

Regionale Wertschöpfung durch Tourismus

Viele ländliche Räume, insbesondere in strukturschwachen Regionen haben mit dem demographischen Wandel, oft einer schwierigen Erreichbarkeit und dem Verlust von Kaufkraft zu kämpfen. In der Konkurrenz um innovative Unternehmen ziehen sie damit auch im Wettbewerb mit weniger strukturschwachen Räumen häufig den Kürzeren.

Sowohl Unternehmen als auch damit verbundene Arbeitsplätze und in der Folge die junge Bevölkerung wandern ab. Damit verlieren Regionen die Möglichkeit lokaler Wertschöpfung und Entwicklung. Andererseits bieten ländliche Räume eine sehr hohe Lebensqualität und intakte Natur, die für Familien aber auch Touristen besonders attraktiv sind. Tourismus kann wichtige Potentiale wecken und stärken, die der Region als Ganzes zugute kommen. Dafür muss es aber gelingen, regionale Wertschöpfungsketten aufzubauen und zu stärken sowie regionale Wirtschaftskreisläufe zu schließen. Derzeit verbleiben von 100 investierten Euro nur 36 Euro in der Region. Nur 50 Prozent von diesen 36 Euro kommen der ansässigen Bevölkerung etwa durch Lohnkosten zugute. Gelingt es über regionale Wirtschaftskreisläufe und Wertschöpfungsketten, diesen Verlust an Kaufkraft und die daraus resultierenden Effekte zu verhindern oder einzudämmen, kann der Tourismus eine Schlüsselrolle für eine ökologische, ökonomische aber auch soziale Entwicklung einnehmen. Es ist von außerordentlicher Bedeutung, die Bevölkerung in diesen Prozess einzubinden.

Damit der Tourismus einen Beitrag FÜR die Region und nicht nur IN der Region leistet, müssen einige Rahmenbedingungen erfüllt sein. Wichtige Fragen sind demnach laut Prof. Dr. Ulf Hahne von der Uni Kassel: Wo fällt Wertschöpfung an? Und wie verbleibt sie in der Region?

Zu den zentralen Voraussetzungen für Regionen mit touristischem Potential gehört nach den Erfahrungen der Workshopteilnehmer eine attraktive naturräumliche Ausstattung.

Ein ehrliche Analyse im Voraus kann außerdem helfen, die Stärken und Schwächen einer Region zu analysieren und im Hinblick auf eine Eignung als Tourismusregion zu prüfen. Denn nicht in jeder ländlichen Region lässt sich Tourismus als Wertschöpfungs-Quelle etablieren. Bei der Herausarbeitung hilft es, sich an Best Practice Beispielen zu orientieren. Wichtig ist, diese bekannt zu machen und sie an die herrschenden Bedingungen anzupassen.

Um mögliche Konzepte zum Erfolg zu bringen, ist eine lokale Identität unerlässlich. Die Menschen vor Ort müssen ihre Region unterstützen und den Charakter als Tourismusstandort fördern. Dafür ist ein klares Profil wichtig, das mit Kommunalpolitikern und Organisationen kommuniziert werden kann. Entscheidend sind dabei einzelne Zugpferde, die Ideen voranbringen und konsistent verfolgen. Ausgehend von ihnen können zum Beispiel runde Tische helfen, Diskussionen in Gang zu bringen und konkrete Ziele in kleineren AGs zu bearbeiten. Dabei ist es wichtig, dass den Arbeitsgruppen der entsprechende Freiraum gewährleistet ist, um abseits eingefahrener Strukturen neue Konzepte zu erstellen. An dieser Stelle haben die Bürger selbst die Möglichkeit, sich in die Gestaltung ihrer Region einzubringen und sich an den Entscheidungsprozessen zu beteiligen.

Regionale Tourismusedwicklung mit klaren Wertschöpfungssteigerungen ist vor allem dann erfolgreich, wenn sie durch ein Regionalmanagement mit entsprechender Anschubfinanzierung begleitet wird.



Möglichkeiten, die die Workshop-Teilnehmer auf politischer Seite sehen, sind zum Beispiel konkrete „Marker“ bzw. Indikatoren, die Erfolge vergleichbar und kontrollierbar machen. Daran sollten sich dann auch bestimmte Förderrichtlinien orientieren. Die Wichtigkeit konkreter Zahlen durch regelmäßige Erhebungen wurde mehrfach betont. Sie verdeutlichen schwarz auf weiß, welche Bedeutung dem Tourismus in einer Region zukommt. Der Erfolg befristeter Projekte lässt sich auf diese Weise ebenfalls besser überprüfen.

Darüber hinaus wurde betont, dass in der öffentlichen Verwaltung ländliche Entwicklung und Tourismus eng verzahnt werden sollten. Baden-Württemberg vereint beispielsweise beide Bereiche in einem Ministerium.

Was außerdem gefordert wurde, sind neutrale Ansprechpartner, die Ideen aufnehmen und bei dem passenden Gremium einbringen. Aus der Erfahrung heraus herrschen vor allem in ländlichen Gegenden verbohrt Strukturen, die neue Vorschläge vorschnell verpuffen lassen.

Ein besonderes Augenmerk wurde außerdem darauf gelegt, dass Investments in Großprojekte kritisch beurteilt werden. Wenn Tourismus als Wirtschaftsfaktor gefördert werden soll, muss sich eine Region auch zum Tourismus bekennen. Dann zum Beispiel gleichzeitig einen neuen Industriestandort oder Massentierhaltung zu fördern, kann kontraproduktiv sein. Den Tourismus ganzheitlich und über mehrere Standortfaktoren hinweg zu denken, das gilt auch für die Verkehrsanbindung. Die Mobilitätsketten müssen optimiert werden. Gerade dort, wo nur noch ICE-Verbindungen in die Städte führen, kann eine Anschlussverbindung die Urlauber in die umliegenden Regionen bringen. Das erfordert ein umfassendes Konzept und die Beteiligung vieler Player vor Ort. Diese Akteure zu identifizieren und zusammenzubringen, ist die größte Herausforderung im Bezug auf regionale Wertschöpfung.

Referent: Prof. Dr. Ulf Hahne, Diplom-Volkswirt, Dr. sc.pol. (Kiel)

- Berufstätigkeit in der sozioökonomischen Regionalentwicklung und Regionalberatung
- seit 1999 Professor für Nachhaltige Regionalentwicklung an der Universität Kassel am Fachbereich 6 Architektur, Stadtplanung, Landschaftsplanung
- Seit 2006 Professor für Ökonomie der Stadt- und Regionalentwicklung, ebenda.
- Prodekan des Fachbereichs 6 Architektur, Stadtplanung, Landschaftsplanung 2007-2010
- Geschäftsführender Direktor des Instituts für urbane Entwicklungen seit 2009
- Gesprächspartner in vielen Fachgesprächen der Bundestagsfraktion Bündnis 90/Die Grünen



Forschungsschwerpunkte:

- Ökonomie und Indikatoren nachhaltiger Regionalentwicklung
- Regionale Wirtschaftskreisläufe
- Nachhaltige Siedlungsstruktursysteme

