

Prof. Dr. Enno Schmoll

**Gutachterliche Bewertung
und Stellungnahme
zum touristischen Status Quo
sowie zum touristischen
Entwicklungspotenzial des
Nordseebades Dangast**

Aurich/Wilhelmshaven 2013

Stand 02. Juni 2013

A. Aufgabenstellung und Umfang der gutachterlichen Bewertung

Diese gutachterliche Bewertung und Stellungnahme geht der Frage nach, wie die derzeit angedachten Veränderungen in Dangast, insbesondere der Neubau eines Weltnaturerbe-Portals und der Ausbau der vorhandenen Bettenkapazitäten aus tourismuswissenschaftlicher Sicht zu bewerten sind.

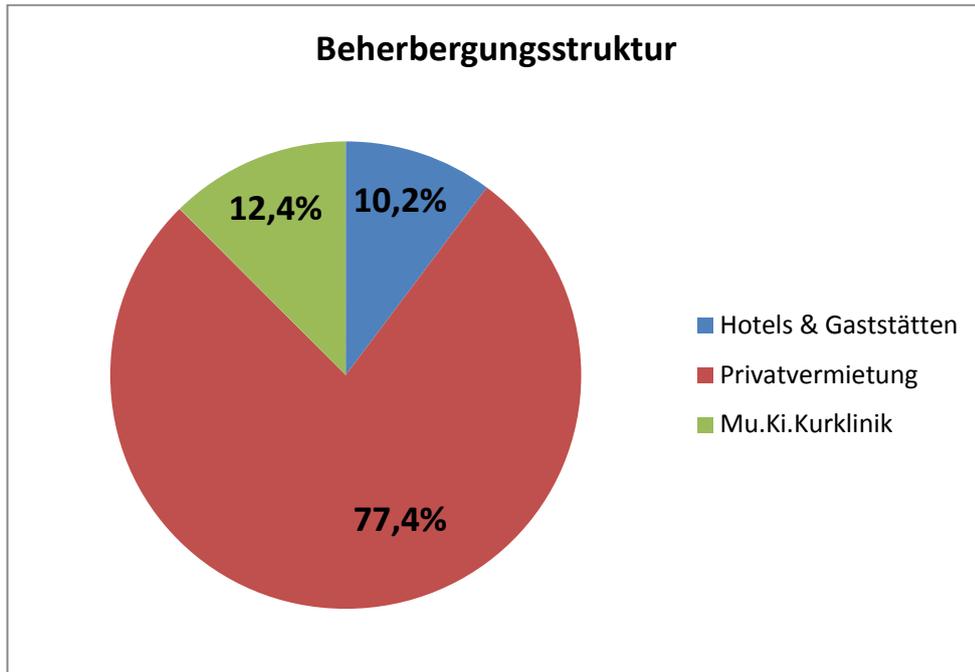
Untersuchungsgegenstand ist dabei das Nordseebad Dangast auf Grundlage eigener in Augenscheinnahme und auf Basis des zur Verfügung gestellten und selbst recherchierten tourismusspezifischen Datenmaterials und tourismuswissenschaftlicher Literatur. Nicht Gegenstand der Bewertung und Stellungnahme sind betriebswirtschaftliche Fragestellungen der geplanten Investitionen und Vorhaben.

B. Touristische Bestandsaufnahme des Ortes Dangast

Tourismus hat in dem Nordseebad Dangast eine lange Tradition, die weit in das 19. Jahrhundert zurückreicht. Heutzutage gehört Dangast neben weiteren Ortschaften zur Stadt Varel und ist als prädikatisiertes Nordseebad in das Tourismusgebiet der niedersächsischen Nordsee integriert. Die Ortschaft verfügt über eine gute infrastrukturelle Anbindung und ist unter anderem über die BAB A29 sowie die Bundesstraße B437 mit dem PKW erreichbar.

Die Beherbergungsstruktur in Dangast ist vor allem durch Privatvermietung geprägt, was für die Nordsee-Region im Allgemeinen typisch ist. Mit 77,4 Prozent dominiert dabei die Privatvermietung in Dangast sehr deutlich, wobei hier auch die gewerblichen Vermietungen hinzugerechnet wurden. Die Verteilung der Beherbergungsstruktur ist der folgenden Abbildung zu entnehmen:

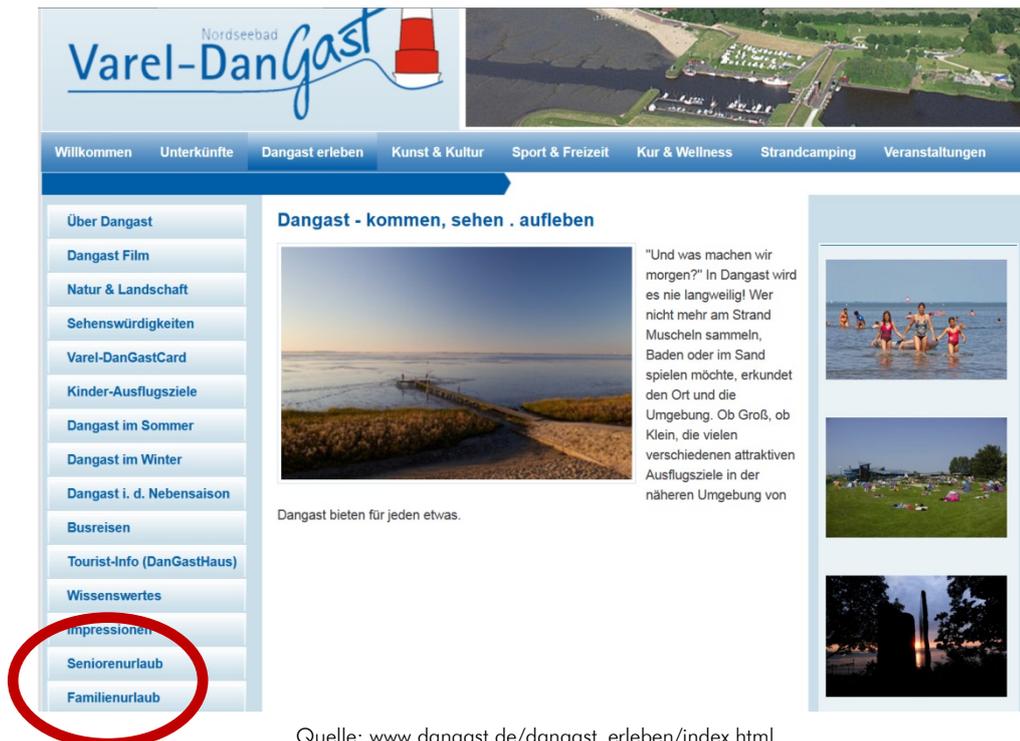
Abb. 1: Beherbergungsstruktur 2011



Quelle: eigene Darstellung nach Schulte 2013

Dangast kommuniziert eine klare Zielgruppenausrichtung. Wie aus der Website ersichtlich, fokussiert Dangast dabei vor allem auf die Zielgruppen „Familienurlauber“ und „Senioren“, wie aus der Abbildung zwei zu ersehen ist:

Abb. 2: Zielgruppenausrichtung von Dangast



Quelle: www.dangast.de/dangast_erleben/index.html

Diese Ausrichtung ist insofern schlüssig, als dass beide Zielgruppen miteinander kompatibel sind und keinerlei Abstoßungseffekte aufweisen. Zugleich sind diese Zielgruppen für die Urlauber der Nordseeregion charakteristisch.

Dabei erzielt der Tourismus in Dangast mit fast 20 Mio. Euro eine erhebliche Nettowertschöpfung. Sein Anteil am Volkseinkommen liegt über dem niedersächsischen Durchschnitt. In der Umrechnung zu Äquivalenz an Vollarbeitsplätzen ergeben sich allein aus dem Tourismus in Dangast 1.157 Vollarbeitsplätze durch direkte, indirekte wie induzierte Wertschöpfungseffekte. Bei der Berechnung des kommunalen Steueraufkommens durch den Tourismus dürfte dieser um geschätzte ca. 800.000 bis 1.000.000 Euro liegen, wobei auch 480.357 bzw. 1.280.952 rechnerisch denkbar sind, in Abhängigkeit davon welche durchschnittlichen Steuersätze zugrunde gelegt werden. Für die Berechnung der Wertschöpfung dabei regelmäßig auf die durchschnittlichen Angaben des dwif zurückgegriffen. Die wesentlichen wirtschaftlichen Effekte sind dabei in der folgenden Abbildung noch einmal als Übersicht dargestellt:

Abb. 3: Wesentliche wirtschaftliche Tourismuseffekte in Dangast

Nettowertschöpfung	19.954.718,77 €
Anteil am Volkseinkommen	4,92 % (Nds. 1,45 %)
Beschäftigungseffekt	1.157 Vollarbeitsplätze
Steuereffekt	zw. 480.357 –
1.280.952 €	

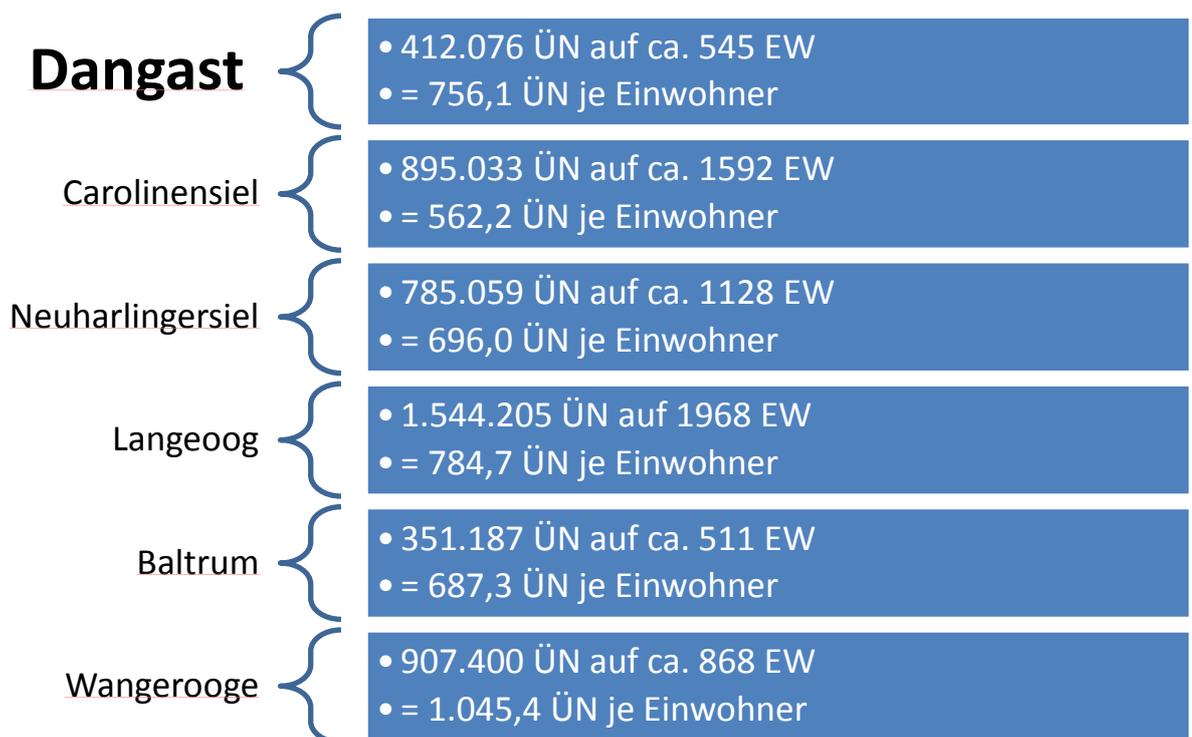
Quelle: Schulte 2013

Der Tourismus ist damit sowohl für die Ortschaft Dangast als auch für die Stadt Dangast von hoher wirtschaftlicher Bedeutung. Nicht eingerechnet in diese Zahlen sind die Effekte aus dem Besuch von Bekannten und Freunden, dem sogenannten VFR-Tourismus (Visiting Friends and Relatives). Immerhin 77 Prozent der Dangaster Haushalte bekommen mindestens einmal im Jahr private Übernachtungsgäste zu Besuch. Die Besuchshäufigkeit liegt dabei durchschnittlich bei 3,9 Besuchen pro Jahr,

wobei in der Struktur der Besucher Familien mit bis zu zwei Kinder und Allreinreisende überwiegen (Schulte 2013, S. 79ff.).

Die große Bedeutung des Tourismus für die Ortschaft Dangast zeigt sich ebenfalls in der Kennzahl „Tourismusintensität“. Diese bildet die tourismusbedingten Übernachtungen im Verhältnis zur Einwohnerzahl ab. Mit 412.076 Übernachtungen (2011 und ohne VFR-Tourismus) auf ca. 545 Einwohner ist die Tourismusintensität in Dangast bereits sehr hoch und ergibt einen Wert von 756 Übernachtungen je Einwohner. Damit zählt Dangast zu den tourismusintensivsten Orten an der niedersächsischen Nordseeküste:

Abb. 4: Tourismusintensität von Dangast im Vergleich



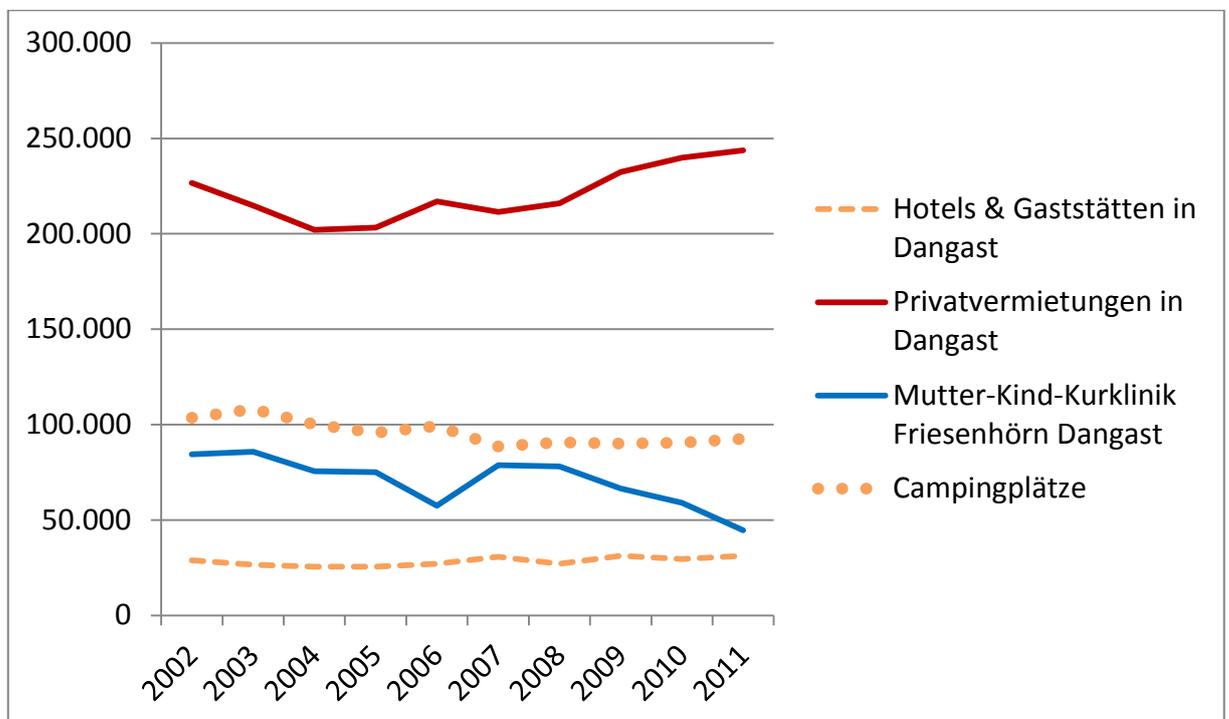
Quelle: eigene, Berechnungen auf Basis von Zahlen der OTG und weiteren Auskünften

Wohlgleich die Tourismusintensität die Tourismus-Ausprägung einer Destination wiedergibt, so ist sie kein Indikator für die psychologische Belastung der Bereisten vor Ort. Diese kann bereits bei geringerer Intensität überschritten, als auch bei höherer Intensität noch längst nicht erreicht werden. Denn die psychologische Belastung und

gegebenenfalls Überlastung ist von mehreren Faktoren abhängig, wie zum Beispiel der Zielgruppenstruktur, den Aktivitäten der Urlauber vor Ort u. a. m.

Als Indikatoren für den Erfolg einer Destination wird regelmäßig auf die Übernachtungszahlen und Gästeankünfte abgestellt. Betrachtet man die Übernachtungszahlen von Dangast, so zeigt sich, dass die Entwicklung in Dangast in den letzten Zehn Jahren im Trend insgesamt leicht positiv ist. Hier hat vor allem die Mutter-Kind-Kurklinik mit zurückgehenden Zahlen zu kämpfen. Doch auch die Campingübernachtungen sind leicht zurückgegangen:

Abb. 5: Entwicklung der Gästeankünfte in Dangast

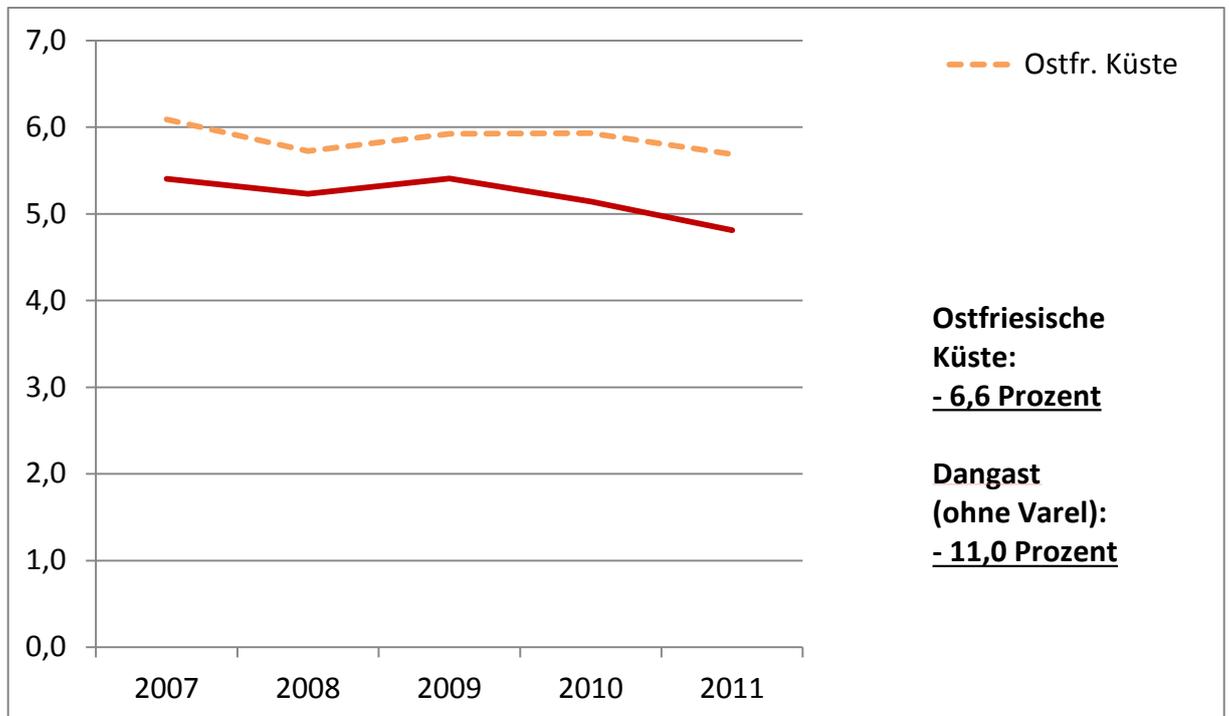


Quelle: eigene, auf Basis von Zahlen der Kurverwaltung Dangast sowie der OTG

Zugleich zeichnet sich auch in Dangast der Trend zu kürzeren Aufenthalten ab. Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer hat in den Jahren 2007 bis 2011 weiter abgenommen und liegt in 2011 bei 4,8 Übernachtungen. Dabei liegt dieser Wert unter dem Durchschnittswert der ostfriesischen Küste von 5,7 Tagen. Zugleich hat sich der Trend zu kürzeren Aufenthalten in Dangast stärker niedergeschlagen als an der übrigen ostfriesischen Küste. Während 2008 die Differenz zwischen beiden Werten bei 0,5 Tagen lag, so lag sie in 2011 bereits bei 0,9 Tagen. Prozentual hat die

durchschnittliche Aufenthaltsdauer in den vergangenen Jahren in Dangast, ohne Varel, um 11,0 Prozent abgenommen, an der ostfriesischen Küste dagegen nur um 6,6 Prozent:

Abb. 6: Entwicklung der durchschnittlichen Aufenthaltsdauer in Dangast

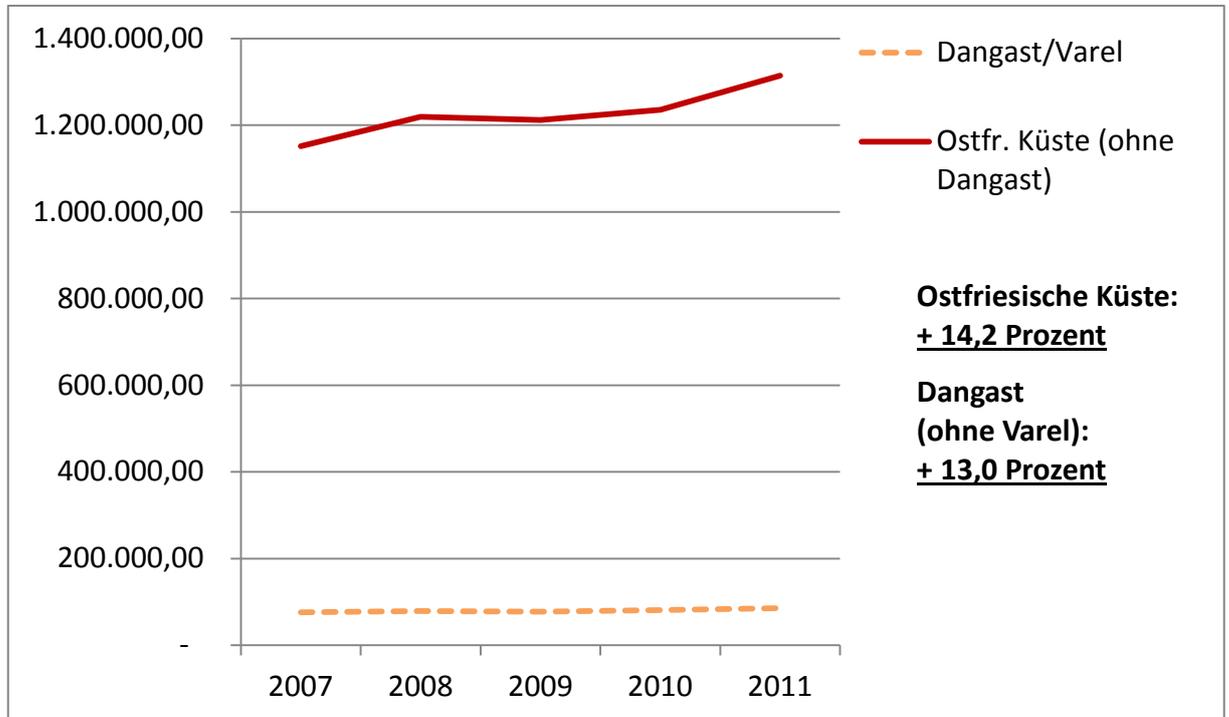


Quelle: eigene, auf Basis von Zahlen der Kurverwaltung Dangast sowie der OTG

Diese unterschiedliche Entwicklung könnte ein deutliches Indiz dafür sein, dass in Dangast die touristische Infrastruktur gegenüber den anderen Orten nur unzureichend weiter entwickelt wurde. Eine abnehmende Aufenthaltsdauer bedeutet im Umkehrschluss zugleich, dass mehr Gästeankünfte generiert werden müssen, wenn die Anzahl der Gästeübernachtungen gehalten werden soll. Umso stärker die durchschnittliche Aufenthaltsdauer abnimmt, umso stärker müsste die Zahl der Gästeübernachtungen zunehmen. Dieser Entwicklung ist dabei differenziert zu beurteilen, da sich daraus sowohl negative als auch positive Effekte ableiten lassen. So erhöht sich die ökologische Belastung durch vermehrtes Verkehrsaufkommen in der An- und Abreise, wobei sich zugleich durch Kurzurlauber höhere wirtschaftliche Effekte ergeben können, aber nicht zwangsweise müssen.

So zeigt sich in Dangast (ohne Varel) in den vergangenen Jahren eine deutliche Zunahme der Gästeankünfte, die leicht hinter der Entwicklung der ostfriesischen Küste zurückbleibt. Dieser Trend ist positiv zu bewerten:

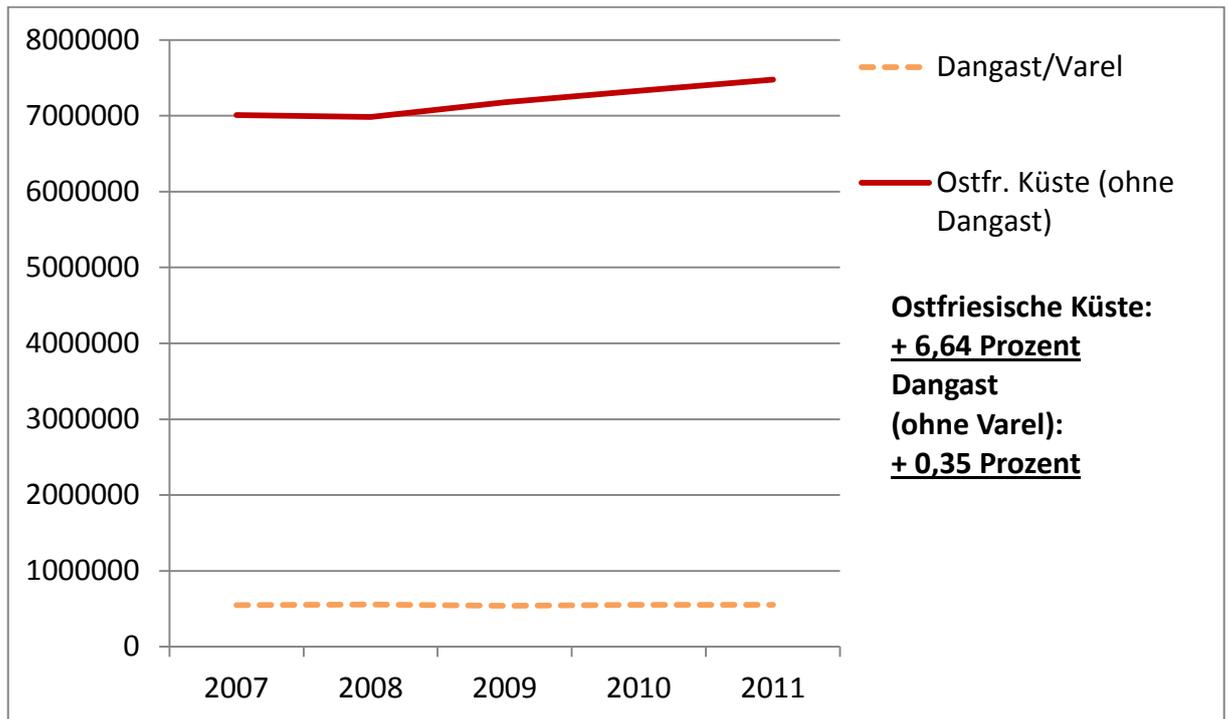
Abb. 7: Entwicklung der Gästeankünfte



Quelle: eigene, auf Basis von Zahlen der Kurverwaltung Dangast sowie der OTG

In Kombination mit einer stärkeren Abnahme der durchschnittlichen Aufenthaltsdauer seiner Gäste im Vergleich zum übrigen Gebiet der ostfriesischen Küste, bleibt Dangast allerdings deutlich hinter der durchschnittlich positiven Entwicklung der anderen Orte zurück. Während die ostfriesische Küste hier einen Zuwachs an 6,64 Prozent bei den Übernachtungszahlen aufweisen kann, liegt Dangast bei nur 0,35 Prozent Zuwachs, kann seine Zahlen allerdings halten:

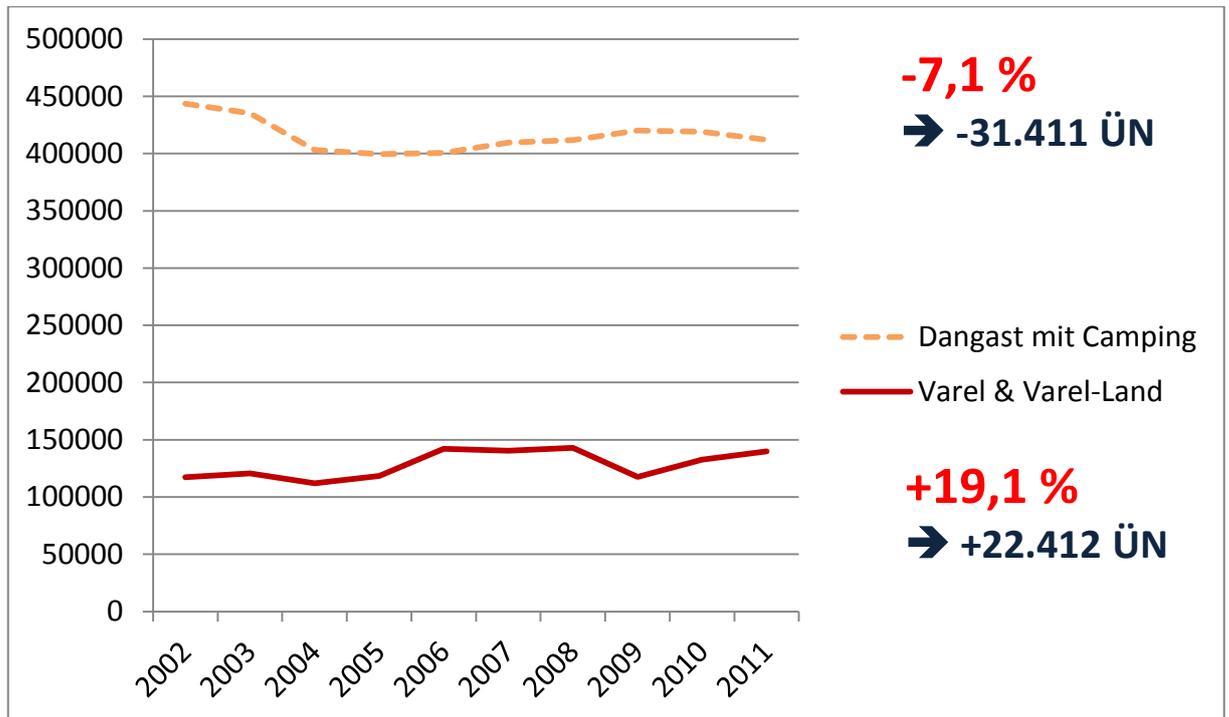
Abb. 8: Entwicklung der Gästeübernachtungen



Quelle: eigene, auf Basis von Zahlen der Kurverwaltung Dangast sowie der OTG

In der genaueren Betrachtung der Entwicklung von Dangast und Varel (mit dem Vareler Land), zeigt sich allerdings, dass eine bessere positive Entwicklung auch in direkter räumlicher Umgebung möglich gewesen ist. Während von 2002 an gerechnet, Varel und das Vareler Land eine Zuwachsrate von 19,1 Prozent bei den Übernachtungszahlen verbuchen konnte, hat Dangast in dem gleichen Zeitraum 7,1 Prozent verloren, was eine deutlich unterschiedliche Entwicklungsspanne von 26,2 Prozent ergibt:

Abb. 9: Entwicklung der Gästeübernachtungen



Quelle: eigene, auf Basis von Zahlen der Kurverwaltung Dangast sowie der OTG

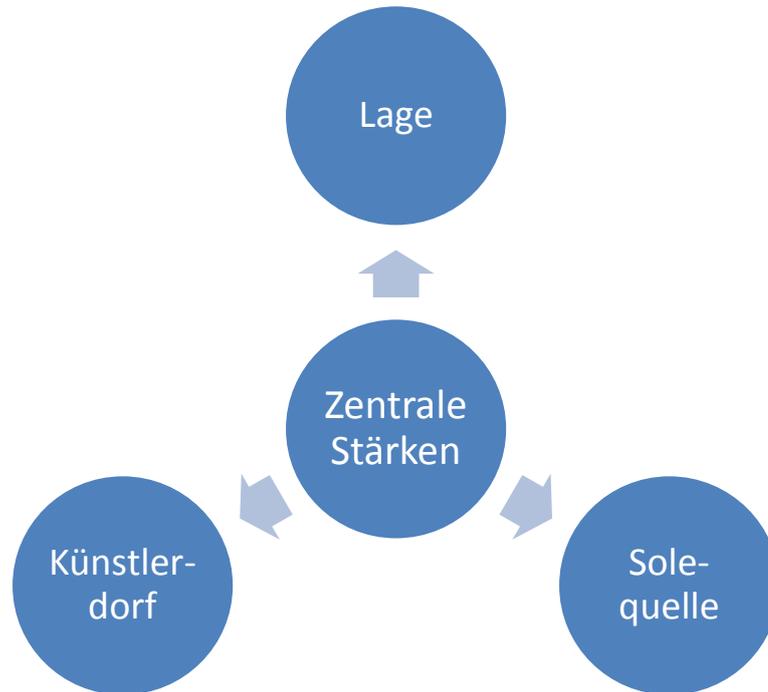
Da zugleich die von Dangast umworbenen Zielgruppen nicht typischerweise zu Kurzurlaub neigen, könnte auch diese unterschiedliche Entwicklung als Indiz dafür gewertet werden, dass in Dangast in der touristischen Infrastruktur nicht behobene Schwächen vorhanden sind bzw. sich entwickelt haben. Im Folgenden wird daher mittels einer SWOT-Analyse die Ortschaft Dangast aus touristischer Sicht näher analysiert.

C. Touristische SWOT-Analyse von Dangast

Eine SWOT-Analyse dient unter anderem der Erfassung des Ist-Zustandes von Unternehmen oder auch Tourismusdestinationen, in dem zuerst Stärken (Strength) wie Schwächen (Weakness) identifiziert werden. Zugleich zeigt eine SWOT-Analyse Möglichkeiten der Entwicklungen wie eventuelle Hindernisse auf, indem auch Chancen (Opportunities) und Risiken (Threats) identifiziert werden. Für die Analyse des Ortes Dangast werden hierzu im Folgenden jeweils nur die herausragenden Aspekte betrachtet, da eine vollständige SWOT-Erfassung den Rahmen dieser Arbeit einerseits sprengen würde und andererseits nicht zielführend wäre.

Dangast verfügt über zahlreiche Stärken bzw. standortbegründende Attraktionsfaktoren, die in der Lage sind, auf potenzielle Urlauber einen Pull-Effekt auszulösen, wie z. B. seine Lage am UNESCO-Weltnaturerbe Wattenmeer. In dieser Expertise wird im Weiteren jedoch nur auf solche Stärken abgestellt, welche zugleich den Ort von den übrigen touristischen Orten an der ostfriesischen Nordseeküste unterscheiden bzw. abheben. Dies begründet sich daraus, dass eben jene Merkmale, welche als „Unique Selling Proposition“ positioniert werden können, besonders geeignet sind, sich im Wettbewerb mit anderen touristischen Orten zu behaupten bzw. Gästeankünfte zu generieren. Als Stärken von Dangast lassen sich hier vor allem seine Lage, die vorhandene Solequelle als auch seine Historie als Künstlerdorf identifizieren:

Abb. 10: Drei wesentliche Stärken von Dangast



Quelle: eigene Darstellung

Bezüglich der **Lage** von **Dangast** kann festgestellt werden, dass Dangast recht verkehrsgünstig an die wesentliche Verkehrsader BAB A29 angebunden ist. Nach Süden hat Dangast zudem als Quellgebiete die Städte Oldenburg und Bremen, was insbesondere für den Tages- wie Kurzeittourismus von Bedeutung ist.

Dangast verfügt als Ort über eine eigene **Jod-Sole-Quelle**, die aus 573 Metern Tiefe Jodsole fördert. Diese ist als Heilquelle anerkannt und ihre Sole kann in Dangast auch für medizinische Zwecke genutzt werden. Derzeit wird das Quellwasser vor allem im Therapiebecken des Gesundheitszentrums Deichhörn sowie für Wannenbäder genutzt.

Abb. 11: Therapiebecken mit Jod-Sole-Wasser



Quelle: eigene Aufnahme

Die medizinische Wirkung von Solewasser ist im Allgemeinen bekannt und wird anderorts auch für die Vermarktung im Tourismus genutzt, wie z. B. in der Therme in Bad Bevensen. In der näheren Umgebung von Dangast wird Sole als Heilmittel beispielsweise in der Thermalbad Neuschanz in den Niederlanden und in Carolinensiel (Wannenbäder und in starker Verdünnung im Schwimmbad) eingesetzt. Nach dem Rückgang der kurörtlichen Funktion von Sole könnte diese auch in Dangast verstärkt für den Zweiten Gesundheitsmarkt bereitgestellt und nutzbar gemacht werden. Die Aufgabe des Bewegungsbades in Dangast ist daher zwar aus betriebswirtschaftlicher Sicht nachvollziehbar, aus Angebotssicht im Allgemeinen jedoch zu bedauern. Allerdings entspricht das Bewegungsbad im derzeitigen Zustand nicht den Anforderungen für einen qualitativ hochwertigen Wellness-Tourismus. Hier ist künftig zu überlegen, inwiefern die Jod-Sole angebotsseitig im Tourismus stärker nutzbar gemacht und vermarktet werden kann.

Als dritte wesentliche Stärke mit USP-Charakter ist für Dangast seine überwiegend historische Verortung als **Künstlerdorf** auszumachen. Hierbei prägte in der

Vergangenheit insbesondere die Dresdner-Künstlergemeinschaft um Karl-Schmidt-Rottluf das Image von Dangast als „Künstlerkolonie“. Heutzutage ist dabei im Ort zugleich der Maler Franz Radziwill sehr präsent, dessen Wohnhaus als Kunstmuseum eingerichtet ist und von Touristen besucht wird. Zudem begegnen dem Besucher von Dangast unter anderem einige Skulpturen im westlichen, eher traditionellen Teil von Dangast, von denen der Grenzstein und der Kaiserthron am Strand am augenfälligsten sind.

Seine künstlerische Verankerung hebt Dangast von den übrigen Küstenorten der Region sehr deutlich ab. Dieses besondere Attribut ist für das Image des Ortes vor allem in der Vergangenheit prägend gewesen und gilt es einerseits zu erhalten und andererseits touristisch nutzbar sowie erlebbar zu machen.

Mit den genannten drei Stärken von Dangast, die alle USP-Charakteristika aufweisen, dürfte es Dangast dem Grunde nach gelingen können, sich im Wettbewerb mit anderen Orten an der Nordseeküste zu behaupten und in der touristischen Kommunikation Akzente zu setzen, welche als Push-Faktoren auf potenzielle Gäste wirken könnten.

In der Analyse der **Gäitezahlen** zeigt sich allerdings, dass Dangast es in den vergangenen Jahren nicht gelungen ist, seine Stärken in eine quantitative Steigerung von Gätezahlen umzusetzen. Mögliche Gründe dafür werden im Folgenden dargelegt.

So zeigen sich bei der Analyse der touristischen Infrastruktur von Dangast offenkundige **Schwächen**. In der Analyse zeigt sich hier beispielsweise die **Saunaanlage** als nicht mehr wettbewerbsfähig. Dies betrifft nicht allein ihre farbliche Gestaltung, sondern auch das (sichtbare) Alter der verbauten Materialien, die Struktur und die Angebote der Anlage in ihrer Gesamtheit. In der Summe ergibt sich hier ein erheblicher Investitionsbedarf. Im Gesamteindruck kann der Saunabereich den Anforderungen und Ansprüchen von Touristen an einen modernen Sauna- und Wellnessbereich nicht mehr genügen. Dass die Nutzungszahlen (laut Auskunft der Kurverwaltung) sehr niedrig sind, überrascht so auch nicht. Dies verdeutlichen folgende Abbildungen:

Abb. 12: Sauna-Komplex mit Abkühlungsbad



Quelle: eigene Aufnahme

Abb. 13: Duschmöglichkeiten im Sauna-Komplex



Quelle: eigene Aufnahme

Abb. 14: Blick in den Sauna-Komplex mit Ruhemöglichkeit



Quelle: eigene Aufnahme

Abb. 15: Umkleidekabinen



Quelle: eigene Aufnahme

Abb. 16: Ruheraum für den Sauna-Komplex



Quelle: eigene Aufnahme

Im **Therapiebereich** zeigt sich, dass die Anlage mit dem Wegfall der kurörtlichen Bedeutung in der Ausgestaltung der Behandlungsräume überdimensioniert ist, was sich vor allem in den Unterhaltungs- und Betriebskosten negativ niederschlagen dürfte. Diese Entwicklung wiederum lässt sich in unterschiedlicher Ausprägung in vielen Kurorten an der Nordseeküste beobachten.

Als weiteres Beispiel für Veränderungs- und Investitionsbedarf mögen der **Lesesaal** und der **Internetraum** dienen, die beide heutigen Ansprüchen der Touristen an Gemütlichkeit und Ambiente nicht mehr entsprechen dürften:¹

¹ Als Best-Practice-Beispiel zur Gestaltung eines Lesesaales sei hier auf den Lesesaal des Staatsbades Norderney verwiesen.

Abb. 17: Lesesaal mit Internetraum (hinten)



Quelle: eigene Aufnahme

Die **Gastronomie** am Deichhörn liegt, wie auch die Touristinformation selbst, nicht an der Wegführung der Touristen, was zu einer Frequentierung führen dürfte, die unter dem zu erwartenden Rahmen liegt. Insbesondere die Touristinformation sollte an Wegen bzw. Räumen gelegen sein, welche das Gros der Touristen frequentiert. Ebenfalls zentral sollte aus arbeitsorganisatorischen Gründen das Büro eines Kurdirektors gelegen sein, insbesondere aus Gründen der Mitarbeiterführung als auch der nötigen Nähe zum operativen Geschäft und zu den Gästen.

Des Weiteren erwartet der Gast heutzutage in der Regel multioptionale Möglichkeiten in den Freizeit- wie auch Gastronomieangeboten. Erstere sollen neben einem Erlebniswert² auch wetterunabhängige Angebote bieten. Die Gastronomieangebote sollten zudem nicht nur den heutigen gewachsenen Qualitätsansprüchen der Gäste entsprechen, sondern in ihrer Bereitstellung für den Gast vor allem zudem verlässlich

² Hierbei ist darauf hinzuweisen, dass die Bewertung eines Erlebnisses stark subjektiv geprägt und umfeldabhängig ist, daher nur in einem Gesamtkontext begriffen werden kann. So kann beispielsweise Kontemplation und Ruhe genauso von einem Individuum als Erlebnis empfunden werden, wie Unruhe und Aufregung.

sein. Hier zeigte sich bei den Besuchen des Ortes, dass die überwiegende Zahl der Gastronomiebetriebe beispielsweise in der Nebensaison oder unter der Woche keine dauerhaften für den Gast verlässlich erkennbaren Öffnungszeiten bietet. Dies gilt ebenso für andere Angebote im Ort.

Abb. 18: Beispiel für beschränkte Öffnungszeiten in Dangast



Quelle: eigene Aufnahme

Von einem touristischen Ort erwartet der Gast zudem eine klare, ausgeschilderte **Wegstruktur**, welche zentrale Attraktionspunkte miteinander verbindet und/oder Möglichkeiten des Lustwandels bzw. Flanierens bietet. Hier fehlt es in Dangast einerseits an einer durchgehenden Promenade am Wasser. Andererseits finden sich am Strand Zäune, welche auch optisch auf den Gast störend wirken. Allerdings sind Zäune am Strand in vielen Orten an der Nordseeküste üblich, sowohl unter anderem um die Einnahme von Tageskurbeiträgen sicherzustellen als auch aus Schutz vor Vandalismus u. ä. Eine Wegnahme von **Strandzäunen** ist als Attraktivierung auch in Dangast wünschenswert, muss jedoch an anderer Stelle gegenfinanziert werden, da regelmäßig mit geringeren Tageskurbeiträgen gerechnet werden muss.

Abb. 19: Strandzäune in Dangast



Quelle: eigene Aufnahme

So fehlt es weiterhin bislang an einem **Verkehrskonzept**, welches den Verkehr im Ort koordiniert. Da bei gutem Wetter insbesondere an Wochenenden in den Sommermonaten Dangast von vielen Tagesbesuchern aufgesucht wird und der zentrale Parkplatz fast direkt am Wasser liegt, führt der Verkehr überwiegend direkt durch den Ort. Eine hohe Verkehrsbelastung in einem Urlaubsort ist dabei zugleich auf der einen Seite mit einer erheblichen Lärmemission verbunden, welche von Touristen mindestens als lästig, wenn nicht gar als störend empfunden wird. Auf der anderen Seite erzeugt ein hohes Verkehrsaufkommen in einem kleinen Ort, insbesondere bei schmalen Bürgersteigen, ein Unsicherheitsgefühl, vor allem bei älteren Menschen und bei Familien mit kleinen Kindern. Da gerade diese jedoch die in erster Linie von Dangast beworbenen Zielgruppen darstellen, ergibt sich hieraus dringender Handlungsbedarf.

Wenn auch der direkte **Parkplatz am Wasser** vor allem den Kurzzeitbesuchern von Dangast zu Gute kommen mag und als Convenience-Maßnahme eingeordnet werden kann, so wird damit zugleich indirekt auch signalisiert, welchen Stellenwert dem Pkw hier zugemessen wird. Positiv ist, dass dieses Grundstück nicht weiter bebaut wurde. Doch bietet es wesentlich mehr Potenzial.

Abbildung 20: Zentraler Parkplatz von Dangast am Wasser



Quelle: eigene Aufnahme

Die dritte geradezu herausstechende Schwäche von Dangast ist im **Orts- und Aufrissbild** zu finden. Dieses ist nicht nur durch vielerlei Inkonsistenzen und verschiedene Baustile dominiert, sondern zugleich durch eine stellenweise extrem hohe Baudichte. Insbesondere letzteres dürfte in Verbindung mit geschlossenen Rollläden in der Nebensaison auf Touristen wenig einladend wirken. Weiter bestimmen imbissähnliche Bauten das Bild am Wasser/Strand, dies auch in direkter Nähe zu Kunstwerken. Hier wird das Eigenbild von Dangast als alternativer Künstlerort gewissermaßen konterkariert.

Abbildung 21: Beispiel in Dangast für Imbiss-Stand am Wasser



Quelle: eigene Aufnahme

Abbildung 22: Beispiel Friesendom mit imbissähnlichen Bauten umzu



Quelle: eigene Aufnahme

Weiter finden sich in Dangast unterschiedlichste **Baustile** in einem Gesamtkonglomerat der touristischen Beherbergungsangebote wieder. Dabei werden moderne mit traditionellen Bauweisen und ortstypische mit ortsuntypischen Bauweisen vermischt, wie auch die folgenden Abbildungen zeigen:

Abbildung 23: Beispiel regionsuntypischer Fachwerkbau



Quelle: eigene Aufnahme

Abbildung 24: Beispiel Beherbergungsangebot Vermietung



Quelle: eigene Aufnahme

Abbildung 25: Beispiel Beherbergungsangebot Vermietung



Quelle: eigene Aufnahme

Abbildung 26: Beispiel Beherbergungsangebot Vermietung



Quelle: eigene Aufnahme

Abbildung 27: Was viele Gäste von Dangast als Baustil erwarten dürften...



Quelle: eigene Aufnahme

Abbildung 28: Und was sie nicht weit entfernt davon vorfinden...



Quelle: eigene Aufnahme

Durch den hohen Anteil an Vermietungsobjekten finden sich zudem in der Nebensaison und bei schlechter Auslastung von Objekten heruntergelassene **Rollläden**. Das Herunterlassen der Rollläden mag zwar aus verschiedensten Überlegungen heraus für die Eigentümer sinnvoll sein, mindert jedoch die optische Attraktivität. Zugleich wird damit das Signal transportiert, dass der Ort touristisch nicht optimal angenommen wird und freie Kapazitäten bestehen. Überwiegt dieses Bild gar, so kann auch der Eindruck entstehen, dass es dem Ort früher besser ging (daher wurden ja die Übernachtungskapazitäten gebaut) und er heutzutage mit Nachfrageproblemen zu kämpfen hat und damit nicht mehr „in“ ist. Letzteres schadet dabei mittelfristig vor allem dem Image eines Ortes. Zu sehen ist die optische Wirkung von heruntergelassenen Rollläden in den folgenden Abbildungen:

Abbildung 29: Beispiel heruntergelassene Rollläden bei Vermietung



Quelle: eigene Aufnahme

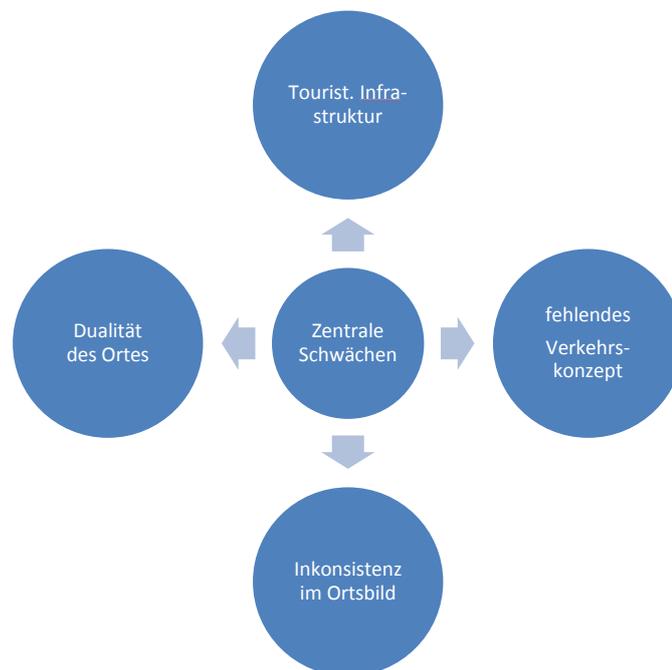
Abbildung 30: Heruntergelassene Rollläden in Verbindung mit hoher Baudichte



Quelle: eigene Aufnahme

In Fortführung der Entwicklung des Ortsbildes haben sich in Dangast zudem die westliche Hälfte, als historisches Dangast, und die östliche, vor allem später entstandene Seite unterschiedlich entwickelt. Dieser **duale Charakter des Ortes** ist jedoch für sich genommen kein direkter Nachteil in der touristischen Wirkung, mag sich aber über die erlebte Ortsatmosphäre auf den Gast auswirken können. Folgende Abbildung stellt die wesentlichen Schwächen von Dangast noch einmal in einer Übersicht dar:

Abbildung 31: Wesentliche Schwächen von Dangast



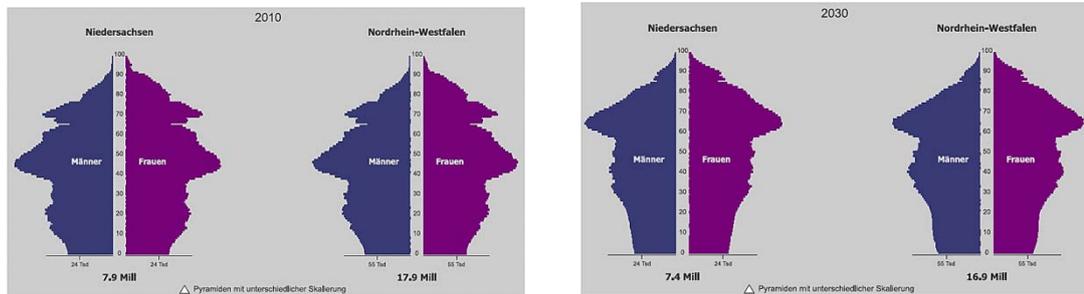
Quelle: Eigene Darstellung

Den bislang aufgezeigten Stärken wie Schwächen von Dangast stehen einige wesentliche Chancen und Risiken gegenüber. Bei der Betrachtung der **Chancen** ist vor allem auf den **Demographischen Wandel** abzustellen.³ Dangast ist bereits heute auf ältere Gäste ausgerichtet, was in der künftigen Entwicklung für Dangast nützlich sein dürfte. Während auf der einen Seite die Lebenserwartung der Menschen zunimmt, steigt zugleich der Anteil der Bevölkerung über 60 Jahre stärker als der Anteil der jüngeren Bevölkerung. Die daraus resultierende Fortschreibung der Bevölkerungsentwicklung

³ Diese Chance ist jedoch zugleich als Risiko einzuordnen, wenn die Adaption der gesellschaftlichen Veränderungsprozesse nicht rechtzeitig erfolgt. Vgl. zu den Ausführungen zum Demographischen Wandel auch SCHMOLL 2009

verdeutlichen mit Bezug auf zwei bedeutende Quellgebiete der Zielgruppen von Dangast folgende Grafiken:

Abbildung 32: Demographische Entwicklung wichtiger Quellgebiete

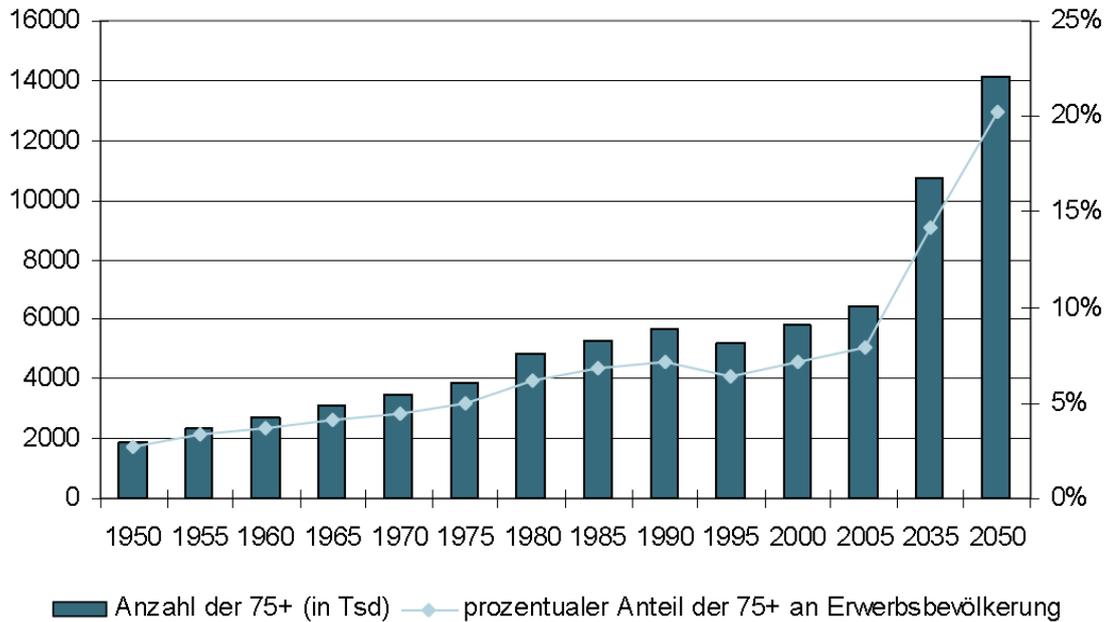


Quelle: Statistisches Bundesamt:

Diese Entwicklung wird die touristische Nachfrage in Zukunft verändern. Bei gleichbleibender Reiseintensität (F.U.R.) wird die Zahl der älteren Reisenden zukünftig steigen. Denkbar ist hier zugleich, dass sich das Reiseverhalten verändern wird. Im Rahmen einer Kohorten-Analyse geht die F.U.R. davon aus, dass Reisende im Laufe ihrer persönlichen Reisebiographie ihr bislang erlerntes Reiseverhalten auch in Zukunft fortsetzen werden. Daraus lässt sich schließen, dass deutsche Destinationen in Zukunft auch bei älteren Reisenden verstärkt im Wettbewerb mit internationalen Destinationen stehen dürften.

Ferner wird zukünftig auch die Zahl der über **75jährigen** in der Bevölkerung ansteigen. Dieser Anstieg wird bis 2035 bzw. 2050 den prozentualen Anteil der über 75jährigen auf fast 15 bzw. 20 Prozent an der Gesamtbevölkerung anwachsen lassen:

Abbildung 33: Anzahl der über 75jährigen an der Gesamtbevölkerung



Damit wird der prozentuale Anteil der über 75jährigen von 2005 zu 2035 um etwa fünfzig Prozent und bis 2050 um fast 100 Prozent zunehmen. Hier ist auch davon auszugehen, dass die Zahl derjenigen, welche barrierefreie Angebote erwarten bzw. wünschen, mit zunehmendem Alter steigt.

Um den demographischen Wandel als Chance nutzen zu können, ist eine verstärkte Fokussierung auf die Bedürfnisse dieser Zielgruppe wesentlich. Daher sind insbesondere die verstärkte Schaffung von **barrierefreien Angeboten** und Zugängen (z. B. Strand, Tourist-Information) in jegliche Planungen einzubeziehen. Zugleich ist zu erwarten, dass die Qualitätsansprüche dieser Zielgruppe in Zukunft weiter steigen werden, da zukünftige Senioren noch weitaus reiseerfahrener sein dürften, als heutige Senioren, womit auch der Anspruch auf Kongruenz des Preis-Leistungs-Verhältnisses weiter zunehmen wird. Die Kohorten-Analyse der jährlichen Reiseanalyse der F.U.R. lässt zudem erwarten, dass künftige Senioren neben Deutschland vermehrt ebenso den Mittelmeerraum als auch entferntere Reiseziele in ihren Reiseüberlegungen berücksichtigen werden. Um im Wettbewerb längerfristig bestehen zu können, ist daher der Erhalt und Ausbau qualitativ hochwertiger Angebote unerlässlich. Zugleich könnte diese Entwicklung dazu führen, dass trotz überwiegend stabiler ausreichender

Integration älterer Menschen in unserer Gesellschaft, die familiären und sozialen Netzwerke mit zunehmendem Alter schwächer werden (PETRICH 2011). Insofern mag eine zunehmende Überalterung der Bevölkerung die Tendenz zur Vereinsamung in der Gesellschaft verstärken. Hier kann der Tourismus diese Entwicklung antizipieren, indem zusätzliche Angebote für gemeinsame und gesellige Urlaubserlebnisse geschaffen werden.

Eine weitere Chance liegt in dem weiterhin wachsenden **Gesundheits- und Wellnessmarkt**. Nach wie vor bestehen im Markt günstige Rahmenbedingungen für gesundheitsorientierte Urlaubsformen. Hier bietet sich für eine Destination mit klarer Positionierung im gesundheits-touristischen Markt die Chance sich eine weitere Zielgruppe erschließen zu können. Allerdings wird durch eine recht unklare Begriffslage die eindeutige Abgrenzung der verschiedenen Angebotstypen im Tourismus erschwert.

Der Anteil der Urlauber, die Erfahrungen mit Wellnessurlaub gewonnen haben, hat sich in den letzten zehn Jahren verdreifacht. Allerdings hat das Interesse für gesundheitsorientierte Urlaubsformen dabei stärker zugenommen als die mit dieser Urlaubsform tatsächlich gemachten Erfahrungen.

Am konstanten erweist sich in der Trendbetrachtung dabei der Trend für **Wellnessurlaub** (in Abgrenzung zum Gesundheitsurlaub beispielsweise). Mit seiner Kombination aus expliziter Lage am Wattenmeer, seiner Jod-Sole-Quelle und der guten Erreichbarkeit beispielsweise aus Oldenburg und Bremen bietet Dangast grundsätzlich gute Voraussetzungen, um sich in diesem Markt positionieren zu können. Allerdings haben Wellnessurlauber einen höheren Anspruch an eine Bade- wie Saunalandschaft und an entsprechende Verwöhn- und Entspannungsangebote vor Ort. Das bisherige Angebot von Dangast ist hier bereits in der materiellen Ausgestaltung nicht mehr wettbewerbsfähig.

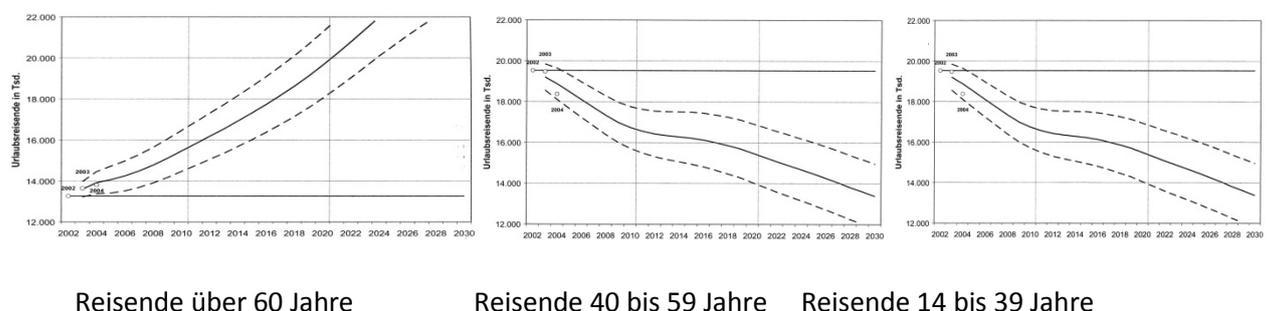
Mit der Ernennung des Wattenmeeres zum **UNESCO-Weltnaturerbe** im Jahre 2009 wurden das natürliche Angebot und der Nationalpark in der öffentlichen Wahrnehmung noch einmal aufgewertet. Seitdem arbeiten auf trilateraler Ebene u. a. das CWSS, die Nationalparkverwaltungen und Touristiker aus verschiedenen Bereichen an der

Nutzbarmachung dieses Potenzials wie an der Erstellung und Umsetzung eines nachhaltigen Tourismuskonzeptes. Das Wattenmeer stellt nicht erst nach der Auszeichnung durch die UNESCO ein USP dar. Jedoch kommt dieses Alleinstellungsmerkmal allen Küstenorten in der Wattenmeerregion gleichermaßen zugute. Damit stellt das Wattenmeeres zwar ein überregionales, jedoch per se kein ausreichendes regionales Differenzierungsmerkmal für Dangast dar.

In der Analyse künftiger **Risiken** wird im Folgenden auf Rahmenbedingungen abgestellt, von denen zu erwarten ist, dass diese den touristischen Markt prägen werden. Voran ist hier der demographische Wandel der Gesellschaft zu nennen, der wie allgemein bekannt sein dürfte, zu einer veränderten Bevölkerungsstruktur führen wird. Für den Tourismus ist hierbei von Bedeutung, dass sich einerseits die Altersstruktur verändern wird. Wie bereits ausgeführt wird im Jahre 2030 ein großer Teil der Bevölkerung zwischen 60 und 70 Jahre alt sein. Wird diese Entwicklung nicht bereits heute in Planung und Umsetzung berücksichtigt, wird dies die Wettbewerbsfähigkeit einer Destination mittel- bis langfristig verringern.

Während die absolute Zahl der reisenden Senioren über 60 Jahre in naher Zukunft steigen wird, wird zugleich vermutet, dass die Zahl der übrigen Reisenden rückläufig sein wird. Diese Entwicklung verdeutlicht folgende Prognoserechnung:

Abb. 34: Prognosen zur touristischen Nachfrage



Quelle: Lanzanauer/Belousow (2007)

So ist zugleich zu erwarten, dass klassischen **Familien**, wie sie bislang vielfach an der Nordsee-Küste zu sehen sind, in der absoluten Zahl der Reisenden wie auch prozentual

weniger reisen werden. Zugleich ist es denkbar, dass künftig Senioren verstärkt allein oder mit ihren Enkeln reisen werden oder die Familien begleiten. Hieraus lässt sich wiederum ableiten, dass künftig auch bei Familienreisen **barrierefreie Angebote** mindestens erwünscht sind.⁴ Wie schon ausgeführt führt zeigt eine Kohorten-Analyse der F.U.R., dass künftige ältere Reisende noch stärker auf ein internationales Auswahlportfolio bei ihrer Urlaubswahl zurückgreifen werden als es derzeit bereits der Fall ist, wodurch sich der Wettbewerbsdruck der deutschen Destinationen auch im Segment der älteren Reisenden verstärken dürfte.

Ein weiteres potenzielles Risiko ergibt sich aus möglichen Auswirkungen des **Klimawandels**. Neben einer Zunahme des **Sturmflutrisikos** für das Deichhinterland ist im Bereich der Watten und Marschen mit einer Zunahme der Jahresniederschlagsmenge zu rechnen. Als Folgen des erhöhten Sturmflutrisikos wird davon ausgegangen, dass sowohl Häufigkeit als auch Intensität von Sturmflutwetterlagen und –ereignissen zunehmen werden, bei gleichzeitigem Anstieg der Windstauhöhen um bis zu 30cm in der Deutschen Bucht und verstärkter Wellenhöhe und Wellenenergie. Hieraus können grundsätzlich eine erhöhte Versagenswahrscheinlichkeit von Küstenschutzbauwerken als auch ein erhöhtes Schadenspotenzial abgeleitet werden. Letzteres insbesondere durch die Zunahme der Höhendifferenz zwischen Sturmflutwasserstand und Geländehöhen im Deichhinterland bei gleichzeitig reduzierter Wirksamkeit bzw. Verlust der natürlichen Küstenschutzelemente. Für den Tourismus ist vor allem von Bedeutung, dass sich die jahreszeitliche Verteilung des Niederschlags weiter verschieben wird, mit einer Zunahme der Niederschlagsmengen in Herbst, Winter und Frühjahr und einer Abnahme der Niederschlagsmengen im Sommer. Die Wahrscheinlichkeit von Starkregenereignissen wird dabei ebenfalls zunehmen (vgl. zu den Folgen des Klimawandels PEITHMANN 2013).

Hieraus lässt sich herleiten, dass insbesondere in der Nebensaison vermehrt **wetterunabhängige Angebote** für den Gast geschaffen werden müssen, um diese Reisezeiten weiterhin attraktiv zu halten. Geschieht dies nicht, besteht die Gefahr, dass sich der Tourismus noch stärker auf den Sommer konzentrieren wird und die Nebensaison zukünftig schwächer bebucht würde.

⁴ Hierbei wird auf eine allgemeine Barrierefreiheit abgestellt, wie sie derzeit auch vom Tourismusverband Nordsee e. V. kartiert und verfolgt wird.

Des Weiteren ist damit zu rechnen, dass sich der Tourismusmarkt zukünftig noch stärker in den **Wettbewerbsstrategien** Qualitätsführerschaft und Kostenführerschaft verdichten wird. Die Konsumententscheidung wird künftig verstärkt über die Attribute Preis/(Leistung) und Qualität geführt werden. Dem folgend ist davon auszugehen, dass sich der Tourismusmarkt zukünftig stärker in den Positionen Qualitätstourismus und Discounttourismus konzentrieren wird. Für eine klare Positionierung im Qualitätstourismus fehlt es Dangast allerdings derzeit, wie bei den Schwächen bereits gezeigt wurde, in der Gesamtheit⁵ an entsprechenden Angeboten der touristischen Infrastruktur. Das uneinheitliche sehr heterogene Aufrissbild des Ortes mit sehr hoher Baudichte wie auch beispielsweise die imbissähnlichen Bauten am Strand erwecken eher den augenscheinlichen Eindruck von Discounttourismus. Dieser Eindruck steht allerdings in Widerspruch zu dem, was ein Gast von einem „Künstlerdorf“ erwarten dürfte.

D. Bewertung der Vorhaben

I. Bau eines Weltnaturerbeportals am Deich und Verlegung der Kurverwaltung

Für den Bau eines **Weltnaturerbeportals**, als organisatorischer und visueller Ausdruck der Verbundenheit zum UNESCO-Weltnaturerbe Wattenmeer, sprechen verschiedene Aspekte. Einerseits würde dadurch gewissermaßen ein thematisches Eingangstor in das Weltnaturerbe geschaffen, welches in dieser Form bislang nicht existiert. Dangast würde auf diese Weise seine explizite Lage und seinen Anspruch (geographisch) der erste Küstenbadeort am Wattenmeer zu sein, deutlich unterstreichen.

Zugleich ergäbe sich die Möglichkeit, neue qualitativ hochwertige Wellnessangebote mit entsprechenden Räumlichkeiten zu schaffen, wie beispielsweise einen Saunakomplex, idealiter mit Blick auf das Wattenmeer. Ebenfalls sind in einem Neubau Veranstaltungsräume wünschenswert, die bei multioptionaler Nutzung sowohl für Ausstellungen, beispielsweise der Nationalparkverwaltung oder Kunstaustellungen, als auch für weitere Veranstaltungen, beispielsweise Wellness-Kurse oder von Seiten der Dorfgemeinschaft, genutzt werden könnten. Mit einem Weltnaturerbeportal würde räumlich ein möglicher Rahmen für qualitativ hochwertige Angebote geschaffen. Würde, wie derzeit geplant, der Neubau an das bisherige Gebäude des

⁵ Hierbei wird auf die Summe der touristischen Infrastruktur und Beherbergungsstruktur abgestellt.

Meerwasserquellbades anschließen, ergäben sich zugleich positive Effekte in der internen Organisation und im Ablauf interner Geschäftsprozesse. Insgesamt bietet ein Weltnaturerbe-Portal die Chance, auch die Themen Sole und Kunst/Kultur zu flankieren und verstärkt erlebbar als auch kaufbar zu machen. Zugleich würde das bisherige Bad aufgewertet.

Indes erscheint es sinnvoll, dass sich ein Neubau harmonisch in das bisherige optische Aufrissbild einfügt. Idealerweise würden sich die Themen Wattenmeer und Künstlerdorf auch optisch im Bau widerspiegeln bzw. wiederfinden lassen.

II. Neuschaffung von zusätzlichen Bettenkapazitäten

Es ist geplant, die Neubaumaßnahmen eines Weltnaturerbeportals und der Kurverwaltung durch den Verkauf eines Grundstückes einerseits und durch zukünftige Neueinnahmen (Kurbeitrag) mit der Schaffung weiterer Bettenkapazitäten andererseits gegen zu finanzieren.

Bereits im touristischen Zukunftskonzept Nordsee 2015 („**Masterplan**“) wurde für die gesamte Region des Tourismusverbandes Nordsee e. V. festgestellt, dass es an qualitativ hochwertigen Unterkünften mangelt. Daraus abgeleitet werden in dem Zukunftskonzept unter anderem verschiedene Handlungsalternativen empfohlen. So wird beispielsweise auf die Schaffung von modernen Ferienwohnanlagen mit Hotelcharakter verwiesen. In einer der **Zielvorgaben** heißt es dazu beispielsweise: „Bestehende Ferienwohnungs- und Ferienhausagglomerationen werden zu attraktiven Ferienparks weiter entwickelt durch vorrangige Ansiedelung neuer bzw. Ausbau bestehender Infrastrukturangebote zu witterungsunabhängigen Attraktionen sowie durch Schaffung von hotelähnlichen Serviceangeboten. Die oft komplizierten Einzeleigentumsstrukturen der Anlagen werden durch Förderung von Poolmodellen aufgelockert.“ (Tourismusverband 2008, Seite 93)

In der Bewertung des Dangaster Vorhabens ist darauf abzustellen, dass die Tourismusintensität derzeit in Dangast bereits sehr hoch ist und die bisherige touristische Infrastruktur qualitativ - auch insbesondere im Verhältnis zur Übernachtungskapazität – bislang zu wenig entwickelt ist. Eine alleinige Schaffung zusätzlicher Bettenkapazitäten

ohne gleichzeitige Verbesserung der touristischen Infrastruktur kann daher ausdrücklich nicht empfohlen werden.

Daher ist es empfehlenswert, dass ein etwaiger Investor neben Übernachtungskapazitäten auch zusätzliche **Infrastruktur** schafft, welche auch von anderen Gästen genutzt werden kann, ggf. auch mit Preisvorteilen für die eigenen Gäste. Hierbei sind sowohl Angebote im Bereich der Gastronomie, Wellness und Fitness, wie auch Angebote rund um das Themengebiet Sole wünschenswert.

Die Frage nach der optimalen Betriebsgröße einer solchen Anlage aus Investorensicht kann an dieser Stelle nicht hinreichend beantwortet werden und würde eine weitere Untersuchung erfordern. Von daher stellt sich die Frage, wie stark die Bettenkapazität in Dangast noch wachsen kann oder darf. Insgesamt kann festgestellt werden, dass die Bestimmung der maximalen touristischen Aufnahmekapazität nicht zuletzt nach KASPAR (1996) NUR relativ und nicht absolut bestimmbar ist. Dabei ist eine mögliche Grenze variabel und abhängig von verschiedenen Faktoren, wie beispielsweise den angesprochenen Zielgruppen, welche ein unterschiedliches Empfinden und Bedürfnisse hinsichtlich der Besucherdichte haben können. Auch Faktoren wie die Aufenthaltsdauer und weitere Merkmale der Destination, wie vorhandene Infrastruktur, Landschaftstypen u. a. m.) spielen hierbei mit hinein. So haben sich Versuche, die maximale Besucherkapazität mittels Kennzahlen, wie z. B. dem kapazitätsbezogenen Erholungswert⁶ oder der sozialpsychologischen Kapazität, zu bestimmen in der Praxis nicht durchsetzen können.

Als schwacher Indikator kann jedoch die bereits dargestellte Tourismusintensität dienen. Legt man beispielsweise die derzeitige Tourismusintensität von Wangerooge (1.045,4) zugrunde und stellt auf eine maximale künftige Tourismuskapazität für Dangast von 1.000 ab, so ergäbe sich eine maximale Übernachtungskapazität von 545.000 Übernachtungen, woraus noch 132.924 offene Übernachtungskapazitäten resultieren. Bei Rechnung von durchschnittlich 180 Übernachtungen pro Bett entspräche dies zusätzlichen Bettenkapazitäten von ca. 739 Betten bei Vollausslastung im Durchschnitt. Dies würde jedoch unterstellen, dass die übrigen Beherbergungsangebote keinen

⁶ Verhältnis Besucherzahl zur Erholungsfläche

Wachstum mehr erzielen würden. Im Rahmen einer allgemeinen Attraktivierung Dangasts durch zusätzliche Infrastruktur und durch eine etwaige Strahlkraft der Neuausrichtung sollte allerdings auch bei den übrigen Beherbergungsangeboten ein Wachstum generiert werden können. Die neu zu schaffende Ferienwohnanlage mit Hotelcharakter kann hier sowohl eine „Lokomotiv-Funktion“ als auch eine „Anker-Funktion“ für die künftige Entwicklung von Dangast übernehmen.

Eine allgemeine Zunahme der Bettenauslastung berücksichtigend und um die Baudichte in dem entstehenden Neubaugebiet gering zu halten, ist eine geringere Bettenkapazität als 739 Betten erstrebenswert. Legt man beispielsweise ein mittleres Wachstum von zehn Prozent für das übrige Beherbergungsangebot zugrunde, so ergäbe sich als maximale Neukapazität an Betten ein Wert von gut 500 Betten. Diese Werte sind allerdings reine Näherungs- und Orientierungswerte, welche sich allein auf die Tourismusintensität beziehen.

Der Neubau einer Ferienwohnanlage dieser Größe als hotelähnlicher bzw. resortähnlicher Komplex benötigt jedoch zugleich einen professionellen Vertrieb und eine professionelle Vermarktung, um die nötige Auslastung auch langfristig sicherzustellen. Zugleich sind eine erweiterte Zielgruppen-Ausrichtung, beispielsweise im Wellness- und Gesundheitsbereich, sowie die Schaffung von Arrangements, auch im Kurzurlaubsbereich, ratsam. Beides sollte in enger Abstimmung mit der Kurverwaltung und den übrigen Leistungsträgern vor Ort erfolgen. Innerhalb der Anlage wäre es wünschenswert die Themenfelder Kunst und Sole deutlich widerzuspiegeln und erlebbar zu machen. Dies könnte beispielsweise dadurch geschehen, dass Orte, Freiflächen u. ä. geschaffen werden, welche entsprechend thematisch aufgeladen werden.⁷

E. Weitere Handlungsempfehlungen

Aus tourismuswissenschaftlicher Perspektive erscheint der Neubau eines Weltnaturerbeportals mit Schaffung weiterer touristischer Infrastruktur, wie z. B. einem Saunakomplex, sinnvoll, auch um entsprechende Impulse nach außen zu setzen. Die Schaffung von

⁷ Genauso ist es denkbar, dass beispielsweise Häuser oder Wohnungen den Namen von bedeutenden Persönlichkeiten von Dangast oder der Kunst erhalten, Informationen zu ihnen gegeben werden, Bilder gezeigt werden u. a. m.

zusätzlichen Übernachtungskapazitäten als Gegenfinanzierung dieser Entwicklung erscheint nur dann sinnvoll, wenn damit zugleich von dem Investor auch touristische Infrastruktur mit geschaffen wird, welche auch anderen Gästen zur Verfügung steht. Wünschenswert ist dabei sicherlich sowohl der Erhalt vorhandener Bausubstanz als auch das Freihalten bzw. Schaffen öffentlich nutzbarer Räume und Wege. Die Baudichte sollte dabei öffentlich baurechtlich entsprechend begrenzt werden, auch in der Bauhöhe. Ein „Jalousienverbot“ sollte dazu genutzt werden, den Eindruck verlassener Räume und leerstehender Wohnungen (sog. „Geisterstädte“) zu verhindern. Zugleich sollten ggf. etwaige Zweitinvestoren verpflichtet werden, die Wohnungen auch tatsächlich zu vermieten (Vermeidung sog. „Kalter Betten“).

Wünschenswert wäre zudem mittelfristig den Parkplatz am Meer anderweitig nutzbar zu machen, beispielsweise im Rahmen eines multifunktional nutzbaren Wattenmeer-Kurparks und mit Kunstinstallationen, die ggf. auch wechseln könnten. Dies allerdings müsste in die Erstellung eines Gesamtverkehrskonzeptes einfließen.

Das Thema „Sole“ sollte ebenfalls stärker nutzbar gemacht werden. Sofern dies die öffentliche Hand finanziell nicht zu leisten vermag, wären Möglichkeiten und Rahmenbedingungen für Public-Privat-Partnershipprojekte zu schaffen. So könnte beispielsweise ein Neuinvestor auch die Sole in verschiedener Form für sich nutzbar machen. Allerdings ist hier darauf zu achten, dass sich die Angebote ergänzen.

Die Verkehrsproblematik in Dangast ist kurzfristig anzugehen. Dabei sind verschiedene Modelle denkbar, bei denen einerseits der Verkehr von Anwohnern, Übernachtungsgästen und Tagesgästen unterschiedlich geregelt wird. In Anlehnung der Lösungen auf einigen ostfriesischen Inseln ist es zudem denkbar, dass verkehrsbeschränkende Regelungen nur saisonbedingt gelten und für Übernachtungsgäste wie Anwohner Ausnahmeregelungen geschaffen werden.

F. Bedenken hinsichtlich der Betriebsgröße seitens der Bürgerinitiative

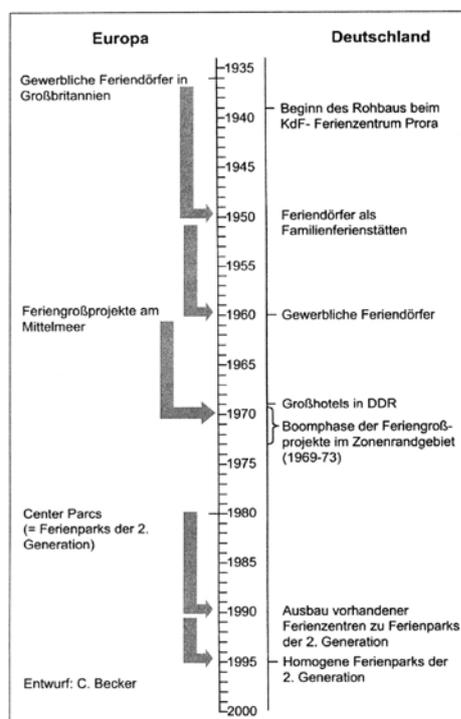
Die Bürgerinitiative hat mehrfach vorgetragen, dass eine Betriebsgröße von 1.000 Betten eine betriebswirtschaftlich notwendige Auslastung nicht erreichen würde, da die Steigerung der Bettenzahl im Vergleich zur bisherigen Bettenzahl von Dangast erheblich

wäre. Im Folgenden wird dem Wunsch entsprochen, diesen Punkt in Kürze näher zu erläutern.

Die hier geplanten Übernachtungskapazitäten sollten zugleich mit dem Ausbau der touristischen Infrastruktur gekoppelt werden. Ein alleiniger Ausbau von Bettenkapazitäten wäre in der Tat kritisch zu sehen. Davon ausgehend, dass die hier zu planende Anlage professionell aus einer Hand bewirtschaftet bzw. vermarktet wird, muss das Konzept der Anlage als ein Ganzes verstanden werden. Ihr Erfolg hängt dabei unter anderem natürlicherweise auch von der Professionalität und Umsicht des Managements der Anlage ab.

Der Masterplan 2015 selbst sieht mindestens ein neu zu schaffendes Resort von 2.000 Betten vor, was per se impliziert, dass derartige Betriebsgrößen auch am Markt realisierbar sind. Tatsächlich können bei Feriengroßprojekten verschiedene Grundtypen und Betriebsgrößen unterschieden werden. Die Entwicklung der Feriengroßprojekte lässt sich in der Historie dabei wie folgt darstellen:

Abb. 35: Entwicklung von Feriengroßprojekten



Quelle: Becker, C., Großprojekte, 2000, S. 33

Der in dieser Bewertung angedachte Typus lehnt sich dabei entfernt an den Grundtypus eines *Ferienparks der ersten Generation* an. Dieser besitzt per Definition

- mindestens zwei der folgenden Beherbergungsangebote: Hotel-, Apartmentteil sowie Bungalowgruppen oder Ferienhausgruppen mit 3-12 Wohnungen,
- mindestens ein Geschäft,
- mindestens ein Restaurant,
- ein größeres Angebot an Freizeit- und Unterhaltungseinrichtungen wie auch beispielsweise Sport- und Spieleinrichtungen sowie
- einen eher städtischen Charakter. (vgl. Becker, 2000, Seite 29; Büro für Tourismus- und Erholungsplanung (BTE), 1994, Seite 10).

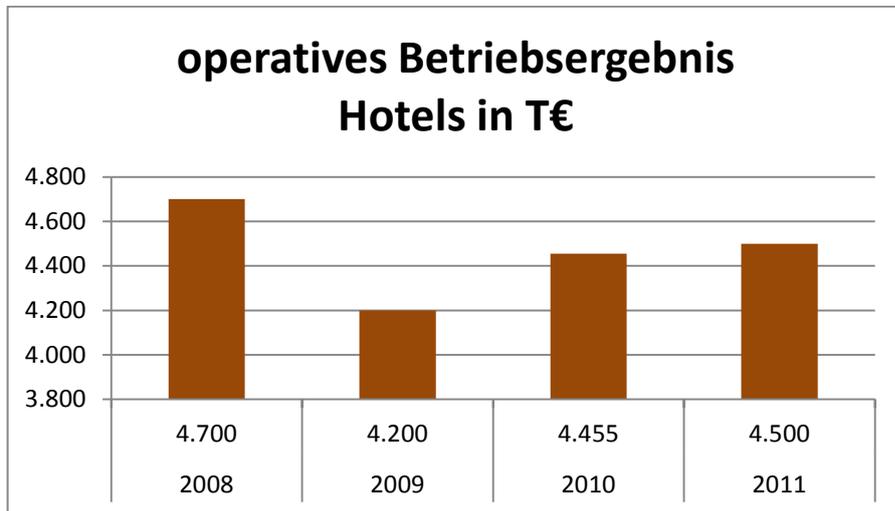
Allerdings ist die hier angedachte Anlage kleiner und weniger umfassend als ein Ferienpark der ersten Generation und kann daher nur sehr bedingt mit diesem Typus verglichen werden.⁸ Auch die Anlagen der CenterParcs sind in der Regel deutlich größer gehalten. Hier werden durchschnittlich 650 Ferienhäuser auf 100 Hektar (Wald- und Seen-)Fläche geplant, wobei nach eigenen Angaben nur zehn Prozent der Fläche tatsächlich bebaut werden (Angaben nach CENTER PARCS 2013). Allerdings sind die CenterParcs überwiegend als geschlossene Betriebskonzepte verwirklicht worden, in denen der Gast seinen Urlaub überwiegend oder ganz innerhalb der Anlage verbringt. Auch aus diesem Grunde ist eine Vergleichbarkeit nicht möglich, wenngleich CenterParcs sich erfolgreich am Markt positionieren konnten. In Dangast würde einem offenen Betriebskonzept gefolgt werden.

Eines der bekanntesten Feriengroßprojekte der letzten Jahrzehnte ist das Flesensee-Projekt. Die Flesensee-Anlage wurde, mit Ausnahme des Iberotels, durch die Flesensee GmbH & Co. EntwicklungsKG finanziert, auf Grundlage eines geschlossenen Immobilienfonds, einem aufgenommenen Darlehen in der Schweiz sowie der Unterstützung des Landes Mecklenburg-Vorpommern. Die Investitionssumme betrug insgesamt 200 Mio. Euro. Den Kern der Anlage bilden dabei das Radisson Blu Resort Schloss Flesensee, der Robinson Club Flesensee, als einziger Robinson Club in Deutschland, sowie das Dorfhotel Flesensee mit 192 Appartements in fünf Themendörfern. Die einzelnen Hotelanlagen sprechen dabei mit differenzierten

⁸ Die folgende 2. Generation an Großprojekte verfügt per Definition über mindestens 1.800 Betten.

Angeboten unterschiedliche Zielgruppen an. In Folge der Neueröffnung waren das Medieninteresse und die Nachfrage durch Gäste groß. Die operative Entwicklung der einzelnen Hotels für sich genommen ist dabei bis heute positiv:

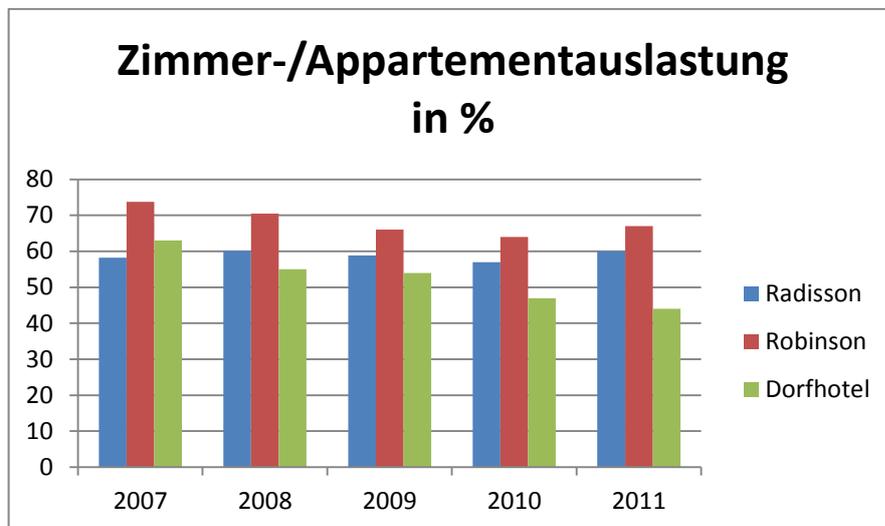
Abb. 36: Operatives Betriebsergebnis der Hotels



Quelle: Konzernzahlen, Rechnungslegung

Auch die Auslastung der Hotels liegt zum Teil über dem jeweiligen Bundesdurchschnitt. In den Jahren 2007 bis 2009 liegt die Auslastung über dem Bundesdurchschnitt der Hotellerie, in den folgenden Jahren 2010 und 2011 liegt die Zimmerauslastung der Hotellerie bundesweit mit 62,5 % allerdings über der Auslastung der Fleesensee-Hotels.

Abb. 37: Auslastung der Hotels



Quelle: Konzernberichte

Allerdings machte das Fleesensee-Resort in den Folgejahren nach der Eröffnung einige Zeit negative Schlagzeilen in den Medien. Die finanzielle Situation der Fleesensee Finanzierungsgesellschaft geriet in Schieflage, wobei hierfür vor allem Wechselkursverluste und außerplanmäßige Abschreibungen als Grund angeführt werden. Ende 2012 verkündete der Geschäftsführer Fricke, dass das Land Fleesensee verkauft werden müsse, um eine Weiterführung der Ferienanlage zu gewährleisten.

Allerdings zeigt das Modell Fleesensee durchaus, dass eine operative gute Auslastung von Feriengroßprojekten kurz- wie langfristig möglich ist. Zugleich warnt das Projekt andererseits aber auch davor, in der Planungs- wie Realisierungsphase mögliche Folgekosten durch Fremdfinanzierung zu unterschätzen. Es darf jedoch aufgrund der guten Übernachtungszahlen davon ausgegangen werden, dass ein betriebswirtschaftliches Überleben bei besseren Finanzierungsbedingungen möglich gewesen wäre. Dies lässt sich auch daraus ableiten, dass die TUI AG in Folge des Dorfhotels Fleesensee noch zwei weitere Dorfhotel-Resorts in Sylt (2007 mit ca. 600 Betten) und Boltenhagen (2008 mit 191 Apartments/2-8 Betten) realisiert hat.

Zusammenfassend kann festgestellt werden, dass das Generieren und Auslasten neuer Übernachtungskapazitäten in Verbindung mit touristischer Infrastruktur auch in Größenklassen über 500 Betten erfolgreich gelingen kann. Der betriebswirtschaftliche Erfolg hängt dabei, wie allgemein üblich, von vielerlei Faktoren ab, sowohl internen als auch externen Einflüssen. Das Argument, dass ein solcher „Neustart“ per se nicht sogleich gelingen kann, ist damit de facto nicht haltbar. Dass ein derartiges Projekt auch mit Risiken verbunden ist und damit im worst-case auch dem Risiko des gänzlichen Scheiterns unterliegt, ist jedem betriebswirtschaftlichen Handeln immanent. Gerade deshalb, werden häufig bereits in der Neuschaffung von Immobilien zugleich Überlegungen zu möglichen Nachnutzungskonzepten angestellt. Da in Dangast überwiegend Wohnraum zur Vermietung geschaffen würde, sind hier verschiedene Nachnutzungsmodelle im Falle einer Insolvenz eines Investors denkbar.

Literaturhinweise:

- Becker, Christoph: Neue Tendenzen bei der Errichtung touristischer Großprojekte in Deutschland, in: Geographische Rundschau 52 (2000), S. 28–33.
- Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (Hrsg.) (2007): Wirtschaftsmotor Alter - Endbericht, 2007
- Büro für Tourismus- und Erholungsplanung (BTE) [Großprojekte, 1994]: Touristische Großprojekte: Eine Planungshilfe für Gemeinden, Bd. 2, Berlin: Selbstverl., 1994.
- Center Parcs: Center Parcs: Europas Spezialist für Familienurlaub, online verfügbar unter <http://press.centerparcs.com/servlet/BlobServer?blobcol=urldata&blobtable=MungoBlobs&blobkey=id&blobwhere=1210229856362&blobheader=application%2Fpdf>, Stand vom 31.05.2013
- Fleesensee GmbH & Co. Entwicklungs KG, Berlin (Hg.) [2011]: Konzernlagebericht 2011
- Hotelverband Deutschland (Hg.): IHA-Hotelkonjunkturbarometer: Zimmerauslastung für die Jahre 2007-2011, http://www.vdr-service.de/fileadmin/fachthemen/studien/ihg_hotelkonjunkturbarometer2011.pdf Stand vom 31.05.2013
- F.U.R. 2011: Grimm, Bente; Winkler, Karen, Peter, Gesundheitsorientierte Urlaubsformen: Strukturen, Potenziale, Ansprüche, Kiel, 2011
- F.U.R. 2012: Aderholt, Peter, Kurzfassung der Reiseanalyse 2012, Kiel, 2012
- Kreisausschuss des Kreises Offenbach (Hg.): Beteiligungsbericht Offenbach 2009, Konzernlagebericht Fleesensee 2008, http://www.kreis-offenbach.de/PDF/Beteiligungsbericht_2009.PDF?ObjSvrID=1856&ObjID=541&ObjLa=1&Ext=PDF&WTR=1&ts=1321516325 Stand vom 31.05.2013
- Kreisausschuss des Kreises Offenbach (Hg.): Beteiligungsbericht Offenbach 2011, Konzernlagebericht Fleesensee 2009, http://www.kreis-offenbach.de/PDF/Beteiligungsbericht_2011.PDF?ObjSvrID=1856&ObjID=1810&ObjLa=1&Ext=PDF&WTR=1&ts=1350033207 Stand vom 31.05.2013
- Land Fleesensee Tourismus Marketing GmbH (Hg.): 10 Jahre Land Fleesensee, 2010
- Land Fleesensee Tourismus Marketing GmbH (Hg.): Informationen Land Fleesensee, 2011, S. 1-7
- Lanzenauer/Belousow: Entwicklungstendenzen und Szenarien der touristischen Nachfrage bis 2030, 2007
- Peithmann, Ortwin: IMPLAN-AG-Instrumentenworkshop „Klimaanpassung im niedersächsischen Küstenraum“ (Präsentation), 10. Januar 2013, Oldenburg

Petrich, Dorothea: Einsamkeit im Alter - Notwendigkeit und (ungenutzte) Möglichkeiten Sozialer Arbeit mit allein lebenden alten Menschen in unserer Gesellschaft, Jenaer Schriften zur Sozialwissenschaft Band Nr. 6, Jena, 2011

Schmoll, Enno: Auswirkungen der demographischen Entwicklung auf die touristische Nachfrage, in: Beauftragte der Bundesregierung für die Belange behinderter Menschen: Tourismus für Alle – Barrierefreiheit in der Reisewirtschaft; Berlin, 2009

Schulte, Maiko: Wertschöpfung durch Tourismus – Eine Analyse zum Nordseebad Dangast, Masterarbeit, 2012

Tourismusverband Nordsee e. V.: Touristisches Zukunftskonzept Nordsee 2015, Jever, 2008