



› Tourismuskonzept Wildeshauser Geest

Endbericht

Analysen

(Kultur-)touristische Ziele, Strategien, Positionierung

Handlungsempfehlungen und Maßnahmen

Auftraggeber

**Zweckverband
Naturpark Wildeshauser Geest**

Delmenhorster Str. 6
27793 Wildeshausen

Köln, 26.11.2024

Foto Titelseite: Visbeker Braut, Dorothea Jacob

Erarbeitet durch:

**ift Freizeit- und
Tourismusberatung GmbH**
Goltsteinstraße 87a, 50968 Köln
Tel. (02 21) 98 54 95 01
www.ift-consulting.de

Christian Rast, Mitglied der Geschäftsleitung
Christiane Baum, Senior Consultant
Louisa Wolf-Gorny, Consultant





Inhaltsverzeichnis

Zusammenfassung	6
1. Einführung und Aufgabenstellung	13
2. Vorgehensweise	14
2.1 Projektablauf	14
2.2 Methodik	15
3. Analyse der Ist-Situation	17
3.1 Lage und Anbindung	17
3.2 Touristische Angebotssituation	20
3.2.1 Touristische Angebote	20
3.2.2 Angebotsentwicklung	22
3.2.3 Qualitätsklassifizierungen und Nachhaltigkeitszertifizierungen	23
3.3 Touristische Nachfrage	25
3.3.1 Nachfrageentwicklung	25
3.3.2 Wirtschaftsfaktor Tourismus	27
3.4 Tourismusorganisation und -vermarktung	29
3.4.1 Vier-Ebenen-Modell zur touristischen Aufgabenverteilung	29
3.4.2 Organisation des Zweckverbandes Naturpark Wildeshauser Geest	29
3.4.3 Binnenkommunikation und Vernetzung	30
3.4.4 Außenkommunikation	31
3.5 Wettbewerb	32
3.6 Innensicht auf die Tourismusregion Wildeshauser Geest	35
3.6.1 Online-Akteursbefragung	35
3.6.2 Gespräche mit Expertinnen und Experten	38
3.7 Herausforderungen und aktuelle Trends	41
4. Stärken-Schwächen-Chancen-Risiken-Profil	46
4.1 Stärken und zentrale Handlungsbedarfe im Überblick	46
4.2 Chancen und Risiken	49
4.3 SWOT-Profil im Überblick	50
5. Kernziel, Strategien und touristische Positionierung	51
5.1 Kernziel	51



5.2	Strategien	53
5.3	Touristische Positionierung	56
5.3.1	Zielgruppen	56
5.3.2	Themen	58
6.	Handlungsempfehlungen und Schlüsselmaßnahmen	60
6.1	Übersicht über Handlungsempfehlungen	60
6.2	Handlungsempfehlungen Infrastruktur	62
6.3	Handlungsempfehlungen Betriebe	80
6.4	Handlungsempfehlungen Angebote	86
6.5	Handlungsempfehlungen Kommunikation	94
6.5.1	Handlungsempfehlungen Binnenkommunikation und Vernetzung	94
6.5.2	Handlungsempfehlungen Außenkommunikation und Vermarktung	101
6.6	Checkliste für Projekte	107
7.	Umsetzung des Tourismuskonzeptes	108
8.	Anhang	109
8.1	Steuerungsgruppenmitglieder	109
8.2	Im Rahmen der Konzeptentwicklung erstellte Dokumente	109



Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1 Handlungsempfehlungen für die touristische Weiterentwicklung	11
Abbildung 2 Vorgehen zur Entwicklung des Tourismuskonzeptes	15
Abbildung 3 Einzugsgebiet mit dem PKW	18
Abbildung 4 Anbindung der Wildeshauser Geest an das Schienennetz	19
Abbildung 5 Angebotsentwicklung Wildeshauser Geest von 2013 bis 2023	22
Abbildung 6 Mit Klassifizierungen und Zertifizierungen ausgezeichnete Betriebe	24
Abbildung 7 Nachfrageentwicklung von 2013 bis 2023	25
Abbildung 8 Ankünfte in den Kommunen der Wildeshauser Geest in 2019 und 2023	26
Abbildung 9 Stärken (links) und Schwächen (rechts) der Wildeshauser Geest aus Sicht der Befragten	35
Abbildung 10 Zufriedenheit der Befragten mit touristischen Aspekten in der Wildeshauser Geest	37
Abbildung 11 Bewertung der Qualität, Quantität, Nachhaltigkeit und Barrierefreiheit der touristischen Angebote in der Wildeshauser Geest	38
Abbildung 12 O-Töne aus den Gesprächen mit Expertinnen und Experten zu Handlungsbedarfen	39
Abbildung 13 O-Töne aus den Gesprächen mit Expertinnen und Experten zur touristischen Entwicklung und Positionierung	40
Abbildung 14 Bewertung der Faktoren touristischer Attraktivität in der Wildeshauser Geest	50
Abbildung 15 Gewünschte künftige Bedeutung der Altersgruppen aus Sicht der Befragten	56
Abbildung 16 Gewünschte künftige Bedeutung der Reisemotive und -arten aus Sicht der Befragten	57
Abbildung 17 Künftige touristische Schwerpunkt- und Unterthemen der Wildeshauser Geest	59
Abbildung 18 Handlungsempfehlungen für die touristische Weiterentwicklung in der Wildeshauser Geest	61
Abbildung 19 Schritte zur Umsetzung des Tourismuskonzeptes	108

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1 Bevölkerung im Einzugsgebiet	18
Tabelle 2 Wettbewerb der Wildeshauser Geest im Bereich Kultur und Natur	32
Tabelle 3 Social-Media-Follower Zahlen Wildeshauser Geest und Wettbewerb	33



Zusammenfassung

Einführung und Aufgabenstellung (Kapitel 1)

Der Naturpark Wildeshauser Geest, seit 1984 ausgewiesen und 1993 erweitert, ist der größte Naturpark Niedersachsens. Er spielt eine zentrale Rolle für naturnahe Erholung und Tourismus in der Region. Mit der Entwicklung des Naturparkplans „Wildeshauser Geest 2030“ hat sich der Zweckverband Naturpark Wildeshauser Geest neue Ziele gesetzt und Projekte vorgenommen, um den Naturpark nachhaltig in die Zukunft zu führen und insbesondere die Wahrnehmung und Sichtbarkeit des Naturparks zu stärken. Der Bereich Tourismus wurde dabei als ein Baustein der Naturparkarbeit mitberücksichtigt, stand jedoch nicht im Fokus.

Bisher konzentrierte sich der Zweckverband Naturpark Wildeshauser Geest bei seiner touristischen Entwicklung und Organisation auf die Schaffung besucherlenkender Angebote. Jedoch fehlte es der Region bislang an einer klaren Strategie für die touristische Weiterentwicklung. Um dies zu ändern, beauftragte der Zweckverband die *ift* Freizeit- und Tourismusberatung GmbH mit Sitz in Köln, ein umfassendes Tourismuskonzept zu entwickeln. Ein Schwerpunkt lag dabei auf nachhaltiger Entwicklung und der Stärkung des Kulturtourismus. Kultur wird in diesem Zusammenhang breit definiert, von historischen Denkmälern bis hin zur regionalen Küche.

Vorgehensweise und Methodik (Kapitel 2)

Das vorliegende Tourismuskonzept wurde im Jahr 2024 in enger Zusammenarbeit mit dem Zweckverband Naturpark Wildeshauser Geest, einer Steuerungsgruppe sowie regionalen Akteurinnen und Akteuren entwickelt. Unterstützt durch Beteiligungsformate wie einer Online-Befragung, Gesprächen mit Expertinnen und Experten sowie zwei Workshops wurden gemeinsam die wichtigsten Schwerpunkte für die künftige touristische Ausrichtung der Region abgeleitet.

Das Konzept umfasst die Analyse der aktuellen touristischen Situation sowie das Kernziel, Strategien und Positionierungsansätze (Kernzielgruppen und Schwerpunktthemen) für die künftige touristische Entwicklung der Region. Konkrete Orientierung in der Umsetzung geben Handlungsempfehlungen in den vier Handlungsfeldern Infrastruktur, Angebote, Betriebe und Kommunikation (Binnenkommunikation und Vernetzung sowie Außenkommunikation und Vermarktung).

Analyse der Ist-Situation (Kapitel 3)

Lage und Anbindung (Kapitel 3.1)

Durch ihre Nähe und gute Straßenanbindung zu mehreren Großstädten, zur niederländischen Grenze und zur Nordsee ist die Wildeshauser Geest strategisch sehr gut gelegen. Sie umfasst ein attraktives Einzugsgebiet von mehr als 13,5 Millionen Menschen in einem Pkw-Fahrtradius von 90 Minuten.

Touristisches Angebot (Kapitel 3.2)

Das Bettenangebot in der Region Wildeshauser Geest hat sich zwischen 2013 und 2019 mit nur geringfügigen Schwankungen stabil gehalten. Pandemiebedingt ging das Beherbergungsangebot in den darauffolgenden Jahren zurück. 2023 gab es eine deutliche Erholung, wenngleich das Vor-Corona-Niveau noch nicht vollständig erreicht wurde. Mit einberechneten fehlenden



Daten wäre 2023 jedoch sogar ein neues Rekordjahr hinsichtlich der Übernachtungszahlen.

Das Beherbergungsangebot ist innerhalb der Region ungleichmäßig verteilt. Während einige Kommunen statistisch erfasste Bettenangebote im hohen drei- bis niedrigen vierstelligen Bereich haben, gibt es auch einige Kommunen mit lediglich fünf oder weniger statistisch erfassten Beherbergungsbetrieben (Betriebe mit mehr als zehn Betten).

In den Kommunen der Wildeshauser Geest sind einige Betriebe mit Qualitätsklassifizierungen ausgezeichnet, darunter vor allem die DEHOGA Sterneklassifizierung und die Klassifizierung der DTV Sterneferien für Ferienwohnungen und -häuser. Vor allem im Hinblick auf die heutige Bedeutung von Aktiv-Angeboten, Qualität, Nachhaltigkeit und Inklusion für die Naturparkregion sind die Qualitätsklassifizierungen und Nachhaltigkeitszertifizierungen jedoch deutlich ausbaufähig.

Touristische Nachfrage (Kapitel 3.3)

Die touristische Nachfrage in der Wildeshauser Geest zeigte von 2013 bis 2019 einen generellen Aufwärtstrend bei Ankünften und Übernachtungen, mit 2019 als Rekordjahr. Von dem coronabedingten Einbruch in 2020 und 2021 hat sich die Region 2023 weitestgehend erholt. Besonders bemerkenswert ist der Anstieg der durchschnittlichen Aufenthaltsdauer auf 3,6 Nächte (2023). Die Entwicklung der Kommunen gestaltete sich von 2019 bis 2023 unterschiedlich. Die Gemeinden Stuhr, Ganderkesee und Großenkneten verzeichneten 2019 und 2023 die meisten Ankünfte und Übernachtungen.

Der Tourismus ist ein bedeutender Wirtschaftsfaktor in der Region, mit einem Gesamtumsatz von 200,5 Mio. Euro im Jahr 2022, was einer Steigerung von 5 % gegenüber 2019 entspricht. Mit 65 % machen Tagesreisen den Großteil des Gesamtumsatzes aus.

Tourismusorganisation und -vermarktung (Kapitel 3.4)

Der Zweckverband Wildeshauser Geest sollte als regionale Organisation künftig die touristischen Aufgaben auf Ebene der Reisesregion übernehmen. Zu seinen zentralen Aufgabenfeldern sollten somit Neukundengewinnung, Interessenvertretung, Angebotsfunktion sowie Marketing und Vertrieb gehören. Das bedeutet, seine Aufgabenschwerpunkte sollten auf der Binnen- und Außenkommunikation und Angebotsentwicklung liegen. Zudem sollte der Zweckverband die touristischen Interessen vertreten und sich dafür einsetzen, dass die Infrastruktur auch unter touristischen Aspekten qualitativ weiterentwickelt wird.

Der Zweckverband fördert im Bereich Binnenkommunikation und Vernetzung bereits heute den regionalen Austausch durch verschiedene Initiativen wie das „Geest-Forum“, Fachtagungen und regionale Kooperationen. Insbesondere die Vernetzung unter den (kultur-) touristischen Akteurinnen und Akteuren sowie der Einbezug der Bevölkerung sind jedoch noch ausbaufähig.

In der Außenkommunikation nutzt der Zweckverband digitale und analoge Medien, darunter seine Website, Social-Media-Kanäle und Printmaterialien. Die touristische Präsenz wird durch Messeauftritte und fünf Tourist-Informationen verstärkt. Bei einigen Kanälen, insbesondere bei der Aktualisierung und Bespielung der digitalen Kanäle sowie der Aktualisierung der Broschüren des Naturparks, besteht Handlungsbedarf. Dies hängt auch mit den bislang begrenzten finanziellen und personellen Kapazitäten des Zweckverbandes zusammen. Mit dem deutlichen Ausbau der Kapazitäten sollte künftig auch die Außen- und Binnenkommunikation intensiviert werden.

Wettbewerb (Kapitel 3.5)

Die Wildeshauser Geest steht im touristischen Wettbewerb mit anderen Destinationen, die sich ebenfalls auf die Themen Kultur und Natur spezialisiert haben. Diese



Wettbewerberinnen und Wettbewerber, wie das Museumsdorf Cloppenburg, das Künstlerdorf Worpswede, das Oldenburger Münsterland, das in der Reiseregion gelegene Hasetal und verschiedene Naturparks, bieten vielfältige Angebote für unterschiedliche Zielgruppen an. Sie unterscheiden sich in ihrer Organisationsform und digitalen Präsenz. Besonders im Bereich der sozialen Medien zeigen sich deutliche Unterschiede in der Reichweite. Die Wildeshauser Geest hat hier noch Aufholbedarf und sollte ihre 2023 begonnene Social-Media-Strategie weiter ausbauen, um besonders jüngere Zielgruppen anzusprechen.

Innensicht auf die Tourismusregion Wildeshauser Geest (Kapitel 3.6)

Bei den Ergebnissen der Online-Befragung und der Gespräche mit Expertinnen und Experten gibt es deutliche Überschneidungen. Sowohl die Umfrage-Teilnehmenden als auch die Expertinnen und Experten betonen die Bedeutung und Attraktivität der vielfältigen und attraktiven Natur und Landschaft, der Fahrradinfrastruktur sowie der kulturellen Angebote. Gleichzeitig werden Handlungsbedarfe insbesondere im Bereich Mobilität, Kommunikation und Vermarktung sowie teilweise auch beim Gastronomie- und Beherbergungsangebot gesehen. Besonders die Expertinnen und Experten unterstreichen die Notwendigkeit, auch die Binnenkommunikation und Zusammenarbeit innerhalb der Tourismusregion zu verbessern. Im

Bereich Außenkommunikation sollten laut ihnen die Aktualität der Informationen und die Bündelung der touristischen Angebote künftig ausgebaut werden.

Herausforderungen und aktuelle Trends (Kapitel 3.7)

Aus den gesellschaftlichen und touristischen Entwicklungen ergeben sich eine Reihe von Trends und Herausforderungen. Sie sind in die Ziele, Strategie- und Positionierungsentwicklung und in die Ableitung der Handlungsempfehlungen für die Reiseregion Wildeshauser Geest eingeflossen. Für eine zeitgemäße und zukunftsorientierte touristische Weiterentwicklung der Region sollten sie bei allen künftigen touristischen Aktivitäten und Maßnahmen berücksichtigt werden. Dazu gehören:

- › wachsende individuelle Ansprüche
- › Naturverbundenheit und aktive Erholung in der Natur
- › steigendes Nachhaltigkeitsbewusstsein
- › Regionalität und Authentizität
- › Fach- und Arbeitskräfte-Problematik, Work-Life-Balance und Sinnhaftigkeit der Arbeit
- › Digitalisierung und Künstliche Intelligenz
- › smarte und klimafreundliche Mobilität
- › demografischer Wandel, Tourismus für Alle, Barrierefreiheit

Stärken-Schwächen-Chancen-Risiken-Profil (Kapitel 4)

Auf Basis der Analyse wurden die touristischen Erfolgsfaktoren einer Destination sowie die touristische Vermarktung und das Management für die Wildeshauser Geest als Reiseregion bewertet. Stärken ergeben sich in der Wildeshauser Geest vor allem aus:

- › den vielseitigen Naturräumen, der landschaftlichen Vielfalt und den Rad- und Wanderwegen

- › der Freizeitinfrastruktur und den Freizeitangeboten
- › den Stadt- bzw. Ortsbildern, der Geschichte und den Kulturangeboten

Teils Stärken, teils Schwächen und damit insgesamt eher Handlungsbedarfe bestehen in den folgenden Bereichen:

- › Lage, Erreichbarkeit und nachhaltige Mobilitätsangebote

- › Beherbergung und Gastronomie
- › Einkaufen (Shopping)
- › Tourismusmanagement, Kooperation

Vorwiegend Schwächen und somit deutlichen Handlungsbedarf gibt es in dem Bereich Profilierung, Positionierung und Vermarktung.

Kernziel, Strategien und touristische Positionierung (Kapitel 5)

Kernziel (Kapitel 5.1)

Um sich zukunftsfähig und im Einklang mit ihren Werten und Aufgaben als Naturpark weiterzuentwickeln, will die Wildeshauser Geest künftig den Fokus auf einen qualitätsvollen und nachhaltigen Tourismus legen:

Die Wildeshauser Geest hat als Naturparkregion und mit ihren vielfältigen, individuellen Angeboten in den Bereichen Kultur- und Naturerlebnis, Rad, Umwelt- und kultureller Bildung touristisches Potenzial. Das wollen wir stärker nutzen, mehr nach innen kommunizieren und für (über-)regionale Gäste und Einheimische erlebbar machen. Unser Ziel lautet:

Wir entwickeln den Naturpark Wildeshauser Geest für (über-)regionale Gäste und Einheimische zur qualitätsvollen und nachhaltigen Reiseregion.

Strategien (Kapitel 5.2)

Die folgenden sieben Strategien untermauern somit das Kernziel und geben bei der weiteren touristischen Entwicklung der Region Orientierung:

- › Touristische Angebote und Infrastruktur qualitätsvoll (weiter-)entwickeln mit Fokus auf Natur, Kultur, Rad sowie Bildung und Zukunftsfähigkeit. Ergänzend dazu ein touristisches Standort- und Ansiedlungsmanagement verfolgen.
- › (Bildungs-)Angebote mit Fokus auf Natur, Kultur und Rad bündeln und sichtbar machen.
- › Regionale Besonderheiten authentisch und intensiver kommunizieren.

- › Digitalisierung in Kommunen und Betrieben ausbauen.
- › Nach außen als attraktive Reiseregion etablieren und positionieren.
- › Nach innen das Naturpark- und Tourismusbewusstsein sowie das Bewusstsein für die Bedeutung als Naherholungsraum fördern.
- › Die Vernetzung und Zusammenarbeit auf lokaler, regionaler und Landesebene ausbauen.

Touristische Positionierung (Kapitel 5.3)

Bei den Reisemotiven sollte der Fokus künftig auf folgenden **Kernzielgruppen** liegen:

- › Naturliebhaberinnen, -liebhaber und -interessierte
- › Kulturinteressierte
- › Radfahrende
- › Wanderinnen und Wanderer
- › aktive Gäste (Wassersport, Reiten etc.)

Ergänzend und je nach Angebotsthema sind zudem Fachexpertinnen und -experten, Veranstaltungsgäste, Gruppenreisende und Geschäftsreisende relevant

Die Wildeshauser Geest hat attraktive Angebote für fast alle Altersgruppen, insbesondere jedoch für Gäste im mittleren Alter sowie Best Ager und Familien mit Kindern bis circa 14 Jahren. Als Multiplikatorinnen und Multiplikatoren spielen Kinder und deshalb auch Schulklassen und Kindergärten eine wichtige Rolle.

Wichtig ist dabei, dass sowohl die Einheimischen der Region als auch (über-)regionale



Gäste mit qualitätvollen, sozial- und umweltverträglichen Angeboten und einer passenden Kommunikationsstrategie angesprochen werden.

Nach der Sinus-Zielgruppensegmentierung sind das Postmaterielle Milieu und die Adaptiv-Pragmatische Mitte aufgrund ihrer Werte und Interessen die zentralen Zielgruppen und damit auch die künftigen Fokuszielgruppen der Wildeshauser Geest:

Beim Postmateriellen Milieu (12 % Marktanteil) spielen Werte wie Post-Wachstum, Nachhaltigkeit, diskriminierungsfreie Verhältnisse und Diversität eine wichtige Rolle. Ihre Urlaubsmotive sind insbesondere Kultur und Bildung, Entspannung, Naturerlebnis und Zeit miteinander zu verbringen. Sie verbringen ihren Urlaub gerne mit Radfahren, Wandern sowie damit, Kultur- und Naturattraktionen zu erleben.

Die Adaptiv-Pragmatische Mitte (12 % Marktanteil) ist „der moderne Mainstream“. Für sie sind Lebenspragmatismus und Nützlichkeitsdenken typisch, gleichzeitig aber auch der Wunsch nach Spaß und Unterhaltung. Im Urlaub sind ihnen Natur erleben, Zeit miteinander verbringen, Erholung und Unterhaltung wichtig. Passend dazu wandern sie gerne, fahren Rad oder besuchen Freizeitparks und -attraktionen.

Analog dazu lauten die **Schwerpunktfelder** für die touristische Entwicklung der Wildeshauser Geest:

- › **Natur(-Landschaft)**
- › **Kultur**
- › **Radfahren**
- › **Wandern**
- › weitere **(aktive) Erholungsangebote** (u. a. Wassersport, Saunieren)

Handlungsempfehlungen und Schlüsselmaßnahmen (Kapitel 6)

Aus dem Kernziel und den Strategien der Reiseregion Wildeshauser Geest wurden innerhalb der vier Handlungsfelder Infrastruktur, Betriebe, Angebote und Kommunikation 23 Handlungsempfehlungen abgeleitet (siehe Abbildung 1).

Im vorliegenden Tourismuskonzept sind die Handlungsempfehlungen sortiert nach den Handlungsfeldern im Detail dargestellt. Neben den Schlüsselmaßnahmen und Projekten enthalten die Steckbriefe Empfehlungen zu den nächsten Schritten und ersten Meilensteinen für eine erfolgreiche

Umsetzung. Zudem wird konkretisiert, welche Akteurinnen und Akteure die Projekte und Maßnahmen federführend oder als Projektpartnerinnen und -partner umsetzen sollten. Die Handlungsempfehlungen sind eng miteinander verwoben. Um dies zu verdeutlichen, werden Querbezüge zu weiteren Handlungsempfehlungen hergestellt.

Zur Orientierung für die Auswahl weiterer Projekte und Maßnahmen steht zudem eine **Checkliste für Projekte** zur Verfügung (Kapitel 6.6).



Abbildung 1 Handlungsempfehlungen für die touristische Weiterentwicklung

A. Infrastruktur		B. Betriebe	
A1	Camping- und Wohnmobil-Angebote ausbauen	B1	außergewöhnliche, zielgruppenadäquate Übernachtungsmöglichkeiten entwickeln
A2	digitaler Naturpark	B2	zeitweise erweiterte Gastronomieangebote entwickeln
A3	Beschilderung verbessern	B3	Qualitäts- und Nachhaltigkeitsoffensive in/mit den Betrieben umsetzen
A4	nachhaltige Mobilitätsangebote ausbauen		
A5	ein bis zwei touristische Highlights schaffen	C. Angebote	
A6	Barrierefreiheit flächendeckend fördern und umsetzen	C1	außergewöhnliche Kultur- und Naturorte als Erlebnis- und/oder außerschulische Lernorte (weiter-)entwickeln
A7	Qualität von Radwegen und -routen ausbauen sowie Fahrradangebote (weiter-)entwickeln	C2	Angebotspakete entwickeln
A8	Qualität von Wanderwegen und -routen ausbauen	C3	gemeinsame, vernetzende Veranstaltungen (weiter-)entwickeln
A9	Aufenthaltsqualität steigern und Erholungseffekt verlängern	C4	Plattform und Netzwerk für Vermarktung und Vertrieb regionaler Produkte entwickeln
D. Kommunikation			
D.1 Binnenkommunikation, Vernetzung		D.2 Außenkommunikation, Vermarktung	
D1.1	Bewusstsein als Naturpark- und Tourismusregion fördern	D2.1	Naturpark in der digitalen Außenkommunikation stärker aufstellen
D1.2	Kooperationen des Zweckverbandes ausbauen, gemeinsamen Auftritt als Naturpark- und Tourismusregion fördern	D2.2	einheitliche Außendarstellung des Naturparks sowie seiner Akteurinnen und Akteure fördern
D1.3	Zusammenarbeit zwischen Kultur, Natur und Tourismus stärken	D2.3	Gastronomie-, Beherbergungs- und Freizeitangebote übersichtlich kommunizieren
D1.4	Politik einbinden / Lobbyarbeit für Naturpark und Tourismus betreiben		

Quelle: ift GmbH

Umsetzung des Tourismuskonzeptes (Kapitel 7)

Mit der Umsetzung der Handlungsempfehlungen und Schlüsselmaßnahmen kann sukzessive ab Ende 2024 durch den Zweckverband Naturpark Wildeshauser Geest und die genannten Partnerinnen und Partner begonnen werden.

Das Tourismuskonzept ist der Handlungsleitfaden für die touristische Entwicklung der

Wildeshauser Geest in den nächsten sieben bis zehn Jahren. Das Ziel, die Strategien, Zielgruppen und Positionierungsthemen sollten beibehalten und bei Bedarf ergänzt werden, um mit Kontinuität auch tatsächlich Effekte zu erzielen.

Die Schlüsselmaßnahmen und Projekte sind aus aktueller Sicht sinnvoll und sollten



jährlich vom Zweckverband auf ihren Umsetzungsstand sowie ihre aktuelle Relevanz hin überprüft werden. Bei bereits umgesetzten Projekten und Maßnahmen sollte eine Erfolgsmessung stattfinden und so sichergestellt werden, dass die durch das Projekt gewünschten Effekte entstehen und genutzt werden.

Parallel dazu ist eine kontinuierliche Fortschreibung des Konzeptes wichtig, indem

nach Bedarf und Entwicklung der Region neue Projekte und Maßnahmen benannt und initiiert werden.

Perspektivisch ist es für die Wildeshauser Geest als zugleich Naturpark- und Tourismusregion empfehlenswert, ein übergreifendes Naturpark- und Tourismuskonzept zu entwickeln.



1. Einführung und Aufgabenstellung

Der 1984 ausgewiesene und 1993 erweiterte Naturpark Wildeshauser Geest ist mit 1.530 km² der größte Naturpark in Niedersachsen und einer der größten von insgesamt 105 Naturparks in Deutschland. 14 Städte und (Samt-)Gemeinden sowie drei Landkreise bilden den Zweckverband Naturpark Wildeshauser Geest. Die Naturparkregion umfasst insgesamt vier Kreisgebiete und kreisfreie Städte. Aufgrund seiner geschichtlichen Entwicklung aus dem Großerholungsgebiet Wildeshauser Geest liegt bis heute ein deutlicher Arbeitsschwerpunkt der Naturparkarbeit im Bereich naturorientierter Naherholung und Tourismus. Bislang konzentrierte sich der Zweckverband dabei vor allem auf die Schaffung qualitativer, besucherlenkender Angebote wie thematische Wanderrouten, das Knotenpunktsystem für Radfahrende und weitere Projekte, die zur Entlastung sensibler Bereiche beitragen.

Der Naturpark Wildeshauser Geest hat in den vergangenen Jahren eine überaus erfolgreiche touristische Entwicklung durchlaufen. Allerdings fehlten der Region bislang eine strategische Grundlage für die weitere Entwicklung und häufig auch eine klare Wahrnehmung als Reiseregion – sowohl von innen als auch von außen. Mit der Entwicklung eines neuen Naturparkplans „Wildeshauser Geest 2030“ in den Jahren 2021 und 2022 hat sich der Zweckverband neue Ziele gesetzt und Projekte benannt, um den Naturpark nachhaltig in die Zukunft zu führen und die Wahrnehmung und Sichtbarkeit des Naturparks zu stärken. Entsprechend der mit dem Verband Deutscher Naturparke (VDN e. V.) vereinbarten Aufgaben und Ziele soll der Naturpark Wildeshauser Geest zu einer Modellregion nachhaltiger Entwicklung werden, die ganz wesentlich zur Stärkung ländlicher Räume, zum Schutz der biologischen Vielfalt und zum Klimaschutz beiträgt. Der Bereich Tourismus wurde dabei als ein Baustein der Naturparkarbeit mitberücksichtigt, stand jedoch nicht im Fokus.

Um den Tourismus in der Region intensiver zu betrachten, sich zukunftsfähig aufzustellen und künftig das touristische Potenzial der Region voll auszuschöpfen, hat der Zweckverband Naturpark Wildeshauser Geest die *ift* Freizeit- und Tourismusberatung mit Sitz in Köln damit beauftragt, ein Tourismuskonzept für die Wildeshauser Geest zu erstellen.

Aufgrund der hohen Bedeutung und der vielseitigen kulturellen Angebote in der Region wurde im Rahmen der Konzepterstellung besonderes Augenmerk auf den Kulturtourismus gelegt. Der Kulturbegriff wird dabei weit gefasst definiert: Es handelt sich sowohl um kulturhistorische Bau- und Bodendenkmäler unterschiedlicher Epochen als auch um Museen, Galerien, Gärten, Kunsthandwerk und Kunstschaffende. Auch die regionale Esskultur ist ein wichtiger Aspekt.

Das vorliegende Konzept wurde in enger Zusammenarbeit mit dem Zweckverband und den (kultur-)touristischen Akteurinnen und Akteuren der Region entwickelt. Neben einer Bestandsaufnahme der bisherigen Tourismusedwicklung und des derzeitigen (Kultur-)Tourismus umfasst das Konzept Ziele und Strategien für die künftige Weiterentwicklung der Region als Reiseregion. Die Definition von Kernzielgruppen und Schwerpunktthemen geben Orientierung in der touristischen Positionierung. Konkrete Handlungsempfehlungen und Schlüsselmaßnahmen zeigen auf, wie die Wildeshauser Geest die Strategie umsetzen und das gemeinsam definierte Ziel erreichen kann. Das Tourismuskonzept gibt der Region und ihren Akteurinnen und Akteuren somit einen strategischen und zugleich praxisorientierten Handlungsrahmen für eine erfolgreiche, zukunftsorientierte, (kultur-)touristische Weiterentwicklung und Positionierung der Naturparkregion Wildeshauser Geest als nachhaltiges und attraktives Reiseziel.



2. Vorgehensweise

Das Tourismuskonzept Wildeshauser Geest wurde im Jahr 2024 in enger Zusammenarbeit mit dem Zweckverband Naturpark Wildeshauser Geest, der projektbegleitenden Steuerungsgruppe und weiteren (kultur-)touristischen Akteurinnen und Akteuren entwickelt. Dazu gab es eine Vielzahl von Beteiligungsformaten. Auf Basis einer umfassenden Bestandsanalyse wurden die Ziele, Strategien und Positionierungsansätze für die künftige touristische Entwicklung der Region definiert und daraus die für die Umsetzung zentralen Handlungsempfehlungen und Schlüsselmaßnahmen abgeleitet.

2.1 Projektablauf

Der Zweckverband Naturpark Wildeshauser Geest hat Anfang 2024 die *ift* Freizeit- und Tourismusberatung mit der Konzepterstellung beauftragt. Der Auftakttermin mit der Steuerungsgruppe fand am 28. Februar 2024 statt. Die Steuerungsgruppe wurde für die Konzeptentwicklung mit tourismusrelevanten Vertreterinnen und Vertretern der drei Landkreise Diepholz, Oldenburg und Vechta besetzt und begleitete das Projekt während der gesamten Laufzeit. Das Konzept wurde im Anschluss bis Herbst 2024 in enger Abstimmung mit dem Zweckverband und der Steuerungsgruppe erarbeitet. Es umfasst folgende **Bausteine**:

- › (kultur-)touristische Bestandsanalyse (Analyse der bisherigen Entwicklung und aktuellen Situation auf Basis von Primär- und Sekundärdaten)
- › strategische Ausrichtung (Entwicklung des Kernziels und Strategien)
- › touristische Positionierung (Definition der zentralen Zielgruppen und Schwerpunktthemen)

- › Maßnahmenplan (Handlungsempfehlungen und Schlüsselmaßnahmen zur Umsetzung der Strategie)

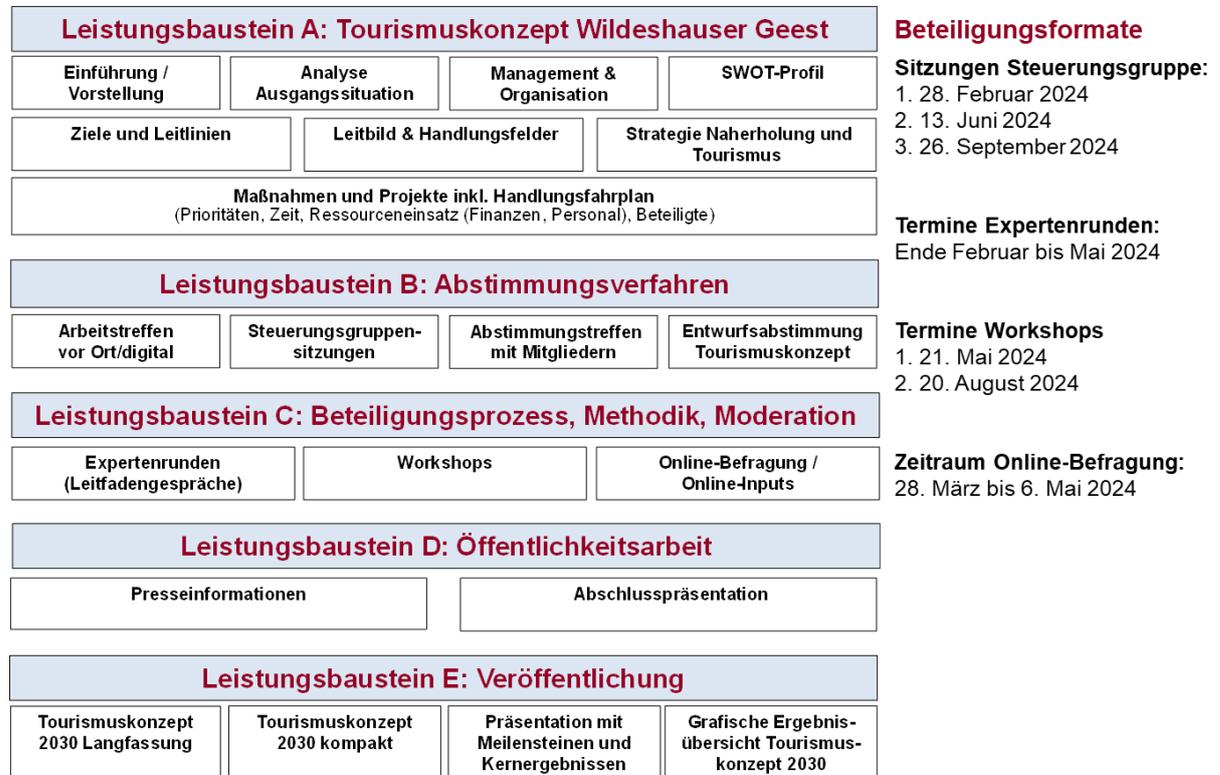
Die Akteurinnen und Akteure der lokalen und regionalen Tourismusbranche, des Kultursektors, aus der Politik sowie Verbänden und Vereinen haben sich im Rahmen mehrerer **Beteiligungsformate** an der Konzeptentwicklung beteiligt:

- › drei Steuerungsgruppensitzungen
- › eine Online-Akteursbefragung (siehe Kapitel 3.6.1)
- › Gesprächsrunden und Einzelgespräche mit regionalen Akteurinnen und Akteuren (siehe Kapitel 3.6.2)
- › zwei Workshops zur Diskussion des Stärken-Schwächen-Chancen-Risiken-Profiles (kurz SWOT), zu den Zielen und Strategien sowie zur Ausarbeitung konkreter Projektideen und Maßnahmen

Der detaillierte Projektablauf und die Termine der einzelnen Beteiligungsformate sind in Abbildung 2 dargestellt.



Abbildung 2 Vorgehen zur Entwicklung des Tourismuskonzeptes



Quelle: eigene Darstellung ift GmbH

2.2 Methodik

Grundlage des vorliegenden Konzeptes ist eine umfassende Analyse der bisherigen Tourismusentwicklung und aktuellen Tourismussituation in der Wildeshauser Geest. Dafür wertete die ift GmbH eine Vielzahl von Sekundärquellen aus. Darüber hinaus gab es mehrere Beteiligungsformate und Ortsbegehungen. Die Analyseergebnisse sind in das SWOT-Profil eingeflossen, welches einen Gesamtüberblick über die aktuelle Situation des (Kultur-)Tourismus in der Region gibt. Diese Bewertung des Status quo bildet die Grundlage für die Ableitung des Kernziels, der Strategien sowie der Handlungsempfehlungen und Schlüsselmaßnahmen.

Statistische Daten des Landesamtes Niedersachsen

Eine wichtige Datengrundlage für die Analyse der touristischen Angebots- und Nachfragesituation ist die Tourismusstatistik der

statistischen Landesämter. Das statistische Landesamt Niedersachsen erfasst die Gästezahlen der meldepflichtigen Beherbergungsbetriebe ab zehn Betten. Hier ist jedoch anzumerken, dass für manche Kommunen für einige Jahre keine Daten zur Verfügung stehen. Das betrifft aufgrund der statistischen Geheimhaltung vor allem Kommunen mit nur wenigen Betrieben mit zehn oder mehr Betten. Auf diese Datenlücke wird an entsprechender Stelle hingewiesen (siehe Quellenangaben in Kapitel 3.3.1 und 3.2.2).

Strategien und Konzepte auf lokaler, regionaler und Landesebene

In die Tourismusstrategie sind die für den Tourismus relevanten Konzepte, Strategien und Analyseergebnisse auf lokaler, regionaler und auf Landesebene eingeflossen.



Dazu gehören:

- › der 2022 veröffentlichte Naturparkplan Wildeshauser Geest
 - › der für die Jahre 2019 und 2022 erstellte Wirtschaftsfaktor für den Naturpark
 - › die regionalen Entwicklungskonzepte der LEADER-Regionen
 - › die Konzepte der Zukunftsregionen Zukunftsregion4Klima und Zukunftsregion Mitte Niedersachsen, die (in Teilen) in der Region liegen
 - › die touristisch relevanten Konzepte der Städte, (Samt-)Gemeinden und Landkreise
- › die Tourismuskonzepte der Reiseregionen in und um die Region (Gemeinde Dötlingen, Kreis Vechta, Stadt Oldenburg, Oldenburger Münsterland etc.)
 - › weitere kommunale und regionale Entwicklungspläne und -strategien mit touristischen Bezügen (z. B. Landschafts- und Naherholungsstrategien sowie Projektentwürfe)

Auf Landesebene sind insbesondere relevant:

- › der Strategische Handlungsrahmen für die Tourismuspolitik Niedersachsen
- › die Ergebnisse des Projektes „Klimawandel anpassen“ der TourismusMarketing Niedersachsen GmbH



3. Analyse der Ist-Situation

Um passgenaue Ziele und Strategien für die Wildeshauser Geest abzuleiten und sie so zu einer attraktiven und zukunftsfähigen Reiseregion weiterzuentwickeln, ist es wichtig, zunächst die aktuelle Situation auf Basis von Primär- und Sekundärquellen genauer zu analysieren. Wo steht die Wildeshauser Geest aktuell in ihrer touristischen Entwicklung? In welchen Bereichen ist sie bereits gut aufgestellt und wo bestehen Handlungsbedarfe?

3.1 Lage und Anbindung

Die geografische Lage und Anbindung einer Reiseregion sind zentrale Faktoren touristischer Attraktivität. Durch ihre Nähe und gute Anbindung zu mehreren Großstädten, zur niederländischen Grenze und zur Nordsee ist die Wildeshauser Geest strategisch sehr gut gelegen und hat ein attraktives Einzugsgebiet von mehr als 13,5 Mio. Menschen in einem Pkw-Fahrtradius von 90 Minuten.

Der Naturpark Wildeshauser Geest ist Teil des Norddeutschen Tieflandes und liegt circa 20 bis 30 Minuten Fahrzeit entfernt südlich der Städte Bremen und Oldenburg. Mit einer Gesamtfläche von 1.530 km² ist er der größte der insgesamt 14 Naturparks in Niedersachsen. Die Region setzt sich aus den drei Landkreisen Diepholz, Oldenburg und Vechta sowie 14 Städten und (Samt-) Gemeinden zusammen. Dazu gehören die Gemeinden Dötlingen, Ganderkesee, Goldenstedt, Großenkneten, Hatten, Hude, Stuhr, Visbek, Wardenburg, die Samtgemeinde Harpstedt sowie die Städte Bassum, Syke, Twistringen und Wildeshausen. Mehrere anerkannte Tourismusregionen grenzen an die Wildeshauser Geest an: Das Oldenburger Münsterland im Westen, Bremen im Nordosten, die Mittelweser im Südosten und das Dümmerweserland im Süden.

Die verkehrstechnische Anbindung an die Wildeshauser Geest ist sowohl von mehreren Bahnhöfen als auch durch ein gut ausgebautes Straßennetz geprägt. Die Bundesautobahnen A1, A28 und A29 bilden ein Dreieck, das die Wildeshauser Geest mit den Großstädten Oldenburg und Bremen verbindet und den nördlichen und zentralen Teil der Wildeshauser Geest erschließt. Zusätzlich erweitert die Bundesstraße 213 das Straßennetz im zentralen Teil der Region, während die Bundesstraßen 6 und 51 den südöstlichen Bereich ergänzen.

Bereits innerhalb einer halben Stunde Pkw-Fahrzeit erreicht man die Städte Bremen und Oldenburg (siehe Abbildung 3). Osnabrück und Bremerhaven sind weniger als eine Stunde Pkw-Fahrzeit entfernt. Ab einer Fahrzeit von rund einer Stunde erreicht man einen Großteil der Nordseeküste, Hamburg, Hannover und den Norden von Nordrhein-Westfalen. Die niederländischen Städte Groningen, Emmen und Enschede liegen in einem Fahrzeitradius von unter eineinhalb Stunden. Insgesamt leben (einschließlich niederländischer Einwohnerinnen und Einwohner) mehr als 13,5 Mio. Menschen in einem Pkw-Fahrtradius von 90 Minuten (siehe Tabelle 1). Damit hat die Wildeshauser Geest ein großes Nachfragepotenzial sowohl im Primärmarkt (vom Wohnort aus startende Gäste) als auch im Sekundärmarkt (vom Urlaubsort aus startende Gäste).

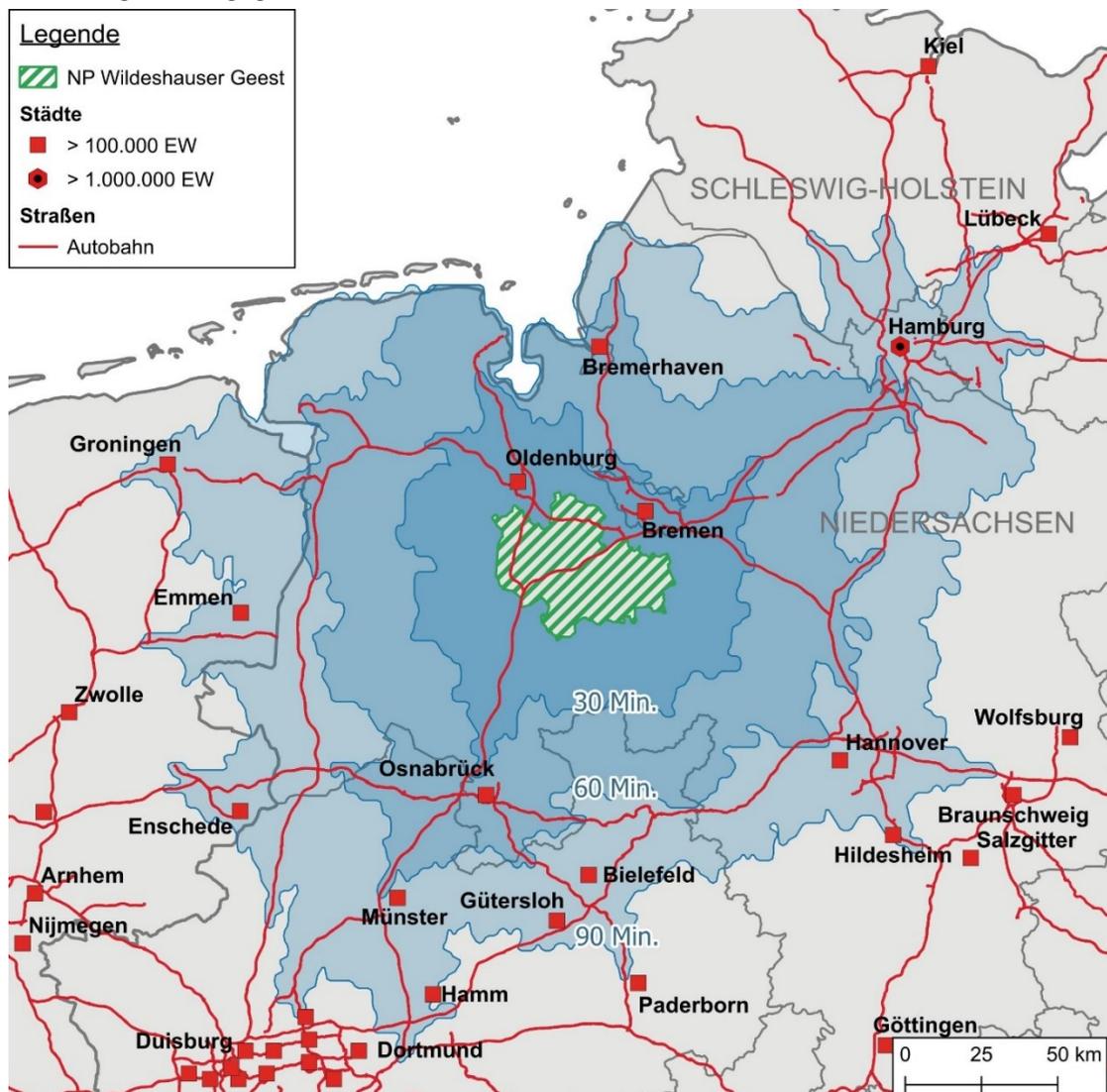
Des Weiteren befinden sich über die Region verteilt mehrere Bahnhöfe, u. a. in den Städten Bassum, Ganderkesee, Goldenstedt, Großenkneten, Hude, Syke, Twistringen, Visbek und Wildeshausen. Die Bahnhöfe verbinden die Wildeshauser Geest auch über das Schienennetz mit den Städten Bremen, Oldenburg und Osnabrück (siehe Abbildung 4). Dabei durchqueren die Regionalverbindungen die Region auf drei unabhängigen Nord-Süd-Trassen ohne Querverbindung untereinander.

Tabelle 1 Bevölkerung im Einzugsgebiet

Fahrtradius (Pkw)	Deutschland	Niederlande	Radius kumuliert
0–30 Min.	1.933.982		1.933.982
31–60 Min.	2.826.179	9.126	4.769.287
61–90 Min.	7.671.334	1.132.386	13.573.007

Quelle: eigene Berechnungen ift GmbH auf Basis von WorldPop und der Statistischen Ämter des Bundes und der Länder 2024

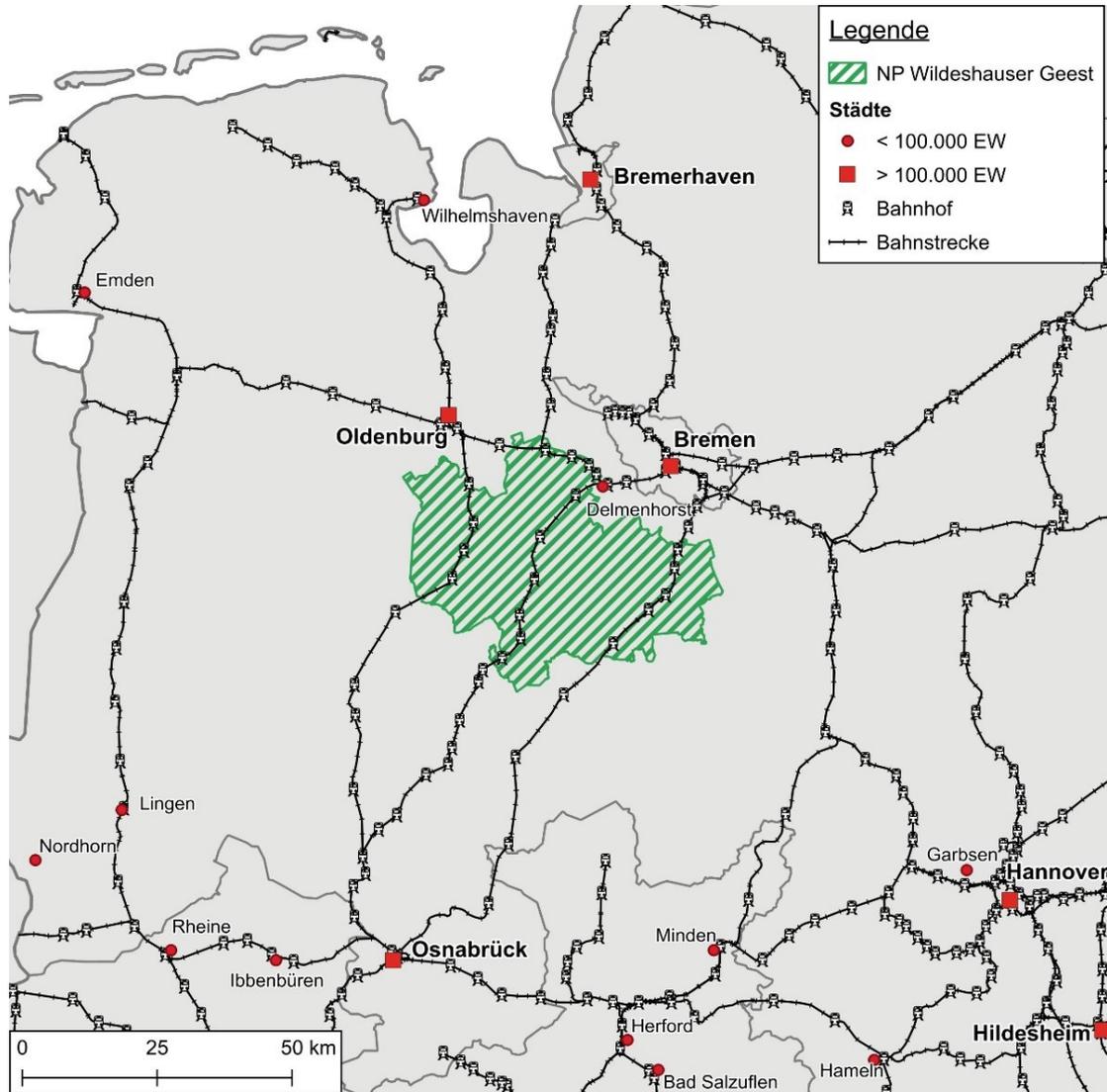
Abbildung 3 Einzugsgebiet mit dem PKW



Quelle: eigene Darstellung ift GmbH



Abbildung 4 Anbindung der Wildeshauser Geest an das Schienennetz



Quelle: eigene Darstellung ift GmbH



3.2 Touristische Angebotssituation

Die Naturparkregion zeichnet sich durch äußerst attraktive und abwechslungsreiche Naturlandschaften sowie eine weitreichende und vielseitige Geschichte aus, die ein hohes Potenzial im Bereich Natur-, Kultur- und Freizeitangebote bietet. Gleichzeitig sind die Angebote jedoch oftmals kleinteilig und lokal verstreut. Das Beherbergungsangebot entwickelte sich bis zur Corona-Pandemie weitgehend stabil mit nur leichten Schwankungen. Im Jahr 2023 war wieder eine deutliche Erholung zu erkennen. Mit Qualitätsklassifizierungen und Nachhaltigkeitszertifizierungen sind bislang nur wenige Betriebe ausgezeichnet.

3.2.1 Touristische Angebote

Landschaft und Naturerlebnis

Die Naturparkregion zeichnet sich durch eine vielseitige Naturlandschaft aus, die Geest, Moor, Heide, Marsch sowie Misch- und Nadelwaldbestände umfasst. Zudem durchziehen Fließgewässer die abwechslungsreiche Landschaft überwiegend von Süden nach Norden. Neben der Hunte sind das vor allem die Delme, der Klosterbach und die Hache. Das FFH-Gebiet „Bäken der Endeler und Holzhauser Heide“ liegt im Übergang der Naturräume Cloppenburg und Delmenhorster Geest und umfasst miteinander vernetzte Abschnitte einiger Bachläufe zwischen Visbek, Ahlhorn und Wildeshausen. Zudem gibt es in der Region einige Seen und Teiche, darunter der Hartensbergsee, der Falkensteinsee und die Ahlhorner Fischteiche.

Den Gästen stehen zertifizierte Natur- und Landschaftsführerinnen und -führer zur Verfügung, die öffentliche Führungen sowie spezielle Touren für Gruppen anbieten.

Garten- und Parkanlagen bieten auch in den Ortskernen und Städten Erholungsmöglichkeiten und laden Besucherinnen und Besucher zum Verweilen ein.

Als Naturparkregion spielen Naturschutz und Landschaftspflege in der Wildeshauser Geest eine zentrale Rolle. Aktuell arbeitet der Zweckverband Naturpark Wildeshauser Geest u. a. aktiv an dem vom Bundesprogramm „Biologische Vielfalt“ geförderten Projekt „Vielfalt in Geest und Moor“ mit. Das Projektgebiet des sogenannten „Hotspot

23“ umfasst Bereiche der Landkreise Emsland, Oldenburg, Cloppenburg und Vechta (insgesamt ca. 1.230 km²). Es ist einer von 30 „Hotspots der Biodiversität“ in Deutschland, die sich durch eine hohe Artenvielfalt und bedeutsame Lebensräume für bedrohte Arten auszeichnen.

Radfahren

Das Radwegenetz der Region erstreckt sich über 1.200 Kilometer und ist fast flächendeckend mit einem einheitlichen Knotenpunktsystem ausgestattet. Die Region ist zudem an vier Fernradwege angebunden, darunter der Hunte-Radweg, die Radroute der Megalithkultur, der Geestradweg und der Brückenradweg Osnabrück-Bremen. Seit 2020 gibt es 20 Tagestouren und drei Mehrtagestouren, die Radfahrenden abwechslungsreiche Erlebnisse bieten. In Zusammenarbeit mit überregionalen Kooperationspartnerinnen und -partnern bietet der Naturpark den Radfahrenden Rad-Service-Angebote (u. a. Gepäcktransport). Es gibt insgesamt acht Verleihangebote in der Region (Stand August 2024). Eine Karte mit 42 E-Ladesäulen gibt E-Fahrradfahrenden einen Überblick, wo sie ihre Räder aufladen können.

Wandern

Für Wanderinnen und Wanderer bietet die Region 20 Rundwanderwege, die seit 2021 verfügbar sind und eine Länge von fünf bis 16 Kilometern haben. Zusätzlich gibt es drei Fernwanderwege sowie themenbezogene Erlebnis-, Lehr- und Themenpfade, darunter der Moorerlebnispfad. Das Wasserwandern



auf der Hunte mit einem speziellen Wasserwander-Lehrpfad rundet das Angebot ab. Am bundesweiten Tag des Wanderns beteiligt sich die Region mit geführten Wanderungen und weiteren Aktivitäten.

Weitere Freizeitangebote

Es gibt sechs Golfanlagen in der Region, 14 regionale Landschafts- und Freizeitparks und mehrere Angelplätze, u. a. an Fischteichen. Fünf der Seen eignen sich zum Baden. Außerdem können die Gäste Wellness-Angebote nutzen, wie beispielsweise das SaunaHuus in der Gemeinde Ganderkesee und die Auszeit Wildeshausen.

In der Region gibt es zahlreiche **Veranstaltungen**. Im Naturpark wird u. a. der bundesweite Tag der Regionen gefeiert. In einem mehrwöchigen Aktionszeitraum von September bis Oktober vermitteln zahlreiche Akteurinnen und Akteure aus Landwirtschaft, Handwerk und Gastronomie die Besonderheiten der Region. Die Veranstaltungskalender des Zweckverbandes Naturpark Wildeshauser Geest sowie der Städte und Gemeinden informieren über verkaufsoffene Sonntage, Sportveranstaltungen, Konzerte und Theatervorführungen.

Kultur

Die Naturparkregion kann auf eine lange und vielseitige Geschichte zurückblicken, die für ihre kulturelle Identität und touristische Attraktivität von großer Bedeutung ist. Die **historischen Ortsbilder**, ergänzt durch **herausragende Baudenkmäler** wie Amtshöfe und Gutshäuser, spielen eine zentrale Rolle in der Bewahrung des kulturellen Erbes und sorgen für eine architektonische Vielfalt in den Innenstädten und Ortskernen. Die im Zentrum der Region gelegene Stadt Wildeshausen wurde 851 das erste Mal urkundlich erwähnt (Stadt

Wildeshausen 2020).¹ Damit ist sie die älteste Stadt im Oldenburger Land.

Die **archäologischen Stätten** im Naturpark, insbesondere die Großsteingräber wie die „Glaner Braut“ und die „Visbeker Braut und Bräutigam“ sowie die sich über 330 Kilometer erstreckende „Straße der Megalithkultur“, unterstreichen die historische Relevanz der Region und bieten einmalige Einblicke in prähistorische Kulturen. Auch das ArchäoVisbek und das Forum Gessler Goldhort am Kreismuseum Syke geben Einblicke in die vielseitige Geschichte der Region. Zusätzlich befindet sich das Urgeschichtliche Zentrum in Wildeshausen in der Entwicklung. Es wird voraussichtlich im Sommer 2025 eröffnet.

Außerdem durchquert die **Niedersächsische Mühlenstraße** den Naturpark. Mit einer Vielzahl von Wasser- und Windmühlen gibt sie einen Einblick in die historische Nutzung der Landschaft und die wirtschaftliche Entwicklung der Region. Einzelne Mühlen dienen auch als besondere Veranstaltungsorte.

Die vielseitigen **Museen** der Region, wie beispielsweise das Moor- und Bauernmuseum Benthullen, das Strohmuseum Twistringen und mehrere Heimathäuser tragen ebenfalls zur Bewahrung und Vermittlung von regionalem Wissen und Geschichte bei.

Zudem gibt es in der Wildeshauser Geest zahlreiche **sakrale Bauwerke**, die nicht allein religiöse, sondern auch herausragende architektonische und historische Bedeutung haben. Dazu gehören u. a. die Klosterruine Hude mit eigenem Museum, die Stiftskirche in Bassum und die Alexanderkirche in Wildeshausen.

Individuelle **Kulturinitiativen und Kulturorte**, darunter mehr als 60 Ateliers und Galerien sowie die ehemalige Künstlerkolonie

¹ Stadt Wildeshausen (2020). Unsere Kreisstadt.
<https://www.wildeshausen.de/portal/seiten/unsere-kreisstadt-914000242-21701.html>



Dötlingen und die Alte Ziegelei Twistringem, fördern die lokale Kunstszene und bieten Plattformen für kreative und innovative Ausdrucksformen.

Zudem gibt es einige **vernetzende Kulturveranstaltungsformate** wie das Kulturfest SpielART – Kulturfest op de Geest und das GartenKultur-Musikfestival. Sie fördern die regionale und überregionale Zusammenarbeit von Kulturakteurinnen und -akteuren

3.2.2 Angebotsentwicklung

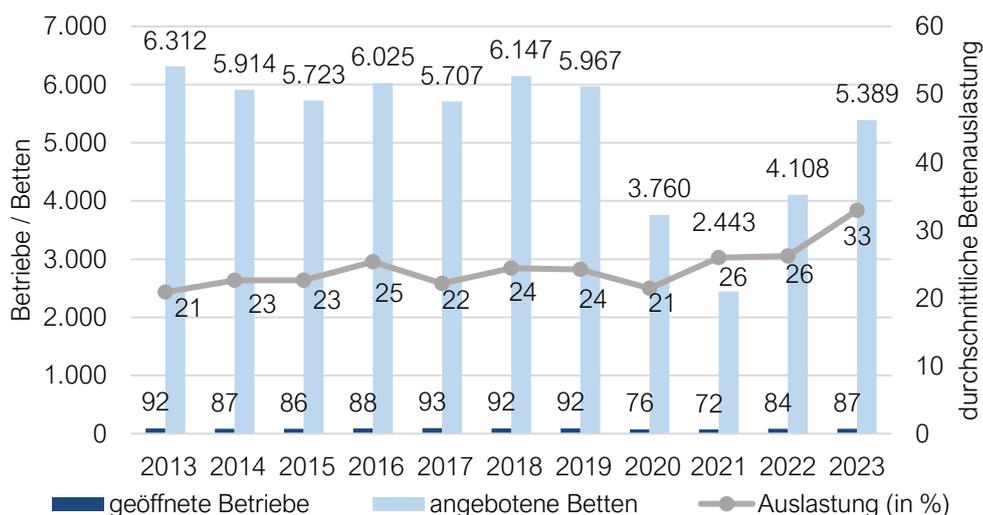
Abbildung 5 zeigt die Entwicklung der Beherbergungsbetriebe und Betten sowie die Auslastung in der Wildeshauser Geest von 2013 bis 2023. Dabei ist darauf hinzuweisen, dass in der Darstellung ausschließlich statistisch erfasste Betriebe ab zehn Betten berücksichtigt sind. Zudem stehen für einige Kommunen in einzelnen Jahren, insbesondere in den Jahren 2020, 2021 und 2022, keine Daten zur Verfügung (siehe Quellenangabe in Abbildung 5). Insgesamt hat sich das Bettenangebot in den Jahren 2013 bis 2023 mit Ausnahme der Corona-Jahre mit nur geringfügigen Schwankungen stabil

und bereichern das kulturelle Angebot in der Region.

Die **Verknüpfung von Kultur und Natur** spielt bereits eine wichtige Rolle in der Region. So gibt es vielseitige Ansätze zur Verbindung von Gärten, Gartengestaltung und Parks mit Kunst und Kultur. Dazu gehören mehrere Skulpturenpfade und Veranstaltungsformate wie beispielsweise die Dötlinger GartenKultour.

gehalten. Die Anzahl der Betriebe blieb konstant bei etwa 87 bis 93 geöffneten Betrieben, mit Ausnahme eines deutlichen Rückgangs während der Corona-Jahre 2020 und 2021. In diesen Jahren waren nur 76 bzw. 72 Betriebe geöffnet. Da in 2020 für Wildeshausen, Syke, Goldenstedt, Bassum, Hude und Harpstedt und im Jahr 2021 für Wildeshausen, Syke, Goldenstedt, Bassum, Dötlingen, Hatten und Harpstedt keine Daten verfügbar sind, fällt der ohnehin schon starke Rückgang im Bettenangebot für die gesamte Region Wildeshausen hochgerechnet noch stärker aus.

Abbildung 5 Angebotsentwicklung Wildeshauser Geest von 2013 bis 2023



Quelle: Landesamt für Statistik Niedersachsen 2024, statistisch erfasste Betriebe ab zehn Betten

Hinweis: Mit Ausnahme der Betriebsanzahl für folgende Kommunen im angegebenen Zeitraum sind keine Daten verfügbar: im gesamten Zeitraum Harpstedt, Flecken, 2015 Stadt Wildeshausen, 2017 Stadt Wildeshausen, Visbek, 2020 Stadt Wildeshausen, Syke, Goldenstedt, Bassum, Hude, 2021 Stadt Wildeshausen, Syke, Goldenstedt, Bassum, Dötlingen, Hatten, 2022 Goldenstedt, Bassum, Syke, Dötlingen, 2023 Dötlingen, Hude.



Das bisherige Rekordjahr hinsichtlich des Bettenangebotes ist 2013 mit 6.313 Betten in 92 Betrieben. 2019 wurden ebenfalls 92 Betriebe registriert, die jedoch insgesamt mit 5.967 weniger Betten stellten. In 2023 ist zwar eine deutliche Erholung von der Corona-Pandemie zu erkennen, es konnte jedoch mit 5.389 Betten in 87 Betrieben noch nicht das Vor-Corona-Niveau erreicht werden. Das hängt aber auch damit zusammen, dass neben der Samtgemeinde Harpstedt in diesem Jahr auch für die Gemeinden Dötlingen und Hude keine Daten veröffentlicht wurden. (Hinweis: Dötlingen verzeichnete 2019 fünf Betriebe und 853

Betten, Hude sechs Betriebe und 203 Betten.) Die durchschnittliche Bettenauslastung stieg mit leichten Schwankungen (u. a. mit einem pandemiebedingten Einbruch in 2020) von 21 % im Jahr 2013 auf 33 % im Jahr 2023 an.

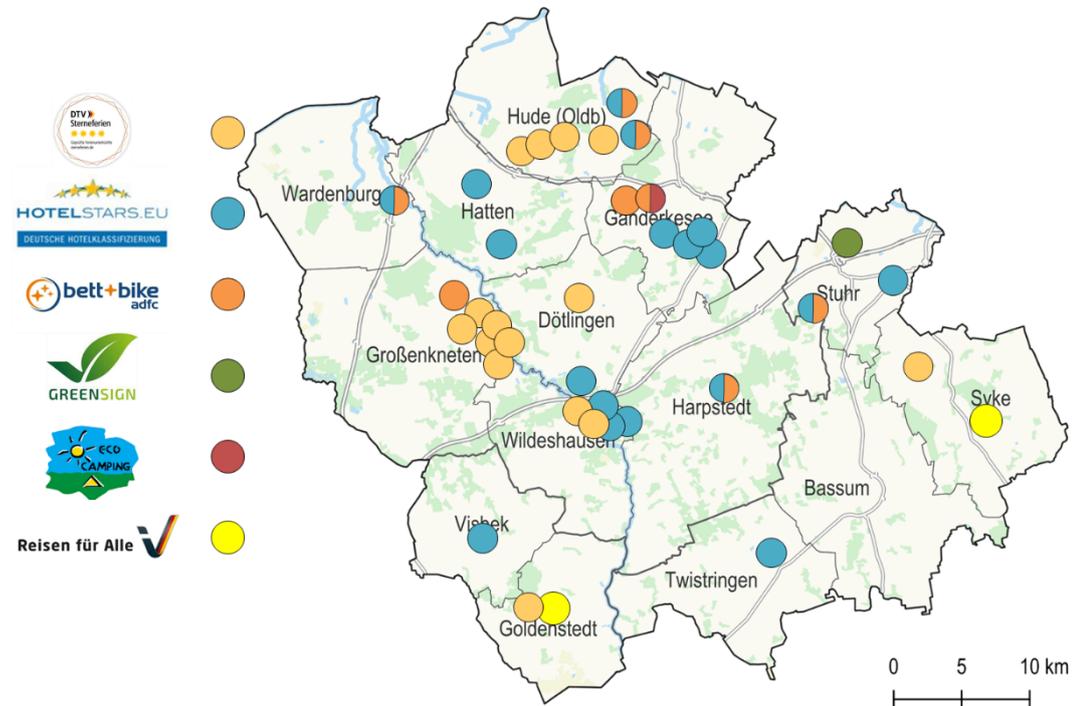
Die meisten statistisch erfassten Schlafangebote gab es im Jahr 2023 in den Gemeinden Ganderkesee (elf Betriebe mit insgesamt 1.229 Betten), Hatten (sieben Betriebe mit 805 Betten), Stuhr (zehn Betriebe mit 792 Betten) und Großenkneten (13 Betriebe mit 726 Betten).

3.2.3 Qualitätsklassifizierungen und Nachhaltigkeitszertifizierungen

In der Wildeshauser Geest sind einige Betriebe mit **Qualitätsklassifizierungen** ausgezeichnet (Abbildung 6). Am häufigsten vertreten sind die DEHOGA Sterneklassifizierung (18 Betriebe) und die Klassifizierung der DTV Sterneferien für Ferienwohnungen und -häuser (15 Betriebe). Acht Betriebe sind vom ADFC als fahrradfreundliche Bett+Bike-Unterkünfte ausgezeichnet, oftmals in Verbindung mit einer DEHOGA Sterneklassifizierung. Qualitätsgastgeberinnen und -gastgeber Wanderbares Deutschland gibt es bislang noch nicht in der Wildeshauser Geest. Zudem sind deutliche regionale

Unterschiede in der Klassifizierungsdichte zu erkennen: Die meisten mit Qualitätsklassifizierungen ausgezeichneten Betriebe gibt es in Hude, Ganderkesee, Großenkneten und Wildeshausen. Mit einem **Nachhaltigkeitszertifikat** ausgezeichnet sind nur zwei Betriebe: Der Camping & Ferienpark Falkensteinsee trägt die Zertifizierung Ecocamping und das Select Hotel A1 Bremen in Stuhr das GreenSign Zertifikat (Level 3). Die Zertifizierung „Reisen für Alle“ besitzen bislang einzig das Naturschutz- und Informationszentrum NIZ in Goldenstedt und das Syker Theater.

Abbildung 6 Mit Klassifizierungen und Zertifizierungen ausgezeichnete Betriebe



Quelle: ift GmbH (Darstellung), Zertifizierungssysteme, Stand März 2024 (Daten) (hellorange: DTV Sterneferien für Ferienwohnungen und -häuser, hellblau: DEHOGA Sterneklassifizierung, dunkelorange: ADFC-Zertifizierung Bett+Bike, grün: GreenSign, rot: Ecocamping, gelb: Reisen für Alle)

Fazit touristisches Angebot in der Wildeshauser Geest

Das **Bettenangebot** in der Region Wildeshausen hat sich zwischen 2013 und 2019 kaum verändert. Pandemiebedingt ging das Beherbergungsangebot in den darauffolgenden Jahren zurück. 2023 gab es eine deutliche Erholung, wenngleich das Vor-Corona-Niveau noch nicht vollständig erreicht wurde. Mit einberechneten fehlenden Daten wäre 2023 jedoch sogar ein neues Rekordjahr hinsichtlich der Übernachtungszahlen. Das Bettenangebot ist innerhalb der Region ungleichmäßig verteilt.

In den Städten und (Samt-)Gemeinden der Wildeshauser Geest sind einige Betriebe mit **Qualitätsklassifizierungen** ausgezeichnet, darunter vor allem die DEHOGA Sterneklassifizierung und die Klassifizierung der DTV Sterneferien für Ferienwohnungen und -häuser. Vor allem im Hinblick auf die heutige Bedeutung von Aktivangeboten, Qualität, Nachhaltigkeit und Inklusion für die Naturparkregion sind die Qualitätsklassifizierungen und Nachhaltigkeitszertifizierungen jedoch deutlich ausbaufähig.

3.3 Touristische Nachfrage

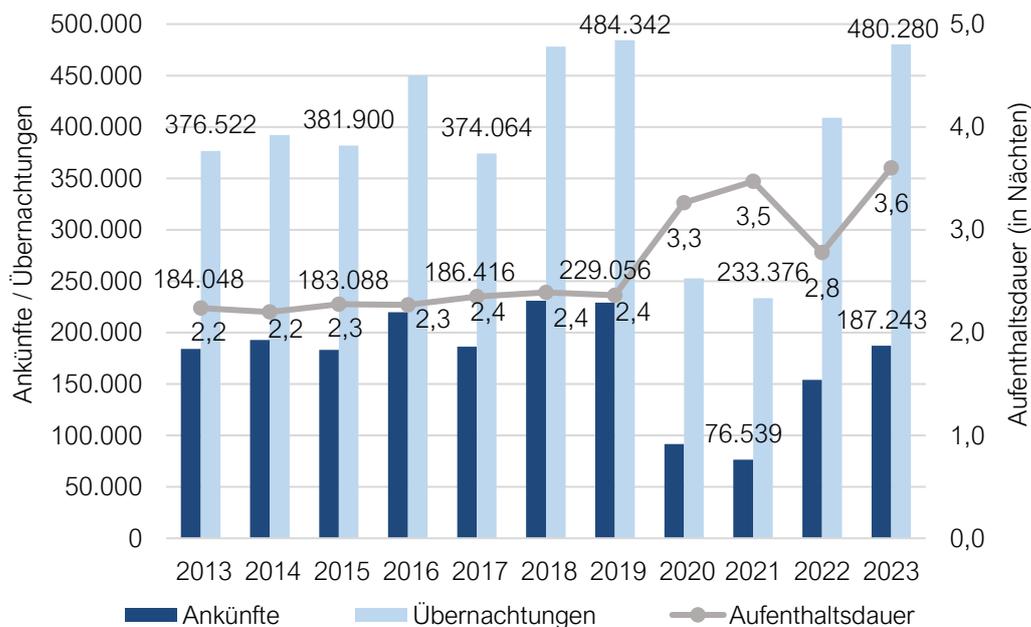
Die touristische Attraktivität der Wildeshauser Geest spiegelt sich auch in der Nachfrageentwicklung der Region wider. Die Nachfrage konnte über die Jahre bis zur Corona-Pandemie einen leichten Zuwachs verzeichnen und sich 2023 weitestgehend von dem coronabedingten Rückgang erholen. Die Analyse des Wirtschaftsfaktors Tourismus verdeutlicht die hohe wirtschaftliche Bedeutung des Tourismus in der Region. Insgesamt hat der Tourismus einen Bruttoumsatz von 200,5 Mio. Euro generiert (dwif 2023).

3.3.1 Nachfrageentwicklung

Abbildung 7 zeigt die Nachfrageentwicklung in der Wildeshauser Geest von 2013 bis 2023. Dargestellt sind die statisch erfassten Ankünfte, Übernachtungen und die Aufenthaltsdauer in Betrieben mit zehn oder mehr

Betten. Wie in der Quellenangabe der Abbildung 7 dargelegt, stehen jedoch nicht für alle Kommunen durchgängig Daten zur Verfügung.

Abbildung 7 Nachfrageentwicklung von 2013 bis 2023



Quelle: ift GmbH (Darstellung), Landesamt für Statistik Niedersachsen 2024, statistisch erfasste Betriebe ab zehn Betten (Daten)

Hinweis: Für folgende Kommunen im angegebenen Zeitraum sind keine Daten verfügbar: im gesamten Zeitraum Harpstedt, Flecken, 2015 Stadt Wildeshausen, 2017 Stadt Wildeshausen und Visbek, 2020 Stadt Wildeshausen, Syke, Goldenstedt, Bassum, Hude, 2021 Stadt Wildeshausen, Syke, Goldenstedt, Bassum, Dötlingen, Hatten, 2022 Goldenstedt, Bassum, Syke, Dötlingen, 2023 Dötlingen, Hude.

Generell gab es in der Wildeshauser Geest von 2013 bis zum Anfang der Corona-Pandemie einen Anstieg in der Anzahl der Übernachtungen und Ankünfte mit leichten Schwankungen. Diese Schwankungen

hängen teils mit den fehlenden Daten in einzelnen Kommunen zusammen. So fehlen 2015 und 2017 für Wildeshausen und 2017 auch für Visbek die Angaben zur Anzahl der Übernachtungen und Ankünfte. Mit mehr



als 34.000 Übernachtungen und 21.000 Ankünften in Wildeshausen sowie mehr als 45.000 Übernachtungen und 9.000 Ankünften in Visbek in 2016 haben beide Kommunen jedoch einen erheblichen Anteil an der Gesamtanzahl der Übernachtungen und Ankünfte in der Wildeshauser Geest.

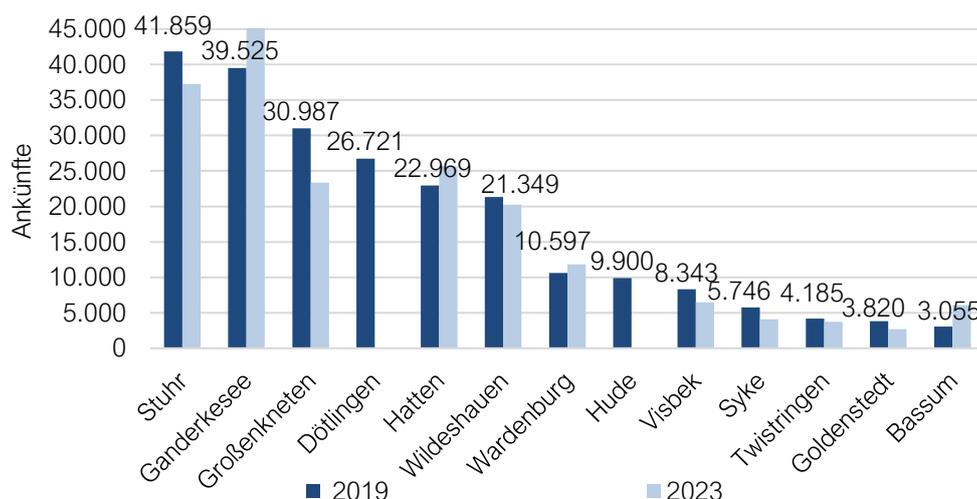
Bis zum Jahr 2019 verzeichnet die Region im Vergleich zu 2013 einen Zuwachs von rund 45.000 Ankünften und rund 107.000 Übernachtungen. Mit insgesamt 484.342 Übernachtungen und 229.056 Ankünften ist 2019 bislang das Rekordjahr. Auch die Aufenthaltsdauer stieg in der Zeit von durchschnittlich 2,2 Nächten auf 2,4 Nächte bis zum Jahr 2019 an. Aufgrund der Corona-Pandemie gab es, einhergehend mit der sinkenden Angebotsentwicklung, auch einen rapiden Rückgang der touristischen Nachfrage. Im Jahr 2021 verzeichnete die Region nur ein Drittel der Ankünfte und die Hälfte der Übernachtungen aus dem Vor-Corona-Jahr 2019. Der rapide Rückgang ist neben den Auswirkungen der Corona-Pandemie jedoch auch den fehlenden Daten der Städte und Gemeinden Wildeshausen, Syke, Goldenstedt, Bassum und Hude im Jahr 2020 sowie der Städte und Gemeinden

Wildeshausen, Syke, Goldenstedt, Bassum, Dötlingen und Hatten in 2021 geschuldet. Im Gegensatz zu den Ankünften und Übernachtungen nahm die Aufenthaltsdauer in den Corona-Jahren deutlich zu, sodass Übernachtungsgäste 2021 mit 3,5 Nächten durchschnittlich 1,1 Nächte länger blieben als 2019.

Im Jahr 2023 erholte sich die touristische Nachfrage wieder deutlich. Während die Anzahl der Ankünfte noch unter dem Niveau von 2019 lag, erreichten die Übernachtungszahlen fast die gleichen Werte. Vor dem Hintergrund, dass im Vergleich zu 2019 die Daten aus Hude (20.407 Übernachtungen und 9.900 Ankünfte in 2019) sowie Dötlingen (40.454 Übernachtungen und 26.721 Ankünfte) fehlen, kann davon ausgegangen werden, dass die Nachfrage 2023 tatsächlich sogar das bisherige Rekordjahr übertrifft. Auch die Aufenthaltsdauer der Gäste erreichte 2023 mit durchschnittlich 3,6 Nächten einen neuen Spitzenwert.

Abbildung 8 zeigt die Anzahl der Ankünfte in den Jahren 2019 und 2023 aufgeschlüsselt nach den einzelnen Kommunen.

Abbildung 8 Ankünfte in den Kommunen der Wildeshauser Geest in 2019 und 2023



Quelle: ift GmbH (Darstellung), Landesamt für Statistik Niedersachsen 2024, statistisch erfasste Betriebe ab zehn Betten (Daten), Sortierung nach Anzahl der Ankünfte in 2019 (absteigend), Beschriftung mit Daten von 2019



Die Gemeinden Stuhr, Ganderkesee und Großenkneten verzeichneten 2019 und 2023 die meisten Ankünfte, gefolgt von Dötlingen, Hatten und Wildeshausen. Bei den Übernachtungen verhält es sich ähnlich, wobei Ganderkesee mit 98.289 Übernachtungen in 2019 und 137.364 Übernachtungen in 2023 mit Abstand die meisten Übernachtungen verzeichnete. Darauf folgen Stuhr (68.267 in 2019 und 68.833 in 2023), Großenkneten (60.288 in 2019 und 58.039 in 2023), Visbek (50.571 in 2019 und 50.665 in 2023), Hatten (48.695 in 2019 und 54.534 in 2023) und Dötlingen (40.454 in 2019).

3.3.2 Wirtschaftsfaktor Tourismus

Der Tourismus spielt eine bedeutende wirtschaftliche Rolle in der Region. Insgesamt betrug der touristische Bruttoumsatz im Jahr 2022 insgesamt 200,5 Mio. Euro, 5 % mehr als in 2019 (dwif 2020 und 2023)².

2022 wurden 5,6 Mio. Aufenthaltstage durch **Tagesreisen** verzeichnet. Der durch Tagesreisen generierte Bruttoumsatz lag bei 130,5 Mio. Euro (zum Vergleich: im Jahr 2019 waren es 127,6 Mio. Euro). Tagesreisen machen somit 65 % des touristischen Gesamtumsatzes aus.

Übernachtungsreisen brachten 2022 1,05 Mio. Übernachtungen mit sich und generierten einen Bruttoumsatz von 70 Mio. Euro, eine Steigerung gegenüber den 63,3 Mio. Euro im Jahr 2019.

Die direkten Profiteure des Tourismus sind vor allem das Gastgewerbe, das 47,5 % des Umsatzes (95,2 Mio. Euro) ausmacht, gefolgt vom Einzelhandel mit 34,4 % (68,9

Zudem wird deutlich, dass sich die Nachfrage in den einzelnen Kommunen in 2023 im Vergleich zu 2019 unterschiedlich entwickelt hat. In der Gemeinde Ganderkesee gab es in 2023 im Vergleich zu 2019 einen sehr deutlichen Zuwachs an Übernachtungen und Ankünften. Auch die Gemeinden Hatten, Wardenburg und Bassum verzeichneten höhere Ankunfts- und Übernachtungszahlen in 2023. In Stuhr, Wildeshausen, Visbek, Twistringern und Goldenstedt stiegen die Übernachtungszahlen (leicht) an. Das weist in einigen Kommunen auf eine gestiegene Aufenthaltsdauer hin, was sich auch in der durchschnittlichen Aufenthaltsdauer in der gesamten Wildeshauser Geest widerspiegelt.

Mio. Euro) und den Dienstleistungen mit 18,1 % (36,4 Mio. Euro).

Durch den Tourismus wurden im Jahr 2022 direkte Einkommen in Höhe von 57,2 Mio. Euro generiert, während das indirekte Einkommen 36,7 Mio. Euro betrug. Der touristische Einkommensbeitrag lag somit bei insgesamt 93,9 Mio. Euro (87,7 Mio. Euro im Jahr 2019). Der relative Beitrag zum Primäreinkommen der Region beträgt 1,3 % und 3.240 Personen profitieren von einem durchschnittlichen Primäreinkommen. Damit ist es im Vergleich zu 3.100 Personen im Jahr 2019 leicht gestiegen.

Im Landkreis Oldenburg gab es 2022 im Vergleich 3,1 Mio. Tagesreisen und 0,67 Mio. Übernachtungen, was zu einem Gesamtbruttoumsatz von 117,3 Mio. Euro führte.

² dwif (2020). Wirtschaftsfaktor Tourismus für den Naturpark Wildeshauser Geest 2019

dwif (2023). Wirtschaftsfaktor Tourismus für den Naturpark Wildeshauser Geest 2022



Fazit touristische Nachfrage in der Wildeshauser Geest

Die **touristische Nachfrage** in der Wildeshauser Geest zeigte von 2013 bis 2019 einen generellen Aufwärtstrend bei Ankünften und Übernachtungen mit 2019 als Rekordjahr. Von dem coronabedingten Einbruch in 2020 und 2021 hat sich die Region 2023 weitestgehend erholt. Die touristische Nachfrage entwickelte sich zudem in den Städten und (Samt-)Gemeinden unterschiedlich. Die meisten Ankünfte und Übernachtungen verzeichneten 2019 und 2023 die Gemeinden Stuhr, Ganderkesee und Großenkneten.

Der Tourismus ist ein bedeutender **Wirtschaftsfaktor** in der Region mit einem Gesamtumsatz von 200,5 Mio. Euro im Jahr 2022, was einer Steigerung von 5 % gegenüber 2019 entspricht. Mit 65 % machen Tagesreisen den Großteil des Gesamtumsatzes aus.



3.4 Tourismusorganisation und -vermarktung

Um die Tourismusorganisation und -vermarktung erfolgreich umzusetzen, ist es wichtig, zunächst die konkreten Aufgaben des Zweckverbandes Naturpark Wildeshauser Geest zu definieren. Das Vier-Ebenen-Modell gibt dabei Orientierung. Um auch im Tourismus schlagkräftig agieren, die genannten Aufgaben übernehmen sowie u. a. die Binnen- und Außenkommunikation verstärken zu können, benötigt der Zweckverband jedoch die entsprechenden finanziellen und personellen Ressourcen.

3.4.1 Vier-Ebenen-Modell zur touristischen Aufgabenverteilung

Tourismusorganisationen lassen sich auf drei bzw. vier Ebenen aufteilen. Das Vier-Ebenen-Modell gibt Empfehlungen zur Idealstruktur der Tourismusförderung und Aufgabenverteilung, unterteilt nach vier Hauptebenen:

- › **Landesebene:** Schwerpunkt auf nationales sowie internationales Marketing, Interessenvertretung, landesweite Vernetzung und Marktforschung. In Niedersachsen ist die TourismusMarketing Niedersachsen GmbH dafür zuständig.
- › **Ebene Reiseregionen** (Destinationsmanagementorganisation, DMO): Fokus auf Neukundengewinnung (vor allem Übernachtungsgäste), Interessenvertretung, Angebotsfunktion, Marketing und Vertrieb. Das ist die Ebene, auf der der Zweckverband Naturpark Wildeshauser Geest künftig als anerkannte Reiseregion im Land Niedersachsen aktiv werden wird.
- › **Ebene Kreis:** Koordination, Initiierung, Finanzierung und/oder Betrieb touristischer Infrastruktur, Qualitätsmanagement, Beratung von Kommunen und Betrieben, Koordinator und Mittler zur DMO, Vernetzung, Standortmarketing und Wirtschaftsförderung, Tourismusmarketing (vorrangig in Form von (Mit-) Trägerschaften regionaler Destinationsorganisationen und Naturparks zusammen mit anderen Gemeinden/Städten/Landkreisen). In der Wildeshauser Geest sind das die drei Landkreise Oldenburg, Vechta und Diepholz, wobei flächenmäßig der Landkreis Oldenburg den größten Anteil hat.
- › **Ebene Orte** sowie Verbünde mehrerer Orte als Touristische Arbeitsgemeinschaften (TAGs): Gästebetreuung, Betrieb Tourist-Informationen, Produktentwicklung, Stammgäste- und Tagesgästemarketing, Infrastrukturentwicklung, -pflege. Diese Aufgaben sollten die Städte und (Samt-)Gemeinden der Wildeshauser Geest übernehmen, wofür entsprechende finanzielle und personelle Ressourcen auf kommunaler Ebene benötigt werden.

3.4.2 Organisation des Zweckverbandes Naturpark Wildeshauser Geest

Um als Naturpark auch die zuvor beschriebenen Aufgaben einer Reiseregion übernehmen zu können, benötigt der Naturpark eine entsprechende finanzielle und personelle Ausstattung. Bis 2022 war die Geschäftsführung des Naturparks ehrenamtlich besetzt. Mit der hauptamtlichen Besetzung und dem Erwerb weiterer Fördermittel konnte der Naturpark bereits seine personellen Ressourcen weiter ausbauen. Mit der

Neubesetzung der Geschäftsführung im Zuge des Naturparkplanes fiel der Startschuss für einen umfangreichen Umstrukturierungsprozess des Zweckverbandes Naturpark Wildeshauser Geest. Ziel ist es, sich als moderne, agile Organisation zukunftsfähig aufzustellen. Entsprechend der vier Säulen des sogenannten „Wartburger Modells“ des Verbandes Deutscher Naturparke (VDN) wurden Aufgabenbereiche neu



strukturiert und inhaltliche zusätzliche Stellen (über Fördermaßnahmen) geschaffen. Vor diesem Hintergrund besteht das aktuelle Team mittlerweile aus sechs Vollbeschäftigten:

- › eine Stelle Geschäftsführung
- › eine Stelle Verwaltung
- › vier Stellen Projektmanagement, orientiert an den VDN-Handlungsfeldern der Naturparkarbeit

Diese Aufstockung des Personals war nur durch eine erhebliche Ausweitung der finanziellen Mittel von knapp 330.000 Euro in 2020 auf über 770.000 Euro in 2024 möglich, die schwerpunktmäßig auf zwei Säulen beruhen:

- › den von den Kreisen sowie Städten und (Samt-)Gemeinden getragenen erhöhten Verbandsumlagen sowie

- › den Landesmitteln und in erheblichem Maße seitens des Zweckverbandes akquirierten Fördermitteln.

In den kommenden Jahren soll sich der Zweckverband entsprechend einer Ausweitung seiner Aufgaben weiter personell und finanziell entwickeln. Geplant ist eine im Zweckverband organisierte Zusammenführung von Naturpark- und Tourismusregion, („Das Beste von beiden Welten“), um perspektivisch die Finanzierungsmöglichkeiten durch naturpark- und tourismusbezogene Förderprogramme von Land, Bund und EU dauerhaft zu erweitern.

Anfang 2025 wird der Naturpark eine neue Geschäftsstelle in einer denkmalgeschützten Immobilie erhalten, die dem Kreishaus Wildeshausen vorgelagert ist. Im Umbau ist zusätzlich die Schaffung von Räumen und Freiräumen zu Ausstellungs- und Schulungszwecken vorgesehen.

3.4.3 Binnenkommunikation und Vernetzung

Im Naturparkplan hat die Wildeshauser Geest mit dem „Geest-Forum“ als interdisziplinäre öffentliche Austauschplattform der Akteurinnen und Akteure bereits ein wichtiges Projekt im Bereich Binnenkommunikation und Vernetzung definiert.

Auch den fachspezifischen Austausch unter ausgewählten Akteursgruppen fördert der Zweckverband. 2023 organisierte er zwei Fachtagungen: den Fachtag Nachhaltiger Tourismus – Landtouristik (Zielgruppe: Landwirtinnen und -wirte) und den Fachtag nachhaltige Regionalentwicklung – Megalithkultur (Zielgruppe: Politik und Ehrenamt).

Zudem beteiligt sich der Zweckverband an einigen (über-)regionalen Kooperationen. Dazu gehört u. a. seit 2021 die Kooperation Stadt-Land-Geest mit Oldenburg Tourismus, Ammerland Touristik und dem Verbund Oldenburger Münsterland. Zudem kooperiert der Zweckverband im Rahmen der „Straße der Megalithkultur“ mit der Emsland Touristik und dem Tourismusverband

Osnabrücker Land. 2024 werden beispielsweise gemeinsam die Webseiten und digitalen Kanäle der „Straße der Megalithkultur“ überarbeitet.

Der touristische Beirat der Region dient als wichtige Plattform für den operativen Austausch zwischen dem Zweckverband und den Kommunen der Region. In Teilen von zwei Zukunftsregionen (Zukunftsregion4Klima und Zukunftsregion Mitte Niedersachsen) und drei LEADER-Regionen gelegen, bringt sich der Zweckverband auch in diesen Gremien und Zusammenschlüssen ein.

Im Bildungsbereich arbeitet der Zweckverband aktuell mit vier Schulen zusammen. Diese Schulen sind als „Naturpark-Schulen“ ausgezeichnet, ein vom Verband Deutscher Naturparke (VDN) entwickeltes Zertifikat. Ziel ist es, Themen wie Naturschutz und Regionalgeschichte in den Schulalltag zu integrieren und so frühzeitig dafür zu sensibilisieren.



3.4.4 Außenkommunikation

Für die Außenkommunikation der touristischen Angebote der Wildeshauser Geest nutzt der Zweckverband Naturpark Wildeshauser Geest sowohl digitale als auch analoge Kanäle. Eine zentrale Informationsplattform ist die Website wildegeest.de. Sie bietet umfassende Informationen über den Naturpark, seine Angebote und Aktionen, ist jedoch in ihrem Aufbau und Design veraltet. Zusätzlich gibt es eine Website speziell zur Hunte-Natur und zum Hunte-Radweg (www.hunte-natur.de). Darüber hinaus versendet der Zweckverband über den Newsletter „Geestgeflüster“ regelmäßig aktuelle Informationen und Neuigkeiten aus dem Naturpark. Ergänzend werden die Social-Media-Kanäle Facebook und Instagram (seit Sommer 2022) bespielt.

Der Zweckverband veröffentlicht Broschüren und Flyer, die Informationen zu den touristischen Hauptaktivitäten wie Radfahren, Wandern und Kanufahren vermitteln. Die

Broschüren sind teilweise veraltet. Zu ausgewählten Themen werden die Printmedien aktuell neu aufgelegt. 2023 hat der Zweckverband beispielsweise das Wanderwegeheft „20 Wandertipps aus der Wilden Geest“ veröffentlicht. Die Broschüren werden kostenfrei digital über die Website sowie ausgedruckt in den Rathäusern und Tourist-Informationen der Region zur Verfügung gestellt.

Darüber hinaus war die Wildeshauser Geest im Jahr 2023 auf verschiedenen regionalen und überregionalen Messen vertreten (u. a. mit Partnern auf der „Hallo Fahrrad“ in Oldenburg).

Als zentrale touristische Anlaufstellen vor Ort gibt es insgesamt fünf Tourist-Informationen (Ganderkesee, Hatten, Hude, Wardenburg und Wildeshausen), wovon die Tourist-Informationen in Ganderkesee, Hatten, Hude und Wildeshausen mit der i-Marke vom Deutschen Tourismusverband (DTV) zertifiziert sind.

Fazit Tourismusmanagement und -vermarktung in der Wildeshauser Geest

Der Zweckverband Naturpark Wildeshauser Geest sollte als regionale Organisation künftig die touristischen Aufgaben auf **Ebene der Reiseregion** übernehmen. Zu seinen zentralen Aufgabenfeldern sollten somit Angebotsentwicklung, Kommunikation und Vertrieb gehören. Den Fokus sollte er dabei auf Neukundengewinnung (vor allem Übernachtungsgäste) legen. Zudem sollte der Zweckverband die touristischen Interessen vertreten und sich dafür einsetzen, dass die Infrastruktur auch unter touristischen Aspekten qualitativ weiterentwickelt wird.

Der Zweckverband fördert im Bereich **Binnenkommunikation und Vernetzung** den regionalen Austausch durch verschiedene Initiativen wie das „Geest-Forum“, Fachtagungen und regionale Kooperationen. Insbesondere die Vernetzung unter den (kultur-)touristischen Akteurinnen und Akteuren sowie der Einbezug der Bevölkerung sind jedoch noch ausbaufähig.

In der **Außenkommunikation** nutzt der Zweckverband digitale und analoge Medien, darunter seine Website, Social-Media-Kanäle und gedruckte Materialien. Bei einigen Kanälen und Medien, insbesondere bei der Aktualisierung und Bespielung der digitalen Kanäle sowie der Aktualisierung der Broschüren des Naturparks, besteht Handlungsbedarf.

Wie tatkräftig und wirkungsvoll der Zweckverband diese Aufgaben (weiter) umsetzen und intensivieren kann, hängt von den bislang begrenzten **finanziellen und personellen Ressourcen des Zweckverbandes für die Tourismusregion** ab. Deshalb ist der Ausbau der Ressourcen über die Erschließung erweiterter Förderkulissen wichtig.



3.5 Wettbewerb

Für die touristische Weiterentwicklung der Wildeshauser Geest, insbesondere im Bereich Angebotsentwicklung und Vermarktung, ist es wichtig, ihre regionalen und themenspezifischen Wettbewerberinnen und Wettbewerber zu betrachten. Einige der Destinationen sind im Bereich Außenkommunikation bereits sehr gut aufgestellt und bieten im Bereich Kultur und Natur vielseitige, attraktive und zielgruppenspezifische Angebote an.

In Tabelle 2 sind ausgewählte Destinationen dargestellt, die aufgrund ihrer Lage und Themenschwerpunkte auf Kultur und/oder Natur Wettbewerbsdestinationen für die Wildeshauser Geest darstellen. Die Organisationsformen, aber auch die Angebote, Zielgruppen und bespielten digitalen Kanäle unterscheiden sich.

Tabelle 2 Wettbewerb der Wildeshauser Geest im Bereich Kultur und Natur

Name	Trägerschaft/ Organisation	Angebote	Zielgruppen	Besonderheiten	Digitale Kanäle
Museumsdorf Cloppenburg	Stiftung öffentlichen Rechts, Zuschüsse von Förderstiftungen, Sponsorinnen und Sponsoren	Veranstaltungen digitale Angebote (App, Podcast, Videos) Entdeckungstouren, Führungen, Rundgänge, Mitmach-Aktionen, Ausstellungen	Kinder und Jugendliche, Erwachsene, Schulklassen	saisonal variierende Veranstaltungen Hochzeitsangebote eigenes gastronomisches Angebot (Dorfkrug und Backhaus)	Website Instagram Facebook YouTube
Samtgemeinde Artland	Stadt, Vereine	Quackenbrücker Musiktage Musiksommer Artland Theaterwerkstatt Stadtmuseum Quakenbrück	Kinder und Jugendliche, Erwachsene	Verein Kulturring (engagiert sich für Kulturangebote der Stadt, organisiert im Winter Bühnen- und Theatershows sowie zwei Jugend-/Kinderveranstaltungen) Verein Theaterwerkstatt (setzt sich für ein abwechslungsreiches Theaterangebot ein)	Website
Künstlerdorf Worpswede	Worpsweder Touristik- und Kulturmarketing GmbH	Museen wechselnde Ausstellungen Musik und Theater Veranstaltungen und Feste Galerien und Ateliers Kunsth Handwerk	Kinder und Jugendliche, Erwachsene, Gruppen	Tourist-Information (TI) Worpswede mehrere Gastronomieangebote Unterkunft-Buchung auf Website Arrangements Vorstellung weiterer regionaler Angebote auf Website	Website Newsletter Instagram
Naturpark Hümmling	Naturpark Hümmling e.V.	Naturpark-Infopunkte 22 Großsteingräber 8 historische Mühlen Schloss Clemenswerth Orte der Erinnerung Museen (u. a. Museumseisenbahn) Freilichtbühnen Veranstaltungen regionale Produkte	Kinder und Jugendliche, Erwachsene	Übersichtskarten (Großsteingräber, Mühlen) viele Veranstaltungen (aber kein übersichtlicher Veranstaltungskalender), Übersicht über regionale Produkte sowie Vertreterinnen und Vertreter Energieregion Hümmling insgesamt 9 TIs	Website Instagram Facebook YouTube Newsletter Blog



Name	Trägerschaft/ Organisation	Angebote	Ziel- gruppen	Besonderheiten	Digitale Kanäle
Natur- park Dümmer	Naturpark Dümmer e. V.	Veranstaltungskalender und -Highlights, u. a. Apfeltag Gruppenangebote aktiv in der Natur	Familien, Erwachsene	Reiter „Barrierefreier Naturpark“ Kommunikation von Besonderheiten als „Juwelen im Naturpark“ (u. a. Dümmer See, Moore, Kraniche)	Website Facebook News- letter
Hasetal Touristik	Hasetal Touristik GmbH	Dampfbahnen Ballonfahrten geführte E-Bike- Erlebnis-Touren übersichtlicher Veran- staltungskalender	Familien, Erwachsene	Wander- und Radurlaub auf Rezept (Kombina- tion von zwei Präventionskursen) Unterkunfts- und Gastronomiesuche Verkauf Gutscheine eigene Tochter-GmbH für Touristik (Vertriebs- stärke)	Website Instagram Facebook YouTube News- letter
Olden- burger Münster- land	Verbund Olden- burger Münster- land e. V.	Kulturlieben (u. a. Mu- seen, Theater, Mühlen, Denkmäler) Natur entdecken Radfahren neue Wanderrouten Essen & Trinken Freizeitaktivitäten, da- runter speziell für Kinder Spielplätze und Mehr- generationenparks	Familien, Erwachsene	fünf Erholungsgebiete (darunter auch das Ha- setal) konsequente Dar- stellung im OM Corpora- te Design Suchfilter für Naturse- henswürdigkeiten zusammengestellte An- gebotsbündel „ein Tag mit der Familie in Clop- penburg“	Website YouTube Facebook Instagram Pinterest

Quelle: ift GmbH auf Basis der Informationskanäle der genannten Organisationen, Stand Mai 2024

Im Bereich digitale Vermarktung spielen die sozialen Medien eine zentrale Rolle. Beim Vergleich der Follower-Zahlen (Tabelle 3) wird deutlich, dass insbesondere das Museumsdorf mit mehr als 8.000 Instagram- und 10.000 Facebook-Followerinnen und -followern in den sozialen Medien sehr präsent ist. Die Naturparks Hümmeling und Dümmer haben Followerinnen und Follower im niedrigen dreistelligen Bereich. Vor diesem Hintergrund sollte die Wildeshauser Geest die 2023 begonnene Bespielung der sozialen Medien weiterverfolgen und intensivieren. Insbesondere um jüngere Zielgruppen anzusprechen und über aktuelle Entwicklungen und Projekte im Naturpark zu informieren, sind dies wichtige Kanäle.

Tabelle 3 Social-Media-Follower Zahlen Wildeshauser Geest und Wettbewerb

Destination	Instagram-Followerinnen & -Follower	Facebook-Followerinnen & -Follower
Museumsdorf Cloppenburg	8.094	10.101
Künstlerdorf Worpswede	2.408	2.718
Naturpark Hümmeling	1.505	1.690
Naturpark Dümmer	/	2.245
Hasetal	1.460	2.399
Wildeshauser Geest	638	100

Quelle: ift GmbH auf Basis von facebook.com und instagram.com, Stand Anfang Oktober 2024



Fazit Wettbewerb

Die Wildeshauser Geest steht im touristischen Wettbewerb mit anderen Destinationen, die sich ebenfalls auf die Themen Kultur und Natur spezialisiert haben. Dazu gehören u. a. das Museumsdorf Cloppenburg, das Künstlerdorf Worpswede, das Oldenburger Münsterland, das in der Reiserregion gelegene Hasetal und verschiedene Naturparks. Sie bieten vielfältige Angebote für unterschiedliche Zielgruppen an. Dabei unterscheiden sie sich in ihrer Organisationsform und digitalen Präsenz. Besonders im Bereich der sozialen Medien zeigen sich deutliche Unterschiede in der Reichweite. Die Wildeshauser Geest hat im Bereich digitale Außenkommunikation noch Aufholbedarf und sollte ihre 2023 begonnene Social-Media-Strategie weiter ausbauen.

3.6 Innensicht auf die Tourismusregion Wildeshäuser Geest

Um einen umfassenderen Einblick in die Tourismusentwicklung und -situation sowie die Bedarfe der Akteurinnen und Akteure der Wildeshäuser Geest zu erhalten, gab es im Frühjahr 2024 eine Online-Akteursbefragung sowie Gespräche mit einer Vielzahl von Expertinnen und Experten. Die Ergebnisse sind in die Analyse sowie die Ableitung der Strategie, Positionierung und Handlungsempfehlungen eingeflossen.

3.6.1 Online-Akteursbefragung

Vom 28. März bis zum 6. Mai 2024 befragte die ift GmbH 279 Akteurinnen und Akteure aus der Wildeshäuser Geest online. In der Umfrage ging es um die touristische Entwicklung und Situation in der Wildeshäuser Geest, die eigene Entwicklung und touristische Nachfrage, Kooperationen sowie die künftige touristische Entwicklung und Ausrichtung der Wildeshäuser Geest als Reise-region. Die Befragung wurde über die Kanäle des Zweckverbandes Naturpark Wildeshäuser Geest gestreut. Es nahmen Akteurinnen und Akteure mit unterschiedlichen Tätigkeitsbereichen teil, unter

anderem aus den Bereichen Politik, Verwaltung und Wirtschaftsförderung (34 %), Gäste-, Stadt-, Tour-, Wanderführerinnen und -führer (14 %), Vereine (10 %), Ferienwohnungen und -häuser (9 %) sowie Kultur-einrichtungen wie beispielsweise Stiftungen, Museen und Theater (7 %).

Die Befragungsergebnisse fasste die ift GmbH in einem separaten Ergebnisbericht zusammen und stellte sie in Auszügen auf dem ersten Workshop vor. In diesem Kapitel werden ausgewählte, zentrale Ergebnisse der Befragung erörtert.

Abbildung 9 Stärken (links) und Schwächen (rechts) der Wildeshäuser Geest aus Sicht der Befragten

Stärken der Wildeshäuser Geest



Schwächen der Wildeshäuser Geest



Quelle: ift GmbH, Ergebnisse der Online-Akteursbefragung, Antworten auf die Frage „Welche Aspekte machen die Wildeshäuser Geest als Tourismusregion besonders attraktiv (Stärken)?“ (offene Frage)“ (n = 197,) sowie „Wo hat die Wildeshäuser Geest als Tourismusregion Entwicklungsdefizite (Schwächen)?“ (offene Frage) (n = 104), Darstellung der Antworten ab drei Nennungen

Mit 78 % nimmt die deutliche Mehrheit der Befragten Aspekte wahr, die die Wildeshäuser Geest als Tourismusregion besonders

attraktiv machen (**Stärken**). Nur 6 % gaben an, dass es aus ihrer Sicht keine Stärken gibt, 17 % beantworteten die Frage nicht.



Diejenigen, die **Stärken** wahrnehmen, nannten meist Aspekte in Bezug auf die vielseitige Landschaft (39 %) und Natur der Wildeshauser Geest (32 %) (siehe auch Abbildung 9, links). Zudem sehen einige Befragte Stärken im Bereich Fahrradinfrastruktur und -tourismus (26 % bzw. 19 %). Die Anbindung und Lage sowie die Kulturangebote nannten jeweils 16 % der Teilnehmenden.

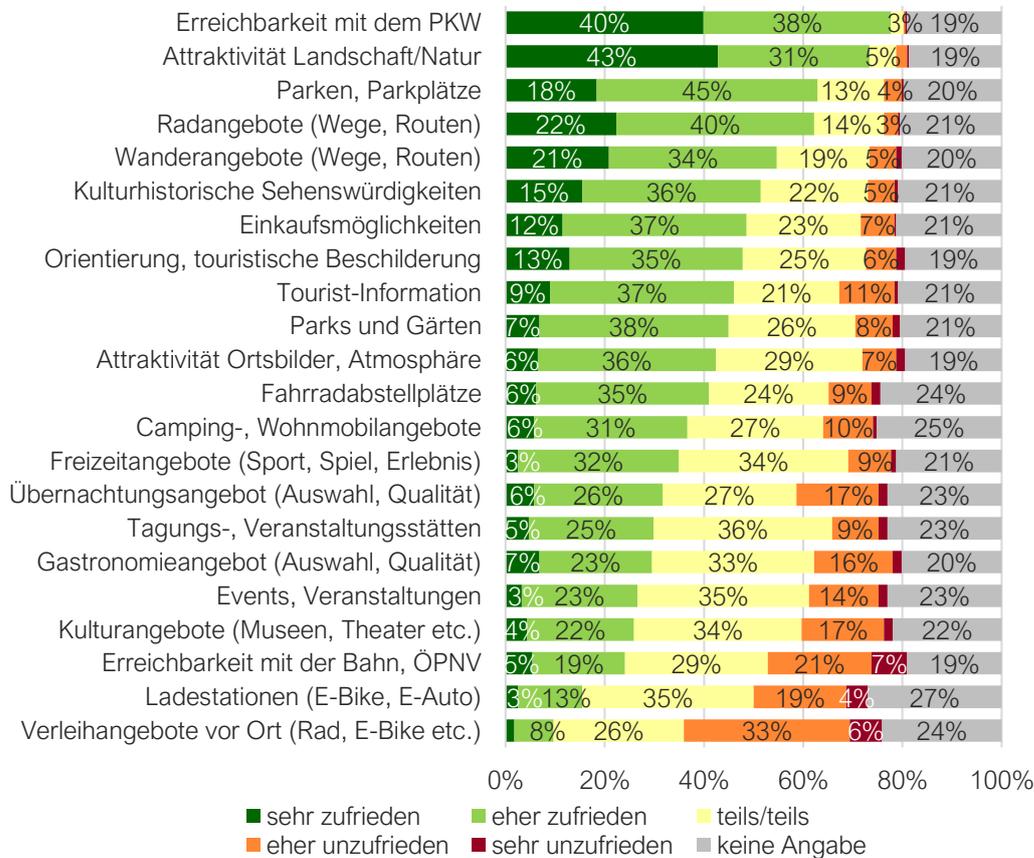
Analog dazu wurden die Teilnehmenden gefragt, ob es aus ihrer Sicht Aspekte gibt, in denen die Wildeshauser Geest als Tourismusregion **Entwicklungsdefizite bzw. Schwächen** hat. Diese Frage bejahte mit 59 % mehr als die Hälfte der Befragten, 6 % verneinten dies und 35 % machten keine Angabe. Diejenigen, die angaben, Entwicklungsdefizite wahrzunehmen, nannten am häufigsten Aspekte in Bezug auf das Marketing der Wildeshauser Geest (37 %). Zudem wurden das gastronomische Angebot (26 %), das ÖPNV-Angebot (20 %) und das Beherbergungsangebot (18 %) am häufigsten als Bereiche mit Entwicklungsdefiziten genannt. Einige Befragte sehen zudem Defizite im Bereich Radwegenetz, Vernetzung und Bekanntheitsgrad (jeweils 15 %).

Die Frage, ob die Wildeshauser Geest **Alleinstellungsmerkmale** hat, mit denen sie sich von anderen Tourismus- und Naturparkregionen abheben kann, bejahte weniger als die Hälfte der Befragten (40 %), fast jeder Vierte verneinte die Frage und 37 % machten dazu keine Angabe. Die Befragten, die Alleinstellungsmerkmale in der Wildeshauser Geest wahrnehmen, nannten vor allem die Hügelgräber (25 %) oder auch speziell das Pestruper Gräberfeld (14 %). Zudem wurden, ähnlich wie auch bei den Stärken, allgemeine Aspekte im Bereich Natur

(21 %) oder auch speziell die Geestlandschaft (17 %), die Hunte (15 %), die Wälder (14 %) und die Moorlandschaft (12 %) genannt. Im Bereich Kultur nannten die Befragten als Alleinstellungsmerkmale neben den Gräbern vor allem die Museen (12 %) sowie Denkmäler und Sehenswürdigkeiten (11 %). Vereinzelt nehmen die Befragten auch Aspekte im Bereich Archäologie (9 %), Historie, Architektur und Megalithkultur (jeweils 7 %) als Alleinstellungsmerkmale wahr.

Die Stärken und Schwächen spiegeln sich auch in den weiteren Ergebnissen der Befragung wider. So wurden die Befragten darum gebeten, ihre **Zufriedenheit mit der aktuellen Situation in der Wildeshauser Geest** in ausgewählten Bereichen mitzuteilen (siehe Abbildung 10). Besonders zufrieden zeigen sich die Umfrage-Teilnehmenden in Bezug auf die Erreichbarkeit mit dem Pkw sowie das Parkangebot in der Region (78 % bzw. 63 % gaben an, damit sehr bzw. eher zufrieden zu sein). Mit der Attraktivität der Landschaft und Natur (71 %), dem Rad- und Wanderangebot (62 % bzw. 55 %) sowie den kulturhistorischen Sehenswürdigkeiten (51 %) ist ebenfalls mehr als die Hälfte der Befragten sehr bzw. eher zufrieden. Besonders kritisch bewertet wurden hingegen die Verleihangebote vor Ort: 33 % sind damit eher unzufrieden, 6 % sogar sehr unzufrieden. Auch mit der Erreichbarkeit mit der Bahn und dem Angebot an Ladestationen ist circa jede bzw. jeder vierte Befragte (28 % bzw. 23 %) sehr oder eher unzufrieden. Jeweils 17 % bemängeln das Kultur- und Übernachtungsangebot, wobei gleichzeitig 26 % bzw. 32 % angaben, damit (sehr) zufrieden zu sein.

Abbildung 10 Zufriedenheit der Befragten mit touristischen Aspekten in der Wildeshauser Geest



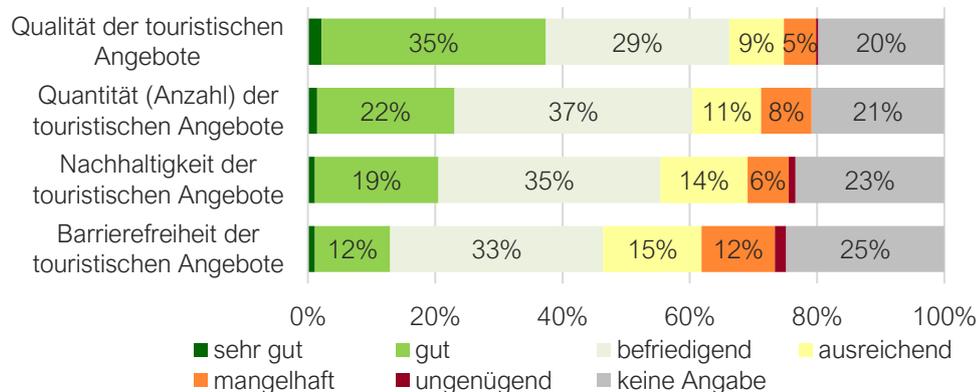
Quelle: ift GmbH, Ergebnisse der Online-Akteursbefragung, Antworten auf die Frage „Wie zufrieden sind Sie mit der aktuellen Situation in der Wildeshauser Geest in folgenden Bereichen?“ (n = 278)

Die **Qualität der touristischen Angebote** bewertet mehr als ein Drittel (37 %) als (sehr) gut, die **Quantität** circa ein Viertel (23 %) der Befragten (siehe Abbildung 11). Handlungsbedarf wird hingegen im Bereich

Nachhaltigkeit und Barrierefreiheit deutlich: Lediglich 20 % und 13 % bewerten die Nachhaltigkeit und Barrierefreiheit der touristischen Angebote als (sehr) gut.



Abbildung 11 Bewertung der Qualität, Quantität, Nachhaltigkeit und Barrierefreiheit der touristischen Angebote in der Wildeshauser Geest



Quelle: ift GmbH, Ergebnisse der Online-Akteursbefragung, Antworten auf die Frage „Wie bewerten Sie folgende Aspekte in Bezug auf die Wildeshauser Geest als Reiseziel (aktuelle Situation)?“ (n = 278)

3.6.2 Gespräche mit Expertinnen und Experten

Parallel zur Online-Befragung unterhielt sich die ift mit ausgewählten Expertinnen und Experten, die im Tourismus bzw. Kulturbereich tätig sind bzw. touristische Bezüge haben. Die Akteurinnen und Akteure sind u. a. in den Bereichen Beherbergung, Verkehr, Verwaltung, Wirtschaftsförderung, Kulturförderung und Veranstaltungsorganisation aktiv.

Es fanden zehn Gesprächsrunden und sechs Einzelgespräche mit insgesamt rund 40 Personen statt. In den Gesprächen lag, je nach Bereich und Bedarfen der Gesprächsteilnehmenden, der Fokus auf ihren Einschätzungen zur Wildeshauser Geest (u. a. touristische Entwicklung und Situation, Alleinstellungsmerkmale, Positionierung, Vermarktung, Handlungsbedarfe), der Organisation, Zusammenarbeit und Kooperationen mit Partnerinnen und Partnern, Hinweise und Ideen für touristische Projekte sowie generelle Hinweise und Wünsche für die weitere Erarbeitung des Tourismuskonzeptes.

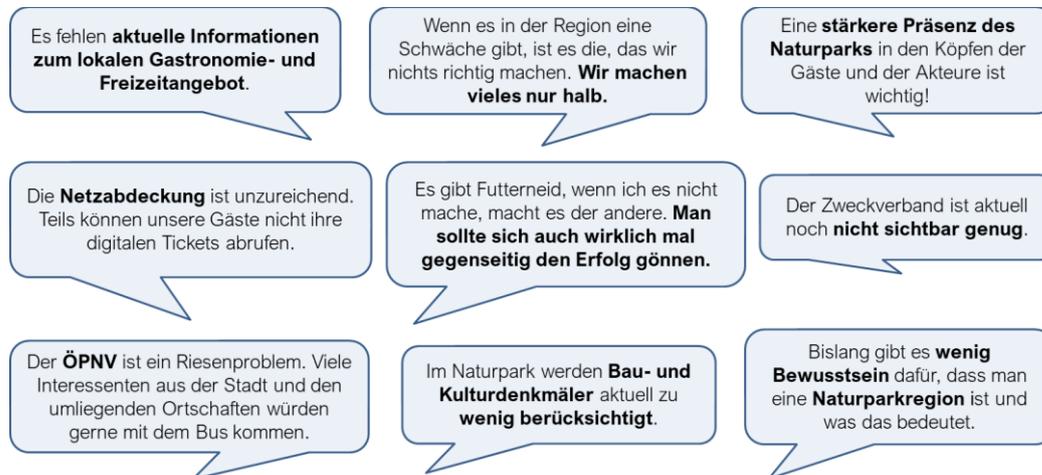
In Bezug auf die **touristische Angebotssituation** nannten die Expertinnen und Experten Radfahren sowie Genuss, Erholung in der Natur und Wohlfühlen als wichtige Themen. Auch die landschaftliche Vielfalt

(„typische norddeutsche Landschaft komprimiert“), die Lage und Anbindung sowie die Anzahl und Vielseitigkeit der kulturellen Angebote wurden wiederholt als wichtige Aspekte und Stärken der Reiseregion genannt. Konkrete Alleinstellungsmerkmale bzw. touristische Highlights wurden kaum genannt, vielmehr sind es die „bunte Mischung“ und „die vielen kleine Schätze“ der Region, die sie besonders und erlebniswert machen.

Die Wildeshauser Geest ist vor allem ein Naherholungsraum. Im Bereich **Nachfrage** bieten deshalb aus Sicht der Expertinnen und Experten insbesondere die Städte Oldenburg, Bremen und Osnabrück sowie teils auch Hamburg großes Potenzial. Zudem reisen einige Gäste auf dem Weg zur Küste durch die Region, was ebenfalls aus Sicht der Expertinnen und Experten ein hohes Nachfragepotenzial darstellt. Gleichzeitig schilderten die Gesprächsteilnehmenden auch Veränderungen im Nachfrageverhalten. So wird eine deutliche Zunahme des Fahrradtourismus wahrgenommen, ein steigendes Interesse jüngerer Menschen am Wandern sowie die Tendenz der Gäste, kurzfristiger zu buchen.



Abbildung 12 O-Töne aus den Gesprächen mit Expertinnen und Experten zu Handlungsbedarfen



Quelle: ift GmbH auf Basis der Gespräche mit den Expertinnen und Experten (stark komprimierte Auswahl)

Handlungsbedarfe sehen die Expertinnen und Experten insbesondere bei den Mobilitätsangeboten (An- und Abreise und die Mobilität vor Ort) sowie bei der Netzabdeckung (Abbildung 12). Weitere zentrale Handlungsfelder sind die Binnen- und Außenkommunikation. Zum einen wird sich eine stärkere Präsenz des Naturparks und ein Bewusstsein dafür gewünscht, dass die Wildeshauser Geest eine Naturparkregion ist. Zum anderen ist die Informationsvermittlung zu den Angeboten der Wildeshauser Geest ausbaufähig. Insbesondere zum lokalen Gastronomie- und Freizeitangebot werden gebündelte und aktuellere Informationen gewünscht. Weiterer Optimierungsbedarf wird im Bereich Zusammenarbeit mit

den lokalen und regionalen Akteurinnen und Akteuren gesehen.

Für eine erfolgreiche **touristische Entwicklung und Positionierung** (Abbildung 13) sollten aus Sicht der Expertinnen und Experten insbesondere Storytelling, die thematische Bündelung der Angebote und eine gezieltere Lenkung der Gäste künftig eine größere Rolle spielen. Ziel sollte es sein, dass der Gast die Angebote unkompliziert, schnell und bequem finden und nutzen kann. Zudem sollten der persönliche Kontakt und Austausch der Akteurinnen und Akteure und das Zusammenwachsen und Verständnis als eine Tourismusregion gefördert werden.

Abbildung 13 O-Töne aus den Gesprächen mit Expertinnen und Experten zur touristischen Entwicklung und Positionierung



Quelle: ift GmbH auf Basis der Gespräche mit den Expertinnen und Experten (stark komprimierte Auswahl)

Fazit Innensicht auf die Tourismusregion Wildeshäuser Geest

Bei den Ergebnissen der Online-Befragung und der Gespräche mit den Expertinnen und Experten gibt es deutliche Überschneidungen. Sowohl die Umfrage-Teilnehmenden als auch die Expertinnen und Experten betonen die Bedeutung und Attraktivität der vielfältigen und attraktiven Natur und Landschaft, der Fahrradinfrastruktur sowie der kulturellen Angebote. Gleichzeitig werden Handlungsbedarfe, insbesondere im Bereich Mobilität, Kommunikation und Vermarktung sowie teilweise auch beim gastronomischen Angebot, gesehen. Besonders die Expertinnen und Experten unterstrichen die Notwendigkeit, auch die Binnenkommunikation und Zusammenarbeit innerhalb der Tourismusregion zu verbessern. Im Bereich Außenkommunikation sollten die Aktualität der Informationen und die Bündelung der touristischen Angebote ausgebaut werden.



3.7 Herausforderungen und aktuelle Trends

Aus den gesellschaftlichen und touristischen Entwicklungen ergeben sich eine Reihe von Trends und Herausforderungen. Sie sind in die Ziel-, Strategie- und Positionierungsentwicklung sowie in die Ableitung der Handlungsempfehlungen für die Reiseregion Wildeshauser Geest miteingeflossen. Für eine zeitgemäße und zukunftsorientierte touristische Weiterentwicklung der Region sollten sie bei allen künftigen touristischen Aktivitäten und Maßnahmen berücksichtigt werden.

Wachsende individuelle Ansprüche

Angesichts der permanenten Informationsüberflutung, der Vielzahl an Angeboten und nicht zuletzt auch aufgrund der Auswirkungen der Corona-Krise sind die individuellen Ansprüche an Reisen hinsichtlich Qualität, Sicherheit und Flexibilität gestiegen. 90 % der im Rahmen einer Umfrage von Holiday-Check (2023)³ Befragten gaben an, dass ihnen die „allgemeine Sicherheitslage am Reiseziel“ bei der Reiseplanung (sehr) wichtig ist. Damit ist laut der Befragung Sicherheit der am wichtigsten empfundene Aspekt bei der Reiseplanung. Laut der ADAC Tourismusstudie (2023)⁴ ist eine unkomplizierte und störungsfreie An- und Abreise für 71 % der Befragten (sehr) wichtig und somit der wichtigste Entscheidungsfaktor für eine Buchung. Zudem spielen die Einhaltung von Hygienestandards für 56 % und flexible Stornierungsmöglichkeiten für 54 % der Reisenden eine (sehr) wichtige Rolle.

Gleichzeitig werden Reisen tendenziell kürzer. Die Nachfrage nach Kurzreisen und Ausflügen wächst – als kurze, inspirierende „Auszeit“ vom anstrengenden Alltag, als Bildungsreise, Erlebnis oder als Trip mit Freunden und/oder der Familie. Zudem pflegen insbesondere neue, jüngere Zielgruppen ein anderes Kommunikations- und Reiseverhalten und müssen passgenau angesprochen werden (Stichwort Digitalisierung, Erlebnisinszenierung und Storytelling). Wichtig sind deshalb eine zielgruppengerechte, individuelle und emotionale Online-Information und

eine Ansprache, die neugierig macht. Interessante, schnell buchbare Angebote sowie „niederschwellige“ Angebote vor Ort, die der Gast ohne große Vorbereitung in Anspruch nehmen kann, sind ebenfalls essenziell. Das Informations- und Serviceangebot muss entsprechend vor, während und nach der Reise zielgruppenspezifisch auf die Customer Journey und die jeweiligen Zielgruppen abgestimmt werden. Für Betriebe ist es deshalb äußerst wichtig, im Umgang mit Hardware, Service und Software qualifiziert und spezialisiert zu werden. Auf Destinationsebene sind zielgruppenspezifische Angebots- und Themencluster wichtig. Um sich deutlicher von weiteren Natur- und Kulturreisezielen abzuheben, sollte die Wildeshauser Geest deshalb Digitalisierung auf betrieblicher und kommunaler Ebene fördern sowie die Angebotsentwicklung und -kommunikation (mehr) auf ihre Zielgruppen abstimmen.

Naturverbundenheit und aktive Erholung in der Natur

Vor dem Hintergrund der Globalisierung, Digitalisierung, der Schnellebigkeit unserer Gesellschaft und aktuellen Krisen besinnen sich die Menschen allgemein und speziell auch Reisende zunehmend auf Themen wie Gesundheit, Lebensfreude, Entschleunigung, Work-Life-Balance und suchen gezielt nach Auszeiten in der Natur. Naturverbundenheit, Sensibilisierung für den Wert der Natur und die Nachfrage nach Natur(-Erlebnissen) wachsen. Für 60 % der deutschen

³ HolidayCheck (2023). Online-Befragung Nachhaltiges Reisen

⁴ ADAC (2023). ADAC Tourismusstudie 2023



Reisenden spielt eine „intakte Natur am Zielort“ eine (sehr) wichtige Rolle und ist somit nach einer unkomplizierten An- und Abreise das zweitwichtigste Buchungskriterium laut der ADAC Tourismusstudie (2023)⁵. Für 56 % der befragten im Inland reisenden Deutschen ist der Aufenthalt in der Natur eine beliebte Urlaubsaktivität (Consumer Panel Services GfK (2024) DestinationMonitor Deutschland 2023 in DTV 2024)⁶. Auch die Ergebnisse der FUR-Reiseanalyse (2024) zeigen: Für 56 % ist Natur erleben ein wichtiges Motiv, um Urlaub zu machen⁷. In Verbindung damit erfreuen sich naturnahe, oftmals aktive Erlebnisse wie Rad und Wandern einer großen Beliebtheit. So haben in 2023 fünf Mio. Menschen eine Radreise mit ein bis zwei Übernachtungen durchgeführt (ADFC 2024)⁸. 10,6 Mio. Menschen haben in dem Jahr im Urlaub das Rad genutzt. Für 30 % der Deutschen ist Wandern bei Inland-Urlaubsreisen eine beliebte Aktivität (DTV 2024)⁹. Hinzu kommt die hohe Nachfrage nach Wandertagesausflügen.

Für Naturparks wie die Wildeshauser Geest bieten diese Entwicklungen ein großes Potenzial, das es mit entsprechenden Angeboten und Kommunikationsmaßnahmen zu bedienen und nutzen gilt.

Steigendes Nachhaltigkeitsbewusstsein

Die zunehmende Nachfrage nach Entschleunigung, Gesundheit und die Sensibilisierung für den Wert der Natur sind oftmals eng mit Aspekten der Nachhaltigkeit verweben. Immer mehr Reisende wollen möglichst nachhaltig leben und auch reisen. Das

zeigen aktuelle Studien wie die FUR Reiseanalyse (2024)¹⁰. Laut ihr wünschen sich 48 % der Deutschen, dass ihr Urlaub möglichst ökologisch nachhaltig ist. 62 % von ihnen ist es wichtig, sozialverträglich zu verreisen. Zum Vergleich: 2016 waren es noch 39 % bzw. 46 %. Trotz des steigenden Bewusstseins und der Nachfrage für nachhaltiges Reisen spielt Nachhaltigkeit während der Reise meist nur eine untergeordnete Rolle. Gründe sind oftmals fehlende Informationen und Transparenz in der Kommunikation nachhaltiger Angebote. Beispielsweise gab knapp ein Viertel der im Rahmen der HolidayCheck Studie (2023)¹¹ Befragten an, keine Möglichkeiten zu kennen, ihre Reisen nachhaltig zu gestalten. Nur 22 % wissen, dass es für Unterkünfte Nachhaltigkeitszertifizierungen gibt.

Gleichzeitig sind der Klimawandel und seine Auswirkungen in den Destinationen immer deutlicher spürbar. Vor diesem Hintergrund ist Nachhaltigkeit eine zentrale Voraussetzung für ein erfolgreiches und zukunftsfähiges Angebot geworden. Zudem lautet eines der fünf vom VDN definierten Handlungsfelder „Erholung und Nachhaltiger Tourismus“. Entsprechend wichtig ist es für die Wildeshauser Geest als Naturpark und Reiseregion, sowohl auf Destinationsebene (Zweckverband, Kommunen) als auch auf betrieblicher Ebene (Leistungsträgerinnen und -träger) das Qualitäts- und Nachhaltigkeitsmanagement sowie die Entwicklung und Kommunikation nachhaltiger Angebote weiter auszubauen. Bislang gibt es in der Region nur wenige Betriebe mit

⁵ ADAC (2023). ADAC Tourismusstudie 2023

⁶ DTV (2024): Zahlen. Daten. Fakten. Das Tourismusjahr 2023 im Rückblick.

⁷ Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e. V. (2024). Erste ausgewählte Ergebnisse der 54. Reiseanalyse.

⁸ ADFC (2024). ADFC-Radreiseanalyse 2024. Radreisejahr 2023 | Ergebnisbericht.

⁹ DTV (2024): Zahlen. Daten. Fakten. Das Tourismusjahr 2023 im Rückblick.

¹⁰ Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e. V. (2024). Nachhaltigkeit bei Urlaubsreisen: Bewusstseins- und Nachfrageentwicklung und ihre Einflussfaktoren.

¹¹ HolidayCheck (2023). Online-Befragung Nachhaltiges Reisen



Qualitätsklassifizierungen und/oder Nachhaltigkeitszertifizierungen (siehe Kapitel 3.2.3).

Regionalität und Authentizität

Eng verwoben mit der steigenden Nachfrage nach qualitätsvollen, nachhaltigen Angeboten steigt auch das Bewusstsein für Authentizität, Heimat (auf Zeit) und Regionalität. Der Trend der Regionalität wirkt sich auf verschiedene Bereiche mit touristischer Relevanz aus, insbesondere auf die Nachfrage nach regionalen bzw. lokalen Lebensmitteln und Genuss. Auch in den Bereichen Kultur, Architektur, Stil und Design kann „Heimat“ sichtbar gemacht werden, beispielsweise durch die Verwendung regionaler Bauelemente und -stile oder lokaler Kunstwerke. Regionale Besonderheiten schaffen regionale Identität, erzählen Geschichte(n) und helfen bei der Differenzierung vom überregionalen Wettbewerb. Regional Authentisches wird so zu einem wichtigen Unterscheidungsmerkmal und bietet Alleinstellungspotenzial abseits touristischer Großinfrastrukturen und Top-Sehenswürdigkeiten. Darüber hinaus hat die „Staycation“ (der Urlaub in der eigenen Region) an Bedeutung gewonnen.

In den Gesprächen mit den Expertinnen und Experten wurde thematisiert, dass einige Einwohnerinnen und Einwohner in Hamburg, Bremen und Osnabrück Wochenendhäuser in der Wildeshauser Geest haben. Oftmals verbrachten sie selbst als Kinder (Kurz-)Urlaub in der Region und kommen mit ihren eigenen Familien für Wochenendaufenthalte zurück. Dieses Potenzial gilt es, künftig mehr zu nutzen. Zudem kann sich die Region in ihrer Angebotsentwicklung und -vermarktung auf ihre weit zurückreichende Geschichte, ihre abwechslungsreichen Kulturangebote, vielseitige Natur(-Landschaft), Gastfreundschaft sowie regionalen Produkte beziehen. Entsprechende Angebote sollten gefördert und deutlicher nach außen kommuniziert werden.

Fach- und Arbeitskräfte-Problematik, Work-Life-Balance und Sinnhaftigkeit

Der Tourismus ist stark vom Fach- und Arbeitskräftemangel betroffen. Die Nachfrage nach gut ausgebildetem Fachpersonal, insbesondere in Hotellerie und Gastronomie, ist hoch, kann aber immer weniger gedeckt werden. Deshalb wird immer mehr mit angelerntem Personal gearbeitet. Für viele Betriebe ist es zudem schwierig, passende Nachfolgerinnen oder Nachfolger zu finden, die den Betrieb weiterführen. Diese Entwicklung ist auf den demografischen Wandel, aber auch auf die wachsenden Ansprüche der sogenannten Generation Y zurückzuführen (u. a. Work-Life-Balance, Sinnhaftigkeit der Arbeit). Der Aufbau einer Arbeitgebermarke (Employer Branding) und arbeitnehmerfreundlicher Human-Ressourcen-Konzepte gewinnen an Bedeutung, um Mitarbeitende für sich zu gewinnen und halten zu können. Für touristische Betriebe gilt es daher, die Vorteile der (Ausbildungs-)Berufe im Tourismus wie beispielsweise flexible Arbeitszeiten, Aufstiegs- und Mitgestaltungsmöglichkeiten, aber auch ihre individuellen Werte zu kommunizieren. So kann um geeignetes Personal geworben sowie entsprechend planvoll investiert werden.

Die Wildeshauser Geest und die dazugehörigen Städte, (Samt-)Gemeinden, die Wirtschaftsförderungen der Landkreise sowie die IHK und DEHOGA können die Betriebe unterstützen, indem sie innovative Konzepte und Good Practices für Mitarbeitendengewinnung und -haltung kommunizieren und die Vernetzung zwischen Betrieben und potenziellen Mitarbeitenden sowie Auszubildenden fördern. Auch können sich die Städte und (Samt-)Gemeinden mit den Nachbarkommunen vernetzen und so gemeinsam Projekte initiieren, beispielsweise um Wohnungen für im Tourismus Tätige sicherzustellen.

Digitalisierung

Der Digitalisierungsprozess hat weltweit das Wirtschaften und insbesondere auch die touristischen Angebote und die Nachfrage



tiefgreifend verändert. Im Tourismus zeigt sich das insbesondere durch eine schnell wachsende Zahl an digital präsentierten Reiseangeboten und Reisemedien sowie in Form eines anderen Informations-, Buchungs-, Rezeptions- und Kommunikationsverhaltens der Gäste. Urlaubs- und Freizeitangebote werden immer häufiger über das Internet gebucht. Auch die Anzahl der Online-Bewertungsportale und Social-Media-Kanäle steigt. Gäste sind vor, während und nach ihrer Reise rund um die Uhr virtuell vernetzt, mobil erreichbar und teilen ihre Eindrücke und Erfahrungen auf den Plattformen der sozialen Medien. Hinzu kommen die sich rasant weiterentwickelnden und auf Künstlicher Intelligenz (KI) basierenden Lösungen. Sie bieten für Destinationen und Betriebe das Potenzial, die Effizienz zu steigern, die Gästeansprache weiter zu personalisieren und das Reiseerlebnis der Gäste zu verbessern. Auf Destinationen und Betriebe haben die Digitalisierung und die KI somit erhebliche Auswirkungen, bieten jedoch auch Chancen, die es zu nutzen gilt.

Smarte und klimafreundliche Mobilität

Die aktuellen Entwicklungen im Bereich Nachhaltigkeit und Digitalisierung spielen auch im Bereich Mobilität eine zentrale Rolle. So gibt es eine wachsende Nachfrage für smarte und klimafreundliche Angebote. Insbesondere im Bereich E-Mobilität und Radfahren wird dies deutlich. Im Jahr 2023 wurden in Deutschland mit 53 % erstmals mehr E-Bikes als klassische Fahrräder (47 %) verkauft (ZIV 2024)¹². Zudem beeinflussen aktuelle Entwicklungen wie das Deutschland-Ticket (derzeit 49-Euro-Ticket) das Mobilitätsverhalten. Insbesondere in der Stadt Lebende und jüngere Gäste haben oftmals kein Auto, sodass sie auf Reisen auf eine gute ÖPNV-Anbindung und/oder Sharing-Angebote angewiesen sind. Letztere sind in den vergangenen Jahren

deutlich gewachsen. So erhöhte sich die Anzahl der Städte und Gemeinden mit einem stationsbasierten Carsharing-Angebot von 740 in 2019 auf 1.271 Anfang 2024 (Umweltbundesamt 2024)¹³. Über 5,5 Mio. Menschen sind bei Carsharing-Anbieterinnen und -Anbietern angemeldet. Da ein Großteil der CO₂-Emissionen auf Reisen bei der An- und Abreise der Gäste entsteht, ist die Hebelwirkung von nachhaltigen Mobilitätsangeboten und auch das Bewusstsein nachhaltiger Gäste dafür hoch. Gleichzeitig besteht die Herausforderung, dass Gäste meist antizyklisch zum Alltags- bzw. Arbeitsverkehr reisen und die oftmals auf den Alltagsverkehr ausgelegten ÖPNV-Angebote für sie häufig unattraktiv sind.

Deshalb ist es für die Wildeshauser Geest und ihre Kommunen wichtig, Mobilität zusammenhängend, zeitgemäß und nachhaltig zu denken. Dabei sollte die gesamte Customer Journey der Gäste analysiert werden. Dazu gehört, Angebote sowohl für eine unkomplizierte und umweltfreundliche An- und Abreise als auch für eine nachhaltige Mobilität vor Ort (weiter) zu entwickeln und zu kommunizieren.

Demografischer Wandel, Tourismus für Alle, Barrierefreiheit

Auch wenn Reisende immer älter werden und oftmals lange fit und aktiv bleiben, entsteht Bedarf an besonderer Sicherheit, barrierefreien Angeboten, Komfort und möglichst kurzen Wegen. Auch für jüngere Menschen mit Kinderwagen, schweren E-Bikes etc. sind barrierefreie oder -arme Angebote wichtig. Zudem sollten auch Menschen mit Einschränkungen die touristischen Angebote und Infrastruktur nutzen können. Letztendlich können alle Reisenden von Barrierefreiheit profitieren. Dabei sollten nicht nur eine mögliche Geheinschränkung, sondern auch weitere Formen der Einschränkungen

¹² ZIV (2024). Marktdaten Fahrräder und E-Bikes für 2023.

¹³ Umweltbundesamt (2024). Mobilität privater Haushalte. (Webbeitrag vom 5.6.2024)



bedacht und berücksichtigt werden. Das Kennzeichnungssystem „Reisen für Alle“ sowie detaillierte Informationen zur Barrierefreiheit auf den Informationskanälen der Betriebe geben den Gästen dabei wichtige Orientierung und helfen Betrieben mit geprüften Qualitätskriterien bei der Umsetzung.

In der Wildeshauser Geest gibt es im Bereich Barrierefreiheit und -armut sowohl bei der Infrastruktur (vor allem Fuß- und Radwege) als auch bei den Angeboten Optimierungsbedarf. Bislang sind in der Region nur zwei Freizeitbetriebe mit dem Zertifikat „Reisen für Alle“ ausgezeichnet.



4. Stärken-Schwächen-Chancen-Risiken-Profil

4.1 Stärken und zentrale Handlungsbedarfe im Überblick

Stärken	Schwächen
Lage, Erreichbarkeit, Mobilität	
<ul style="list-style-type: none"> + gute Anbindung ans Straßennetz + Nähe zu Oberzentren (Bremen, Oldenburg, Osnabrück), meist auch mit guter Anbindung + mehrere Bahnhöfe, gut ausgebaute Nord-Süd-Verbindung mit der Bahn 	<ul style="list-style-type: none"> - ÖPNV-Erschließung teilräumlich und zu touristisch relevanten Zeiten ausbaufähig (v. a. in ländlicheren Gebieten) - fehlende Anreize für ÖPNV-Nutzung - Infrastruktur teils wenig auf E-Bikes ausgerichtet (größere Distanzen, sichere Abstellplätze, E-Ladesäulen etc.)
Naturräume, Landschaft, Rad- und Wanderwege	
<ul style="list-style-type: none"> + Vielfalt von Landschaftstypen (Geest, Moor, Marsch, Heide, Wälder, Fließgewässer) + wertvolle Lebensräume mit seltenen Arten + sehr gut ausgebautes und ausgeschildertes Netz aus Rad- und Wanderwegen + neues Fahrradleitsystem mit Knotenpunkten 	<ul style="list-style-type: none"> - heterogene Region, dadurch nach außen nicht als eine Region wahrnehmbar
Freizeitinfrastruktur	
<ul style="list-style-type: none"> + sehr gute Infrastruktur für Kultur- und Naturlandschaftserlebnisse + vielseitige Aktivangebote (Rad, Wandern, Kanu, Reiten etc.) + gut ausgebaute Freizeitinfrastruktur, vielfältige Freizeiteinrichtungen + vielfältige und abwechslungsreiche Umweltbildungsangebote im Naturparkgebiet, z. B. Natur- und Landschaftsführungen 	<ul style="list-style-type: none"> - Beschilderung teils überarbeitungsbedürftig, fehlende flächendeckende Beschilderung und Infopoints - Barrierefreiheit ausbaufähig (innerörtliche Wege bzw. Wegführungen, Plätze etc.) - Qualität der Rastplätze entlang der Wege teils ausbaufähig - fehlende innovative Freizeitangebote (z. B. Escape Rooms, Geocaching etc.)
Stadt- und Ortsbilder, Geschichte, Kultur	
<ul style="list-style-type: none"> + 5.000 Jahre Kulturlandschaftsgeschichte: prägende Kulturlandschaftselemente (Megalithkultur, Heideflächen, Hutewälder, Wallhecken, Wind- und Wassermühlen etc.) + herausragende kulturhistorische/ regionaltypische Identität + vielseitige (kleinteilige) Kulturangebote, gelungene Verknüpfung von Kultur und Natur + Vielfalt kultureller Sehenswürdigkeiten/ Attraktionen (Megalithkultur, Mühlen, Baukultur, Gartenkultur etc.) + vielseitiges regionales Veranstaltungsangebot 	<ul style="list-style-type: none"> - teils fehlendes Bewusstsein für die kulturhistorischen Potenziale - fehlende überregionale touristische Wahrnehmung der Kulturangebote mit (über-)regionaler Bedeutung - historische Gebäude teilweise sanierungsbedürftig - Aufenthaltsqualität der Altstädte oftmals ausbaufähig, z. B. attraktive, zentral gelegene Plätze

Stärken	Schwächen
<ul style="list-style-type: none"> + engagierte Kulturinitiativen und -organisationen mit interessanten Angeboten für Gäste und Einheimische + teilweise städtebaulich attraktive Teilräume, alte Ortslagen, historische Bausubstanz + schöne und gepflegte Dörfer 	
Einkaufen	
<ul style="list-style-type: none"> + regionale Produkte, regionale Vermarktung wird in Teilen bereits betrieben (insb. Direktvermarktung, Zusammenarbeit von Landwirtschaft und Gastronomie, touristische Projekte mit Modellcharakter), jährlicher Tag der Regionen + z. T. (sehr) gute Versorgung mit großflächigem Einzelhandel in der Region 	<ul style="list-style-type: none"> - Zunahme von Leerständen von Gebäuden (Einzelhandel und Gastronomiebetriebe), weniger inhabergeführte Betriebe - fehlende regionale Vertriebsplattform für regionale Produkte, touristische Einbindung ausbaufähig
Beherbergung, Gastronomie	
<ul style="list-style-type: none"> + vereinzelte „Leuchtturm“-Betriebe 	<ul style="list-style-type: none"> - fehlende Einkehrmöglichkeiten im Außenbereich - wenig Qualitäts- und Nachhaltigkeitszertifizierungen - keine Naturpark-Partnerbetriebe (insgesamt) - Identifikation mit dem Naturpark und Partnernetzwerk teils ausbaufähig - Öffnungszeiten teils nicht aktuell bzw. online einsehbar - Abstimmung unter den Gastronomieanbietern teils ausbaufähig
Profilierung, Positionierung, Marketing	
<ul style="list-style-type: none"> + seit Sommer 2022 Bespielung eines Instagram-Accounts + hochwertige Souvenirs (z. B. Gemeinde Dötlingen) 	<ul style="list-style-type: none"> - keine typische Tourismusregion und unbekanntes „Destination“ - (über-)regionale Vermarktung ausbaufähig, um als Tourismusregion wahrgenommen zu werden (regional sehr unterschiedliche Angebots-/Nachfragestruktur) - fehlende zentrale Anlaufstelle (z. B. Naturparkzentrum, Infopoints) für Information zu touristischen Angeboten - Internet-Auftritt wenig modern - Printprodukte teilweise veraltet - fehlendes Corporate Design (Wildeshauser Geest, Kommunen, Angebote) - Bewusstsein, dass man eine Naturparkregion ist, ausbaufähig (Binnenmarketing) - Übernachtungstourismus ausbaufähig (Fokus Kurz- und Wochenendurlaub)



Stärken	Schwächen
Tourismusmanagement, Kooperation	
<ul style="list-style-type: none"> + seit 2023 hauptamtliche Geschäftsführung im Zweckverband Naturpark Wildeshauser Geest + Aufstockung des Personals im Zweckverband in 2024 + enge Verbindung von Tourismus und Naturschutz + funktionierende Gemeinschaftsprojekte von Akteurinnen und Akteuren aus dem Tourismus, z. B. mit Naturschutz („Hunte natur“) + Beteiligung an regionalen Netzwerken und Kooperationen + Kooperationen mit Regionen rund um Bremen, Verbund Oldenburger Münsterland und OTM + hohes ehrenamtliches Engagement (jedoch rückläufige Tendenz) 	<ul style="list-style-type: none"> - keine anerkannte Tourismusregion, deshalb begrenzter Zugang zu Fördermitteln - Austausch/Zusammenarbeit im Bereich Tourismus ausbaufähig (branchenübergreifend, mit Kulturakteurinnen und -akteuren, LEADER-Regionen), fehlende regelmäßige Netzwerk- und Austauschformate - unzureichende finanzielle und personelle Ausstattung für Tourismusmanagement und -marketing im Zweckverband - fehlendes Besucherlenkungskonzept - fehlende Angebotsverknüpfungen und -pakete



4.2 Chancen und Risiken

Chancen (Welche Impulse gibt der Markt?)	Risiken (Wo droht Gefahr?)
<ul style="list-style-type: none"> + Änderung des Reiseverhaltens, häufigere und dafür kürzere Reisen, darunter auch Städtetrips + steigende Bedeutung Deutschlandtourismus: wachsende Binnennachfrage nach deutschen Reisezielen + steigendes Umwelt- und Nachhaltigkeitsbewusstsein der Bevölkerung, Trend zum klimaneutralen Reisen (klimafreundliche Mobilitätsangebote, weniger Flugreisen) + steigendes Interesse für Themen mit Nachhaltigkeitsbezug wie nachhaltige Energiegewinnung (Windenergie als wichtiges Thema in der Region) + steigende Nachfrage nach regionalen Produkten und Erlebnissen mit Heimatbezug (dafür individuelle Ansprache, Storytelling und Hands-On-Angebote wichtig) + steigende Nachfrage nach Sinnhaftigkeit und Authentizität in Freizeit und Tourismus (Kultur und Geschichte als wichtige Themen) + weiter zunehmende Nachfrage in aktivtouristischen Tourismussegmenten + steigende thermische Eignung für Outdoor-Aktivitäten (v. a. Rad, Wandern, Wasser) + Verbesserung der grenzüberschreitenden Mobilität in der Region: Projekt Wunderline (Verbindung der Region zwischen Bremen und Groningen in den Niederlanden, ab Ende 2024) + weiter zunehmendes Potenzial für Stop-Over-Aufenthalte (Küstenurlauberinnen, -urlauber und durchreisende skandinavische Gäste) + viel Gewerbe in der Region, u. a. auch Hidden Champions, Geschäftstourismus als wichtiges Segment (u. a. Potenzial für „Bleisure“, „Workation“) 	<ul style="list-style-type: none"> - zeitlich-räumlich stärker werdende Konzentration der Besucherströme durch zunehmenden Tourismus in Naturräumen, dadurch höhere Belastungen für Natur und Bevölkerung, steigende Bedeutung Besuchermanagement - Zunahme landwirtschaftlicher Großbetriebe (meist mit höheren Umweltauswirkungen) - steigender Qualitätswettbewerb im Bereich Wander-, Rad- und Aktivtourismus mit stark steigenden Gästeansprüchen an Infrastruktur und Serviceleistungen - veränderte Rezeptionsgewohnheiten und neue, jüngere Zielgruppen (traditionelle Kulturangebote funktionieren nicht mehr) - Fach- und Arbeitskräftemangel: fehlende personelle Kapazitäten in den (Gastgewerbe-) Betrieben, um die steigende Nachfrage bedienen zu können - vom Zweckverband Naturpark Wildeshauser Geest und Kommunen nicht beeinflussbare bauliche und finanzielle Faktoren (u. a. Baugenehmigungen, steigende Baukosten) - dauerhafte Refinanzierung der „freiwilligen“ kommunalen Aufgabe Tourismus, gleichzeitig knapper werdende öffentliche Kassen

4.3 SWOT-Profil im Überblick

Auf Basis der Analyse wurden die touristischen Erfolgsfaktoren einer Destination sowie die touristische Vermarktung und das Management für die Wildeshauser Geest als Reiseregion bewertet (siehe Abbildung 14). Die Farben drücken die Bewertung aus. **Stärken** (grün) ergeben sich vor allem aus:

- › den vielseitigen Naturräumen, der landschaftlichen Vielfalt sowie Rad- und Wanderwegen,
- › der Freizeitinfrastruktur und den Freizeitangeboten,
- › den Stadt- bzw. Ortsbildern mit den historischen Kirchengebäuden, der Geschichte und den Kulturangeboten

Teils Stärken, teils Schwächen (gelb) und damit insgesamt eher **Handlungsbedarfe** bestehen in den folgenden Bereichen:

- › Lage, Erreichbarkeit und Mobilitätsangebote
- › Beherbergung und Gastronomie
- › Einkaufen (Shopping)
- › Tourismusmanagement und Kooperation

Vorwiegend Schwächen und somit **deutlichen Handlungsbedarf** (rot) gibt es in dem Bereich Profilierung, Positionierung und Vermarktung.

Abbildung 14 Bewertung der Faktoren touristischer Attraktivität in der Wildeshauser Geest



Quelle: ift GmbH 2024 auf Basis der Analyseergebnisse (rot = schlecht, gelb = mittel, grün = gut)



5. Kernziel, Strategien und touristische Positionierung

Nach der Analyse des Status quo des Tourismus in der Wildeshauser Geest ist es wichtig, den Blick nach vorne zu richten: Wie soll sich die Reiseregion Wildeshauser Geest künftig entwickeln? Wie kann dieses Ziel erreicht werden? Und wie sollte sich die Region künftig touristisch positionieren? In den beiden Workshops und den Steuerungsgruppensitzungen haben die regionalen Akteurinnen und Akteure auf Basis der Analyseergebnisse gemeinsam das Kernziel und die Strategien sowie die Themen und Zielgruppen für die touristische Entwicklung und Positionierung der Wildeshauser Geest definiert.

5.1 Kernziel

Das Ziel ist „der Kompass“ der Reiseregion Wildeshauser Geest. Es definiert, wo sich die Wildeshauser Geest langfristig sieht und wohin sie sich entwickeln möchte. Es steht somit übergeordnet über allen touristischen Strategien und Prozessen. Um sich zukunftsfähig und im Einklang mit ihren Werten und Aufgaben als Naturpark weiterzuentwickeln, will die Wildeshauser Geest künftig den Fokus auf einen qualitätsvollen und nachhaltigen Tourismus legen.

Die Wildeshauser Geest hat als Naturparkregion und mit ihren vielfältigen, individuellen Angeboten in den Bereichen Kultur- und Naturerlebnis, Rad, Umwelt- und kultureller Bildung touristisches Potenzial. Das wollen wir stärker nutzen, mehr nach innen kommunizieren und für (über-)regionale Gäste und Einheimische erlebbar machen. Unser Ziel lautet:

Wir entwickeln den Naturpark Wildeshauser Geest für (über-)regionale Gäste und Einheimische zur qualitätsvollen und nachhaltigen Reiseregion.

Das Hauptziel ist, die Wildeshauser Geest zu einer qualitätsvollen und nachhaltigen Reiseregion weiterzuentwickeln, die sowohl für regionale und überregionale Gäste als auch für Einheimische attraktiv ist. Dieses Ziel basiert auf dem Potenzial der Region, die durch eine vielseitige Naturlandschaft, kulturelle Reichtümer und Erholungsangebote geprägt ist. Es gilt, diese Ressourcen stärker zu nutzen und die

Region sowohl nach innen als auch nach außen als attraktives Reiseziel zu positionieren.

Im Vordergrund steht der Nachhaltigkeitsaspekt. **Der Naturpark soll nicht nur als touristische Destination, sondern auch als Modellregion für nachhaltige Entwicklung fungieren**, wie es auch in den VDN-Handlungsfeldern festgelegt ist. Das bedeutet, Natur- und Naturerlebnisse zu fördern und gleichzeitig den Schutz der biologischen Vielfalt und den verantwortungsvollen Umgang mit natürlichen Ressourcen sicherzustellen. In der im Oktober 2024 veröffentlichten Nationalen Tourismusstrategie wird explizit gefordert, dass regionale Reiseregionen bis 2030 klimaneutral werden bzw. auf dem Weg dahin sind und ihr touristisches Angebot an die veränderten klimatischen Bedingungen anpassen.¹⁴ Zudem ist die soziale Dimension entscheidend, da die Bedürfnisse aller Interessensgruppen

¹⁴ Bundesministerium für Wirtschaft und Klimaschutz (BMWK) (2024). Destination Zukunft – Tourismus gemeinsam gestalten.



berücksichtigt und ein sozialverträglicher Tourismus gefördert werden sollen.

Ein weiteres Ziel ist deshalb, die Region für alle Zielgruppen erlebbar zu machen – für (über-)regionale Gäste ebenso wie für die lokale Bevölkerung. Die Vielfalt der Angebote in den Bereichen Natur- und Kulturerlebnis, Umweltbildung und Aktivtourismus sollen genutzt werden, um die Identifikation der Einheimischen mit ihrer Region zu stärken und gleichzeitig neue Erlebnismöglichkeiten für Gäste zu schaffen. Durch

hochwertige, authentische und nachhaltige Angebote soll die Wildeshauser Geest überregional stärker wahrgenommen und ihre Attraktivität als Reiseziel gesteigert werden.

Letztlich soll die Region durch diese Maßnahmen wirtschaftlich gestärkt werden, ohne den Schutz der natürlichen und kulturellen Ressourcen zu vernachlässigen. **Das Kernziel ist, eine Reiseregion zu schaffen, die durch Qualität, Nachhaltigkeit und mit ihren regionalen Besonderheiten überzeugt.**



5.2 Strategien

Die Strategien zeigen konkret auf, wie das definierte Kernziel erreicht und die Wildeshauser Geest zur qualitätsvollen und nachhaltigen Reiseregion entwickelt werden kann. Die sieben Strategien untermauern somit das Kernziel und geben bei der weiteren touristischen Entwicklung der Region Orientierung.

Touristische Angebote und Infrastruktur qualitativ (weiter-)entwickeln mit Fokus auf Natur, Kultur, Rad sowie Bildung und Zukunftsfähigkeit. Ergänzend dazu ein touristisches Standort- und Ansiedelungsmanagement verfolgen.

Um die Potenziale der Region weiter touristisch zu nutzen, ist es wichtig, die Infrastruktur und touristischen Angebote der Region im Bereich der Schwerpunktthemen weiterzuentwickeln. Ein besonderer Schwerpunkt liegt dabei auf der Zielgruppenorientierung. So sollen Angebote geschaffen werden, die den Bedürfnissen der definierten Zielgruppen entsprechen (siehe Kapitel 5.3.1). Hierzu gehört auch die (Weiter-)Entwicklung von barrierefreien Infrastrukturen und Angeboten, sodass die Region für alle Besuchergruppen, unabhängig von (körperlichen, kognitiven oder Sinnes-) Beeinträchtigungen, erlebbar wird.

Zudem wird ein touristisches Standort- und Ansiedelungsmanagement verfolgt, um gezielt Infrastrukturprojekte wie Wohnmobilstellplätze zu fördern. Damit wird auf die steigende Nachfrage nach flexiblen und naturnahen Reiseformen und Übernachtungsangeboten reagiert. Diese Maßnahmen sollen nicht nur die Qualität und Vielfalt der touristischen Angebote erhöhen, sondern auch die wirtschaftliche Attraktivität der Region steigern, indem neue Anreize für Gäste sowie potenzielle Investorinnen und Investoren geschaffen werden. So wird die Wildeshauser Geest als nachhaltige und vielseitige Reiseregion für die Zukunft gestärkt.

(Bildungs-)Angebote mit Fokus auf Natur, Kultur und Rad bündeln und sichtbar machen.

Um das touristische Potenzial der Wildeshauser Geest optimal zu nutzen, ist es

entscheidend, die bestehenden Bildungs- und Erlebnisangebote gezielt zu bündeln und besser sichtbar zu machen. Dabei liegt der Fokus insbesondere auf den Schwerpunktthemen und ihrer Verbindung (siehe Kapitel 5.3.2). Dazu gehört, Natur- und Kulturerlebnisse sowohl mit Aktivangeboten wie Radfahren und (Wasser-)Wandern als auch mit Erholungsangeboten (z. B. Wellness-Angebote und Sauna) zu verknüpfen.

Durch eine koordinierte Bündelung und thematische Vernetzung dieser Angebote sollen Synergien geschaffen und die Attraktivität der Region sowohl für Einheimische als auch für (über-)regionale Gäste gesteigert werden. Die Bildungsangebote sollen nicht nur den Erlebniswert für Besucherinnen und Besucher erhöhen, sondern auch zur nachhaltigen Wissensvermittlung über die natürlichen und kulturellen Besonderheiten und eine zukunftsfähige Entwicklung (Stichwort Klimaresilienz) der Wildeshauser beitragen.

Besondere Aufmerksamkeit wird auf die Sichtbarkeit dieser Angebote gelegt. Durch eine gezielte Vermarktung und verbesserte Kommunikation soll die Region als Reiseziel mit hochwertigen Kultur- und Naturerlebnissen, darunter auch Bildungsangebote, positioniert werden. Dies umfasst sowohl die Stärkung der Informationsinfrastruktur, etwa durch digitale Plattformen (Website, Social Media) und moderne Beschilderung, als auch die Vernetzung der verschiedenen Erlebnisbereiche, um den Gästen ein kohärentes und ganzheitliches Erlebnis zu bieten.

Regionale Besonderheiten authentisch und intensiver kommunizieren.

Deutschlandweit gibt es viele Reiseregionen mit dem Fokus auf Natur, Kultur und Aktivangeboten. Um die Wildeshauser



Geest wettbewerbsfähig zu machen und als attraktives und interessantes Reiseziel zu positionieren, ist es deshalb entscheidend, diese Themen mit Regionalität zu verknüpfen und so die Einzigartigkeit der Region zu unterstreichen. Die regionalen Besonderheiten wie die vielfältige Landschaft, regionale Produkte und die hier besonders norddeutsche „entspannte“ Lebensart sollten authentisch und intensiver kommuniziert werden.

Die besondere Landschaft der Wildeshauser Geest – mit Geest, Mooren, Wäldern, Heide und Flussläufen – bietet den idealen Rahmen für Naturerlebnisse. Diese Merkmale sollen stärker in den Vordergrund gestellt und den Gästen als unverwechselbares Merkmal der Region vermittelt werden. Gleichzeitig soll die regionale Esskultur als kulinarisches Erlebnis herausgestellt und durch Angebote, Veranstaltungen und Kooperationen mit lokalen Erzeugerinnen und Erzeugern gefördert werden. Die norddeutsche Lebensart, die durch Bodenständigkeit, Lebensfreude und Gastfreundschaft geprägt ist, vermittelt Gästen neben Erholung auch ein tieferes kulturelles Verständnis.

Diese Merkmale sind das Herzstück der Identität der Region und bieten ein starkes Differenzierungspotenzial im Wettbewerb mit anderen Reisezielen. Durch gezielte Marketingmaßnahmen, die auf Authentizität setzen, sowie durch moderne Kommunikationskanäle soll die Wildeshauser Geest als Destination mit einem unverwechselbaren Charakter positioniert werden. Wichtige Methoden sind dabei Storytelling und eine emotionale, bildhafte Ansprache.

Digitalisierung in Kommunen und Betrieben ausbauen.

Der Ausbau der Digitalisierung in den Kommunen und Betrieben ist von zentraler Bedeutung, um die Wildeshauser Geest als moderne und wettbewerbsfähige Reiseregion weiterzuentwickeln. Dies umfasst nicht nur den Einsatz moderner Technologien, sondern auch die Schulung der Akteurinnen

und Akteure, um digitale Werkzeuge effektiv nutzen und von deren Potenzial profitieren zu können.

Websites, digitale Buchungsplattformen und Online-Bewertungen sind wichtige Faktoren bei der Reiseplanung. Kommunen und Betriebe müssen ihre digitale Präsenz pflegen und ausbauen, um konkurrenzfähig zu bleiben. Ebenso wichtig ist die Stärkung der Social-Media-Präsenz und die Kompetenz der Kommunen und touristischen Leistungsträgerinnen und -trägern. Durch eine gezielte Nutzung von Social-Media-Kanälen kann sich die Region authentisch vermarkten und gezielt jüngere Zielgruppen erreichen. Auch der Ausbau von digitalen Angeboten und Vermittlungsformaten ist wichtig, um veränderten Rezeptionsgewohnheiten der Gäste Rechnung zu tragen. Die Nutzung von Künstlicher Intelligenz (KI) bietet neue Möglichkeiten, um den Gästen personalisierte Angebote und Services zu bieten und sie zielgruppenorientiert zu kommunizieren.

Der Ausbau der digitalen Infrastruktur sowie die Bereitstellung von Schulungen und Workshops zu digitalen Themen, KI und Social Media sind daher essenzielle Bausteine, um die Region zukunftsfähig aufzustellen und das touristische Potenzial voll auszuschöpfen.

Nach außen als attraktive Reiseregion etablieren und positionieren.

Um die Wildeshauser Geest als attraktive Reiseregion erfolgreich nach außen zu positionieren, ist es entscheidend, ein klares und unverwechselbares Profil zu entwickeln, das (über-)regionale Gäste anspricht (siehe Kapitel 5.3). Durch eine authentische Ansprache sowie die Nutzung moderner Kommunikationskanäle soll die Region langfristig als qualitätsvolle und nachhaltige Reiseregion wahrgenommen werden. Dafür sind gezielte Marketingmaßnahmen und eine individuelle Kommunikationsstrategie wichtig. Um die Region emotional und visuell ansprechend zu präsentieren und die definierten Zielgruppen zu erreichen, sollten auch die sozialen Medien und das Storytelling genutzt



werden. Wichtig ist dabei, auf die Bedürfnisse und Erwartungen der einzelnen Zielgruppen einzugehen. Ein weiterer zentraler Aspekt ist die Vernetzung mit benachbarten Regionen und touristischen Kooperationspartnerinnen und -partnern, um Synergien zu nutzen und die Reichweite zu erhöhen.

Nach innen das Naturpark- und Tourismusbewusstsein sowie das Bewusstsein für die Bedeutung als Naherholungsraum fördern.

Um den Naturpark Wildeshauser Geest nachhaltig weiterzuentwickeln, ist es wichtig, das Bewusstsein für die Bedeutung des Naturparks und des Tourismus nach innen zu stärken. Dies betrifft die lokale Bevölkerung, touristische Leistungsträgerinnen und -träger, Politikerinnen und Politiker sowie die Verwaltung der Städte, (Samt-)Gemeinden und der Landkreise. Ein gemeinsames Verständnis für den Wert des Naturparks als Naherholungsraum und touristische Destination sind essenziell. Die Bevölkerung sollte stärker über die Potenziale und Vorteile des Naturparks informiert und in die touristische Entwicklung einbezogen werden, beispielsweise als Botschafterinnen und Botschafter. Das fördert die Identifikation mit der Region und sensibilisiert für die Bedeutung des Naturparks und des Tourismus. Gleichzeitig müssen touristische Leistungsträgerinnen und -träger, die Verwaltung sowie politische Entscheidungsträgerinnen und -träger besser eingebunden werden, um gemeinsam das definierte Ziel für die Reiseregion zu verfolgen.

Um den Naturpark als wertvollen Lebens- und Erholungsraum im Alltag der Menschen zu verankern und die wirtschaftlichen Chancen des Tourismus zu verdeutlichen, ist eine gute Vernetzung der regionalen Akteurinnen und Akteure ausschlaggebend.

Die Vernetzung und Zusammenarbeit auf lokaler, regionaler und Landesebene ausbauen.

Eine starke Kooperation zwischen den verschiedenen Akteurinnen und Akteuren

ermöglicht es, Synergien zu nutzen, Ressourcen zu bündeln und so die Region zielgerichtet weiterzuentwickeln und effizienter zu vermarkten. Deshalb ist der Ausbau der interdisziplinären Vernetzung und Zusammenarbeit auf lokaler, regionaler und Landesebene von zentraler Bedeutung.

Auf **lokaler Ebene** ist die Zusammenarbeit mit touristischen, kulturellen und branchennahen Akteurinnen und Akteuren essenziell. Durch gemeinsame Projekte und Initiativen können sowohl die touristische Infrastruktur als auch kulturelle und Freizeitangebote bedarfsorientiert (weiter-)entwickelt werden. Das fördert die regionale Identität und schafft ein vernetztes Angebot, das sowohl Gäste als auch Einheimische anspricht.

Auf **regionaler Ebene** ist eine enge Kooperation mit den zur Wildeshauser Geest gehörigen Städten, (Samt-)Gemeinden und Landkreisen sowie den benachbarten Städten Bremen, Oldenburg und Osnabrück wichtig. Auch die Zusammenarbeit mit den LEADER- und Zukunftsregionen sowie angrenzenden Reiseregionen wie dem Oldenburger Münsterland, der Wesermarsch, der Nordseeküste und Ostfriesland gehört dazu. Durch diese regionale Vernetzung können Synergien genutzt und die Wildeshauser Geest in überregionale Tourismusangebote eingebunden und als attraktives Reiseziel positioniert werden, was ihre Reichweite und Sichtbarkeit erhöht.

Auf **Landesebene** ist die Kooperation mit der TourismusMarketing Niedersachsen GmbH (TMN) entscheidend. Durch die Einbindung in landesweite Projekte und Marketingstrategien kann die Wildeshauser Geest von der überregionalen Bekanntheit Niedersachsens als Reisedestination profitieren. Dies stärkt nicht nur das Profil und die überregionale Wahrnehmung der Wildeshauser Geest, sondern eröffnet auch einen erweiterten Zugang zu Förderprogrammen und weiteren Ressourcen zur touristischen Weiterentwicklung.



5.3 Touristische Positionierung

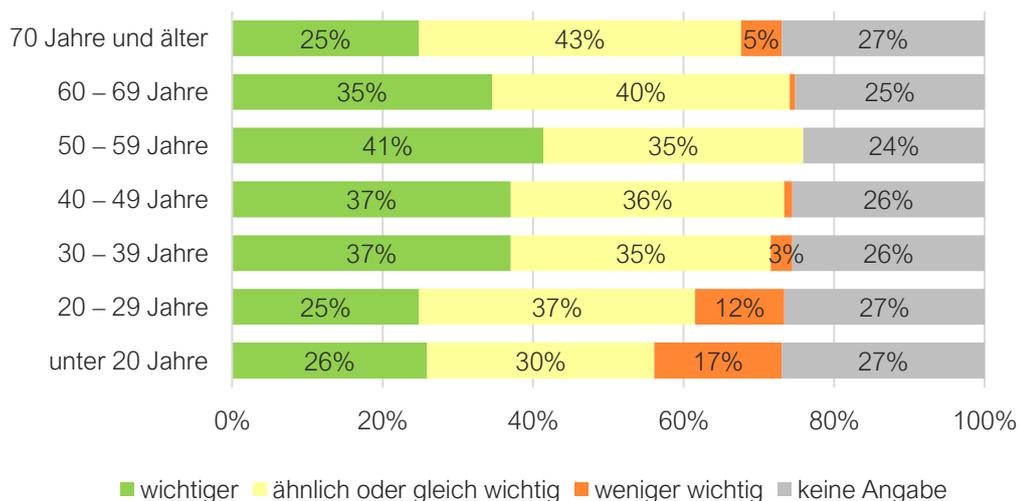
In der touristischen Positionierung geht es um die künftige Außen- und Innendarstellung der Reiseregion Wildeshauser Geest. Um das touristische Profil der Region zu schärfen, ist es wichtig, die Zielgruppen sowie touristischen Themen genauer zu definieren.

5.3.1 Zielgruppen

In der Online-Akteursbefragung wurden die teilnehmenden Betriebe und Einrichtungen darum gebeten, die für sie wichtigsten Gästegruppen anzugeben. Am häufigsten wurden mit 48 % Best Ager (55 Jahre oder älter), Naturinteressierte (43 %), Kulturinteressierte (33 %) und Erholungssuchende (32 %) genannt.

Zudem ging es in der Befragung auch um die gewünschte künftige Bedeutung der Altersgruppen und Reisemotive der Gäste (siehe Abbildung 15). In Bezug auf die Altersgruppen sollten aus Sicht der Befragten vor allem die Reisenden zwischen 30 bis 60 Jahre eine (noch) wichtigere Bedeutung haben.

Abbildung 15 Gewünschte künftige Bedeutung der Altersgruppen aus Sicht der Befragten

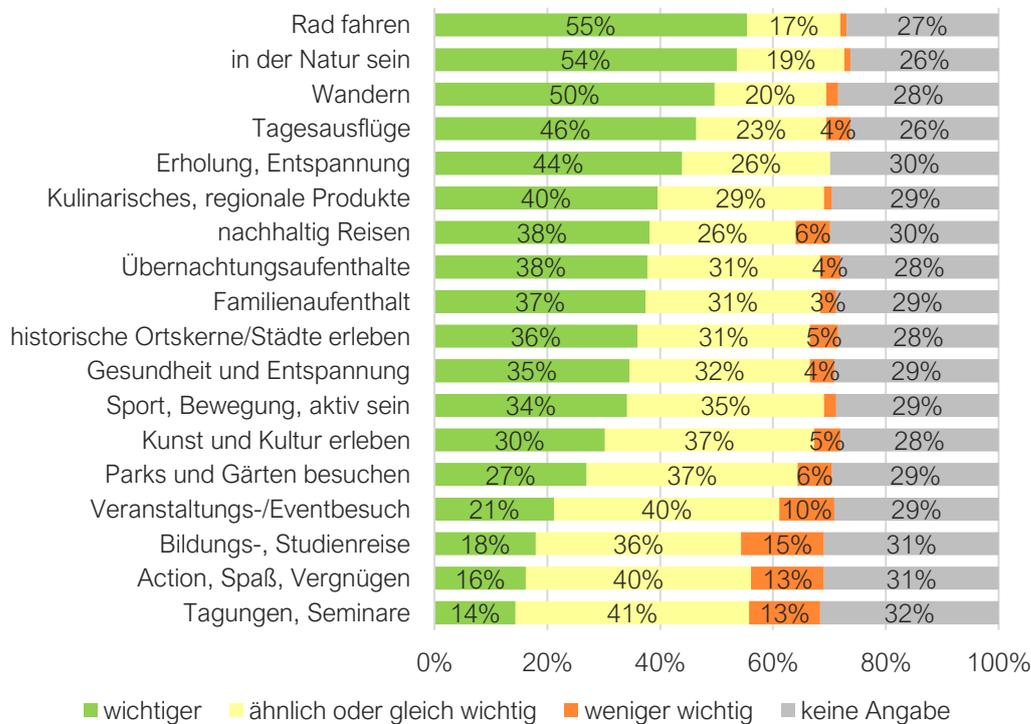


Quelle: ift GmbH, Ergebnisse der Online-Akteursbefragung, Antworten auf die Frage „Welche Bedeutung sollen die folgenden Altersgruppen für den Tourismus künftig in der Wildeshauser Geest haben?“ (n = 278)

Bei den Reisemotiven und -arten sollten aus Sicht der Befragten künftig Radfahren (55 %), in der Natur sein (54 %) und Wandern (50 %) eine zentrale Rolle in der Wildeshauser Geest spielen (Abbildung 16). Zudem schreiben die Befragten Tagesausflügen (46 %) eine etwas größere künftige Bedeutung zu als Übernachtungs-

aufenthalten (38 %). Kunst und Kultur erleben soll laut circa einem Drittel (30 %) der Befragten künftig eine größere Rolle spielen. Gleichzeitig gaben jedoch auch 37 % an, dass die Bedeutung ähnlich oder gleich wichtig bleiben sollte, was die insgesamt wichtige Bedeutung für die Wildeshauser Geest zeigt.

Abbildung 16 Gewünschte künftige Bedeutung der Reisemotive und -arten aus Sicht der Befragten



Quelle: ift GmbH, Ergebnisse der Online-Akteursbefragung, Antworten auf die Frage „Welche Bedeutung sollen die folgenden Reisemotive und Reisearten künftig in der Wildeshauser Geest haben?“ (n = 278)

Bei der Definition der künftigen Zielgruppen spielen die **Zielgruppen auf Landesebene** eine zentrale Rolle. Die TourismusMarketing Niedersachsen GmbH arbeitet mit der Sinus Zielgruppensegmentierung. Bei dieser Zielgruppensegmentierung wird die soziale Lage mit der Werteorientierung verschnitten. Die für das Land Niedersachsen definierten Fokuszielgruppen für das Inland sind:

- › Konservativ-Gehobene: die alte strukturalistische Elite
- › Postmaterielle: engagiert-souveräne Bildungselite mit postmateriellen Wurzeln

- › Adaptiv-Pragmatische Mitte: der moderne Mainstream
- › Nostalgisch-Bürgerliche: die harmonieorientierte Mitte¹⁵

Analog dazu lassen sich die **künftigen Zielgruppen der Wildeshauser Geest nach Reisemotiven und Altersgruppen** sowie nach Sinus-Milieus segmentieren. Bei den Reisemotiven sollte der Fokus künftig auf folgenden Zielgruppen liegen:

- › **Naturliebhaberinnen,- liebhaber und -interessierte**
- › **Kulturinteressierte**
- › **Radfahrende**

¹⁵ Tourismusmarketing Niedersachsen (2024). Zielgruppen Inlandsmarketing. <https://nds.tourismuszweck.info/inhalte/marketing/inlandsmarketing/zielgruppen-inland/>.



- › **Wanderinnen und Wanderer**
- › **aktive Gäste** (Wassersport, Reiten etc.)

Ergänzend, und je nach Angebotsthema, sind zudem folgende Zielgruppen relevant:

- › Fachexpertinnen und -experten (Kultur, Natur)
- › Veranstaltungsgäste
- › Gruppen (z. B. Schulklassen)
- › Geschäftsreisende (v. a. Tagungen, Incentives, Teambuilding-Maßnahmen)

Die Wildeshauser Geest hat attraktive Angebote für fast alle Altersgruppen, insbesondere jedoch für Gäste im mittleren Alter sowie für Best Ager und Familien mit Kindern bis circa 14 Jahren. Als Multiplikatorinnen und Multiplikatoren spielen Kinder und deshalb auch Schulklassen und Kindergärten eine wichtige Rolle. Wichtig ist dabei, dass sowohl die Einheimischen der Region als auch (über-)regionale Gäste mit qualitätsvollen, nachhaltigen Angeboten und einer passenden Kommunikationsstrategie angesprochen werden.

5.3.2 Themen

Die touristischen Themen bilden den Rahmen, in dem Infrastruktur, Betriebe, Angebote, Serviceleistungen, Erlebnisse und die Identität der Destination entwickelt und an die definierten Zielgruppen herangetragen werden. Entsprechend wichtig ist es, die künftigen touristischen Themen der Wildeshauser Geest zu definieren. Aus den Analyseergebnissen, insbesondere den Stärken der Region, wurden folgende künftige

Nach der **Sinus-Zielgruppensegmentierung** sind das Postmaterielle Milieu und die Adaptiv-Pragmatische Mitte aufgrund ihrer Werte und Interessen die künftigen Fokuszielgruppen der Wildeshauser Geest.

Beim **Postmateriellen Milieu** (12 % Marktanteil) spielen Werte wie Post-Wachstum, Nachhaltigkeit, diskriminierungsfreie Verhältnisse und Diversität eine wichtige Rolle.¹⁶ Ihre Urlaubsmotive sind insbesondere Kultur und Bildung, Entspannung, Naturerlebnis und Zeit miteinander zu verbringen.¹⁷ Sie verbringen ihren Urlaub gerne mit Radfahren, Wandern sowie damit, Kultur- und Naturattraktionen zu erleben.

Die **Adaptiv-Pragmatische Mitte** (12 % Marktanteil) ist „der moderne Mainstream“¹⁸. Für sie sind Lebenspragmatismus und Nützlichkeitsdenken typisch, gleichzeitig aber auch der Wunsch nach Spaß und Unterhaltung. Im Urlaub sind ihnen Natur erleben, Zeit miteinander verbringen, Erholung und Unterhaltung wichtig.¹⁹ Passend dazu wandern sie gerne, fahren Rad oder besuchen Freizeitparks und -attraktionen.

Schwerpunkthemenfelder der Reiseregion Wildeshauser Geest abgeleitet:

- › **Natur(-Landschaft)**
- › **Kultur**
- › **Radfahren**
- › **Wandern**
- › weitere **(aktive) Erholungsangebote** (u. a. Wassersport, Klettern, Saunieren)

¹⁶SINUS Markt- und Sozialforschung (2024). Sinus-Milieus® Deutschland. <https://www.sinus-institut.de/sinus-milieus/sinus-milieus-deutschland>.

¹⁷ SINUS Markt- und Sozialforschung (2022). Die Sinus-Milieus® in Deutschland. Infopaket Reisen.

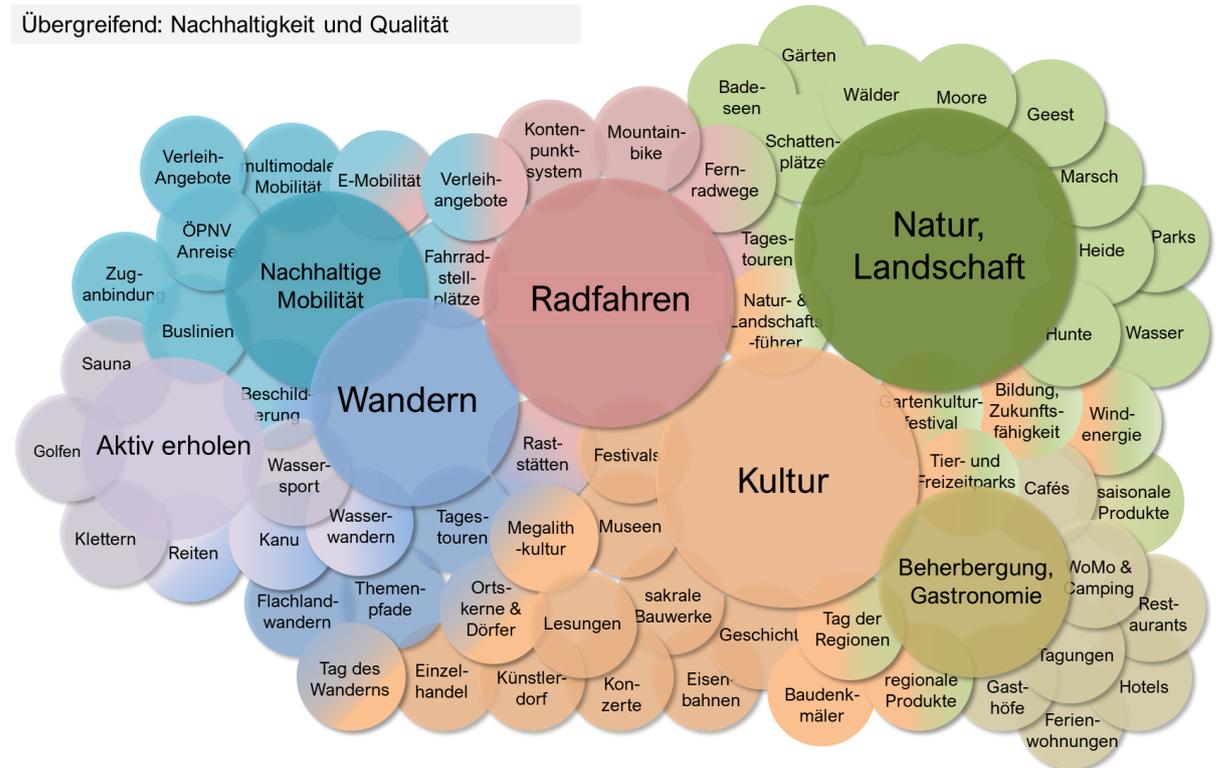
¹⁸ SINUS Markt- und Sozialforschung (2024). Sinus-Milieus® Deutschland.

¹⁹ SINUS Markt- und Sozialforschung (2022). Die Sinus-Milieus® in Deutschland. Infopaket Reisen.

Um diese Themen erfolgreich zu bespielen, müssen dazu passende **Freizeitangebote** sowie **Beherbergungs- und Gastronomieangebote** (weiter-)entwickelt, die touristische **Infrastruktur** zukunftsorientiert ausgebaut und nachhaltige Mobilität der Gäste hinsichtlich An- und Abreise als auch Mobilität vor Ort gefördert werden.

Die Schwerpunktthemen und die dazugehörigen Unterthemen und Angebote sind in Abbildung 17 dargestellt. Nachhaltigkeit und Qualität spielen dabei, analog zum Kernziel der Reiseregion, eine übergreifende Rolle und sollten in allen Prozessen beachtet und umgesetzt werden.

Abbildung 17 Künftige touristische Schwerpunkt- und Unterthemen der Wildeshauser Geest



Quelle: eigene Darstellung ift GmbH



6. Handlungsempfehlungen und Schlüsselmaßnahmen

Auf der operativen Ebene geben die Handlungsempfehlungen Orientierung. Sie zeigen auf, welche Projekte und Schlüsselmaßnahmen konkret auf die Strategien einzahlen, also wie die Strategien der Wildeshauser Geest umgesetzt werden können. Zur Unterstützung bei der Auswahl weiterer Projekte und Maßnahmen steht eine Projekt-Checkliste zur Verfügung.

6.1 Übersicht über Handlungsempfehlungen

Aus dem Kernziel und den Strategien der Reiseregion Wildeshauser Geest wurden innerhalb der vier Handlungsfelder Infrastruktur, Betriebe, Angebote und Kommunikation (Binnen- und Außenkommunikation) 23 Handlungsempfehlungen abgeleitet (siehe Abbildung 18).

Auf den folgenden Seiten sind die Handlungsempfehlungen sortiert nach den Handlungsfeldern im Detail dargestellt. Neben den Schlüsselmaßnahmen und -projekten

enthalten die Steckbriefe Empfehlungen zu den nächsten Schritten und den ersten Meilensteinen für eine erfolgreiche Umsetzung. Zudem wird konkretisiert, welche Akteurinnen und Akteure die Projekte und Maßnahmen federführend oder als Projektpartnerinnen und -partner umsetzen sollten. Die Handlungsempfehlungen sind eng miteinander verwoben. Zur Verdeutlichung werden Querbezüge zu weiteren Handlungsempfehlungen hergestellt.



Abbildung 18 Handlungsempfehlungen für die touristische Weiterentwicklung in der Wildeshauser Geest

A. Infrastruktur		B. Betriebe	
A1	Camping- und Wohnmobil-Angebote ausbauen	B1	außergewöhnliche, zielgruppenadäquate Übernachtungsmöglichkeiten entwickeln
A2	digitaler Naturpark	B2	zeitweise erweiterte Gastronomieangebote entwickeln
A3	Beschilderung verbessern	B3	Qualitäts- und Nachhaltigkeitsoffensive in/mit den Betrieben umsetzen
A4	nachhaltige Mobilitätsangebote ausbauen		
A5	ein bis zwei touristische Highlights schaffen	C. Angebote	
A6	Barrierefreiheit flächendeckend fördern und umsetzen	C1	außergewöhnliche Kultur- und Naturorte als Erlebnis- und/oder außerschulische Lernorte (weiter-)entwickeln
A7	Qualität von Radwegen und -routen ausbauen sowie Fahrradangebote (weiter-)entwickeln	C2	Angebotspakete entwickeln
A8	Qualität von Wanderwegen und -routen ausbauen	C3	gemeinsame, vernetzende Veranstaltungen (weiter-)entwickeln
A9	Aufenthaltsqualität steigern und Erholungseffekt verlängern	C4	Plattform und Netzwerk für Vermarktung und Vertrieb regionaler Produkte entwickeln
D. Kommunikation			
D.1 Binnenkommunikation, Vernetzung		D.2 Außenkommunikation, Vermarktung	
D1.1	Bewusstsein als Naturpark- und Tourismusregion fördern	D2.1	Naturpark in der digitalen Außenkommunikation stärker aufstellen
D1.2	Kooperationen des Zweckverbandes ausbauen, gemeinsamen Auftritt als Naturpark- und Tourismusregion fördern	D2.2	einheitliche Außendarstellung des Naturparks sowie seiner Akteurinnen und Akteure fördern
D1.3	Zusammenarbeit zwischen Kultur, Natur und Tourismus stärken	D2.3	Gastronomie-, Beherbergungs- und Freizeitangebote übersichtlich kommunizieren
D1.4	Politik einbinden / Lobbyarbeit für Naturpark und Tourismus betreiben		

Quelle: eigene Darstellung ift GmbH



6.2 Handlungsempfehlungen Infrastruktur

A1 Camping- und Wohnmobil-Angebote ausbauen

Strategiebezug

- › Touristische Angebote und Infrastruktur qualitativ (weiter-)entwickeln mit Fokus auf Natur, Kultur, Rad sowie Bildung und Zukunftsfähigkeit. Dafür auch ein touristisches Standort- und Ansiedlungsmanagement verfolgen.

Schlüsselprojekte und -maßnahmen

- › **Qualitativ hochwertige Camping- und Wohnmobilstellplätze** an besonderen, zentralen bzw. gut angebundenen Punkten und Attraktionen mit Stadt- bzw. Ortskern-, Wasser- oder Waldlage sowohl von privaten als auch öffentlichen Trägerinnen und Trägern **ansiedeln** sowie **bestehende Stellplätze ausbauen**:
 - Infrastruktur und Stellflächen auf vorhandenen und geplanten Parkplätzen nutzen und aufwerten (Parzellierung auch unter der Berücksichtigung der Zunahme an Megalinern mit über zehn Tonnen und über 12 Metern Länge), Ausstattung je nach Ausrichtung
 - optische Abgrenzung, Sitzgelegenheiten, dauerhaft zugängliche Sanitäreinrichtungen mit Duschen, Ver- und Entsorgung, Infopoint mit Hinweisen zur Umgebung (Freizeitmöglichkeiten, Gastronomie, Einzelhandel, Freizeitwege), ggf. Spielplatz, ggf. Kiosk, ggf. WLAN, deutliche Kennzeichnung und Ausschilderung in der Region
- › Camping- und Wohnmobil-Angebote **nachhaltig (weiter-)entwickeln**, u. a. Zertifizierung mit Ecocamping, Teilnahme am Ecocamping Netzwerk (siehe B3)
- › **Übersicht über Camping- und Wohnmobil-Angebote** mit detaillierter Beschreibung erstellen

Nächste Schritte, Meilensteine

- › **Machbarkeitsstudien** erstellen (Standort- und Potenzialanalysen)
- › **Planungs- und baurechtliche Voraussetzungen** prüfen, Betreiberkonzepte klären
- › **Exposé zur Verfügung stehender Grundstücke** zur Investorensuche erstellen (wenn Realisierung durch externe Partnerinnen und Partner angestrebt)
- › **Kooperation** mit privaten Anbieterinnen und Anbietern sowie Betrieben

Verantwortlichkeiten

Federführung: Städte und (Samt-)Gemeinden, Landkreise

Projektpartnerinnen und -partner: private Campingplätze, Anbieterinnen und Anbieter, Investorinnen und Investoren, Wildeshauser Geest (mit unterstützender, beratender Rolle)



Querbezug weitere Handlungsempfehlungen

B1 Außergewöhnliche, zielgruppenadäquate Übernachtungsmöglichkeiten entwickeln

B3 Qualitäts- und Nachhaltigkeitsoffensive in/mit den Betrieben umsetzen

Good Practices

Vom Fachmagazin Promobil von über 2.000 Leserinnen und Lesern ausgezeichnete Wohnmobilstellplätze 2023:

[Wohnmobilpark Haltern](#) (1. Platz in der Kategorie Stellplätze bis 30 Reisemobile)

[Reisemobilhafen Am Freesenbruch](#) und [Wohnmobilpark Heicamp](#) (beide 1. Platz in der Kategorie Stellplätze für 31 bis 50 Reisemobile)

[Wohnmobilpark Vulkaneifel](#) in Schalkenmehren mitten im Natur- und Geopark Vulkaneifel (Sonderpreis der Fachjury, Fokus auf barrierefreies Reisen mit inklusivem Sanitärhaus)

Weitere Informationen, Unterstützungsangebote

(Teil-)Finanzierung ggf. auch über den Zuschuss „Gemeinschaftsaufgabe ‚Verbesserung der regionalen Wirtschaftsstruktur‘ (GRW)“ bei öffentlichem Investment möglich



A2 Digitaler Naturpark

Strategiebezug

- › Touristische Angebote und Infrastruktur qualitativ (weiter-)entwickeln
- › Digitalisierung in Kommunen und Betrieben ausbauen
- › Die Vernetzung und Zusammenarbeit auf lokaler, regionaler und Landesebene ausbauen

Schlüsselprojekte und -maßnahmen

- › **Optimierung Mobilfunk-/WLAN-Angebot**, insbesondere in Bereichen mit schwachem Netz
- › Planung und Umsetzung von Maßnahmen zu **Coaching, Fortbildung, Marktforschung und Inspiration zum Thema Einsatz KI** beim Zweckverband (und Partnerinnen und Partnern)
- › **Digitales Infrastrukturmanagement** durch Beschreibung aller Infrastrukturangebote des Naturparks mit Detailinformationen zur Planung der Pflege sowie digitalen Erfassung und Pflege der Informationen mit Aufbau einer Infrastruktur-Datenbank
- › **Digitale Infopoints** aufbauen (z. B. an Rathäusern), denkbar sind Info-Stelen, E-Kiosk, 24/7-Läden, Waren- und Getränkeautomaten

Nächste Schritte, Meilensteine

- › **Erfahrungsaustausch zu „Grenzenlos“** mit Naturpark Bergisches Land und Naturpark Sauerland Rothaargebirge
- › **Interne Klausurtagung zum Thema „Digitaler Naturpark Wildeshauser Geest“** beim Zweckverband und mit Partnerinnen und Partnern durchführen
- › Ggf. **Konzept zur Digitalisierung des Naturparks** mit Prüfung von Fördermöglichkeiten entwickeln → Pilotprojekt „1. Digitaler Naturpark Niedersachsens“
- › **Angebote zum Coaching** zum Thema Digitalisierung und KI einholen

Verantwortlichkeiten

Federführung/Koordination: Wildeshauser Geest, Landkreise, Städte und (Samt-)Gemeinden
Projektpartnerinnen und -partner: Jade Hochschule in Oldenburg (Abteilung Geoinformation)

Querbezug weitere Handlungsempfehlungen

- A7 Qualität von Radwegen und -routen ausbauen sowie Fahrradangebote (weiter-)entwickeln
- A8 Qualität von Wanderwegen und -routen ausbauen
- D2.1 Naturpark in der digitalen Außenkommunikation stärker aufstellen

D2.2 Einheitliche Außendarstellung des Naturparks und seiner Akteurinnen und Akteure fördern

Good Practices

Projekt „[GRENZENLOS – Touristische Infrastruktur nachhaltig managen](#)“ im Rahmen der REGIONALE 2025 Bergisches RheinLand der Naturparke Bergisches Land (NPBL) und Sauerland Rothaargebirge (NPSR) in NRW

Weitere Informationen, Unterstützungsangebote

Förderung über Tourismusförderrichtlinie für Vorhaben zur Schaffung digitaler Angebote in öffentlich zugänglichen Einrichtungen über NBank bis 60 % bei interkommunalen Kooperationen

Förderung touristischer Projekte über NBank (bis 100.000 € pro Projekt)

Ggf. Förderung über „Zukunftsregionen in Niedersachsen“ möglich



A3 Beschilderung verbessern

Strategiebezug

- › Touristische Angebote und Infrastruktur qualitativ (weiter-)entwickeln mit Fokus auf Natur, Kultur, Rad sowie Bildung und Zukunftsfähigkeit
- › Angebote mit Fokus auf Natur, Kultur und Rad sichtbar machen

Schlüsselprojekte und -maßnahmen

- › **Beschilderung optimieren und vereinheitlichen** und so Angebote leichter auffindbar sowie auf die Naturpark- und Tourismusregion aufmerksam machen:
 - von Sehenswürdigkeiten und Gastronomie-, Übernachtungs- und Freizeitangeboten
 - von Tourist-Informationen
 - von Orts- und Naturparkeingängen (z. B. bei Ortseingängen „Teil des Naturparks“)
 - von Mobilitätsangeboten (Parkplätze, Bahnhöfe und Haltestellen)
 - von Rad- und Wanderwegen
- › **Einheitliches Layout** für die Schilder im Corporate Design der Wildeshauser Geest entwickeln und nutzen (siehe D2.2)
- › Eine **klare Hierarchie** etablieren bzw. Schilder nach Priorisierung der Ziele verorten: übergeordnete Orientierungsschilder an zentralen Knotenpunkten, z. B. an Bahnhöfen, sowie ergänzend detaillierte Informationsschilder an Points of Interest (POIs)
- › Beschilderung **barrierefrei bzw. -arm** gestalten (u. a. kontrastreiche Gestaltung für Sehbehinderte, taktile Elemente für Blinde)
- › Schilder bei Bedarf **mehrsprachig** gestalten (z. B. Englisch und Niederländisch)
- › **Digitale Elemente** integrieren (z. B. QR-Codes, digitale Stelen, siehe A2)
- › Schilder **regelmäßig warten** (Schilder auf Aktualität und Zustand prüfen, Beschädigte oder veraltete Schilder zeitnah ersetzen)

Nächste Schritte, Meilensteine

- › **Bestandsanalyse durchführen:** aktuelle Beschilderung erfassen und analysieren, Verbesserungspotenziale und Bedarfe identifizieren, ggf. dazu eine Gästebefragung durchführen
- › **Beschilderungskonzept und einheitliches Design** für die Schilder entwickeln (Farbschema, Schriftart und Symbolik festlegen), dabei an Standards und Leitfäden orientieren
- › **Schilder sukzessive austauschen**, dabei mit den Schildern beginnen, die fehlen bzw. Erneuerungsbedarf haben

Verantwortlichkeiten

Federführung/Koordination: Wildeshauser Geest, Landkreise, Städte und (Samt-)Gemeinden

Projektpartnerinnen und -partner: Betriebe, Leistungsträgerinnen und -träger

Querbezug weitere Handlungsempfehlungen

A2 Digitale Infrastruktur verbessern

D2.2 Einheitliche Außendarstellung des Naturparks und seiner Akteurinnen und Akteure fördern

Good Practices

[Beschilderung Route der Industriekultur](#) und [Radvierruhr](#) (umgesetzt durch Ruhr Tourismus GmbH und Regionalverband Ruhr): auf Basis des Knotenpunktsystems mit Übersichtstafeln an zentralen Punkten, Hinweisschildern auf Sehenswürdigkeiten, Einkehrmöglichkeiten und Serviceangeboten



A4 Nachhaltige Mobilitätsangebote ausbauen

Strategiebezug

- › Touristische Infrastruktur qualitativ (weiter-)entwickeln (zielgruppenorientiert)

Schlüsselprojekte und -maßnahmen

- › **Multimodale Angebote für die letzte(n) Meile(n)** entwickeln:
 - Shuttle-Services
 - Mobility-on-Demand-Angebote
 - Sharing-Angebote (E-Bike, Rad, Auto)
 - Bahnhöfe als „Mobilitäts-Hubs“ entwickeln, an denen Gästen und Einheimischen umweltfreundliche Angebote für die Mobilität innerhalb der Region zur Verfügung stehen (Sharing-Angebote, Shuttle-Services, Busverbindungen etc.)
- › **Bestehende ÖPNV-Angebote und Routen** mit einer hohen Nachfrage ausbauen:
 - viel besuchte POIs nach fester Taktung anfahren
 - barrierefreie Mobilitätsangebote ausbauen
 - touristische Datenbanken nutzen, Schnittstellen für Mobilitätsanbieterinnen und -anbieter schaffen
- › **Neue ÖPNV-Angebote** schaffen:
 - Ost-West-Achse (testweise) mit einer neuen Buslinie abdecken
 - speziell von Frühjahr bis Herbst „Naturpark-Bus“ entlang wichtiger Attraktionen mit hoher Besucherfrequenz anbieten (ggf. Hop-on-/Hop-off-Bus)
 - perspektivisch: prüfen, ob Gästecard mit inkludiertem ÖPNV in der Region umsetzbar ist
- › **Fahrradmitnahme im ÖPNV** ermöglichen (z. B. „Fahrrad-Taxis“ und/oder Fahrradbusse von Frühjahr bis Herbst)
- › **Erlebnismobilitätsangebote** entwickeln (z. B. „Naturpark-Safari“)
- › Für Gäste **Anreize für eine nachhaltige Anreise** schaffen:
 - nachhaltige Angebotspauschalen inklusive Anreise mit der Bahn
 - Aufmerksamkeiten schenken, z. B. Willkommensbeutel mit regionalen Produkten
- › **Kommunikation nachhaltiger Mobilitätsangebote** verstärken:
 - auf der Website des Zweckverbandes Naturpark Wildeshauser Geest übersichtlich über die umweltfreundlichen Mobilitätsangebote in der Wildeshauser Geest informieren
 - Betriebe in der Außenkommunikation umweltfreundlicher Mobilitätsangebote schulen



Nächste Schritte, Meilensteine

- › **Bestandsanalyse** der umweltfreundlichen Mobilitätsangebote sowie **Bedarfsanalyse** (Betriebe und Leistungsträgerinnen und -träger, Gäste, Kommunen) machen
- › **Mit Verkehrsanbieterinnen und -anbietern** zu bedarfsorientierten umweltfreundlichen Mobilitätslösungen **austauschen**

Verantwortlichkeiten

Federführung: Zweckverband Verkehrsverbund Bremen/Niedersachsen (ZVBN)

Projektpartner und -partnerinnen: Landkreise, Mobilitätsanbieterinnen und -anbieter, Zweckverband Naturpark Wildeshauser Geest (beratende, unterstützende Funktion, Austausch mit den Betrieben), Betriebe

Querbezug weitere Handlungsempfehlungen

A7 Qualität von Radwegen und -routen ausbauen sowie Fahrradangebote (weiter-)entwickeln

B3 Qualitäts- und Nachhaltigkeitsoffensive in/mit den Betrieben umsetzen

Good Practices

[Biosphären-Bikes in der Biosphärenregion Niedersächsisches Wattenmeer](#)

[Biosphärenbus](#) und [Biosphären Safari](#) in der Biosphäre Bliesgau

[Fahrradbus Bergisches Land](#)

Anreiz-Aktion „[Säckchen Füll Dich](#)“ der Tourismus Zentrale Saarland GmbH

Weitere Informationen, Unterstützungsangebote

Themenpapier „[Touristische Mobilität im ländlichen Raum](#)“ (78/2020), vom Umweltbundesamt veröffentlicht



A5 Ein bis zwei touristische Highlights schaffen

Strategiebezug

- › Touristische Angebote und Infrastruktur qualitativ (weiter-)entwickeln mit Fokus auf Natur, Kultur, Rad sowie Bildung und Zukunftsfähigkeit
- › Regionale Besonderheiten authentisch und intensiver kommunizieren
- › Nach außen als attraktive Reiseregion etablieren und positionieren

Schlüsselprojekte und -maßnahmen

Entwicklung eines touristischen Highlights, wobei im Bereich **Angebotsentwicklung** auf folgende Aspekte zu achten ist:

- › **Besonderheiten der Wildeshauser Geest** (v. a. natürliche oder kulturelle Merkmale) nutzen, die definierten Schwerpunktthemen (z. B. Wasser, Klimaresilienz) bespielen und erlebbar machen
- › **Nachhaltigkeit** fokussieren, das Highlight so entwickeln, dass es so wenig negative Auswirkungen wie möglich auf die Umwelt hat
- › **Bildungselemente** integrieren und interaktive Elemente einbauen
- › Eine **ganzjährige Nutzbarkeit und Attraktivität** verfolgen (d. h. Outdoor- und Indoor-Angebote kombinieren)
- › Die Highlights passend zu den **Interessen und Bedürfnissen der definierten Zielgruppen** entwickeln
- › Die Highlights **barrierearm bzw. -frei** gestalten und so für Alle erlebbar machen
- › In der Entwicklung **lokale Expertinnen und Experten** (z. B. Naturschutz- und Kulturvereine) einbeziehen
- › Eine **gute Anbindung** sicherstellen (nötige Infrastruktur wie Parkplätze, Sanitäranlagen etc. und gute Anbindung an das Straßennetz und ÖPNV-Angebot sicherstellen)

Highlight-Ideen

- › **Aussichtstürme oder Besucherplattformen** „Naturpark mit Weitblick“, angesiedelt an Endmoränen, Hügeln oder Wällen sowie (bestehenden) Indoor-Angeboten wie Informationszentren und mit Ausblick auf besonders attraktive Landschaftsformen
- › **„Natur- und Kulturlabor“** in dem zielgruppengerecht (für Natur- und Kulturinteressierte, Familien mit Kindern, Fachpublikum) mit praktischen, interaktiven Workshops und Vorträgen für die Wildeshauser Geest zentrale Themen erlebbar gemacht werden (z. B. Klimaresilienz, Naturlandschaft wie Moor, Geest und Heide im Wandel, Rolle von Natur im Klimawandel und -schutz)
- › **Zwei „Premiumstationen“ zur Straße der Megalithkultur** (barrierefrei, architektonisch passend zur Landschaft und zum Thema, in Zusammenarbeit mit der Bodendenkmalpflege entwickeln, basierend auf dem 2013 bereits in Zusammenarbeit mit dem Kunstraum GfK mbH entwickelten Konzept)



Nächste Schritte, Meilensteine

- › **Regionale Kreativ-Werkstatt** mit relevanten Akteurinnen und Akteuren (Kommunen, Betriebe, Leistungsträgerinnen und -träger, Vereine, IHK) für ein **gemeinsames Brainstorming** organisieren, dabei die genannten Aspekte im Bereich Angebotsentwicklung beachten, ggf. mit externer Moderation und Einbindung von Kreativ-/Ausstellungsagenturen
- › Auf Basis der Workshop-Ergebnisse ein **Konzept für das touristische Highlight** entwickeln (Zielgruppe, Angebote, Finanzierung (Bau, Wartung etc.), Trägerschaft etc.)

Verantwortlichkeiten

Federführung/Koordination: Zweckverband Naturpark Wildeshauser Geest

Projektpartnerinnen und -partner: Städte und (Samt-)Gemeinden, Wirtschaftsförderung, ggf. private Investorinnen und Investoren

Querbezug weitere Handlungsempfehlungen

C2 Angebotspakete entwickeln

Good Practices

[Erlebnisturm Höhlenblick an der Fundstelle Neandertaler](#): multimedialer Erlebnisturm an der Fundstelle des Neandertalers im Kreis Mettmann

[Naturmonument Bruchhauser Steine](#): in den Stein gehauene Treppe als Erlebnisaufstieg zum Aussichtspunkt Bruchhauser Steine

[Immersive Erlebnisse Dresden](#): immersive Erlebnisse in der Festung und im Zwinger Dresden zur Darstellung historischer Zusammenhänge und als Element des Storytellings



A6 Barrierefreiheit flächendeckend fördern und umsetzen

Strategiebezug

- › Touristische Angebote und Infrastruktur qualitativ (weiter-)entwickeln mit Fokus auf Natur, Kultur, Rad sowie Bildung und Zukunftsfähigkeit (zielgruppenorientiert, Barrierefreiheit)

Schlüsselprojekte und -maßnahmen

- › **Barrierefreiheit in der öffentlichen Infrastruktur** ausbauen:
 - Barrierefreiheit in der Kommunalplanung sowie Innenstadt- und Ortskernentwicklung stets mitdenken
 - Zertifizierung mit Kennzeichnungssystem „Reisen für Alle“ fördern
- › **Barrierefreiheit bzw. -armut in Betrieben** fördern:
 - Betriebe zur Zertifizierung mit „Reisen für Alle“ motivieren, (finanzielle) Anreize und Unterstützung bieten (siehe B3)
- › **Barrierefreie Angebote** ausbauen:
 - Lösungen für verschiedene Formen der Einschränkung entwickeln
 - barrierefreie Rad- und Wanderwege im Naturpark entwickeln (siehe A7 und A8)
 - barrierefreie Freizeit- und Kulturangebote (weiter-)entwickeln
- › **Barrierefreie Betriebe und Angebote** einheitlich kommunizieren und einfach auffindbar machen (siehe D2.3)

Nächste Schritte, Meilensteine

- › **Ansprechperson für das Thema Barrierefreiheit** im Zweckverband Naturpark Wildeshauser Geest benennen (ggf. gleiche Ansprechperson wie für die Themen Qualität und Nachhaltigkeit)
- › **Bestandsaufnahme** der touristischen Infrastruktur und Angebote (Welche barrierefreien Angebote gibt es bereits? Welche Angebote werden benötigt?)
- › **Zertifizierungsoffensive „Reisen für Alle“** starten (sowohl öffentliche als auch private Organisationen und Unternehmen, siehe auch B3)

Verantwortlichkeiten

Zweckverband Naturpark Wildeshauser Geest in enger Zusammenarbeit mit Inklusionsbeauftragten der Landkreise sowie Städte und (Samt-)Gemeinden



Querbezug weitere Handlungsempfehlungen

B3 Qualitäts- und Nachhaltigkeitsoffensive in/mit Betrieben umsetzen

D2.3 Gastronomie-, Beherbergungs- und Freizeitangebote übersichtlich kommunizieren

Good Practices

[Barrierefreiheit im Naturpark Dümmer](#): eigener Reiter, barrierefreier Geländerollstuhl, barrierefreie Routen

[Barrierefreier Natur-Erlebnisraum im Nationalpark Eifel](#): Wilder Kermeter mit Naturerkundungspfad „Der Wilde Weg“

[Leichte.Wander.Wege](#) im Naturpark Schwalm Netze

Weitere Informationen, Unterstützungsangebote

Informationen des Tourismusnetzwerkes Niedersachsen [zum Thema Barrierefreiheit](#) (u. a. Informationsbroschüren, Tipps zur Angebotsgestaltung, Informationen zu „Reisen für Alle“)

Leitfaden „[Natur barrierefrei erleben](#)“ des Nationale Naturlandschaften e. V.



A7 Qualität von Radwegen und -routen ausbauen sowie Fahrradangebote (weiter-)entwickeln

Strategiebezug

- › Touristische Angebote und Infrastruktur qualitativ (weiter-)entwickeln mit Fokus auf Natur, Kultur, Rad sowie Bildung und Zukunftsfähigkeit
- › (Bildungs-)Angebote mit Fokus auf Natur, Kultur und Rad bündeln und sichtbar machen

Schlüsselprojekte und -maßnahmen

- › **Radwegeinfrastruktur** attraktiv und klimaangepasst ausbauen, u. a. Pannenservice-Automaten, attraktive Rastplätze (u. a. schattig, in der Nähe von Flüssen, Seen und Bächen, Sanitäreinrichtungen), Wasserauffüllstationen, Lufttankstellen, Pop-up-Gastronomieangebote/Automaten mit regionalen Produkten entlang der Wege (siehe B2)
- › **Radserviceangebote** ausweiten (Verleihangebote mit Rückgabe u. a. auch an Sonntagen, Service- und E-Ladestationen, Gepäckservice)
- › **Fahrradwege** regelmäßig warten und pflegen
- › **Barrierefreie und -arme Radwege** entwickeln (siehe A6)
- › **Qualität der Radwegeschilderung** weiter auf dem Niveau pflegen (siehe A3)
- › (Weitere) **zielgruppenspezifische Themenradwege bzw. Kennzeichnung der Wege** entwickeln (z. B. für Familien, sportlich-aktive Gäste, Kultur- und Naturinteressierte etc.), dabei insbesondere die Themen landschaftliche Vielfalt (u. a. Wälder, Moore, Marsch, Heide, Wasser), Kultur (z. B. Megalithkultur, kulturhistorische Denkmäler, Orte der bildenden Kunst etc.) und Klimaresilienz und -schutz bespielen
- › **Fahrradstraßen und Fahrradschnellwege** ausbauen
- › **An- und Abreise mit ÖPNV** fördern, dafür Fahrradmitnahme ermöglichen und Verleih- und Sharing-Angebote an Bahnhöfen ausbauen (siehe A4)
- › **Sichere Abstellmöglichkeiten** für (E-)Bikes schaffen (u. a. an wichtigen Knotenpunkten, Gastgewerbebetrieben)
- › **ADFC-Zertifizierungen** ausbauen: Qualitätsrouten entwickeln sowie Bett+Bike-Zertifizierung der Betriebe fördern (siehe B3)
- › **Daten in den offiziellen Kommunikationskanälen pflegen** (u. a. Open Data), „inoffizielle“, nutzergenerierte Inhalte auf Portalen wie Komoot und Outdooractive steuern, ggf. Sensibilisierungskampagne für verantwortungsbewusstes Verhalten in der Natur
- › **Digitale und analoge Übersicht über die Radangebote** in der Wildeshauser Geest entwickeln bzw. ausbauen (u. a. E-Ladestationen (bereits vorhanden), Raststationen, Wasserauffüllstationen, Lufttankstellen, Radverleih- und Sharing-Angebote)
- › Laufende **Analyse relevanter Fahrradtrends**, die in der Wildeshauser Geest umgesetzt werden können (u. a. Bikepacking, Gravel-Biking), und dafür passende Angebote entwickeln sowie regelmäßiger Austausch mit den verantwortlichen Partnerinnen und Partnern, Fach- und Informationsveranstaltungen für Kommunen und Betriebe organisieren (siehe B3)



Nächste Schritte, Meilensteine

- › Kooperative **Bestands-, Bedarfs- und Potenzialanalyse** zu Radangeboten in der Wildeshauser Geest durchführen
- › Zusammen mit Städten und (Samt-)Gemeinden **Standards für Radwegpflege sowie für den Erhalt und die Weiterentwicklung** der Radwege in der Wildeshauser Geest definieren und etablieren

Verantwortlichkeiten

Federführung/Koordination: Wildeshauser Geest in enger Zusammenarbeit mit Städten und (Samt-)Gemeinden

Projektpartnerinnen und -partner: Betriebe, Zweckverband Verkehrsverbund Bremen/Niedersachsen (ZVBN), Naturschutzvereine

Querbezug weitere Handlungsempfehlungen

A8 Qualität von Wanderwegen und -routen ausbauen

B2 Zeitweise erweiterte Gastronomieangebote entwickeln

B2 Qualitäts- und Nachhaltigkeitsoffensive in/mit den Betrieben umsetzen

Good Practices

Bündelung und Kommunikation von Fahrradangeboten in [Südtirol](#)

[Ruhrtalradweg](#), erster leitungswasserfreundlicher Radweg Deutschlands

Sechs vorhandene [ADFC-RadReiseRegionen](#) als Zertifizierung für spezialisierte Radregionen, die qualitative Standards bieten, an denen sich der Gast orientieren kann

Weitere Informationen, Unterstützungsangebote

Informationen des Tourismusnetzwerkes Niedersachsen [zum Thema Qualität im Radtourismus](#) (u. a. Informationen zum ADFC-Qualitätszertifikat Bett+Bike)



A8 Qualität von Wanderwegen und -routen ausbauen

Strategiebezug

- › Touristische Angebote und Infrastruktur qualitativ (weiter-)entwickeln mit Fokus auf Natur, Kultur, Rad sowie Bildung und Zukunftsfähigkeit
- › (Bildungs-)Angebote mit Fokus auf Natur, Kultur und Rad bündeln und sichtbar machen

Schlüsselprojekte und -maßnahmen

- › **Wegeleitsystem bzw. Knotenpunktsystem Wandern** entwickeln: ein einheitliches, lückenloses und qualitativvolles Wanderwegenetz ausbauen zur sicheren und attraktiven Vernetzung der Orte untereinander, Anbindung der Ortskerne, Innenstädte und Sehenswürdigkeiten an die touristischen Routen und Hauptwege sowie durchgehende Markierung, Beschilderung und Informationsvermittlung
- › **Wanderwegeinfrastruktur attraktiv und klimaangepasst ausbauen** (u. a. schattige Passagen, wassernähe, Bänke, Services, Trinkwasserpunkte, Selfie-Points, Gastronomieangebote/Automaten mit regionalen Produkten entlang der Wege etc., siehe auch A7)
- › **Barrierefreie und -arme Wanderwege** entwickeln (siehe A6)
- › **Gastronomische Angebote speziell für Wanderinnen und Wanderer** entwickeln (z. B. Picknick-Körbe, siehe B2)
- › **Zielgruppenspezifische Themenwanderwege bzw. Kennzeichnung der Wege** entwickeln (z. B. für Familien, Kultur- und Naturinteressierte etc.), dabei insbesondere die Themen landschaftliche Vielfalt (u. a. Wälder, Moore, Marsch, Geest, Wasser), Kultur (von der Megalithkultur bis zur Neuzeit) sowie Klimaresilienz und -schutz bespielen (siehe A7)
- › Flächendeckendes, einheitliches und digitales **Managementsystem zur Erfassung der Wanderwege** entwickeln (z. B. mit zentraler Datenbank und Meldeportal), Wegepatenschaften
- › **Daten in den offiziellen Kommunikationskanälen pflegen** (u. a. Open Data), „inoffizielle“, nutzergenerierte Inhalte auf Portalen wie Komoot und Outdooractive steuern, ggf. Sensibilisierungskampagne für verantwortungsbewusstes Verhalten in der Natur (auch für Radfahrende, siehe A7)
- › **Zertifizierung der Betriebe zum Qualitätsgastgeber bzw. -gastgeberin Wanderbares Deutschland** fördern (siehe B3)

Nächste Schritte, Meilensteine

- › **Wegeleitsystem/Knotenpunktsystem Wandern entwickeln**, dazu mit Städten, (Samt-)Gemeinden und Landkreisen austauschen
- › Zusammen mit Kommunen **Standards für Wanderwegpflege, -erhalt und -weiterentwicklung** in der Wildeshauser Geest definieren und etablieren



Verantwortlichkeiten

Federführung/Koordination: Wildeshauser Geest in enger Zusammenarbeit mit Städten, (Samt-) Gemeinden und Landkreisen

Projektpartnerinnen und -partner: Betriebe, Naturschutzvereine

Querbezug weitere Handlungsempfehlungen

A7 Qualität von Radwegen und -routen ausbauen sowie Fahrradangebote (weiter-)entwickeln

B2 Zeitweise erweiterte Gastronomieangebote entwickeln

B2 Qualitäts- und Nachhaltigkeitsoffensive in/mit den Betrieben umsetzen

Good Practices

[Wegeleitsystem](#) im Naturpark Rheinland

[KlimaErlebnisRouten](#) im Naturpark Teutoburger Wald

[Als Wanderregion der Premium-Wanderwelten zertifizierte](#) neun grenzüberschreitende Premium-Wanderwege der Wasser.Wander.Welt im Naturpark Schwalm-Nette und Naturpark Maas-Schwalm-Nette

Weitere Informationen, Unterstützungsangebote

Informationen des Tourismusnetzwerkes Niedersachsen [zum Thema Qualität im Wandertourismus](#) (u. a. Verlinkung des [Qualitätsleitfadens „Wandern im Mittelweserraum“](#))

Markierungsleitfaden „[Besucherlenkung für Wanderwege](#)“ des Deutschen Wanderverbandes



A9 Aufenthaltsqualität und Erholungseffekt steigern

Strategiebezug

- › Touristische Angebote und Infrastruktur qualitativ (weiter-)entwickeln mit Fokus auf Natur, Kultur, Rad sowie Bildung und Zukunftsfähigkeit

Schlüsselprojekte und -maßnahmen

- › **Kernbereiche** in Orten und Innenstädten (z. B. Parks, Flussufer, Plätze und Fußgängerzonen) (weiter) **attraktiveren und an die Folgen des Klimawandels anpassen:**
 - Wasserelemente nutzen, Schattenplätze schaffen, Flächen und Fassaden begrünen
 - außergewöhnliche Sitzmöglichkeiten schaffen (z. B. Solarbänke)
 - mit Inszenierungselementen wie Illumination arbeiten
 - Spielstationen und Spielplätze für Familien mit Kindern schaffen
 - themenbezogene Spielstationen und -plätze schaffen, verknüpft mit Natur- und Kulturangeboten der jeweiligen Kommune (z. B. Mehrgenerationen-Wald, Heide- oder Steinzeitspielplatz mit Kletter- und Boulder- sowie barrierefreien Angeboten)
- › **Erlebnis- und Erholungsorte** (weiter-)entwickeln:
 - Erholungs- und Wellnessangebote (weiter-)entwickeln (u. a. Sauna-Angebote)
 - (aktive) Erlebnisangebote nachhaltig weiterentwickeln (z. B. Golfangebote, Kanufahren)
 - Erlebnisangebote speziell zum Thema Klima und Wasser schaffen (z. B. Wasserspiele, Klimastationen)
- › **Barrierefreie Angebote** (weiter-)entwickeln („Komfort für alle“) (siehe A6)
- › **Regionaltypische und klimaresiliente Bauweisen** fördern und unterstützen

Nächste Schritte, Meilensteine

- › Gemeinsame **Standards für die Weiterentwicklung der Kernbereiche** mit kommunalen Entscheidungsträgerinnen und -trägern definieren, ggf. Beirat für Aufenthaltsqualität im öffentlichen Raum bilden (Bau-/Grünflächenämter, Denkmalschutz u. a.)
- › **Fachexkursionen** zu beispielhaften Projekten in Städten und Gemeinden anbieten, ggf. mit Themenschwerpunkten „Klimaresilienz und Aufenthaltsqualität“, „Erlebnis historische Ortskerne“, „stadtnahe Erlebnisorte in der Natur/Landschaft“
- › **Fördermittelkulisse** für **Pilot-Projekte** ausloten
- › **Pilot-Projekte für die Weiterentwicklung von Erlebnis- und Erholungsorten** in Zusammenarbeit mit interessierten Kommunen und Beirat (s. o.) entwickeln



Verantwortlichkeiten

Federführung: jeweilige Stadt bzw. (Samt-)Gemeinde

Projektpartner: Zweckverband Naturpark Wildeshauser Geest

Querbezug weitere Handlungsempfehlungen

A6 Barrierefreiheit flächendeckend fördern und umsetzen

Good Practices

Im Rahmen der BUGA-Mannheim entwickelter Grünzug (weitere Informationen: [Projektsteckbrief für die Einreichung zum Bundespreis Stadtgrün 2024](#))



6.3 Handlungsempfehlungen Betriebe

B1 Außergewöhnliche, zielgruppenadäquate Übernachtungsmöglichkeiten entwickeln

Strategiebezug

- › Touristische Angebote qualitativ (weiter-)entwickeln mit Fokus auf Natur, Kultur, Rad sowie Bildung und Zukunftsfähigkeit (zielgruppenorientiert, Barrierefreiheit). Dafür auch ein touristisches Standort- und Ansiedlungsmanagement verfolgen (u. a. Thema Wohnmobilstellplätze)
- › Regionale Besonderheiten (Landschaft, regionale Produkte, norddeutsche Lebensart) authentisch und intensiver kommunizieren

Schlüsselprojekte und -maßnahmen

- › **Übernachtungsangebote in ungewöhnlicher Lage** und in Kombination mit Naturerlebnissen und **passend zur regionalen Naturlandschaft** (Wasser, Moore, Wälder etc.) **und Kultur** fördern und (weiter-)entwickeln (z. B. Seecamping, Haus-/Bungalowboote, Floßurlaube, Glamping-Angebote, Fässer, Baumhäuser, Trekking-Kurzzeit-Übernachtungsplätze)
- › **Rad- und wanderfreundliche Beherbergungsangebote** für aktive Gäste fördern und ausbauen (siehe auch B3), passende Zertifizierungen und Klassifizierungen fördern (A7, A8)
- › **Familienfreundliche Beherbergungsangebote** ausbauen (u. a. mit Storytelling-Elementen und Abenteuer)
- › **Angebote für Unternehmen und Geschäftsreisende** (weiter-)entwickeln:
 - Co-Working-Angebote und Übernachten kombinieren („Workation“ & „Bleisure“)
 - Tagungsangebote (weiter-)entwickeln
 - Teambuilding und Incentive-Angebote entwickeln
- › **Zielgruppenadäquate Hotellerie** (3- bis 4-Sterne-Segment) ausbauen

Nächste Schritte, Meilensteine

Zur Förderung in Bestandsbetrieben

- › Zur Förderung von Innovationen und Nachhaltigkeit in Bestandsbetrieben **Impuls-Werkstatt zu neuen, innovativen Beherbergungskonzepten** und Good Practices organisieren
- › **Zertifizierungsoffensive** starten (siehe auch B3)

Zur Förderung von Neuansiedelungen

- › Standorte für neue Betriebsansiedelungen lokalisieren, **Kriterien für attraktive Standorte definieren**, potenzielle Standorte auf Basis dessen evaluieren
- › Investorinnen und Investoren gewinnen, dafür **Machbarkeitsstudie(n) in Auftrag** geben
- › **Bei der Umsetzung unterstützen**, günstige Rahmenbedingungen schaffen



Verantwortlichkeiten

Federführung: Zweckverband Naturpark Wildeshauser Geest, Landkreise, Städte und (Samt-) Gemeinden, Beherbergungsbetriebe (innovative Weiterentwicklung bestehender Beherbergungsangebote)

Projektpartnerinnen und -partner: Wirtschaftsförderung der Landkreise, Investorinnen und Investoren

Querbezug weitere Handlungsempfehlungen

A1 Camping- und Wohnmobil-Angebote ausbauen

B3 Qualitäts- und Nachhaltigkeitsoffensive in/mit den Betrieben umsetzen

Good Practices

„[Trekking in der Eifel](#)“, Projekt des Naturparks Nordeifel

[Glamping-Angebote im Naturpark Altmühltal](#)

[Camping & Glamping im Naturpark Gantrisch](#)



B2 Zeitweise erweiterte Gastronomieangebote entwickeln

Strategiebezug

- › Touristische Angebote und Infrastruktur qualitativ (weiter-)entwickeln mit Fokus auf Natur, Kultur, Rad sowie Bildung und Zukunftsfähigkeit
- › Regionale Besonderheiten authentisch und intensiver kommunizieren

Schlüsselprojekte und -maßnahmen

- › Während nachfragestarker Zeiten **temporäre Angebote** schaffen, z. B. Pop-up-Gastronomien (u. a. Pop-up-Restaurants, Foodtrucks, mobile Eisdielen)
- › **Gastronomieangebote mit Naturerlebnis** kombinieren: Pop-up-Picknicks, Picknickkörbe mit regionalen Produkten auf Bestellung, Outdoor-Kochen („Tisch in der Natur“)
- › Angebote mit nur **geringem Personalbedarf und Serviceaufwand** anbieten: Kaffee-, Snack-, Lebensmittelautomaten mit Verweilmöglichkeit (z. B. mit Sitzmöglichkeiten, Bücherregalen etc.), Angebote mit Selbstbedienung
- › Bestehende Betriebe und Angebote (z. B. Hofläden) **um gastronomische Angebote und Aufenthaltsmöglichkeiten erweitern**, z. B. Cafés, Sitzmöglichkeiten
- › Synergien nutzen, dafür **Gastronominnen und Gastronomen miteinander vernetzen**

Nächste Schritte, Meilensteine

- › **Ansprechpartnerinnen und -partner im Zweckverband Naturpark Wildeshauser Geest für Gastronomiebetriebe sowie Anbieterinnen und Anbieter** benennen und kommunizieren
- › **Bestands- und Bedarfsanalyse** durchführen: Welche (innovativen) Gastronomieangebote gibt es bereits in der Region? Wie werden sie angenommen? Welche Angebote benötigen wir? Wo besteht Vernetzungsbedarf (gemeinsame Vermarktung, Veranstaltungen, Mitarbeiter- oder Materialpool etc.)?
- › Ein **Geest-Forum** speziell zum Thema für Gastronominnen und Gastronomen sowie Anbieterinnen und Anbieter organisieren, dort Good Practices, Anbieterinnen und Anbieter sowie Erfahrungsberichte vorstellen

Verantwortlichkeiten

Federführung/Koordination: Zweckverband Naturpark Wildeshauser Geest in Zusammenarbeit mit Städten und (Samt-)Gemeinden

Projektpartnerinnen und -partner: Betriebe, Anbieterinnen und Anbieter (z. B. von Lebensmittelautomaten), Direktvertreiberinnen und -vertreiber

Querbezug weitere Handlungsempfehlungen

C4 Plattform und Netzwerk für Vermarktung und Vertrieb regionaler Produkte entwickeln

Good Practices

„[Tischlein deck Dich](#)“ an den Nordpfaden im Landkreis Rotenburg (Wümme))

[Picknick-Service im Steinwald und Waldnaabtal](#)

[Biosphärenregal im Biosphärenreservat Flusslandschaft Elbe](#)

[Outdoor-Kochevent im Naturpark Schwarzwald](#)



B3 Qualitäts- und Nachhaltigkeitsoffensive in/mit den Betrieben umsetzen

Strategiebezug

- › Touristische Angebote qualitativ (weiter-)entwickeln mit Fokus auf Natur, Kultur, Rad sowie Bildung und Zukunftsfähigkeit (zielgruppenorientiert, Barrierefreiheit)
- › Regionale Besonderheiten (Landschaft, regionale Produkte, norddeutsche Lebensart) authentisch und intensiver kommunizieren
- › Die Vernetzung und Zusammenarbeit auf lokaler und regionaler Ebene ausbauen

Schlüsselprojekte und -maßnahmen

- › Betriebe im **betrieblichen Qualitäts- und Nachhaltigkeitsmanagement unterstützen**:
 - **zentrale Themen**: Digitalisierung (Open Data, KI etc.), Außendarstellung (Website-Erstellung, soziale Medien etc.), Arbeits- und Fachkräfte (Mitarbeitende gewinnen und halten, Aufbau Arbeitgebermarke, Generationenwechsel, Betriebsübergänge/Nachfolgeregelungen), betriebliches Nachhaltigkeitsmanagement (u. a. Ressourcenmanagement, Biodiversitätsschutz, Soziales), regionales Wirtschaften und regionale Produkte
 - **„Geest-Foren“** organisieren: Austauschveranstaltungen und Impuls-Werkstätten zu relevanten Themen, z. B. mit externen Referentinnen und Referenten sowie Best-Practice-Betrieben, Naturparks, benachbarten Reiseregionen, DEHOGA
 - **unterstützende Informationen** (Leitfäden, Checklisten, regionale und landesweite Beratungsangebote, Good-Practice-Beispiele etc.) gebündelt zur Verfügung stellen (z. B. auf der Website des Zweckverbandes Naturpark Wildeshauser Geest, B2B-Nachhaltigkeits-Newsletter)
 - **Fort- und Weiterbildungsangebote**: Bedarfe evaluieren, gezielt anbieten, vernetzen und zielgruppenadäquat aufziehen (auch für Gästeführerinnen und -führer, Leistungsträgerinnen und -träger, Tourist-Informationen, Verwaltungen etc.)
 - **für Betriebe Anreize schaffen**, nachhaltig zu agieren (z. B. größere Sichtbarkeit durch Vermarktung auf eigenen Reiter auf der Website des Zweckverbandes Naturpark Wildeshauser Geest, kostenarmes/-freies Schulungsangebot, (finanzielle) Unterstützung im Zertifizierungsprozess)
- › **Zertifizierungsoffensive** im Bereich Qualität und Nachhaltigkeit durchführen:
 - Qualitätsklassifizierungen im Gastgewerbe (DEHOGA Hotelklassifizierung, DTV-Klassifizierung für Ferienhäuser/-wohnungen und Privatzimmer, Campingplatz-Klassifizierung)
 - Qualitätsstandards und -zertifizierungen speziell für Radfahren (ADFC Bett+Bike) und Wandern (Qualitätsgastgeber Wanderbares Deutschland)
 - Nachhaltigkeitszertifizierungen auf betrieblicher Ebene (z. B. DEHOGA Umweltcheck, GreenSign, speziell für Campingplätze Ecocamping)
 - „Reisen für Alle“ als deutschlandweiter Standard für barrierefreie Angebote
 - speziell für Familien das Qualitätssiegel „Kinderferienland Niedersachsen“



- › Mit **Wirtschaftsförderungen, IHK und DEHOGA** zu Unterstützungsmöglichkeiten austauschen (z. B. Fördermittel, Fortbildungen)

Nächste Schritte, Meilensteine

- › **Ansprechperson** im Zweckverband Naturpark Wildeshauser Geest benennen, die für die **Themen Qualität und Nachhaltigkeit** zuständig ist
- › **Bestandsanalyse** zu den bestehenden Unterstützungsangeboten des Zweckverbandes sowie der Partnerinnen und Partner (Wirtschaftsförderungen, DEHOGA, IHKs, TourismusMarketing Niedersachsen GmbH) machen und in einer Übersicht zusammenfassen
- › Einen **Reiter/B2B-Bereich auf der Website** des Zweckverbandes erstellen, auf dem alle Informationen gebündelt dargestellt sind, ersten B2B-Newsletter schreiben
- › **Erstes Geest-Forum** zu ein bis zwei ausgewählten Themen organisieren (z. B. Website-Entwicklung/-Bearbeitung und Social Media), auf erster Veranstaltung Bedarfe und Interessen der Betriebe für weitere Veranstaltungen abfragen
- › **Geest-Forum zum Thema Zertifizierungen und Klassifizierungen** organisieren, darin über die verschiedenen Zertifikate, die damit verbundenen Vorteile und Unterstützungsangebote seitens des Zweckverbandes informieren

Verantwortlichkeiten

Koordination: Zweckverband Naturpark Wildeshauser Geest

Projektpartnerinnen und -partner: Betriebe, Wirtschaftsförderungen, IHKs, DEHOGA

Querbezug weitere Handlungsempfehlungen

A6 Barrierefreiheit flächendeckend fördern und umsetzen

C1 Besondere kulturelle und integrative Treffpunkte aufbauen und vernetzen

D2.2 Einheitliche Außendarstellung des Naturparks und seiner Akteurinnen und Akteure fördern

Good Practices

[Nachhaltigkeitsoffensive Lübeck und Travemünde](#)

[Kultur und Klimaschutz in Schleswig-Holstein](#)

Weitere Informationen, Unterstützungsangebote

Informationen zum Thema [Nachhaltigkeit](#) auf der Website der TourismusMarketing Niedersachsen

[Factsheet des Katzensprung-Projektes](#) (u. a. zu Themen wie nachhaltige Mobilität, Ressourcennutzung in Hotels, Vernetzung in der Region)



6.4 Handlungsempfehlungen Angebote

C1 Außergewöhnliche Kultur- und Naturorte als Erlebnis- und/oder außerschulische Lernorte (weiter-)entwickeln

Strategiebezug

- › Touristische Angebote und Infrastruktur qualitativ (weiter-)entwickeln mit Fokus auf Natur, Kultur, Rad sowie Bildung und Zukunftsfähigkeit
- › (Bildungs-)Angebote mit Fokus auf Natur, Kultur und Rad bündeln und sichtbar machen
- › Regionale Besonderheiten authentisch und intensiver kommunizieren

Schlüsselprojekte und -maßnahmen

- › Vorhandene **Angebote und Einrichtungen auf ihre Eignung bzw. Besonderheiten** und Relevanz für die unterschiedlichen Zielgruppen prüfen
- › **Alleinstellungsmerkmale (insbesondere Bezüge Natur-Kultur-Geschichte) herausarbeiten**, insbesondere Sakralbauten, Naturorte, Bau-/Naturdenkmäler, Museen, Begegnungsorte
- › **Bildungs- und Erlebnisangebote entwickeln** zu den Themen „Kunst, Kultur“ in Verbindung mit „Natur, Nachhaltigkeit, Klimaschutz“, besondere kulturelle und integrative Treffpunkte aufbauen
- › Relevante Akteurinnen und Akteure aus den Bereichen Kunst, Kultur, Natur und Bildung **miteinander vernetzen** (siehe D1.3)
- › **Kulturinszenierung**: künstlerische Inszenierungen in der Natur / in der Nähe von kulturhistorischen Bau-/Bodendenkmälern zielgruppenadäquat (weiter-)entwickeln
- › Speziell zum Thema **Megalithkultur**:
 - Megalithkultur inszenieren und erlebbar machen (Mitmach-Angebote für Kinder, Jugendliche und Schulen (z. B. experimentelle Steinzeit-Camps), erlebnispädagogische Events auch für Erwachsene, in Zusammenarbeit mit Museen, UZW etc.)
 - Kombination mit Aktivtourismus, z. B. Wandern, Radfahren
- › **Vorhandenes Material, Archive und Netzwerke** nutzen, z. B.:
 - Lehrmaterial Land Niedersachsen & Oldenburgische Landschaft
 - Netzwerk der Ländlichen Erwachsenenbildung Niedersachsen (LEB)
- › **Storytelling-Elemente** und emotionale Bildsprache für die Vermarktung der Angebote nutzen (siehe auch D2.1)

Nächste Schritte, Meilensteine

- › **Ansprechperson** im Zweckverband Naturpark Wildeshauser Geest benennen, die für **Kultur, Bildung und Vermittlung** zuständig ist

- › **Bestandsanalyse** zu bereits vorhandenen außerschulischen Lern- und Erlebnisorten, Bildungsangeboten, bereits vorhandenem Material etc., Identifikation der jeweiligen Ansprechpersonen
- › **Geest-Forum** mit den identifizierten Akteurinnen und Akteuren aus dem Kultur-, Natur- und Bildungsbereich zur Identifikation weiterer geeigneter Orte und Angebote, moderiertes Netzwerkforum „Kultur“
- › **Fachtag „Kultur, Natur & Tourismus“** (Impulsvorträge, Good-Practice-Beispiele, Workshops etc.)
- › **Abstimmung mit Lehrplänen**
- › **Entwicklung erster gemeinsamer Bildungs- und Erlebnisgebote** (Veranstaltungsformate, Führungen, Kombitickets, dezentrale Ausstellungen, Angebotspakete (siehe C2) etc.)
- › **Vermarktung** über gemeinsame Plattform für Kultur-, Natur- und Bildungsangebote, Kombitickets, Rabattsysteme etc. schaffen; prüfen, ob eine Gästecard sinnvoll ist
- › **Storytelling-Workshop** organisieren

Verantwortlichkeiten

Koordination: Zweckverband Naturpark Wildeshauser Geest

Projektpartnerinnen und -partner: Kulturbeauftragte bzw. Ansprechpartnerinnen und -partner der Städte, (Samt-)Gemeinden und Landkreise, Kultureinrichtungen, Museen, Bildungsträgerinnen und -träger (VHS, LEB etc.), Vereine, Kunst- und Kulturschaffende, freie Szene, Musikerinnen und Musiker etc.

Querbezug weitere Handlungsempfehlungen

C3 Gemeinsame, vernetzende Veranstaltungen (weiter-)entwickeln

D1.3 Zusammenarbeit zwischen Kultur, Natur und Tourismus stärken

Good Practices

[MACHMAMIT](#): Kampagne Kulturelle Bildung, Bundesministerium für Bildung und Forschung

[Zentrum für Umwelt und Naturschutz](#) im Kloster Benediktbeuern

[Natur und Kultur Erlebniswandern](#): monatliches Wuppervital-Angebot

[ruhrkultur.card](#): ermöglicht reduzierten Eintritt zu mehr als 50 Kultur-Highlights im Ruhrgebiet

Weitere Informationen, Unterstützungsangebote

[Informationen zu kultureller Bildung](#) auf der Website des Bundesministeriums für Bildung und Forschung

[Leitfaden „schule@museum – Eine Handreichung für die Zusammenarbeit“](#), Deutscher Museumsbund



C2 Angebotspakete entwickeln (nach Zielgruppen, Themen)

Strategiebezug

- › (Bildungs-)Angebote mit Fokus auf Natur, Kultur und Rad bündeln und sichtbar machen
- › Touristische Angebote und Infrastruktur qualitativ (weiter-)entwickeln mit Fokus auf Natur, Kultur, Rad sowie Bildung und Zukunftsfähigkeit
- › Regionale Besonderheiten authentisch und intensiver kommunizieren

Schlüsselprojekte und -maßnahmen

- › Angebotspakete passend **für die definierten Zielgruppen** entwickeln (z. B. für Familien mit Kindern, kulturinteressierte Paare, naturinteressierte (Schul-)Gruppen)
- › **Schwerpunktthemen** der Wildeshauser Geest (Naturerlebnis, Kultur(-Historie), Radfahren, Wandern, Erholung, Bildung) erlebbar machen, **Themen miteinander kombinieren**
- › Verschiedene **Bausteine miteinander verknüpfen**: Freizeitangebote (z. B. Gästeführung, Veranstaltungsbesuch, Saunabesuch), gastronomisches Angebot, Übernachtung
- › (Nach Möglichkeit) **nachhaltige Mobilitätsangebote** für An- und Abreise sowie Mobilität vor Ort inkludieren
- › Angebote mit **unterschiedlicher Dauer** anbieten (u. a. halbtägig, ganztägig, Wochenende)
- › **Beispiele** für Angebotspakete:
 - „Geest aktiv erholen und erleben“ (für zwei Personen, zweitägig):
Tag 1: Anreise mit E-Auto, Radtour mit Picknick (Fahrradmitnahme oder Verleih vor Ort), Saunabesuch, Abendessen und Übernachtung in einem Wellnesshotel
Tag 2: Frühstück im Hotel, Kanutour auf der Hunte mit anschließendem Mittagessen oder Picknick, Abreise mit E-Auto
 - „Urgeschichte in der Wilden Geest“ (für Schulklassen, eintägig):
Anreise mit gemietetem Bus, Besuch von Informations- und Besucherzentren zum Thema Urgeschichte/Megalithik mit pädagogischer Begleitung, anschließend Besichtigung von bedeutenden Großsteingräbern in der Region mit Picknick unterwegs und weiteren Bewegungs-/Spaßangeboten (Paddeln, Klettern etc.)

Nächste Schritte, Meilensteine

- › **Bestandsanalyse**: Welche Bausteine können wie, zu welchen Themen und mit welchen Zielgruppen miteinander zu Angebotspaketen verknüpft werden?
- › **Entwürfe für Angebotspakete** erstellen
- › **Potenzielle Partnerinnen und Partner** (Übernachtungs- und Gastronomiebetriebe, Kulturanbieterinnen und -anbieter und weitere Leistungsträgerinnen und -träger, für Bildungsangebote Bildungsträgerinnen und -träger wie Ländliche Erwachsenenbildung in Niedersachsen e. V. (LEB)) **anfragen**, ob Interesse besteht, mit ihren Leistungen in das Angebotspaket inkludiert zu werden



- › Erste **Angebotspakete fertigstellen** und über die Website des Zweckverbandes Naturpark Wildeshauser Geest **buchbar machen**

Verantwortlichkeiten

Federführung/Koordination: Zweckverband Naturpark Wildeshauser Geest

Projektpartnerinnen und -partner: Betriebe, Leistungs- sowie Bildungsträgerinnen und -träger, Mobilitätsanbieterinnen und -anbieter

Querbezug weitere Handlungsempfehlungen

C3 Gemeinsame, vernetzende Veranstaltungen (weiter-)entwickeln

D2.1 Naturpark in der digitalen Außenkommunikation stärker aufstellen

Good Practices

„[Entdeckerpakete](#)“ in Winterberg

[Pauschalangebote rund um den Hohe Mark Steig](#) (Mehrtagestouren), Naturpark Hohe Mark

[Arrangements und Pauschalen](#) im Nationalpark Eifel (u. a. für Genießerinnen und Genießer: Wildnis & Wellness, Wildnis-Trail, Kurztrip-Pauschale für Familien)

Weitere Informationen, Unterstützungsangebote

[Leitfaden „Gehört Erzählt!“](#): Leitfaden für das Storytelling im Tourismus- und Kulturmarketing Teutoburger Wald



C3 Gemeinsame, vernetzende Veranstaltungen (weiter-)entwickeln

Strategiebezug

- › Touristische Angebote und Infrastruktur qualitativ (weiter-)entwickeln mit Fokus auf Natur, Kultur, Rad sowie Bildung und Zukunftsfähigkeit
- › (Bildungs-)Angebote mit Fokus auf Natur, Kultur und Rad bündeln und sichtbar machen
- › Regionale Besonderheiten authentisch und intensiver kommunizieren

Schlüsselprojekte und -maßnahmen

- › **Regionale Veranstaltungen** touristisch **(weiter-)entwickeln und intensiver vermarkten**:
 - Zusammenarbeit der Städte und (Samt-)Gemeinden im Bereich Veranstaltungsentwicklung fördern
 - Angebotspakete rund um Veranstaltungen schnüren (siehe C2)
- › **Regionale Veranstaltungen passend zu Schwerpunktthemen und den Zielgruppen (weiter-)entwickeln und vermarkten**, auch während der Nebensaison (Indoor-Veranstaltungen während der Wintermonate), dabei eng mit Partnerinnen und Partnern zusammenarbeiten:
 - z. B. mehrere Veranstaltungen in der Wildeshauser Geest verteilt, zu denen die Gäste mit dem Rad anreisen oder hinwandern
 - Festivals mit Bezug zur Landschaft (z. B. „Geest-Festival“ oder „Moor-Festival“)
 - natürliche sowie kulturelle Sehenswürdigkeiten bespielen und inszenieren, z. B. Konzerte in kulturhistorischen, sakralen Bauten
 - saisonale Veranstaltungen mit Fokus auf ausgewählten regionalen Produkten
 - Veranstaltungen passend zu Jahresthemen organisieren (siehe D1.3)
- › Veranstaltungen **nachhaltig** organisieren:
 - bestehende Veranstaltungen und Organisatorinnen und Organisatoren mehr **miteinander vernetzen, Tandem-Modell** zwischen Veranstaltungsstätten aufbauen, um Gäste zum Besuch mehrerer Angebote bzw. Wiederholungsbesuch anzuregen (siehe D1.3)

Nächste Schritte, Meilensteine

- › **Bestands- und Bedarfsanalyse**: Welche Veranstaltungsangebote gibt es bereits in der Wildeshauser Geest? Welche Veranstaltungsformate fehlen?
- › Zusammen mit (potenziellen) Projektpartnerinnen und -partnern **Veranstaltungskonzepte für ausgewählte Veranstaltungsideen** entwickeln (Zielgruppen, Themen/Inhalte, Veranstaltungsort(e), Organisatorinnen und Organisatoren / Trägerinnen und Träger, Finanzierung, Projektpartnerinnen und -partner, Vermarktung), Fokus: regionale Veranstaltungen mit (über-)regionaler Strahlkraft



Verantwortlichkeiten

Federführung/Koordination: Zweckverband Naturpark Wildeshauser Geest in enger Zusammenarbeit mit Kulturbeauftragten der Landkreise, Städte und (Samt-)Gemeinden

Projektpartnerinnen und -partner: Kulturvereine und -schaffende, kulturelle Einrichtungen, Leistungsträgerinnen und -träger

Querbezug weitere Handlungsempfehlungen

D1.3 Zusammenarbeit zwischen Kultur, Natur und Tourismus stärken

C1 Besondere kulturelle und integrative Treffpunkte aufbauen und vernetzen

C2 Angebotspakete entwickeln, Storytelling nutzen

C4 Plattform und Netzwerk für Vermarktung und Vertrieb regionaler Produkte entwickeln

Good Practices

Veranstaltungsreihe „[Winzerzeit – Museumszeit](#)“ als Kooperationsprojekt zwischen dem Naturpark Altmühltal und den Museen im Naturpark

Weitere Informationen, Unterstützungsangebote

[Leitfaden für die nachhaltige Organisation von Veranstaltungen](#) des Bundesministeriums für Umwelt, Naturschutz und nukleare Sicherheit (BMU)

Ggf. Förderung über LEADER-Fördermittel



C4 Plattform und Netzwerk für Vermarktung und Vertrieb regionaler Produkte entwickeln

Strategiebezug

- › Regionale Besonderheiten authentisch und intensiver kommunizieren
- › Die Vernetzung und Zusammenarbeit auf lokaler, regionaler und Landesebene ausbauen

Schlüsselprojekte und -maßnahmen

- › **(Naturpark-)Partnernetzwerk** aufbauen:
 - eine Bandbreite von Bereichen und Akteurinnen und Akteuren einbeziehen
 - im Rahmen des Netzwerkes Austausch zwischen den Akteurinnen und Akteuren fördern, insbesondere zwischen gastronomischen und landwirtschaftlichen Betrieben
- › **Plattformen und Kanäle für die Vermarktung und den Vertrieb regionaler** Produkte weiterentwickeln bzw. nutzen:
 - (über-)regionale Veranstaltungen mit Fokus auf regionalen Produkten organisieren (u. a. regionale (Wild-)Woche mit Gastronomiebetrieben und Direktvermarkterinnen und -vermarktern)
 - Verkaufsmöglichkeiten wie lokale Wochenmärkte nutzen, um z. B. eine regionale Naturparkwoche zu organisieren
 - Übersichten über Hofläden, Gastronomiebetriebe, Direktvermarkterinnen und -vermarkter erstellen, Broschüren veröffentlichen
 - digitale Vermarktung auf Website und sozialen Medien des Zweckverbandes Naturpark Wildeshauser Geest und der Kommunen ausbauen (siehe auch D2.3)

Nächste Schritte, Meilensteine

- › **Bestandsanalyse:** regionale Produkte sowie Anbieter und Anbieterinnen erfassen, eine Übersicht erstellen
- › **Konzeptentwurf für regionale Plattform und Netzwerk** entwickeln (Ziele, Zielgruppe, Maßnahmen, Organisationsform, Kommunikationskanäle), gemeinsame Qualitätsstandards festlegen, in einem ersten Treffen mit den relevanten Akteurinnen und Akteuren (Gastronomie- und Beherbergungsbetriebe, Landwirtschaft, Direktvermarkterinnen und -vermarkter) abstimmen und Konzept finalisieren
- › Mit Netzwerkpartnerinnen und -partnern **gemeinsame Standards für regionale Produkte** definieren



Verantwortlichkeiten

Federführung/Koordination: Zweckverband Naturpark Wildeshauser Geest in enger Zusammenarbeit mit Städten und (Samt-)Gemeinden

Projektpartnerinnen und -partner: Landwirtschaft, Direktvermarkterinnen und -vermarkter, Gastronomie- und Beherbergungsbetriebe, Hofläden, Einzelhandel

Querbezug weitere Handlungsempfehlungen

B2 Zeitweise erweiterte Gastronomieangebote entwickeln

D2.3 Gastronomie-, Beherbergungs- und Freizeitangebote übersichtlich kommunizieren

Good Practices

Partnernetzwerke in Naturparks, z. B. im [Naturpark Eichsfeld-Hainich-Werratal](#) und im [Naturpark Schlei](#)

Projekt „[Regionale Produkte – Regionale Identität im Naturpark Teutoburger Wald](#)“ (u. a. Hofladen- und Gastronomieführer mit interaktiver Karte)

[Naturpark-Märkte im Naturpark Schwarzwald](#)

[Regionalmarke Eifel](#), u. a. mit dem Bereich „Gastgeber“ und „Produzent“

Weitere Informationen, Unterstützungsangebote

[Regionalitätsstrategie NRW](#) des Landesverbands Regionalbewegung NRW e. V.

Ggf. Förderung über LEADER, siehe auch Broschüre „[Regionalvermarktung durch LEADER-Förderung initiieren](#)“ des Bundesverbandes der Regionalbewegung e. V.



6.5 Handlungsempfehlungen Kommunikation

6.5.1 Handlungsempfehlungen Binnenkommunikation und Vernetzung

D1.1 Bewusstsein als Naturpark- und Tourismusregion fördern

Strategiebezug

- › Nach innen das Naturpark- und Tourismusbewusstsein sowie das Bewusstsein für die Bedeutung als Naherholungsraum fördern
- › Die Vernetzung und Zusammenarbeit auf lokaler, regionaler und Landesebene ausbauen

Schlüsselprojekte und -maßnahmen

- › **Projekt „Mein Naturpark“** mit Zielgruppe **lokale Bevölkerung** planen und umsetzen:
 - Einheimische die Angebote in der Wildeshauser Geest (neu) entdecken lassen, dafür Anreize für die Nutzung der Angebote schaffen (z. B. Preisvorteile, Verlosungen, Angebote speziell für die lokale Bevölkerung entwickeln, z. B. Führungen)
 - ehrenamtliches Engagement weiter fördern (dafür u. a. Plattform „Ehrensache Natur“ des Nationale Naturlandschaften e. V. weiter nutzen)
 - Patenschaften für Rad- und Wanderwege anbieten
- › **Bevölkerung als Botschafterinnen und Botschafter** in Vermarktung einbeziehen:
 - Aktion „Mein Lieblingsort“: Einheimische stellen ihre Lieblingsorte vor (z. B. auf der Website des Zweckverbandes Naturpark Wildeshauser Geest, auf den Social-Media-Kanälen mit eigenem Hashtag)
 - Fotowettbewerb zu ausgewählten Themen (fortführen)
- › Laufend **über Tourismusedwicklung informieren**:
 - regelmäßige Informationsveranstaltungen entwickeln („Naturpark-/Tourismustag“)
 - über aktuelle Projekte auf der Website des Zweckverbandes Naturpark Wildeshauser Geest informieren
- › **Bevölkerungsbefragung** durchführen:
 - Wahrnehmung des Tourismus und Naturparks und Hinweise zur weiteren Tourismusplanung abfragen, die Befragung regelmäßig durchführen (alle zwei bis drei Jahre)
 - ggf. in Zusammenarbeit mit Hochschulen
- › Projekt **„Wir sind Naturpark“** mit Zielgruppe **Städte und (Samt-)Gemeinden** planen und umsetzen:
 - gemeinsame Projekte organisieren und initiieren
 - flächendeckende Nutzung des Naturpark-Logos fördern (siehe auch D2.2)
 - einheitliche Ortsschilder „Teil des Naturparks“ (siehe A3)
- › Als Naturpark **präsentier in den Schulen und Kitas** werden:

- Lehrmaterialien für Schulen und Kitas in Zusammenarbeit mit Partnerinnen und Partnern (weiter) aufbereiten
- Netzwerk aus Naturparkschulen und -kitas aufbauen

Nächste Schritte, Meilensteine

- › **Konzepte für die Projekte „Mein Naturpark“** (Zielgruppe Bevölkerung) und **„Wir sind Naturpark“** (Zielgruppe Städte und (Samt-)Gemeinden) entwickeln (Ziele, konkrete Maßnahmen, zu involvierende Partnerinnen und Partner, Projektideen, Zuständigkeiten, Finanzierung)
- › **Ersten Naturpark-/Tourismustag** organisieren
- › Konzept für eine **Bevölkerungsbefragung** entwickeln, die in regelmäßigen Abständen durchgeführt werden kann, dafür ggf. mit Hochschulen kooperieren

Verantwortlichkeiten

Federführung/Koordination: Zweckverband Naturpark Wildeshauser Geest

Projektpartnerinnen und -partner: Bevölkerung, Städte und (Samt-)Gemeinden, Hochschulen, ggf. Betriebe

Querbezug weitere Handlungsempfehlungen

A3 Beschilderung verbessern

D1.4 Politik einbinden/Lobbyarbeit für Naturpark und Tourismus betreiben

D2.2 Einheitliche Außendarstellung des Naturparks und seiner Akteurinnen und Akteure fördern

Good Practices

HerzensSache Natur: Kommunikation von Angeboten, sich ehrenamtlich zu engagieren im [Naturpark Arnsberger Wald](#) auf eigenem Reiter

Im Aufbau befindliches Netz (seit 2019) von derzeit 16 [Naturparkschulen](#) und mittlerweile sieben [Naturparkzentren](#) im Naturpark Sauerland Rothaargebirge

Traditionelle Wandertage im Naturpark Schwalm-Nette mit jährlich mehreren Tausend Besucherinnen und Besuchern, in 2024 fand der [57. Wandertag in Nettetal in der Hinsbecker Heide](#) statt

Weitere Informationen, Unterstützungsangebote

[Netzwerk „Naturpark Kommunen“](#) des Verbands Deutscher Naturparke

D1.2 Kooperationen des Zweckverbandes Naturpark Wildeshauser Geest ausbauen, gemeinsamen Auftritt als Naturpark- und Tourismusregion fördern

Strategiebezug

- › Die Vernetzung und Zusammenarbeit auf lokaler, regionaler und Landesebene ausbauen
- › Nach innen das Naturpark- und Tourismusbewusstsein sowie das Bewusstsein für die Bedeutung als Naherholungsraum fördern

Schlüsselprojekte und -maßnahmen

Auf lokaler Ebene

- › Regelmäßige **Austauschformate mit und für touristische, kulturelle und branchennahe Akteurinnen und Akteure** anbieten (siehe D1.3), gemeinsame Projekte und Initiativen umsetzen (u. a. gemeinsame Angebotspakete entwickeln und anbieten (C2), gemeinsame, vernetzende Veranstaltungen (weiter-)entwickeln (C3))

Auf regionaler Ebene

- › Austauschformate zwischen den **Städten und (Samt-)Gemeinden** und dem Zweckverband Naturpark Wildeshauser Geest im Bereich Tourismus- und Naturparkentwicklung intensivieren (u. a. Naturpark-Kommunen, siehe D1.1)
- › Regelmäßigen Austausch zwischen LEADER-Regionen und dem Zweckverband etablieren (mind. ein- bis zweimal pro Jahr), weiterhin in **LEADER-Regionen und Zukunftsregionen** engagieren, gemeinsame Projekte initiieren und umsetzen
- › Zusammenarbeit mit den **Landkreisen** insbesondere in den Bereichen **Wirtschaftsförderung bzw. Stadtentwicklung** ausbauen (z. B. zu den Themen Aufenthalts-/Erlebnisqualität (siehe A9), Klimaresilienz, Innenstadtbelebung, Ortskernattraktivierung, Denkmalschutz)
- › Kooperationen mit den **Hochschulen** intensivieren (z. B. im Bereich Basisforschung, gemeinsam Befragung zum Naturparkbewusstsein durchführen)
- › Die Zusammenarbeit mit den **Städten Bremen, Oldenburg und Osnabrück** sowie den **Reiseregionen** Oldenburger Münsterland, der Wesermarsch, der Nordseeküste und Ostfriesland intensivieren, insbesondere im Bereich Marketing (u. a. gemeinsame Kampagnen und Themenjahre)

Auf Landesebene

- › Präsenz der Wildeshauser Geest in den Kommunikationskanälen **der TourismusMarketing Niedersachsen GmbH** (TMN) ausweiten
- › In **überregionalen Projekten** engagieren

Nächste Schritte, Meilensteine

- › **Regelmäßige Austauschtreffen** mit den Partnerinnen und Partnern vereinbaren und diese nutzen, um sich zur weiteren Zusammenarbeit bzw. zu weiteren Kooperationsmöglichkeiten auszutauschen und gemeinsame Projekte für die bzw. mit der Tourismusregion Wildeshauser Geest zu definieren

- › In **Arbeitskreisen und -zusammenschlüssen** auf lokaler, regionaler und Landesebene **aktiv einbringen**

Verantwortlichkeiten

Federführung/Koordination: Zweckverband Naturpark Wildeshauser Geest

Projektpartnerinnen und -partner: siehe jeweilige Maßnahme

Querbezug weitere Handlungsempfehlungen

C2 Angebotsentwicklung, Storytelling nutzen

C3 Gemeinsame, vernetzende Veranstaltungen (weiter-)entwickeln

D1.1 Bewusstsein als Naturpark- und Tourismusregion fördern

D1.3 Zusammenarbeit zwischen Kultur, Natur und Tourismus stärken



D1.3 Zusammenarbeit zwischen Kultur, Natur und Tourismus stärken

Strategiebezug

- › Nach innen das Naturpark- und Tourismusbewusstsein sowie das Bewusstsein für die Bedeutung als Naherholungsraum fördern
- › Die Vernetzung und Zusammenarbeit auf lokaler, regionaler und Landesebene ausbauen

Schlüsselprojekte und -maßnahmen

- › Entwicklung **regionaler Austauschformate Kultur, Natur und Tourismus:**
 - Entwicklung eines regionalen Netzwerks für Kultur, Natur- und Tourismusakteurinnen und -akteure sowie persönlicher und digitaler Formate für den Austausch untereinander (z. B. Arbeitsgruppen)
 - Entwicklung und Durchführung Business-to-Business-Veranstaltungen (B2B-Veranstaltungen), z. B. moderiertes Netzwerktreffen Kultur, Fachtag Kultur & Tourismus mit Impulsvorträgen und Mini-Workshops, Workshops zu ausgewählten Themen, siehe auch Format „Geest Forum“ im Naturparkplan
 - Entwicklung eines Konzeptes für die Zusammenarbeit Tourismus, Kultur und Museen (unter Einbindung des Ehrenamtes)
- › Durchführung **gemeinsamer Maßnahmen im Bereich Angebotsentwicklung und -vermarktung** (siehe auch Handlungsempfehlungen im Handlungsfeld Angebote C1 bis C4), u. a.:
 - „Naturpark trifft Kultur“: Etablierung von Veranstaltungsreihen, in denen Kunst und Kultur die Themen Klimaschutz und Nachhaltigkeit bearbeiten
 - Etablierung von Themenjahren im Kultur- und Naturbereich, die Schwerpunkte für die Außen- und Binnenkommunikation setzen, dafür Kooperation mit ausgewählten Partnerinnen und Partnern (Beispiel auf Landesebene: Themenkampagnen der DZT, Thema 2024: „Kunst und Kultur“)
- › **Unterstützungsangebote** für Kultur-, Natur- und Tourismusakteurinnen und -akteure, **B2B-Wissensvermittlung** im Bereich Natur, Kultur und Tourismus:
 - z. B. B2B-Schulung „Tourismus für Kulturakteurinnen und -akteure“

Nächste Schritte, Meilensteine

- › **Konzeptentwurf für Netzwerk** erstellen (Ziele, Formate, Kommunikationskanäle, Teilnehmende, erste Ideen für gemeinsame Maßnahmen und Projekte etc.)
- › Regionale Akteurinnen und Akteure **zu erstem Treffen einladen**, dort Vorschlag diskutieren und entsprechend den Hinweisen anpassen
- › **Regelmäßige Austauschformate und Unterstützungsangebote** analog zum Netzwerk-konzept organisieren und durchführen bzw. anbieten
- › **Fachtag „Kultur, Natur & Tourismus“** (Impulsvorträge, Good-Practice-Beispiele, Workshops etc., siehe C1)

Verantwortlichkeiten

Federführung: Zweckverband Naturpark Wildeshauser Geest, unterstützt von Landkreisen, Städten und (Samt-)Gemeinden

Zusammenarbeit mit: Vereinen, Verbänden, Einrichtungen, Betrieben, Bildungsträgerinnen und -trägern

Querbezug weitere Handlungsempfehlungen

A5 Ein bis zwei touristische Highlights schaffen

C1 bis C4 Handlungsempfehlungen im Handlungsfeld Angebote

D1.2 Kooperationen des Zweckverbandes Naturparks Wildeshauser Geest ausbauen, gemeinsamen Auftritt als Naturpark- und Tourismusregion fördern

Good Practices

[Kulturnetzwerk Ostfriesland](#): Zusammenschluss verschiedener kultureller und touristischer Institutionen in Ostfriesland und den angrenzenden Regionen

[Dialog der Gastgeber Kultur & Tourismus](#) des Landestourismusverbands Sachsen

[Römer-Lippe-Route](#) als gemeinsames Projekt von Kultur- und Tourismusakteurinnen und -akteuren

[KuLaDig](#) (Kultur. Landschaft. Digital.) des Landschaftsverbandes Rheinland (LVR) ist ein digitales Informationssystem über die historische Kulturlandschaft und das landschaftliche kulturelle Erbe und arbeitet dabei u. a. auch mit mehreren Naturparks und dem Nationalpark Eifel zusammen



D1.4 Politik einbinden / Lobbyarbeit für Naturpark und Tourismus betreiben

Strategiebezug

- › Nach innen das Naturpark- und Tourismusbewusstsein sowie das Bewusstsein für die Bedeutung als Naherholungsraum fördern

Schlüsselprojekte und -maßnahmen

- › **Wertschöpfung** und zentrale **Bedeutung des Tourismus für Standortmarketingentwicklung** an Politik und Wirtschaftsakteurinnen und -akteuren kommunizieren:
 - Wirtschaftsfaktor Tourismus in der Wildeshauser Geest und weitere Kernkenntnisse der Analyse aktiv und anschaulich (anhand von Vergleichen) nach innen kommunizieren
 - ggf. quartalsweise oder halbjährig Newsletter für die Zielgruppe Politik und Wirtschaft veröffentlichen, in dem zentrale (touristische) Projekte und Entwicklungen im Naturpark vorgestellt werden
 - ggf. Entscheiderinnen und Entscheider mit Interviews über ausgewählte soziale Medien (Instagram-Stories, YouTube) einbinden
- › **Informationsveranstaltungen** organisieren (z. B. „Tourismus-/Naturparktag“, siehe D1.1):
 - politische Mandatsträgerinnen und -träger auf Kreisebene und in (Samt-)Gemeinden/Städten gezielt durch Präsentationen in Gremien (Kreistag/-ausschüsse, Stadt- bzw. (Samt-)Gemeinderäte sowie Ausschüsse) ansprechen
 - spezielle Events für politische Multiplikatorinnen und Multiplikatoren aufsetzen, z. B. spezielle Wandertage/Radtouren mit Politik und Bürgerschaft
- › **Jahresbericht** des Zweckverbandes Naturpark Wildeshauser Geest an alle relevanten Gremien und Mandatsträgerinnen und -träger senden

Nächste Schritte, Meilensteine

- › Erste **Austauschformate/Informationsveranstaltung** in Abstimmung mit kommunalen Multiplikatorinnen und Multiplikatoren planen und organisieren (z. B. bei Veröffentlichung des nächsten Wirtschaftsfaktors Tourismus, Präsentation Tourismuskonzept)
- › **Jahresbericht** an alle Städte und (Samt-)Gemeinden und dortigen Entscheiderinnen und Entscheider senden

Verantwortlichkeiten

Federführung/Koordination: Zweckverband Naturpark Wildeshauser Geest

Querbezug weitere Handlungsempfehlungen

D1.1 Bewusstsein als Naturpark- und Tourismusregion fördern



6.5.2 Handlungsempfehlungen Außenkommunikation und Vermarktung

D2.1 Naturpark in der digitalen Außenkommunikation stärker aufstellen

Strategiebezug

- › Nach außen als attraktive Reiseregion etablieren und positionieren
- › Regionale Besonderheiten authentisch und intensiver kommunizieren
- › (Bildungs-)Angebote mit Fokus auf Natur, Kultur und Rad bündeln und sichtbar machen

Schlüsselprojekte und -maßnahmen

Medien/Kanäle

- › **Website des Zweckverbandes Naturpark Wildeshauser Geest** zeitgemäß gestalten:
 - Aufbau neugestalten (u. a. neue Reiter zu den Themen Nachhaltigkeit, Barrierefreiheit, regionale Produkte und Angebote)
 - Inhalte aktualisieren (siehe Unterpunkt „Inhalte“)
- › **Soziale Medien** (intensiver) bespielen:
 - gebündelte Kommunikation
 - authentische Botschafterinnen und Botschafter („Influencerinnen und Influencer“) aus der Region einbinden
- › **Printmaterialien** weiter aktualisieren (analog zur Wander-Broschüre)
- › **Beschilderung** des Naturparks verbessern (siehe A3)
- › Auch **ungewöhnlichere Kanäle/Produkte** nutzen, um auf den Naturpark aufmerksam zu machen (z. B. Brötchen-Tüten mit Logo der Wildeshauser Geest bedrucken)
- › **B2B-Exkursionen/Pressereisen** anbieten für eine verstärkte B2B-Kommunikation

Darstellung der Informationen

- › **Emotionale Sprache** nutzen und **Storytelling-Elemente** einbauen: Angebote und Produkte der Wildeshauser Geest (z. B. Megalithkultur, Moorlandschaften) mit individuellen, emotionalen und vor allem authentischen Geschichten inszenieren (gesamte Region und einzelne Städte und (Samt-)Gemeinden)
- › **Zielgruppenorientiert, nutzerfreundlich** kommunizieren, **inklusive Sprache** in Wort und Bild
- › **Multimediale** Kommunikation, aktuelle und attraktive Bilder und Videos verwenden, kurze Texte
- › Informationen stets **aktuell** halten, Daten pflegen
- › Im **einheitlichen Layout** kommunizieren (siehe D2.2)



- › **Synergien nutzen** (z. B. einheitliche Verlinkung von den Websites der Städte und (Samt-) Gemeinden auf die (neue) Website der Wildeshauser Geest)

Inhalte

- › Fokus entsprechend der für die Wildeshauser Geest **definierten Themen** (siehe Kapitel 5.3.2)
- › Insbesondere **Qualität, Nachhaltigkeit und Regionalität** intensiver kommunizieren: individuelle Angebote und Produkte der Wildeshauser Geest glaubwürdig präsentieren (gesamte Region und einzelne Städte und (Samt-)Gemeinden, siehe auch C4)
- › **Barrierefreie und -arme Angebote** übersichtlicher kommunizieren (siehe D2.3)

Nächste Schritte, Meilensteine

- › **Neue Website** für den Naturpark entwickeln (bereits geplant / in der Umsetzung)
- › **Kommunikationskonzept** für die Wildeshauser Geest entwickeln (darin Inhalte und Kanäle bzw. Medien genauer definieren)
- › **Attraktives, auf Zielgruppen abgestimmtes Kommunikationsmaterial** zusammenstellen, neu entwickeln (Bilder, Videos, kurze Texte)
- › **Broschüre zum Kernthema Radfahren** (weiter-)entwickeln

Verantwortlichkeiten

Federführung/Koordination: Zweckverband Naturpark Wildeshauser Geest, Städte und (Samt-) Gemeinden (auf kommunaler Ebene)

Querbezug weitere Handlungsempfehlungen

A3 Beschilderung verbessern

C4 Plattform und Netzwerk für Vermarktung und Vertrieb regionaler Produkte entwickeln

D2.2 Einheitliche Außendarstellung des Naturparks und seiner Akteurinnen und Akteure fördern

D2.3 Gastronomie-, Beherbergungs- und Freizeitangebote übersichtlich kommunizieren

Good Practices

Kommunikation von [Nachhaltigkeit im Naturpark Ammergauer Alpen](#)

Bildsprache des [Sauerland-Tourismus e. V.](#)



D2.2 Einheitliche Außendarstellung des Naturparks sowie seiner Akteurinnen und Akteure fördern

Strategiebezug

- › Nach außen als attraktive Reiseregion etablieren und positionieren
- › Digitalisierung in Kommunen und Betrieben ausbauen
- › Die Vernetzung und Zusammenarbeit auf lokaler, regionaler und Landesebene ausbauen

Schlüsselprojekte und -maßnahmen

- › **Informationsdarstellung einheitlich** gestalten, standardisieren:
 - Logo der Wildeshauser Geest in den Kanälen und Kommunikationsmaterialien der Städte und (Samt-)Gemeinden verwenden
 - Corporate Design für Zweckverband sowie Städte und (Samt-)Gemeinden entwickeln (einheitlicher Auftritt nach außen mit Wiedererkennungswert)
 - Informationsdarstellung auf den Websites der Betriebe und Städte und (Samt-)Gemeinden standardisieren (siehe auch D2.3)
 - vor Ort Beschilderungen einheitlich im Corporate Design entwickeln (siehe A3)
- › **Datenmanagement und -monitoring** im Zweckverband Naturpark Wildeshauser Geest, in den Landkreisen, Städten und (Samt-)Gemeinden sowie in den Betrieben (weiter) optimieren:
 - regionalen Online-Veranstaltungskalender optimieren: Zuständigkeit für Datenpflege definieren, Schnittstellen vereinfachen, Veranstaltungskalender laufend und einheitlich aktualisieren
 - alle Landkreise, Städte, (Samt-)Gemeinden, Betriebe und Angebote mit Niedersachsen Hub vernetzen
- › Betriebe im **Bereich digitale Kommunikation unterstützen**:
 - unkompliziert umzusetzende Vorgaben bezüglich Datenmonitoring und -management machen, um entsprechende Daten auf Kommunal-, Regional- und Landesebene auswerten zu können
 - ein Geest-Forum speziell zum Thema Innovationsmanagement, betriebliche Digitalisierungsprozesse und digitale Tools anbieten (siehe B3)
 - Informationen zu landesweiten touristischen Förderprogrammen und Unterstützungsangeboten im Bereich Digitalisierung geben (Übersichten, ggf. Newsletter, Thematisierung in einem Geest-Forum)
 - regionale und landesweite Angebote für Betriebe seitens der TourismusMarketing Niedersachsen GmbH an die Betriebe weiterleiten
 - Betriebe, die erfolgreich Digitalisierungsprozesse umgesetzt haben oder vorbildlich digitale Tools nutzen, zur Inspiration als Good-Practice-Beispiele kommunizieren



Nächste Schritte, Meilensteine

- › **Entwurf für Corporate Design** in Zusammenarbeit mit Kommunikationsagentur entwickeln, mit Städten und (Samt-)Gemeinden abstimmen, **Leitfaden** zur Sichtbarmachung des (Logos des) Naturparks entwickeln
- › **Vorgaben für Betriebe bezüglich Datenmonitoring und -management** machen
- › **Geest-Forum zum Thema Datenmonitoring und -management** organisieren, in diesem Rahmen auch die Vorgaben erläutern

Verantwortlichkeiten

Federführung/Koordination: Zweckverband Naturpark Wildeshauser Geest

Projektpartnerinnen und -partner: Städte und (Samt-)Gemeinden, Landkreise, Betriebe

Querbezug weitere Handlungsempfehlungen

A3 Beschilderung verbessern

B3 Qualitäts- und Nachhaltigkeitsoffensive in/mit den Betrieben umsetzen

D2.1 Naturpark in der digitalen Außenkommunikation stärker aufstellen

D2.3 Gastronomie-, Beherbergungs- und Freizeitangebote übersichtlich kommunizieren

Good Practices

Einheitlicher Auftritt der Eifel zu verschiedenen Themen der Regionalentwicklung unter der [Regionalmarke Eifel](#)

[Dachmarke Allgäu](#) zu diversen Themen wie Urlaub, Leben und Arbeiten, Kultur im Sinne eines integrierten Standortmarketing

Weitere Informationen, Unterstützungsangebote

Informationen des Tourismusnetzwerkes Niedersachsen [zum Niedersachsen Hub](#) (u. a. Nutzungsleitfaden und FAQ)



D2.3 Gastronomie-, Beherbergungs- und Freizeitangebote übersichtlich kommunizieren

Strategiebezug

- › (Bildungs-)Angebote mit Fokus auf Natur, Kultur und Rad bündeln und sichtbar machen
- › Regionale Besonderheiten authentisch und intensiver kommunizieren
- › Nach außen als attraktive Reiseregion etablieren und positionieren

Schlüsselprojekte und -maßnahmen

- › **Angebote in der Außenkommunikation bündeln** sowie aktuell und übersichtlich kommunizieren:
 - Übersicht über Gastronomie-, Beherbergungs- und Freizeitangebote mit aktuellen Öffnungszeiten, Informationen zur Anfahrt und Barrierefreiheit erstellen
 - Informationsdarstellung auf den Websites der Betriebe standardisieren (z. B. zu Lage, Anfahrt, Öffnungszeiten, Kontakt, Barrierefreiheit)
 - digital: Entwicklung einer Karte mit den POIs, digitale Übersicht über Leistungsträgerinnen und -träger
 - vor Ort: an Knotenpunkten analoge Übersichtskarten sowie an ausgewählten Stellen digitale Infopoints installieren (siehe A2)
- › **Crossmarketing nutzen**, z. B. kulturaffine Zielgruppen auf ähnliche Angebote aufmerksam machen
- › **Nachhaltige und regionale Angebote** deutlicher hervorheben:
 - eigener Reiter Nachhaltigkeit auf Website des Zweckverbandes Naturpark Wildeshauser Geest, unter dem nachhaltige Gastgewerbe- und Freizeitangebote sowie regionale Produkte kommuniziert werden
 - nachhaltige und regionale Angebote und Projekte auf Social Media kommunizieren
 - Nachhaltigkeit in Angebotspaketentwicklung berücksichtigen (siehe C2)
 - auf internen Vernetzungsveranstaltungen über bestehende und geplante nachhaltige Angebote und Projekte sowie Good Practices informieren
- › **Barrierefreie und -arme Betriebe und Angebote** kommunizieren:
 - eigener Reiter mit barrierefreien/-armen Angeboten auf Website
 - Kennzeichnung barrierefreier Angebote in Kommunikationsmaterialien (Wanderflyer, Stadtpläne etc.)
 - Informationsmaterialien speziell zu barrierefreien/-armen Angeboten entwickeln (Flyer etc.)
 - Informationen zur Barrierefreiheit einheitlich darstellen, Darstellung auf Websites der Städte und (Samt-)Gemeinden sowie der Betriebe standardisieren (eigener Reiter, Informationen zu Angeboten für verschiedene Formen der Einschränkung, Nennung eines Kontakts für Rückfragen etc.)



- Betriebe in der Kommunikation barrierefreier und -armer Angebote schulen

Nächste Schritte, Meilensteine

- › **Bestandsanalyse:** Gastronomie- und Beherbergungsangebote nach einheitlichem Darstellungsraster erfassen
- › Ersten Entwurf für **einheitliche Leitlinien zur Darstellung der Informationen auf Betriebs-Websites** entwickeln, diesen auf einem Geest-Forum mit Gastgewerbe- und Freizeitbetrieben diskutieren und finalisieren

Verantwortlichkeiten

Federführung/Koordination: Zweckverband Naturpark Wildeshauser Geest in enger Zusammenarbeit mit Betrieben

Projektpartnerinnen und -partner: Städte und (Samt-)Gemeinden

Querbezug weitere Handlungsempfehlungen

A2 Digitale Infrastruktur verbessern

A6 Barrierefreiheit flächendeckend umsetzen

B3 Qualitäts- und Nachhaltigkeitsoffensive in/mit den Betrieben

C2 Angebotspakete entwickeln, Storytelling nutzen

D2.2 Einheitliche Auspielung und Außendarstellung des Naturparks und seiner Akteurinnen und Akteure fördern

Good Practices

Kommunikation Barrierefreiheit auf der [Website des Naturparks Eifel](#)

Kommunikation barrierefreier Angebote auf der [Website der Stadt Freiburg](#)

Bündelung und Darstellung der Angebote (Natur, Aktivitäten, Kulinarik, Unterkünfte, Ausflugsziele) auf der [Website der Nationalparkregion Schwarzwald](#)



6.6 Checkliste für Projekte

Projektname	
Handlungsfeld	<input type="checkbox"/> Infrastruktur <input type="checkbox"/> Betriebe <input type="checkbox"/> Marketing <input type="checkbox"/> Organisation
Das Projekt fördert die Umsetzung mindestens einer der Strategien	<input type="checkbox"/> Touristische Angebote und Infrastruktur qualitätsvoll (weiter-)entwickeln <input type="checkbox"/> Angebote mit Fokus auf Natur, Kultur und Rad bündeln, sichtbar machen <input type="checkbox"/> Regionale Besonderheiten authentisch und intensiver kommunizieren <input type="checkbox"/> Digitalisierung in Kommunen und Betrieben ausbauen <input type="checkbox"/> Bewusstsein für den Naturpark, Tourismus und Naherholungsraum fördern <input type="checkbox"/> Nach außen als attraktive Reiseregion etablieren und positionieren <input type="checkbox"/> Vernetzung und Zusammenarbeit ausbauen (lokal, regional, landesweit)
Das Projekt stärkt mindestens eines der Themen	<input type="checkbox"/> Natur(-Landschaft) <input type="checkbox"/> Kultur <input type="checkbox"/> Radfahren <input type="checkbox"/> Wandern <input type="checkbox"/> aktive Erholung <input type="checkbox"/> Bildung <input type="checkbox"/> Klimaresilienz <input type="checkbox"/> Wasser
Das Projekt passt zu mindestens zwei der definierten Zielgruppen	<input type="checkbox"/> Radfahrende <input type="checkbox"/> Wanderinnen/Wanderer <input type="checkbox"/> aktive Gäste <input type="checkbox"/> Naturliebhaberinnen-/liebhaber/-interessierte <input type="checkbox"/> Kulturinteressierte <input type="checkbox"/> Fachexpertinnen/-experten (Kultur, Natur) <input type="checkbox"/> Veranstaltungsgäste <input type="checkbox"/> Geschäftsreisende <input type="checkbox"/> Gruppen
Fördert Nachhaltigkeit und Qualität	<i>kurze Erläuterung</i>
Hintergrund, Herausforderungen	<i>kurze Erläuterung</i>
Inhalte des Projekts	<i>kurze Erläuterung</i>
Nächste Schritte, Meilensteine	<i>Schritt/Meilenstein 1</i> <i>Schritt/Meilenstein 2</i>
Zuständigkeit	Federführung: Projektpartnerinnen und -partner:
Finanzierung	z. B. Fördermittel, Privatinvestitionen etc.
Zeithorizont	<input type="checkbox"/> kurzfristig (1-2 Jahre) <input type="checkbox"/> mittelfristig (2-5 Jahre) <input type="checkbox"/> langfristig (> 5 Jahre)
Priorität	<input type="checkbox"/> niedrig <input type="checkbox"/> mittel <input type="checkbox"/> hoch

7. Umsetzung des Tourismuskonzeptes

Mit der **Umsetzung der Handlungsempfehlungen** und Schlüsselmaßnahmen kann sukzessive ab Ende 2024 durch den Zweckverband Naturpark Wildeshauser Geest und die genannten Partnerinnen und Partner begonnen werden. Basis für die Umsetzung der Handlungsempfehlungen sind die erarbeiteten Steckbriefe. Hierin sind jeweils der Strategiebezug, die wichtigsten Schlüsselmaßnahmen und Projekte, die nächsten Schritte und Meilensteine sowie Zuständigkeiten dargestellt.

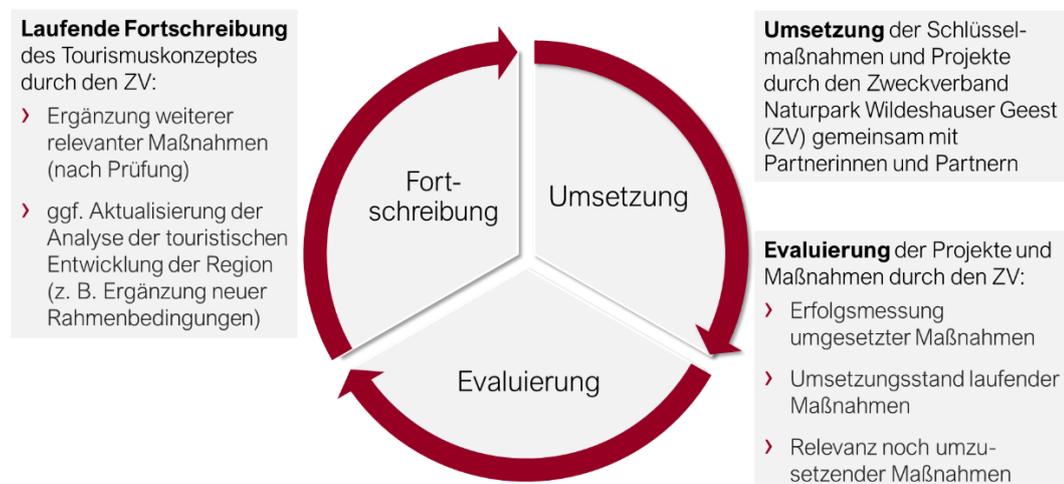
Das Tourismuskonzept ist der Handlungsleitfaden für die touristische Entwicklung der Wildeshauser Geest in den nächsten sieben bis zehn Jahren. Das Ziel, die Strategien, Zielgruppen und Positionierungsthemen sollten beibehalten und bei Bedarf ergänzt werden, um mit Kontinuität auch tatsächlich Effekte zu erzielen. Die Schlüsselmaßnahmen und Projekte sind aus aktueller Sicht sinnvoll und sollten jährlich vom Zweckverband auf ihren Umsetzungsstand sowie ihre aktuelle Relevanz hin überprüft werden. Bei dieser jährlichen **Evaluierung** können auch in diesem Konzept genannte Maßnahmen gestrichen werden, weil sie bereits umgesetzt sind oder ihre (weitere) Umsetzung sich als nicht mehr sinnvoll erweist, da es

bessere Alternativen gibt oder sich die Rahmenbedingungen verändert haben. Bei bereits umgesetzten Projekten und Maßnahmen sollte eine Erfolgsmessung stattfinden und so sichergestellt werden, dass die durch das Projekt gewünschten Effekte entstehen und genutzt werden. Ebenso gehört zur Evaluierung ein **permanentes Controlling** der Kosten und Finanzierung der Projekte und Maßnahmen.

Parallel dazu sollte eine **kontinuierliche Fortschreibung des Konzeptes** erfolgen (mindestens alle drei bis fünf Jahre), indem nach Bedarf und Entwicklung der Region neue Projekte und Maßnahmen benannt und initiiert werden. Vor der Aufnahme neuer Projekte sollte deren Eignung für das Gesamtkonzept und die definierten Ziele sowie Strategien geprüft werden. Dabei unterstützt die in dem Konzept enthaltene Projektcheckliste.

Perspektivisch ist es für die Wildeshauser Geest als Naturpark- und Tourismusregion empfehlenswert, einen integrierten Masterplan für den Zweckverband Naturpark Wildeshauser Geest zu erarbeiten, der alle Aspekte eines Naturparkplans und Tourismuskonzeptes ganzheitlich abdeckt.

Abbildung 19 Schritte zur Umsetzung des Tourismuskonzeptes



Quelle: eigene Darstellung ift GmbH



8. Anhang

8.1 Steuerungsgruppenmitglieder

Institution	Vertreterin bzw. Vertreter	Funktion
Landkreis Oldenburg, Stadt Wildeshausen	Jens Kuraschinski	Bürgermeister
Landkreis Oldenburg	Christine Gronemeyer	Geschäftsführerin Wirtschaftsförderung
Landkreis Oldenburg	Julia Himmelreich	Kulturbeauftragte
Landkreis Vechta, Gemeinde Goldenstedt	Alfred Kuhlmann	Bürgermeister
Landkreis Vechta, Gemeinde Visbek	Gerd Meyer (Vertreter von Alfred Kuhlmann)	Bürgermeister
Landkreis Vechta	Nicole Bramlage	Amtsleiterin Wirtschafts- förderung/Kreisentwicklung
Landkreis Diepholz, Wirtschaftsförderung	Christian Gießelmann	Leitung Wirtschafts- förderung
Landkreis Diepholz, Stadt Syke, Kultur- und Tourismusabteilung	Kathrin Wilken (stellvertre- tend für die Kommunen Twistringen, Bassum, Stuhr und Syke)	Leiterin Tourismus, Kultur und Stadtmarketing
LEADER Wildeshauser Geest	Norbert Hamann	Regionalmanager
DEHOGA Oldenburg (Land)	Gerd Fischbeck	Inhaber Hotel Wardenburger Hof
Zweckverband Naturpark Wildeshauser Geest	Iris Gallmeister	Stv. Geschäftsführerin
Zweckverband Naturpark Wildeshauser Geest	Oliver Knagge	Geschäftsführer

8.2 Im Rahmen der Konzeptentwicklung erstellte Dokumente

- › Ergebnisbericht der Online-Akteursbefragung
- › Dokumentation des ersten und zweiten Workshops