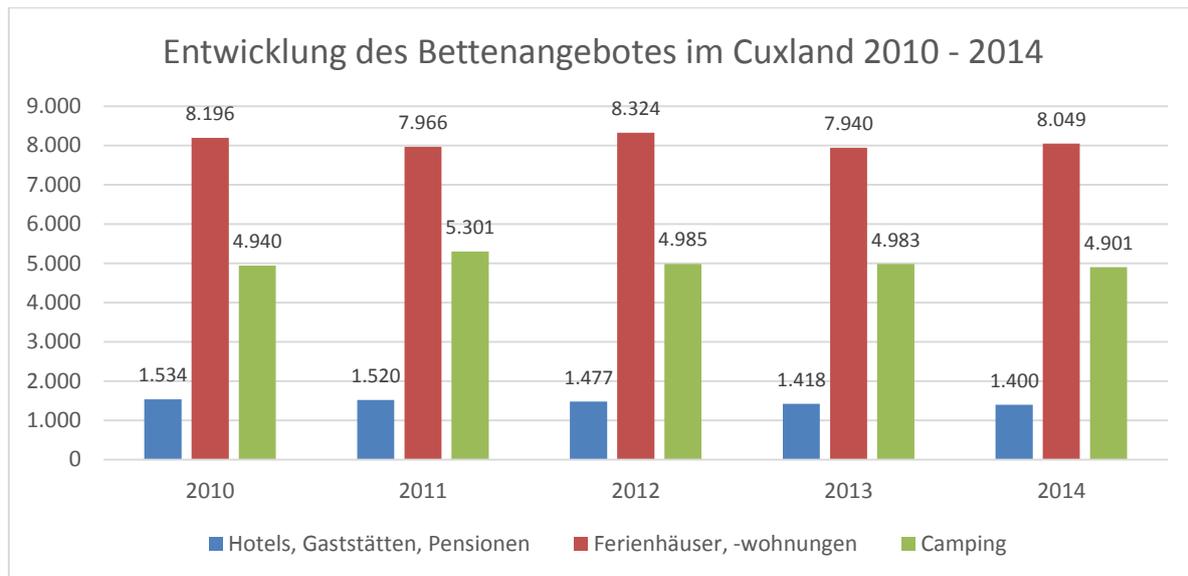


Quelle: Eigene Erhebung und Darstellung *ohne die Stadt Cuxhaven

Bei der Betrachtung der Entwicklung der Bettenanzahl der drei stärksten Beherbergungsarten (knapp 65 % des gesamten Bettenangebotes) in den Bereichen „Hotel, Gaststätte, Pension“, „Ferienhäuser, Ferienwohnungen, Apartments“, und „Camping“ im Zeitraum von 2010 bis 2014 wird deutlich, dass die Bettenanzahl im Cuxland leicht rückläufig ist. In der Hotellerie standen 2014 im Vergleich zum Jahr 2010 ca. 8,8 %, bei den Ferienwohnungen 1,8 % und im Campingbereich 0,8 % weniger Betten für Gäste zur Verfügung. Damit fällt der Rückgang im Bereich der Hotellerie zumindest außerhalb der Stadt Cuxhaven am stärksten aus (vgl. Abb. 14).

¹³ Eigene Erhebungen des Landkreises Cuxhaven, 2013

Abb. 14: Entwicklung des Bettenangebotes im Cuxland 2010 – 2014



Quelle: Eigene Erhebung und Darstellung *ohne die Stadt Cuxhaven

Trotz des stabilen Beherbergungsangebotes, wird insgesamt ein vermehrter Trend zu Übernachtungen in Hotelbetrieben wahrgenommen (siehe touristische Nachfrage). Demnach sollte die Wettbewerbsfähigkeit bestehender Hotelangebot in Stadt und Landkreis Cuxhaven geprüft und ggf. gestärkt werden. Um eine dem Markt gerechte Angebotsstruktur vorzuhalten, sind der Nachfrage entsprechende zusätzliche Hotelprojekte in Zukunft zu unterstützen bzw. zu fördern. Aufgrund der durchschnittlich höheren Tagesausgaben von Hotelgästen werden gleichzeitig auch der Wirtschaftsfaktor Tourismus und damit regionale KMU gestärkt.

Freizeitangebote¹⁴

Das Angebot ist sehr vielfältig und reicht von Angeln bis hin zu Zumba im Stadion am Meer. Eine vollständige Quantifizierung der unzähligen Freizeitangebote im Cuxland ist allerdings kaum möglich.

Eine große Bedeutung kommt dem Angebot von Schwimmbädern im Cuxland zugute. Insgesamt werden in der Region über zehn Schwimmbäder vorgehalten. Unter diesen Bädern befinden sich mit dem Thalassozentrum ahoi! in Cuxhaven, der Sole-Therme Otterndorf, der Moor-Therme Bad Bederkesa in der Stadt Geestland und dem Wat'n Bad in der Wurster Nordseeküste vier große Thermen mit einem vielfältigen Schwimm-, Sauna-, Präventions- und Wellnessangebot.

Des Weiteren öffnen im Cuxland weit über fünfzig Museen für Einheimische sowie Gäste ihre Türen. Der Anteil der individuellen und oft auf privater Vereinsebene geführten Heimatmuseen ist relativ hoch, aber auch große Einrichtungen, wie z. B. das Museum „Windstärke 10“, das Nationalparkhaus in Dorum-Neufeld, das Wattenmeer-Besucherzentrum in Cuxhaven (eines von zwei in ganz Niedersachsen) oder das „Aeronauticum“ in Nordholz gehören dazu.

Eine familienfreundliche Infrastruktur stellt ebenfalls eine wichtige Säule im regionalen Angebot dar. Darunter fallen zahlreiche Spielplätze, Spielhallen sowie kindgerechte Veranstaltungen. Für Reiter gibt es gut ausgebaute Wege inkl. spezialisierter Beherbergungsbetriebe. Verschiedene regionale

¹⁴ Die nachfolgenden Ausführungen stellen nur einen groben Überblick über das Angebot dar und sind nicht als vollständiges Angebotsspektrum zu werten.

Wanderwege sowie Kanuwandermöglichkeiten laden neben dem umfangreichen und gut ausgebauten Radwegenetz (inkl. Infrastruktur entlang der Wege) mit zahlreichen regionalen sowie Fernradwegen (z. B. Elbe-, Weser-, Nordseeradweg) ebenfalls zum Aufenthalt in der Natur ein.

Für Urlaubs- sowie Tagesgäste tragen die zahlreichen Veranstaltungen der Region zu einem abwechslungsreichen Urlaubsprogramm bei. Die Höhepunkte sind u. a. das Rockfestival „Deichbrand“, das „Duhner Wattrennen“ sowie die Reitturniere auf dem Dobrock und in Elmlohe.

Des Weiteren bietet das Umland des Cuxlandes ein vielfältiges Ausflugsprogramm an. So wird die schleswig-holsteinische Hochseeinsel Helgoland einzig von Cuxhaven aus ganzjährig per Schiff angefahren. Die hamburgische Insel Neuwerk kann hingegen bei Ebbe zu Fuß und per Wattwagen sowie bei Flut ebenfalls per Schiff von der Stadt Cuxhaven aus erreicht werden. Die Seestadt Bremerhaven stellt mit seinen „Havenwelten“ und Shoppingmöglichkeiten zusätzlich einen hohen Attraktivitätsfaktor für die Urlaubsgäste im Cuxland dar.

4.2 Touristische Schwerpunkte der Gemeinden und Städte im Cuxland

Die Urlaubsregion Cuxland ist durch eine außerordentlich große landschaftliche Vielfalt gekennzeichnet. Durch den Naturraum Nordsee sowie u. a. den Flüssen Elbe, Weser und Oste haben weite Teile der Region einen maritimen Charakter. Die Ernennung des Wattenmeeres zum UNESCO-Weltnaturerbe im Jahr 2009 hat die Einzigartigkeit dieser Naturlandschaft unterstrichen. Ergänzt wird das maritime Bild von der Küstenheide sowie den zahlreichen Seen, Mooren und Wäldern im Landesinneren. Aufgrund der natürlichen Vielfalt sowie der verschiedenen touristischen Angebote in den einzelnen Teilregionen haben die Städte und Gemeinden unterschiedliche Schwerpunkte in ihrer touristischen Ausrichtung gesetzt. Für eine regionseinheitliche, thematische Vermarktung wurden diese in der Vergangenheit bereits gebündelt. Zur Überprüfung der bestehenden touristischen Themen je Gemeinde wurden die jeweiligen Touristiker im Rahmen einer Befragung gebeten die Relevanz der bisherigen vermarkteten Cuxland-Themenbereiche für die Ausrichtung Ihrer Gemeinde zu bewerten. Die Einschätzungen wurden in vier Kategorien vorgenommen, wobei die Zahl 3 dabei für die höchste Priorität, die 2 für eine mittlere, die 1 für eine niedrige und die Zahl 0 für die Aussage „keine Relevanz“ steht. Neun der elf Cuxland-Kommunen haben an der Befragung teilgenommen. Das Ergebnis ist in Abb. 15 dargestellt, wobei sich die Reihenfolge der Themen aus der entsprechenden Summierung und der daraus folgenden Bedeutung für die gesamte Region ergibt.

Abb. 15: Themenanalyse im Landkreis Cuxhaven

| | Naturerleben | Erholungsurlaub | Camping / Wohnmobil | Radfahren | Familienurlaub | Wassersport | Wandern | Gesundheit / Wellness | barrierefreier Tourismus | Bade- / Strandurlaub | Reiten | Kultur (z. B. Kunst, Geschichte, Museen) | Tagungen / Geschäftsreisen | Kur | Veranstaltungs- und Eventreisen | Städtetourismus | Kanuwandern | Hundeurlaub |
|----------------------|--------------|-----------------|---------------------|-----------|----------------|-------------|---------|-----------------------|--------------------------|----------------------|--------|--|----------------------------|-----|---------------------------------|-----------------|-------------|-------------|
| Stadt Cuxhaven | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | | |
| Geestland | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 1 | 2 | 1 | 1 | | |
| Otterndorf | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 1 | 2 | 2 | 3 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 3 | | |
| Wurster Nordseeküste | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 0 | 0 | 2 | 0 | 0 | 0 | | 3 |
| Schiffdorf | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 1 | 2 | 1 | 1 | 2 | 0 | 1 | 0 | 0 | 3 | |
| Wingst | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 1 | 0 | | 0 | | |
| Hagen & Beverstedt | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 0 | 1 | 0 | | |
| Hemmoor | 2 | 2 | 2 | 3 | 1 | 3 | 2 | 1 | 1 | 0 | 2 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | | |

Quelle: Eigene Erhebung und Darstellung, 2015

Es wird deutlich, dass das Naturerleben, die Erholung, das Campen in der Natur und das Radfahren die bedeutendsten Themen für den Tourismus darstellen. Des Weiteren wird dem Familienurlaub und dem Wassersport eine hohe Bedeutung beigemessen. Die Themen Wandern, Gesundheit / Wellness sowie Barrierefreier Tourismus erhalten eine mittlere Priorität. Der Städtetourismus spielt für den gesamten Landkreis eine untergeordnete Rolle. Diese Priorisierung macht die große Bedeutung des Aktiv-, Natur- und Gesundheitstourismus sowie des Familienurlaubs für das gesamte Cuxland deutlich.

4.3 Ausrichtung Cuxland-Tourismus

Die touristische Entwicklung der Gemeinden wird durch Cuxland-Tourismus, einer Organisationseinheit der Agentur für Wirtschaftsförderung Cuxhaven, in verschiedenen Projekten unterstützt. Zum Zeitpunkt der Strategieerstellung lag der Fokus auf den drei großen Themen „Radtourismus“, „Tourismus für alle“ sowie „Gesundheitstourismus“:

Radtourismus

In der Vergangenheit wurde im Landkreis Cuxhaven ein freizeit- und alltagstaugliches Radwegenetz (rund 1.500 km) nach gängiger ADFC-Norm einheitlich ausgeschildert. Darunter fallen verschiedene Tagestouren, die sich über den gesamten Landkreis erstrecken und viele touristische Sehenswürdigkeiten in der Wegführung beinhalten. Um das Streckennetz hat sich ein umfangreiches Serviceangebot entwickelt. Dies besteht z. B. aus Radhöfen (Fahrradstationen), (E-)Bike-Verleihsystemen, Akkuladestationen, Melkhüs'ern, Bett & Bike-Übernachtungsbetrieben und Radabstellboxen.

Cuxhaven ist für die beiden beliebten deutschen Fernradwege, den Elbe- und Weser-Radweg, Start- bzw. Zielpunkt. Außerdem führen der „Nordseeküstenradweg“ sowie Themenradwege, wie die

„Deutsche Fährstraße“, die „Niedersächsische Mühlenstraße“, der „Alte Postweg“ und der vom NABU konzipierte Radwanderweg „Vom Teufelsmoor zum Wattenmeer“ durch das Cuxland.

Der Ausbau der dargestellten Radinfrastruktur wird durch den Landkreis aktiv unterstützt und das Angebot gemeindeübergreifend vermarktet.

Auf Grund des gut ausgebauten Radwegenetzes stellt der Radtourismus einen wichtigen Aspekt in der Tourismuswirtschaft der Region dar. Laut der Trendscape-Markstudie „Radreisen der Deutschen 2010“ werden in Deutschland durch den Fahrradtourismus Gesamtbruttoumsätze in Höhe von 9,16 Mrd. Euro im Jahr generiert. Deshalb haben Regionen ohne ein breites und qualitativ ansprechendes Fahrradangebot im harten Wettbewerb der Destinationen eine schlechtere Ausgangsposition.

Barrierefreier Tourismus

Vor dem Hintergrund des demographischen Wandels, eines geänderten Reiseverhaltens im Alter sowie dem Qualitätsanspruch eines Universal Designs hat der barrierefreie Tourismus in den letzten Jahren stark an Bedeutung gewonnen.

Das Cuxland hat die Bedeutung dieser neuen touristischen Anforderung erkannt und engagiert sich bereits seit vielen Jahren für die Einbindung des Themas in das regionale Tourismusangebot.

Im Bereich der Vermarktung wurden zielgruppengerechte Produkte entwickelt. Darüber hinaus wurde im Rahmen verschiedener Veranstaltungen immer wieder für das Thema sensibilisiert. Zusammen mit den Kooperationspartnern des Tourismusverbandes Nordsee, der Touristengemeinschaft Wesermarsch und der Seestadt Bremerhaven wurde die Datenbank „Barrierefreie Nordsee“ im Rahmen eines Förderprojektes aufgebaut. Für die Online-Datenbank wurden in der Region über 450 Einrichtungen (z. B. Beherbergungsbetriebe, Touristinformationen, Sehenswürdigkeiten, Sanitäreinrichtungen) vermessen und dokumentiert. Auf Grundlage der zur Verfügung gestellten Information kann der Gast ableiten, ob die Einrichtung für seine individuellen Bedürfnisse ausreichend ausgestattet ist.

Basierend auf dieser guten Ausgangslage verfolgt der Landkreis Cuxhaven die Entwicklungen des bundesweiten Kennzeichnungssystems „Reisen für Alle“ mit Interesse und strebt gemeinsam mit der TourismusMarketing Niedersachsen GmbH und den kreiseigenen Kommunen an, das System auf das Cuxland zu übertragen und die Kartierung von touristischen Einrichtungen in der eigenen Region zu unterstützen.

Gesundheitstourismus

Dem Gesundheitstourismus wird in der Tourismuswirtschaft eine der größten Wachstumsprognosen vorhergesagt. Diese Annahmen basieren auf dem Wertewandel innerhalb der Gesellschaft mit einem verstärkten Gesundheitsbewusstsein, dem demographischen Wandel (der neue Zielgruppen generiert), dem Wandel der Rahmenbedingungen im Gesundheitssystem sowie den Veränderungen in der Anbieterstruktur.¹⁵

Für diesen neuen und innovativen Gesundheitstourismus bietet das Cuxland beste Voraussetzungen. Auf Grund der geografischen Gegebenheiten verfügt das Cuxland über ein hervorragendes natürliches Heilklima mit u. a. Reizklima, Thalasso oder Moor. Darüber hinaus besteht bereits eine etablierte touristische Infrastruktur (u. a. Thermen, Schwimmbäder, Beherbergungsbetriebe, Kurorte)

¹⁵ vgl. Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie, Leitfaden Innovativer Gesundheitstourismus in Deutschland, S. 9.

und unzählige Anbieter aus der Gesundheitswirtschaft (u. a. Krankenhäuser, Kurkliniken, Badeärzte, Physiotherapeuten, Wellnessanbieter) ergänzen das Angebot. Diese Voraussetzungen bieten ein großes Entwicklungspotential im Cuxland. Um die Vernetzung und Kooperation der Akteure aus der Gesundheits- und Tourismuswirtschaft zu unterstützen, wurde von Dezember 2012 bis März 2015 beim Landkreis Cuxhaven das EU-Förderprojekt „Einrichtung einer Koordinierungsstelle für Gesundheitstourismus“ umgesetzt. Im Projektverlauf wurden ein Netzwerk aufgebaut, die bestehenden Angebote für den Gast transparent dargestellt und Anbieter bei der Produktentwicklung unterstützt.

4.4 Qualitätstourismus

Auf Grund der allgemein gestiegenen Reiseerfahrung ist es zu einer Veränderung der Qualitätsansprüche bei den deutschen Urlaubsgästen gekommen. Daher ist es für das Cuxland wichtig, die Qualität des Destinationsangebotes kontinuierlich zu hinterfragen und zu optimieren. Um den Gästen einen Qualitätsstandard aufzuzeigen, haben sich zahlreiche Qualitätssiegel auf dem touristischen Markt etabliert.

Im Cuxland haben sechs Orte die Prädikatisierung als Kur- und Erholungsorte durch das Land Niedersachsen gemäß der Kurortverordnung (KurortVO) erhalten. Dabei sind folgende Prädikate vergeben worden:

- Nordseeheilbad Cuxhaven
- Nordseebad Otterndorf
- Nordseebad Wremen
- Ort mit Moor-Kurbetrieb Bad Bederkesa
- Küstenbadeort Dorum-Neufeld
- Erholungsort Wingst

Mit dieser staatlichen Anerkennung wird den sechs Orten eine Kompetenz bezüglich der Wiederherstellung und Erhaltung der Gesundheit von Gästen zugeschrieben. Neben Kur- und Rehabilitationsmaßnahmen bieten sie auch weitere gesundheitsorientierte Urlaubsformen, wie z. B. Wellness, Thasso, gesunde Ernährung oder Bewegung in der Natur an.¹⁶

¹⁶ Vgl. http://www.mw.niedersachsen.de/portal/live.php?navigation_id=5570&article_id=15308&_psmand=18, 07.2015.

Des Weiteren sind im Cuxland verschiedene Unternehmen mit bekannten Qualitätssiegeln zertifiziert worden. Hierzu zählen folgende Siegel:

- 10 Touristinformationen mit I-Marke¹⁷
- 162 DEHOGA Mitglieder im Stadtverband Cuxhaven sowie dem Kreisverband Wesermünde-Hadeln, davon 30 Betriebe mit Sterne-Zertifizierung (1 x 2*S, 12 x 3*, 4 x 3*S, 8 x 4*, 3 x 4*S, 1 x 5* und 1 x 5*S)¹⁸
- 36 Bett & Bike Betriebe mit 1.400 Betten (Stand 2014)
- 14 Betriebe mit ServiceQualität Deutschland¹⁹
- 6 Kinderferienland Zertifizierung der TMN²⁰

5 Zielgruppen

Das Cuxland wird touristisch zu der Region „Niedersächsische Nordsee“ gezählt. Neben der geographischen Zuordnung werden knapp 80 % der Übernachtungen (inkl. grauem Beherbergungsmarkt) in den direkt an der Nordsee gelegenen Städten und Gemeinden getätigt. Aus diesem Grund basiert die Zielgruppenbeschreibung für das Cuxland auf den Marktforschungsdaten der niedersächsischen Nordsee-Region sowie auf direkten Erhebungen für das Cuxland.²¹

Bekanntheit, Sympathie & Besuchsbereitschaft

Bundesweit gehört die Reiseregion „Nordsee Niedersachsen“ zu den bekanntesten Reisezielen in Deutschland. Rund 72 % der Deutschen kennen die Region zumindest dem Namen nach und 62 % geben an, dass Ihnen die Region sympathisch erscheint.²² Das Cuxland wird ebenfalls von 60 % der Kenner als sympathisch benannt und nur 11 % finden die Region unattraktiv. Die verbleibenden 29 % können keine Einschätzung für den Sympathie-Wert abgeben.²³

Des Weiteren wird die Nordsee in Niedersachsen als potenzielles Reiseziel wahrgenommen. So können sich 45 % der Deutschen vorstellen in den kommenden Jahren eine Kurzurlaubsreise (1 bis 3 Übernachtungen) und 37 % eine längere Urlaubsreise (ab 4 Übernachtungen) durchzuführen. Im Vergleich zu anderen deutschen Reiseregionen sind dies überdurchschnittliche Ergebnisse.²⁴

¹⁷ Vgl. <http://www.deutschertourismusverband.de/qualitaet/touristinformationen-i-marke/bundesweite-statistik-und-deutschlandkarte/deutschlandkarte.html>, 07.2015.

¹⁸ Vgl. E-Mail, DEHOGA Bezirksverband Stade, Juni 2015.

¹⁹ Vgl. ServiceQualität Deutschland in Niedersachsen, Stand März 2015.

²⁰ Vgl. <http://kinderferienland-zertifizierung.de/zertifizierte-betriebe.html>, 07.2015.

²¹ Methodisch basieren die Erkenntnisse aus den Destination Brand Erhebungen auf Online-Erhebung, die **repräsentativ** für in Privathaushalten lebende deutschsprachige Bevölkerung im Alter von 14-74 Jahren (57,647 Mio. Personen) sind.

²² Vgl. IMT, DestinationBrand 2012 nach TMN (2015): Regionales Tourismus Fact Sheet Nordsee, Hannover.

²³ Vgl. IMT (2010): Destination Brand 2009 - Cuxland, Heide.

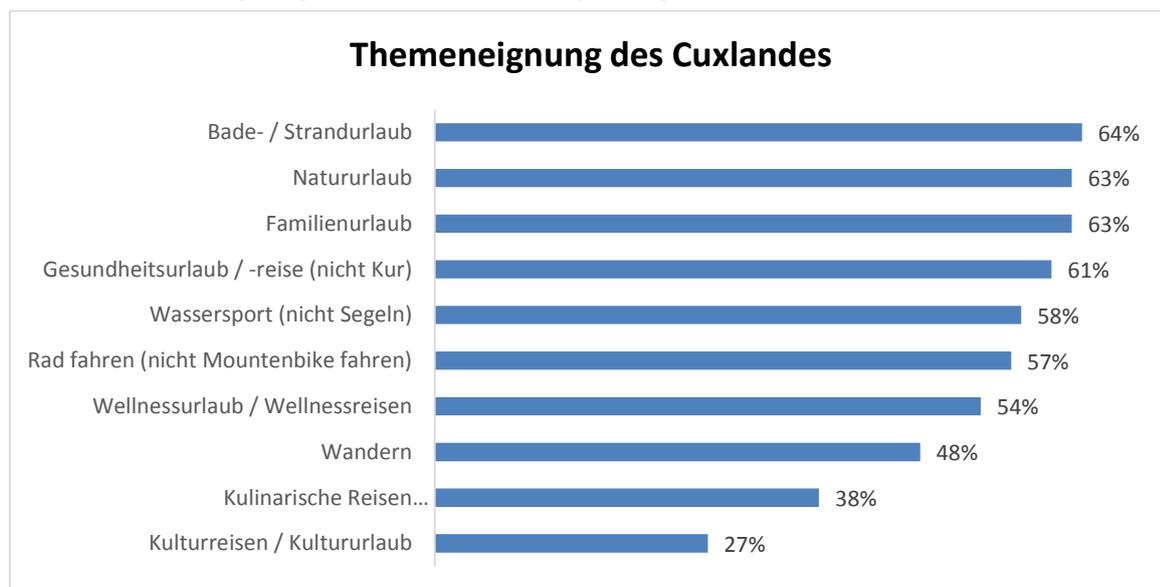
²⁴ Vgl. IMT, DestinationBrand 2012 nach TMN (2015): Regionales Tourismus Fact Sheet Nordsee, Hannover.

Für das Cuxland konnten im Jahr 2009 vergleichbare Werte verzeichnet werden. Von Personen, die das Reisegebiet Cuxland kennen, konnten sich 40 % vorstellen eine Kurzurlaubsreise und 43 % eine längere Urlaubsreise in das Cuxland zu unternehmen.²⁵

Themeneignung der Region

Im Bereich der Themeneignung wird der niedersächsischen Nordseeregion von der deutschen Bevölkerung die größte Themenkompetenzen für die Urlaubsart „Bade- / Strandurlaub“, „Natururlaub“, „Familienurlaub“ und Gesundheitsurlaub zugesprochen (vgl. Abb. 16).

Abb. 16: Themeneignung des Cuxlandes für die jeweiligen Urlaubsarten / -aktivitäten



(>Top-Two-Box auf Skala von „5 = sehr gut geeignet“ bis „1 gar nicht geeignet“; Angaben in % der Fälle)

Quelle: IMT, DestinationBrand 2010 nach TMN (2015): Regionales Tourismus Fact Sheet Nordsee, Hannover. Eigene Darstellung

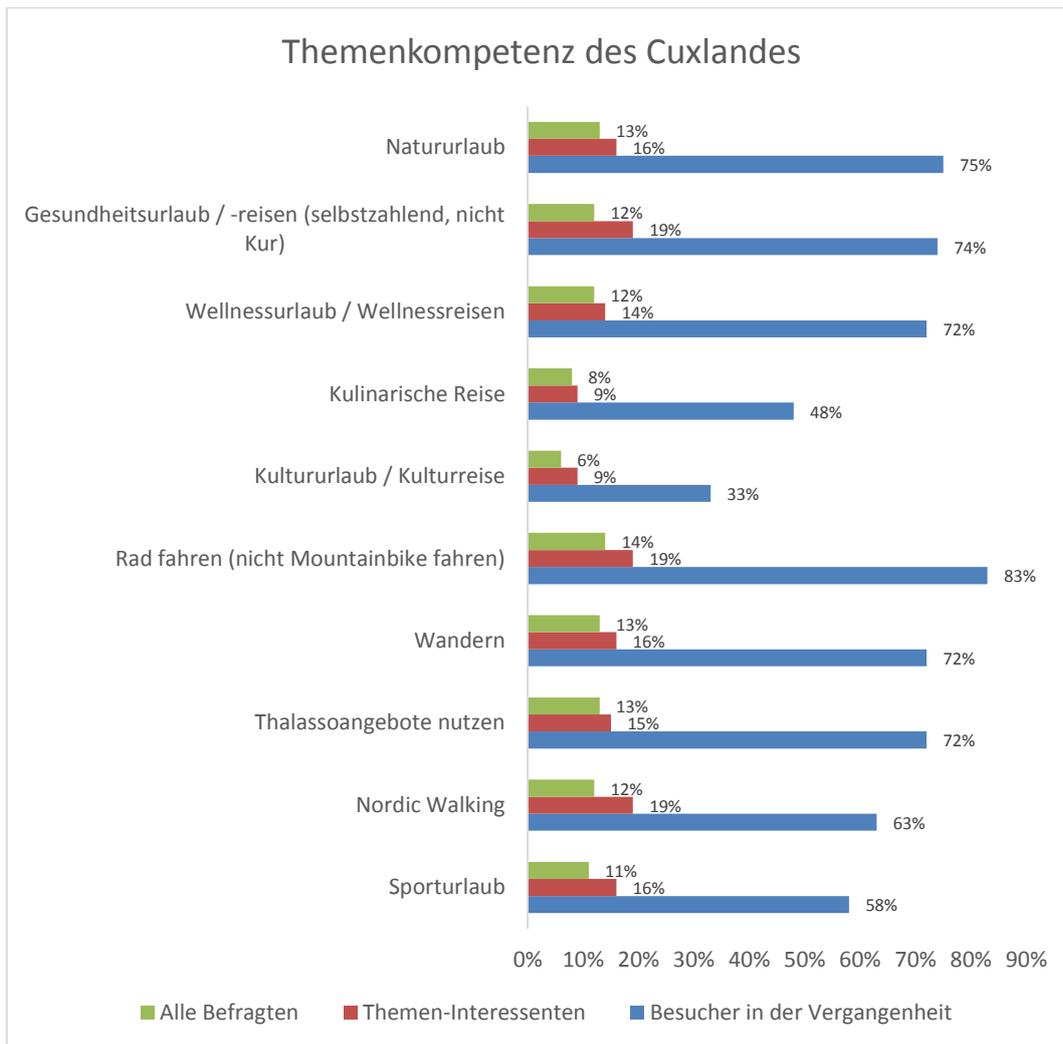
Bei einer vergleichbaren Analyse wurde dem Cuxland ebenfalls eine hohe Themenkompetenz für viele dieser Themen zugesprochen (vgl. Abb. 17). Auffällig hierbei sind jedoch die großen Unterschiede zwischen allen Befragten, Befragten mit Themeninteresse sowie Befragte mit Reiseerfahrung im Cuxland.

Von Befragten, die bereits mind. einen Urlaub im Cuxland verbracht haben, wird eine sehr hohe Themenkompetenz für die Bereiche „Aktiv Urlaub“ (Radfahren, Wandern und Sporturlaub), „Natururlaub“ sowie „Gesundheitstourismus“ (Thalasso- und Wellnessreisen) bestätigt. Urlaubsgäste, die das Cuxland bereits kennen, schreiben der Region ebenfalls eine gute Themenkompetenz im Bereich „Kulinarik“ und „Kultur“ zu.²⁶

²⁵ Vgl. IMT (2010): Destination Brand 2009 - Cuxland, Heide.

²⁶ Vgl. IMT (2014): Destination Brand 2013 - Cuxland, S. 7ff., Heide.

Abb. 17: Themenkompetenz des Cuxlandes



(>Top-Two-Box auf Skala von „5 = sehr gut geeignet“ bis „1 gar nicht geeignet“; Angaben in % der Fälle) * Bei der Erhebung wurden die Themen Familienurlaub, Bade- / Strandurlaub sowie weitere nicht erhoben, sodass hierfür keine Cuxland spezifischen Daten vorliegen.

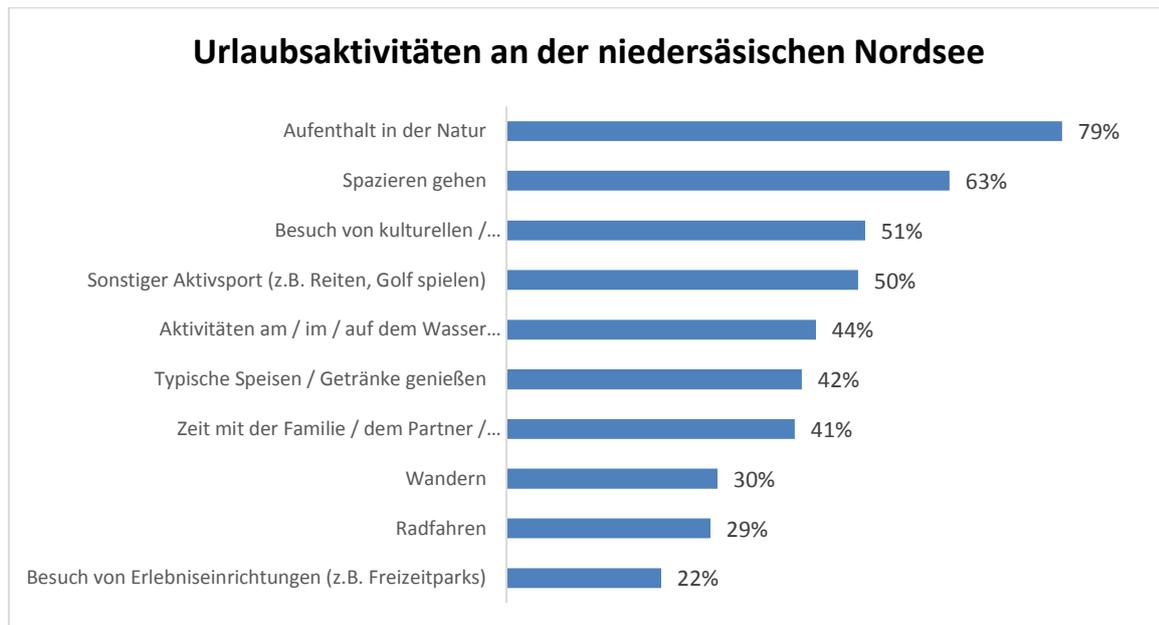
Quelle: IMT, Destination Brand 2013 – Cuxland. Eigene Darstellung

Die Nordsee ist eine klassische Badeurlaubsdestination. Bei 61 % aller Urlaubsreisen handelt es sich um einen Badeurlaub und knapp jede zehnte Urlaubsreise in die niedersächsische Nordseeregion ist auf das Hauptreisemotiv „Urlaub auf dem Land“ zurückzuführen.

Bei den meisten Aktivitäten ist eine starke Naturorientierung zu erkennen. So sind die drei Hauptaktivitäten der „Aufenthalt in der Natur“, „Spazieren gehen“ und „Besuch von kulturellen / historischen Sehenswürdigkeiten“ (vgl. Abb. 18).²⁷

²⁷ Vgl. GfK/IMT, DestinationMonitor Niedersachsen 2014 nach TMN (2015): Regionales Tourismus Fact Sheet Nordsee, Hannover.

Abb. 18: Top 10 Aktivitäten von inländischen Urlaubern ab einer Übernachtung



(Basis: Gäste; Mehrfachantwort möglich)

Quelle: GfK/IMT, DestinationMonitor Niedersachsen 2014 nach TMN (2015): Regionales Tourismus Fact Sheet Nordsee, Hannover. Eigene Darstellung

Die Gäste an der niedersächsischen Nordseeküste kommen sehr gerne in die Region zurück. So wird bei 63 % der Reisen angegeben, dass das Reiseziel ganz bestimmt wiederbesucht wird und bei 80 % der Reisen wird das Reiseziel ganz bestimmt einem Freund oder Bekannten weiterempfohlen. Beide Werte liegen deutlich über den Vergleichswerten für Deutschland und Niedersachsen und unterstreichen damit die Bedeutung des Cuxlandes als eines der wichtigsten Urlaubsgebiete in Deutschland.²⁸

Soziodemographische Merkmale

Im Jahr 2013 haben 77,9 % der deutschen Bevölkerung (54,8 Mio.) mind. eine Haupturlaubsreise von fünf oder mehr Tagen gemacht²⁹. Die zwei größten Hauptquellmärkte der Urlauber an der niedersächsischen Nordsee stellen Gäste aus Nordrhein-Westfalen (55 %) und Niedersachsen (20 %) dar. Damit kommen 75 % aller Urlaubsgäste aus den beiden Bundesländern. Erst mit deutlichem Abstand folgen die Quellmärkte Hessen und Bayern (je 5 %) sowie Rheinland-Pfalz und Baden-Württemberg (je 4 %).³⁰

Bei 85 % der Nordseeurlauber in Niedersachsen ist der PKW mit Abstand das beliebteste Verkehrsmittel bei der Anreise. Bahn (8 %), Bus (2 %) und Wohnmobil (1 %) spielen im Vergleich dazu nur eine geringe Rolle.³¹

²⁸ Vgl. GfK/IMT, DestinationMonitor Niedersachsen 2014 nach TMN (2015): Regionales Tourismus Fact Sheet Nordsee, Hannover.

²⁹ Vgl. FUR (2015): Reiseanalyse 2014.

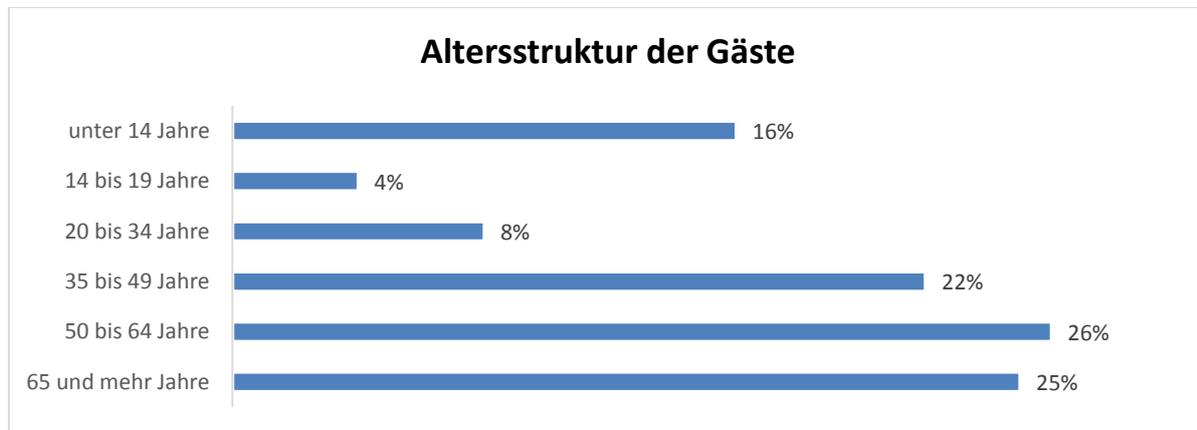
³⁰ Vgl. GfK/IMT, DestinationMonitor Niedersachsen 2014 und LSN 2015 nach TMN (2015): Regionales Tourismus Fact Sheet Nordsee, Hannover.

³¹ Vgl. GfK/IMT, DestinationMonitor Niedersachsen 2014 und LSN 2015 nach TMN (2015): Regionales Tourismus Fact Sheet Nordsee, Hannover.

Die dargestellte kleinteilige Angebotsstruktur im Bereich der Beherbergungsbetriebe spiegelt sich auch in der Unterkunftsauswahl der Gäste wieder. So wird knapp die Hälfte aller Übernachtungen in Ferienwohnungen und -häusern verzeichnet. 21 % der Gäste übernachten während ihres Urlaubs in der eigenen Immobilie bzw. bei Bekannten. Hotels (inkl. Gasthöfen, Motels, Lodges) folgen erst mit 14 % und sind damit im Vergleich zum niedersächsischen Durchschnitt (27 %) deutlich seltener gebucht.³²

Der durchschnittliche niedersächsische Nordseeurlauber ist zu 55 % weiblich und meist über 50 Jahre alt. Beim Vergleich der Altersstruktur (Abb. 19) wird deutlich, dass die meisten Urlauber in die Definition der Best Ager sowie Familien zu fassen sind.

Abb. 19: Alter der Gäste an der niedersächsischen Nordseeküste



Quelle: GfK / IMT (2015): DestinationMonitor Deutschland für Niedersachsen, Auswertungsbericht „Nordsee“, Berichtsperiode 2014, Heide. Eigene Darstellung

Die Ableitung der Zielgruppen Best Ager und Familien aus der Altersstruktur verdeutlicht sich in der Reisebegleitung der Gäste. 46 % der Urlaubsgäste kommen in Begleitung einer weiteren Person in die Region. Hingegen kommen 13 % in dreier Gruppen und 36 % als Mitglied einer vier und mehr Personengruppe; ca. 5 % reisen alleine.³³

Best Ager & Familien mit Kindern

Die Ableitung der Zielgruppen Best Ager und Familien mit Kindern aus der Altersstruktur, werden durch die Ergebnisse der Erhebung „Destination Brand 2009 – Cuxland“ gestärkt. Bei den Ergebnissen wird deutlich, dass die gestützte Bekanntheit der Urlaubsregion Cuxland bei „Jungen Leuten“ und den „Single-Haushalten“ unterdurchschnittlich ausgeprägt ist, hingegen bei den Zielgruppen „Best Ager“ und „Familien mit Kindern“ über dem Niveau der Gesamtheit der Befragten liegt.

Die Sympathiebeurteilungen für das Cuxland durch die Zielgruppen „Junge Leute“ und „1-Personen-Haushalte“ liegen ebenfalls unter dem Gesamtdurchschnitt aller Befragten, während die erreichten Sympathiewerte bei den „Best Ager“ und den „Familien mit Kindern“ wiederum überdurchschnittlich ausfallen.

³² Vgl. GfK/IMT, DestinationMonitor Niedersachsen 2014 und LSN 2015 nach TMN (2015): Regionales Tourismus Fact Sheet Nordsee, Hannover.

³³ Vgl. GfK / IMT (2015): DestinationMonitor Deutschland für Niedersachsen, Auswertungsbericht „Nordsee“, Berichtsperiode 2014, Heide.

Ein ähnliches Bild zeigt sich auch bezüglich der Relevanz des Cuxlandes für zukünftige Urlaube. So liegt die Bereitschaft der „Jungen Leute“ und der „Single-Haushalte“ für eine längere Urlaubsreise ins Cuxland unter dem Durchschnittsniveau der Gesamtheit der Befragten, während die Zielgruppen „Best Ager“ und „Familien mit Kindern“ eine überdurchschnittliche Besuchsbereitschaft zeigen. Des Weiteren schreiben 52 % der Cuxland-Marken-Kenner der Region eine sehr gute Eignung für Familien mit Kindern sowie 48 % für Paare ab 50 Jahren (Best Ager) zu.³⁴

Zusammenfassung der Cuxland-Zielgruppen

Werden die dargestellten Marktforschungsdaten zusammengefasst, entsteht folgendes Kurzprofil:

Reiseregion Cuxland – Kurzprofil:

- Nordsee als Reiseregion bei den Deutschen bekannt und sehr sympathisch
- Quellmarkt Nordrhein-Westfalen und Niedersachsen
- An- und Abreise mit dem Auto
- Beliebteste Unterkunftsart sind Ferienwohnungen und -häusern (bedingt durch Angebot und Nachfrage von Familien mit Kindern)
- Familien mit Kindern (Eltern oder Großeltern mit Kindern) und Best Ager
- Themenkompetenz für
 - „Bade- / Strandurlaub“
 - „Natururlaub“
 - „Familienurlaub“
 - „Gesundheitsurlaub“
- Reiseanlass: Klassischer Badeurlaub mit Aktivitäten aus den Bereiche des Natur-, Aktiv-, Kultur- und Gesundheitstourismus
- Viele Stammgäste
- Hohe Weiterempfehlungsrate

Auf Grundlage der dargelegten Ergebnisse setzt die Region bei der touristischen Ausrichtung sowohl auf einen zielgruppen- als auch einen themenspezifischen Ansatz.

Der klassische Zielgruppenfokus liegt auf den Segmenten der Familien mit Kindern und Best Ager, wobei als Familien nicht nur Eltern mit Kindern im klassischen Sinne verstanden werden, sondern ebenfalls Großeltern oder Patchwork-Familien inkludiert sind. Die beiden Zielgruppen decken einen Großteil der Cuxland-Gäste ab. Gerade mit der Ansprache von Kindern können langfristig neue Gästegruppen generiert werden. Darüber hinaus spielt die Zielgruppe der Camper eine ebenfalls wichtige Rolle. Entsprechende touristische Angebote, die auf einen „Tourismus für Alle“ ausgerichtet sind, stehen im Fokus der touristischen Ausrichtung.

Die Themenausrichtung hingegen liegt auf den Clustern AKTIV (u. a. Radfahren, Wandern, Reiten, Wassersport), VITAL (u. a. Erholungsurlaub, Wellness, Gesundheitstourismus, Barrierefreiheit) und ERLEBEN (u. a. Häfen, Leuchttürme, Sehenswertes, Museen, Kultur, regionale Esskultur). Clusterübergreifend spielt die Maritimität und Regionalität eine bedeutende Rolle. Eine soziodemographische Unterscheidung wird innerhalb der einzelnen Themen nicht vorgenommen. Gemeinsamkeiten der Zielgruppen ergeben sich über die gleichen Interessenlagen.

³⁴ Vgl. IMT (2010): Destination Brand 2009 - Cuxland, S. 7ff., Heide.

Die Gestaltung des touristischen Angebotes sollte die dargestellte Zielgruppen- und Themenausrichtung berücksichtigen.

6 Stärken-Schwächen-Analyse

Neben der überwiegend beschreibenden und statistischen Betrachtung von Angebot und Nachfrage sowie der wirtschaftlichen Bedeutung des Tourismus für die Region, wurden im Rahmen eines Tourismus-Workshops im Mai 2015 touristische Leistungsträger und Verantwortliche aus Verwaltung und Politik nach den Stärken, Schwächen und besonderen Potentialen der Region befragt. Die Abb. 20 und 21 benennen entsprechende Ergebnisse.

Die dargestellte Stärken-Schwächen-Analyse zeigt eine Momentaufnahme, die in einem stetigen Entwicklungsprozess reflektiert und weiterentwickelt werden muss. Aus den aufgezeigten Stärken und Schwächen der Region, die gleichzeitig auch als Chancen, bzw. Risiken wahrgenommen werden können, ergeben sich Entwicklungspotentiale für das Cuxland, die in den kommenden Jahren genutzt werden sollen.

Abb. 20: Stärken-Schwächen-Analyse der Tourismusregion Cuxland

| Stärken | Schwächen |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> + Einzigartiges Weltnaturerbe Wattenmeer in Verbindung mit Cuxhavener Küstenheide und Mooren als Basis des naturnahen und nachhaltigen Erholungstourismus + Zahlreiche Stammgäste + Familiendestination + „Maritimer Tourismus“ durch die Nordseeküste sowie den Flusstourismus entlang der Elbe, der Weser und deren Nebenflüssen + Etabliertes Radwegenetz und aktiver Radtourismus + Natürliche regionale Heilmittel für einen authentischen Gesundheitstourismus + Potentiale im Reit-, Kanu- und Wandertourismus + Gute touristische Infrastruktur inkl. KMU-Angebot + Vielfältiges und kleinteiliges Kulturangebot + Attraktive Kutterhäfen (z. B. Dorum-Neufeld, Wremen, Cuxhaven) | <ul style="list-style-type: none"> • Schlechte ÖPNV-Anbindung an die Metropolregionen (z. B. HVV Hamburg, Umsteigerbindung Hannover - Cuxhaven) (Blickpunkt: Tagestouristen) • kleinteiliger Wandertourismus (Kirchturmdenken, kaum Vernetzung, unkoordiniert) • stark wetterabhängiger Tourismus • fehlende Schlechtwetterangebote (z. B. Indoor Angebote oder Shoppingangebote des Einzelhandels) bzw. häufig Kleinteiligkeit der Angebote • starke Saisonalität • Fachkräftemangel insbesondere in Gastronomie und Hotellerie (unattraktive Jobs, Imageprobleme, lange Arbeitszeiten, Bedarfsschwankungen im Jahresverlauf) • (Halb-)Insellage / Randlage Cuxhavens führt zu Abwanderung und Fachkräftemangel |

| Stärken | Schwächen |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> + Zahlreiche Sportangebote und -großveranstaltungen für aktive und passive Sportbegeisterte (z. B. Reitturniere, Laufsportevents, Wassersportveranstaltungen, etc.) <ul style="list-style-type: none"> + Drei Reitgroßveranstaltungen (Dobrock, Elmloher Reittage, Duhner Wattrennen) + Wind- und Kitesurfer Standort (touristisches Potential auch im Winter) + Stadion am Meer (Sportangebot) + Kanutouren + Umfangreiche Bäderlandschaft + Etablierte Marken: „Nordsee“, „Cuxland“, „Nordseeheilbad Cuxhaven“ | <ul style="list-style-type: none"> • Investitionsstau in Teilen der touristischen Infrastruktur sowie bei Angeboten aus dem Bereich der KMU |

Quelle: Eigene Darstellung, 2015

Abb. 21: Entwicklungspotentiale in der Tourismusregion Cuxland

| (Entwicklungs-)Potentiale |
|---|
| <ul style="list-style-type: none"> • Gesundheitstourismus (barrierefreier Tourismus) als Perspektive für die Zukunft (z. B. Cuxland Vital, Thalassozentrum), auch außerhalb der Hauptsaison – zur Verbesserung wirtschaftlicher Perspektiven für KMU • Tagestourismus aus den umliegenden Metropolregionen (insbesondere Bremen/Oldenburg und Hamburg) [ca. 7 Mio. Gäste pro Jahr] stärkt die lokale Gastronomie sowie Freizeit- und Erlebniseinrichtungen • Gesamtregionaler Rad- und Wandertourismus (durch Vernetzung der Routen) schafft ein besseres Angebot für aktive Urlauber • Tourismusstandort: Alter Fischereihafen – eine Standortaufwertung lockt mehr Gäste an und stärkt lokale KMU in Cuxhaven • Erschließung neuer inländischer und ausländischer Märkte • Schlechtwetter-Highlights (Museen, Kultur, Shopping) zur Abschwächung der starken Saisonalität würden dem Gastgewerbe helfen und Betriebsschließungen in den Wintermonaten verhindern • Professionalisierung der kleinteiligen Kulturangebote • „nachhaltiger Tourismus“ = touristische Leistungsträger leben einen nachhaltigen Tourismus (Bewusstseinsbildung) – verbessert die Tourismusqualität, die wiederum mehr Urlaubsgäste in die Region lockt • Einbindung des Tourismus in naturräumliche Nutzungskonzepte (LEADER / ILE) → Vielfalt und Synergien nutzen • Cuxland als Regionale Marke über kooperierende LEADER-Regionen verbreiten • Weiterentwicklung der bestehenden touristischen Angebote gemäß der zeitgemäßen Anforderungen an Angebote |

Quelle: Eigene Darstellung, 2015

Zusammengefasst ergibt sich derzeit folgendes Bild der Tourismusregion:

Einzigartige Naturraumpotentiale vom UNESCO Weltnaturerbe Wattenmeer, über die Cuxhavener Küstenheide bis hin zu zahlreichen Seen und Mooren laden zum Erholen in der Natur, zu zahlreichen sportlichen Aktivitäten, wie z. B. Wandern, Radfahren, Reiten, Wassersport, sowie zu kulturellen Angeboten ein.

Auf der anderen Seite ergibt sich aus dem stark wetterabhängigen Tourismus eine entsprechende Saisonalität im Bereich der Nachfrage und eine damit einhergehende Auslastungsproblematik im Winterhalbjahr. Daraus resultiert zusätzlich eine Bedarfsschwankung von touristischen Fachkräften im Bereich der Beherbergungsbetriebe und Gastronomie. Dies führt zu mangelnder Attraktivität dieser Arbeitsplätze und verschärft den bereits bestehenden Fachkräftemangel. Darüber hinaus führen kleinteilige und wenig aufeinander abgestimmte touristische Strukturen sowie eine schlechte ÖPNV-Anbindung an umliegende Metropolregionen zu deutlichen Entwicklungshemmnissen.

Entwicklungspotentiale für die Region werden u. a. im Ausbau des Gesundheitstourismus unter Bereitstellung ganzjähriger und auch wetterunabhängiger touristischer Angebote gesehen. Durch eine intensive Vernetzung relevanter Akteure und Leistungsträger der Region können Synergieeffekte erzielt und effizientere touristische Organisationsstrukturen geschaffen werden. Die gemeinsame Entwicklung eines bedarfsgerechten und flexiblen ÖPNV-Angebotes eröffnet insbesondere für den Tagestourismus große Potentiale und kann zur Vernetzung der Teilräume (LEADER-Regionen) beitragen.

7 Ausrichtung bis 2020

7.1 Strategischer Ansatz

In verschiedenen Workshops im Rahmen der Konzepterarbeitung, aber auch in Arbeitskreisen der vergangenen Jahre, wurden die Stärken und Schwächen, Potentiale und Herausforderungen sowie zahlreiche Handlungsansätze des Tourismus in der Region Cuxhaven untersucht, reflektiert und an aktuelle Entwicklungen angepasst. Eine weitere Grundlage hiesiger Prozesse bilden ältere Tourismuskonzepte, die wie das „Touristische Zukunftskonzept Nordsee 2015“ des Tourismusverbandes Nordsee oder das „Tourismuskonzept 2007 – 2013“ des Cuxlandes noch heute eine gewisse Aktualität der Themen und Zielsetzungen aufweisen. Hinzu kommen aktuellere Gutachten und Analysen zum Wirtschaftsfaktor Tourismus oder zur Marke Cuxland.

Die Ergebnisse bzw. Vorgaben der Workshops, Konzepte und Gutachten flossen in die Erarbeitung des „Tourismuskonzeptes 2020“ ein, wurden allerdings stets auf Aktualität geprüft und mit dem im Jahr 2015 veröffentlichten „Strategischen Handlungsrahmen für die Tourismuspolitik auf Landesebene“ in Niedersachsen verglichen. Der Handlungsrahmen umfasst vier Leitsätze, denen sich die künftigen touristischen Projekte unterordnen sollen. Die wesentlichen Ziele des Landes Niedersachsen sind

- die Verbesserung der Rahmenbedingungen für touristisches Handeln,
- die Berücksichtigung von Grundsätzen einer nachhaltigen Entwicklung,
- die Steigerung der Attraktivität touristischer Angebote und

- die Stärkung des nationalen und internationalen Marktauftrittes des Tourismuslandes Niedersachsen und seiner Regionen³⁵.

Die Zusammenführung lokaler und regionaler Bedürfnisse, Aufgaben und Vorhaben mit dem tourismuspolitischen Handlungsrahmen Niedersachsens ist eine wesentliche Aufgabe des Konzeptes. Es soll als Orientierung für alle touristischen Akteure im Landkreis Cuxhaven und angrenzender Räume dienen, um die künftige Entwicklung des Tourismus der Region in die entsprechenden Bahnen zu lenken. Gleichzeitig dient das regionale Tourismuskonzept als wesentliche Voraussetzung für die Gewährung von finanziellen Zuwendungen für touristische Maßnahmen im Rahmen der unterschiedlichen Tourismusförderung des Landes Niedersachsen.

In Anlehnung an bekannte Trends in der Tourismuswirtschaft müssen sich nach Ansicht der Tourismusfachleute des Cuxlandes ansässige KMU in den kommenden Jahren an neue Entwicklungen anpassen, um wettbewerbsfähig bleiben zu können. Zu den Aufgaben zählen:

- Bewältigung bzw. Anpassung an den Demografischen Wandel (fehlende junge Fachkräfte, ältere Urlaubsgäste, Bedarf an altersgerechter bzw. barrierefreier Infrastruktur)
- Verbesserung der (Service-) Qualität bzw. des Preis-Leistungs-Verhältnisses
- Schaffung inszenierter Erlebnisangebote
- Digitalisierung im Tourismus
- Anpassung an neue Zielgruppen, den Individualisierungstrend sowie ein verändertes Reiseverhalten
- Etablierung von Kooperationen und Cross-Marketing
- Fokussierung auf Entschleunigung und Nachhaltigkeit

Derartige Trends und damit verbundene Anpassungsprozesse prägen die touristische Entwicklung der kommenden Jahre.

Die nachfolgend abgebildete Übersicht (vgl. Abb. 22), die auf Basis des dargestellten Workshops im Mai 2015 mit den Vertretern der Tourismusbranche entstanden ist, macht deutlich, dass sich die regionalen Aufgaben und Zielsetzungen sowohl aus den Trends in der Tourismuswirtschaft als auch aus den Leitsätzen des Strategischen Handlungsrahmens ergeben. Damit kann die Region einen direkten Beitrag zur Zielerreichung der Tourismuspolitik auf Landesebene leisten. Die dargestellten Aufgaben von der Vernetzung, über die Qualifizierung und Inwertsetzung, bis hin zur nationalen und internationalen Vermarktung der Region betreffen alle Handlungsfelder und Themenschwerpunkte, welche die Tourismusregion Cuxhaven in den kommenden Jahren fokussiert entwickeln möchte. Mit der Erfüllung dieser Aufgaben wird ein wesentlicher Beitrag zur Steigerung der Wettbewerbsfähigkeit von ansässigen KMU und Kommunen erreicht. Die höchste Priorität wird dabei der Entwicklung des Aktiv-, Natur- und Gesundheitstourismus in der Region zugesprochen. Das nächst prioritäre Handlungsfeld beinhaltet die Stärkung und Inwertsetzung³⁵ des Tourismus im ländlichen Raum des Cuxlandes. Im dritten Handlungsfeld wird der Schwerpunkt auf die Erlebnisinszenierung gelegt.

³⁵ Niedersächsisches Ministerium für Wirtschaft, Arbeit und Verkehr (2015): Erfolgreich. Nachhaltig. Zukunftsfest. Tourismus besser gestalten. Strategischer Handlungsrahmen für die Tourismuspolitik auf Landesebene. S. 10 ff. Hannover.

Abb. 22: Strategischer Ansatz der Tourismusregion Cuxland



Quelle: Eigene Darstellung, 2015

Über die Betrachtung der Ziel- und Schwerpunktsetzungen hinaus, werden die Bezüge zur Regionalen Handlungsstrategie der Übergangsregion Lüneburg hergestellt, um hier konträre Entwicklungen zur regional strategischen Ausrichtung zu vermeiden. Im Ergebnis entsteht ein konsistentes Bild künftiger regionaler Entwicklungsperspektiven für den Tourismus im Cuxland.

7.2 Handlungsfelder

Priorität 1: Handlungsfeld Aktiv-, Natur- und Gesundheitstourismus

Die Entwicklung eines Aktiv-, Natur- und Gesundheitstourismus baut auf den einzigartigen Naturraumpotentialen des Cuxlandes auf. Neben dem natürlichen regionalen Potential bestätigen auch die Zielgruppenanalysen das große Potential für diese Themen. Das Cuxland möchte auf diesen etablierten Strukturen aufbauen und den Aktiv-, Natur- und Gesundheitstourismus ganzheitlich weiterentwickeln.

Im Bereich des Aktiv-Tourismus liegt der Fokus auf den Themen Radfahren, Wandern, Reiten und Wassersport. In der Vergangenheit wurde im Bereich des Fahrradtourismus der Hauptschwerpunkt gesetzt. Ziel von Cuxland-Tourismus und Kommunen ist es, diesen bedeutenden Teilmarkt weiter zu optimieren und nutzerfreundlich zu vernetzen, um damit der andauernd steigenden Nachfrage auf diesem Wachstumsmarkt Rechnung zu tragen sowie die anderen Aktiv-Bereiche angebots- und nachfrageorientiert weiter zu entwickeln.

Die Natur ist das Fundament jeglicher touristischer Aktivitäten und ist damit in Zukunft weiterhin zu schützen und nachhaltig in Wert zu setzen. Das „Sich in der Natur aufhalten“, „Spaziergehen“, „Radfahren“ und vieles mehr bedarf einer intakten Natur bzw. einer ansprechenden Naturlandschaft.

Ein besonderer Fokus liegt auf dem Schutz und der Entwicklung des UNESCO-Weltnaturerbe Wattenmeer und sein Binnenland mit zahlreichen Seen, Flüssen und Mooren sowie der Küstenheidelandschaft. Das Zusammenspiel von Naturschutz und Fremdenverkehr ist die Grundlage für einen nachhaltigen erfolgreichen Aktiv- und Gesundheitstourismus.

Im Bereich des Gesundheitstourismus werden für die regionalen natürlichen Heilmittel ebenfalls eine intakte Natur sowie entsprechende Angebote benötigt. Bisherige Strukturen im Gesundheitstourismus sollen in Zukunft weiter ausgebaut und neue geschaffen werden. Hierbei liegt der Hauptfokus auf der Sensibilisierung für das Marktsegment, der weiteren Vernetzung der Akteure und der Entwicklung neuer Angebote, wie z. B. in den Themenbereichen Wellness, Entschleunigung, Prävention, Patiententourismus.

Priorität 2: Handlungsfeld Tourismus im ländlichen Raum

Der Landkreis Cuxhaven ist in weiten Teilen ländlich geprägt. Darüber hinaus verfügt die Region über eine vielfältig und oftmals kleinteilige Kulturlandschaft. Einer der größten prägenden Einflüsse stellt dabei das maritime Erbe mit zahlreichen Elementen, wie z. B. Kutterhäfen oder Leuchttürmen dar. Des Weiteren prägen zahlreiche Burgen, Kirchen, Klöster und Mühlen die Kulturlandschaft im Cuxland. All dies hat ebenfalls Einfluss auf die regionale Landwirtschaft und damit auf regionale Lebensmittel, so dass hier ebenfalls sehr authentische Ansatzpunkte für neue touristische Angebote vorhanden sind.

Die aufgezeigten Kulturraumpotentialen sind bisher zum Großteil noch unzureichend in Wert gesetzt. Die Weiterentwicklung von Kunst und Kultur in Verbindung mit der maritimen Geschichte des Cuxlandes soll die Tourismusregion attraktiver und vielseitiger machen und damit auch positive Einflüsse auf den ländlichen Raum erwirken. Demnach ist die Stärkung dieser Regionalität, z. B. durch eine maritime Esskultur oder kulturelle Veranstaltungsreihen, ein wesentliches Ziel der regionalen Entwicklung.

Priorität 3: Handlungsfeld Erlebnisinszenierung

Das Cuxland ist eine in der Vergangenheit klassisch gewachsene Nordseedestination. Um in Zukunft den Anforderungen des Marktes gerecht zu werden, muss eine marktkonforme Weiterentwicklung des Angebotes erfolgen. In vielen Bereichen nimmt die Bedeutung der Erlebnisinszenierung zu. Um dieser Nachfrage künftig ein qualitativ hochwertiges und auch ggf. wetterunabhängiges Angebot bieten zu können, sollen insbesondere passende Erlebnisangebote weiterentwickelt werden. Darunter werden zum Beispiel (Sport-) Großveranstaltungen und Events in der Region sowie Thermen oder (Indoor-)Erlebniseinrichtungen im Cuxland verstanden. Diese Erlebnisinszenierung soll nicht nur den Urlaubsgästen zugutekommen, sondern zusätzlich Anlass zu Kurzurlaubs- oder Tagesausflügen geben. Der Tages- und Kurzreisetourismus bietet das Potential zur Erweiterung der Hauptsaison und soll insbesondere durch die Zusammenarbeit mit der Seestadt Bremerhaven sowie den umliegenden Metropolregionen gestärkt werden.

7.3 Zielsetzung und Handlungsansätze

Die Tourismusregion Cuxland hat sich, in Anlehnung an die Leitsätze des tourismuspolitischen Handlungsrahmens für Niedersachsen, eine eigene Zielsetzung und verschiedene Handlungsansätze erarbeitet, die sich über alle Handlungsfelder erstrecken und damit einen gewissen Leitcharakter für die gesamte touristische Entwicklung in der Region aufweisen (vgl. Abb. 22). Diese Zielsetzungen und

Handlungsansätze beziehen die gesamte Tourismuswirtschaft – von den ansässigen KMU bis zu den Gemeindeverwaltungen – ein und sollen zur direkten oder indirekten Steigerung der Wettbewerbsfähigkeit aller Akteure beitragen. Das Cuxland ist bestrebt durch künftige Entwicklungen die Wettbewerbsfähigkeit ansässiger KMU zu unterstützen und die Bedeutung des Tourismus für die Region weiter zu steigern. Nachfolgend werden Handlungsansätze beschrieben und konkretisiert.

Vernetzung, Kooperation, Koordinierung

Die Verbesserung der Rahmenbedingungen für touristisches Handeln soll innerhalb der Tourismusregion Cuxland durch die Implementierung von Netzwerken, Kooperationen und Koordinatoren erreicht werden. Damit sind in erster Linie touristische Leistungsträger angesprochen, ihre Zusammenarbeit untereinander zu verbessern. Es sollen Synergien genutzt werden sowie neue Kontakte und daraus erwachsende Angebote entstehen. Eine Koordinierung touristischer Leistungsträger und Angebote soll Doppelstrukturen vermeiden und einen effektiveren Informationsfluss gewährleisten. Ansässige KMU könnten durch eine entsprechende Abstimmung beispielsweise neue Tourismuspauschalen entwickeln und damit ein besseres Preis-Leistungs-Verhältnis ihrer Angebote erzielen. Gleichzeitig werden durch Kooperationen Marktlücken erkannt oder fehlende Erlebnisangebote geschaffen, um im Wettbewerb um Urlaubsgäste bestehen zu können.

Das „Aufbrechen“ kleinteiliger Strukturen touristischen Handelns wäre ein wesentliches Ergebnis, um regionale Entwicklungsprozesse aufeinander abzustimmen. In diesem Zusammenhang ist beispielsweise die Vernetzung von Radwegen oder Wanderrouten eine wesentliche Zielsetzung, um Gästen ein umfangreicheres Angebot zu schaffen.

Eine Vernetzung sollte zusätzlich zwischen verschiedenen touristischen Angeboten (z. B. sportliche Aktivitäten, Wellnessangebote, kulturelle Angebote) verbessert werden, um dem Gast ein integratives ganzheitliches Angebot zur körperlichen und geistigen Fitness zu bieten. Zur Koordinierung entsprechender Angebote wurde im Landkreis Cuxhaven in der EU-Förderperiode von 2007 bis 2013 ein Projekt zum Thema Gesundheitstourismus („Einrichtung einer Koordinierungsstelle für Gesundheitstourismus im Landkreis Cuxhaven“) initiiert. Ziel des Projektes war es, ein Netzwerk der Akteure aus der Gesundheits- und Tourismusbranche aufzubauen, damit neue Projektentwicklungen anzustoßen sowie das Gesundheitsangebot für den Gast transparent darzustellen. Nach Projektende wurde die Fortsetzung als kontinuierliche Aufgabe in das Leistungsportfolio von Cuxland-Tourismus integriert. An diesem Beispiel ist zu erkennen, in wie weit derartige Strukturen auf andere Bereiche des Tourismus übertragen werden können, um beispielsweise auch das Kulturraumpotential (z. B. Künstler, Kunsthandwerker, Kulturschaffende) besser in Wert zu setzen. Ein Erfahrungsaustausch touristischer Leistungsträger könnte z. B. gemeinsame Veranstaltungen generieren und damit das Angebot erweitern.

Der Ausbau der Kooperation und Vernetzung des Cuxlandes mit der Stadt Bremerhaven ist, vor dem Hintergrund sich gegenseitig ergänzender touristischer Angebote, eine wichtige Aufgabe der künftigen Tourismusentwicklung in der Region. Das gegenseitige „Bewerben“ eröffnet beiderseitige Vorteile. Beispielsweise bieten die Havenwelten Bremerhaven lohnenswerte Ziele für Gäste des Cuxlandes. Auf der anderen Seite können zahlreiche Aktivitäten in der Natur sowie historische Stätten der ländlichen Kultur im Umland von Gästen Bremerhavens genutzt bzw. besucht werden. Um stärkere Beziehungen zwischen Stadt und Umland herstellen zu können, sollte das regionale Routensystem unter Berücksichtigung der Stadt Bremerhaven weiterentwickelt werden.

Verbesserung der Gästemobilität

Innerhalb der Region soll die Gästemobilität verbessert werden. Hierfür sollte der ÖPNV flexibler und umweltfreundlicher gestaltet werden und als Bindeglied zwischen verschiedenen Angeboten fungieren. Bei der Weiterentwicklung soll das Thema E-Mobilität eine wichtige Rolle spielen. Die bedarfsgerechte Schaffung entsprechender Rahmenbedingungen (z. B. Ladestationen, E-Bike-Verleihstationen, Reparaturservice, Fahrradmitnahme durch ÖPNV) ist entscheidend für eine umweltfreundliche Mobilität im Landkreis Cuxhaven. Hinzu kommt der Ausbau eines Leitsystems und Infoausschilderung, um den Besucherdruck auf Mensch und Natur möglichst niedrig zu halten.

Die Verbesserung der Gästemobilität soll auch durch die Optimierung des Linienverkehrs erreicht werden. Der ÖPNV sollte durch den Ausbau und die Vernetzung von Bürgerbussen, Anruf-Sammel-Taxen oder ähnlichem bei Bedarf ergänzt werden.

Über die Region hinaus soll eine grundlegende Verbesserung der ÖPNV-Anbindungen mit den Städten Bremerhaven, Bremen und Hamburg erreicht werden. In diesem Zusammenhang könnten durch die neue Elbquerung Cuxhaven – Brunsbüttel, die ab Herbst 2015 durch die Elb-Link GmbH bereitgestellt werden soll, Dänemark und Schleswig-Holstein als neue Quellmärkte für das Cuxland erschlossen werden. Für ansässige KMU des Gastgewerbes, aber auch des Einzelhandels und der Freizeitwirtschaft sind eine gut ausgebaute Verkehrsinfrastruktur sowie bedarfsgerechte ÖPNV-Angebote entscheidende Wettbewerbsfaktoren. Derartige Bemühungen im Bereich der regionalen Mobilität kommen ebenfalls der einheimischen Bevölkerung insbesondere im ländlichen Raum zu Gute und sollten demzufolge mit hoher Priorität umgesetzt werden.

Aus- und Weiterbildung touristischer Fachkräfte

Maßnahmen für eine bedarfsgerechte Ausbildung oder Akquise künftiger Fachkräfte zielen auf eine ökonomisch nachhaltige Entwicklung und betreffen das gesamte Gastgewerbe. Hier soll insbesondere dem bestehenden und sich künftig verschärfenden Fachkräftemangel in der Tourismuswirtschaft sowie der Gastronomie und Hotellerie entgegen gewirkt werden. Ohne fachlich geschultes Personal sinkt die Betreuungs- und Aufenthaltsqualität für die Gäste. Langfristig kann dies ein Abwandern von Urlaubsgästen in andere Urlaubsregionen zur Folge haben. Für das Cuxland ist es damit ein Ziel die Qualifizierung von touristischen Leistungsträgern zu unterstützen und damit die Wettbewerbsfähigkeit von KMUs zu sichern.

Innerhalb der Region sollte die Transparenz über die Studienmöglichkeiten insbesondere im Tourismusmanagement an der Leuphana Universität Lüneburg, der Jade Hochschule und an anderen Hochschulstandorten erhöht werden. Das Angebot entsprechender Weiterbildungsangebote sollte im Landkreis Cuxhaven in Zusammenarbeit mit relevanten Hochschulen aus der Region ausgebaut bzw. unterstützt werden. Maßnahmen zur Bekämpfung des Fachkräftemangels in der Region haben eine hohe Priorität.

Inwertsetzung bestehender Potentiale

Die Berücksichtigung einer nachhaltigen Entwicklung soll wesentlicher Bestandteil des touristischen Handelns bzw. der touristischen Infrastruktur sein und schafft damit die Basis für künftige Generationen.

Der Schutz der Natur (z. B. Weltnaturerbe Wattenmeer, Küstenheide, Flusslandschaften, Moore) ist die Grundlage eines nachhaltigen Tourismus und sollte sowohl von touristischen Akteuren, als auch

von Einheimischen und Gästen der Region betrieben und gelebt werden. Eine entsprechende Verbreitung von Umweltinformationen und die Etablierung von Umweltbildungsangeboten soll fester Bestandteil des touristischen Handelns in der Region werden.

Die Berücksichtigung der Nachhaltigkeit touristischer Infrastruktur und Angebote bezieht sich u. a. auf Fragen der Energieeffizienz und der Nutzung erneuerbarer Energiequellen. Demnach sollte geprüft werden, in wie weit öffentlich zugängliche Gebäude, wie Museen oder Veranstaltungshallen, zu einer erhöhten Energieeffizienz geführt werden oder erneuerbare Energien nutzen können. Beispielsweise könnte die Errichtung von Ladestationen für die E-Mobilität an Museen, Kulturstätten oder anderen Sehenswürdigkeiten zur CO₂-Reduzierung beitragen und ein Alleinstellungsmerkmal der Region darstellen. In Verbindung mit der Nutzung nahegelegener regenerativer Energiequellen könnte ein klimaneutraler Tourismus entstehen.

Eine nachhaltige Inwertsetzung bestehender Potentiale erfordert allerdings auch Impulse für folgende Entwicklungen und die Sicherung einer langfristigen Finanzierung neuer touristischer Angebote oder Strukturen. Das bedeutet, dass künftig entsprechende Anforderungen an neue Projekte gestellt werden, ohne deren Erfüllung eine regionale Förderung unwahrscheinlicher wird. Durch einen in diesem Sinne effizienteren Mitteleinsatz werden langfristig touristische Strukturen gesichert und die Konkurrenzfähigkeit ansässiger KMU gestärkt.

Implementierung barrierefreier Angebote

Ein besonderer Aspekt der sozialen Nachhaltigkeit ist die Schaffung barrierefreier touristischer Infrastrukturen und Angebote für Alle. Dies umfasst die gesamte touristische Servicekette. Dazu zählen u. a. der Ausbau von barrierefreien Wegen und Gebäuden, die Wahrnehmung sportlicher Aktivitäten, der Besuch von Veranstaltungen oder der barrierefreie Zugang zu Informationen (z. B. für hör- oder sehbehinderte Menschen). Die Implementierung barrierefreier Angebote betrifft alle Bereiche des Tourismus und wird demzufolge themenübergreifend gefördert. Gleichzeitig erhöht sie auch die Lebensqualität für die hier lebende und älter werdende Wohnbevölkerung.

In den vergangenen Jahren sind bereits von den regionalen KMU (z. B. Hoteliers) sowie den Gemeinden barrierefreie Aspekte bei Neubauten oder Renovierungsarbeiten berücksichtigt worden. In Zukunft soll dies weiter ausgebaut werden, so dass die vollständige touristische Dienstleistungskette noch barrierefreier wird.

Stärkung bestehender Tourismusstandorte und -angebote & Überwindung starker Saisonalität

Zur Steigerung der Attraktivität touristischer Angebote, setzt die Tourismusregion Cuxland intensiv auf die Stärkung bestehender Tourismus- und Naherholungsstandorte. Ein weiteres wesentliches Ziel ist die Überwindung der deutlichen Saisonalität. Diesbezüglich sollen insbesondere wetterunabhängige Angebote in der Region geschaffen werden, um Gäste außerhalb der Hauptsaison für die Region begeistern zu können. Die Errichtung eines Weltnaturerbezentrum (Wattenmeer-Besucherzentrums), eines Welcome-Centers oder neuer Ausflugsziele (z. B. Seebäderbrücke in Duhnen), könnte zur Attraktivierung des gesamten touristischen Angebotes beitragen.

In den vergangenen Jahren wurde eine Qualitätsoffensive zur Steigerung der Unterkunftsqualität im gesamten Landkreis forciert. Nun gilt es die Erfolge zu prüfen und die Qualitätsoffensive wenn nötig fortzuführen bzw. auszubauen.

Im Rahmen des Aktivtourismus liegt ein besonderer Fokus auf sportlichen Aktivitäten. Insbesondere das Radfahren und der Wassersport (z. B. Kitesurfen, Kanu) sollen als Stärken der Region auch weiterhin ausgebaut werden. Bestehende Routen, Standorte und Angebote sollen durch direkte investive Maßnahmen gestärkt bzw. qualitativ aufgewertet und optimiert werden (z. B. Routensysteme, Beschilderung, Infotafeln, Einrichtungen, Dienstleistungen, große Sportveranstaltungen). Dabei ist allerdings darauf zu achten, dass Aktivitäten und Angebote künftig aufeinander abgestimmt sind, um Dopplungen zu vermeiden und die Nachfrage zu optimieren. Die Ausweitung von Pauschal- und Gruppenangeboten durch die Kommunen sollte geprüft und ggf. umgesetzt werden.

Neben der Aktivierung der Gäste durch sportliche Aktivitäten, wird ein großer Wert auf die sich anschließende Nutzung verschiedener Wellnessangebote gelegt. Ergänzend dazu gibt es präventionsorientierte Angebote, die das Gesundbleiben fördern, und einen Kurtourismus, bei dem das Gesundwerden im Vordergrund steht.

Die Steigerung der Attraktivität kultureller Angebote kann sehr vielseitig erfolgen. Beispielsweise tragen der Erhalt und die Inwertsetzung historischer Gebäude oder Denkmäler zur Vielschichtigkeit kultureller Potentiale in der Region bei. Durch die Einbettung derartiger Kulturstätten in Wander- und Radrouten werden zahlreiche Nutzer erreicht, die bisher das kulturelle Potential der Region nur unzureichend wahrnehmen. Ein besonderes Merkmal des Cuxlandes ist u. a. die historische Hafengewirtschaft. Die Attraktivierung und Inwertsetzung der maritimen Elemente ist ein wesentliches Ziel zur Entwicklung der touristischen Infrastruktur. Beispielsweise sollen der Ausbau und die touristische Nutzung des alten Fischereihafens in Cuxhaven sowie die touristische Aufwertung alter Kutterhäfen in Dorum-Neufeld und Wremen vorangetrieben werden. Die Attraktivierung von Museen, Burgen, Klöstern und der Gleichen trägt zur Entwicklung eines ganzjährigen wetterunabhängigen Angebotes bei, um der starken Saisonalität entgegenzuwirken. Hierbei ist darauf zu achten, die Potentiale des ländlichen Raums zu erkennen und auszubauen.

Neben dem Erhalt und der Erweiterung touristischer Standorte sollen kulturelle Veranstaltungen stets auf ihre Aktualität und Beliebtheit überprüft und ggf. angepasst werden. Das Festhalten an bewährten Formaten soll durch die Schaffung neuer Kulturangebote ergänzt werden.

Darüber hinaus sollte die Modernisierung des Tagungs- und Veranstaltungszentrums in Cuxhaven vorangetrieben werden, um insbesondere Tagesreisende verstärkt anzusprechen. Auch die weitere Etablierung und Stärkung von Sport- und Musikgroßveranstaltungen oder großen Festen (z. B. Reitturniere in Wingst-Dobrock, Elmlohe und Cuxhaven-Duhnen; Deichbrand-Festival; Altstadtfest), bzw. die Entwicklung ähnlicher privatwirtschaftlicher Veranstaltungen kann insbesondere Tagesreisende aus den umliegenden Ballungszentren in die Region ziehen.

Die Attraktivierung der Bäderlandschaft im Cuxland ist ebenfalls ein lohnenswertes Ziel, um bestehende Angebote für schlechtes Wetter vorhalten zu können. Die Stärkung entsprechender Standorte hinsichtlich einer barrierefreien ganzjährigen Nutzung hat eine entsprechende Priorität.

Ein weiterer Handlungsansatz zur Attraktivierung des touristischen Angebotes ist die Etablierung einer regionalen Esskultur. Der Trend zur „Regionalität“ lässt Verbraucher verstärkt zu regionalen Produkten greifen und fördert eine nachhaltigere Entwicklung. Die Verbreitung einer regionalen Esskultur wird von Gästen und Einheimischen als Besonderheit der Region wahrgenommen und trägt damit zur Imageverbesserung und Identitätsstärkung bei. Zahlreiche gastronomische Einrichtungen, aber auch Kleinbauern könnten von diesem Trend profitieren, sodass entsprechende Bestrebungen in der

Region gefördert werden sollen. Beispielsweise könnten regionale Warenkörbe mit landwirtschaftlichen Produkten als Gastgeschenke oder Mitbringsel verkauft werden oder Gastronomen eine regionale Küche anbieten.

Insgesamt werden durch die Stärkung bestehender Tourismusstandorte sowie der Schaffung wetterunabhängiger Angebote ansässige KMU gestärkt. Eine Abschwächung der starken Saisonalität führt zu einem Umsatzplus u. a. im Gastgewerbe, Einzelhandel, bei Freizeiteinrichtungen und Verkehrsunternehmen, was wiederum die Investitionsbereitschaft erhöht und die Tourismusregion Cuxland wettbewerbsfähiger macht.

Öffentlichkeitsarbeit & Markenbildung

Um künftig zahlreiche Gäste in die Region zu locken, bedarf es eines starken Marktauftrittes. Dies erfolgt u. a. durch eine regionsweite Öffentlichkeitsarbeit der touristischen Leistungsträger, die mit Hilfe von Fachbeiträgen zum Natur- und Kulturräum, Publikationen zu touristischen Angeboten z. B. des Aktiv- und Gesundheitstourismus oder öffentlichen Veranstaltungen die Aufmerksamkeit auf bestehende Stärken der Region lenken. In diesem Zusammenhang ist ein abgestimmtes Vorgehen regionaler Akteure aus Effizienzgründen sehr sinnvoll. Demnach sollen bestehende Vermarktungskonzepte überprüft und weiterentwickelt werden. Durch eine qualitativ hochwertige einheitliche Vermarktung kann das Standortprofil deutlich geschärft werden. Dabei müssen allerdings kleinteilige touristische Strukturen überwunden werden.

Die konkrete Vermarktung touristischer Angebote kann beispielsweise durch die Überarbeitung bestehender Broschüren, Reiseführer und Karten oder die Erstellung neuer Publikationen optimiert werden. In diesem Zusammenhang sollte das Internet landkreisweit stärker als Informations- und Buchungsmedium (z. B. von Beherbergungsbetrieben, gastronomischen Einrichtungen, Veranstaltern) genutzt werden. Die Nutzung neuer Medien, wie Apps, Clouds oder Social Media, könnte jüngere Nutzer- und Zielgruppen erschließen. Der Trend der Digitalisierung im Tourismus darf von lokalen KMU nicht verpasst werden, um im Wettbewerb auch zukünftig zu bestehen. Eine entsprechende Nutzung digitaler Möglichkeiten ist zu prüfen und ggf. umzusetzen.

Mit einem starken Marktauftritt einher geht auch die Bewerbung von touristischen Marken in der Region. So besitzen etablierte Marken, wie Nordsee, Cuxland oder das Nordseeheilbad Cuxhaven, einen Wiedererkennungswert, der über die Region hinaus bekannt ist. Mit dem Namen Cuxland können weitere Spezifikationen oder Besonderheiten der Region herausgestellt werden. So steht beispielsweise „Cuxland vital“ für einen aktiven und gesunden Tourismus, der mit Entspannung, Erholung und Fitness einhergeht. Die Marke Cuxland könnte durchaus auch als Regionalmarke über den Tourismus hinaus Verwendung finden, in dem zum Beispiel regionale Produkte oder Dienstleistungen eingebunden werden. Ebenfalls ist zu prüfen, in wie weit die Erweiterung der Marke Cuxland um „Cuxland regional“ zur Steigerung des Wiedererkennungswertes und damit der Wettbewerbsfähigkeit von KMU und Kommunen in der Region beiträgt.

Nationale und internationale Vermarktung

Eine starke Tourismusregion deutet auf eine hohe Lebensqualität und ist damit ein gutes Argument für den Wohn- und Wirtschaftsstandort Landkreis Cuxhaven. Entsprechende Bemühungen zur einheitlichen nationalen und internationalen Vermarktung der Tourismusregion Cuxland werden weiterhin unterstützt. Um die Aufmerksamkeit zu erhöhen, sollten beispielsweise Messeauftritte in Zusammenarbeit mit anderen Tourismusregionen der Nordseeküste fortgeführt und u. a. das UNESCO-

Weltnaturerbe Wattenmeer als gemeinsame Basis genutzt werden. Des Weiteren sind neue Quellmärkte im In- und Ausland ständig zu hinterfragen. Im Bereich des Auslandsmarketings ist vor allem eine Ansprache des schweizerischen, österreichischen, niederländischen und skandinavischen Marktes zu überprüfen. Im Inlandstourismus sind ebenfalls neue Zielgruppen anzusprechen. Dabei könnte eine verstärkte Zusammenarbeit mit bestehenden Kooperationspartnern, wie z. B. der Tourismus-Marketing Niedersachsen GmbH und den Metropolregionen Hamburg sowie Bremen-Oldenburg hilfreich sein.

7.4 Bezüge zur RHS

Die Regionale Handlungsstrategie Lüneburg ist als Dachstrategie maßgebend für die künftige regionale Entwicklung auch des Tourismus im Landkreis Cuxhaven. Um konträre Entwicklungen von vornherein auszuschließen, wurden die strategischen Ansätze des Tourismuskonzepts 2020 – Cuxland in die Ziele der RHS eingeordnet. So trägt die Entwicklung des Tourismus in der Region direkt oder indirekt zu folgender Zielerreichung bzw. entsprechender Maßnahmenumsetzung bei:

Abb. 23: Tourismusrelevante Zielsetzungen und Maßnahmenbeispiele der RHS Lüneburg

| Handlungsfeld | Zielsetzung / Maßnahmenbeispiele |
|----------------------|---|
| Infrastruktur | <p><u>Zielsetzung der RHS Lüneburg:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Sicherung der schnellen, bequemen und umweltfreundlichen Erreichbarkeit der Region, ihrer Teilräume und der Orte einschließlich der relevanten Orte außerhalb der Region ➤ Bereitstellung bedarfsgerechter und intelligenter ÖPNV- / Mobilitätsangebote ➤ Förderung des (Gesundheits- und Städte-) Tourismus durch einen bedarfsgerechten Ausbau der Infrastruktur <p><u>Maßnahmenbeispiele der RHS Lüneburg:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Übergreifende flächenhafte Projekte zur Vernetzung von E-Mobilitätseinrichtungen, z. B. Ladeinfrastruktur, Fahrradstationen an ÖPNV-Haltestellen, Park-and-Ride-Anlagen, Bürgerbusse sowie barrierefreie Zugänge an stärker frequentierten Schienenhaltepunkten • Entwicklung der maritimen Landschaft (auch bundesländerübergreifend) • Modernisierung, Erweiterung und Neubau von Rad-, Wander-, Reit- und Wasserwegen (touristische Infrastruktur) |
| Wettbewerbsfähigkeit | <p><u>Zielsetzung der RHS Lüneburg:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Leistungs- und Wettbewerbsfähigkeit der Unternehmen sichern / ausbauen ➤ Leistungs- und Wettbewerbsfähigkeit der Städte und Gemeinden und Städte sichern / ausbauen <p><u>Maßnahmenbeispiele der RHS Lüneburg:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Erhalt von Orten mit geschichtlicher oder städtebaulicher Bedeutung • Förderung nachhaltiger regionaler Wirtschaftskreisläufe entlang der Wertschöpfungskette Landwirtschaft – Handel – Tourismus |

| Handlungsfeld | Zielsetzung / Maßnahmenbeispiele |
|------------------------|--|
| | <ul style="list-style-type: none"> • Ausbau des Tourismus (auch der Städte- und Gesundheitstourismus) als wachsender Wirtschaftszweig • Innovations- und Internationalisierungspotentiale nutzen und entwickeln (Anwendung der Informations- und Kommunikationstechnologien, Ausrichtung auf internationale Gäste der angrenzenden Metropolen etc.) • Managementstärkung von Tourismusorganisationen auf allen Ebenen verbessern • Unterstützung von touristischen Aus- bzw. Weiterbildungsangeboten in Tourismusschwerpunkt-Räumen zur Gewinnung von Fachkräften • Inwertsetzung und Rückgriff auf vorhandene kulturelle Potentiale • (Weiter-)Entwicklung touristischer Angebote (Radfahren = umweltfreundlicher Verkehr, Wandern, Reiten, Wasser) |
| Umwelt und Klimaschutz | <p><u>Zielsetzung der RHS Lüneburg:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Nachhaltige Inwertsetzung der Naturraumpotentiale <p><u>Maßnahmenbeispiele der RHS Lüneburg:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Stärkung des Nationalparks Nds. Wattenmeer • Energetische Sanierung von öffentlichen Gebäuden • Entwicklung und Erprobung umweltfreundlicher Mobilitätskonzepte und -angebote • Förderung der Umweltbildung für verschiedene Zielgruppen einschließlich der Wirtschaft (Schulungs- / Qualifizierungsmaßnahmen und Studienangeboten) • Qualifizierung von Naturerlebnisangeboten zu zielgruppenspezifischen Tourismusangeboten |
| Bildung | <p><u>Zielsetzung der RHS Lüneburg:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Gewinnung von Fachkräften ➤ Unterstützung von Menschen beim aktiven Erwerb beruflich geeigneter Qualifikationen <p><u>Maßnahmenbeispiele der RHS Lüneburg:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Unterstützung gezielter Qualifizierungsangebote im Bereich Tourismus (Weiterbildung) in touristischer Schwerpunktregion |

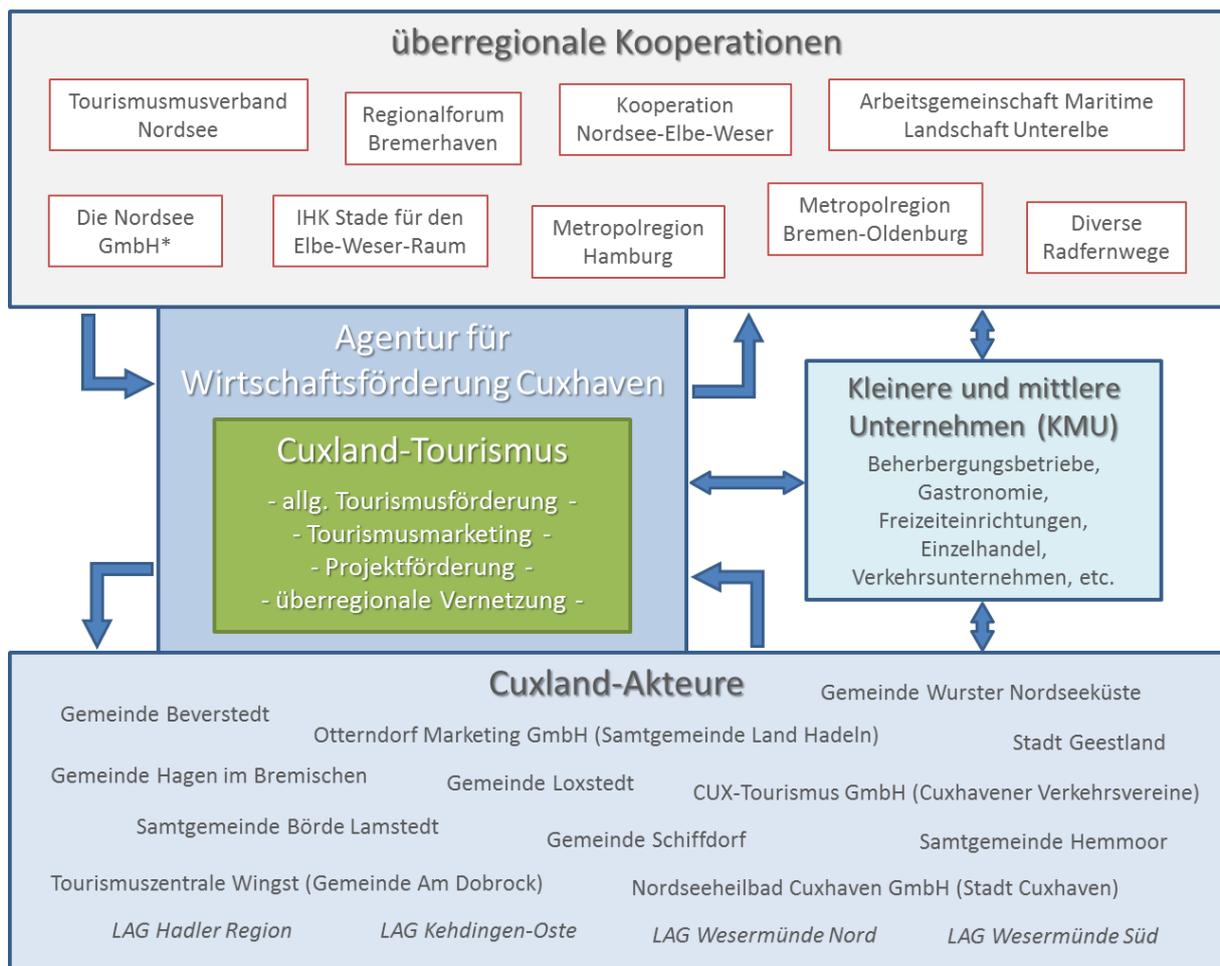
Quelle: Eigene Darstellung, 2015

8 Organisationsstruktur

Die Entwicklung des Tourismus findet auf zwei Akteursebenen statt. Das Cuxland ist auf der einen Ebene in verschiedene überregionale Kooperationen eingebunden, um als Region, vertreten durch Cuxland-Tourismus, neue Entwicklungsprozesse entlang der Nordseeküste anzustoßen bzw. mitzutragen. Auf der anderen lokalen Ebene arbeiten verschiedene Akteure (z. B. Kommunen des Landkreises, KMU und Einrichtungen) zusammen, um die gemeinsame Marke Cuxland voranzubringen. Organisiert werden die Tourismusaktivitäten beider Ebenen von der Agentur für Wirtschaftsförderung Cuxhaven (Bereich Cuxland-Tourismus), die als Bindeglied zwischen kommunalen Vertretern bzw. lokalen Unternehmen und überregionalen Arbeitskreisen, Gremien und Organisationen tätig ist. Ansässige KMU werden stets in neue Entwicklungsprozesse eingebunden und sind damit Ideengeber und ausführendes Organ gleichermaßen. Die nachfolgende Abb. 24 verdeutlicht die Organisationsstruktur des Cuxlandes.

Abb. 24: Übersicht der Organisationsstruktur – Cuxland-Tourismus

ORGANISATIONSTRUKTUR – CUXLAND-TOURISMUS



* teilregionale Kooperation mit Stadt Cuxhaven, Samtgemeinde Land Hadeln, Gemeinde Wurster Nordseeküste

Quelle: Eigene Darstellung, 2015

Aufgaben Cuxland-Tourismus

Der Tourismus in der Region wird bereits seit einigen Jahrzehnten durch die Dachmarke „Cuxland“ vermarktet. Die Steuerung der Dachmarke „Cuxland“ hat innerhalb der Kreisverwaltung die Agentur für Wirtschaftsförderung Cuxhaven mit „Cuxland-Tourismus“ übernommen. Die Aufgaben von Cuxland-Tourismus liegen im Bereich des übergeordneten Destinationsmanagements für die Region. Dies beinhaltet folgende Schwerpunkte:

- Allgemeine Tourismusförderung
(z. B. Beratung von Gemeinden, Kooperationen, Fortbildung)
- Tourismusmarketing
(z. B. Markensteuerung, Werbung, Internet, Verkaufsförderung, Pressearbeit)
- Projektförderung von Schwerpunktthemen
(z. B. barrierefreier Tourismus, Radtourismus, Gesundheitstourismus)
- Überregionale Vernetzung
(z. B. Arbeitsgemeinschaften, Metropolregion, Radfernwege)

Innerhalb des Landkreises arbeitet Cuxland-Tourismus mit seinen Kommunen eng in allen Bereichen des Destinationsmanagements zusammen. Für einen regelmäßigen Austausch finden Arbeitskreissitzungen sowie themenspezifische Arbeitsgruppen statt. Bei dieser Zusammenarbeit wird die zum Bundesland Bremen gehörende Seestadt Bremerhaven auf Grund der touristischen Bedeutung ebenfalls mit berücksichtigt.

Cuxland-Akteure

Die Gemeindeverwaltungen bzw. entsprechend beauftragte Institutionen bündeln das touristische Angebot innerhalb der elf Städte und Gemeinden im Cuxland. Zu deren Aufgaben gehören die Herstellung, der Betrieb und der Erhalt der touristischen Infrastrukturen, die nicht von KMU gestellt werden. Hierzu zählen u. a. große Bäder und Thermen, Promenaden, Rad-, Wander-, Reitwege, Naturerlebnisangebote, Stadt- und Gästeführungen sowie zahlreiche weitere touristische Angebote. Ohne diese Infrastrukturen würden die Gäste nicht in die Destinationen reisen, da wichtige Grundlagen für Aktivitäten fehlen. Der Erhalt bestehender Strukturen, die Attraktivierung touristischer Rahmenbedingungen und die Entwicklung neuer Angebote sind daher unerlässliche kommunale Aufgaben. Nur dadurch bleibt den Betrieben der Tourismuswirtschaft die Nachfrage und damit Arbeit und Beschäftigung erhalten.

Weitere Aufgaben der Städte und Gemeinden liegen in der Koordinierung der regionalen, privatwirtschaftlichen Dienstleister (z. B. Gastgeber, Gastronomen, etc.) sowie der Vermarktung des Gesamtangebotes, wie z. B. durch die Erstellung von Gastgeberverzeichnissen, Websites oder Print-Produkten. Darüber hinaus stehen sie vor Ort dem Urlaubsgast in Form von Tourismusbüros und Touristinformationen als kompetenter Ansprechpartner zur Verfügung. Die Vernetzungsstrukturen sind in den Kommunen allerdings je nach Tourismusintensität sehr differenziert ausgeprägt.

Überregionale Kooperationspartner

Der Landkreis Cuxhaven ist in folgenden überregionalen Kooperationen eingebunden:

| Kooperationspartner | Erläuterung |
|--|---|
| Tourismusverband Nordsee e. V. | Der Tourismusverband Nordsee e. V. vertritt die niedersächsische Nordsee im interkommunalen und politischen Raum. Dabei liegt der Fokus auf der Förderung des Tourismus und der Vertretung der touristischen Interessen der Region gegenüber EU, Bund und Land. ³⁶ Der Landkreis Cuxhaven ist Mitglied im Tourismusverband Nordsee e. V. und dort als Vorstandsmitglied tätig. Über den Tourismusverband Nordsee e. V. ist das Cuxland in der Vollversammlung der TourismusMarketing Niedersachsen GmbH (TMN) sowie beim Deutschen Tourismus Verband vertreten. In der Vergangenheit wurden gemeinsame Projekte, wie z. B. die „Barrierefreie Nordsee“, umgesetzt. |
| Kooperation Nordsee-Elbe-Weser | Im Bereich des Elbe-Weser-Dreiecks hat sich aus den touristischen Akteuren der Landkreise Stade, Rotenburg, Osterholz-Scharmbeck, Wesermarsch, Bremerhaven und Cuxhaven eine lose Kooperation gebildet. Im Rahmen der Kooperation „Nordsee-Elbe-Weser“ (NEW) finden regelmäßige Sitzungen statt und es werden u. a. touristische Projekte gemeinsam entwickelt und umgesetzt, wie z. B. der Radweg „Vom Teufelsmeer zum Wattenmeer“. Mittlerweile wurde die Region in die Vollversammlung der TMN aufgenommen. |
| IHK Stade für den Elbe-Weser-Raum | Der Landkreis Cuxhaven fällt in den IHK Bezirk Stade. Für die touristischen Belange wurde ein Tourismusausschuss mit den entsprechenden IHK Mitgliedern aus dem Bereich der touristischen KMU gegründet. Als dauerhafte Gäste wurden die touristischen Tourismusorganisationen der Region hinzuberufen. Cuxland-Tourismus ist diesem Ruf gefolgt und kann damit seine wirtschaftlichen Interessen im IHK Bezirk Stade vertreten. |
| Metropolregion Hamburg | Der Landkreis Cuxhaven liegt im äußersten Westen der Metropolregion Hamburg. Eine überregionale Zusammenarbeit findet in zahlreichen Bereichen statt. Im Tourismus ist ein Vertreter von Cuxland-Tourismus in der entsprechenden Facharbeitsgruppe eingebunden, sodass die Interessen der Cuxland-Gemeinden und Betriebe vertreten werden. Beispielsweise initiiert die Metropolregion jährlich eine Tagestourismuskampagne mit „99 Lieblingsplätzen“ in der gesamten Metropolregion Hamburg, bei der sich der Landkreis Cuxhaven nach Abstimmung mit seinen Tourismusakteuren aktiv einbringt. |
| Metropolregion Bremen-Oldenburg | Der Landkreis Cuxhaven liegt im Nordosten der Metropolregion Bremen-Oldenburg. Im Tourismus wird vor allem projektbezogen zusammengearbeitet, wie z. B. beim Projekt „Online-Netzwerk Gesundheitstourismus“. Im Rahmen dieser Projektarbeit vertritt Cuxland-Tourismus die Interessen der Cuxland-Gemeinden und Unternehmen und spiegelt die Projektumsetzung je nach Projektvorhaben in die Region. |
| Regionalforum Bremerhaven | Der Landkreis Cuxhaven hat zusammen mit dem Landkreis Wesermarsch sowie der Stadt Bremerhaven im Jahr 2003 das Regionalforum Bremerhaven gegründet. Die in der Region liegenden Städte, Einheitsgemeinden und Samtgemeinden können der Arbeitsgemeinschaft beitreten. Insgesamt 12 Kommunen sind dem Angebot gefolgt. Das oberste Ziel des Regionalforums Bremerhaven ist es, die Entwicklung des Gesamttraums zu fördern und dauerhaft zu sichern. Neben der Zusammenarbeit auf politischer Ebene (Unterweserkonferenz) wurden auf fachlicher (operativer) Ebene verschiedene Arbeitskreise gegründet (z. B. Innerer Verflechtungsraum sowie Wirtschaft, Tourismus, Naherholung, Natur). |
| Diverse Radfernwege | Durch das Cuxland führen zahlreiche Fernradwege, wie z. B. der Elberadweg, Weserradweg oder Nordseeküstenradweg. Sofern es für diese Radwege, wie z. B. dem Elb- oder Weserradweg regelmäßige Arbeitskreise gibt, nimmt ein Vertreter von Cuxland-Tourismus für den gesamten Landkreis Cuxhaven daran teil. Durch diese Schnittstelle wird eine kontinuierliche Zusammenarbeit sichergestellt. Falls es die Möglichkeit für KMU gibt sich |

³⁶ <http://www.tourismusverband-nordsee.de/ueberuns.html>, 07.2015.

| Kooperationspartner | Erläuterung |
|--|--|
| | über Print-Produkte darzustellen, wird dies entsprechend an die Gemeinden bzw. Branchenverbände und Einrichtungen kommuniziert. |
| Arbeitsgemeinschaft Maritime Landschaft Untere Elbe | Die Maritime Landschaft Untere Elbe erstreckt sich von Hamburg bis zur Mündung der Elbe in die Nordsee. Um dieses Naherholungsziel bekannt zu machen, es touristisch zu erschließen, sein maritimes Erbe zu schützen und für die Nachwelt zu erhalten wurde diese Arbeitsgemeinschaft gegründet. Der Landkreis Cuxhaven sowie die Gemeinden in „Elbblage“ sind Mitglied in dieser Arbeitsgemeinschaft. |
| Tourismus Marketing Niedersachsen GmbH (TMN) | Das Cuxland ist über den Tourismusverband Nordsee sowie die NEW Region in der Vollversammlung TMN vertreten. Verschiedene Betriebe im Cuxland sind mit den Qualitätssiegeln ServiceQualität Deutschland und Kinderferienland zertifiziert. |
| Die Nordsee GmbH | Die Nordsee GmbH ist die Marketing-Dachorganisation der niedersächsischen Nordseeküste. Die Aufgaben der Nordsee GmbH liegen in der Stärkung der Dachmarke Nordsee, der Neukundengewinnung sowie der Vermarktung der Nordsee als Ferienregion im In- und Ausland. Dabei können sich der Nordsee GmbH nur Kommunen anschließen, die direkt an der Nordsee liegen. Aus diesem Grund sind aus dem Landkreis Cuxhaven nur die Stadt Cuxhaven, die Gemeinde Wurster Nordseeküste sowie die Gemeinde Land Hadeln Mitglied. |
| Lokale Aktionsgruppen (LAG) der Teilregionen | <p>Die ländlichen Kommunen und Stadtteile des Landkreises Cuxhaven haben sich im Rahmen der LEADER-Förderung in vier Teilregionen zusammengeschlossen, welche unterschiedliche Entwicklungsansätze für die kommenden 5 Jahre verfolgen. Die jeweiligen lokalen Aktionsgruppen (LAG) entscheiden über die Verwendung des 2,4 Mio. Euro hohen Förderbudgets der jeweiligen Regionen. Folgende LEADER-Regionen befinden sich (zumindest in Teilen) im Landkreis Cuxhaven:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Hadler Region (SG Land Hadeln, SG Am Dobrock, SG Hemmoor, SG Börde Lamstedt) • Kehdingen-Oste (G Geverdorf, G Oberndorf, G Osten und weitere aus dem Landkreis Stade) • Wesermünde Nord (St Geestland, G Wurster Nordseeküste, St Cuxhaven (tlw.)) Wesermünde Süd (G Schiffdorf, G Loxstedt, G Hagen im Bremischen, G Beverstedt) |

Entscheidungsstrukturen

Für die erfolgreiche Umsetzung des Tourismuskonzepts kommt es nicht zuletzt ganz wesentlich darauf an, dass die erforderlichen Fördermittel entsprechend zielgerichtet eingesetzt werden.

Die von Seiten der Landesregierung dazu bereits zentral geschaffenen Entscheidungsstrukturen (NBank, Ministerium) sowie die dezentral eingesetzten Kommunalen Steuerungsausschüsse stellen die Basis für zielgerechte Entscheidungen nach einheitlichen Kriterien dar. Eine sehr umfangreiche Scoring-Liste gewährleistet die transparente fachliche Bewertung von Projekten. Hinzu kommen die Kriterien des Kommunalen Steuerungsausschusses für die Berücksichtigung regionaler Aspekte. Das sind der Beitrag des jeweiligen Vorhabens zur regionalen Entwicklung unter Berücksichtigung der Handlungsfelder der Regionalen Handlungsstrategie, das Vorhandensein eines kooperativen Ansatzes zwischen Gebietskörperschaften und weiteren regionalen Akteuren, der Beitrag des Vorhabens zur Bewältigung regionsspezifischer Herausforderungen (z. B. modellhafter oder übertragbarer Ansatz) sowie ggf. eine besondere Strukturschwäche des Raumes, in dem das Projekt maßgeblich umgesetzt werden soll.

Angesichts dieser bereits sehr zahlreichen Kriterien und der im Rahmen der Aufstellung des Tourismuskonzepts gemeinsam erarbeiteten zusätzlichen Anforderungen soll eine sog. Konsultationsgruppe eingerichtet werden. Dabei ist ausdrücklich nicht an ein weiteres Entscheidungsgremium gedacht, sondern an ein Gremium, das Projektträgern / Antragstellern und Zuwendungsgebern beratend zur Seite steht, wenn es um die Frage der Übereinstimmung eines Projektes mit dem Tourismuskonzept des Cuxlandes geht.

Die Konsultationsgruppe setzt sich aus acht Personen zusammen, die für die touristische Entwicklung im Landkreis besondere Verantwortung beanspruchen und als Impulsgeber für zielgerechte Projekte fungieren können. Gedacht ist an:

- 1 Vertreter/in des Cuxland-Tourismus als Sprecher/in
- 1 Vertreter/in des Landkreises Cuxhaven, Agentur für Wirtschaftsförderung
- 1 Vertreter/in des DEHOGA, Stadtverband Cuxhaven
- 1 Vertreter/in der Nationalparkverwaltung Niedersächsisches Wattenmeer
- 4 Vertreter der Kommunen in Person der Vorsitzenden der regionalen LEADER-LAGn (Hadler Region, Kehdingen-Oste, Wesermünde Nord, Wesermünde Süd)

Darüber hinaus wird der Geschäftsstelle Bremerhaven des Amtes für regionale Landesentwicklung Lüneburg die beratende Teilnahme angeboten.

Die Beratungstätigkeit der Konsultationsgruppe ist insbesondere auf die Beurteilung der Übereinstimmung von Projekten mit den strategischen Zielen des Tourismuskonzepts sowie auf die Entwicklung von Vorschlägen für zukunftsweisende neue Aktivitäten ausgerichtet. Entscheidend sind im Konsultationsprozess die jeweiligen Projektbeiträge zur:

- Vernetzung, Koordination und Koordinierung der Akteure
- Verbesserung der Gästemobilität
- Beiträge zur Aus- und Weiterbildung touristischer Fachkräfte
- nachhaltigen Inwertsetzung bestehender Potenziale
- Implementierung barrierefreier Angebote
- Stärkung bestehender Tourismusstandorte und -angebote
- Überwindung starker Saisonabhängigkeit
- Öffentlichkeitsarbeit und Markenbildung
- nationalen und internationalen Vermarktung des Cuxlandes

Die Gewichtung dieser Ziele untereinander wird im Umsetzungsprozess des Tourismuskonzepts jährlich überprüft und ggf. an die erzielten Umsetzungsfortschritte angepasst. Im Interesse größtmöglicher Transparenz wird sich die Konsultationsgruppe eine Geschäftsordnung geben.

Anlage

Übersicht der Europäischen Struktur- und Investitionsfonds (EFRE, ESF und ELER)

EFRE-Förderung 2014-2020 in Niedersachsen (690,80 Mio. Euro)

1. Förderung der Innovation

189,4 Mio. Euro inkl. Leistungsreserve

- Innovation durch Hochschulen: Forschungsinfrastruktur sowie Kooperations- und Vernetzungsprojekte (MWK) (83,1 Mio. Euro)
- Stärkung der wirtschaftsnahen außeruniversitären Forschungsinfrastruktur (MW) (10 Mio. Euro)
- Nds. Innovationsförderprogramm für Forschung und Entwicklung in Unternehmen (MW) (50,4 Mio. Euro)
- Niedrigschwellige Innovationsförderung für KMU und Handwerk (MW) (20 Mio. Euro)
- Innovationsnetzwerke (MW) (6,6 Mio. Euro)
- Beratung von KMU zu Wissens- und Technologietransfer (MW) (7,4 Mio. Euro)

2. Wettbewerbsfähigkeit von KMU

202,2 Mio. Euro inkl. Leistungsreserve

- Nachfolgemoderation der Kammern (MW) (2 Mio. Euro)
- Technologie- und Gründerzentren (MW) (7 Mio. Euro)
- MikroSTARTer Niedersachsen (MW) (16 Mio. Euro)
- Beteiligungsfonds Niedersachsen „NBeteiligung“ (MW) (25 Mio. Euro)
- Produktive Investitionen in KMU in GRW-Gebieten (MW) (60,5 Mio. Euro)
- Hochwertige wirtschaftsnahen Infrastrukturen in GRW-Gebieten (MW) (23 Mio. Euro)
- Breitbandförderung – Gewerbegebiete (MW) (5 Mio. Euro)
- Breitbandkompetenzzentrum Niedersachsen (b|z|n) (MW) (5,01 Mio. Euro)
- Weiterentwicklung der Seehäfen zur Förderung der maritimen Verbundwirtschaft und Offshore-Windenergie (MW) (14 Mio. Euro)
- Touristische Infrastruktur (MW) (32 Mio. Euro)

3. Reduzierung der CO₂-Emissionen

205,8 Mio. Euro inkl. Leistungsreserve

- Betriebliche Ressourcen- und Energieeffizienz (MU) (12,2 Mio. Euro)
- Energieeinsparung und Energieeffizienz bei öffentlichen Trägern und Kultureinrichtungen sowie Energieeinsparung bei öffentlichen Abwasseranlagen (MU, MWK, MS) (86,9 Mio. Euro)
- Klimaschutz durch Moorentwicklung (MU) (34,95 Mio. Euro)
- CO₂-sparende Mobilitätsangebote (MW)
 - Alternative Treibstoffe für Straße, Schiene und Binnenwasserstraße (10 Mio. Euro)
 - Alternative Treibstoffe und Energie in Seehäfen (10 Mio. Euro)
 - Stärkung CO₂-armer Verkehrsträger im Flächenland Niedersachsen (GVZ, Binnenhäfen, Klimaschonende Logistiklösungen) (15,05 Mio. Euro)
 - Stadt-Umland-Mobilität (24 Mio. Euro)

4. Nachhaltige und umweltgerechte Entwicklung - Flächen und Landschaften

65,76 Mio. Euro inkl. Leistungsreserve

- Landschaftswerte – Aufwertung des nds. Natur- und Kulturerbes sowie Sicherung der biologischen Vielfalt (MU) (39,81 Mio. Euro)
- Brachflächenrecycling (MU) (22 Mio. Euro)

Quelle: MCON, Stand 08. Januar 2016 (Angaben ohne Gewähr)

ESF-Förderung 2014-2020 in Niedersachsen (287,50 Mio. Euro)

6. Beschäftigung durch Gleichstellung und regionale Fachkräftesicherung

71,65 Mio. Euro inkl. Leistungsreserve

- Förderung der Integration von Frauen am Arbeitsmarkt (FIFA) (MS) (13 Mio. Euro)
- Koordinierungsstellen Frauen und Wirtschaft (MS) (13 Mio. Euro)
- Unterstützung regionaler Fachkräftebündnisse durch Förderung von Fachkräfteprojekten für die Region (MW) (26 Mio. Euro)
- Weiterbildung in Niedersachsen (WiN) (MW) (15,25 Mio. Euro)

7. Soziale Innovationen

12,82 Mio. Euro inkl. Leistungsreserve

- Soziale Innovation (StK) (12,07 Mio. Euro)
 - Sozial-innovative Projekte „Anpassung der Arbeitskräfte, Unternehmen und Unternehmer an den Wandel“ und „Gesundheits- und Sozialdienstleistungen“
 - Drei Stellen für soziale Innovation

8. Armutsbekämpfung durch aktive Eingliederung

120,5 Mio. Euro inkl. Leistungsreserve

- Qualifizierung und Arbeit (QuA) (MW) (30,4 Mio. Euro)
- Programme der Jugendhilfe: Jugendwerkstätten und Pro-Aktiv-Centren (MS) (76,1 Mio. Euro)
- Berufliche Wiedereingliederung von Strafgefangenen und Haftentlassenen (MJ) (6,5 Mio. Euro)

9. Investitionen in Bildung, Ausbildung und Berufsbildung

71,05 Mio. Euro inkl. Leistungsreserve

- Inklusion durch Enkulturation (IdE) (MK) (12,5 Mio. Euro)
- Öffnung von Hochschulen (MWK) (10,6 Mio. Euro)
- Förderung von Auszubildenden aus Insolvenzbetrieben (MK) (5 Mio. Euro)
- Förderung von Ausbildungsverbänden (MK) (5,9 Mio. Euro)
- Überbetriebliche Berufsausbildung (MK) (22,8 Mio. Euro)
- Innovative Bildungsprojekte der beruflichen Erstausbildung (MK) (9,65 Mio. Euro)

Quelle: MCON, Stand 08. Januar 2016 (Angaben ohne Gewähr)

PFEIL – Programm zur Förderung der Entwicklung im ländlichen Raum Niedersachsen und Bremen 2014-2020 (ELER) (1,12 Mrd. Euro)

P1: Wissenstransfer und Innovation in Land- und Forstwirtschaft und in ländlichen Gebieten (71,06 Mio. Euro)

- Gewässerschutzberatung Landwirtschaft (38 Mio. Euro)
- Transparenz schaffen (6,24 Mio. Euro)
- Einzelbetriebliche Beratung (EB) (5,32 Mio. Euro)
- Europäische Innovationspartnerschaften "Produktivität und Nachhaltigkeit in der Landwirtschaft" (EIP) (14 Mio. Euro)
- Bildungsmaßnahmen zur beruflichen Qualifizierung (BQM) (7,5 Mio. Euro)

P2: Verbesserung der Lebensfähigkeit landwirtschaftlicher Betriebe und der Wettbewerbsfähigkeit aller Arten von Landwirtschaft in allen Regionen und Förderung innovativer landwirtschaftlicher Techniken und der nachhaltigen Waldbewirtschaftung (179,3 Mio. Euro)

- Flurbereinigung (60 Mio. Euro)
- Ländlicher Wegebau (10 Mio. Euro)
- Agrarinvestitionsförderprogramm (AFP) (35 Mio. Euro)
- Ausgleichszulage (AGZ) (74,3 Mio. Euro)

P3: Organisation der Nahrungsmittelkette, einschl. Verarbeitung und Vermarktung von Agrarerzeugnissen, Tierschutz und Risikomanagement in der Landwirtschaft (78,26 Mio. Euro)

- Tierschutz (27,5 Mio. Euro)
- Hochwasserschutz im Binnenland (45,3 Mio. Euro)
- Küstenschutz (in Bremen) (5,44 Mio. Euro)

P4: Wiederherstellung, Erhaltung und Verbesserung der mit der Land- und Forstwirtschaft verbundenen Ökosysteme (380,56 Mio. Euro)

- Landschaftspflege und Gebietsmanagement (LaGe) (9 Mio. Euro)
- Ökologischer Landbau (79,93 Mio. Euro)
- Agrarumwelt- und Klimaschutzmaßnahmen (Biodiversität, Wasser, Boden, Klima) (212,12 Mio. Euro)
- Flächenmanagement für Klima und Umwelt (15 Mio. Euro)
- Spezieller Arten- und Biotopschutz (SAB) (10,58 Mio. Euro)
- Erhalt und Entwicklung von Lebensräumen und Arten (EELA) (15,92 Mio. Euro)
- Naturnahe Fließgewässerentwicklung (FGE) (30 Mio. Euro)
- Entwicklung von Seen (SEE) (5 Mio. Euro)
- Entwicklung der Übergangs- und Küstengewässer (ÜKW) (3 Mio. Euro)

P5: Ressourceneffizienz und Unterstützung des Agrar-, Nahrungsmittel- und Forstsektors beim Übergang zu einer kohlenstoffarmen und klimaresistenten Wirtschaft (25 Mio. Euro)

- Verarbeitung und Vermarktung landwirtschaftlicher Erzeugnisse (25 Mio. Euro)

P6: Soziale Inklusion, Armutsbekämpfung und wirtschaftliche Entwicklung in ländlichen Gebieten (318,70 Mio. Euro)

- Dorfentwicklung (116 Mio. Euro)
- Dorfentwicklungspläne (DEP) (1,2 Mio. Euro)
- Basisdienstleistungen (25 Mio. Euro)
- Tourismus (14 Mio. Euro)
- Kulturerbe (15 Mio. Euro)
- Regionalmanagement (ReM) (12,5 Mio. Euro)
- LEADER (95 Mio. Euro)
- Breitbandversorgung (40 Mio. Euro)

Quelle: MCON, Stand 08. Januar 2016 (Angaben ohne Gewähr)

