

Harald Geißler | 05.06.2019

**Potenzial- und Entwicklungsstudie
für den „ErlebnisWald“ am Steinberg**
Chart-Bericht



Europäischer Landwirtschaftsfonds für die Entwicklung des ländlichen Raums: Hier investiert Europa in die ländlichen Gebiete unter Beteiligung des Landes Nordrhein-Westfalen

Foto: Stadt Bad Driburg

Potenzial- und Entwicklungsstudie für den „ErlebnisWald“ am Steinberg

Auftraggeber:

Stadt Bad Driburg

Amt 60 Bauverwaltung und Stadtplanung
Am Rathausplatz 2, 33014 Bad Driburg

begleitet von

Dipl.-Ing. Martin Kölczer
Dipl.-Ing. Nicole Sude

Auftragnehmer

B T E Tourismus- und Regionalberatung

Stiftstraße 12, 30159 Hannover
www.bte-tourismus.de

bearbeitet von

Harald Geißler, Senior Consultant
geissler@bte-tourismus.de

Hannover, 05.06.2019

Zielsetzung für den „Erlebniswald“

- **Entwicklung eines neuen, touristisch intensiv genutzten Areals im Bereich des Buddenberg-Arboretums**
 - mit diversen Unterhaltungs- und Freizeitangeboten
 - mit dem verbindenden Leitthema „Wald/Bäume“
 - mit einem Einzugsgebiet bis ca. 1 Stunde Fahrzeit
 - mit der Hauptzielgruppe „Kinder“ bzw. „Familien mit Kinder“
 - innovative und attraktive Angebote
 - tourismusfördernd
 - Tages- und Übernachtungsgäste
 - Image, Profil
 - in Teilen saisonunabhängig nutzbar



Quelle: Stadt Bad Driburg

Zielsetzung für die Studie

- **Grundkonzept für die Realisierung des „ErlebnisWalds“, das**
 - auf den besonderen Qualitäten des Standorts und seiner Ausstattung als Arboretum aufbaut,
 - sowohl den Zielen der Stadtentwicklung wie auch den Leitlinien zur touristischen Entwicklung Bad Driburgs entspricht,
 - in enger Abstimmung mit den relevanten Akteuren in der Stadtverwaltung und unter Beteiligung der anvisierten Nutzergruppen im Rahmen von zwei Workshops erarbeitet wird,
 - ein klares Leitbild für die Art und die Gestaltung der geplanten Attraktionen und Erlebnisangebote definiert,
 - ein Grobkonzept für die räumliche Anordnung der Attraktionen und Angebote entwirft und
 - detaillierte Kennblätter für die gemeinsam festgelegten Maßnahmen formuliert

Bearbeitung



Buddenberg Arboretum „Exotischer Baumpark“

■ Ausstattung

- Fläche von etwa 10 ha, Bergrücken aus Muschelkalk-Kalksandstein
- über 200 einheimische und exotische Baumarten
(z. B. Ginkgo, Pfaffenhütchen, Zaubernuss, Kaugummi-, Taschentuch-, Federbuschbaum, Eichen)
- Ausblicke auf das Eggegebirge und bei guter Sicht bis ins Weserbergland
- geologischer Steinbruch und 20 Hügelgräber aus der Bronzezeit
- „Für den Laien bietet das Arboretum die Möglichkeit, Bäume und Sträucher anderer Länder und Erdteile kennen zu lernen.“

■ aktuelle Nutzung

- Bewerbung auf tour. Homepage
- Führungen zu festen Terminen und auf Anfrage
- geringe Teilnehmerzahl bei Führungen
- viele Flyer werden Flyerbox entnommen
- v. a. Spaziergänge von An-/Einwohnern (mit Hund)

Quelle: Stadt Bad Driburg



Buddenberg Arboretum „Exotischer Baumpark“

■ Perspektiven

- als „Baum-Präsentation“ wäre grundsätzliche Erneuerung erforderlich
 - ursprünglicher Bestand (gemäß Konzept) nicht mehr vorhanden
 - Waldcharakter anstatt Parklandschaft
 - zeitgemäße Überarbeitung des Info-/Erlebnisangebots (-konzepts), angepasst an Hintergrundwissen und Erlebnisbedarf
- Gefahr: damit würde trotz Aufwand kein erfolgreiches Angebot geschaffen
 - Thema „exotische standortfremde Bäume“ ist nicht zeitgemäß, Umweltbildung zielt auf Vermittlung heimischer Wälder ab
 - exotische Bäume sind für Laien kaum vermittelbar (können Buche und Eiche nicht unterscheiden, kennen keine Bäume)
 - Konkurrenz durch Baumkronenpfade als besonderes Walderlebnis

■ Vereinbarung für die Planung

- Der Baumbestand des Arboretums ist eine wertvolle Basis-Ausstattung, die zielgruppenorientiert inwertgesetzt werden soll.

Tourismus in Bad Driburg

Touristisches Leitkonzept (Bad Driburg Touristik GmbH)

- vielfältiges gesundheitstouristisches Angebot (Reha, Therme, ...) aber rückläufige Gäste- und Übernachtungszahlen in Reha-Kliniken
- außerklinisch: steigende Gästezahlen, konstante Übernachtungszahlen

■ **Kern-Aussagen:**

- Entwicklungspotenzial im Segment Kurzurlaube und Tagesreisen
- starke Prägung durch Kur-Image, touristische Standortattraktivität wird weniger wahrgenommen
- Fokus-Zielgruppen:
 - Medizinisch-gesundheitstouristische Gäste eher ältere Klientel, Motiv: gesundheitlicher Präventions- /Heilbedarf
 - „Entdecker“ eher „gut situiert“, Motiv: es sich gut gehen lassen / Interesse an Neuem
 - Tagesgäste mit Reiseentfernung bis max. 50-70 km, Motiv: Interesse an „Besonderem“

Tourismus in Bad Driburg

■ Einordnung des Projekts ErlebnisWald

- Walderlebnis wird im touristischen Leitkonzept ausdrücklich benannt, ist aber nicht auf den Standort Arboretum festgelegt
- Familien mit Kindern sind im Leitkonzept nicht erwähnt
 - weder als aktuelle Nachfrager noch als Zielgruppe
 - viele Angebotsideen zielen auf Gesundheits- und Aktivtouristen ab

■ Vereinbarung für die Planung

- Der „Erlebniswald“ soll mehrere Zielgruppen gleichrangig ansprechen
 - Kinder, Familien mit Kindern
 - gesundheits- und erlebnisorientierte Gäste/Einwohner
- die Installationen sollen weitmöglichst für alle Zielgruppen interessant sein.
- „Heilkraft der Natur“ ist Leitlinie für das künftige Tourismusmarketing.
 - Präsentation des Gesundheitswerts einzelner Bäume
 - Angebote für Bewegung in der Natur

Wettbewerbsanalyse

Vielzahl und Vielfalt an Freizeitparks in näherer und weiterer Umgebung

■ klein

- Altenbeken: Freizeitanlage Driburger Grund: Abenteuerspielplatz, Waldsofa und Grillhütte
- R&S Kletterpark bei Paderborn
- TreeRock Waldseilgarten in Silberborn (Solling) östl. von Höxter
- AdrenalinPark OWL bei Bielefeld (BubbleBall, Paintball etc.)

■ groß

- Familienpark Funtastico am Schieder See (6,- / 8,- €)
- Potts Park Minden (ab 12 Jahre 22,- €)
- Sommerrodelbahn Bodenwerder mit Kinderspielpark (Spielplatz frei?)
- Rasti Land an B1 westl. Elze (ab 12 Jahre 26,50 €)
- Safaripark ZOO Stukenbrook

■ abschreckende Beispiele:

- Steinzeichen Steinbergen mit Mosaik an diversen Stationen und Themen

Wettbewerbsanalyse

Vielzahl und Vielfalt an Grün- und Parkanlagen, für Gesund & Aktiv

- VitalWanderWelt Teutoburger Wald, Bad Driburg ist mit 4 Touren-Vorschlägen dabei
 - Rund um die Park-Klinik Bad Hermannsborn; Stationen mit Informationen zum Gesundheitswandern
 - Alhausen - Hermannsborn; Stationen zu Ernährung, Heilpflanzen
 - Leihberg; Kneipanlage und Info-Stationen
- Gräflicher Park Bad Driburg; englischer Landschaftsgarten (27 ha), Eintrittspflichtig, mit außergewöhnlicher Lage und Gestaltung
- Stadtpark Bad Driburg
2,5 ha, mit Teich und Wegen
- „Stadtgarten“ an der Mühlenpforte, mit Spielgeräten für Kinder und Erwachsene

Rahmenbedingungen für die Planung

- **Der „Erlebniswald“ muss frei zugänglich sein**
 - keine Einzäunung des Areals möglich
 - wegen freiem Zugangsrecht (nur mit Schutz vor Wildbiss begründbar)
 - wegen hohen Kosten für sehr langen Zaun
 - wegen Protesten der Einwohner
 - wegen geringer Wirksamkeit des Zauns und hohem Kontrollaufwand damit keine Erhebung von Eintrittspreisen für Nutzung des Angebots
 - gelegentlich Beschädigungen durch Vandalismus
 - damit Einschränkung der denkbaren Angebote
 - damit Einschränkung für Technik zur Erhebung von Nutzungspreisen an Attraktionen
- **Haftung (Verkehrssicherungspflicht) des Trägers begrenzt Kreativität und Handlungsspielraum**

SWOT-Analyse

Stärken des Standorts	Schwächen des Standorts
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Wald mit besonderem Baumbestand ▪ Erweiterungsflächen vorhanden ▪ Basis-Infrastrukturen vorhanden (Wegenetz, Schutzhütte, Grillplatz) 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Besonderheit der Bäume schwer erkenn- und vermittelbar ▪ eingeschränkter Handlungsspielraum bei Umgestaltung des Stadtwaldes ▪ relevante Infrastrukturen fehlen (Parkraum, Gastronomie, Toiletten)
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Bad Driburg ist etabliertes Ausflugsziel (?) ▪ etablierter Standort für Naturerlebnis (?) 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Bad Driburg ist kein tour. Hotspot ▪ Vielzahl und Vielfalt konkurrierender Angebote und Einrichtungen
<ul style="list-style-type: none"> ▪ sehr hohe Reliefenergie als Basis für Gesamtkonzept mit besonderen Angeboten (?) 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ kaum ebene Flächen, durchgängig (starke) Steigungen ▪ Anreise mühevoll/unkomfortabel (nicht barrierearm) ▪ hohe Reliefenergie ist keine Alleinstellung
Chancen für das Projekt	Risiken für das Projekt
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Inwertsetzung des Baumbestands mit zeitgemäßem Konzept, Alleinstellung ▪ Inwertsetzung der hohen Reliefenergie für besondere Angebote (kostensparend) ▪ Synergie-Effekte bewirken hinreichende bzw. hohe Nachfrage 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ hoher Aufwand für ein Angebot mit geringer touristischer Zugkraft ▪ geringe Nachfrage aufgrund unkomfortabler Reliefenergie und „peripherer Lage“ ▪ ausbleibende Synergie-Effekte führen zum Niedergang des Gesamtangebots
Chancen für Bad Driburg	Risiken für Bad Driburg
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ansprache von Familien mit Kindern als Gäste ▪ Ansprache von Gesundheitstouristen (Selbstzahler) ▪ Profilierung im Bereich Naturtourismus ▪ Förderung des Tagestourismus; neue Kunden für Handel und Gastronomie 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ „Verzetteln“ statt Konzentration der Mittel auf Fokus-Zielgruppen ▪ Angebot ist ggf. nicht optimale Maßnahme zur Förderung Gesundheitstourismus ▪ kontinuierliche Belastung für den kommunalen Haushalt

Leitbild für den „Erlebniswald“

- **Gesamtkonzept mit hoher Attraktivität für alle benannten Zielgruppen**
 - als „Erlebniswald“ für Familien,
 - als „ErlebnisWald“ für Gesundheitstouristen,
 - als „ErlebnisWald“ für Kultur-/Naturtouristen.
- **Konzentration auf Kernzielgruppen**
 - Freizeit- und Naherholungsangebot, das sich
 - einerseits insbesondere an Familien mit Kindern richtet und als „Natur- bzw. Walderlebnis“ von anderen Freizeitzielen abhebt.
 - andererseits gesundheitsorientierten Einwohnern und Touristen neue Angebote für Erholung und Gesundheitsförderung in der Natur bietet und damit die touristische Leitlinie „Heilkraft der Natur“ unterstützt.
 - Das Areal eignet sich nicht für Aktiv-Angebote (z. B. Mountainbike-Parcours, Bogenschieß-Parcours)
 - Das Profil soll nicht durch beliebige weitere Angebote verwässert werden (z. B. Rutschenpark, Märchengarten etc.)

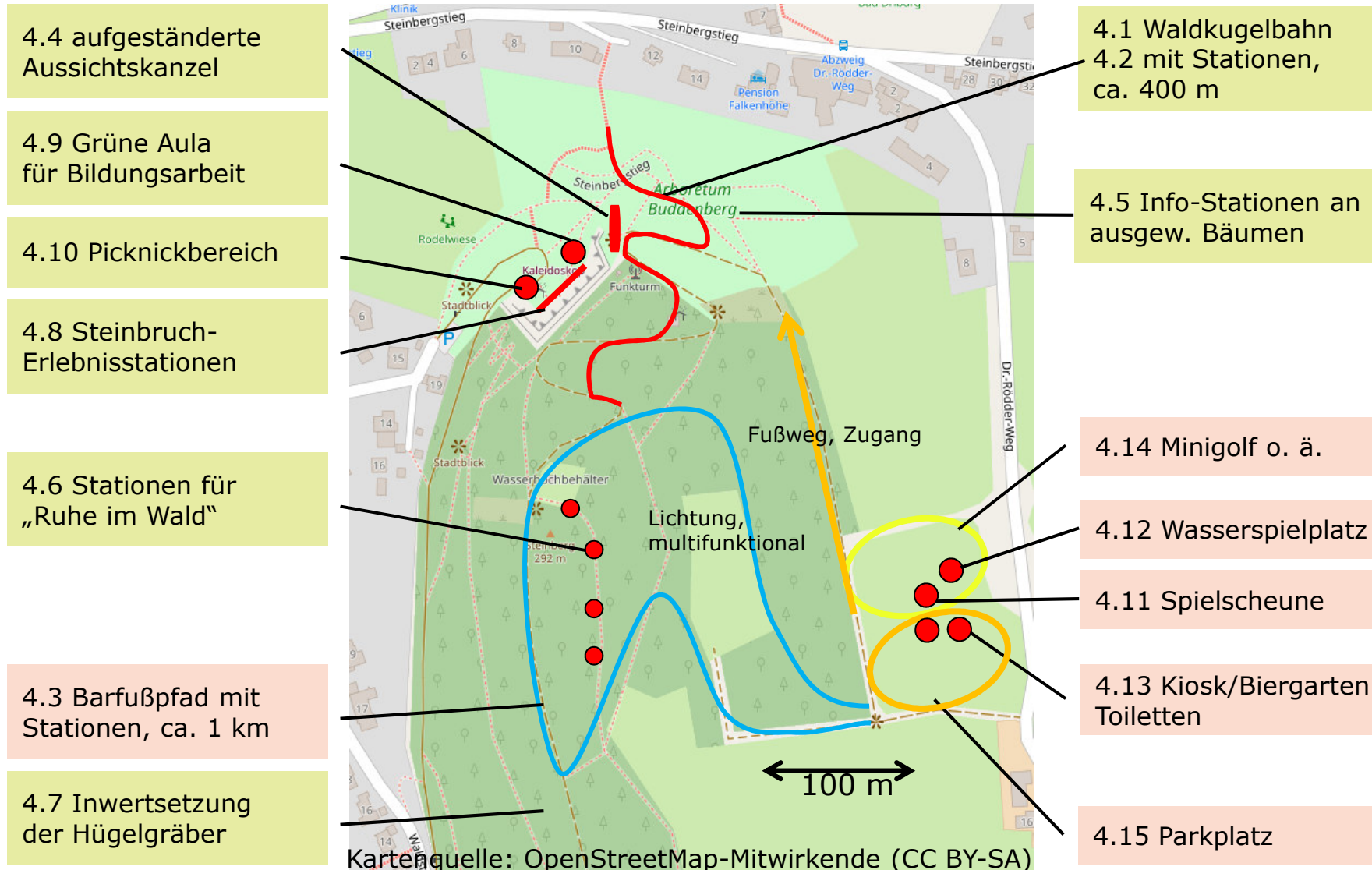
Leitbild für den „Erlebniswald“

- **Besondere Qualität und Alleinstellung**
 - durchgängig hochwertig/ansprechend gestaltete Angebote/Installationen, die dem Wald angepasst sind
 - auf Metall und Plastik wird soweit als möglich verzichtet, stattdessen sollen einheimische Hölzer eingesetzt werden.
- **Im Vordergrund steht die Errichtung einer kommunalen Infrastruktur**
 - Naturerlebnis- und Naherholungsangebot für die Einwohner
 - mit dem Potenzial zur Akquisition von Touristen,
 - errichtet und betrieben durch die Stadt Bad Driburg
 - mit wenigen verpachteten gewerblichen Bausteinen (z. B. Kiosk/Biergarten)

Angebotskonzept für den „Erlebniswald“

- **Kernzielgruppe „Familien mit Kindern“ und „Kindergruppen“**
 - lange Holz- bzw. Waldkugelbahn mit Stationen zwischen den Etappen
 - Erlebnisstation am Steinbruch
 - „Grüne Aula“ als Bereich für Bildungsarbeit mit Schulklassen
 - Picknickbereich
 - Spielscheune und Wasserspielplatz
- **Kernzielgruppe „gesundheitsorientierte Erwachsene“**
 - langer Barfußpfad mit unterschiedlichen Etappen und zahlreichen Stationen
 - Informationsstationen an Bäumen mit medizinischem Wert
 - Angebote für Entspannung und Ruhe im Wald (z. B. „Hängematten“)
- **Angebote für alle Zielgruppen**
 - aufgeständerte Aussichtskanzel (neu: oder Aussichtsturm)
 - Kiosk mit Biergarten
 - Parkplatz
 - alternative Varianten zum klassischen Minigolf
 - Einbeziehung/Inwertsetzung der Hügelgräber

Angebotskonzept für den Erlebniswald



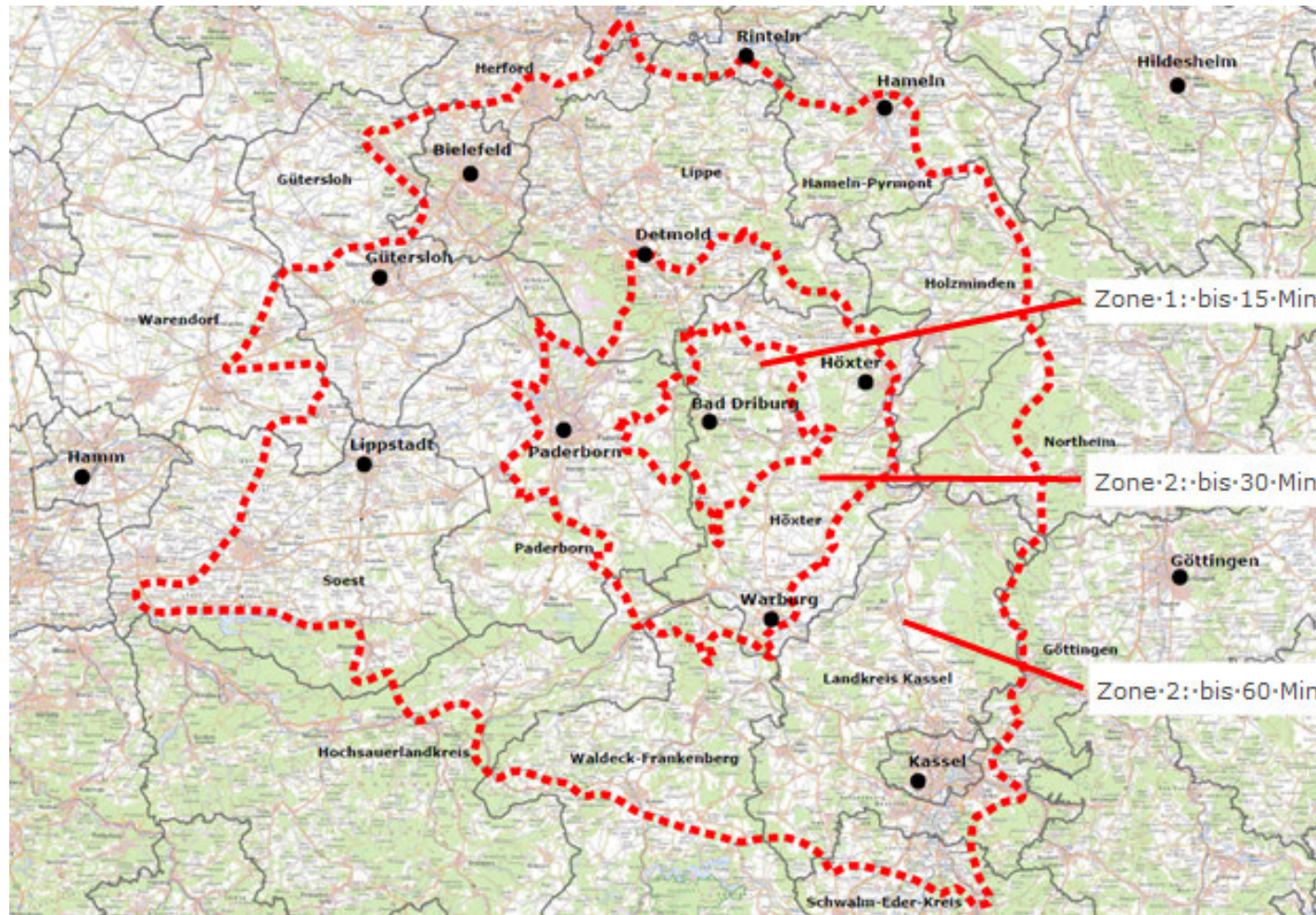
Angebotskonzept für den „Erlebniswald“

■ Wirtschaftlichkeit der Bausteine

Maßnahme	Wertschätzung
Kiosk mit Biergarten	gewerbliches Angebot
Variante zum klassischen Minigolf	gewerbliches Angebot
Spielscheune	Angebot mit Zahlungsbereitschaft
Parkplatz im Osten des Steinbergs	Angebot mit geringer Zahlungsbereitschaft
Waldkugelbahn mit Naturerlebnis-Stationen	geldwertes Erlebnis
Wald-Barfußpfad	geldwertes Erlebnis
Aussichtskanzel/-turm	geldwertes Erlebnis
Info-Stationen an Bäumen mit medizinischem Wert	Ausstattung ohne Zahlungsbereitschaft
Angebote für Entspannung und Ruhe im Wald	Ausstattung ohne Zahlungsbereitschaft
Einbeziehung der Hügelgräber	Ausstattung ohne Zahlungsbereitschaft
Erlebnisstation am Steinbruch	Ausstattung ohne Zahlungsbereitschaft
„Grüne Aula“ - als Bereich für Bildungsarbeit	Ausstattung ohne Zahlungsbereitschaft
Picknickbereich	Ausstattung ohne Zahlungsbereitschaft
Wasserspielplatz	Ausstattung ohne Zahlungsbereitschaft

Besucherpotenzial für den „Erlebniswald“

- Einzugsgebiet



Besucher- potenzial

vorsichtig

rd. 34.500
Besucher/Jahr,
davon rd. 43%
bis 30 Min.
Fahrzeit

optimistisch

rd. 96.000
Besucher/Jahr
davon rd. 49%
bis 30 Min.
Fahrzeit

Variante 1: vorsichtige Erwartung		Anzahl Ausflüge		zu vergl. Zielen		davon zum ErlebnisWald		
Primärmarkt: Einwohner		/Jahr	Anzahl	in %	Anzahl Ausflüge	in %	Anzahl Ausflüge	Anteil
Zone 1: bis 15 Min.	71.590	36	2.577.242	7,5	193.293	5,00	9.665	22,2%
Zone 2: 16 bis 30 Min.	341.663	36	12.299.868	7,5	922.490	1,00	9.225	21,1%
Zone 3: 31 bis 60 Min	2.002.236	36	72.080.487	7,5	5.406.037	0,10	5.406	12,4%
Summe Besuche durch Einwohner Zone 1-3							24.296	55,7%
Sekundärmarkt: Übernachtungen		/Übern.						
Zone 1: bis 15 Min.	682.134	0,5	341.067	30	102.320	10,00	10.232	23,5%
Zone 2: 16 bis 30 Min.	1.803.891	0,5	901.945	30	270.584	1,50	4.059	9,3%
Zone 3: 31 bis 60 Min.	8.962.551	0,5	4.481.275	30	1.344.383	0,05	672	1,5%
Summe Besuche durch Touristen Zone 1-3							14.963	34,3%
Summe der Besuche durch Einwohner und Übernachtungsgäste aus Zone 1 bis 3							39.259	90,0%
Pauschaler Aufschlag für weitere Besucher aus größerer Entfernung: 10%							4.362	10,0%
Summe: Besucher insgesamt							43.621	100,0%
Variante 2: optimist. Erwartung		Anzahl Ausflüge		zu vergl. Zielen		davon zum ErlebnisWald		
Primärmarkt: Einwohner		/Jahr	Anzahl	in %	Anzahl Ausflüge	in %	Anzahl Ausflüge	Anteil
Zone 1: bis 15 Min.	71.590	36	2.577.242	7,5	193.293	10,00	19.329	20,1%
Zone 2: 16 bis 30 Min.	341.663	36	12.299.868	7,5	922.490	3,00	27.675	28,8%
Zone 3: 31 bis 60 Min	2.002.236	36	72.080.487	7,5	5.406.037	0,30	16.218	16,9%
Summe Besuche durch Einwohner Zone 1-3							63.222	65,8%
Sekundärmarkt: Übernachtungen		/Übern.						
Zone 1: bis 15 Min.	682.134	0,5	341.067	30	102.320	15,00	15.348	16,0%
Zone 2: 16 bis 30 Min.	1.803.891	0,5	901.945	30	270.584	2,50	6.765	7,0%
Zone 3: 31 bis 60 Min.	8.962.551	0,5	4.481.275	30	1.344.383	0,08	1.076	1,1%
Summe Besuche durch Touristen Zone 1-3							23.188	24,2%
Summe der Besuche durch Einwohner und Übernachtungsgäste aus Zone 1 bis 3							86.410	90,0%
Pauschaler Aufschlag für weitere Besucher aus größerer Entfernung: 10%							9.601	10,0%
Summe: Besucher insgesamt							96.011	100,0%

Angebotskonzept für den „Erlebniswald“

- **Kennblätter für die 15 Angebotsbausteine**

Charakterisierung	
Kern-Zielgruppen, Motivation und Einzugsgebiet	
Marketing	
Ausgestaltung, Funktion	
Standort/Lage	
Konkurrenz	
Wirtschaftlichkeit	
Bauherr	
Betreiber	
zeitliche Priorität	
Relevanz im Konzept	
Flächenankauf	
Investitionskosten	

Angebotskonzept für den „Erlebniswald“

■ Übersicht über die Merkmale der 15 Angebotsbausteine

Nr.	Bezeichnung des Angebotes	Zielgruppe				Räumliche Reichweite (Zone 1, 2, 3)	Zeitliche Priorität: A = kurz-, B = mittel-, C = langfristig	Relevanz des Angebotes im Gesamtkonzept (1, 2, 3)	Bauherr: BD = Kommune, T = BD-Touristik, A = andere	Betreiber: BD = Kommune, T = BD-Touristik, A = andere	Investitionskosten überschlägige Abschätzung	Instandhaltungskosten / Jahr überschlägige Abschätzung	Refinanzierungsmöglichkeit für Instandhaltungskosten Betrag in Euro
		Einwohner Kinder/ Familien/ Erw./ Senioren	Tagesgäste Kinder/ Familien/ Erw./ Senioren	Übernach- tungsgäste Kinder/ Familien/ Erw./ Senioren	Kurgäste -/ -/ Erw./ Senioren								
4.1	Waldkugelbahn mit ...	X/X/X/X	X/X/X/X	X/X/X/X	-/-/X/X	3	A	1	BD	BD	400.000,- €	ca. 5% von Invest = 20.000,- €	20.000m- € aus Kugel-Verkauf
4.2	Erlebnisstationen an der Kugelbahn										60.000,- €	ca. 10% von Invest = 6.000,- €	
4.3	Wald-Barfußpfad	X/X/X/X	X/X/X/X	X/X/X/X	-/-/X/X	3	B	1	BD	BD	200.000,- €	ca. 5% von Invest = 10.000,- €	10.000,- € aus Spenden
4.4	Aussichtskanzel oder -turm	X/X/X/X	X/X/X/X	X/X/X/X	-/-/X/X	2	B	2	BD	BD	300.000,- €	ca. 5% von Invest = 15.000,- €	5.000,- € aus Spenden
4.5	Info-Stationen an Bäumen	-/-/X/X	-/-/X/X	-/-/X/X	-/-/X/X	1	B	1	BD	BD	60.000,- €	ca. 5% von Invest = 3.000,- €	keine
4.6	Entspannung und Ruhe im Wald	-/-/X/X	-/-/X/X	-/-/X/X	-/-/X/X	2	B/C	2	BD	BD	40.000,- €	ca. 10% von Invest = 4.000,- €	keine
4.7	Inwertsetzung der Hügelgräber	X/X/X/X	X/X/X/X	X/X/X/X	X/X/X/X	1	C	3	BD	BD	20.000,- €	ca. 10% von Invest = 2.000,- €	keine
4.8	Erlebnisstationen am Steinbruch	X/X/-/-	X/X/-/-	X/X/-/-	-/-/-/-	1	C	3	BD	BD	20.000,- €	ca. 10% von Invest = 2.000,- €	keine
4.9	„Grüne Aula“ für Bildungsarbeit	X/-/-/-	X/-/-/-	-/-/-/-	-/-/-/-	1	B	2	BD	BD	15.000,- €	ca. 10% von Invest = 1.500,- €	keine
4.10	Picknickbereich	X/X/X/X	X/X/X/X	X/X/X/X	-/-/X/X	k. A.	A	1	BD	BD	15.000,- €	ca. 10% von Invest = 1.500,- €	keine
4.11	Spielscheune	X/X/-/-	X/X/-/-	X/X/-/-	-/-/-/-	2	B	2	BD	T/A	700.000,- €	ca. 5% von Invest = 35.000,- €	50% Kostendeckung auf Pers.k.
4.12	Wasserspielplatz	X/X/-/-	X/X/-/-	X/X/-/-	-/-/-/-	1	B/C	2	BD	BD	90.000,- €	ca. 10% von Invest = 9.000,- €	keine
4.13	Kiosk mit Biergarten	X/X/X/X	X/X/X/X	X/X/X/X	-/-/X/X	2	A	1	BD	A	490.000,- €	ca. 5% von Invest = 24.500,- €	100% Refinanzierung durch Pacht
4.14	Variante zum klassischen Minigolf	X/X/X/X	X/X/X/X	X/X/X/X	-/-/X/X	2	B	2	BD/A	A	350.000,- €	ca. 5% von Invest = 17.500,- €	Refinanzierung durch Pachtertrag
4.15	Parkplatz im Osten des Steinbergs	X/X/X/X	X/X/X/X	X/X/X/X	-/-/X/X	k. A.	A	1	BD	BD	440.000,- €	ca. 3% von Invest = rd. 13.000,- €	keine
	Summe										3.200.000,- €	164.000,- €	

Angebotskonzept für den „Erlebniswald“

■ **Kernergebnisse der Studie**

- Die Investitionskosten summieren sich im Ergebnis der groben überschlägigen Abschätzung auf rd. 3,2 Mio. Euro für die Realisierung des Gesamtkonzepts.
- Das Gesamtkonzept muss nicht in einem Durchgang realisiert werden. Aus Gutachtersicht ist auch ein Stufenkonzept denkbar, bei dem sich die erste Ausbaustufe auf die Kern-Zielgruppe Familien mit Kindern konzentriert und die zweite Ausbaustufe auf die Kernzielgruppe Erwachsene. Die konkreten Inhalte der Ausbaustufen können erst im weiteren Abstimmungsprozess unter Berücksichtigung der verfügbaren Eigenmittel und nutzbaren Fördermittel festgelegt werden.
- Aus den Investitionskosten können die voraussichtlichen Kosten für die Instandhaltung der einzelnen Maßnahmen überschlägig abgeschätzt werden. Dabei gilt: Der Aufwand für die regelmäßige Pflege ist in den Instandhaltungskosten nicht enthalten. Diese Leistung erfordert voraussichtlich zusätzliches Personal im Bauhof der Stadt Bad Driburg
- Nur die wenigen Angebotsbausteine mit gewerblichem Charakter können gewinnerzielend betrieben werden. Die meisten Angebotsbausteine bieten keine oder nur geringe Perspektiven auf eine Refinanzierung der laufenden Kosten.

Hintergrund zur Bearbeitung der Studie

- **Ursprüngliche Planung: Zwei parallele Studien**
 - Potenzial- und Entwicklungsstudie als tourismusfachliches Konzept
 - Architektonisches und Freiraumkonzept mit
 - Vorentwürfen und Kostenschätzungen für die ausgewählten Angebote
 - städtebaulichen Rahmenplan mit Verortung der einzelnen Angebote
 - Klärung der verkehrlichen Erschließung
- **Keine Fördermittel für die architektonische Studie bereitgestellt**
 - die tourismusfachliche Studie kann diese Lücke nur teilweise schließen:
 - Das Leitbild wird nicht in ein freiraumplanerisches Gestaltungskonzept weitergeführt.
 - Keine abschließenden Aussagen zur Verortung der einzelnen Angebote.
 - Ausarbeitung der Kennblätter ohne freiraumplanerische Überlegungen, diese sind daher nur eine Vorstufe für die weitere Planung
 - Die Kosten für die Errichtung, Pflege und Instandhaltung der einzelnen Angebote können von BTE nur überschlägig geschätzt werden.
 - Empfehlung: Weiterentwicklung (Lückenschluss) des „ErlebnisWalds“ auf Grundlage der vorliegenden tourismusfachlichen Studie.

TOURISMUS- UND REGIONALBERATUNG

Berlin ▪ Hannover ▪ Eisenach



www.bte-tourismus.de



Vielen Dank!

Foto: Stadt Bad Driburg