



## 42. Die Potenziale der Ibbenbürener Naherholungsgebiete müssen stärker ausgeschöpft werden!

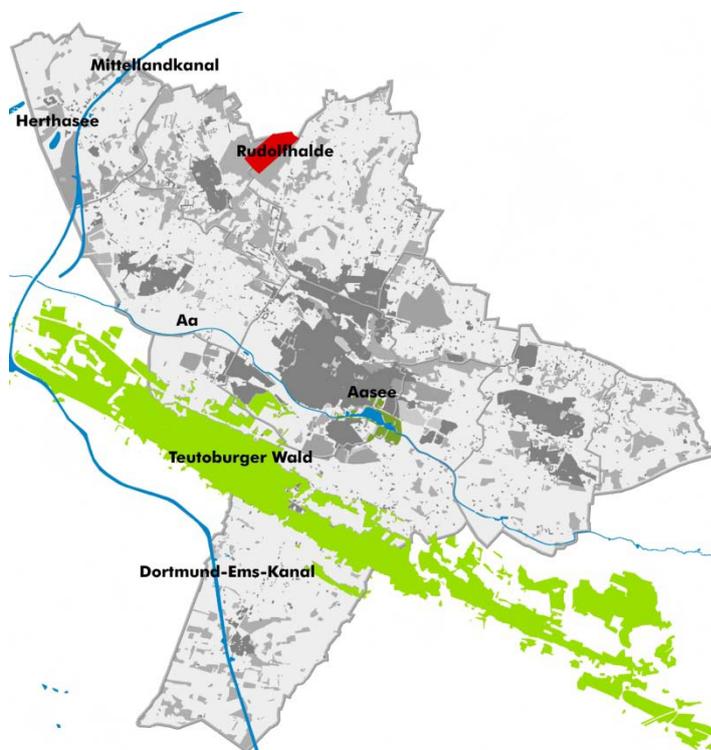
### 1. Anlass, Relevanz, Problemstellung

Ibbenbüren verfügt über zahlreiche attraktive Naherholungsgebiete und ist insbesondere an überregionale Tourismusgebiete sowie Rad- und Wanderrouten angeschlossen. Zwar zeigten sich die Ibbenbürener auf den Bürgerwerkstätten sehr zufrieden mit der Attraktivität ihren Naherholungsgebieten, jedoch wurden Mängel insbesondere bei der Ausgestaltung und Vernetzung, z.B. der Rad- und Wanderwege genannt.

### 2. Situationsbeschreibung

Touristisch gesehen ist der Ibbenbüren – wie das gesamte Münsterland – aufgrund der Landschaft und des gut ausgebauten Radwegenetzes prädestiniert für Radfahrer. Die regionalen Sehenswürdigkeiten wie Burgen, Schlösser, Kirchen und Klöster sowie kulturhistorisch bedeutsame Städte machen den Aufenthalt für die Ibbenbürener Bevölkerung als auch für Touristen in der Region besonders attraktiv. (Kreis Steinfurt 2008, S.79). Zu den überregionalen Radwanderrouten gehören die 100 Schlösser Route sowie die Dortmund-Ems-Kanal-Route, die durch Ibbenbüren führen.

Weitere Angebote sind das Wandern, vor allem im Teutoburger Wald, das Reiten und der Wassertourismus auf den Kanälen. Dabei sind der Teutoburger Wald sowie der Dortmund-Ems-Kanal und Mittellandkanal auch überregionale Ausflugsziele, während Aasee, Herthasee und Rudolfhalde eher lokale Naherholungsgebiete darstellen.



Naherholungsgebiete in Ibbenbüren

### 3. Analyse, Bewertung, Thesen

#### Wandern

Die Wanderwege im Teutoburger Wald (Hermannsweg und Eggeweg) werden unter der Dachmarke Hermannshöhen® inzwischen gemeinsam vermarktet. In einer Qualitätsoffensive wurde die Infrastruktur optimiert (von der lückenlosen Wegemarkierung bis hin zur Zertifizierung Wanderfreundlicher Qualitätsbetriebe), mit einem breit angelegten Marketing und intensiver Öffentlichkeitsarbeit werden die Hermannshöhen® überregional und auch international bekannt gemacht und beworben (Kreis Steinfurt 2008, S.232). Der Naturpark Nördlicher Teutoburger Wald, das Wiehengebirge und Osnabrücker Land werden als "TERRA.vita" vermarktet. Mit dem Hof Wienkämper ist eine potenzielle Anlaufstelle für Wanderer vorhanden. Das Strategiepapier Wandel als Chance schlägt die Aufwertung des Naturparks TERRA.vita durch Kauf des Hofes Wienkämper und Umnutzung zu einem zentralen Besucherzentrum vor (S.25). Als Naturinformationszentrale und möglicherweise gastronomischen Angeboten könnte hier ein Anlaufpunkt entstehen.

#### Radfahren

In Ibbenbüren sind zahlreiche Radwege vorhanden. Nicht zuletzt durch Bürgerinitiativen kommen regelmäßig neue Streckenabschnitte hinzu. Dabei ist insbesondere die Verbindung zwischen den Ortsteilen von großer Bedeutung. Von einer Anbindung insbesondere der Innenstadt und der Freizeiteinrichtungen mit den überregionalen Radwanderwegen (z.B. durch entsprechende Beschilderung) kann nicht nur die Ibbenbürener Bevölkerung profitieren, sondern auch der innerstädtische Einzelhandel und die Freizeiteinrichtungen.

Ein besonderes Interesse sollte auf eine attraktive Radwegeverbindung zu für die Naherholung besonders wertvollen Anziehungspunkten wie Rudolphhalde oder Kulturspeicher Dörenthe (siehe unten) gelegt werden. Entlang der Trasse der Teutoburger Waldeisenbahn kann ein attraktiver Rundweg mit Haltepunkt in Dörenthe verlaufen.

#### Wasserwandern

Wasserwandern mit Sportbooten und Motoryachten ist zwar aufgrund seiner überregionalen Ausrichtung in erster Linie touristisch von Bedeutung, jedoch können über Charterboote oder Fahrgastschiffahrt auch den Ibbenbürenern Möglichkeiten erschlossen werden, wenn eine entsprechende Anlegestelle vorhanden ist.

Eine Nutzung der Kanäle für andere Arten des Wassersports ist im Stichkanal in Püßelbüren möglich. Dieser bietet z.B. Raum für Ruderregatten. Wasserski in Form einer Wasserskianlage ist aufgrund der zu geringen Breite des Kanals nicht möglich.

#### Verknüpfung

Das Mittel, um die Potenziale der Naherholungsgebiete auszuschöpfen, ist die Schaffung von attraktiven Anlaufpunkten. Optimal ist dabei die Bündelung verschiedener Wanderrouten und "Verkehrsträger" an einem Ort. Hier wird am Standort Dörenthe ein hohes Potenzial gesehen. Neben der Lage am Dortmund-Ems-Kanal einschließlich des vorhandenen Hafenbeckens verläuft hier in unmittelbarer Nähe die Dortmund-Ems-Kanal-Radwanderroute.

Die Ibbenbürener können diesen Standort gezielt ansteuern und dort z.B. auf Charterboote oder Fahrgastschiffe umsteigen. Konkreter Anlaufpunkt in Dörenthe könnte der Kulturspeicher werden, der als öffentliche Einrichtung seine Potenziale noch weiter ausschöpfen kann. Im Zuge der wachsenden Elektromobilität bei Fahrrädern wird davon ausgegangen, dass der Teutoburger Wald auch für Senioren bald kein Hindernis mehr darstellen wird.

Direkt am Hafen befindet sich ein Bahnhof der Teutoburger Waldeisenbahn, die als Freizeitbahn auch gelegentlich Dörenthe ansteuert, was zu einem zusätzlichen Besucherpotenzial führt. Im Falle einer Stilllegung der Strecke ist über die Umwandlung der Trasse in eine Radwanderoute nachzudenken.

#### 4. Ziele, Leitlinien

Ziel kann es sein, konkrete Ausflugsziele im Verlauf der bestehenden (Rad-)Wander- und Kanalfreizeittrouten zu schaffen, z.B. die Rudolphalde oder den Kulturspeicher. Im Bereich des Teutoburger Waldes kann dies für Wanderer im Bereich Hof Wienkämper erfolgen, wo eine Naturinformationszentrale mit Gastronomie entstehen kann.

Dörenthe bietet die Möglichkeit, mehrere Freizeitangeboten zu vernetzen und einen attraktiven Anziehungspunkt sowohl für Rad- als auch Wasserwanderer zu bieten.

#### 5. Maßnahmen

##### Kulturspeicher als Anlaufpunkt für Wasser- und Radwanderer ausbauen

- Schnittstelle Wasserwandern / Radwandern / Teutoburger Waldeisenbahn / Freizeiteinrichtungen
- Beschilderung zu den Freizeiteinrichtungen
- Fahrradverleih für Wassertouristen (siehe Projekt Ibbenbürener Stadtrad, Oberziel 44)
- Bürgerwerkstatt: Floßüberquerungen am Kanal – Spaßangebot als zusätzlicher Anziehungspunkt am Kulturspeicher
- Verbesserung der Zuwegung von der B 219

Akteure: <b>Stadtmarketing</b> , Kulturspeicher Dörenthe e.V.	Zeitraum: 2020
	Priorität: mittel

##### Schaffung einer Anlegestelle am Kulturspeicher

- Sportboothafen im vorhandenen Hafenbecken
- Charterboothafen
- Kanalfahrten mit Personenschiffen (analog Rhein-Herne-Kanal)
- Bürgerwerkstatt: Anzeige in Fachliteratur auf mögliche Anlegestelle schalten
- Einbindung in Charternetzwerke im Ruhrgebiet
- Durchführung einer Potenzialuntersuchung

Akteure: <b>Stadtmarketing</b> , Wasser- und Schifffahrtsamt, Kulturspeicher Dörenthe e.V.	Zeitraum: 2020
	Priorität: hoch

##### Freizeitbahnhof am Kulturspeicher

- Wenn ein touristischer Anlaufpunkt am Kulturspeicher geschaffen wurde, könnte die Teutoburger Waldeisenbahn häufiger den Kulturspeicher ansteuern
- Höhere Auslastung der neu zu schaffenden touristischen Infrastruktur
- Fahrradmitnahme für Ibbenbürener Tagesausflügler

Akteure: <b>Stadtmarketing</b> , Eisenbahn-Tradition e.V., Kulturspeicher Dörenthe e.V.	Zeitraum: 2020
	Priorität: gering

##### Nachnutzung von Halden und Abgrabungen durch Freizeit

- Joggen, Mountainbiking, Wandern, Skifahren / Rodeln, Aussichtsplattform, Gastronomie, Motocross, Crosslaufen, Sonderevents
- Verbindung der beiden Halden zu einem Freizeitbereich
- Frühzeitige Anpassung der Haldenkubatur an spätere Nutzung
- Kulturveranstaltungen an außergewöhnlichen Orten (siehe Oberziel 45)
- Bürgerwerkstatt: Nutzung des Uffelner Steinbruchs als Archäologie- / und Kletterpark

- Potenzialuntersuchung zu Freizeitnutzungen

Akteure: <b>Stadtmarketing</b> , RAG	Zeitraum: 2040
	Priorität: gering

### **Kauf und Umnutzung Hof Wienkämper**

- Aufwertung des Naturparks TERRA.vita durch Kauf des Hofes Wienkämper und Umnutzung zu einem zentralen Besucherzentrums (vgl. Wirtschaftsförderung Metropole Ruhr GmbH 2008, S.25)
- Anlaufpunkt als Naturinformationszentrale und möglicherweise gastronomischen Angeboten könnte hier ein entstehen

Akteure: <b>Stadtmarketing</b> , TERRA.vita, Eigentümer, FD Liegenschaften, FD Stadtplanung	Zeitraum: 2012
	Priorität: gering

### **Aufwertung der Wanderwege**

- Handlungsspielräume im Teutoburger Wald: fehlende Naturinformationszentrale, fehlende Hinweisschilder für Wanderwege, geringe Aufenthaltsqualität an Wanderwegen

Akteure: <b>Stadtmarketing</b> , OstWestfalenLippe Marketing GmbH	Zeitraum: 2012
	Priorität: mittel

### **Anbindung an die überregionalen Radwanderrouten**

- Ausschilderungen mit "Abzweigungen" von den Fernradwegen zu den Freizeiteinrichtungen und der Innenstadt
- Weitere Ausschilderung von Anziehungspunkten wie Rudolphhalde oder Kulturspeicher
- Fahrradmitnahme im ÖPNV verbessern

Akteure: <b>Stadtmarketing</b>	Zeitraum: 2012
	Priorität: gering

### **Fahrradweg entlang der Teutoburger Waldeisenbahn**

- Prüfung der Möglichkeit eines Radweges entlang der Bahntrasse zwischen Dörenthe und Innenstadt
- Im Falle einer Stilllegung der Strecke ist über die Umwandlung des Schienenweges in eine Radwanderroute nachzudenken

Akteure: <b>Verkehrsplanung</b> , Stadtplanung, Flächeneigentümer	Zeitraum: 2020
	Priorität: gering

### **Verknüpfung von Innenstadt und freier Landschaft entlang der Aa**

- Vgl. Oberziel 38

### **Seniorenerechte Verbesserung und Vermarktung der Naherholungsgebiete**

- Vgl. Oberziel 8

### **Herstellung einer E-Bike-Infrastruktur**

- Vgl. Oberziel 30

### **Rudersport im Stichkanal**

- Alternative zur Nutzung als Hafenbecken
- Herstellung einer Infrastruktur zur Wettkampftauglichkeit

Akteure: <b>Stadtsportverband</b> , Stadtplanung	Zeitraum: 2020
	Priorität: gering



## 43. Der Aasee und der Werthmühlenplatz sollen zur Stärkung der Kernstadt beitragen!

### 1. Anlass, Relevanz, Problemstellung

Mit dem Aasee verfügt Ibbenbüren über ein Naherholungsgebiet, welches in direkter Nähe der Innenstadt liegt und diese mit der freien Landschaft verbindet. Der Aasee hat seine Potenziale als Erholungsraum für die Ibbenbürener noch nicht ausgeschöpft, wie auf den Bürgerwerkstätten angemerkt wurde.

Westlich der Münsterstraße befindet sich das Gelände an der Werthmühle, welches derzeit z.T. brach liegt und Raum für neue Nutzungen bieten kann. Aasee und Werthmühle bieten aufgrund ihrer Lage die Möglichkeit, die Innenentwicklung Ibbenbürens zu stärken – sowohl in Bezug auf eine mögliche Bebauung, als auch um den Freizeitwert zu erhöhen.

Zwischen beiden Arealen befindet sich an deren Verbindungsstelle mit der Kreuzung Münsterstraße / Werthmühlenstraße ein Verkehrsknotenpunkt, der sowohl Verteilerfunktion hat, als auch Stadteingang ist, jedoch als wenig attraktiv wahrgenommen wird. Zudem trennt er beide Bereiche voneinander. Obwohl beide Bereiche direkt von diesem Punkt aus zugänglich sind, sind sie insbesondere für Ortsfremde kaum einseh- oder wahrnehmbar.

### 2. Situationsbeschreibung / Analyse, Bewertung, Thesen

Auf dem Werthmühlengelände befinden sich neben einem großen Schotterparkplatz zwei Sportplätze, die langfristig umgenutzt werden können. Der Bachlauf der Aa und der hohe Baumbestand machen neben der zentralen Lage die Attraktivität des Areals aus.

Zwar bietet das Areal somit theoretisch einen hohen Naherholungs- und Freizeitwert, jedoch sollte eine Verbindung mit anderen Naherholungsgebieten gewährleistet werden. Die Bedingungen dafür sind gut, zumal beide Bereiche direkt in die freie Landschaft übergehen.

Analog zu den Ergebnissen im Handlungsfeld Bevölkerung und Wohnen eignet sich die Werthmühlfläche für innenstadtnahe Wohnnutzung, insbesondere für Wohnprojekte. Sowohl Senioren als auch Familien werden die zentrale Lage in Verbindung mit der Nähe zum Aasee und der offenen Landschaft zu schätzen wissen. Aufgrund der besonders guten Lage und der Naherholungsmöglichkeiten in unmittelbarer Nähe sollte eine verdichtete Bauweise umgesetzt werden. Ein Schwerpunkt auf ökologische Bauweise und hohe Energiestandards wird ebenfalls dem Standort gerecht. Dabei sollte jedoch darauf geachtet werden, Naherholungsfunktionen nicht einzuschränken und landschaftliche Qualitäten z.B. durch Renaturierung der Aa (Oberziel 38) zu verbessern.



Platz an der Werthmühle, Aasee





Werthmühle und Aasee (Luftbild: Stadt Ibbenbüren)

Als Naherholungsgebiet in unmittelbarer Nähe zur Innenstadt kommt dem Aasee für die Freizeitgestaltung der Ibbenbürener eine besonders hohe Bedeutung zu. Dabei geht es zum einen darum, die Natur zu genießen – ein gut ausgebauter Rundweg ist vorhanden – zum anderen, Freizeitaktivitäten auszuüben. Insbesondere bei letzterem wurden in den Bürgerwerkstätten mehr Angebote gewünscht.

Als positives Beispiel wurde dabei der Beach-Club genannt. Hierbei handelt es sich um einen künstlichen Strand mit Gastronomie, auf dem regelmäßig Veranstaltungen stattfinden, wie Boule- und Kubb-Turniere und Kinderfeste. Geplant ist der Bau eines Wasserspielplatzes. In direkter Nähe befindet sich eine Segelschule. Darüber hinaus sind zahlreiche weitere Freizeitangebote denkbar:

Es bietet sich an, den Bereich westlich der Engstelle des Aasees, wo sich auch die Segelschule und der Beach-Club befinden, um neue Freizeitaktivitäten zu ergänzen. Dabei sind eine Surfschule und ein Tret-/Ruderbootverleih gut mit der vorhandenen Segelschule vereinbar. Nördlich und südlich der Engstelle sind zahlreiche Freiflächen vorhanden, um eine Dirt-Bike- oder Minigolfanlage oder Beach-Volleyballfelder unterzubringen. Verbindendes Element könnte eine Floßüberquerung über die Engstelle werden.

Neben der Freizeitfunktion bietet der Bereich Aasee attraktive Bauplätze, zumal zahlreiche Freiflächen um den See herum vorhanden sind. Zwar stellt sich die Frage nach der Akzeptanz einer höheren Bebauungsdichte in Ufernähe, jedoch kann eine Bebauung z.B. auf der Fläche des Bauhofs in jedem Fall eine Aufwertung der jetzigen Situation bewirken. Wie das Beispiel WunschWohnen zeigt, finden alternative Wohnnutzungen im Bereich des Aasees eine positive Resonanz und hohe Nachfrage. Daher sollte eine Bebauung des Bauhofgeländes ermöglicht werden. Nicht zuletzt aufgrund der direkten Nachbarschaft zu Versorgungseinrichtungen bietet sich die Fläche insbesondere für Seniorenwohnen an. Neben Wohnnutzung ist auch Gastronomie und Gastgewerbe denkbar.

Auch wenn es diesbezüglich bisher keine konkreten Anfragen gab, ist die Standorteignung besonders hoch und ein Hotel auch vor dem Hintergrund einer Belebung des Aasees wünschenswert.

Damit die Kernstadt stärker von einer Aufwertung der Werthmühle und des Aasees profitieren kann, sind attraktive und separat von den Hauptverkehrsstraßen verlaufende Fuß- und Radwegeverbindungen zu schaffen. Zur Verbindung zwischen Werthmühle und Innenstadt bieten sich die Süd- oder Arenbergstraße an. Zur Verbindung zwischen Aasee und Innenstadt wird eine Route über die Diekwiese und den rückwärtigen Bereich des Gerichtsgebäudes vorgeschlagen (vgl. Oberziel 48).

### 3. Ziele, Leitlinien

Ziel ist es, die Nutzungsintensitäten sowohl im Bereich Werthmühle als auch im Bereich Aasee zu erhöhen. Die Werthmühle kann dabei als innenstadtnaher Wohnstandort insbesondere für alternative Angebote (Wohnprojekte, Öko-Siedlung) entwickelt werden. Die derzeit im Rahmen eines Ausbildungsprojektes erarbeiteten Entwürfe von Städtebaureferendaren sollten bei Eignung als Grundlage herangezogen werden.

Im Bereich Aasee sind insbesondere die Potenziale als Freizeitstandort auszubauen. Insbesondere der Bereich an der Engstelle kann hier als Fixpunkt dienen. Der Bauhof bietet Raum für hochwertige Bebauung. Um hier eine hohe Qualität zu gewährleisten, sollte ein architektonisches Wettbewerbsverfahren vorgeschaltet werden.

Der Kreuzungspunkt Münsterstraße / Werthmühlenstraße ist als Stadteingang gestalterisch aufzuwerten. Darüber hinaus ist die Möglichkeit einer besseren Einsehbarkeit des Aasees von der Münsterstraße aus zu prüfen.

Um die Innenstadt an die Naherholungsgebiete anzuknüpfen, sind attraktive Fuß- und Radwegeverbindungen zwischen Zentrum und Aasee sowie Zentrum und Werthmühle einzurichten.

### 4. Maßnahmen

#### Zusätzliche Freizeitnutzung am Aasee

- Besondere Eignung im Bereich der Engstelle, Nähe Beach-Club und Segelschule
- Dirt-Bike-Anlage, Minigolf, Beachvolleyball, Surfschule, Bootsverleih, Mehrgenerationenspielfeld
- Aufwertung des Wohnmobilstellplatzes
- Bürgerwerkstatt: Brücke über den Aasee an Engstelle, Errichtung als Ausbildungswerkstatt durch Jugendliche (alternativ: Floßüberquerung)

Akteure: Private	Zeitraum: 2020
	Priorität: gering

#### Ausbau von Wegeverbindungen in und zur Innenstadt

- Vgl. Oberziel 48

#### Neubebauung des Bauhofs

- Z.B. Investorenwettbewerb
- Alternative Wohnnutzungen (vgl. WunschWohnen)
- Gastronomie und Gastgewerbe

Akteure: <b>Stadtplanung</b> , Investoren	Zeitraum: 2012
	Priorität: hoch

### **Bereich Münsterstraße/Werthmühle aufwerten**

- Städteingang und Eingang zum Aasee-Bereich
- Städtebaulicher Rahmenplan für das Areal Werthmühle, Gewerbeareal zwischen Werthmühlenstraße und Münsterstraße, Gewerbeflächen südlich Gerichtsweg, Bauhof, Mühlenteich
- Blickbeziehungen zum Aasee herstellen

Akteure: <b>Verkehrsplanung</b> , Stadtplanung, Straßenbaulastträger	Zeitraum: 2020
	Priorität: mittel

### **Wohnbebauung auf dem Werthmühlenareal**

- Eignung für Wohnprojekte, sowohl von Senioren als auch Familien
- Verdichtete Bauweise umgesetzt werden
- Schwerpunkt auf ökologische Bauweise und hohe Energiestandards
- Keine Einschränkung der Naherholungsfunktionen
- Landschaftliche Qualitäten z.B. durch Renaturierung der Aa (Oberziel 38) verbessern

Akteure: <b>Stadtplanung</b> , Fachdienst Schulen, Sport und Bäder	Zeitraum: 2020
	Priorität: mittel



## 44. Ibbenbüren soll touristisch stärker von der überregionalen Anziehungskraft der Freizeiteinrichtungen profitieren!

### 1. Anlass, Relevanz, Problemstellung

Tourismus in Deutschland wird immer beliebter. Hier kann Ibbenbüren von aktuellen Reisetrends profitieren. Die Kurzurlaubsreisen gewinnen besonders bei Menschen, die in Ballungsräumen leben und arbeiten, an Bedeutung. Hierbei werden Reiseziele mit kurzen Fahrtzeiten und einfacher Erreichbarkeit bevorzugt. Das Bedürfnis nach Ruhe und Naturerleben in einer intakten Umwelt wird bei einer großen Zahl von Urlaubern zunehmen. Allgemeinen Nachfragetrends entsprechend, werden Reisende zunehmend qualitäts-, aber auch preisbewusster und spontaner in ihren Reiseentscheidungen. Weitere wichtige angebots- und nachfragebezogene Trends sind u. a. generell internationaler und transparenter werdende Märkte, eine Zunahme des Wettbewerbs, die wachsende Bedeutung älterer Reisender gegenüber jüngeren und Familien, immer mehr (Städte-) Touristen mit spezifischen Reiseinteressen, qualitätsbewusster und preissensibler werdende Kunden sowie nicht zuletzt neue Kommunikations- und Vertriebstechнологien (Deutscher Tourismusverband 2006, S.4, 19).

Dies wirkt sich auch auf den Kreis Steinfurt aus, so dass von einer positiven Entwicklung der Tourismusbranche im Kreis Steinfurt auszugehen ist. Darüber hinaus besteht der Trend, dass die Menschen zwar öfter, aber dafür wesentlich kürzer verreisen. Für den Tourismus im Kreis Steinfurt besteht hierbei die Chance, neue Gäste – bspw. aus dem Ruhrgebiet oder den Niederlanden – zu erschließen. Aufgrund starker Konkurrenz im Umland besteht jedoch auch die Gefahr, dass für den Kreis Steinfurt kein Wachstum zu erwarten ist, bzw. allenfalls mit einer anderen Verteilung zu rechnen ist (Kreis Steinfurt 2008, S.80). Dies kann jedoch aktiv beeinflusst werden.

Ibbenbüren verfügt über zahlreiche attraktive Freizeiteinrichtungen und Naherholungsgebiete und ist an überregionale Tourismusgebiete sowie Rad- und Wanderrouten angeschlossen. Dennoch kann Ibbenbüren noch stärker von diesen Potenzialen profitieren, in dem es weniger als touristisches Transitgebiet, sondern als wichtiger Wegepunkt wahrgenommen wird. Daher sollte angestrebt werden, die vorhandenen Attraktionen zusammengefasst zu vermarkten, um Besucher anzuregen, auch über Nacht zu bleiben, um die Wahrnehmung weiterer Attraktionen zu erhöhen und um das Image der Stadt zu verbessern. Reiseanlässe müssen geschaffen und herausgestellt werden: Mögliche Standort- und Größennachteile Ibbenbürens können durch besonders kreative Angebote in Trend- und Nischensegmenten ausgeglichen werden.

Dabei ist die Stadt weniger für Städtereisende von Interesse. Die Daten von Reiseanalysen legen nahe, dass hier im letzten Jahrzehnt die Bedeutung kleinerer Städte zugunsten der größeren abgenommen hat (Deutscher Tourismusverband 2006, S.8). Naherholungsgebiete und Freizeiteinrichtungen sind somit der ausschlaggebende Anziehungspunkt für Touristen in Ibbenbüren.

Auf Grund des anhaltenden Trends zu kurzfristigen Reiseentscheidungen und kürzeren Reisen, der Ausweitung von Low-Cost-Angeboten und der Tendenz, dass ausländische Gäste bevorzugt gut erreichbare Destinationen mit einer hohen Erlebnisdichte besuchen (Deutscher Tourismusverband 2006, S.19), können auch ausländische Urlaubsgäste, z.B. aus Holland, zu einem Wachstum des Fremdenverkehrs in Ibbenbüren beitragen.

Es wird davon ausgegangen, dass Ibbenbüren wie in Oberziel 37 dargestellt mit seinem Schwerpunkt auf (Rad-)Wander und Wassertourismus auch von einer durch den Klimawandel ausgelösten Verlängerung der Sommersaison touristische Wachstumsmöglichkeiten verzeichnen kann.

## 2. Situationsbeschreibung

In Ibbenbüren gibt es sowohl naturräumliche Anziehungspunkte als auch Freizeiteinrichtungen mit z.T. auch überregionalem Einzugsbereich:

Freizeitmöglichkeiten mit lokaler Anziehungskraft:

- Aaseebad
- Botanischer Garten
- Bürgerhaus
- Kulturspeicher

Freizeitmöglichkeiten mit regionaler Anziehungskraft:

- Teutoburger Wald (Wandern)
- Kletterpark
- Sommerrodelbahn
- Motorradmuseum
- Bergbaumuseum
- Teutoburger Waldeisenbahn

Freizeitmöglichkeiten mit überregionaler Anziehungskraft:

- Kanäle (Sportboote, Wasserwandern)
- Radwanderrouen (100 Schlösser-, Dortmund-Ems-Kanal-Route)
- Unterwasserpark Naturagart
- Dörenther Klippen (Klettern) und "Hockendes Weib"
- Musik Produktiv

## 3. Analyse, Bewertung, Thesen

### Naherholungsgebiete

Die Potenziale der naturräumlichen Gebiete Ibbenbürens sind hoch. 45 % der Urlaubsgäste in den ländlichen Regionen Nordrhein-Westfalens sind über 50 Jahre alt, stellen also einen überproportionalen Anteil dar. Gleichzeitig kommen die vorhandenen Naherholungsmöglichkeiten dieser Bevölkerungsgruppe entgegen. In einer Erhebung des Tourismus NRW e.V. über bevorzugte Urlaubsarten in NRW gaben 24 % Aktiv-Urlaub, 15 % Wander-/ Bergsteiger-Urlaub, 7 % Radfahr-/ Mountainbike-Urlaub an (Tourismus NRW 2008), was auf große Potenziale für die Ibbenbürener Erholungsgebiete schließen lässt.

Wandern in Deutschland ist für Urlauber preiswert, und trotzdem ein immenser Wirtschaftsfaktor vor allem in ländlichen Gegenden. Jährlich geben Wanderer 11,2 Milliarden Euro aus, allein in den Regionen schafft dies 144.000 Arbeitsplätze. Einer Studie im Auftrag der Deutschen Wanderverbandes zufolge wandern fast 40 Millionen Deutsche. Jedes Jahr unternehmen sie 370 Millionen Tagesausflüge, dazu kommen 8,7 reine Wandertouren oder Urlaube mit einzelnen Wanderausflügen. Auf jeden Wanderurlaub entfallen im Schnitt 3,5 Übernachtungen, sodass mehr als 30 Millionen Gästeübernachtungen im Jahr auf das Konto der Wanderurlauber gehen (Süddeutsche Zeitung vom 13.03.2010).

Um wirtschaftlich von seinen Wanderwegen profitieren zu können, muss mehr Wertschöpfung in Ibbenbüren generiert werden. Entlang des Hermannweges ist derzeit ein Campingplatz vorhanden. Die Dörenther Klippen stellen eine natürliche Attraktion dar. Diese sind jedoch eine reine Sehenswürdigkeit und weniger eine Anlaufstelle. Diese Funktion könnte der Hof Wienkämper als Naturinformationszentrale einnehmen (siehe Oberziel 42). Aufgrund der direkten Nähe zur Autobahnanschlussstelle kann hier auch ein Startpunkt für Wanderer aus der Region entstehen.

Das wassertouristische Potenzial in Deutschland lässt sich auf der Grundlage vorhandener Daten nur erahnen. Aufgrund der Erfahrungen einzelner Bundesländer ist jedoch davon auszugehen, dass die touristischen Möglichkeiten für den Wassertourismus in Deutschland noch nicht ausreichend

genutzt werden (Deutscher Tourismusverband 2003). Hierzu zählen in Ibbenbüren Wasserwandern und vor allem der Motoryachttourismus.

Auch hier kann Ibbenbüren nur profitieren, wenn es einen touristischen Anlaufpunkt bietet. Grundvoraussetzung hierfür ist eine Anlegestelle oder ein Sportboothafen. Ein solcher Hafen ist nur sinnvoll, wenn es eine Verknüpfung von wasser- und landseitigen Angeboten gibt sowie deren Erreichbarkeit gewährleistet ist. Hier bietet Dörenthe mit dem vorhandenen Hafenbecken und der Nähe zu zahlreichen Freizeiteinrichtungen wie dem Unterwasserpark, dem Botanischen Garten und den Dörenther Klippen die nötigen Voraussetzungen.

In Oberziel 42 wurden die Potenziale des Bereichs am Kulturspeicher als Ausflugsziel für die Ibbenbürener genannt, da hier Kanalfreizeit, Radwanderrouten und die Museumsbahn zusammenreffen. Dieses Potenzial wird auch für den Tourismus gesehen. Ein Umsteigepunkt könnte in Form einer Fahrradverleihstation den Wassertouristen ermöglichen, mit dem Fahrrad die Freizeiteinrichtungen anzusteuern. Umgekehrt können Charterboote für Fahrradtouristen interessant sein. Neben einem Fahrradverleih kommt hier Gastronomie (z.B. Biergarten) und Gastgewerbe (z.B. Bett & Bike) eine wichtige Rolle zu, um weitere Gründe für einen Zwischenstopp zu bieten.

In diesem Zusammenhang sollte die Rad- und Buswegeverbindung zwischen Dörenthe und Ibbenbüren verbessert werden. Für Radfahrer bieten sich hierbei entlang der Bahntrasse attraktive Möglichkeiten. Eine Grundvoraussetzung für ein Funktionieren eines touristischen Anziehungspunktes am Kulturspeicher ist eine Verbesserung der Zuwegung von der B 219. Derzeit ist der Speicher von Ibbenbüren kommend schwer zu finden.

Mögliche Konflikte können sich aufgrund des vorhandenen Gewerbebetriebes südlich des Speichers ergeben, wo Schüttgut verladen wird. Zwar schließen sich beide Nutzungen nicht aus, doch ist bei einem tatsächlich starken Wachstum eines touristischen Anziehungspunktes am Kulturspeicher darüber nachzudenken, ob dem Betrieb im Zuge einer Hafenerweiterung (Oberziel 21) in Uffeln ein Alternativstandort angeboten werden kann.

Ein Beispiel aus dem Ruhrgebiet zeigt, wie die Potenziale von Kanälen ausgeschöpft werden können: Die Entwicklung und Vermarktung des Ruhrgebietes als neues Sportbootrevier steht im Vordergrund einer Kampagne des Landes NRW und der „Ruhrgebiet Tourismus GmbH & Co KG“. Seit 2001 läuft die Kampagne „Spannendes Land in Sicht“. Das Kanalnetz im Ruhrgebiet wurde mit Infrastruktur versehen, die es den Besuchern ermöglicht, die Attraktionen auch auf dem Wasserweg anzufahren. Dies ist die Grundlage für den Aufbau eines zukünftigen Charternetzwerkes, welches auch als langfristiges Ziel in der Projektplanung festgehalten ist. Sechs Liegestellen mit Übernachtungsmöglichkeiten und zwei Marinas wurden in diesem Rahmen ausgebaut, verschiedene Tourenvorschläge ausgearbeitet und ansprechendes Kartenmaterial für Gäste erstellt. Die „Ruhrpottcard“ als Sammeleintrittskarte für eine Vielzahl an Attraktionen und Erlebniseinrichtungen rundet das Angebot zu einem Gesamtprodukt ab (Deutscher Tourismusverband 2003, S.37). Ibbenbüren kann aufgrund seiner Nähe zum Ruhrgebiet und der direkten Kanalverbindung von dieser Entwicklung profitieren.

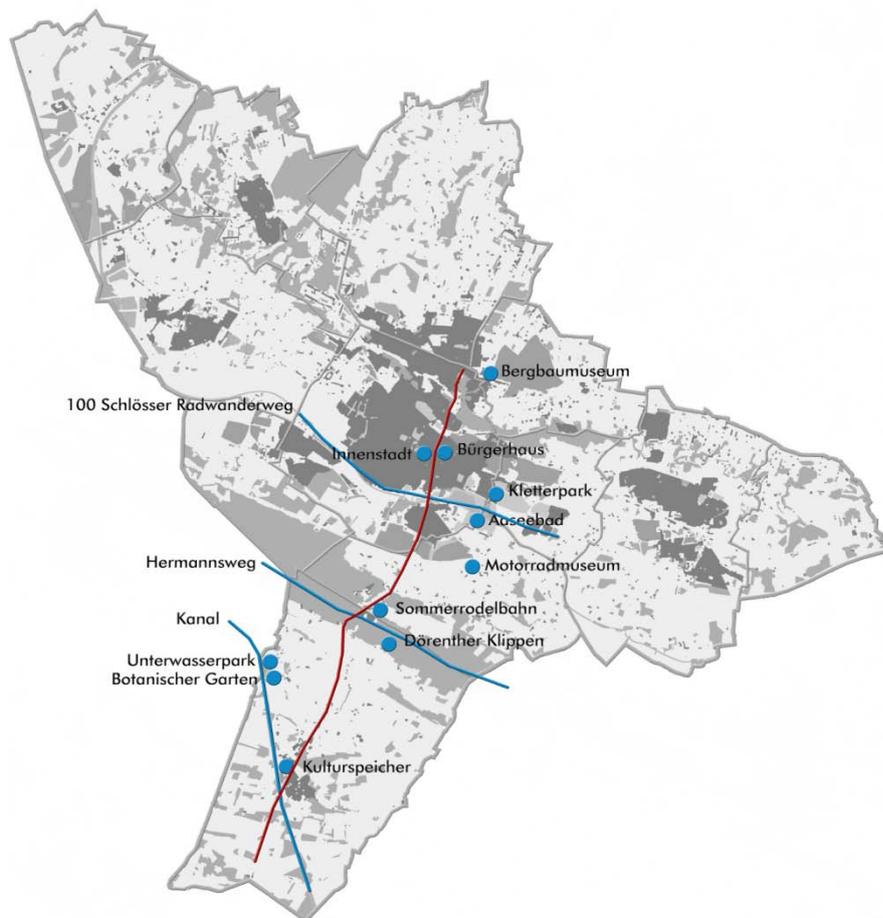
## **Freizeiteinrichtungen**

Neben den Naherholungsmöglichkeiten verfügt Ibbenbüren über eine Vielzahl an Freizeiteinrichtungen. Einzeln betrachtet entfalten diese jedoch nicht genügend Strahlkraft, um Ibbenbüren als Freizeitort bekannt zu machen. Insbesondere die Einrichtungen mit überregionaler Anziehungskraft wie der Unterwasserpark und die Dörenther Klippen sind zwar überregional einzigartig, sprechen jedoch eher einzelne Zielgruppen an. Gleiches gilt für Musik Produktiv, das als Musikinstrumentehandel und Technikverleih für Konzertereignisse in Fachkreisen bekannt ist. Alle drei Einrichtungen sind vor allem für Tagesbesucher interessant, die bisher wenig Grund gesehen haben, Ibbenbüren weiter zu erkunden. Gemeinsam ist jedoch allen drei Einrichtungen, dass sie ein eher junges und erlebnisorientiertes Publikum ansprechen.

Um die Anziehungskraft der Freizeiteinrichtungen zu erhöhen ist vor allem die qualitative Aufwertung der bestehenden Einrichtungen und besserer Service notwendig. Aufwertungspotenziale bieten

hier neben der Sommerrodelbahn die Dörenther Klippen (fehlende Parkmöglichkeiten, fehlende sanitäre Anlagen) und der Botanische Garten.

Hauptaugenmerk sollte jedoch auf eine Vernetzung der Angebote gelegt werden, zumal hier gute Voraussetzungen bestehen. Die Analyse hat ergeben, dass sich alle touristischen Anziehungspunkte mit Ausnahme von Musik Produktiv in unmittelbarer Nähe der Bundesstraße 219 bzw. der Landesstraße 832 befinden. Darüber hinaus kreuzt dieser Verkehrsweg auch die (Rad-)Wanderrouen (100-Schlösser-Route, Dortmund-Ems-Kanal-Route, Hermannsweg) und den Dortmund-Ems-Kanal und führt direkt an der Ibbenbürener Innenstadt vorbei. Im Zentrum dieser Achse befindet sich die Autobahnanschlussstelle Ibbenbüren, was in Anbetracht der Tatsache, dass das eigene Auto mit 81 % das Hauptanreisemittel für ländliche Regionen in Nordrhein-Westfalen ist, eine weitere Lagegunst darstellt (Tourismus NRW 2008).



#### *Touristische Anziehungspunkte in Ibbenbüren an der B 219*

Denkbar ist daher, die Verkehrsachse als eine "Freizeitroute Ibbenbüren" zu vermarkten. Dies beinhaltet, dass diese Einrichtungen eine Interessengemeinschaft bilden und gemeinsam Werbemaßnahmen durchführen (Internetportal, Broschüre, Flyer, Messen). Auch das Stadtmarketing sollte dieses Thema bei der Gestaltung des Gästejournals aufgreifen. Für die Freizeitroute wird ein eigenes Corporate Design entwickelt, das sich in einheitlichen Beschilderungen, Werbeartikeln und ggf. auch innerhalb der Einrichtungen wiederfindet. Insbesondere die Ibbenbürener Kirmes ist eine Veranstaltung, auf der entsprechendes Material verteilt werden kann. Neben den Freizeiteinrichtungen sollten auch die Anlaufpunkte entlang der Naherholungsgebiete (Kulturspeicher, Hof Wienkämper) eingebunden werden.

Synergieeffekte können durch eine "Ibbenbüren-Card" erlangt werden. Wer ein Musikinstrument kauft oder einen Tauchkurs macht, bekommt automatisch die Card ausgehändigt und erhält ein

Jahr ermäßigte Preise in allen anderen Einrichtungen und den Geschäften in der Innenstadt. Auch das Gastgewerbe sollte hier eingebunden werden.

Werbemaßnahmen können durch die Vielseitigkeit des Angebotes auch zielgruppenspezifisch erfolgen. Für die Generation 50+ werden Rad- und Wanderrouten, der Naturpark TERRA.vita und der Botanischer Garten beworben. Für Familien sind Kletterwald und Sommerrodelbahn interessant. Für Schüler und Studenten werden gezielt Tauchen, Klettern und Mountainbiking beworben.

Trotz der vorhandenen Potenziale, Ibbenbüren auch für überregionale Gäste als Ausflugs- oder Urlaubsziel interessant zu machen, fehlen dennoch Pull-Faktoren. Grund dafür sind die eher auf begrenzte Zielgruppen zugeschnittenen überregionalen Freizeiteinrichtungen. Es fehlt ein Anziehungspunkt "für jedermann".

Ankerpunkt könnte der Bereich des Kulturspeichers Dörenthe sein. Einschließlich Fahrradverleih, Gastronomie, Hotel, Bahnhof, Sportboothafen, Charterbooten, Fahrgastschiffahrt (...) würde hier der südliche Kopf der Freizeitroute entstehen. Ein weiteres Potenzial für einen nördlichen Kopf der Route bildet langfristig das Bergwerk. Nach Stilllegung können besondere Angebote in Form eines Erlebnisbergwerks entwickelt werden, einschließlich der in den Bürgerwerkstätten eingebrachten kulturellen Nutzungen ("Kultur unter Tage"). Da vergleichbare Angebote bereits in anderen Regionen bestehen, ist eine vorausgehende Marktanalyse erforderlich.

Durch die Verlagerung von bestehenden Einrichtungen an diese Kopfpunkte können langfristig Angebote gebündelt und weitere Synergieeffekte erzielt werden. In Frage kommt neben dem Motorradmuseum auch der Kletterwald. Nach Abschreibung könnten sowohl der Standort am Kanal als auch das Bergwerk (über und unter Tage) hier neue Anziehungskräfte entfalten.

#### 4. Ziele, Leitlinien

Da Ibbenbüren zwar über zahlreiche einzelne Attraktionen verfügt, diese jedoch auch in erster Linie einzeln wahrgenommen werden, müssen Synergieeffekte durch eine gemeinsame Vermarktung erzielt werden. Durch die Etablierung einer "Freizeitroute Ibbenbüren" und die Einführung einer "Ibbenbüren-Card" können Angebote miteinander vernetzt werden, so dass Aufenthalte verlängert werden, wovon auch die Innenstadt profitieren kann.

Um die Anziehungskraft weiter zu stärken, sind Einrichtungen zu schaffen, die Besucheraufkommen insgesamt erhöhen. Potenziale dafür befinden sich im Bereich Kulturspeicher Dörenthe und Bergwerk.

#### 5. Maßnahmen

##### Freizeitroute Ibbenbüren

- Ausgestaltung der B 219 / L 832 zwischen Dörenthe und Bergwerk als Freizeitroute Ibbenbüren mit gemeinsamer Vermarktung der Freizeitangebote und Bildung einer Interessengemeinschaft
- Entwicklung eines Corporate Design für Ausschilderung und Werbemaßnahmen
- Zielgruppenspezifische Werbemaßnahmen, Handliche Broschüre/Flyer über Ibbenbürener Freizeiteinrichtungen; Verteilung an allen Einrichtungen (private und öffentliche); Darstellung der Angebote auf [ibbenbueren.de](http://ibbenbueren.de) (deutlichere Verlinkung zum Stadtmarketing);
- Beschilderung von Nebenwegen von den Radwanderrouten zu den Ibbenbürener Freizeiteinrichtungen und zur Innenstadt
- Tafel mit Karte zu den Freizeitangeboten an allen Einrichtungen aufstellen
- Verlagerung von Einrichtungen an die Kopfpunkte der Freizeitroute
- Förderung einer vereinsgetragenen Struktur im Botanischen Garten

Akteure: <b>Träger der Freizeiteinrichtungen</b> , Stadtmarketing	Zeitraum: 2012
	Priorität: mittel

### Ibbenbüren-Card

- Ermäßigungen bei allen Einrichtungen entlang der Freizeitroute
- Einbindung von Einzelhandel und Gastgewerbe

Akteure: <b>Träger der Freizeiteinrichtungen</b> , Stadtmarketing, Werbegemeinschaft	Zeitraum: 2012
	Priorität: mittel

### Kulturspeicher als Anlaufpunkt für Wasser- und Radwanderer ausbauen

- Vgl. Oberziel 42

### Übernachtungsmöglichkeiten am Kulturspeicher schaffen

- Spezielle Angebote für Wasser- und Radwanderer
- Bürgerwerkstatt: Einfach und günstig; z.B. alte Eisenbahnwagons und Hausboote/Hotelschiff als Übernachtungsmöglichkeiten, ggf. auch Tipis für Gruppenreisen

Akteure: Private	Zeitraum: 2020
	Priorität: mittel

### Schaffung einer Anlegestelle am Kulturspeicher

- Vgl. Oberziel 42

### Ibbenbürener Stadtrad (Good-Practice-Bsp. nextbike)

- Vgl. Oberziel 30

### Wassertouristisches Konzept für den Dortmund-Ems-Kanal (Good-Practice-Bsp. Blaues Band Sachsen-Anhalt)

- Richtwerten zur Schaffung wassertouristischer Infrastruktur: Mehrstufiger Planungsprozess zur Entwicklung und Stärkung des touristischen Potenzials auf und an dem Kanal
- Regionale Einbettung
- Grundlagenuntersuchung, Veröffentlichung der Konzeption und eines benutzerfreundlichen Handbuchs (vgl. Deutscher Tourismusverband 2003)

Akteure: <b>Betroffene Kommunen</b> , Tourismus NRW e.V., Stadtmarketing, Wasser- und Schifffahrtsamt	Zeitraum: 2012
	Priorität: hoch

### Ausbau der touristischen Potenziale im Bereich Bergwerk

- Langfristige Maßnahme, nach und während des Betriebs möglich
- Erlebnismuseum, Markt, Kultur, Klettern, Geocaching, Kultur unter Tage

Akteure: <b>Private</b> , RAG	Zeitraum: 2040
	Priorität: mittel

### Nutzung der leer stehenden Tennishallen am Hof Bögel-Windmeyer für Indoor-Klettern

- Bürgerwerkstatt: Erweiterung des benachbarten Kletterwaldes (Ergänzung/Alternative: Indoor-Spielplatz)

Akteure: Private, FD Liegenschaften	Zeitraum: 2020
	Priorität: gering



## 45. Ibbenbüren soll mit außergewöhnlichen Standorten besondere Kulturveranstaltungen schaffen!

### 1. Anlass, Relevanz, Problemstellung

Ibbenbüren bietet ein für eine Kleinstadt ungewöhnlich vielseitiges Kulturangebot mit einer entsprechend hohen Akteursdichte. Vereinzelt wurde in den Bürgerwerkstätten die Meinung vertreten, Ibbenbüren könnte in diesem Bereich eine Konkurrenz zu den Oberzentren darstellen. Insgesamt herrscht eine hohe Zufriedenheit mit den kulturellen Angeboten vor.

Es wird davon ausgegangen, dass der Kulturtourismus zunehmen wird und regionaltypische Kulturangebote stärker nachgefragt werden (Kreis Steinfurt 2008, S.129). Da auch kulturelle Angebote zu den Standortfaktoren gehören, besteht die Möglichkeit, über die Kultur eine höhere Bekanntheit Ibbenbürens zu erreichen.

### 2. Situationsbeschreibung

Das breite kulturelle Angebot reicht vom Theater über Konzerte und Kleinkunst bis hin zum Kabarett. In den Spielstätten Bürgerhaus, Schauburg, Alte Sparkasse, Gemeindehaus Blickpunkt, Honigfabrik und Kulturspeicher wird ein umfangreiches Programm dargeboten. Hauptveranstalter und damit Träger der meisten Kultureinrichtungen und Spielstätten in Ibbenbüren ist die Stadt Ibbenbüren, vertreten durch den Fachdienst Kunst und Kultur, ergänzt um freie Träger, z.B. beim Kulturspeicher und der Schauburg, die nur in geringem Maße öffentlich bezuschusst werden. Musikalische Festivals wie "heiß & heftig" in der Innenstadt runden das Angebot ab.

Neben dem Kultur- und Veranstaltungskalender des Kreises Steinfurt werden in Zusammenarbeit mit dem Ibbenbürener Stadtmarketing regelmäßige Veranstaltungsführer der Stadt herausgebracht.

Ein besonderer Akteur der Ibbenbürener Kulturszene ist das Quasi So-Theater, eine freie Theatergruppe, die aus verschiedenen Volkshochschulgruppen hervorgegangen ist und aus 80 aktiven Mitgliedern besteht. Es wird über Einnahmen, Spenden und Kultur-Förderprogramme finanziert und hat mit der Schauburg eine eigene Spielstätte.

Angebote für Jugendliche werden insbesondere durch den PinkPop e.V. im Jugendkulturzentrum Scheune organisiert.

Ungewöhnliche Orte für kulturelle Open Air oder (Unter Tage-) Veranstaltungen sind in Ibbenbüren zahlreich vorhanden:

- Bergehalden
- Bergwerk
- Steinbrüche
- Aasee
- Kulturspeicher am Kanal
- Hallen auf Kohlenwäscheareal
- Umfeld Kühlturm

### 3. Analyse, Bewertung, Thesen

Auch im Rahmen anderer Oberziele, z.B. im Bereich Wirtschaft und Gewerbe, wurde die geringe Bekanntheit Ibbenbürens als Problem identifiziert. Der kulturelle Bereich kann hier medienwirksame Ereignisse schaffen.

Das kulturelle Angebot ist eine Stärke der Stadt Ibbenbüren, beschränkt sich bislang aber ausschließlich auf die Bürger Ibbenbürens und die umliegenden Gemeinden. Durch die Nutzung ungewöhnlicher Orte könnten jedoch neue regionale Zielgruppen erschlossen werden. Insbesondere den Bergwerksflächen wird dabei ein hohes Potenzial zugesprochen, da diese ein regionales Alleinstellungsmerkmal darstellen. In Zusammenarbeit mit der RAG Anthrazit Ibbenbüren GmbH können frühzeitig (mit möglichst geringem Aufwand) Erdarbeiten auf der Halde so durchgeführt werden, dass z.B. die Einrichtung einer Naturbühne am Haldenhang möglich ist, sobald eine thematisch passende Inszenierung einer Theaterveranstaltung anliegt.

Auch aufgegebene Bergwerksschächte würden Raum für ungewöhnliche Kulturveranstaltungen bieten, wie auf den Bürgerwerkstätten vorgeschlagen wurde, z.B. in Form von Lesungen, Märkten und bergbauspezifischen Ausstellungen. Solch eine "Kultur unter Tage" wäre ein in Deutschland einmaliges Angebot. Darüber hinaus könnte so ein weiterer touristischer Anziehungspunkt entsprechend dem Oberziel 44 entstehen. Auch der Kulturspeicher Dörenthe als potenzieller touristischer Anziehungspunkt könnte in seinem kulturellen Angebot noch stärker die Standortvorteile der Wasserlage nutzen.

Im Steinbruch der Firma Naturstein Schwabe fand im Jahr 2008 bereits ein Konzert von Justus Frantz für 2.500 Zuschauer statt.

Da wenig wahrscheinlich ist, dass an einem der genannten Ort eine dauerhafte neue Spielstätte errichtet werden kann – zumal in Ibbenbüren kein Mangel an Spielstätten herrscht – sind eher temporäre Einrichtungen im Sinne von kulturellen Zwischennutzungen, Events oder Festivals zu schaffen. Anstoßen könnte solche Spielstätten / Veranstaltungen z.B. das Quasi So-Theater, das alle für die Veranstaltung, Inszenierung und Darbietung notwendigen Akteure vor Ort hat und entsprechend flexibel auf unterschiedliche äußere Gegebenheiten reagieren kann. Um wirklich tragfähig Veranstaltungen zu schaffen, könnten jedoch auch externe Akteure eingebunden werden, z.B. die Freilichtbühne Tecklenburger Land.

Doch auch für andere regionale Schauspielgruppen könnten Veranstaltungen an einem solchen Ort reizvoll sein. Auf einer im Rahmen des Kreisentwicklungsprogramms geplanten Kreiskulturkonferenz – einem Informationsaustausch für Kulturschaffende und Kulturinstitutionen im Kreis und im Münsterland – können gemeinsame Projekte und förderpolitische Maßnahmen entwickelt werden (Kreis Steinfurt 2008, S.213). Auf diese Weise kann gewährleistet werden, dass es sich um wiederkehrende Ereignisse handelt, die eine Eigendynamik entwickeln können.

Von einer stärkeren regionalen Vernetzung mit gemeinsamer Terminkoordination, Veranstaltungshinweisen und Vermarktung würde insbesondere Ibbenbüren mit seinem überdurchschnittlichen Angebot profitieren. Das Kreisentwicklungsprogramm umreißt hier als zukünftiges Projekt die "Gelben Seiten der Kunst-, Kultur- und Freizeitangebote": Das Heft umfasst sämtliche nützlichen Informationen über die Angebote im Kreis Steinfurt im Bereich Kunst, Kultur und Freizeit mit Zeiten, Eintrittspreisen, Wegbeschreibungen u.ä. (Kreis Steinfurt 2008, S.309)

Besonders vielversprechend wäre eine Verbindung solcher Kulturveranstaltungen mit anderen, besonders publikumswirksamen Veranstaltungen in Ibbenbüren wie dem Chortreffen, dem Schnauferl-Treffen oder dem jährlichen Handballturnier, um zusätzliches Publikum zu generieren.

#### **4. Ziele, Leitlinien**

Die vor Ort vorhandenen Akteurskonstellationen können kulturelle Veranstaltungen an ungewöhnlichen Orten wie den Bergehalden oder unter Tage ermöglichen. Hier können für Ibbenbüren Alleinstellungsmerkmale geschaffen werden und die Bekanntheit der Stadt erhöht werden.

Um die Nachfrage nach solchen Veranstaltungen zu erhöhen, ist die regionale Vernetzung der Kulturschaffenden anzustreben und Angebote sind abgestimmt zu vermarkten. Insbesondere bei Veranstaltungen, die eine regionale Nachfrage generieren können, sind Termine zu koordinieren.

## 5. Maßnahmen

### Kulturveranstaltungen an besonderen Standorten

- Prüfung geeigneter Standort auf Zulässigkeit, Kosten und Nutzungsmöglichkeiten
- Workshop mit Kulturschaffenden
- Frühzeitige Interessenbekundung seitens der Kulturschaffenden bei der RAG Anthrazit Ibbenbüren GmbH in Bezug auf eine mögliche Herrichtung von Kulturstandorten
- Bsp. "Festival Sandstein & Musik" in Sachsen
- Einbindung lokaler und regionaler Akteure
- Verbindung solcher Kulturveranstaltungen mit anderen, besonders publikumswirksamen Veranstaltungen (z.B. "Heiß und heftig", Handballturnier, Kirmes)

Akteure: <b>Stadtmarketing</b> , Quasi So-Theater, RAG	Zeitraum: 2020
	Priorität: gering

### Regionaler Kulturführer

- Übersicht über alle Angebote z.B. im Landkreis
- Regionale Abstimmung über Kulturangebote, Terminkoordinierung
- Regionale Kooperation bei der Realisierung besonderer Kulturveranstaltungen

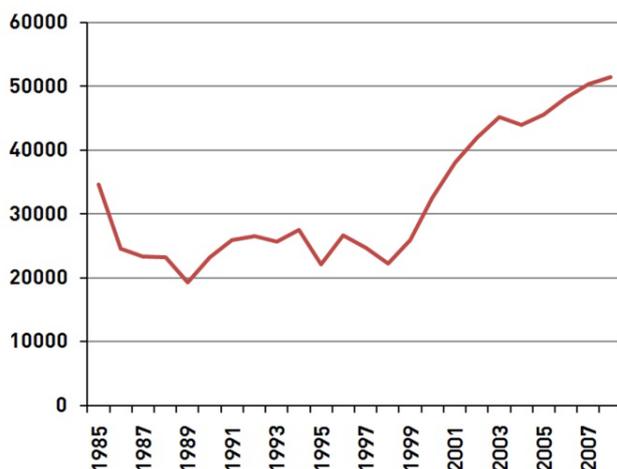
Akteure: <b>Kreis Steinfurt</b> , Stadtmarketing	Zeitraum: 2012
	Priorität: gering



## 46. Um Wachstumspotenziale im Tourismus auszuschöpfen, sollen die Angebote im Gastgewerbe ausgebaut werden!

### 1. Anlass, Relevanz, Problemstellung / Situationsbeschreibung

Derzeit ist eine hohe Auslastung der Ibbenbürener Beherbergungsbetriebe festzustellen, die zu Kapazitätsengpässen führt. Zurückzuführen ist dies auf den Anstieg der Übernachtungszahlen in Ibbenbüren um 58 % zwischen 2000 und 2008 (Landesdatenbank NRW). Auch die Hotelkapazitäten haben sich verändert. Eine Neueröffnung in Ibbenbüren erhöhte die Zahl der Übernachtungsmöglichkeiten im vergangenen Jahr von zwölf auf dreizehn. Allerdings wurden statt 386 Betten im Vorjahr nur noch 381 Betten angeboten. Negativ entwickelten sich im letzten Jahr die Gästeankünfte von 29.594 auf 26.342 (minus 11 %). Auch der Anteil der ausländischen Gäste sank um 24,7 %. Allerdings konnte die Verweildauer des Jahres 2008 um 2,7 % von 51.492 auf 52.864 verbessert werden. In Ibbenbüren verweilen die Gäste insgesamt länger als im Vorjahr, im Durchschnitt stieg die Zahl von 1,7 Tagen im Jahr 2008 auf zwei Tage im Jahr 2009 (Ibbenbürener Volkszeitung vom 28.02.2010).



Entwicklung der Übernachtungszahlen in Ibbenbüren von 2000 bis 2008 (Landesdatenbank NRW)

### 2. Analyse, Bewertung, Thesen

Die Zahlen zeigen, dass in Ibbenbüren Potenziale für höhere Hotelkapazitäten bestehen. Zwar folgen Ansiedlungen oder Erweiterungen von Hotels rein betriebswirtschaftlichen Gesichtspunkten und sind kommunal wenig beeinflussbar, dennoch ist es sinnvoll, in Zusammenhang mit den Oberzielen 42 und 44 Standortpotenziale zu identifizieren.

Bei den gewählten Unterkunftsarten in ländlichen Regionen in NRW entfallen

- 4 % der Übernachtungen auf Campingplätze
- 5 % auf Gasthöfe und Pensionen
- 18 % auf Ferienwohnungen und Privatquartiere
- 19 % auf Erholungs- und Schulungsheime
- 24 % auf Vorsorge- und Rehakliniken
- 30 % auf Hotels (Tourismus NRW 2008).

Abgesehen von den sehr speziellen Angeboten Erholung- und Schulungsheime sowie Vorsorge- und Rehakliniken sind alle genannten Übernachtungsmöglichkeiten in Ibbenbüren vorhanden. Von

den insgesamt 41 Beherbergungsbetrieben ist ein Großteil dem Ferienwohnungs- oder Ferienhaus-Segment zuzuordnen (Ibbenbürener Gästejournal 2010).

Unabhängig von der Unterkunftsart gibt es Möglichkeiten, Beherbergungsbetriebe und Gastronomiebetriebe stärker auf die Bedürfnisse der in Oberziel 44 genannten Zielgruppen auszurichten:

- Die Generation 50+: Rad- und Wanderrouten, Naturpark TERRA.vita, Botanischer Garten
- Familien: Kletterwald, Sommerrodelbahn
- Junges Publikum: Dörenther Klippen, Unterwasserpark, Musik Produktiv

Entsprechend können für diese Zielgruppen spezielle Angebote im Gastgewerbe geschaffen werden, z.B. mit "Bett & Bike "-Service oder "50plus Hotels". Der potenzielle touristische Anziehungspunkt im Bereich Kulturspeicher Dörenthe bietet aufgrund seiner Lage Potenziale für Bett & Bike - Angebote. Als Schnittstelle zwischen Rad- und Wassertouristen wird hier ein großes Standortpotenzial gesehen. Daher bieten sich hier Möglichkeiten für ein Wachstum der vorhandenen kleineren Beherbergungsbetriebe oder für Neuansiedlungen – evtl. im Kulturspeicher selbst.

Ein Ausbau des Gastgewerbes unterstützt die Schaffung eines bedeutenden touristischen Anziehungspunktes in Dörenthe. Ziel muss es jedoch sein, auch Gäste in die Innenstadt zu locken, zumal hier kaum Gastbetriebe vorhanden sind.

Als möglicher weiterer Standort kommt der Bauhof am Aasee in Frage. Jedoch haben Anfragen der Stadt Ibbenbüren bei größeren Hotelketten bisher kein Interesse ergeben. Alternativ sollte der Fokus auf das Post-Areal am Bahnhof gelegt werden (Oberziel 22). Ein entsprechendes Angebot sollte sich hier aufgrund der zentralen und gut angebundnen Lage nicht nur an Urlaubsgäste, sondern auch an Geschäftsleute richten. Beide potenziellen Standorte liegen an der in Oberziel 44 entworfenen "Freizeitroute Ibbenbüren".

### 3. Ziele, Leitlinien

Ziel ist der Ausbau des Gastgewerbes in Ibbenbüren. Zwar ist dies nur in geringem Maße kommunal steuerbar, doch können planungsrechtliche Voraussetzungen geschaffen werden oder Hotelketten gezielt auf die vorhandenen Standorte aufmerksam gemacht werden.

Dabei sollte der Kulturspeicher selbst für das Gastgewerbe nutzbar gemacht werden. Dies ermöglicht den privatwirtschaftlichen Erhalt der wertvollen Bausubstanz. Geeignet ist der Standort insbesondere für Fahrrad- und Kanaltourismus. Der Bauhof kann attraktiv sein für die Generation 50+ oder Geschäftsreisende. Das Postareal bietet Potenziale für einen weiteren, nicht zielgruppenspezifischen Hotelstandort.

### 4. Maßnahmen

#### Erstellen von Übernachtungsstatistiken

- Zur Einrichtung zielgruppenspezifischer Angebote
- Nach Zweck der Übernachtung (beruflich oder touristisch)
- Nach Zielgruppe (Altersgruppen, Radtouristen,...)
- Befragung nach Aktivitäten, Besuch touristischer Anlaufpunkte

Akteure: <b>Stadtmarketing</b> , Gastgewerbe, Wirtschaftsförderung	Zeitraum: 2012
	Priorität: mittel

### Standortanalyse für den Ausbau des Gastgewerbes

- Für die möglichen Standorte Kulturspeicher, Bauhof und Postareal
- Bewerbung der Standorte bei potenziellen Betreibern (Hotelketten, lokale Herbergsbetriebe)

Akteure: <b>Stadtmarketing</b> , Wirtschaftsförderung	Zeitraum: 2012
	Priorität: mittel

### Veranstaltung mit lokalen Hotelbetreibern zur besseren Vernetzung

- Mögliche Kooperationen im Rahmen der Freizeitroute Ibbenbüren, bzw. der Ibbenbüren-Card initiieren
- Gemeinsame Profilierung des Standortes

Akteure: <b>Gastgewerbe</b> , Stadtmarketing	Zeitraum: 2012
	Priorität: gering



## 47. Stadtmarketing muss weiter als Gemeinschaftsaufgabe verstanden werden!

### 1. Anlass, Relevanz, Problemstellung

Stadtmarketing stellt eine Querschnittsaufgabe dar, der nicht nur Akteure aus dem Bereich Fremdenverkehr zuzuordnen sind. Tourismusmarketing ist heute in einer Vielzahl von Städten längst Teil eines ganzheitlichen Stadt- oder Citymarketings geworden und wird immer mehr mit diesem verknüpft. Das bedeutet einen erheblichen Wandel in den Aufgaben sowie den organisatorischen und finanziellen Rahmenbedingungen (Deutscher Tourismusverband 2006, S.16).

Gerade auch für kleinere Städte bzw. solche, die nicht zu den Top-Destinationen gehören, kommt es dennoch darauf an, durch außergewöhnliche und attraktive touristische Angebote in hervorragender Qualität zu guten Preisen und durch besonderen Service auf sich aufmerksam zu machen. Diese Angebote sind vorzugsweise durch kooperative Marketingmaßnahmen zu verstärken (Deutscher Tourismusverband 2006, S.19).

### 2. Situationsbeschreibung

Die Stadtmarketing Ibbenbüren GmbH ist als städtische Einrichtung Hauptakteur des Ibbenbürener Stadtmarketings und informiert unter dem Motto "Ibbenbüren – das Hoch im Münsterland" unter anderem auf einer eigenen Homepage oder das jährlich erscheinende Gästejournal über Tourismusangebote und Veranstaltungen. Sie kooperiert mit einigen privat initiierten Vereinen, wie den Werbegemeinschaften auf Stadtteilen und insbesondere dem Stadtmarketing Ibbenbüren e.V., der sich eher mit der Organisation öffentlichkeitswirksamer Projekte befasst, wie das Aufstellen von Pylonen an den Ortseingängen für Veranstaltungen, das Aufstellen einer Hotelroute, ein Maisfeldprojekt oder Unterstützen bei Veranstaltungen wie "Ibb-on-Ice". Mitglieder sind hier vor allem Ibbenbürener Unternehmen.

Herausforderung ist hier insbesondere die Zusammenarbeit zwischen Marketing GmbH und Marketing e.V. Als städtische Einrichtung wird der GmbH oftmals die Hauptverantwortung für das Marketing zugesprochen, während sie selbst einen vor allem kooperativen Ansatz verfolgen möchte.

Derzeit wird im Auftrag der Stadt eine Standortkampagne von einer Agentur aus Osnabrück erarbeitet, die eine allgemeingültige Corporate Identity entwirft, welche sich im Corporate Design in allen Bereichen wiederfindet und nach Innen und Außen vermittelt werden soll. Die Stadtmarketing Ibbenbüren GmbH ist Mitglied in der Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e.V.

### 3. Analyse, Bewertung, Thesen

Neben den Verantwortlichen im Tourismusmarketing einer Stadt gehören auch die tourismusrelevante Wirtschaft (Gastgewerbe, Kulturanbieter, Einzelhandel, Sport- und Freizeitgewerbe, Verkehrsträger, weitere Dienstleister) sowie die kommunale Politik und Verwaltung zu den entscheidenden Partnern. Das Thema Kooperation zieht sich somit wie ein roter Faden durch das Stadtmarketing und spielt bei der Angebotsgestaltung ebenso eine Rolle wie bei der Marktforschung, dem Marketing/Vertrieb sowie der Finanzierung der touristischen Aufgaben (Deutscher Tourismusverband 2006, S.20).

Im Rahmen der Expertengespräche wurde kommuniziert, dass die städtische GmbH oftmals als

Hauptakteur betrachtet werde. Eine stärkere Zusammenarbeit aller Akteure kann zu einer Akzeptanzsteigerung führen und ist auch aufgrund begrenzter finanzieller Handlungsspielräume geboten. Stadtmarketing muss also als Gemeinschaftsaufgabe unter o.g. Partnern verstanden werden. Kooperationsfelder können dabei neben der Formulierung qualitativer Zielformulierungen und Zielgruppenbestimmung die Angebotsgestaltung (Gastgewerbe, Kultur, Einzelhandel), die tourismusbezogene Stadtgestaltung und die Marktforschung sein.

Die Bildung von Netzwerken und das Wahrnehmen von Weiterbildungsmaßnahmen bieten die Möglichkeit, Plattformen für einen Erfahrungs- und Wissensaustausch zu schaffen, um den zu erwartenden Aufgaben der Zukunft gerecht zu werden. Konkret können folgende Aufgaben gemeinschaftlich geplant und umgesetzt werden (vgl. Deutscher Tourismusverband 2006, S.20):

- Verkehrspolitik: Installierung besucherfreundlicher Beschilderungs- und Leitsysteme in den Städten (für in- und ausländische Touristen), Optimierung der Infrastruktur für den Bus- und Reisemobiltourismus
- Baukultur: Sensibler Umgang mit dem baukulturellen Erbe und Förderung einer anspruchsvollen, hochwertigen und langlebigen Baukultur
- Aufenthaltsqualität: Erhöhung der Aufenthaltsqualität insbesondere in den Innenstädten durch Fußgängerzonen, gepflegte Grünanlagen, Ruhezonen, Beleuchtungskonzepte, attraktiv gestaltete Areale am Wasser, Radwege etc.
- Einzelhandel: Anpassung der Ladenöffnungszeiten, engagierte Beratung zur Verbesserung der Gestaltungsqualität, Leerstandsmanagement, (Wieder-) Ausweisung von Büro-/Gewerbe- zu Wohnraum in den Innenstädten mit dem Ziel der (Wieder-) Belebung
- Datengewinnung: Unterstützung von Maßnahmen und Projekten zur Verbesserung der Datenlage (z. B. Wirtschaftsfaktor Tourismus, Evaluierung kulturtouristischer Projekte, Monitoring)
- Finanzierung: Langfristige Sicherstellung der Mitfinanzierung des städtischen Tourismusmarketings durch Beteiligung aller am Tourismus profitierenden Partner (Gastgewerbe, Einzelhandel, Kultur-, Freizeitwirtschaft etc.)
- Kreative Produktentwicklung: Entwicklung zielgruppenspezifischer und kreativer Produkte durch Beobachtung von Trends und Märkten

Die im Rahmen des Stadtentwicklungsprogrammes vorgeschlagenen Projekte "Freizeitroute Ibbenbüren" und "Ibbenbüren-Card" sind Vorhaben, die ebenso wie die in der Vergangenheit entwickelte Dachmarke "Ibbenbüren das Hoch im Münsterland" nur gemeinschaftlich umgesetzt werden können. Die Schwierigkeit besteht darin, konsensfähige Entscheidungen zu treffen.

Ein weiterer Ansatzpunkt ist der Internetauftritt Ibbenbürens. Für die Kunden, aber auch für Partner der Tourismusbranche sind Internetpräsentationen zu den wichtigsten Informationsquellen geworden. Hatten im Jahr 2001 erst 15 Prozent der Deutschen Informationen zur Urlaubsplanung im Internet gesucht, waren es 2006 mit 33 Prozent schon mehr als doppelt so viele (Deutscher Tourismusverband 2006, S.17). Abgesehen von Gestaltungsaspekten und Funktionalität als virtueller Stadteingang, die im Oberziel 52 näher betrachtet werden, ist dessen Funktion als Marketing- und Vertriebsinstrument für den Tourismus-Bereich wenig gelungen. Insbesondere die separate Internetpräsenz der Stadt Ibbenbüren und des Stadtmarketings sollte hinterfragt werden. Zumindest sollte eine direkte Verlinkung über den Button "Tourismus, Freizeit, Sport" erfolgen. Darüber hinaus sollten Gastronomieinformationen, aktuelle Angebote oder Pauschalen, Informationen für Gruppen sowie die Servicepalette der Tourist-Information hervorgehoben werden.

#### **4. Ziele, Leitlinien**

Ziel des Stadtmarketings ist die Stärkung und Vermittlung der Identität und der Angebote Ibbenbürens und eine positive Außendarstellung der Stadt. Dies gelingt dann am besten, wenn durch eine hohe Vernetzung aller relevanten Akteure der Verwaltung, Wirtschaftsförderung, Gastgewerbe, Einzelhandel, Kulturschaffenden, Bürgerinitiativen usw. und einen hohen Kooperationsgrad eine

höchstmögliche Akzeptanz der Vorhaben erreicht wird.

Dabei müssen begrenzte finanzielle Kapazitäten und Handlungsspielräume insbesondere der städtischen Gesellschaft deutlich kommuniziert werden. Daraus kann ein verändertes Rollenverständnis hervorgehen.

## 5. Maßnahmen

### Zielbilddiskussion zum Stadtmarketing

- Mit Moderation / Mediation
- Eindeutige Festlegung von Aufgaben und Verantwortlichkeiten
- Neue Finanzierungsmodelle
- Initiierung von Projekten wie "Freizeitroute Ibbenbüren" oder "Ibbenbüren-Card"
- Einbeziehung von Einzelhändlern, Gastbetrieben: Abstimmung über Öffnungszeiten, Ruhetage; Konzepte zur Verbesserung des Einkaufens am Samstag

Akteure: <b>Stadtmarketing</b>	Zeitraum: 2012
Finanzierung:	Priorität: hoch

### Neuentwicklung des Internetauftritts

- Vgl. Oberziel 52