



Materialien

Uwe Neumann
Lutz Trettin
Guido Zakrzewski

Tourismus im Ruhrgebiet **Chancen für kleine Unternehmen?**

Impressum

Vorstand des RWI

Prof. Dr. Christoph M. Schmidt (Präsident)

Prof. Dr. Thomas K. Bauer (Vizepräsident)

Prof. Dr. Wim Kösters

Verwaltungsrat

Dr. Eberhard Heinke (Vorsitzender);

Dr. Henning Osthues-Albrecht; Dr. Rolf Pohlig; Reinhold Schulte
(stellv. Vorsitzende);

Manfred Breuer; Dr. Hans Georg Fabritius; Prof. Dr. Justus Haucap; Hans Jürgen
Kerkhoff; Dr. Thomas Köster; Dr. Thomas A. Lange; Martin Lehmann-Stanislawski;
Andreas Meyer-Lauber; Hermann Rappen; Reinhard Schulz; Dr. Michael H.
Wappelhorst

Forschungsbeirat

Prof. Dr. Claudia M. Buch; Prof. Michael C. Burda, Ph.D.; Prof. Dr. Lars P. Feld;
Prof. Dr. Stefan Felder; Prof. Nicola Fuchs-Schündeln, Ph.D.; Prof. Timo Goeschl,
Ph.D.; Prof. Dr. Justus Haucap; Prof. Dr. Kai Konrad; Prof. Dr. Wolfgang Leininger;
Prof. Regina T. Riphahn, Ph.D.

Ehrenmitglieder des RWI

Heinrich Frommknecht; Prof. Dr. Paul Klemmer †; Dr. Dietmar Kuhnt

RWI Materialien Heft 70

Herausgeber:

Rheinisch-Westfälisches Institut für Wirtschaftsforschung

Hohenzollernstraße 1-3, 45128 Essen, Tel. 0201 – 8149-0

Alle Rechte vorbehalten. Essen 2012

Schriftleitung: Prof. Dr. Christoph M. Schmidt

Redaktionelle Bearbeitung: Joachim Schmidt

Konzeption und Gestaltung:

Julica Marie Bracht, Daniela Schwindt, Benedict Zinke

Bildnachweise: Thomas Willemsen/Stiftung Zollverein (S. 32); Zollverein Touristik
(S. 53); Mike Messner/Stiftung Zollverein (S. 66); Stiftung Zollverein (S. 67)

ISSN 1612-3573

ISBN 978-3-86788-364-1

Materialien

Uwe Neumann, Lutz Trettin und Guido Zakrzewski

Tourismus im Ruhrgebiet

Chancen für kleine Unternehmen?

Heft 70

Bibliografische Informationen der Deutschen Nationalbibliothek

Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über: <http://dnb.ddb.de> abrufbar.

Das RWI ist Mitglied der Leibniz-Gemeinschaft.
Es wird vom Bund und vom Land Nordrhein-Westfalen gefördert.

ISSN 1612-3573
ISBN 978-3-86788-364-1

Vorwort

Das Ruhrgebiet als Reiseziel? Noch vor nicht allzu langer Zeit wurde das Ruhrgebiet sicher eher als Region mit hohem Potential dafür angesehen, die dort lebende Bevölkerung zur Reise an „schönere“, „erholsamere“ oder „interessantere“ Orte zu veranlassen. Wie die vorliegende Untersuchung zeigt, hat sich das Ruhrgebiet in den vergangenen Jahrzehnten auch, aber nicht nur durch sein industriekulturelles Erbe, selbst zu einem ernst zu nehmenden touristischen Anziehungspunkt entwickelt. Der vorliegende Beitrag knüpft an eine Fallstudie zur Lokalen Ökonomie an, die das RWI im Auftrag des Städtenetzes Soziale Stadt NRW durchführte. Diese Studie zeigte auf, wie sich im Umfeld der Essener Zeche Zollverein, von der breiteren Öffentlichkeit noch wenig beachtet, ein kleinbetrieblicher Wirtschaftszweig im Übernachtungsgewerbe (Bed & Breakfast) etablierte.

Dies gab den Anlass dafür, eine umfassendere Bestandsaufnahme dieser Branche im Ruhrgebiet durchzuführen, die inzwischen, nicht zuletzt durch das Kulturhauptstadtjahr 2010, eine größere Aufmerksamkeit findet. Die Bestandsanalyse kann keinen umfassenden Nachweis für die wirtschaftlichen Effekte der mit hohen öffentlichen Kosten verbundenen Sanierung altindustrieller Brachflächen liefern. Sie beleuchtet jedoch einen Aspekt der in den vergangenen Jahrzehnten in Gang gebrachten Erneuerung des Ruhrgebiets, der auf eine veränderte Außenwahrnehmung und damit auf Fortschritte im längerfristigen Imagewandel schließen lässt.

Für die Unterstützung der Forschungsarbeiten bedanken wir uns bei Julica Marie Bracht, Christina Götte, Anette Kasprzyk, Eva Kempkes, Anne Leber, Katrin Radtke, Daniela Schwindt, Marlies Tapaß, Anne-Katrin Vöcking, Hartmut Westram und Benedict Zinke.

Wir danken allen Gesprächspartnern, die uns im Verlauf der Untersuchung Einblicke in aktuelle Trends der Tourismuswirtschaft im Ruhrgebiet gewährt haben.

Essen, im Februar 2012

Uwe Neumann, Lutz Trettin und Guido Zakrzewski

Tourismus im Ruhrgebiet

- **Vorwort** 3

- 1. Städtetourismus in altindustrialisierten Ballungsräumen** 9
 - 1.1. Stadterneuerung als Ausgangsbasis für neuen Städtetourismus 9
 - 1.2 Ziel, Leitfragen und Struktur der Studie 11

- 2. Konzeptionelle Ankerpunkte** 13
 - 2.1 Erfolgsfaktoren im Städtetourismus 13
 - 2.2 Industriekultur – Industrietourismus 16
 - 2.3 Governance der tourismusorientierten Stadt- und Regionalentwicklung – Analyse eines Ebenen übergreifenden Prozesses 18

- 3. Methodische Basis und Studiendesign** 21

- 4. Das Ruhrgebiet im nationalen Vergleich: Strukturwandel und Entwicklung des Tourismus** 23
 - 4.1 Ruhrgebiet – Das deutsche Labor für sozioökonomische Veränderungen 23
 - 4.2 Der Dienstleistungssektor 26
 - 4.3 Das Beherbergungsgewerbe des Ruhrgebiets im nationalen Vergleich 28

- 5. Tourismus im Ruhrgebiet: Meilensteine, Politikansätze, Entscheidungsträger, öffentliche Förderung** 31
 - 5.1 Die Internationale Bauausstellung (1989 – 1999) 31
 - 5.2 Die Route der Industriekultur (ab 1998) 32
 - 5.3 Die Ernennung der Zeche Zollverein zum Weltkulturerbe (2001) 34
 - 5.4 Das Event „Ruhr 2010 – Europäische Kulturhauptstadt“ – Ein bedeutender Anstoß 37
 - 5.5 Die Ruhr Tourismus GmbH: Zentraler Akteur der Tourismusförderung oder Wettbewerber bei touristischen Dienstleistungen? 40

- 6. Tourismus in der Subregion MEO: Mülheim – Essen – Oberhausen** 41
 - 6.1 Potenziale des Städtetourismus in Essen 41
 - 6.2 Potenziale des Städtetourismus in Mülheim/Ruhr und Oberhausen 43
 - 6.3 Übernachtungszahlen und Hotelkapazitäten im Vergleich 44

- 7. Die Destination Essen – „Zugpferd“ einer neuen Tourismusregion?** 48
 - 7.1 Innerstädtische Disparitäten und touristische Ziele 48
 - 7.2 Beherbergungswirtschaft 49
 - 7.3 Beherbergungswesen im Essener Nordosten 52

Tourismus im Ruhrgebiet

8. Inwertsetzung industrieturistischer Potenziale im Essener Norden 57

- 8.1 Akteure des Essener Industrie-Kultur-Tourismus im Überblick 57
- 8.2 Stadtteilbezogene Prozesse 60
- 8.3 Umgestaltung des Areals Zeche und Kokerei Zollverein 64
- 8.4 Das Zusammenspiel der Akteure im Essener Norden –
Chancen und Herausforderungen für nachhaltigen Tourismus 68

9. Resümee und Ausblick 72

- 9.1 Das Ruhrgebiet als neuer Wettbewerber im Städtetourismus 72
- 9.2 Entwicklung der Tourismuswirtschaft und Position kleiner
Unternehmen 73
- 9.3 Herausforderungen und Handlungsoptionen für die Zukunft 75

Literatur, statistische Quellen, Internetquellen 77

- Literatur 77
- Statistische Quellen 85
- Internetquellen 86

Verzeichnis der Schaubilder

- Schaubild 1 Wesentliche Elemente eines städtetouristischen Konzepts 15
- Schaubild 2 Deutschland und das Ruhrgebiet: Lage und demographische Indikatoren 23
- Schaubild 3 Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte in Deutschland, NRW und im Ruhrgebiet 26
- Schaubild 4 Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte im Dienstleistungssektor in Deutschland, NRW und im Ruhrgebiet 27
- Schaubild 5 Städtetourismus in Deutschland 29
- Schaubild 6 Bettenauslastung im Ruhrgebiet und in ausgewählten Städten Deutschlands 30
- Schaubild 7 Förderturm der Zeche Zollverein – UNESCO Weltkulturerbe seit 2001 32
- Schaubild 8 Die Route der Industriekultur (seit 1998) 33
- Schaubild 9 Kommunale Einrichtungen der Tourismusförderung im Ruhrgebiet 38
- Schaubild 10 Touristische Erlebnisräume im Ruhrgebiet 39
- Schaubild 11 Elemente des Städtetourismus in Essen 42
- Schaubild 12 Elemente des Städtetourismus in Mülheim/Ruhr und Oberhausen 44
- Schaubild 13 Übernachtungen in der MEO-Region 45
- Schaubild 14 Innerstädtische Disparitäten und Standorte des Tourismus in Essen 48
- Schaubild 15 Verteilungsmuster der Hotelstandorte in Essen 50
- Schaubild 16 Verteilungsmuster der Bed & Breakfast – Angebote in Essen 51
- Schaubild 17 Übernachten unterm Förderturm: Bed & Breakfast – Angebote im Essener Norden 53
- Schaubild 18 Projekt Zollverein Touristik: Vermittelte Übernachtungsmöglichkeiten 54
- Schaubild 19 Geographische Herkunft der Gäste des Projektes Zollverein Touristik 55
- Schaubild 20 Projekt Zollverein Touristik: Vermittlung von Übernachtungsmöglichkeiten an Gäste aus Deutschland 56
- Schaubild 21 Akteure an der Schnittstelle von Stadterneuerung und Tourismusentwicklung 58
- Schaubild 22 Programm „Soziale Stadt NRW“ –Zusammenspiel der Akteure verschiedener Ebenen 62

Tourismus im Ruhrgebiet

- Schaubild 23 Gelände der Kokerei und Zeche Zollverein 66
Schaubild 24 Welterbe Zollverein – Planungsräume und Nutzungszonen 67
Schaubild 25 Akteure der Essener Tourismuswirtschaft: Aktionsräume und Aktivitäten 69

Verzeichnis der Tabellen

- Tabelle 1 Thematische Schwerpunkte und geographischer Fokus der Studie 13
Tabelle 2 Erfolgsfaktoren und Herausforderungen der touristischen Inwertsetzung altindustrialisierter Standorte 17
Tabelle 3 Übernachtungen in den drei größten Städten des Ruhrgebiets 28
Tabelle 4 UNESCO Weltkulturerbestätten – Die Essener Konkurrenz im Überblick 35
Tabelle 5 UNESCO Weltkulturerbestätten – Standorte der Industriekultur 36
Tabelle 6 Entwicklung der Hotelkapazitäten und der Größenstruktur in Essen 45
Tabelle 7 Entwicklung der Hotelkapazitäten und der Größenstruktur in Mülheim/Ruhr 46
Tabelle 8 Entwicklung der Hotelkapazitäten und der Größenstruktur in Oberhausen 47

1. Städtetourismus in altindustrialisierten Ballungsräumen

1. Städtetourismus in altindustrialisierten Ballungsräumen

1.1. Stadterneuerung als Ausgangsbasis für neuen Städtetourismus

Wie alle altindustrialisierten Regionen hat sich das Ruhrgebiet mit den langfristigen Auswirkungen des wirtschaftlichen Strukturwandels auseinandersetzen. Obwohl zahlreiche Indikatoren, wie z.B. die hohe Arbeitslosigkeit und die im Durchschnitt noch relativ schwache Innovationsleistung der ansässigen Unternehmen auf weiter bestehende Anpassungsprobleme hindeuten, konnte sich das Ruhrgebiet in den vergangenen Jahrzehnten zu einem im nationalen und internationalen Vergleich bedeutenden Standort der Dienstleistungswirtschaft, der Wissenschaft und Kultur entwickeln.

In der jüngsten Phase dieses Transformationsprozesses – seit etwa 15 Jahren – hat sich auch der Tourismus stärker als Wirtschaftszweig etabliert. Besondere überregionale Aufmerksamkeit haben in diesem Zusammenhang erlangt (i) die Ernennung der Zeche Zollverein als UNESCO-Weltkulturerbe, (ii) die Einrichtung einer bundesweit vermarkteten „Route der Industriekultur“ sowie (iii) die Nominierung des Ruhrgebiets – mit der Stadt Essen als Bannerträgerin – zu Europas „Kulturhauptstadt 2010“.

Seit den 1980er Jahren spielt in vielen altindustrialisierten Regionen Europas und Nordamerikas die Entwicklung der Tourismuswirtschaft eine zunehmend wichtige Rolle im Prozess des regionalen Strukturwandels. Dabei greifen die Entscheidungsträger aus Politik und Planung auf einen Ansatz zurück, der sich in den vergangenen drei Jahrzehnten als wesentlicher Bestandteil der Wirtschaftsförderungspolitik in vielen altindustrialisierten Ballungsräumen etabliert hat: die Verbindung von Maßnahmen zur städtebaulichen Erneuerung mit der Förderung neuer Formen des Städtetourismus. In Abhängigkeit von den historischen Standortvoraussetzungen kann dabei die Konversion alter Industriestandorte in touristische Destinationen ein wichtiger Baustein sein. In diesem Zusammenhang können neue Geschäftsmöglichkeiten im Gast- und Freizeitgewerbe entstehen.

Diese Betriebe werden auf absehbare Zeit keinesfalls dazu in der Lage sein, etwa durch ihre Steuerzahlungen die erheblichen öffentlichen Kosten auszugleichen, die durch die Sanierung altindustrieller Brachen entstehen. Die vorliegende Studie beleuchtet, inwieweit sich im Ruhrgebiet ein neuer städtetouristischer Wirtschaftszweig entwickeln konnte, ohne bereits eine Kosten-Nutzen-Analyse im Hinblick auf den Einsatz öffentlicher Gelder bei der Revitalisierung von Industrieflächen vorweisen zu können. Auch wenn sich die Analyse auf die Bruttoeffekte

Tourismus im Ruhrgebiet

der Förderung beschränken muss, liefert sie doch Anhaltspunkte darüber, ob und unter welchen Bedingungen Altindustriestandorte überhaupt für den Aufbau städtetouristischer Destinationen in Frage kommen.

In den vergangenen 20 Jahren haben sich eine Reihe von Autoren aus der Perspektive der Regionalökonomie und Wirtschaftsgeographie mit der Entwicklung des Kultur- und Industrietourismus in alten Industrieregionen auseinandergesetzt, insbesondere in Schweden, den USA, Großbritannien, aber auch in Deutschland (Soyez 1988, 1989; Schmidt 1988; Maier et al. 1989; Maier 1994; West 1988; Hüchering 1997, 1999; Conzen 2001; Helfer 2001, 2004; Gelhar 2005; Biermann 2005; Steinecke 2006).

Daneben existiert eine umfangreiche Literatur zu grundsätzlichen Fragen der Stadterneuerung bzw. der Regionalentwicklung in alten Industrieregionen und den damit verbundenen Governance-Prozessen (Fürst 2003). Sie betonen die Bedeutung breiter gesellschaftlicher Mitbestimmung bei Planungs- und Entscheidungsprozessen i.S. einer Bottom-Up-Strategie. Dabei steht insbesondere die Einbindung von Bürgerinitiativen, Unternehmensvereinigungen und weithin anerkannten Einzelpersonen aus solchen Netzwerken („local leader“) im Fokus, wenn es um Maßnahmen geht, die sehr einschneidend auf das Leben auf lokaler Ebene einwirken (Danyelzyk, Wood 1993; Purdue 2001; Healey 2002; Middleton et al. 2005).

Bisher wurden die beiden Forschungsrichtungen zu Kultur- bzw. Industrietourismus und Stadterneuerung nur selten in Untersuchungen zusammengeführt. Somit besteht noch erheblicher Erkenntnisbedarf zu den wechselseitigen Wirkungen von öffentlich geförderten Maßnahmen in diesen beiden Politikfeldern und den dadurch induzierten tourismuswirtschaftlichen Entwicklungsprozessen. Bemerkenswerte Ausnahmen bilden dazu u.a. die Arbeiten von Law (1992) and Lanegran/Smith (2009). Diese Autoren diskutieren jeweils an Beispielen aus den USA, wie sich Unternehmen, öffentliche Verwaltung, politische Entscheidungsträger und Intermediäre aus dem Bereich Wirtschaftsförderung gemeinsam engagieren, um durch Maßnahmen der Stadt(-teil)-erneuerung touristische Potenziale zu kreieren bzw. in Wert zu setzen. Law (1992) verweist dabei auch auf die Tatsache, dass die positiven Effekte der Entwicklung des Tourismus im Kontext städtebaulichen Wandels offensichtlich nicht allen Bevölkerungsgruppen in den entsprechenden Stadtgebieten zum Vorteil gereichen.

1. Städtetourismus in altindustrialisierten Ballungsräumen

Auch Evans (2005) und Wood (2007) zeigen am Beispiel Großbritanniens die Risiken auf, die sich bei einer auf Tourismus und (Event-)Kultur ausgerichteten Revitalisierungsstrategie für altindustrialisierte Stadträume hinsichtlich realer Entwicklungskosten, letztendlich eintretender Erfolge, Probleme und neuer Entwicklungsperspektiven für verschiedene Gruppen der städtischen Gesellschaft ergeben. Um damit verbundenen Konflikten entgegenzuwirken, wird in der jüngeren Literatur zunehmend die Bedeutung einer umfassenden Partizipation vieler verschiedener Interessengruppen der Stadtbevölkerung, einschließlich kleiner Gewerbetreibender bzw. Gründer hervorgehoben (Thomas, Thomas 2006 für die Situation in den USA).

1.2 Ziel, Leitfragen und Struktur der Studie

Die vorliegende Studie verfolgt das Ziel, die Entwicklung der Tourismuswirtschaft im Ruhrgebiet, in der Subregion Mülheim/Ruhr-Essen-Oberhausen (IHK Bezirk MEO) und insbesondere in der Stadt Essen im Kontext des umfassenden Strukturwandels zu analysieren. Dabei geht es vor allem darum, den Entwicklungspfad bis zum Beginn des touristischen Großereignisses „Ruhr 2010 – Europäische Kulturhauptstadt“ zu untersuchen. Die bis dahin gewachsenen Strukturen haben schließlich dazu geführt, dass dieser Titel überhaupt – und für viele Beobachter anfangs offenbar völlig überraschend – an das Ruhrgebiet vergeben wurde. Zudem ist es dieses in zwei Jahrzehnten entstandene Fundament, auf welchem sich die Tourismuswirtschaft der Region in den kommenden 10 Jahren konsolidieren muss, um sich dauerhaft als ein ernst zunehmender Konkurrent im städte-touristischen Wettbewerb auf nationaler und europäischer Ebene zu etablieren.

Im Mittelpunkt unserer Analyse steht deshalb die Angebotsseite und hierbei v.a. das Beherbergungswesen. Betrachtet werden auch jene Reiseveranstalter, welche spezielle industrie- und kulturtouristische Angebote unterbreiten. Dabei wird das Augenmerk auf die Position und Entwicklungsperspektiven klein(st)er Unternehmen gelenkt. Die neun Leitfragen unserer Studie lauten somit:

1. Konnte sich das Ruhrgebiet seit 1990 zu einem ernsthaften Wettbewerber im Städtetourismus entwickeln?
2. Welche spezifischen Standortvorteile bzw. Alleinstellungsmerkmale besitzt die Destination Ruhrgebiet?
3. Wie wurden die Standortvorteile des Ruhrgebiets bisher genutzt und in touristischen Konzepten umgesetzt? Welche Rolle spielen dabei Maßnahmen der Stadterneuerung?

Tourismus im Ruhrgebiet

4. Wie ist die Tourismuswirtschaft auf der regionalen, kommunalen und lokalen Ebene organisiert? Inwieweit haben Politik, Verwaltung und Wirtschaftsförderung auf verschiedenen Ebenen zur Entwicklung des Tourismus im Ruhrgebiet beigetragen?
5. Wie sind die Stadtteile mit ihren Bewohnern, Unternehmen und Institutionen in die Entwicklung des Tourismus einbezogen? Inwieweit profitieren sie unmittelbar von der Entwicklung?
6. Wie entwickelten sich bisher die Strukturen im Übernachtungsgewerbe? Welche Position nehmen Kleinunternehmen bzw. Gründer ein?
7. Welche Entwicklungsperspektiven ergeben sich für das Ruhrgebiet nach dem Abschluss des Kulturhauptstadtjahres 2010 im Wettbewerb mit anderen städtetouristischen Destinationen?
8. Welche Funktionen sollten (semi-)öffentliche Einrichtungen der Wirtschaftsförderung bei der weiteren Entwicklung des Ruhrgebietstourismus erfüllen?
9. Welche Entwicklungsperspektiven ergeben sich für das Kleingewerbe in der Tourismusbranche nach Abschluss des Kulturhauptstadtjahres 2010?

Die Studie ist in neun Kapitel gegliedert. Dieser Einführung folgt im zweiten Kapitel eine Vorstellung konzeptioneller Ankerpunkte. Im Kapitel 3 ist das Untersuchungsdesign beschrieben. In den folgenden Kapiteln 4 bis 8 werden die Forschungsfragen bzw. damit angesprochenen Themenkreise systematisch von der nationalen bis zur lokalen Betrachtungsebene behandelt. In der Tabelle 1 ist im Überblick dargestellt, wie dabei die wesentlichen thematischen Schwerpunkte mit den einzelnen geographischen Maßstabsebenen und Raumeinheiten verbunden sind.

Im abschließenden neunten Kapitel werden die Antworten auf unsere o.g. Leitfragen zusammengefasst. Dabei wird das Ruhrgebiet als neuer Wettbewerber im Städtetourismus charakterisiert (Abschnitt 9.1 – Leitfragen 1 bis 3), die Position kleiner Unternehmen und lokaler Akteure im Entwicklungsprozess der Tourismuswirtschaft dargestellt (Abschnitt 9.2 – Leitfragen 4 bis 6) und es werden Herausforderungen und Handlungsoptionen für die weitere Entwicklung des Tourismus an Emscher und Ruhr benannt (Abschnitt 9.3 – Leitfragen 7 bis 9).

2. Konzeptionelle Ankerpunkte

Tabelle 1

Thematische Schwerpunkte und geographischer Fokus der Studie

Kapitel	Raumeinheit	Thematische Schwerpunkte
1	-	Einleitung
2	-	Forschungsstand
3	-	Untersuchungsdesign
4	Deutschland	- Ausgangsposition des Ruhrgebiets im touristischen Wettbewerb - Vergleich der Wettbewerbsposition des Ruhrgebiets mit den wichtigsten städtetouristischen Destinationen in Deutschland
5	Ruhrgebiet	- Entwicklung der Tourismuspolitik, -infrastruktur, -wirtschaft - konzeptionelle Ansätze zu regionaltypischem Tourismus
6	IHK-Bezirk Essen	- städtetouristische Potenziale von Mülheim/Ruhr, Essen, Oberhausen - Entwicklung und Größenstruktur des Hotelgewerbes
7	Stadt Essen	- sozialräumliche Gliederung und touristische Standortmuster - Entwicklung des Übernachtungsgewerbes - Kleinunternehmen/Gründer im Übernachtungsgewerbe - Entwicklung der Gästestruktur im Kontext des Industrietourismus
8	Essener Nordosten	- Inwertsetzung des touristischen Potenzials an altindustrialisierten Standorten durch politische und soziale Netzwerke - Verbindung von Stadterneuerung und Tourismusförderung - Entwicklungsbedingungen und Förderansätze für Kleinunternehmen und Gründer im Tourismussektor - Organisation der Tourismuswirtschaft
9	Ruhrgebiet	- Potenziale und Herausforderungen der weiteren Entwicklung - Positionierung von Kleinunternehmen/Gründern - Funktionen (semi-)öffentlicher Einrichtungen im Tourismus

2. Konzeptionelle Ankerpunkte

2.1 Erfolgsfaktoren im Städtetourismus

Städtetouristische Aktivitäten sind hinsichtlich ihrer Motive und Formen sehr vielfältig und oft in sehr unterschiedlicher Weise miteinander verknüpft, z.B. Messebesuche, Konferenzen, Geschäftstreffen, Besuche von großen Veranstaltungen mit Eventcharakter oder von Ausstellungen und Museen (Anton, Quack 2005).

Aus Sicht der Anbieter von Übernachtungen, Führungen u.a. ist zu berücksichtigen, dass Reisende oft sehr selbständig und flexibel ihre Aufenthalte gestalten. Zudem übernachten sie oft in Privatquartieren bei Verwandten oder Bekannten. Durch die immer komfortablere Anbindung großer Städte an Schnellbahnnetze

Tourismus im Ruhrgebiet

und Flugverkehr sind Touristen zudem sehr flexibel hinsichtlich An-/Abreise und Verweildauer in einer Stadt oder in einer städtischen Agglomeration. Somit müssen touristische Attraktionen nicht automatisch mit guten Geschäftsbedingungen für Beherbergungsbetriebe einhergehen. Einzelhandel und Gastgewerbe mögen dagegen sehr von Tagestouristen profitieren (Langrebe 2005: 7-8).

Für die Nachfrageseite in vielen europäischen Städten und insbesondere in Deutschland ist festzuhalten, dass seit rund zwei Jahrzehnten die Zahl der Städtetouristen tendenziell ansteigt und auch die Zahl der durchschnittlichen Übernachtungen zunimmt (WTO 2005). Ein hoher Teil von Städtetouristen verbringt bei einer Städtereise zwei Nächte am Ort. Städtereisen stellen mithin ein immer beliebteres Wochenendvergnügen dar. Und der Trend zur durchschnittlich längeren Verweildauer hält an. Weiterhin ist der Umstand charakteristisch, dass im Städtetourismus höhere Ausgaben durch die Besucher am Zielort getätigt werden als bei anderen Tourismusformen (Eisenstein, Rosinski 2004; DTV 2006). Derzeit entfallen auf die gesamten touristischen Umsätze in Deutschland – je nach Berechnungsart – etwa zwischen 40 und 45% auf die Großstädte (Harrer 2005: 27).

Auf der Angebotsseite ergeben sich für den Städtetourismus in Deutschland folgende längerfristige Tendenzen (Vorlaufer 1993; Eisenstein, Gruner 2004):

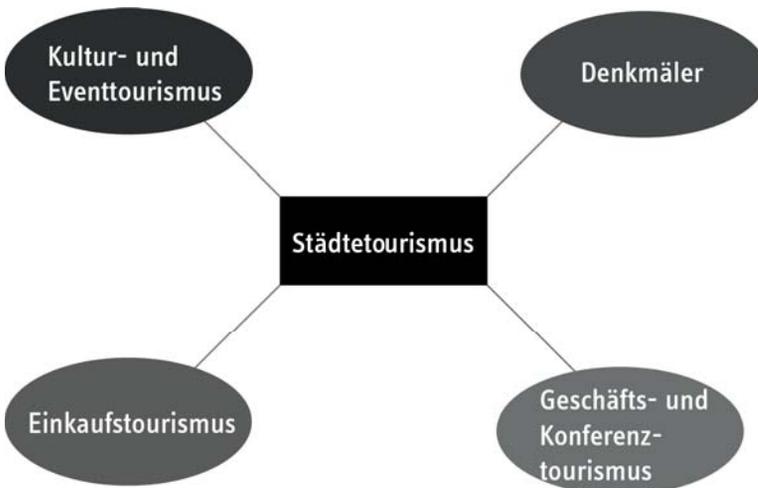
- ☐ eine Ausweitung der Bettenkapazitäten bei sinkendem Auslastungsgrad,
- ☐ eine relative Verringerung des Angebots preiswerter Übernachtungsmöglichkeiten,
- ☐ ein steigendes Bettenangebot im höherpreisigen Segment bei einem zunehmenden Gewicht international operierender Hotelketten.

Da in Europa der Städtetourismus – insbesondere die Form des Kulturtourismus – ein sehr wettbewerbsintensiver Markt ist, stehen die Anbieter unter Druck, mittels innovativer Konzepte Alleinstellungsmerkmale zu erarbeiten und neue Marktnischen zu besetzen bzw. erst einmal zu schaffen (Steinecke 2002a,b). Vor diesem Hintergrund stellen Palmer & RAE (2004) bezüglich solcher Großveranstaltungen wie dem Programmjahr „Europäische Kulturhauptstadt“ fest, dass Mega-Events allein kaum ausreichend sein dürften, um eine altindustrialisierte Stadt(-region) – wie z.B. Glasgow als Europas Kulturhauptstadt in den 1990er Jahren – dauerhaft als attraktive Destination im Bereich des Städtetourismus zu etablieren, geschweige denn dadurch auch noch den sozioökonomischen Transformationsprozess schnell und nachhaltig zu vollziehen. Nichtsdestotrotz kann solch ein Großereignis mit internationaler Ausstrahlung positiv zum Strukturwandel und

2. Konzeptionelle Ankerpunkte

Schaubild 1

Wesentliche Elemente eines städtetouristischen Konzepts



Eigene Darstellung.

Imagewandel in einem Ballungsraum beitragen, wenn es in langfristig ausgerichtete Maßnahmen der baulichen, sozialen und wirtschaftlichen Revitalisierung eingebettet ist (Joly 2003).

Mit Blick auf die Entwicklung eines altindustrialisierten Ballungsraumes wie des Ruhrgebiets zu einer Destination für den Städtetouristen ergibt sich als Fazit aus der gesichteten Literatur, dass Konzepte für die Tourismuswirtschaft auf mehreren Säulen ruhen sollten (u.a. Biermann 2005; Steiner 2005; Shaw, Cole 2005). Es gilt, möglichst zahlreiche unterschiedliche, miteinander kompatible Einzelangebote für Städtetouristen zu unterbreiten. Die Mixtur interessanter Angebote führt erfahrungsgemäß zu einer Verlängerung der Aufenthaltszeiten. Für das Ruhrgebiet sind vier Säulen der Tourismuswirtschaft erkennbar (Schaubild 1):

- ❏ Kultur und Großevents (hochwertige Theater-, Opern-, Konzert- und Museumsangebote, Musicals oder Rockkonzerte),
- ❏ Geschäfts- und Konferenztourismus (vermittelt über Unternehmenssitze, Messe- und Konferenzzentren sowie Hochschulstandorte),
- ❏ Einkaufstourismus,
- ❏ Kulturerbestätten.

Tourismus im Ruhrgebiet

Der Begriff des Kulturerbes kann sich auf einzelne architektonische Denkmäler, historische Stadtviertel, Park- und Gartenanlagen oder auch Industriegebäude beziehen. Bei den Industriedenkmalen kann es sich um einzelne Gebäude handeln oder um Gebäudekomplexe mit Freiflächen, die mehrere km² Fläche umfassen. Befinden sich mehrere Denkmäler der Industriekultur in gewisser räumlicher Nähe zueinander, ist auch die Formierung einer „Denkmälerroute“ möglich, ähnlich einer Schlösser- oder Burgenroute.

2.2 Industriekultur – Industrietourismus

Es ist naheliegend, bei der Entwicklung der Tourismuswirtschaft in einer altindustrialisierten Region einen Fokus auf die Nutzung industrietouristischer Potenziale zu legen. Dadurch eröffnet sich die Chance, die wirtschaftliche Erneuerung auf vorhandene Besonderheiten zu stützen und damit (Soyez 1986, 2006; Schmidt 1988; Mayer et al. 1989, 1994):

- ❑ das Bewusstsein für Industriegeschichte zu stärken und hierdurch Touristenströme anzuregen,
- ❑ die lokale Identität zu stärken und neue Zentren städtischen Lebens in den vom wirtschaftlichen Strukturwandel besonders stark betroffenen (Teil-)Räumen zu entwickeln,
- ❑ das Image der Stadt bzw. eines Ballungsraumes zu verbessern und neue Investoren zu gewinnen und
- ❑ die Sanierung der Standorte alter Industrieanlagen und ihres unmittelbaren Umfeldes, zu erreichen.

Die Inwertsetzung des touristischen Potenzials von Denkmälern der Industriekultur erfordert die Orientierung an einigen zentralen Erfolgsfaktoren und die Bewältigung zahlreicher Herausforderungen. Die Auseinandersetzung mit diesen in Tabelle 2 benannten Punkten durch politische Entscheidungsträger, Planer, Intermediäre der Wirtschaftsförderung sowie Unternehmen sollte hilfreich sein bei der Entwicklung und Implementierung einer adäquaten Tourismuspolitik.

Durch sie sollen professionelles Management und Marketing der Industriedenkmäler verknüpft werden mit breit angelegten Konzepten zur wirtschaftlichen und städtebaulichen Erneuerung altindustrieller Standorte. Letztendlich sollte dies in eine steigende Wertschöpfung bei den Unternehmen der Tourismusbranche münden, d.h. im Hotel- und Gastronomiebereich, aber auch bei lokalen Reiseveranstaltern als den Anbietern von geführten Besichtigungen oder mehrtägigen Besuchspaketen (West 1988; Hüchering 1999; Helfer 2004).

2. Konzeptionelle Ankerpunkte

Tabelle 2

Erfolgsfaktoren und Herausforderungen der touristischen Inwertsetzung altindustrialisierter Standorte

Erfolgsfaktoren	Herausforderungen
unkonventionelle Kombination von industrietouristischen Angeboten mit anderen kulturellen und touristischen Aktivitäten in der gleichen Stadt bzw. Region	Kosten für Dekontamination, Sanierung/ Umbau
authentische Präsentation der Industriedenkmäler und umliegender Wohnviertel, um nicht nur einen technisch geprägten sondern auch einen emotionalen Einblick in die Lebens- und Arbeitswelt zu erhalten	Integration neuer Formen der Flächennutzung mit Konzepten der Stadterneuerung
kohärentes touristisches Marketingkonzept	„Trauma“ der Bewohner, die ihre ehemalige wirtschaftliche Basis verloren haben
transparentes Standortmanagement und Aufteilung der Kompetenzen in den Bereichen Tourismus, Kultur, Standortmarketing und räumliche Entwicklung	Mentale Einstellung der Bürger: fehlende Verbindung zwischen Industrie – Kultur – Erholung
Kooperation mit lokalen Initiativen zur Erzeugung öffentlicher Akzeptanz	Ungeklärte Besitzrechte
Zuverlässige finanzielle Unterstützung durch öffentliche und private Quellen in der lang anhaltenden Umstrukturierungsphase	Ungeklärte finanzielle Zuständigkeiten für Erhaltung und Umbau altindustrieller Standorte Ungeklärte Zuständigkeiten hinsichtlich des langfristigen Management der industrietouristischen Standorte

Quellen: Soyez 1993; Ebert 2004; Wolf 2005.

Strukturpolitische Ansätze zur Förderung des Städtetourismus fokussieren weltweit auf die Bildung strategischer Partnerschaften und Allianzen zwischen Wirtschaftsakteuren und (halb-)staatlichen Institutionen und zielen dabei meist auf die Verbesserung touristischer Infrastrukturen oder Marketingmaßnahmen. Solche lokalen und regionalen Kooperationen scheinen ein wichtiger Erfolgsfaktor in diesem sehr umkämpften Markt zu sein (Steingrube 2004).

Diese Art der Zusammenarbeit entsteht häufig im Laufe des Konversionsprozesses stillgelegter Industrieareale. Die Literatur zu Standorten des Industrietourismus zeigt, dass Kooperationen zwischen öffentlichen Institutionen, lokaler Bevölkerung und Wirtschaftsinitiativen die Basis für eine Marktkapitalisierung von Industriedenkmälern ist (Soyez 1986 a, b, 1993; Thomas, Thomas 2006). Die Inbezugnahme lokaler "Communities" (Akteure) hat zahlreiche Facetten. Diese umfassen Diskussionen und Entscheidungen wie z.B.:

Tourismus im Ruhrgebiet

- ❏ Wie gelingt die Erhaltung verfallener Standorte, deren Organisation und Finanzierung?
- ❏ Wie sind die Eigentumsverhältnisse geregelt, wer erhält Nutzungsrechte nach einer Renovierungsmaßnahme?
- ❏ Wie kann ein transparentes Flächenmanagement organisiert werden?
- ❏ Wie können benachbarte Stadtteile von den Denkmälern profitieren (und umgekehrt)?

Mit Blick auf das Ruhrgebiet gelangt auch der konzeptionelle Ansatz "touristische Straßen & Routen" in den Fokus. Er wurde ursprünglich für eher ländlich geprägte Räume konzipiert, z.B. Schlösser- und Gartenrouten, Straßen mittelalterlicher Burgen und Kleinstädte, Weinstraßen und ähnliches. Maier (1994) zeigt für die Region Franken auf, dass sich solche Konzepte auch für den Industrietourismus nutzen lassen. Die entsprechenden Beispiele für die Kombination von Routen zum Brauereiwesen oder der Porzellanherstellung zielen wiederum auf eher ländlich geprägte Räume mit gewissen naturräumlichen Attraktionen als "Hintergrund". Zudem lassen sich die im Fokus stehenden Produkte beinahe automatisch mit anderen touristischen Attraktionen kombinieren (z.B. Wandern und anschließender Brauereibesuch). Im Fall einer urbanisierten Alt-Industrieregion wie der des Ruhrgebiets stellt sich die Situation jedoch nicht so einfach dar. Zu fragen ist hier, ob und wie die zahlreichen und relativ dispers verteilten industrietouristischen Attraktionen konzeptionell und praktisch nutzbar miteinander verbunden werden können, z.B. über ein Routen- oder ein Zonen-Konzept. Zudem scheint die bloße Verbindung industrietouristischer Attraktionen in einem relativ großen Territorium für sich genommen nicht ausreichend Anziehungskraft für eine städtische Agglomeration zu entfalten. Allerdings laden viele eigenwillig gestaltete architektonische Monumente wie Industriebauten der Montanwirtschaft dazu ein, bis dato einmalige kultur- und eventtouristische Angebote als zweites Standbein zu entwickeln (Biermann 2005).

2.3 Governance der tourismusorientierten Stadt- und Regionalentwicklung - Analyse eines Ebenen übergreifenden Prozesses

Mehrere Studien zum kultur- und tourismusbasierten Stadtumbau unterstreichen im Zusammenhang mit großen Eventveranstaltungen wie dem Projekt „Kulturhauptstädte Europas“ die Bedeutung der breiten Einbindung vieler nicht-staatlicher Akteure und Interessenvertreter in Planung und Umsetzung entsprechender Entwicklungsstrategien und -maßnahmen (Roth 1999; Hughes et al. 2003; Wood 2007). Solch ein Governanceprozess – also die gesellschaftliche Mitbestimmung

2. Konzeptionelle Ankerpunkte

der lokalen Öffentlichkeit bei Planungs- und Entscheidungsprozessen die das eigene soziale und wirtschaftliche Umfeld ganz unmittelbar betreffen – kann dem allzu starken Einfluss regionaler Eliten vorbeugen und somit eine breite öffentliche Akzeptanz sichern (Forrest, Keanes 2001; Fürst et al. 2004).

Die Erfahrungen aus Glasgow (1990) und Rotterdam (2001) zeigen, dass eine breite Akzeptanz notwendig ist, um ein neues urbanes Image zu erzeugen, das helfen kann, neue Investoren anzuziehen (Boyle, Hughes 1991; Go et al. 2000; Richards, Wilson 2004). Im Gegensatz dazu zeigt das Beispiel Weimar 1999, dass der Ausschluss der Öffentlichkeit bei lange andauernden Planungsprozessen auf kommunaler und Landesebene zum Scheitern wichtiger Programmmodule geführt hat. Ein Teil der Weimarer Altstadt konnte nicht wie von Politik und Verwaltung geplant, saniert und entwickelt werden (Frank, Roth 2000).

Neben der Debatte um die Einbeziehung lokaler Öffentlichkeit richtet die Forschung einen weiteren Fokus auf die Einbeziehung kleiner Unternehmen in die Tourismusentwicklung. Mendlinger et al. (2009) untersuchten dazu die Verhältnisse in der sich neu entwickelnden Tourismusbranche des Black Stone Valley/Rhode Island, einer Wiege der US-amerikanischen Textilindustrie. Die Autoren stellen heraus, dass kleine Beherbergungsunternehmen in einer altindustrialisierten Region sehr spezifische Bedürfnisse haben, um in einem für die Region neuen Wirtschaftszweig dauerhaft Fuß zu fassen. Im Rahmen von Vorhaben nach dem Prinzip der Public-Private-Partnership (PPPs) kommt (semi-)öffentlich getragenen Einrichtungen der Tourismusförderung die Aufgaben zu, neben der klassischen Vermarktung einer Destination auch Maßnahmen zur Unternehmensentwicklung durchzuführen, insbesondere Schulungsprogramme für junge Unternehmer zur Verbesserung ihrer täglichen Betriebspraxis. Daneben liegt der Schwerpunkt von PPPs in der Organisation öffentlicher Finanzierungshilfen für den Ausbau touristischer Infrastruktur in einer Form, die dazu beiträgt weitere private Investitionen im Tourismus zu induzieren. Ab einem bestimmten Zeitpunkt stellt sich zudem die Frage, inwieweit sich (halb-)staatliche Tourismusförderung mit seinen Organisationen nach einer Startphase von reinen unternehmerischen Tätigkeiten aber auch von Instandhaltungsarbeiten der Infrastruktur zurückzieht, da dies nun von privaten Anbietern im öffentlichen Auftrag übernommen werden kann. Als dauerhafter Schwerpunkt (halb-)staatlicher Tourismusförderung rückt die strategische Planung der Tourismusentwicklung und Außendarstellung einer Region in den Fokus, unter Einbeziehung der kleinen Tourismusunternehmen bzw. ihrer Interessenvertreter (Thomas 2007).

Tourismus im Ruhrgebiet

In diesem Zusammenhang heben einige Autoren die starke Abhängigkeit gerade kleiner Firmen vom Verlauf der Governance-Prozesse zum regionalen Strukturwandel hervor (cf. Reed 1997; Thomas 2007). Um von gemeinschaftlich getragenen Entwicklungsprozessen zu profitieren, müssen Kleinunternehmen verstehen, wie die sozialen und politischen Machtbeziehungen auf lokaler und regionaler Ebene funktionieren. Sie benötigen dazu Interessenvertretungen und über diese gut funktionierende Beziehungen zu politischen Entscheidungsträgern auf verschiedenen Maßstabebenen (Kommune, Region, Bundesland/-staat), um die eigenen Ziele zu erreichen (Thomas, Thomas 2005, 2006).

An dieser Stelle rückt das seit zwei Jahrzehnten in der Geographie sehr intensiv debatierte Konzept der geographischen Maßstabebenen in den Fokus (Marston 2000). Geographische Ebenen dienen einerseits als Orientierungsrahmen, um das Verständnis von Phänomenen zu erleichtern, die mit politischen, sozialen und wirtschaftlichen Prozessen verbunden sind (Herod 2003: 229). Hierzu greifen Geographie, Regionalökonomie und Raumplanung sehr pragmatisch und seit vielen Jahrzehnten auf das klassische, aber schwer zu quantifizierende Strukturierungsmodell von lokaler – regionaler – nationaler – globaler Ebene zurück (Delaney 1997).

Die seit den 1990er Jahren in den Politik-, Sozial- und Wirtschaftswissenschaften geführten Debatten um Globalisierung und „Glokalisierung“ hat auch dazu ange-regt, zu analysieren inwiefern Akteure aus Wirtschaft und Gesellschaft über verschiedene geographische Maßstabebenen hinweg miteinander im Kontext poli-tischer Prozesse in Beziehung stehen (Swyngedouw 1997a: 170). Geographische Ebenen bilden in dieser Sichtweise vielmehr einen Rahmen zum Verständnis sehr dynamischer politischer Prozesse zur Austragung wirtschaftlicher und sozialer Interessenkonflikte, in deren Verlauf Strukturen und Aktivitäten auf lokaler Ebene – mitunter räumlich und zeitlich stark versetzt – von (vermeintlich unerwar-ten) Entscheidungen in globalen Kontexten abhängen (1997b: 140–141, Brenner 1998: 464 mit Bezug zu Harvey 1982). Mittlerweile wird die Sichtweise von Ebenen übergreifenden Prozessen nicht nur auf die beiden Extreme vom lokalen und glo-balen Maßstab bezogen. Sie wird verstärkt eingesetzt, um Entwicklungsprozesse in Kommunen und Regionen zu analysieren, die ihrerseits in einen nationalstaat-lichen Rahmen eingebettet sind (Paasi 2004; Mansfield 2005).

In dieser Studie nutzen wir beide Konzepte von geographischen Ebenen. Die „klas-sische“ Gliederung (lokal, regional, national, global) nehmen wir auf, um Struk-turen und Prozesse der Tourismusedwicklung im Ruhrgebiet in ihrer räumlichen Anordnung besser verständlich zu machen. Die jüngere, auf die simultane Ein-

3. Methodische Basis und Studiendesign

bettung des wirtschaftlichen Handelns in verschiedene räumliche Betrachtungsebenen gerichtete Sichtweise wenden wir an, um die ablaufenden Governance-Prozesse zu untersuchen.

3. Methodische Basis und Studiendesign

Um die Etablierung des Tourismus als neue Dienstleistungsbranche in den vom Strukturwandel betroffenen städtischen Ballungsräumen und ihren Teilräumen zu untersuchen, nutzen wir die relationale bzw. die evolutorische Perspektive der Wirtschaftsgeographie als Ausgangsbasis.

Dieses in theoretischer wie methodischer Hinsicht neue wirtschaftsgeographische Grundkonzept untersucht den Einfluss regionaler und historischer Rahmenbedingungen auf die Prosperität der wirtschaftlichen Akteure und greift dabei Ansätze der Soziologie und Institutionenökonomie auf, die bereits seit Längerem in der Innovations- und Entrepreneurship-Forschung berücksichtigt werden. Diesen Überlegungen zu Folge sind Unternehmen zu einem bestimmten Zeitpunkt durch spezifische Kommunikations- und Geschäftsbeziehungen eng mit Zulieferern, Konsumenten und Organisationen verbunden, d.h. ihr wirtschaftlicher Erfolg hängt stark von überbetrieblichen Verflechtungen ab (Granovetter 1985; Grabher 1993). Zudem beeinflussen wirtschaftliche Entscheidungen, Aktivitäten und Interaktionen der Vergangenheit die aktuelle Aktivität der wirtschaftlichen Akteure, d.h. zu einem gewissen Grad ist diese das Ergebnis einer standortspezifischen ökonomischen Evolution (Martin, Sunley 2010; Bathelt, Glückler 2003: 128–129), wobei es allerdings gerade im regionalen Standortwettbewerb immer wieder zum Aufstieg und Niedergang dominanter Wirtschaftszweige kommt.

Unter den Stichworten „Triangulation“ bzw. „Mixed-Methods-Design“ ist in der interdisziplinären Tourismusforschung ein Forschungsansatz vorzuziehen, der auf die sinnvolle Kombination verschiedener empirischer und theoretischer Perspektiven setzt (Bryman 1995; Brannen 1995; Downward, Mearman 2007; Flick 2008; Plano Clark, Creswell 2008; Staber 2010).

Die dieser Arbeit zu Grunde liegenden Analysen wurden ursprünglich initiiert als Teil einer Evaluation des Stadterneuerungsprogramms „Soziale Stadt“ im Bundesland Nordrhein-Westfalen. Diese Evaluationsstudie untersuchte Strategien und Ergebnisse unterschiedlicher Aktivitäten zur lokalen Wirtschaftsentwicklung in sechs städtischen Regionen Nordrhein-Westfalens, vornehmlich im Ruhrgebiet. Eines der Fallbeispiele widmete sich der Stadt Essen. Hier fokussierte sich die

Tourismus im Ruhrgebiet

Untersuchung auf die Entwicklung der Tourismuswirtschaft – mit dem Schwerpunkt Industriekultur – welche durch das Stadtentwicklungsprogramm unterstützt wurde (Neumann et al. 2007).

Basierend auf den Ergebnissen dieser Studie beschäftigte sich die weiterführende Forschung mit den Voraussetzungen und Potenzialen von Kultur- und Industrietourismus im Ruhrgebiet im Zusammenhang mit dem Projekt „Europäische Kulturhauptstadt RUHR.2010“. Die Analyse konzentrierte sich auf partizipative Ansätze, die mit der Verbesserung touristischer Infrastruktur verbunden sind und mit Politikansätzen zur Tourismusedwicklung bis zum Jahr 2010.

Im Rahmen der o.a. Evaluationsstudie zum Programm „Soziale Stadt NRW“ wurden mit Bezug zum Tourismus im Essener Nordosten persönliche Befragungen von Unternehmern, Interviews mit deren Interessenvertretern, Workshops mit lokalen Entscheidern für Wirtschaftsentwicklung, Dokumentenanalysen sowie statistischer Analysen auf Basis von programmbezogenen Umfrage- und Verwaltungsdaten durchgeführt. In Essen wurden in diesem Zusammenhang im Zeitraum 2005 bis 2006 acht Interviews mit Entscheidungsträgern und Experten durchgeführt (Neumann et al. 2007). Nach Abschluß der Evaluationsstudie wurden im Zeitraum 2007 bis 2011 weitere elf persönliche Interviews durchgeführt.

Seit dem Jahr 2005 bis zum Beginn des Jahres 2011 hat das Autorenteam in Zusammenarbeit mit dem Verkehrsverein Kulturlandschaft Zollverein (VKZ) eine laufende Auswertung der vermittelten Übernachtungen an Kleinunternehmen aus dem Essener Beherbergungsgewerbe vorgenommen. Dabei wurde auch die geographische Herkunft der Gäste und die Bedeutung verschiedener Quellorte untersucht.

Im Zeitraum 2009 bis 2010 wurde eine Analyse der Datenbank der IHK zu Essen vorgenommen, um die genaue Entwicklung der Hotelindustrie sowie der Kleinunternehmen im Beherbergungsgewerbe (Frühstückspensionen/Bed & Breakfast – B&B) zu untersuchen. In gleicher Weise ging das Team im Jahr 2010 vor, um die Entwicklung der Hotelbranche in den beiden anderen Städten des IHK-Bezirks – Mülheim, Oberhausen – zu studieren. Zusätzlich zu diesen beiden Arbeiten wurden in der Stadt Essen im Jahr 2010 kurze Telefoninterviews mit 62 der insgesamt 102 Kleinunternehmen des Essener B&B-Sektors durchgeführt, um die Informationsbasis zu erweitern (Zeitpunkt der Gründung, Kapazitätsentwicklung, Gründungsmotive).

4. Das Ruhrgebiet im nationalen Vergleich

Den letzten Untersuchungsschritt stellte eine internetbasierte Analyse im Herbst 2010 dar, bei der das räumliche Muster der Etablierung (semi-)öffentlicher Einrichtungen der Tourismusförderung in den Kommunen des Ruhrgebiets erfasst wurde. Ergänzend dazu wurden kurze Telefoninterviews bei 35 Einrichtungen durchgeführt, um die Informationsbasis zu vervollständigen.

4. Das Ruhrgebiet im nationalen Vergleich: Strukturwandel und Entwicklung des Tourismus

4.1 Ruhrgebiet – Das deutsche Labor für sozioökonomische Veränderungen

Nach Abgrenzung des Regionalverbandes Ruhr (RVR; Schaubild 2), erstreckt sich das Ruhrgebiet über eine Fläche von 4.435 km² und wird von 5,2 Millionen Einwohnern bewohnt. Sie leben in 11 Kernstädten und in einer äußeren Zone, die vier Landkreise mit weiteren 42 Städten und Gemeinden umfasst (RVR 2007). Damit ist das Ruhrgebiet die größte urbane Agglomeration in Deutschland und in Kombi-

Schaubild 2

Deutschland und das Ruhrgebiet: Lage und demographische Indikatoren

2008



Quelle: Statistisches Bundesamt.

Tourismus im Ruhrgebiet

nation mit der benachbarten Region – der sog. „Rheinschiene“ von Bonn – Köln – Düsseldorf – mit rund 11 Millionen Einwohnern eine der größten urbanen Regionen in Europa.

Im Zuge des wirtschaftlichen Wandels nahm in den vergangenen 50 Jahren die Bedeutung von Kohlebergbau, Stahlproduktion und Metallverarbeitung massiv ab während sich neue, wissensintensive Industrien und Dienstleistungen stärker etablierten (Hamm, Wienert 1990; Butzin et al. 2006).

Für die Stadt Essen spielt dabei u.a. die Funktion als Sitz der Hauptzentralen großer Unternehmen eine wichtige Rolle. Das gilt mit Blick auf die Ansiedlung unternehmensnaher Dienstleistungen sowie für die mit den Konzernzentralen verbundene Attraktivität als Messe- und Konferenzstandort. Besonders bedeutsam sind die hier gelegenen Hauptsitze großer Energie-, Bau-, Handels- und Mischkonzerne (RWE, Evonik, Hochtief, Karstadt, Aldi, Tengelmann, Deichmann). Die kürzlich erfolgte Rückkehr der Konzernzentrale von ThyssenKrupp aus Düsseldorf nach Essen spielt in diesem Zusammenhang eine wichtige Rolle. Die Zentrale siedelte sich 2009/2010 auf dem vollständig umgestalteten Areal der früheren Essener Krupp-Werke an, in unmittelbarer Nachbarschaft zum alten Wohnhaus der Gründerfamilie Krupp aus dem 19. Jahrhundert.

Auch die kulturelle Basis, die ein facettenreicher Städtetourismus an Emscher und Ruhr benötigt, wurde erfolgreich in den letzten Jahrzehnten geschaffen. Das Ruhrgebiet verfügt nunmehr über vier Universitäten, eine Universität der Künste (Folkwang Universität) sowie acht Fachhochschulen. Weiterhin sind fünf Opern- und Balletthäuser, sechs Orchester, acht Theater und drei Musical-Theater in der Region ansässig. Dazu kommen rund 150 öffentliche Museen und Galerien, 30 öffentliche soziokulturelle Zentren und 175 private Kunstgalerien sowie 150 freie Theatergruppen (RVR 2007b).

Drei international hoch anerkannte Kunstfestivals haben das Bild des Ruhrgebiets als ein Standort hochwertiger, innovativer Theater- und Musikangebote geprägt. Zu erwähnen ist hierbei das große Engagement der Ruhrgebietsunternehmen, welche helfen, die wirtschaftliche Nachhaltigkeit der Veranstaltungsreihen zu sichern.

- ☒ Die Ruhrfestspiele in Recklinghausen – und im benachbarten Theater Marl – sind das älteste und zugleich eines der größten europäischen Theaterfestivals. In seinem Rahmen finden jährlich mehrere Ur- und Erstaufführungen statt. Das Festival wurde im Sommer 1947 durch 150 Schauspieler der drei Hambur-

4. Das Ruhrgebiet im nationalen Vergleich

ger Staatstheater initiiert. Unter dem Motto „Kunst gegen Kohle“ dankten sie den Kumpel der Zeche „König Ludwig 4/5“ in Recklinghausen, welche im vorhergehenden Winter 1946/47 die Hamburger Theater zusätzlich mit dringend benötigter Kohle versorgten (www.ruhrfestspiele.de).

- i** Mit jährlich über 60.000 Besuchern in ca. 50 – 70 Konzerten hat sich das 1995 begründete Klavierfestival Ruhr mittlerweile zum größten Ereignis seiner Art weltweit entwickelt. Neben den öffentlichen Konzerten der berühmtesten Pianisten werden auch internationale Meisterkurse durchgeführt.
- i** Seit dem Jahr 2002 findet die Ruhrtriennale statt. Es ist ein internationales spartenübergreifendes Festival für Musik, Theater, Literatur und Tanz. Als Aufführungsorte dienen vielfach große Räumlichkeiten in den renovierten Industriedenkmälern des Ruhrgebiets (Kapitel 5).

Auch im Bereich der Filmkunst spielt das Ruhrgebiet auf nationaler wie internationaler Ebene eine beachtenswerte Rolle. Das Essener Filmtheater „Lichtburg“ ist ein Architekturdenkmal und mit 1 250 Plätzen der größte Filmpalast Deutschlands. Seit den 1950er Jahren hat sich das heutige Programmkino zu einem der wichtigsten Premierentheater für deutsche Filmproduktionen entwickelt. In der Stadt Essen startete 1983 die Kinderfilmwoche, welche zur Mitte der 1990er Jahre konzeptionell zu den „Kinderfilmtagen im Ruhrgebiet“ weiter entwickelt wurde. Dieses Festival wird gemeinsam von den Städten Mülheim/Ruhr, Essen und Oberhausen durchgeführt. International weithin anerkannt ist vor allem das Kurzfilmfestival in Oberhausen. Es erlebt im Jahr 2011 bereits die 57. Auflage. Im Laufe seiner Geschichte bot das Festival eine Plattform für berühmte Filmkünstler wie Roman Polanski, George Lucas, Istvan Szabo, Wim Wenders oder Alexander Kluge.

Trotz der erstaunlichen Veränderungen in ihrer Gesamtheit haben nicht alle Städte und Stadtteile des Ruhrgebiets erfolgreich den Strukturwandel bewältigen können. In den 1980er und 1990er Jahren wurden insbesondere die den verlassenen industriellen Standorten und Zechen benachbarten Stadtteile durch wirtschaftlichen und städtebaulichen Verfall geprägt. Daher wird noch heute die Region durch ein beträchtliches Ausmaß intraregionaler Disparitäten charakterisiert. Somit ist das Ruhrgebiet weiterhin durch hohe Arbeitslosigkeit, eine insgesamt schwache Innovationsleistung und ein aufgrund lang anhaltender Abwanderungsprozesse von Personen im Erwerbsalter bereits weit fortgeschrittenes Stadium der demographischen „Alterung“ geprägt (Klemmer 2001; Neumann, Schmidt 2006). Allerdings konnte in letzter Zeit das wirtschaftliche Wachstumsniveau des Landes NRW erreicht werden.

Tourismus im Ruhrgebiet

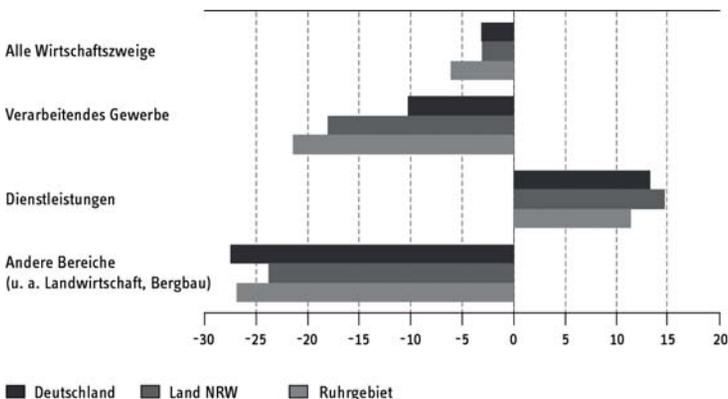
4.2 Der Dienstleistungssektor

Der dramatische wirtschaftliche Wandel des Ruhrgebiets kann durch folgende Zahlen veranschaulicht werden: Im Jahr 1970 arbeiteten 42% aller Beschäftigten im Dienstleistungssektor und 2006 bereits rund 70% im regionalen Durchschnitt und 78% in Essen (Steinberg 1978; IT. NRW 2011).

Schaubild 3 zeigt, dass der Strukturwandel bislang noch nicht abgeschlossen ist. Auch zwischen 1998 und 2006 nahm der Anteil der Industriebeschäftigten im Ruhrgebiet weiterhin ab, und zwar um rund 23%. Der Durchschnitt für Deutschland beträgt nur -11%. Im Gegensatz dazu hat sich die Zahl der Beschäftigten in der Dienstleistungsbranche des Ruhrgebiets vergleichsweise moderat um rund 12% erhöht. Für Deutschland betrug das Wachstum rund 13%, und somit etwas mehr als der Verlust im Verarbeitenden Gewerbe.

Das Wachstum unterschiedlicher Teilbranchen der Dienstleistungswirtschaft im Ruhrgebiet hinkt im bundesweiten Vergleich und in Bezug zur Entwicklung in NRW überwiegend hinterher. Es kann daher unterstellt werden, dass der verwobene Prozess der niedergehenden Industrie und des Bergbaus, wachsende

Schaubild 3
Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte in Deutschland, NRW und im Ruhrgebiet
1998 bis 2006; Veränderung in %



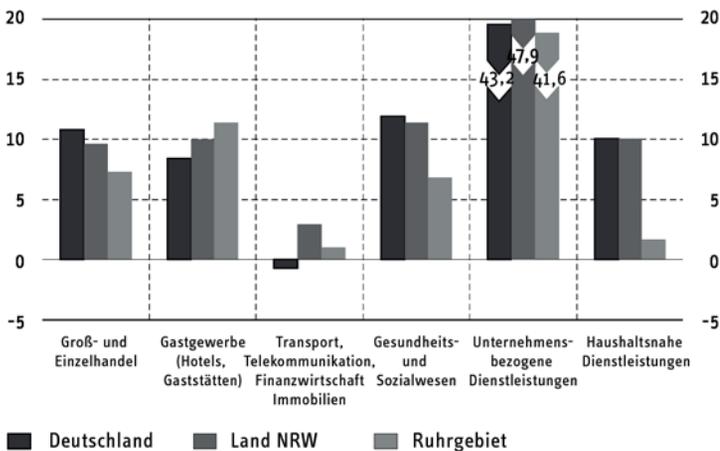
Quelle: Eigene Berechnung nach Angaben der Bundesagentur für Arbeit.

4. Das Ruhrgebiet im nationalen Vergleich

Schaubild 4

Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte im Dienstleistungssektor in Deutschland, NRW und im Ruhrgebiet

1998 bis 2006; Veränderung in %



Quelle: Eigene Berechnung nach Angaben der Bundesagentur für Arbeit.

Arbeitslosigkeit und eine nur sehr moderate Zunahme des privaten Einkommens auch nur eine relativ eng begrenzte Nachfrage nach Gütern und Dienstleistungen sowohl im privaten Bereich als auch im Geschäftsleben nach sich ziehen.

Allerdings gibt es eine Ausnahme: Das Hotel- und Gaststättengewerbe weist ein überdurchschnittliches Beschäftigungswachstum (fast 12%) im Vergleich mit Deutschland (8%) und NRW (10%) auf (Schaubild 4). Jedoch ist das Gastgewerbe, was den aktuellen Anteil der Beschäftigten angeht, im Ruhrgebiet gegenüber den Vergleichsregionen in NRW, d.h. in NRW ohne Ruhrgebiet, noch unterrepräsentiert. Im Jahr 2009 lag der Beschäftigtenanteil des Gastgewerbes im Ruhrgebiet bei 2,2%, in NRW ohne Ruhrgebiet bei 2,5%. Der Anteil der Wirtschaftsabschnitte Handel, Gastgewerbe, Verkehr an der Bruttowertschöpfung insgesamt war zwar 2009 im Ruhrgebiet (18,8%) höher als in NRW ohne Ruhrgebiet (17,8%). Allerdings dürfte dies vor allem auf die Wertschöpfung des Wirtschaftsabschnitts „Verkehr“ zurückzuführen sein, der zumindest in Bezug auf den Beschäftigtenanteil im Ruhrgebiet überdurchschnittlich vertreten ist. Wie die folgende Auswertung der Übernachtungszahlen weiter verdeutlichen wird, ist die Tourismuswirtschaft im Ruhrgebiet aktuell noch verhältnismäßig schwach ausgeprägt, wobei sich in jüngerer Zeit zumindest erste Anzeichen eines Aufholens erkennen lassen.

Tourismus im Ruhrgebiet

4.3 Das Beherbergungsgewerbe des Ruhrgebiets im nationalen Vergleich

Das Ruhrgebiet ist seit dem Beginn der 1990er Jahre Ziel eines wachsenden Zustroms an Touristen. Darauf weisen die von der amtlichen Statistik erhobenen Übernachtungszahlen für die drei größten Städte hin (Tabelle 3).

Dabei wird die relativ starke Position der Stadt Essen mit ca. 721 000 Übernachtungen 1992 bzw. rund 1,08 Mill. Übernachtungen im Jahr 2008 deutlich. Gleichwohl weist Dortmund eine höhere Dynamik hinsichtlich des Wachstums der amtlich erfassten Übernachtungszahlen auf. Der Anstieg der Übernachtungszahlen steht insgesamt in einem engen Zusammenhang mit der Entwicklung des Ruhrgebiets als Standort der Kultur und Industriekultur (Zeiner, Neumann 2010).

Trotz dieser beachtlichen Entwicklung bleibt festzuhalten, dass die junge Tourismuswirtschaft im überregionalen Wettbewerb noch einen erheblichen Rückstand aufzuholen hat. Immer noch weist das Ruhrgebiet im Vergleich zu anderen wichtigen Städten und Ballungsräumen in Deutschland bei der Anzahl der Hotelbetten und der Übernachtungen je Einwohner einen deutlichen Rückstand auf (Schaubild 5).

Zudem fällt auf, dass sowohl das Wachstum der Anzahl der Hotelbetten je 1.000 Einwohner als auch die Zahl der Übernachtungen je Einwohner zwischen 1997 und 2008 in anderen Städten und Ballungsräumen wesentlich stärker angestiegen ist. Damit weitete sich die bestehende Lücke. Bei der Gesamtzahl der Betten (in Hotels mit 20 Betten und mehr) verfügt das Ruhrgebiet (5,3 Mill. Einwohner) über lediglich 41.000 Hotelbetten, während Berlin (3,4 Mill. Einwohner) im Jahr 2008 rund 97.000 Betten anzubieten hatte. Ein weiteres Problem ist die vergleichsweise

Tabelle 3
Übernachtungen in den drei größten Städten des Ruhrgebiets
1992 und 2008

Standort	Einwohner	Übernachtungen in 1 000		Veränderung
	2008	1992	2008	in %
Essen	579 759	721	1 078	+ 49,6
Dortmund	584 412	463	801	+ 73,0
Duisburg	492 870	284	373	+ 31,3

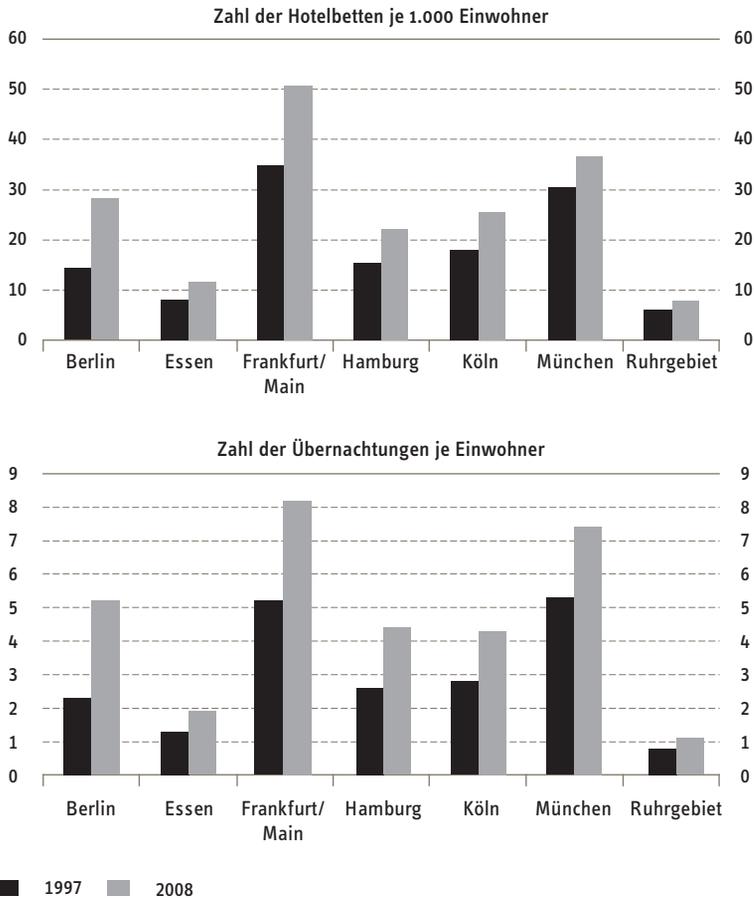
Quelle: IT. NRW (2011).

4. Das Ruhrgebiet im nationalen Vergleich

Schaubild 5

Städtetourismus in Deutschland

1997 und 2008



Quelle: STIWA 2009. Die Angaben beziehen sich auf Beherbergungsbetriebe mit 20 und mehr Betten.

moderate Leistung des Ruhrgebiets bei der Bettenauslastung (unter 40% von 1997 bis 2008). Im Gegensatz dazu hat sich die Hotelbranche in Essen deutlich besser entwickelt und nähert sich inzwischen dem Niveau von Städten wie Köln oder Frankfurt/Main. Aber im Zeitverlauf zeigt sich, dass die städtischen Ballungs-

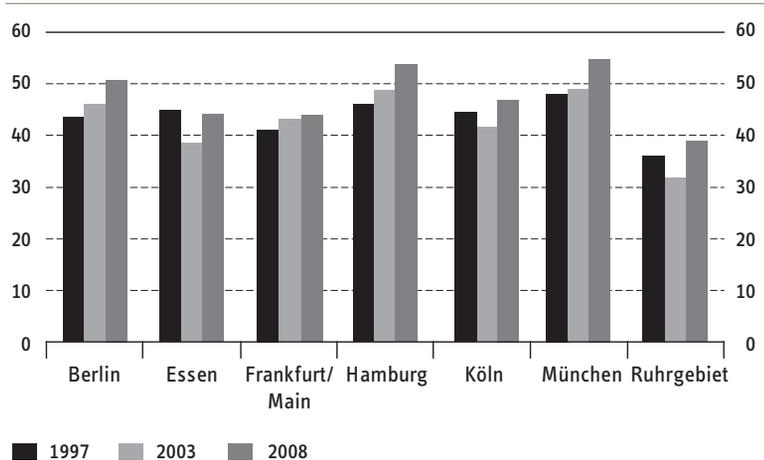
Tourismus im Ruhrgebiet

räume außerhalb von NRW eine stetig steigende Wachstumsrate der Kapazitätsauslastung zwischen 1997 und 2008 aufweisen. Im Gegensatz dazu scheint die Hotelbranche in Köln, Essen und dem Ruhrgebiet insgesamt recht sensibel auf zyklische Effekte zu reagieren (z.B. im Jahr 2003; Schaubild 6). Eine Erklärung ist möglicherweise die starke Abhängigkeit vom Geschäftstourismus wie z.B. im Rahmen von Messen, Konferenzen oder Geschäftsreisen zu den Hauptquartieren der Konzerne. Gleichwohl vermittelte die Nominierung des Ruhrgebiets als Kulturhauptstadt Europas 2010 offenbar einen bemerkenswerten Impuls. So konnte das Ruhrgebiet im Jahr 2010 mit rund 6,5 Mill. Übernachtungen einen Rekordwert aufweisen (RTG 2011). Die absoluten Werte für 1997 und 2008 lagen bei 4,4 bzw. 6,0 Mill. Übernachtungen (STIWA 2009). Besonders bemerkenswert ist der überproportional hohe Zuwachs an Gästen aus dem Ausland. Deren Zahl der Übernachtungen stieg im Vergleich zum Vorjahr um über 16% (RTG 2011).

In Essen stieg die Zahl der amtlich registrierten Übernachtungen von rund 0,80 Mill. in 1997 auf 1,07 Mill. (2009) bzw. auf 1,36 Mill. im Jahr 2010 an. Somit betrug 2010 das Wachstum zum Vorjahr rund 27% (EMG 2011). Jedoch wird sich erst in den kommenden fünf bis zehn Jahren erweisen, wie nachhaltig der Impuls des Jahres 2010 war.

Schaubild 6

Bettenauslastung im Ruhrgebiet und in ausgewählten Städten Deutschlands 1997 bis 2008; in %



Quelle: STIWA 2009. Die Angaben beziehen sich auf Beherbergungsbetriebe mit 20 und mehr Betten.

5. Tourismus im Ruhrgebiet

5. Tourismus im Ruhrgebiet: Meilensteine, Politikansätze, Entscheidungsträger, öffentliche Förderung

5.1 Die Internationale Bauausstellung (1989 - 1999)

Aufgrund des weiter anhaltenden Strukturwandels an der Ruhr haben sich in den vergangenen Jahren beträchtliche Fortschritte in der Kooperation zwischen Städten und Landkreisen, Interessenverbänden, Verwaltungen, halbstaatlichen und staatlichen Unternehmen entwickelt. Viele der politischen und wirtschaftlichen Entscheidungsträger haben ein großes Interesse am Tourismus entwickelt und unterstützen dessen Aufbau und die dazu benötigten Infrastrukturen.

Darüberhinaus wurden die Voraussetzungen für die Einrichtung eines Tourismussektors im Bereich Industriekultur durch die Internationale Bauausstellung (IBA) Emscher Park geschaffen. Dieses 10-Jahresprogramm (1989-1999) wurde durch die Landesregierung NRW gestartet und fokussierte auf eine Teilregion des Ruhrgebiets, die am meisten durch den hektischen und ungesteuerten Prozess der Industrialisierung während der letzten Jahrzehnte des 19. Jahrhunderts und dem Niedergang der Kohle-, Stahl- und Eisenindustrie seit den 1950er Jahren betroffen worden war. Das IBA-Programm zielte auf die urbane, ökonomische und soziale Umstrukturierung dieser altindustrialisierten Gebiete (Danielzyk, Wood 1993). Dafür wurde eigens eine Planungsfirma durch die Landesregierung NRW geschaffen. Diese initiierte rund 120 Einzelprojekte einschließlich dem Schutz und der Bewahrung bedeutsamer Stätten der Industriekultur (Ganser 1993; Fuchs 1999). Ein „Flaggschiff“ des Erhalts und der Umnutzung großflächiger Industriedenkmäler stellt das Areal der benachbarten Kokerei und Zeche Zollverein im Essener Nordosten dar (Schaubild 7).

Die IBA „umschiffte“ das bestehende politische und planerische System, da die Projekte durch lokale Netzwerke initiiert wurden. Sie bestanden aus Vertretern verschiedener Städte und Gemeinden, Wirtschaftsverbänden, Unternehmen, Bürgerinitiativen sowie nationalen und internationalen Planungsexperten und Architekten. Die interessantesten Projektideen wurden in einem Wettbewerbsverfahren selektiert. Die ausgewählten IBA-Projekte wurden dann in sieben Programmbe-reichen gebündelt: Aufbau des Emscher Landschaftsparks, Rekonstruktion des Abwassersystems im Einzugsgebiet der Emscher, Ausbau des Rhein-Herne-Kanals zu einem Freizeitraum, Wohnungsneubau und -modernisierung, Entwicklung von Wissenschafts-, Gewerbe- bzw. Dienstleistungszentren auf Industriebrachen, Erhalt von Industriedenkmälern und Schaffung neuer kultureller Angebote.

Tourismus im Ruhrgebiet

Schaubild 7

Förderturm der Zeche Zollverein – UNESCO Weltkulturerbe seit 2001



Copyright: Thomas Willemsen/Stiftung Zollverein.

Lokale Behörden und damit verbundene nicht-staatliche Akteure waren für die Projekte vollständig verantwortlich (Fürst, Kilper 1995; Danielzyk, Wood 2004; Knapp et al. 2006). Damit initiierte die Landesregierung NRW einen regionalen Governance-Prozess, der – neben anderen Faktoren – das Fundament für die Entwicklung touristischer Attraktionen bildete. Diese sind einzigartig und charakteristisch für das Ruhrgebiet und daher wichtige regionale Faktoren in einem durch starken Wettbewerb geprägten (städte-)touristischen Markt.

Die IBA Planungsgesellschaft wurde zwar mit einem Arbeitsetat von 18,5 Mill. € ausgestattet. Über einen eigenen Projektetat verfügte das IBA-Programm jedoch nicht. Das Land stellt keine zusätzlichen Gelder bereit. Dafür wurden jedoch die von den verschiedenen Ministerien für den Emscherraum vorgesehenen Fördermittel unter dem Dach der IBA gebündelt und den Projekten höchste Förderpriorität eingeräumt. So wurden in dem rund 800 km² umfassenden Planungsraum des nördlichen Ruhrgebiets mit seinen rund 2,5 Mill. Einwohnern zwischen 1989 und 1999 insgesamt rund 2 Mrd. € in Projekte investiert. Davon entfielen zwei Drittel auf öffentliche Fördermittel.

5.2 Die Route der Industriekultur (ab 1998)

Viele tourismusrelevante Erkenntnisse aus den IBA-Modellprojekten zum Stadtumbau wurden im „Masterplan: Tourismus im Ruhrgebiet“ der Landesregierung NRW aufgegriffen (MWMTV 1997). Der RVR startete daraufhin im Jahr 1999 eine Kampagne zur Entwicklung einer Route der Industriekultur (Budde, Heckmann 2000). Diese Route verbindet die geeigneten unterschiedlichen Standorte des

5. Tourismus im Ruhrgebiet

Industrietourismus. Sie besteht aus 52 Standorten, darunter 6 Museen, 9 Aussichtspunkten, 12 Zechen- und Arbeitersiedlungen und drei Besucherzentren (einschließlich der Zeche Zollverein in Essen; Schaubild 8).

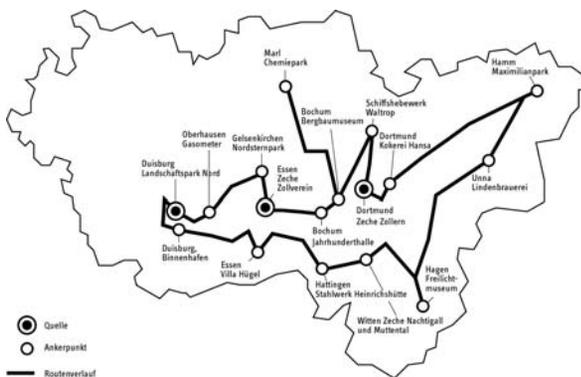
Neben der Schaffung von Stätten der Industriekultur erhielt der regionale Tourismus einen weiteren Schub durch die seit 2000 neu eröffneten Konzerthallen für klassische Musik in Dortmund und Essen. Weiteren Auftrieb vermittelten die bereits o.a. Musicaltheater, große Multifunktions- und Sportarenen für mehr als 10.000 Besucher mit angeschlossenen Hotels und Themenparks (Arena Oberhausen, Sportarena Gelsenkirchen, Warner Bros. Movie Park in Bottrop; Juchelka 1998).

Das Ruhrgebiet beherbergt mittlerweile auch nach Anzahl und Fläche die Mehrheit der deutschen Einkaufszentren. Vor allem das Urban Entertainment Center CentrO in Oberhausen mit Geschäften, Restaurants, Kino, Theater, Hafen und anderen Einrichtungen hat ein lebhaftes Image der Region gezeichnet und zieht jährlich mehrere Millionen Besucher an. Zu einem ähnlich stark anziehenden Publikumsmagneten entwickelt sich das 2009 eröffnete Shoppingcenter „Limbecker Platz“ in der Essener Innenstadt.

Im Zusammenhang mit den skizzierten Entwicklungen in den verschiedenen Segmenten des Städtetourismus wurde 1998 zur Vermarktung ein Unternehmen unter dem Schirm des RVR gegründet, die Ruhr Tourismus GmbH & Co. KG (RTG). Gesell-

Schaubild 8

Die Route der Industriekultur (seit 1998)



Quelle: Uunderberg (1998: 36).

Tourismus im Ruhrgebiet

schafter der RTG sind der RVR, die Marketinggesellschaften der großen Städte im Ruhrgebiet sowie Unternehmen aus den Bereichen Eventmanagement und Tourismus.

Diese regionale Tourismusorganisation ist für die touristische Infrastruktur und das Marketing der Route der Industriekultur auf Basis des Masterplans Tourismus verantwortlich (Schaubild 8). Die RTG führte zudem Machbarkeitsstudien für städtische Verwaltungen durch, um die künftige Nachfrage für Stadterneuerungsvorhaben an Stätten der Industriekultur zu eruieren.

Ein weiteres zentrales Anliegen der RTG bestand im vergangenen Jahrzehnt darin, zusätzlich zum industriellen Erbe neue Segmente des Tourismus zu identifizieren und diese erfolgversprechenden Ansätze aus anderen Bereichen des Städtetourismus sinnvoll mit dem Industrietourismus zu verknüpfen. Als die wichtigsten Segmente sind zu nennen der Gesundheitstourismus, Kulturtourismus, Sport- und Einkaufstourismus.

5.3 Die Ernennung der Zeche Zollverein zum Weltkulturerbe (2001)

Im Jahr 2001 wurde der gesamte Gebäudekomplex der ehemaligen Zeche „Zollverein“ in die Liste der UNESCO als Weltkulturerbe aufgenommen. Damit gehört Essen zu den rund 1.000 Standorten dieser Erde, die bisher das Welterbe der Menschheit exemplarisch darstellen (Tabelle 4). In der UNESCO-Liste sind besonders zahlreich schützenswerte Naturgebiete (Drakensberg/Südafrika, Grand Canyon/USA oder das Great Barrier-Riff/Australien), einzelne Architekturdenkmäler (z.B. die Pyramiden von Gizeh, das Taj Mahal oder die Akropolis) sowie ganze Bauensembles (z.B. Altstädte von Dubrovnik, Marrakesh oder Sanaa) vertreten.

Für die städtetouristisch ausgerichtete Destination Ruhrgebiet mit seinem Zentrum Essen sind v.a. jene zentral- und westeuropäischen Welterbestätten als wesentliche Konkurrenz anzusehen, die der Gruppe architektonischer Ensembles und Denkmälern der Industriekultur zuzurechnen sind. Das sind in etwa 100 andere Destinationen (Tabelle 4 – beachte Mehrfachnennungen). In näherer Umgebung zum Ruhrgebiet zählen dazu u.a. die Standorte Aachen und Köln, Amsterdam, Brüssel und Brügge.

Hinsichtlich der Denkmäler der Industriekultur konkurriert die Zeche Zollverein bzw. das gesamte Ensemble der Ruhrgebietsroute insbesondere mit den Industriedörfern und Industrielandschaften in Großbritannien sowie mit Standorten in Schweden und Finnland (Tabelle 5). In Deutschland ist vor allem die Völklin-

5. Tourismus im Ruhrgebiet

Tabelle 4

UNESCO Weltkulturerbestätten – Die Essener Konkurrenz im Überblick

Region	Zahl der Standorte	Standorttypen (Mehrfachnennungen)				
		Natur	Architektur (einzelne Objekte)	Architektur (Städte, Siedlungen & Gebäude)	Prähistorische kulturelle Monumente	Industriedenkmäler
1 Afrika	119	57	22	48	12	0
2 Ozeanien	25	22	6	0	0	0
3 Asien	206	54	83	70	14	2
Mittlerer Osten	46	4	14	26	7	0
Zentralasien	14	4	3	7	2	0
Südasien	51	10	28	13	2	1
Ostasien	65	22	29	18	1	1
Südostasien	30	14	9	6	2	0
4 Amerika	162	81	35	58	4	4
Nordamerika	36	28	6	8	0	0
Zentralamerika	61	27	16	22	2	2
Südamerika	65	26	13	28	2	2
5 Europa	429	92	200	149	26	20
Osteuropa	132	34	63	43	6	1
Zentral- & Nordeuropa	85	24	37	27	4	8
Westeuropa	85	17	39	24	5	8
Südeuropa	127	17	61	55	11	3
Gesamt	941	306	346	325	56	26

Quelle: <http://whc.unesco.org/en/list> (Stand: 31.12.2010).

ger Hütte im Saarland ein sehr ernsthafter Konkurrent. Der Standortvorteil dort besteht in der Kombination aus Industriekultur mit den nahe gelegenen Weinbaulandschaften an Saar und Mosel sowie den Städten Trier und Luxemburg, ebenfalls zwei Standorte auf der UNESCO-Liste. Auch die UNESCO-Welterbestätten Speyer und Oberes Mittelrheintal sind noch per Tagestour vom Saarland aus erreichbar.

Tourismus im Ruhrgebiet

Tabelle 5

UNESCO Weltkulturerbestätten – Standorte der Industriekultur

Land	Anzahl	Denkmäler
Großbritannien	7	<ul style="list-style-type: none"> - Industriedenkmäler im Tal von Ironbridge - Industrielandschaft Blaenavon - Industrielandschaft Derwent Valley - Industriedorf Saltaire - Industrielle Mustersiedlung New Lanark - Bergbau-Landschaft von Cornwall und West-Devon - Pontcysyllte-Aquädukt und Kanal
Deutschland	3	<ul style="list-style-type: none"> - Industriekomplex Zeche Zollverein in Essen - Obergermanisch-raetischer Limes – deutscher Teil der grenzüberschreitenden Welterbestätte „Grenzen des Römischen Reiches“ - Völklinger Hütte
Indien	3	<ul style="list-style-type: none"> - Himalaya-Gebirgsbahn nach Darjeeling - Nilgiri-Bergbahn - Kalka-Shimla-Gebirgsbahn
Chile	2	<ul style="list-style-type: none"> - Salpeterwerke von Humberstone und Santa Laura, Kupferminenstadt Sewell
Italien	2	<ul style="list-style-type: none"> - Modellsiedlung Crespi d'Adda - Rhätische Bahn in der Kulturlandschaft Albula/Bernina
Schweden	2	<ul style="list-style-type: none"> - Historische Industrielandschaft „Großer Kupferberg“ in Falun - Eisenhütte Engelberg
Kuba	1	<ul style="list-style-type: none"> - Stadt Trinidad und Zuckerfabriken im Valle de los Ingenios
Finnland	1	<ul style="list-style-type: none"> - Historische Kartonfabrik von Verla
Frankreich	1	<ul style="list-style-type: none"> Canal du Midi
Japan	1	<ul style="list-style-type: none"> - Iwami-Ginza-Silbermine und Kulturlandschaft
Schweiz	1	<ul style="list-style-type: none"> - Rhätische Eisenbahn in der Bernina-Landschaft

Zum Teil sind die Stätten der Industriekultur zugleich als Weltkulturerbe in den Bereichen Architektur und Naturlandschaften durch die UNESCO registriert. – Quelle: <http://whc.unesco.org/en/list> (Stand: 31.12.2010).

Im internationalen Vergleich ist festzuhalten, dass die Zahl der von der UNESCO bisher ausgewählten Denkmäler der Industriekultur noch relativ klein ist. Wir gehen aber davon aus, dass sich diese Liste in den kommenden Jahren noch recht erheblich um nordamerikanische, west- und zentraleuropäische Standorte erweitern wird. Damit dürfte sich der Wettbewerb in diesem noch relativ schmalen Tourismussegment erheblich intensivieren.

Insofern erscheint es, wenn man sich aus Sicht der Region langfristig als bedeutender Standort der Tourismuswirtschaft etablieren möchte, unerlässlich, die Destination Ruhrgebiet als weltweit größte Tourismusregion für Industriekultur

5. Tourismus im Ruhrgebiet

weiter zu entwickeln und zugleich dieses Alleinstellungsmerkmal um andere, inhaltlich kompatible städtetouristische Attraktionen zu ergänzen.

5.4 Das Event „Ruhr 2010 – Europäische Kulturhauptstadt“ –

Ein bedeutender Anstoß

Ein wichtiger ergänzender Faktor im regionalen städtetouristischen Konzept stellen Kunst und breitenwirksame Kulturevents dar. Im Jahr 2006 wurde das Ruhrgebiet – mit Essen als zentralem Standort – zur Kulturhauptstadt Europas 2010 ernannt. Hinsichtlich der inhaltlichen Orientierung und der zeitlichen Entwicklung der Tourismuswirtschaft war dies ganz offensichtlich der richtige Impuls zur richtigen Zeit, um die industrie- und städtetouristischen Potenziale an Emscher und Ruhr nachhaltig in Wert zu setzen.

Die Nominierung des Ruhrgebiets war das Ergebnis der – nicht immer konfliktfreien – Zusammenarbeit aller kreisfreien Städte und Kreise die den Regionalverband Ruhr (RVR) bilden. Die Idee zur Bewerbung entstand im Jahr 2001 im Anschluß an die 1999 beendete IBA Emscherpark. Auf einer gemeinsamen Konferenz aller Kulturdezernenten der RVR-Kommunen wurde diese Initiative ergriffen. Im Jahr 2004 entschied eine Jury des Landes NRW, dass „Essen für das Ruhrgebiet“ im internationalen Wettbewerb um den Titel „Europäische Kulturhauptstadt“ antreten darf. Die endgültige Titelvergabe für das Jahr 2010 erfolgte im November 2006. Unmittelbar danach wurde die Ruhr 2010 GmbH als Planungsgesellschaft mit Sitz in Essen gegründet (www.essen-fuer-das-ruhrgebiet.ruhr2010.de).

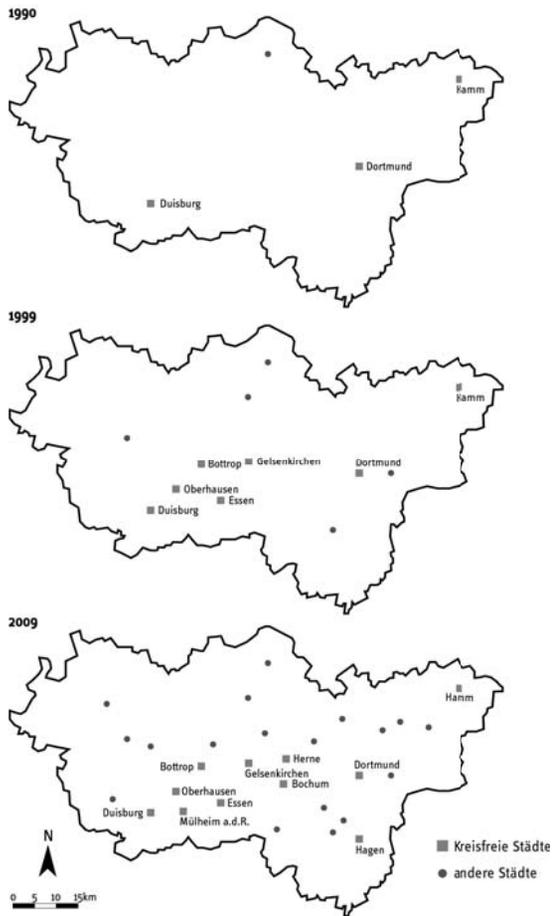
Bereits mit der Bewerbung des Ruhrgebiets auf den Titel „Europäische Kulturhauptstadt“ entstand der Ansporn, die in den 1990er Jahren begonnene konzeptionelle Entwicklung der Tourismusförderung auf regionaler Ebene fortzuführen und öffentliche Infrastruktur v.a. auf kommunaler Ebene dem nationalen Standard anzupassen. Neben der Gründung der o.a. RTG – Ruhr Tourismus GmbH – sind auch in den Städten und Kreisen zahlreiche neue öffentlich getragene Einrichtungen entstanden. Dabei handelt es sich vor allem um die für traditionsreiche Tourismusgebiete schon seit langer Zeit typischen Stadtinformationen und Marketinggesellschaften, welche sowohl für die koordinierte Aussendarstellung einer Destination verantwortlich zeichnen, als auch für den organisatorischen Rahmen der tourismusbezogenen Wirtschaftsaktivitäten sorgen. Zudem fungieren diese Institutionen als Moderator zwischen den anderen Akteuren der Tourismuswirtschaft.

Tourismus im Ruhrgebiet

Auffallend ist, dass in den 1990er Jahren vor allem im Zentrum des Ruhrgebiets Einrichtungen zur Tourismusförderung entstanden. Diese Entwicklung steht im engen Zusammenhang mit dem Aufbau der Route der Industriekultur sowie der großen Einkaufs- und Eventstandorte in Oberhausen und Bottrop (Schaubilder 9

Schaubild 9

**Kommunale Einrichtungen der Tourismusförderung im Ruhrgebiet
1990 bis 2009**



Quelle: Eigene Erhebung.

5. Tourismus im Ruhrgebiet

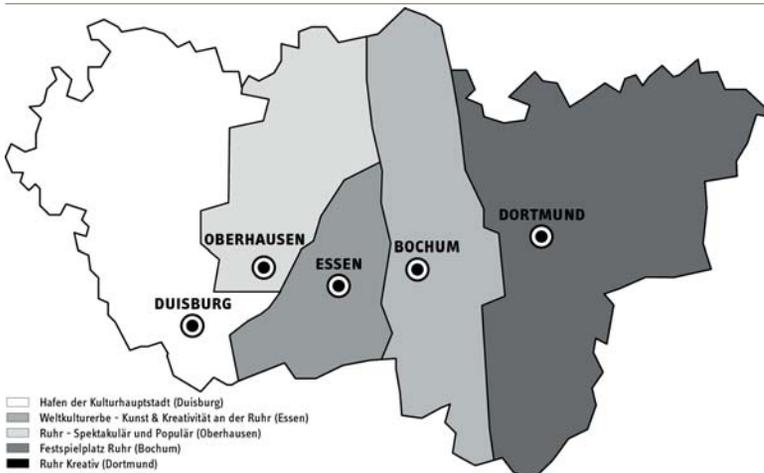
und 8). Nachdem die Bewerbungsinitiative zum Titel „Europäische Kulturhauptstadt 2010“ gestartet wurde, hatten sich bis Ende 2009 an fast 30 Standorten kommunal (mit-)getragene Einrichtungen der Tourismusförderung etabliert.

Natürlich hat die Ernennung des Ruhrgebiets zur Kulturhauptstadt Europas 2010 am Jahresende 2006 auch auf regionaler Ebene den Druck erhöht, in den folgenden drei Jahren die sich bis dahin entwickelten tourismuswirtschaftlichen Ansätze und Aktivitäten mit einem kohärenten inhaltlichen und infrastrukturellen Rahmen zu versehen, der weit über die bis dato im Vordergrund stehende Fixierung auf Stätten der Industriekultur hinausgehen mußte.

Seitdem hat die RTG versucht, ihre Strategie zur Tourismusentwicklung im Ruhrgebiet weiter zu entwickeln. Ihre Philosophie lehnt sich an den neuen „Masterplan: Tourismus Nordrhein-Westfalen“ an (Tourismus NRW 2008). Das Ruhrgebiet präsentiert sich nunmehr als Region mit fünf Zonen („Touristische Erlebnisräume“), die jeweils an eine bestimmte Zielgruppe potenzieller Besucher adressiert ist (Schaubild 10).

Schaubild 10

Touristische Erlebnisräume im Ruhrgebiet



Quelle: Ruhr Tourismus GmbH (2011).

Tourismus im Ruhrgebiet

Beispielsweise präsentiert sich die Region rund um die Stadt Essen unter der Bezeichnung „Welterbe – Kunst – Design“, wogegen die Region rund um das benachbarte Oberhausen für „Unterhaltung & Shopping“ steht und das Gebiet um Duisburg Stätten des Industrieerbes mit der Naturlandschaft des Niederrheins kombiniert. Verbunden mit diesen Anstrengungen führt die RTG PR-Kampagnen für die Region und ausgewählte Events durch (z.B. Kunstaussstellungen, Festivals, Europäische Kulturhauptstadt 2010). Das Eventjahr 2010 brachte die einmalige Chance, das gesamte Ruhrgebiet interessierten Besuchern zu präsentieren und sie zu allen Teilräumen der Region zu führen.

5.5 Die Ruhr Tourismus GmbH: Zentraler Akteur der Tourismusförderung oder Wettbewerber bei touristischen Dienstleistungen?

Über 10 Jahre nach ihrer Gründung erfüllt die RTG nunmehr vier zentrale Funktionen für die Region:

- ▣ „Denkfabrik“ für lokale und regionale Entscheidungsträger,
- ▣ Entwicklung und Management zentraler Module der touristischen Infrastruktur,
- ▣ Marketing für die Region als einzigartige (städte-/industrie-/kultur-)touristische Destination,
- ▣ interkommunale Koordination der Tourismusaktivitäten in der Region.

Neben diesen Aufgaben agiert die RTG aber auch als Dienstleistungsanbieter im Bereich Kultur und Tourismus. Beispiele sind die Organisation individueller Events (z.B. „Lange Nacht der Industriekultur“, „RuhrTriennale“), der Direktverkauf von Veranstaltungstickets mit einem regionsweiten Ticketingsystem, Arrangement und Verkauf von Besuchertouren („Packages“) sowie die Vermittlung von Unterkünften durch ein regionales Buchungssystem. Desweiteren betreibt die RTG Besucherbüros an wichtigen Stätten der Industriekultur. Dort werden sehr erfolgreich Tickets, Bücher und Souvenirs verkauft. In diesen Bereichen kooperiert die RTG eng mit den o.a. öffentlich geförderten Tourismus- und Stadtmarketingorganisationen der Kommunen des Ruhrgebiets.

Es ist festzuhalten, dass sich damit öffentlich-rechtliche Organisationen in Bereichen engagieren, in denen sie mit privatwirtschaftlichen Anbietern konkurrieren. Aus der Sicht der Kommunen, die durch den RVR repräsentiert werden, gibt es zwei Gründe für die gewinnorientierten Aktivitäten. Zum einen besteht das Ziel, öffentliche Zuschüsse an die RTG sowie an die lokalen Tourismus- und Stadt-

6. Tourismus in der Subregion MEO

marketingorganisationen zu reduzieren. Das soll durch zusätzliche Einkünfte aus gewinnbringenden Aktivitäten erreicht werden. Zum anderen muss die RTG Einnahmen aus wirtschaftlicher Tätigkeit erzielen, um ihr Budgetdefizit zu senken, welches aufgrund uneindeutiger Entscheidungen der Landesregierung NRW zu Beginn der ersten Dekade des neuen Jahrhunderts entstanden ist. Anfangs wurde die RTG komplett durch die Landesregierung finanziert, doch das Land stoppte nach einigen Jahren plötzlich abrupt die Zahlungen. Die RTG-Gesellschafter mussten somit, sofern sie das Unternehmen weiterführen wollten, nach zusätzlichen Einnahmequellen suchen.

Als Folge ist ein intensives Wettbewerbsumfeld entstanden, in denen rund 7 bis 10 private Unternehmen arbeiten, die sich auf Angebote an der Schnittstelle von Kultur, Events, Industrieerbe und Städtetourismus spezialisiert haben. Das Konzept dieser kleinen Unternehmen, die meist zwischen zwei und zehn Personen beschäftigen, basiert auf Paketangeboten von Touren mit Übernachtung sowie dem Angebot von Gästeführern und Tickets. Eine große Anzahl von geschätzt über 100 freien Mitarbeitern arbeitet als Gästeführer in der Region. Genauso wie eine große Anzahl kleiner Hotels und Kleinstunternehmen im Bereich „Bed & Breakfast“ (B&B) hängen diese sehr stark vom Erfolg der privaten Serviceanbieter ab.

6. Tourismus in der Subregion MEO: Mülheim – Essen – Oberhausen

6.1 Potenziale des Städtetourismus in Essen

Als Teil des Ruhrgebiets hat die Wirtschaft der Stadt Essen in den letzten vier Jahrzehnten einen rigorosen Wandel vollzogen. Die letzten Zechen schlossen im Laufe der 1980er Jahre und eine riesige Kokerei in den frühen 1990er Jahren. Doch traditionell besitzt die Stadt eine wichtige Funktion als Bürostandort des Ruhrgebiets. Die Hauptquartiere einiger der wichtigsten deutschen Unternehmen sind in Essen ansässig (Energie, Stahl, Ingenieurwesen, Einzelhandel; s.o. Abschnitt 4.1).

Zudem hat sich die Stadt zu einem international renommierten Standort im Bereich Messen und Konferenzen entwickelt und ist Universitätsstandort. Essen besitzt anerkannte Kulturinstitutionen, u.A. die Folkwang Universität der Künste, das Folkwang Museum, das Aalto-Opernhaus, eine neue Konzerthalle, das Grillo-Theater und ein Musical-Theater. Im Jahr 2001 schließlich wurde der Gebäudekomplex der ehemaligen Zeche und Kokerei Zollverein in die Liste der UNESCO als Weltkulturerbe aufgenommen. Dies war die wichtigste Vorbedingung, um als Kulturhauptstadt Europas 2010 nominiert zu werden.

Tourismus im Ruhrgebiet

Der Städtetourismus Essens kann somit auf beachtliche Stärken zählen (Schaubild 11):

- ▣ In Bezug zu Kultur und Veranstaltungen haben wir bereits ausgeführt, dass Essen sich stetig zu einem kulturellen Zentrum von nationaler Bedeutung entwickelt hat. Opernhaus, Konzerthalle und Theater gewinnen ständig Preise im Rahmen nationaler Wettbewerbe.
- ▣ Aufgrund der Universität mit ihrer sehr bekannten medizinischen Fakultät, den Konzernzentralen und dem Messe- und Kongresszentrum ist der Tourismus in Essen traditionell auf den Geschäftsreiseverkehr ausgerichtet.
- ▣ Aber auch die Entwicklung innerstädtischer Einkaufsmöglichkeiten seit dem Jahr 2000 hat Einfluss auf die Entwicklung des Städtetourismus. Essen ist zudem Sitz des größten deutschen Kauf- und Warenhauskonzerns Karstadt, der im Jahr 2009 das größte innerdeutsche Einkaufszentrum in Deutschland als „Flagschiff“ eröffnete.

Schaubild 11

Elemente des Städtetourismus in Essen



Quelle: Eigene Erhebung.

6. Tourismus in der Subregion MEO

Dennoch bleibt die wichtigste „Zutat“ im Essener Konzept eines facettenreichen Städtetourismus das industrielle Erbe. Letzteres umfasst die ehemaligen Standorte von Industriebetrieben (z.B. Reste der Krupp-Stahlwerke), Zechen und Kokereien (z.B. der Zollverein-Komplex, s.o. Schaubild 7) sowie verschiedene Wohnsiedlungen im Stil der Gartenstadt-Bewegung. Im Bezug auf UNESCO Welterbestätten im Bereich Industriedenkmale hat sich Essen allerdings mit anderen attraktiven Destinationen zu messen (Abschnitt 5.3).

Der größte Vorteil Essens im Vergleich mit anderen Städten ist der zentrale Standort der Stätten der Industriekultur (Kapitel 7). Mit öffentlichen Verkehrsmitteln (drei- bis sechsmal pro Stunde) benötigt ein Besucher maximal 15 bis 30 Minuten vom Standort des Welterbes Zollverein zur Innenstadt mit allen Einkaufs-, Kultur-, und Geschäftsstandorten. Zudem sind die wichtigsten Sehenswürdigkeiten in den Nachbarstädten innerhalb von 30 bis 90 Minuten mit öffentlichem Personennahverkehr erreichbar. In Großbritannien hingegen sind die industrietouristischen Attraktionen weniger eng mit Städten mit ihrem breiten Angebot für Touristen verbunden.

6.2 Potenziale des Städtetourismus in Mülheim/Ruhr und Oberhausen

In den Essener Nachbarstädten Mülheim/Ruhr (2008: 169 500 Einwohner) und Oberhausen (2008: 216 400 Einwohner) sind weitere interessante touristische Attraktionen angesiedelt, welche zusammen mit den Essener Anziehungspunkten die städtetouristische Vielfalt des gesamten Ruhrgebiets im geographischen Zentrum der Region sehr gut widerspiegeln (Schaubilder 9 unten, 10, 11 und 12). Besonders imposant ist die Mischung aus Industriekultur, Event- und Einkaufstourismus auf dem Areal der Hüttenwerke Oberhausen („Gutehoffnungshütte“). Hier finden sich das Einkaufszentrum Centro, das zur Ausstellungshalle und als Aussichtsturm umgebaute Gasometer sowie die ArenaO-Veranstaltungshalle und ein Musical-Theater.

Die kulturellen und industrietouristischen Angebote in Mülheim sind kleinteiliger angeordnet. Zu erwähnen ist insbesondere das Aquarius-Wassermuseum, die Museumsmeile und das mittelalterliche Schloß Broich. In den kommenden Jahren werden städtebauliche Maßnahmen in Mülheim/Ruhr dazu führen, dass sich das Stadtzentrum bis an die Uferpromenaden der Ruhr erstreckt. Damit wird eine engere Koppelung der bisher wichtigen städtetouristischen Elemente im Zentrum des Ruhrgebiets mit naturnahem Erlebnistourismus ermöglicht, d.h. Radfahren und Wasserwandern zwischen den Mittelgebirgszügen südlich des Ruhrgebiets und dem Niederrhein-Gebiet westlich und nördlich von Duisburg.

Tourismus im Ruhrgebiet

Schaubild 12

Elemente des Städtetourismus in Mülheim/Ruhr und Oberhausen



Quelle: Eigene Erhebung; O = Oberhausen, MH = Mülheim/Ruhr.

6.3 Übernachtungszahlen und Hotelkapazitäten im Vergleich

Bereits in Abschnitt 4.1. haben wir die überragende Stellung der Stadt Essen in der regionalen Tourismuswirtschaft anhand der Übernachtungszahlen verdeutlicht. Dem Schaubild 13 ist zu entnehmen, dass im IHK-Bezirk Mülheim – Essen – Oberhausen die Nachbarstädte Essens zusammen noch nicht einmal 50% der Essener Werte erreichen (1997: rund 800 000 Übernachtungen und 2008: zirka 1,08 Mill. Übernachtungen). Gleichwohl sind gerade am Standort Oberhausen interessante Entwicklungen zu erkennen. Dort hat sich zwischen 1997 und 2008 die Zahl der Übernachtungen reichlich verdoppelt (122 000 vs. 248 000). Dagegen stieg in Mülheim die Zahl der Übernachtungen im gleichen Zeitraum nur um rund 9% an.

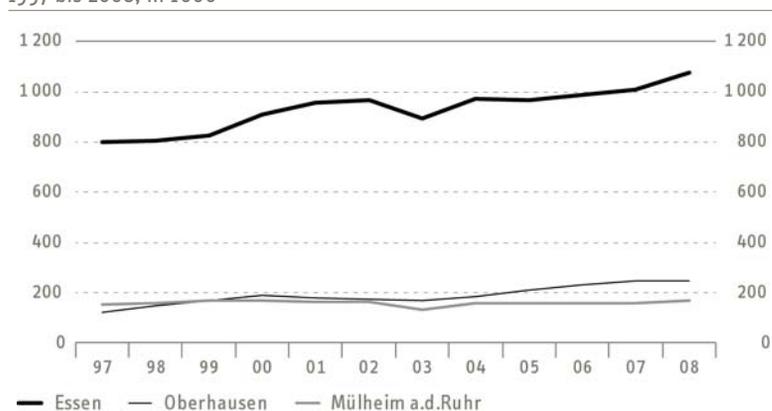
Unsere empirische Analyse ergab Hinweise darauf, dass die kontextspezifische regionale und lokale Tourismuspolitik die Entstehung des Hotel- und Übernach-

6. Tourismus in der Subregion MEO

Schaubild 13

Übernachtungen in der MEO-Region

1997 bis 2008; in 1000



Quelle: STIWA 2009. Die Daten beziehen sich auf Hotels mit 20 und mehr Betten.

Tabelle 6

Entwicklung der Hotelkapazitäten und der Größenstruktur in Essen

1990 bis 2009

Bezugsjahr	Größenklasse (Anzahl der Zimmer)					Gesamt
	bis 20	21 - 40	41 - 60	61 - 80	81 ≤	
	Anzahl der Hotels					
1990	6	11	3	2	4	26
1995	13	14	4	2	6	39
2001	16	15	4	3	8	46
2009	23	21	8	3	13	68
	Größenstruktur des Hotelbestands (Anteil in %)					
1990	23,1	42,3	11,5	7,7	15,4	100
2009	33,8	30,9	11,8	4,4	19,1	100

Quelle: Eigene Berechnungen nach Angaben der IHK zu Essen (2009).

tungsgewerbe spürbar begünstigt hat. Tabelle 6 zeigt, dass in Essen die Gesamtzahl an Hotels zwischen den Jahren 1990 und 2009 stetig von 26 auf 68 gestiegen ist.

Tourismus im Ruhrgebiet

Tabelle 7

**Entwicklung der Hotelkapazitäten und der Größenstruktur in Mülheim/Ruhr
1990 bis 2009**

Bezugsjahr	Größenklasse (Anzahl der Zimmer)					Gesamt
	bis 20	21 – 40	41 – 60	61 – 80	81 ≤	
Anzahl der Hotels						
1990	3	4	3	1	0	11
1995	5	5	3	1	0	14
2001	7	8	3	1	0	19
2009	9	10	6	1	0	26
Größenstruktur des Hotelbestands (Anteil in %)						
1990	27,3	36,4	27,3	9,1	0,0	100
2009	34,6	38,5	23,1	3,8	0,0	100

Quelle: Eigene Berechnungen nach Angaben der IHK zu Essen (2009).

Bemerkenswert ist, dass sich die Zahl der kleinen Hotels (bis zu 20 Zimmer) in zwanzig Jahren fast vervierfacht hat und die Anzahl großer Hotels verdreifacht. Die Entwicklung mittelgroßer Hotels verlief im Ganzen positiv. Die Anzahl kleinerer mittelgroßer Hotels (21 bis 60 Zimmer) verdoppelte sich. Nur die Gruppe der größeren mittelgroßen Hotels (61 bis 80 Zimmer) konnte nicht wesentlich wachsen.

Folglich haben kleinere Einheiten – oft am unteren Ende der Qualitätsskala – und große Hotels mit sehr hohen Qualitätsstandards seit 1990 an Boden gewonnen. Dadurch hat sich auch die Größenstruktur im Essener Hotelgewerbe verändert. Während 1990 der Anteil kleiner Hotels noch nicht einmal 25% betrug, erreichte dieser 2009 bereits ein Drittel. Der Anteil großer Hotels stieg von 15% auf 19%. Im Gegensatz dazu verlor die Gruppe mittelgroßer Hotels (21 bis 80 Betten) an Bedeutung, weil deren Gesamtanteil von 62% (1990) auf 47% (2009) gesunken ist.

In der Stadt Mülheim/Ruhr hat sich die Zahl der Hotels zwischen 1990 und 2009 wie auch in Essen mehr als verdoppelt (Tabelle 7). Gleichwohl konnte Mülheim/Ruhr bis zum Beginn des Kulturhauptstadtjahres noch kein Großhotel mit mehr als 80 Zimmern aufweisen. Die Zahl kleiner und mittelgroßer Hotels mit bis zu 60 Zimmern hat spürbar zugenommen und die bestehende Struktur gestärkt. Diese ist vor allem auch auf den mit den Nachbarstädten Düsseldorf und Essen verbundenen Messe-Tourismus ausgerichtet.

6. Tourismus in der Subregion MEO

Tabelle 8

Entwicklung der Hotelkapazitäten und der Größenstruktur in Oberhausen
1990 bis 2009

Bezugsjahr	Größenklasse (Anzahl der Zimmer)					Gesamt
	bis 20	21- 40	41- 60	61- 80	81 und mehr	
Anzahl der Hotels						
1990	2	2	1	0	1	6
1995	2	3	1	0	1	7
2001	2	3	1	0	3	9
2009	2	6	1	0	6	15
Größenstruktur des Hotelbestands (Anteil in %)						
1990	33,3	33,3	16,7	0,0	16,7	100
2009	13,3	40,0	6,7	0,0	40,0	100

Quelle: Eigene Berechnungen nach Angaben der IHK zu Essen (2009).

Obwohl die Stadt Oberhausen zu Beginn der 1990er Jahre hinsichtlich der Einwohnerzahl rund ein Viertel größer war als das benachbarte Mülheim/Ruhr, fanden sich hier 1990 nur 6 Hotels, die auch heute noch existieren (Tabelle 8). Mit der Entwicklung des CentrO-Geländes (Abschnitt 6.2) siedelten sich auch 5 Großhotels mit 80 und mehr Zimmern in unmittelbarer räumlicher Nachbarschaft an. Durch das Zusammenspiel touristischer Attraktionen und dem massiv erweiterten Bettenangebot erklärt sich auch die o.a. Verdoppelung der Übernachtungszahlen zwischen 1997 und 2008 am Standort Oberhausen. Im Gegensatz zu Essen und Mülheim/Ruhr hat durch diese Entwicklung das kleingewerbliche Segment im Oberhausener Hotelmarkt an Bedeutung verloren.

Somit ergibt sich für die Entwicklung des Hotelgewerbes in den drei Städten des IHK-Bezirks MEO eine sehr differenzierte Bilanz: In Mülheim/Ruhr wurde die ohnehin schon zu Beginn der 1990er Jahre bestehende Dominanz kleiner und mittlerer Beherbergungsbetriebe weiter gestärkt. In Essen haben die sehr kleinen und die sehr großen Hotelbetriebe an Gewicht gewonnen. In Oberhausen wird die Beherbergungswirtschaft von großen Hotels dominiert.

Tourismus im Ruhrgebiet

7. Die Destination Essen – „Zugpferd“ einer neuen Tourismusregion?

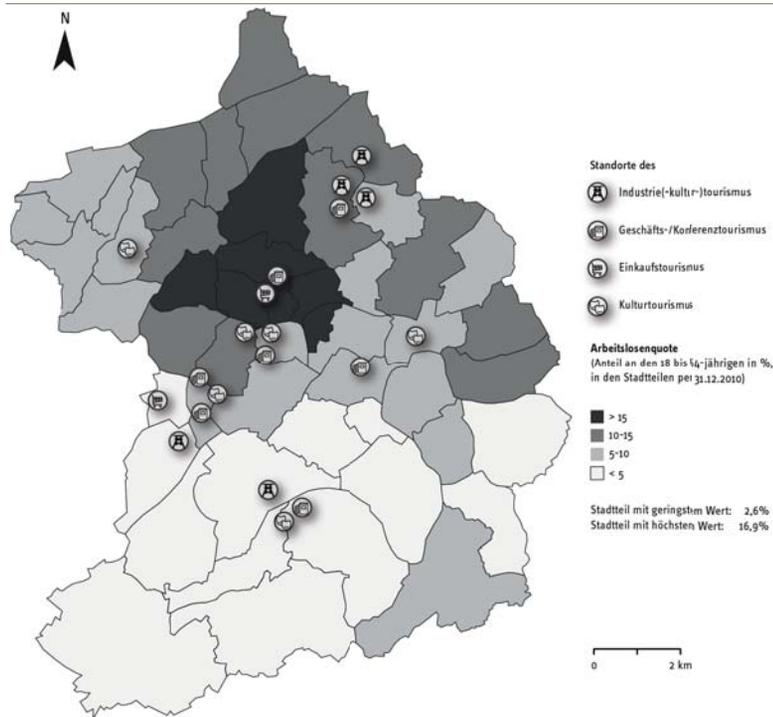
7.1 Innerstädtische Disparitäten und touristische Ziele

Um die Entstehung der Tourismuswirtschaft im Ruhrgebiet genauer zu verdeutlichen, wird in diesem Kapitel eine detaillierte Analyse am Beispiel von Essen durchgeführt.

Das Schaubild 14 zeigt an, dass Essen trotz aller jüngeren Erfolge im wirtschaftlichen Wandel ausgesprochen starke Disparitäten zwischen verschiedenen Teilgebieten aufweist. Die südlichen Bezirke Essens erweisen sich in städtebaulicher und sozioökonomischer Hinsicht als die attraktivsten Stadtteile. Hier sind, ausge-

Schaubild 14

Innerstädtische Disparitäten und Standorte des Tourismus in Essen



Quelle: Stadt Essen 2011, eigene Erhebung.

7. Die Destination Essen – „Zugpferd“ einer neuen Tourismusregion?

hend von der City, die Anziehungspunkte des Kultur-, Messe- und Geschäftstourismus zu finden. In der Innenstadt finden sich zudem die wichtigen Standorte des Einkaufstourismus. Die nördliche Innenstadt, die Stadtbezirke im Norden und Teile des östlichen Stadtgebietes sind die Ballungsräume der altindustriellen Standorte. Hier sind – wie im Ruhrgebiet insgesamt – die wichtigsten Stätten der Industriekultur zu finden. Im Verlauf des industriellen Niedergangs und durch anschließende Sanierungsmaßnahmen verbesserte sich zwar die Umweltsituation, aber die sozioökonomischen Bedingungen verschlechterten sich in diesen Stadtteilen. Arbeitslosigkeit und der Anteil der Empfänger sozialer Leistungen liegen z.B. deutlich über dem städtischen Durchschnitt (Schaubild 14). Zudem setzte in den 1970er Jahren ein selektiver Auswanderungsprozess ein, der gering qualifizierte Familien mit geringen Einkommen als dominante Einwohnergruppe zurückließ. Industrieller Verfall und Abwanderung erzeugten einen Rückgang der lokalen Kaufkraft. Dadurch schlossen viele Betriebe in den Bereichen Einzelhandel und verbraucherorientierte Dienstleistungen.

Aus den innerstädtischen Disparitäten ergeben sich besondere Herausforderungen für die Entwicklung des Städtetourismus. Aufgrund der räumlichen Verteilung der touristisch interessanten Standorte (Industriedenkmäler) ergibt sich, dass Stadterneuerung und Tourismusentwicklung sehr eng miteinander verknüpft sind.

Im Zusammenhang mit der in Abschnitt 5.1 vorgestellten IBA Emscher Park und der Einrichtung der Route der Industriekultur (Abschnitt 5.2) wurde in den 1990er Jahren vor allem im Essener Norden ein Prozess der Stadterneuerung initiiert, der eine andere Qualität als die bis dahin zumeist auf rein bauliche Verbesserung ausgerichteten Sanierungsprogramme aufwies. Seitdem stehen neben der infrastrukturellen Sanierung auch die soziale Aufwertung und die Förderung lokalen wirtschaftlichen Potenzials im Fokus. Dieser Prozess wird in Kapitel 8 beschrieben. Zuvor wird jedoch die Entwicklung des kleingewerblich geprägten Beherbergungsgewerbes im Umfeld der industrietouristischen Ziele beleuchtet.

7.2 Beherbergungswirtschaft

Im Kapitel 6 wurde dargestellt, dass im Essener Hotelgewerbe sowohl sehr kleine als auch sehr große Hotels einen spürbaren Bedeutungsgewinn erlangten. Dem Schaubild 15 ist das dazugehörige räumliche Verteilungsmuster der Hotels nach Betriebsgröße und Betriebsbeginn zu entnehmen. Es zeigen sich die typischen Clusterungen von Hotels in der Innenstadt und der Innenstadt-Süd mit 37 von insgesamt 68 Hotels. Der unmittelbare City-Bereich wird dominiert von großen Hotels, während die benachbarte Zone „Innenstadt-Süd“ durch kleinere und mit-

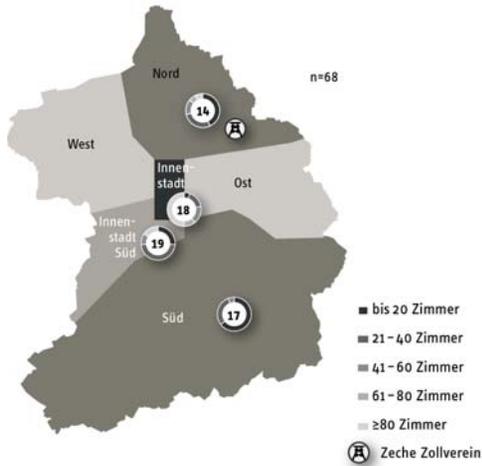
Tourismus im Ruhrgebiet

Schaubild 15

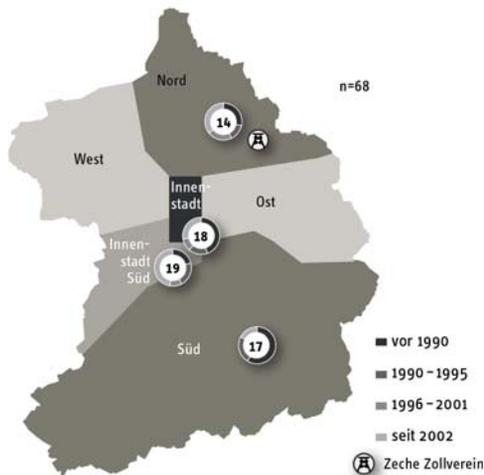
Verteilungsmuster der Hotelstandorte in Essen

2009

1. Standortverteilung der Hotels nach Betriebsgröße (Anzahl der Zimmer)



2. Standortverteilung der Hotels nach Zeitpunkt der Gründung



Quelle: Eigene Darstellung. Berechnungen basieren auf der Datenbank der IHK zu Essen .

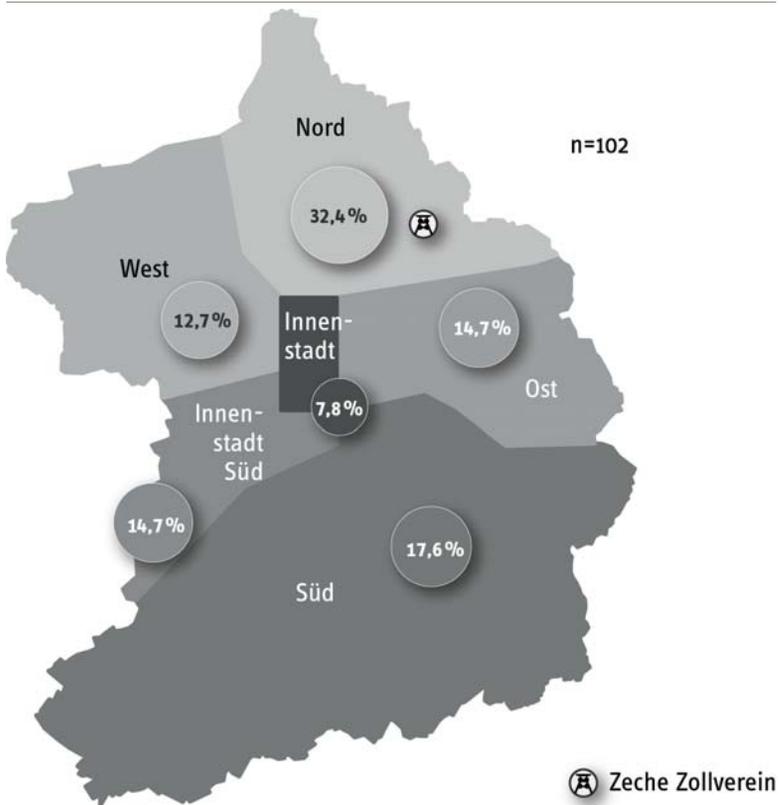
7. Die Destination Essen – „Zugferd“ einer neuen Tourismusregion?

telgroße Hotels geprägt ist. Im südlichen Teil von Essen und in den altindustrialisierten Teilzonen Norden, Osten und Westen (Schaubild 15) wird die Struktur des Hotelgewerbes vor allem durch die unteren Größenklassen (bis 40 Zimmer) geprägt.

In der zeitlichen Entwicklung des Hotelsektors ist die stärkste Dynamik in den Teilzonen Nord, Ost, West und im Stadtzentrum-Süd zu verzeichnen. Ab 1996 bzw. nach dem Jahr 2001 – als die Zeche Zollverein von der UNESCO zum Weltkulturerbe erklärt wurde – setzte hier ein „Gründer-Boom“ ein.

Schaubild 16

Verteilungsmuster der Bed & Breakfast – Angebote in Essen
2009



Quelle: Eigene Darstellung. Berechnungen basieren auf der Datenbank der IHK zu Essen und eigener Erhebung.

Tourismus im Ruhrgebiet

Der Blick auf das statistisch schwer zu erfassende Segment der Pensionen und Gästezimmer (B&B = Bed & Breakfast) ergibt weitere Hinweise auf positive Effekte der Entwicklung und überregionalen Anerkennung industrietouristischer Stätten seit den 1990er Jahren. Durch unsere empirischen Erhebungen konnten 102 B&B – Unternehmen identifiziert werden, die Übernachtungen für Touristen in kleinen Gästehäusern oder in Zimmern im eigenen Haus anbieten.

Auf Basis unserer empirischen Erhebungen gehen wir davon aus, dass mindestens zwei Drittel der B&B-Anbieter ihre Geschäfte nach dem Jahr 2001 aufnahmen. Unsere Telefoninterviews mit kleinen Übernachtungsbetrieben zeigten, dass von den 62 Antwortenden 84% ihre Geschäfte nach 2001 gestartet hatten. Der Anteil für die Teilzonen Nord, Ost und West liegt bei rund 86%. Zudem findet sich ein von der räumlichen Verbreitung der Hotels deutlich abweichendes Standortmuster. Übernachtungen mit Frühstück werden vorwiegend im Essener Norden (60% der 102 Standorte) angeboten. Dabei finden sich die meisten Anbieter in unmittelbarer Nähe zu den Stätten der Industriekultur (etwa 32% in Zone Nord, Schaubild 16).

Abschließend ist festzustellen, dass der „Boom“ der Kleinstunternehmen im Übernachtungsgewerbe einsetzte, nachdem ein sehr spezielles touristisches Highlight geschaffen wurde. Im Zentrum der Entwicklung stand der Essener Norden mit dem Weltkulturerbe Zeche Zollverein (Schaubilder 15 und 16).

7.3 Beherbergungswesen im Essener Nordosten

Bisher wurde analysiert, in welchen Teilräumen der Stadt Übernachtungsangebote geschaffen wurden und dass sich dabei insbesondere der Essener Norden zum Standort von Kleinstunternehmen entwickelte. Nun gilt es, darzustellen, in welchem Ausmaß die Angebote der Kleinunternehmen auch angenommen wurden.

Das Areal Zollverein hat sich im letzten Jahrzehnt zu einem echten Besuchermagneten entwickelt. Im Jahr 2006 haben das Gelände der Welterbestätten rund 700 000 Gäste besucht. Im Jahr 2009 zählte die Stiftung Zollverein reichlich 1 Mill. Gäste und im Kulturhauptstadtjahr 2010 rund 2,2 Mill. Besucher. Jedoch liegt das Potenzial für Übernachtungsgäste im Stadtteil erheblich unter der Besucherzahl, da hier auch viele Essener Bürger und auch Tagestouristen aller Art gezählt werden. Zudem stehen natürlich die lokalen Anbieter im Stadtteil in Konkurrenz zum Hotelgewerbe in den anderen Essener Stadtteilen aber auch den Nachbarstädten des Ruhrgebiets.

7. Die Destination Essen – „Zugferd“ einer neuen Tourismusregion?

Zur Abschätzung eines lokalen Effekts lassen sich die Daten über vermittelte Übernachtungen des Verkehrsvereins Kulturlandschaft Zollverein (VKZ) nutzen. Dabei handelt es sich um eine lokale Wirtschaftsinitiative, die unter dem Motto „Übernachten unterm Förderturm“ seit einem Jahrzehnt das Beherbergungs- und Gastgewerbe im Essener Nordosten aktiv fördert, u.a. durch eine Agentur für Zimmervermittlung bei kleinen B&B-Anbieter und Hotels (Projekt Zollverein-Touristik des VKZ, Kapitel 8).

Bei den B&B-Anbietern im Essener Nordosten handelt es sich zumeist um unternehmerisch tätige Personen bzw. Familien, für die das Beherbergungsgewerbe eine von mehreren Einkommensquellen darstellt. Viele von Ihnen bieten 2 bis 6 Betten in 1 bis 3 Zimmern an (Schaubild 17). Daneben finden sich die o.a. kleinen Hotels welche zumeist nicht über mehr als 10 Zimmer mit höchstens 25 Betten verfügen. Die Preise für eine Übernachtung im Stadtteil liegen zwischen 30 und 80 €.

Die Anzahl der Vermittlungen (für eine oder mehrere Übernachtungen), die durch das Projekt ZollvereinTouristik des VKZ realisiert wurden, stieg stetig von knapp 1 000 im Jahr 2003 auf 4 100 im Jahr 2008 (Schaubild 18). Im Krisenjahr 2009 sanken die Vermittlungszahlen um rund 25% auf knapp 3 100. Jedoch brachte das

Schaubild 17

Übernachten unterm Förderturm: Bed & Breakfast – Angebote im Essener Norden



Copyright: Zollverein Touristik.

Tourismus im Ruhrgebiet

Kulturhauptstadtjahr 2010 den erwünschten Boom mit fast 5 700 Vermittlungen. Damit wurden die Erwartungen der lokalen Akteure zu Beginn des Jahres 2010 – rund 4 500 bis max. 5 000 Vermittlungen – ganz erheblich übertroffen.

Diese Zahlen enthalten nicht die erneut anreisenden Gäste, welche direkt bei den B&B-Anbietern buchen, weil sie sich aufgrund früherer Besuche bereits kannten. Insofern ist der Effekt der Vermittlungsagentur für die lokalen Kleinunternehmen erheblich größer als es die hier zitierte Statistik anzeigt.

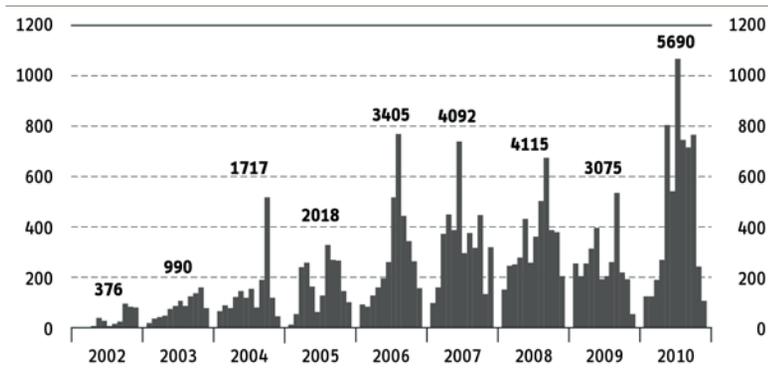
Durch die Arbeit der Vermittlungszentrale wurde – nach Angaben des VKZ (div. Jg.) und nach eigener Schätzung – bei den lokalen Anbietern im Jahr 2003 ein durchschnittlicher Jahresumsatz von zirka 60 000 € generiert. Im Jahr 2008 kann bereits von 245 000 € ausgegangen werden und im Jahr 2010 von rund 340 000 €.

Neben dem absoluten Anstieg der Zahl vermittelter Übernachtungsmöglichkeiten ist auch die Entwicklung der Zusammensetzung der Gästegruppe nach ihrer geographischen Herkunft sehr aufschlussreich. Sie liefert einen wichtigen Hinweis darauf, inwieweit die Destination Essen bzw. Ruhrgebiet mit seinen industrieturistischen Anziehungspunkten überregional wahrgenommen wird. Das Schaubild 19 zeigt an, dass sich zwischen 2005 und 2009 der Anteil ausländischer Gäste, die durch die lokale Vermittlungsagentur eine Übernachtungsmöglichkeit fanden, von 8 auf 25% angestiegen ist. Dabei ist die Ländergruppe Frankreich – Schweiz – Österreich am stärksten vertreten.

Schaubild 18

Projekt Zollverein Touristik: Vermittelte Übernachtungsmöglichkeiten

2002 bis 2010



Quelle: Verkehrsverein Kulturlandschaft Zollverein.

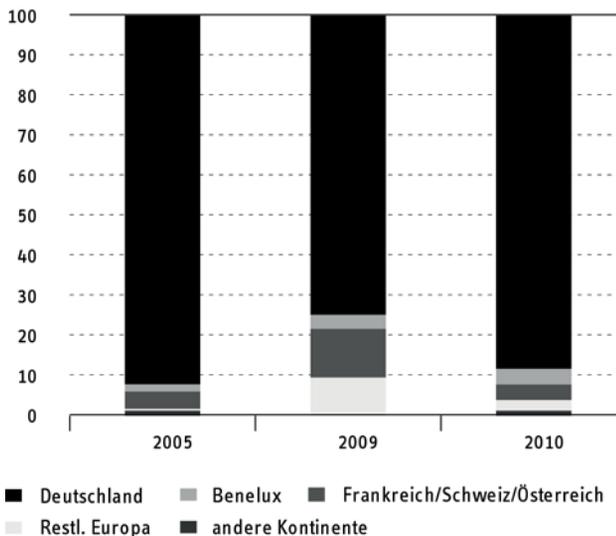
7. Die Destination Essen – „Zugferd“ einer neuen Tourismusregion?

Insgesamt hat sich die Zahl der ausländischen Gäste von knapp 160 (2005) auf etwa 650 bis 800 (2008 bis 2010) stetig positiv entwickelt. In Abhängigkeit von Kongressen und großen Ausstellungen auf dem Areal Zollverein sind jedoch hinsichtlich der Herkunftstaaten und der Anteilsverteilung zwischen in- und ausländischen Gästen beachtliche Schwankungen zwischen einzelnen Jahren zu verzeichnen. Aufgrund einer Zunahme der Anzahl inländischer Gäste lag der Anteil der ausländischen Gäste im Jahr 2010 daher wieder unter dem Wert von 2009. Gleichwohl ist festzuhalten, dass die Entwicklung der Gästezahlen grundsätzlich eine positive Resonanz der touristischen Angebote des Ruhrgebiets im Ausland anzeigt. Im Durchschnitt wies die Beherbergungswirtschaft in Essen insgesamt im Jahr 2010 einen Anteil von rund 16,5 % ausländischer Übernachtungsgäste auf. Gegenüber dem Jahr 2009 wuchs der Anteil ausländischer Gäste – gemessen in „Ankünften“ – um 18,5 % (RTG 2011).

Schaubild 19

Geographische Herkunft der Gäste des Projektes Zollverein Touristik

2005 bis 2010; Anteil in %



Eigene Berechnung nach Angaben Verkehrsverein Kulturlandschaft Zollverein, 2011.

Tourismus im Ruhrgebiet

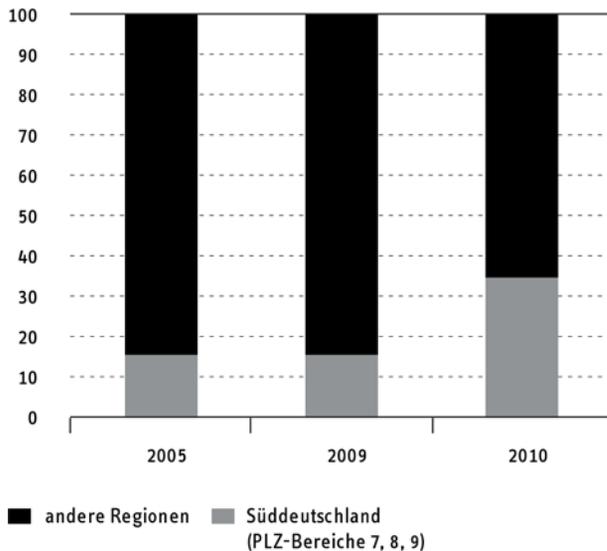
Auf dem hart umkämpften nationalen Markt für Städtetourismus können die nördlichen Stadtteile von Essen einen Zuwachs der Gästezahlen aus Süd- und Südwestdeutschland verzeichnen. Die Zahl der über das Projekt ZollvereinTouristik vermittelten Übernachtungsmöglichkeiten stieg von 290 (2005 – Anteil 15%) auf über 1.700 (2010 – Anteil 35%; Schaubild 20). Diese Zielgruppe ist deshalb so bedeutend, weil aufgrund der Entfernung zum Ruhrgebiet der Anteil der übernachtenden Gäste aus Baden-Württemberg und Bayern sehr hoch ist.

Unsere Untersuchungen haben auch gezeigt, dass der hier dokumentierte Erfolg bei der Gewinnung von Übernachtungsgästen für den Essener Norden sehr stark vom Erfolg des Vertriebs von Tourpaketen und auch Catering-Angeboten durch das lokale Projekt ZollvereinTouristik des VKZ abhängt, d.h. von der umfassenden Inwertsetzung des industrieturistischen Potenzials.

Schaubild 20

Projekt Zollverein Touristik: Vermittlung von Übernachtungsmöglichkeiten an Gäste aus Deutschland

2005 bis 2010, Anteil der Herkunftsregionen in %



Eigene Berechnung nach Angaben Verkehrsverein Kulturlandschaft Zollverein, 2011.

8. Inwertsetzung industrieturistischer Potenziale im Essener Norden

8. Inwertsetzung industrieturistischer Potenziale im Essener Norden

8.1 Akteure des Essener Industrie-Kultur-Tourismus im Überblick

In diesem Kapitel wird beispielhaft der Prozess der Inwertsetzung industrieturistischer Potenziale im Essener Nordosten nachgezeichnet als ein Zusammenspiel sehr unterschiedlicher Akteure, die in verschiedene soziale und politische Netzwerke eingebettet sind. Wir zeigen auf, wie sich politische Entscheidungen und wirtschaftliche Aktivitäten über verschiedene geographische Maßstabsebenen („scales“) hinweg erstrecken. Dadurch wird das Verständnis des Entwicklungsprozesses der Tourismuswirtschaft im gesamten Ruhrgebiet erleichtert und die Bewertung bisher erreichter Ergebnisse ermöglicht. Zudem lassen sich die Potenziale und Herausforderungen der weiteren Entwicklung verdeutlichen.

Die bisherige Analyse zeigte, dass die Tourismusbranche – einschließlich der Kleinstunternehmen im Beherbergungsgewerbe – in Essen und dem Ruhrgebiet seit Mitte der 1990er Jahre eine erfolgreiche Startphase durchlaufen hat. Am Beispiel der nördlichen Stadtteile von Essen lässt sich beispielhaft darstellen, welche öffentlichen und privaten Entscheidungsträger bzw. Interessengruppen in die Entwicklungsprozesse an der Schnittstelle von Stadterneuerung und Tourismusförderung in altindustrialisierten Gebieten involviert sind (Schaubild 21). Bezüglich zeitlicher Abläufe und inhaltlicher Schwerpunktsetzung lassen sich Ebenen übergreifend fünf Akteursgruppen bzw. -konstellationen identifizieren:

1. Für den Norden der Stadt Essen stand seit dem Ende der 1980er Jahre bis zur Jahrtausendwende die bauliche Sicherung, Aufwertung und Umnutzung des ehemaligen Zechen- und Kokereigeländes Zollverein im Vordergrund. In diesem Zusammenhang haben die Landesregierung NRW (mit nachgeordneten Behörden), die Europäische Union als ein wichtiger Ko-Finanzier und die IBA – Projektgesellschaft eine zentrale Rolle gespielt. Im Rahmen der Internationalen Bauausstellung Emscherpark konnte durch deren Engagement wesentlich zur Sicherung des Industriegeländes als denkmalgeschütztes Ensemble beigetragen werden.
2. Seit dem Ende der 1990er Jahre werden die umfangreichen Bauarbeiten auf dem ehemaligen Zechen- und Kokereigelände Zollverein fortgeführt. Dabei scheidet die IBA GmbH als wichtiger Akteur aus, Landesregierung NRW (mit nachgeordneten Behörden) und die europäische Union als ein wichtiger Ko-Finanzier behalten jedoch ihr großes Gewicht als „stakeholder“. Als weitere

Tourismus im Ruhrgebiet

wichtige Akteure für den Umbau gelangen jetzt auch sehr stark die Stiftung Industriedenkmalspflege und die Entwicklungsgesellschaft Zollverein auf der lokalen Ebene in den Fokus. Die erstgenannte Stiftung ist eine Einrichtung der Geländeeigentümer aus der Montanindustrie. Sie kümmert sich in hohem Maße um die Dekontaminierung industriell genutzter Flächen, um alle Sicherungs- und Abrissarbeiten in Teilbereichen des Areals Zollverein. Die im Jahr 2001 gegründete Entwicklungsgesellschaft Zollverein war verantwortlich für die bis zum Jahresende 2006 laufende Umgestaltung des Denkmalgeländes nach dem vom niederländischen Stararchitekten Rem Koolhaas entwickelten Masterplan für die neuartige Flächennutzung und -gestaltung. Die im Jahr 1998 gegründete Stiftung Zollverein hatte die Aufgabe die baulich fertiggestellten Teilbereiche des gesamten Areals schrittweise zu übernehmen und mit konkreten Maßnahmen die geplanten Nutzungen umzusetzen (Abschnitt 8.3).

3. Neben den bisher benannten Akteuren haben seit Ende der 1980er Jahre bzw. seit dem Beginn der 1990er Jahre auch Institutionen auf der Stadt- und Stadtteilbene wesentlich dazu beigetragen, das Fundament für einen prosperierenden Industrie(-kultur-)tourismus zu schaffen. Sowohl das Institut für stadtteilbezogene Sozialarbeit (ISSAB) der Universität Essen-Duisburg als auch das Essener Büro für Stadtentwicklung haben gemeinsam mit Bürgerinitiativen den IBA-Prozess aktiv begleitet. Ein Ergebnis dessen ist eine mindestens halbjährlich stattfindende Bürgerkonferenz („Katernbergkonferenz“), in der die zuvor von einer lokalen Unternehmerinitiative (Katernberger Werbering e.V.)

Schaubild 21

Akteure an der Schnittstelle von Stadterneuerung und Tourismusentwicklung



Eigene Darstellung.

8. Inwertsetzung industrieturistischer Potenziale im Essener Norden

gesammelten Ideen, Hinweise und Kritiken der Bewohner gemeinsam mit politischen Entscheidungsträgern diskutiert werden. Im April 2011 fand inzwischen die 34. Katernbergkonferenz statt. Die Entwicklung des Tourismus im Zusammenhang mit der wirtschaftlichen Entwicklung des Stadtteils spielte bisher eine wesentliche Rolle in den Bürgerkonferenzen, aber auch natürlich die damit eng verknüpfte kulturelle und wirtschaftliche Nutzung des Areals Zollverein (Abschnitt 8.2).

4. Aufbauend auf die Aktivitäten von ISSAB und Essener Stadtverwaltung (Büro für Stadtentwicklung) wurde in den nördlichen Essener Stadtteilen Katernberg, Stoppenberg und Schonnebeck das Landesprogramm „Soziale Stadt NRW“ zur Mitte der 1990er Jahre gestartet. Hierbei ging es darum, unter umfassender Nutzung lokaler Ressourcen neben einer Aufwertung altindustrialisierter Stadtteile auch die soziale Infrastruktur zu verbessern und in wirtschaftlicher Hinsicht neue Möglichkeiten zur Wertschöpfung durch lokale Akteure zu erschließen. Hierzu zählten in Essen auch Maßnahmen zur Förderung des Tourismus. Da das Landesprogramm NRW in ein gleichartiges Bundesprogramm eingebettet ist, zählen zu den wesentlichen Akteuren mit Einfluß auf Stadtumbau und Tourismusförderung die entsprechenden Ministerien auf Bundes- und Landesebene, das Büro für Stadtentwicklung auf kommunaler Ebene sowie der Katernberger Werbering und die Katernbergkonferenz, welche zu „Geburtshelfern“ des lokalen Industrietourismus im Rahmen des Programms „Soziale Stadt“ wurden (Abschnitt 8.2). Vor dem Hintergrund der Initiativen von Katernberger Werbering und Katernbergkonferenz entstand als neuer Akteur der VKZ – Verkehrsverein Kulturlandschaft Zollverein, welcher seit 2001/02 neue Unternehmen aus dem Essener Norden bei der Entwicklung touristischer Angebote unterstützt.
5. Zu den Akteuren der Tourismusedwicklung im engeren Sinn zählten in den 1990er Jahren insbesondere die IBA-Planungsgesellschaft, welche überhaupt erst einmal Standorte mit (industrie-/kultur-)touristischem Potenzial identifizierte und deren mögliche Nutzung überhaupt zur Diskussion stellte (Abschnitt 5.1). Weiterhin ist die Landesregierung NRW zu nennen, welche über ihr Tourismusressort im Wirtschaftsministerium mit den Masterplänen für Tourismus im Ruhrgebiet und im gesamten Land NRW den Rahmen für regionale Tourismuskonzepte setzte. Im vergangenen Jahrzehnt standen dann aber v.a. die nachfolgend aufgelisteten Akteure im Mittelpunkt der miteinander verwobenen Tourismusedwicklung auf regionaler, kommunaler und lokaler Ebene (Abschnitte 8.3 und 8.4):

Tourismus im Ruhrgebiet

- ❏ Ruhr Tourismus GmbH & Co. KG (RTG; Kapitel 5):
 - ❏ Entwicklung und Management der Route der Industriekultur und des segmentspezifischen Marketing der Destinationen.
 - ❏ Veranstaltung von Einzelevents.
 - ❏ Als Pächter der Stiftung Zollverein betreibt halbstaatliche RTG das zentrale Besucherzentrum Zollverein, erstellt Machbarkeitsstudien für die erwartete Entwicklung des Stadtteils rund um die Zeche und berät die Stiftung im Bezug auf programmatische Aspekte der Standortentwicklung.
 - ❏ Verkauf von Eintrittskarten und Souvenirs, Buchung von Unterkünften und Tourpaketen.
- ❏ Essen Marketing GmbH (EMG): Vermarktung der Stätten des industriellen Erbes innerhalb der allgemeinen Marketingstrategie für Essen (unterstützt durch die IHK und Handelsverbände).
- ❏ Stiftung Zollverein: Angebot von Führungen innerhalb des Zollverein-Komplexes und Verantwortlichkeit für Nutzung des Welterbes und des neuen Ruhr-Museums.
- ❏ Verkehrsverein Kulturlandschaft Zollverein mit dem Projekt ZollvereinTouristik (Kapitel 7): Angebot von Führungen in den nördlichen Stadtteilen von Essen, Vermittlung und Buchung von Unterkünften (Hotels, Übernachtung mit Frühstück/B&B), Catering, Vermittlung und Buchung von Paketangeboten insbesondere für Reisegruppen.
- ❏ Unternehmen (Hotels, Pensionen, B&B-Anbieter, Reiseveranstalter, Freiberufler als Fremdenführer).

8.2 Stadtteilbezogene Prozesse

Die Identifizierung und Nutzung des industrietouristischen Potenzials im Essener Norden erfuhr neben der IBA Emscherpark einen ganz wesentlichen Impuls durch das seit 1993 implementierte Förderprogramm „Soziale Stadt NRW“. Das Programm zielt darauf ab, die Standorteigenschaften der ausgewählten Stadtgebiete umfassend aufzuwerten. Dabei ergänzt die Förderung der Lokalen Ökonomie – neben anderen Handlungsfeldern – die traditionelle Stadterneuerung, die sich vor allem auf die Durchführung städtebaulicher Maßnahmen konzentriert hat. Zum Spektrum der Instrumente, die bei der Förderung der Lokalen Ökonomie zum

8. Inwertsetzung industrieturistischer Potenziale im Essener Norden

Einsatz kommen, gehören diverse Ansätze der regionalen Wirtschaftsförderung, wie z.B. die Unterstützung von Existenzgründungen, Beratungsangebote und die Bildung von Unternehmer-/Gründernetzwerken.

Seit dem Programmstart wurden in NRW über 80 Stadtteile in mehr als 30 Städten gefördert. Seit dem Start des Bundesprogramms 1999 wurde das Programm in insgesamt 500 Stadtteilen in mehr als 250 Städten genutzt. Die Besonderheit des Programms – v.a. in seiner Variante in NRW – besteht darin, dass kommunale Behörden und Politiker gemeinsam mit lokalen Organisationen Stadtgebiete identifizieren, welche besonderer Impulse zur Erneuerung bedürfen. Gemeinsam wird – in der Regel unter Federführung der Verwaltungseinheiten für Stadtplanung – ein Maßnahmenplan für 4 bis max. 10 Jahre entwickelt. Darin werden jene Handlungsfelder und „Leitprojekte“ identifiziert, welche die bauliche, infrastrukturelle, ökologische, soziale und ökonomische Reaktivierung von Stadtgebieten befördern sollen (Neumann et al. 2007).

Das Schaubild 22 verdeutlicht, dass auf und zwischen Landes-, Stadt- und Stadtteilebene zahlreiche Akteure miteinander kooperieren, um die lokalen Bedürfnisse zu identifizieren und entsprechende Maßnahmen passgenau zu konzipieren. Entsprechend der Programmphilosophie, vor allem lokale Ressourcen zu fördern und für den Stadtumbau zu nutzen, ist die bis dato nachgewiesene Mitarbeit von Bürgerinitiativen, Kirchen- und Moschee-Gemeinden, Wohlfahrtsorganisationen, lokalen Unternehmernetzwerken, Lokalpolitikern und Abgeordneten nicht nur erwünscht sondern unabdingbare Voraussetzung für die Ernennung eines Stadtteils zum Programmgebiet.

Auf städtischer Ebene sind neben den Einheiten zur Stadtplanung v.a. Einrichtungen der Wirtschaftsförderung und Gründungsberatung in das Programm involviert, falls die Förderung der Lokalen Ökonomie als wichtiges Handlungsfeld benannt wurde. Durch Universitäten und andere wissenschaftliche Einrichtungen wird zumeist die Begleitforschung bzw. Evaluation des Programms vorgenommen, teilweise aber auch aktiv an der Umsetzung von Maßnahmen mitgewirkt. Im Bereich der Gründungsförderung ergeben sich dabei Schnittmengen zwischen den Interessen des lokalen Unternehmerbestandes und denen der städtischen Wirtschaftsförderung.

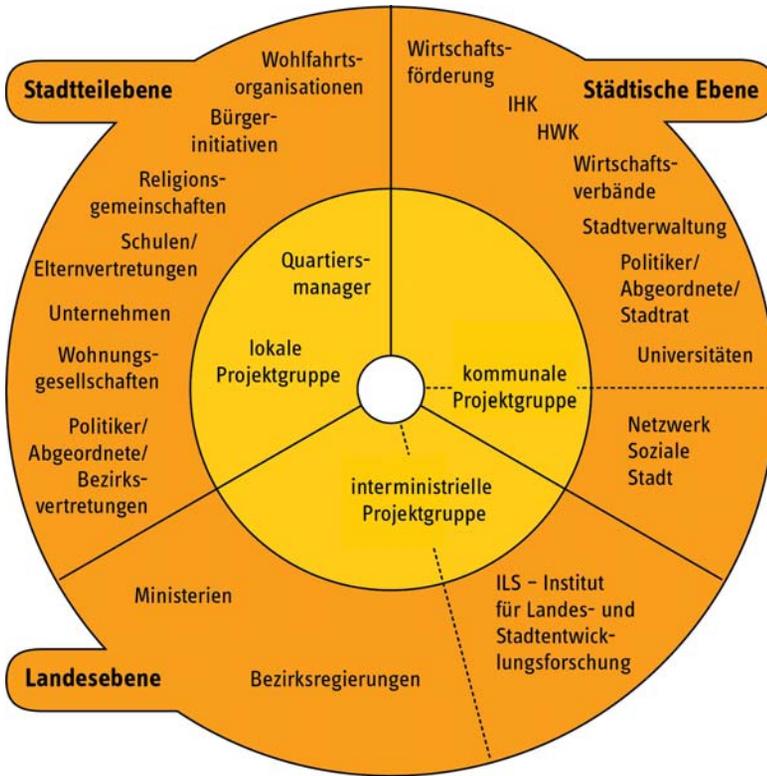
Im Essener Norden wurden im Programmzeitraum 1993 bis 2004 zusätzlich zu den Kosten für die Sanierung der Zeche und Kokerei Zollverein insgesamt rund 52 Mill. € für die Stadterneuerung aufgewendet. Etwa 34 Mill. € stammten aus

Tourismus im Ruhrgebiet

Schaubild 22

Programm „Soziale Stadt NRW“ –

Zusammenspiel der Akteure verschiedener Ebenen



Quelle: www.soziale-stadt-nrw.de.

Förderprogrammen der Landesregierung, weitere 11 Mill. € aus Mitteln der EU und etwa 3 Mill. € aus Bundesmitteln. Die verbleibenden 4 Mill. € wurden von der Stadt Essen gemeinsam mit privaten Förderern aufgebracht.

Mit Blick auf eine gleichberechtigte Beteiligung von Bürgern und Stadtteilorganisationen wurden in geringem Umfang weitere Fördermittel zur Verfügung gestellt, um die Arbeit der lokalen Projektgruppen zu finanzieren. Hierfür wurden im Essener Norden zusätzlich 3 Mill. € eingesetzt. Die Mittel stammten zu 94% aus dem Landeshaushalt. Der Anteil kommunaler Zuschüsse betrug 6%.

8. Inwertsetzung industrieturistischer Potenziale im Essener Norden

Im Fall des Programmgebiets im Essener Norden spielte die o.a. Katernbergkonferenz eine sehr wesentliche Rolle bei der Entwicklung einer Projektagenda für den Förderzeitraum 1993 bis 2004. Im Rahmen dieses Forums entstanden seit Beginn der 1990er Jahre u.a. folgende Ideen im Zusammenhang mit der Inwertsetzung des lokalen industrieturistischen Potenzials:

- fi Erhaltung des Zollverein-Geländes (Zeche und Kokerei) als Teil des IBA-Programmes,
- fi Entwicklung des Standortes als ein neues Zentrum für Geschäfts- und Kulturaktivitäten durch eine Treuhandorganisation und
- fi Gründung einer lokalen Organisation, um die Tourismusbranche in den Stadtteilen in Nachbarschaft der Zeche aufzubauen.

Mit den Beschlüssen zum dritten Schwerpunkt wurde der Weg geebnet, um den Verkehrsverein Kulturlandschaft Zollverein (VKZ) zu gründen. Hier vereinten sich Besitzer kleiner Gaststätten, Fremdenführer – aus dem Kontext der IBA –, andere lokal ansässige Geschäftsleute, die kleine Beherbergungsstätten aufbauten und Einzelpersonen (Arbeitslose, Witwen von Bergleuten u.ä.), die in Privatquartieren nahe der Zeche Zollverein B&B-Angebote zu entwickeln begannen (Abschnitte 7.2 und 7.3). Im Rahmen des Programms Soziale Stadt NRW konnte diese Organisation als Projektträger gefördert werden.

Im Mittelpunkt der Förderung zwischen 2000 und 2004 stand der Aufbau o.a. Vermittlungsagentur „ZollvereinTouristik“ (Abschnitte 7.3 und 8.1). Diese bietet nun authentische Führungen durch altindustrialisierte Stadtteile sowie Übernachtungsmöglichkeiten mit Frühstück an. Die Programm-Mittel wurden für einen Teilzeit-Manager durch die Essen Marketing GmbH (EMG) bereitgestellt, um Managementkurse und Fremdsprachentraining für 30 Hauseigentümerinnen (alle über 50 Jahre alt und mit nicht-akademischem Hintergrund) durchzuführen. Die EMG hat zudem begonnen, die Angebote der „ZollvereinTouristik“ als einzigartige Offerte im Kontext des Industrie- und Kulturtourismus zu vermarkten. Mitarbeiter des VKZ wurden beim Besuch großer Tourismusmessen (u.a. ITB), bei der Sponsorensuche und der Entwicklung des Internetauftritts gefördert.

Im Zusammenhang mit dem Programm „Sozial Stadt NRW“ wurde die Initiative, einen lokalen Tourismussektor zu etablieren, mit anderen Stadterneuerungsprojekten in den umgebenden Vierteln verbunden (z.B. Verkehrswegebau, Erschließung neuer hochwertiger Wohnstandorte und Verbesserung der lokalen Einzelhandels- und Dienstleistungsstruktur). Ein erster Schub für den Tourismus wurde durch die Kooperation mit Firmen in einem neuen Gründerzentrum „TripleZ“

Tourismus im Ruhrgebiet

(ZukunftsZentrumZollverein) ermöglicht. Hier sind mittlerweile 82 Unternehmen mit rund 500 Beschäftigten beherbergt. Seit einigen Jahren haben diese Firmen zusammen mit dem VKZ-Projekt ZollvereinTouristik Unterkünfte für ihre Seminar-gäste organisiert.

Seit 2005 operiert das Projekt „ZollvereinTouristik“ ohne öffentliche Zuschüsse. Neue Aktivitäten zur Sicherung von Wachstum sind neben der Übernachtungs-vermittlung:

- ▣ Catering mit regionalen kulinarischen Spezialitäten bei Konferenzen und Kulturveranstaltungen,
- ▣ Kooperation mit Hotels im Umfeld in Kombination mit Tourpaketen für größere Gruppen (Buchungen für Kommission),
- ▣ Gemeinsame Angebote für Führungen mit einem spezialisierten Reisebüro (Zielgruppen: Studenten und Lehrende aus Architektur und Planung),
- ▣ Einrichtung einer Qualitätsmanagement-Gruppe, um die Qualität der angeschlossenen Unterkünfte zu erhöhen und vergleichbare Unterkünfte in anderen Tourismusstandorten des Ruhrgebiets zu zertifizieren.

Derzeit strebt der VKZ mit seiner Agentur „ZollvereinTouristik“ an, von der Stiftung Zollverein – der Hausherrin auf dem Welterbe-Areal – als zentraler Anbieter für Gruppenpakete direkt auf dem Gelände Zollverein „akkreditiert“ zu werden. Damit ergäben sich viele neue Kombinationsmöglichkeiten mit den bisherigen Angeboten der lokalen Promotoren des Industrietourismus und somit eine tiefreichendere Wertschöpfung unmittelbar im Essener Nordosten.

Wenn es gelingt, die durch das Programm Soziale Stadt geförderte Tourismusinitiative derart mit dem attraktivsten Denkmalgelände in der Route der Industriekultur zu verknüpfen, dann kann wirklich von erfolgreicher nachhaltiger Entwicklung im Kontext von Stadterneuerung und Tourismusförderung gesprochen werden. Dazu sind allerdings gleichgerichtete Anstrengungen aller Akteure der Tourismuswirtschaft auf allen Maßstabsebenen erforderlich. Die Ausgangsbedingungen dafür werden in den folgenden beiden Abschnitten skizziert.

8.3 Umgestaltung des Areals Zeche und Kokerei Zollverein

Die Beherbergungsbetriebe des Essener Nordens werden auf absehbare Zeit durch ihre Steuerzahlungen keineswegs die erheblichen öffentlichen Kosten ausgleichen, die durch die touristische Erschließung der dort lokalisierten Industrie-

8. Inwertsetzung industrieturistischer Potenziale im Essener Norden

denkmale entstanden sind und im Zuge der Instandhaltung der Anlagen weiterhin anfallen werden. So flossen im Zeitraum von 1989 bis 2004 öffentliche Gelder in Höhe von mehr als 190 Mill. € – überwiegend im Kontext der IBA Emscherpark – in die Sanierung der Zeche und Kokerei Zollverein (Stadt Essen 2004).

Die Rechtfertigung für diese erhebliche Subvention wird sich nicht aus der Schaffung eines touristischen Anziehungspunkts allein ableiten lassen. Vielmehr stellt sie eine Investition in die Tourismus- und Freizeitinfrastruktur dar, die letztendlich einen umfassenderen Beitrag zum wirtschaftlichen Wandel der gesamten Region leisten soll. Ob dies gelingt, wird sich erst längerfristig beurteilen lassen.

Gleichwohl brachte die Ernennung des Zollverein-Geländes zum Weltkulturerbe durch die UNESCO im Jahr 2001 einen besonders starken Schub für die Umgestaltung des denkmalgeschützten Areals (Schaubild 23). Die Umbauarbeiten wurden durch eine öffentlich getragene „Entwicklungsgesellschaft Zollverein“ im Zeitraum 2001/02 bis 2006 organisiert. Die Grundlage hierfür bildete der vom niederländischen Architekten Reem Koolhaas entwickelte Masterplan für die schrittweise Um- und Neunutzung des Geländes (Schaubild 24).

Heute beherbergt das Areal Zollverein folgende Attraktionen in der durch den öffentlichen Nahverkehr sehr gut erschlossenen vorderen Nutzungszone A (Schaubild 24):

-  Museum für Industriearbeit und Leben im Ruhrgebiet (RuhrMuseum)
-  Designmuseum
-  Konferenzzentrum, Theater, Ausstellungs- und Veranstaltungshallen
-  Werkstätten für Künstler und Designerstudios
-  Zentrales Besucherzentrum der Route der Industriekultur
-  Ticket- und Buchungscenter für andere kulturelle und touristische Aktivitäten
-  Restaurants.

In der hinteren Planungs- und Nutzungszone C sind bereits Teilbereiche mit kleinem Restaurantbetrieb, Souveniershop, der Eislaufbahn und den Büroräumen des Verkehrsvereins Zollverein mit seinem Projekt und der Vermittlungsagentur „ZollvereinTouristik“ angesiedelt. In der Entwicklung befindet sich derzeit der neue Bürostandort für eine große deutsche Immobiliengesellschaft – Bestandteil des Essener Evonik-Konzerns – mit rund 250 Mitarbeitern. Bis zum Baubeginn im Jahr 2010 wurden hier unter Federführung der o.a. Stiftung Industriedenkmalpflege

Tourismus im Ruhrgebiet

Schaubild 23

Gelände der Kokerei und Zeche Zollverein



Copyright: Mike Messner/Stiftung Zollverein.

sehr langwierige und kostenintensive Sicherungs- und Umbauarbeiten durchgeführt, um eine Nachnutzung des ehemaligen Kokereigeländes v.a. auch aus ökologischer Sicht sicherzustellen (www.rag-montan-immobilien.de).

In den kommenden Jahren rückt zunehmend die Inwertsetzung der östlich gelegenen Planungszone B in den Fokus (Schaubild 24). Hier sollen die neuen Räumlichkeiten der Fakultät für Design der Folkwang Universität entstehen. Zudem ist der Bau eines qualitativ hochwertigen Erlebnishotels durch einen ausländischen Investor in greifbare Nähe gerückt.

2008 übernahm die Stiftung Zollverein die endgültige Verantwortung hinsichtlich der Flächennutzung weiter Teile des Denkmalkomplexes sowie der kulturellen und touristischen Vermarktungsaktivitäten, vor allem in den Zonen A und B sowie teilweise in der Zone C. Die Stiftung wurde bereits 1998 gegründet und hat schrittweise die Verantwortung für die einzelnen Bereiche des Denkmalareals von den vorher tätigen Bauträgern übernommen. Ihr Aufsichtsrat besteht aus Vertretern städtischer und staatlicher Behörden, von Kulturinstitutionen, Großunternehmen und Parteien.

Tourismus im Ruhrgebiet

Die Stiftung vermietet die Flächen des Denkmalkomplexes an andere Organisationen und Firmen, die ihrerseits eigene kulturelle, touristische, gastronomische oder andere wirtschaftliche und wissenschaftliche Aktivitäten verfolgen. In geringerem Maße veranstaltet die Stiftung auch in Eigenregie Konzerte und Ausstellungen. Es werden mehrsprachige Gästeführer für den Zollverein-Komplex von der Stiftung ausgebildet. Diese arbeiten als Freiberufler in Kooperation mit dem Besuchszentrum und Buchungsbüro der Route der Industriekultur, welches durch die regionale Tourismusorganisation RTG getragen wird (Abschnitt 5.5).

Durch die Ernennung zum UNESCO-Welterbe und der folgenden Öffentlichkeitswirkung durch Medienberichterstattung stiegen Interesse und Besucherzahlen stetig an, d.h. von 30.000 im Jahr 2000 bis zu über 2 Mill. im Jahr 2010. Um die öffentliche Akzeptanz in der Stadt zu erhalten und zu steigern, verbindet die Stiftung den Standort mit lokalen Bürgerinitiativen, Business-Netzwerken sowie kulturellen und sozialen Einrichtungen in der Stadt. Diese Aktivitäten umfassen gemeinsame Musik- und Theaterworkshops in lokalen Schulen, Festivals, Kunstausstellungen, Imagekampagnen und das Engagement von Sozialarbeitern für die benachbarten Viertel.

Die vom Verkehrsverein Kulturlandschaft Zollverein angestrebte enge Kooperation mit der Stiftung Zollverein, um gemeinsam das touristische Potenzial des Hauptstandortes in der Route der Industriekultur zu nutzen, würde sehr gut zur Philosophie von der umfassenden Einbettung des Welterbe-Areals in den Stadtteil passen. Dadurch würde man in Essen der Idealvorstellung der Tourismusforschung von der „bottom up“ – geprägten, partizipativen Form der Inwertsetzung altindustrieller Standorte bei gleichzeitiger Förderung neuer mittelständisch geprägter Wirtschaftsstrukturen sehr nahe kommen (Abschnitte 2.2 und 2.3).

8.4 Das Zusammenspiel der Akteure im Essener Norden –

Chancen und Herausforderungen für nachhaltigen Tourismus

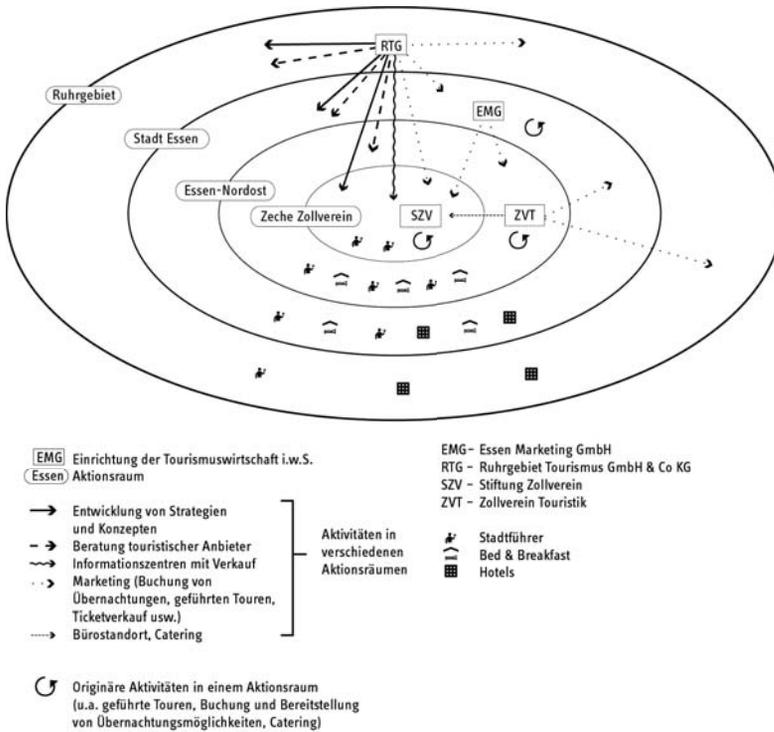
Im Abschnitt 8.1. wurden die wesentlichen Akteure der Essener Tourismuswirtschaft vorgestellt. Im Abschnitt 5.5. wurde bereits die besondere Stellung der öffentlich getragenen Ruhr Tourismus GmbH (RTG) hervorgehoben. Sie hat unterschiedliche Rollen inne (Schaubild 25).

Einerseits ist die RTG in den Bereichen Strategieentwicklung und Beratung kommunaler Tourismuseinrichtungen sehr aktiv. Derzeit gibt es gute Gründe, eine relativ zentralisierte Vermarktung der Attraktionen an Ruhr und Emscher durchzuführen. Um seine Rolle als führende, international anerkannte Tourismusattrak-

8. Inwertsetzung industrieturistischer Potenziale im Essener Norden

Schaubild 25

Akteure der Essener Tourismuswirtschaft: Aktionsräume und Aktivitäten



Eigene Darstellung.

tion erfüllen zu können, benötigen das UNESCO-Denkmal Zollverein und andere Stätten der Industriekultur ein professionelles System von Information, Marketing und Ticketverkauf. Da der Tourismus sich noch nicht vollständig als ökonomische Stärke der Region etabliert hat, wird ein regionales Management gebraucht, um Investoren zur Schaffung zukünftiger Ankerpunkte in der Hotel- und Gaststättenbranche anzuziehen.

Andererseits entstehen auch Spannungen, da die subventionierte RTG als Anbieter auf dem Markt für Ticketverkäufe, Unterkunftsvermittlung/-buchung sowie beim Verkauf von Führungen und Paketangeboten auftritt. Kleinunternehmen

Tourismus im Ruhrgebiet

im Bereich B&B profitieren vom Angebot von Pauschalreisen durch private Tourismusanbieter, während große Hotels eher von den Pauschalangeboten durch die RTG profitieren.

In ähnlicher Weise agiert auch die Essener Marketing Gesellschaft (EMG) und bietet Übernachtungsvermittlung sowie komplette Erlebnispakete für mehrtägige Aufenthalte an. Sie steht damit in der Stadt Essen und seinen Teilbereichen in Konkurrenz zur RTG aber auch zum Projekt „ZollvereinTouristik“ des VKZ, welches aber gerade durch die EMG selbst in der Entstehungsphase und mit öffentlichen Fördermitteln (Soziale Stadt NRW) unterstützt wurde. Die EMG arrangiert ebenfalls Führungen auf dem Gelände der Zeche Zollverein. Für die Führungen in der Stadt Essen und auf dem Gelände des Weltkulturerbes greifen alle Akteure auf freiberuflich tätige Stadtführer zurück.

Auf dem ehemaligen Zechengelände bemüht sich derzeit noch die o.g. Stiftung Zollverein – als verantwortliche „Hausherrin“ – sehr intensiv darum, selbst vom Tourismus zu profitieren und bietet ihrerseits geführte Besichtigungen an. Zudem vermietet sie an die RTG Flächen für deren zentrales Informations- und Verkaufszentrum.

Vor diesem Hintergrund werden die Spielräume für das oben vorgestellte Projekt „ZollvereinTouristik“ des VKZ relativ eng. Um seine Angebotspalette zu diversifizieren, engagierte sich „ZollvereinTouristik“ seit 2005 im Bereich der geführten thematischen Touren, des regionaltypischen Caterings und der Zusammenstellung von kompletten Tour-Paketen. In diesem Zusammenhang erzielen nicht wenige lokale B&B-Anbieter zusätzliche Einkommen. Die Buchung von Übernachtungen im Umfeld der Zeche Zollverein wird innerhalb dieses kleinbetrieblich geprägten Wirtschaftssegments immer stärker mit der Vermittlung weiterer industrietouristischer Angebote an Touristen verknüpft. Damit entsprechen die vernetzten Kleinunternehmen auch dem in der Literatur skizzierten Ideal der Inwertsetzung industrietouristischer Potenziale (Abschnitt 2.2). Jedoch fällt es dem lokalen Unternehmensnetzwerk „ZollvereinTouristik“ nicht leicht, sich in den genannten Aktivitätsfeldern neben dem großen Wettbewerber RTG oder der EMG zu behaupten.

Zudem kann „ZollvereinTouristik“ bisher nur in eng begrenztem Umfang direkt auf dem Gelände des Weltkulturerbes aktiv werden, denn hier agiert die Stiftung Zollverein im Verbund mit der RTG. Mit einiger Gewissheit kann man feststellen, dass diese Aktivitäten die Arbeit des Projektes „ZollvereinTouristik“ einschränken, denn es könnte für die lokalen Kleinunternehmen eine weitere Marktnische dar-

9. Resümee und Ausblick

stellen, z.B. thematische Führungen auf dem Gelände des Weltkulturerbes anzubieten. Die Rechtfertigung eines entsprechenden „Monopols“ der mit öffentlichen Mitteln finanzierten RTG ist sicher fraglich.

An diesem Punkt argumentieren die Repräsentanten privater, kleiner Unternehmen, dass solche öffentlich finanzierten Aktivitäten auf dem Markt nur dann stattfinden sollten, wenn sich private Aktivitäten (noch) nicht rentabel durchführen lassen. Die öffentliche Hand sollte sich jedoch schrittweise zurückziehen, sobald privatwirtschaftliche Aktivitäten beginnen, erfolgreich zu greifen. Einiges spricht dafür, dass die Tourismuswirtschaft im Essener Norden diesen Stand erreicht hat.

Im Zusammenhang mit dem Tourismus im Ruhrgebiet und in Essen würde dies bedeuten:

- fi Rückzug der öffentlich getragenen Unternehmung RTG als Dienstleistungsanbieter zumindest auf lokalem Niveau,
- fi Übernahme der entsprechenden Aufgaben durch private Unternehmen,
- fi Begrenzung der RTG-Aufgaben in Essen auf die weitere Strategieentwicklung für das Areal des Welterbes Zollverein und den umgebenden Stadtteil.

Abschließend bleibt festzuhalten, dass unter den aktuellen Bedingungen jene touristischen Anbieter, welche die Authentizität des industrietouristischen Angebots vermitteln und zur Wertschöpfung im lokalen Umfeld der Denkmale der Industriekultur beitragen, momentan nur über moderate Wachstumsaussichten verfügen. Die Situation könnte sich zugunsten der Kleinunternehmen im Umfeld der industrietouristischen Standorte ändern, wenn sich die öffentlich getragenen Einrichtungen der Tourismusförderung auf ihre Kernaufgaben beschränken, d.h. Strategieentwicklung, überregionale Vermarktung der Destination, Beratung lokaler Anbieter und Koordination von touristischen Aktivitäten bzw. großen Events mit regionalem Abstimmungsbedarf. Zudem muß an der guten Tradition der Einbindung lokaler Akteure in stadtteilbezogene Entscheidungsprozesse – aus dem Kontext von IBA Emscherpark und dem Programm Soziale Stadt heraus – festgehalten werden. Nur dann wird auch die tourismusorientierte Form der sozial-ökonomischen Stadterneuerung weiterhin die notwendige große Zustimmung in der Stadtteilbevölkerung finden.

Tourismus im Ruhrgebiet

9. Resümee und Ausblick

9.1 Das Ruhrgebiet als neuer Wettbewerber im Städtetourismus

Nach einer sehr anstrengenden Zeit des Strukturwandels erlebt das Ruhrgebiet inzwischen wieder ein Wachstum in bestimmten Industriebranchen, Teilen des Dienstleistungssektors sowie in der Wissenschaft und Kultur. Fast unbemerkt begann in den 1990er Jahren die Entwicklung der Tourismuswirtschaft in der größten altindustrialisierten Agglomeration Europas. Bis dahin war das Ruhrgebiet – vielleicht mit Ausnahme von Essen als Destination im Geschäftstourismus – ein unbeschriebenes Blatt im nationalen und internationalen Wettbewerb der städtetouristischen Zentren.

Seit Beginn der 1990er Jahre hat sich jedoch die Tourismusbranche im Ruhrgebiet zu einem Segment des regionalen Dienstleistungssektors entwickelt. Im regionsinternen Vergleich verfügt Essen über Standortvorteile, allerdings verzeichnete Dortmund in den vergangenen beiden Jahrzehnten ein besonders starkes Wachstum der Übernachtungszahlen. Jedoch hat die Tourismusbranche in der gesamten Region noch nicht jenes Niveau erreichen können, welches für einen urbanen Ballungsraum von der Dimension des Ruhrgebiets angemessen wäre.

Das Ruhrgebiet besitzt u.E. fünf wesentliche Alleinstellungsmerkmale, die in der Studie exemplarisch für Essen und die Nachbarstädte Mülheim/Ruhr und Oberhausen dargestellt wurden:

- ☐ Eine im internationalen Vergleich einmalig große Zahl sehr unterschiedlicher Industriedenkmale, die oftmals auch eine Heimstatt für Ausstellungen und Museen, kulturelle Veranstaltungen und große Events bieten;
- ☐ Eine UNESCO Welterbestätte in der Kategorie Industriedenkmal (Zeche Zollverein in Essen), welche nicht nur mit einer musealen Funktion belegt ist, sondern sich mittlerweile zu einer international weithin beachteten Stätte künstlerischer Kreativität entwickelt hat und weiter entwickelt;
- ☐ Eine große Zahl bzw. hohe Dichte an wissenschaftlichen und kulturellen Zentren wie Universitäten, Theater, Museen, Galerien usw.;
- ☐ International bekannte Festivals für Musik, Theater und Filmkunst;
- ☐ Zahlreiche Anziehungspunkte für den Geschäfts-, Messe- und Konferenztourismus aber auch für den Einkaufstourismus in Verbindung mit großdimensionierten Kultur- oder Sport-Events.

9. Resümee und Ausblick

Die Identifizierung und Nutzung der touristischen Standortmerkmale des Ruhrgebiets erfolgte mit der weitreichenden Zielsetzung, auch die Tourismusentwicklung als Mittel zur Bewältigung des umfassenden sozioökonomischen Wandels und der Stadterneuerung im altindustrialisierten Revier zu nutzen. Die bestehenden Potenziale im Städtetourismus wurden gemeinsam durch regionale, kommunale und lokale Entscheidungsträger sowie Interessengruppen analysiert und zu Maßnahmen gebündelt, die in angepasste Marketingmaßnahmen mündeten. Das industrielle Erbe wurde als wichtigstes Alleinstellungsmerkmal im Wettbewerb der Tourismusdestinationen Deutschlands herausgearbeitet. Durch die konzeptionelle Klammer „Route der Industriekultur“ lässt sich dieser Standortvorteil effektiv nutzen:

- fi regionsintern werden organisatorische Arbeiten vereinheitlicht und somit vereinfacht,
- fi in der Außendarstellung wird dem anspruchsvollen Städtereisenden ein interessantes vielseitiges Produktpaket angeboten, welches zur Wiederkehr anregt.

Das Routenkonzept ist unterlegt mit einem Fünf-Zonen-Konzept. Jede Zone stellt einen Erlebnisraum mit einem besonderen Schwerpunkt des städtetouristischen Mixes dar, welcher sich aus den o.g. fünf Alleinstellungsmerkmalen ergibt. Somit ist jeder Anlaufpunkt der Route der Industriekultur in ein anderes städtetouristisches Mikroumfeld eingebettet. Das Ruhrgebiet kann daher im städtetouristischen Wettbewerb mit einer relativ hohen Erlebnisvielfalt werben, die sich um ein zentrales Thema – „lebendige Industriekultur“ – rankt.

9.2 Entwicklung der Tourismuswirtschaft und Position kleiner Unternehmen

Seit dem Beginn der 1990er Jahre wurde die Entwicklung des Tourismus durch verschiedene Akteurs- bzw. Interessengruppen vorangetrieben. Dabei veränderten sich die Strukturen der Akteursnetzwerke im Zeitverlauf. So spielte beispielsweise in den 1990er Jahren die Planungsgesellschaft der IBA zusammen mit der Landesregierung NRW und lokalen Initiativen eine zentrale Rolle, während spätestens ab dem Jahr 2000 die (semi-)öffentlich getragene Einrichtungen der Tourismuswirtschaft auf kommunaler und regionaler Ebene die Entwicklung touristischer Angebote vorantrieben. Zeitgleich waren im Rahmen des Stadtumbaus und der sozioökonomischen Stadterneuerung Netzwerke aus Vertretern der Landesregierung, kommunaler Planungseinheiten und Tourismuseinrichtungen sowie lokaler Unternehmergruppen und Bürgerinitiativen aktiv, um in unmittelbarer räumlicher Nähe der zu sanierenden Industriedenkmäler die neu entstehenden touristischen

Tourismus im Ruhrgebiet

Potenziale zu nutzen, u.a. durch Führungen, Schaffung regionstypischer Übernachtungsmöglichkeiten, Ausbau und Qualitätsentwicklung des Gastgewerbes sowie regionstypisches Catering.

Am Beispiel von Essen haben wir aufgezeigt, dass in vielen Kontexten Politik, Verwaltung, Einrichtungen der Wirtschafts- und Tourismusförderung, Unternehmen und Bewohner sowie deren Interessenvertretungen in den tourismusrelevanten Stadtteilen gemeinsam den Tourismus als neuen Wirtschaftszweig etabliert haben. In gleicher Weise wie die Ergebnisse anderer Autoren über Erfolgsfaktoren und Hemmnisse von Stadterneuerung und Tourismusentwicklung (auch im Bereich Industrietourismus) halten wir gerade die beschriebene enge Einbindung der Bürgerschaft und der lokalen Kleinunternehmen für entscheidende Erfolgsfaktoren. Im Ergebnis sind aus – teilweise schwer kontaminierten – Industrieruinen sehr lebendige Stätten der Industriekultur entstanden, die sich zum neuen Markenzeichen der Region entwickeln.

Die halbstaatliche, regional organisierte Tourismusorganisation RTG spielte dabei im vergangenen Jahrzehnt eine zentrale Rolle. Allerdings hat die RTG aufgrund finanziellen Drucks Marktaktivitäten entfaltet – vielmehr: entfalten müssen –, die üblicherweise dem privaten Sektor vorbehalten sind. Da die RTG auf ein regionsweites Netzwerk öffentlicher Partner bauen kann, ist sie somit einerseits als wichtige Stütze für kleine Anbieter touristischer Leistungen geworden, aber hat sich zugleich auch als deren entscheidender Wettbewerber in der gesamten Region positioniert.

Gleichwohl, nach der Ernennung der Zeche Zollverein zum Welterbe durch die UNESCO im Jahr 2001 und bis zum Beginn des Programmjahres „Ruhr 2010 – Kulturhauptstadt Europas“ nahm die Zahl kleiner Unternehmen bzw. Gründer in der Tourismusbranche, v.a. im Beherbergungsgewerbe in der Region deutlich zu. Zahlreiche kleine Unternehmen haben sich auch in neu gegründeten lokalen Tourismusverbänden organisiert, um sich durch aktive Partizipation an den relevanten Governance-Prozessen ihren Anteil an der jungen und wachsenden Tourismusbranche zu sichern.

Vor diesem Hintergrund wuchs die Beherbergungsbranche – gemessen an der Entwicklung der Zimmer- bzw. Bettenzahlen – in den letzten zwei Jahrzehnten mit einer bemerkenswerten Geschwindigkeit. In dieser Studie wurde die Entwicklung am Beispiel des Städtetrios Mülheim/Ruhr – Essen – Oberhausen verdeutlicht. Insgesamt sind drei Gewinnergruppen auszumachen. Große Hotels wurden in den Innenstädten/Geschäftszentren (Essen) oder in unmittelbarer Nähe großer tou-

9. Resümee und Ausblick

ristischer Attraktionen (Urban Entertainment – Komplex CentrO in Oberhausen) neu errichtet. Kleine Hotels wurden mit Blick auf eine wachsende Zahl individuell reisender Städtetouristen in den vergangenen zwanzig Jahren ebenfalls verstärkt eröffnet. Und als (beinahe) völlig neue Form des Beherbergungsgewerbes hat sich das Angebot von Gästezimmern mit Frühstück (B&B – bed and breakfast) insbesondere in unmittelbarer räumlicher Nähe zu den Stätten der Industriekultur entwickelt.

9.3 Herausforderungen und Handlungsoptionen für die Zukunft

Trotz der bisher erfolgreich verlaufenden Aufbauphase – mit dem Kulturhauptstadtjahr 2010 als wichtiger „Zwischenetappe“ – wird den bisherigen Erfahrungen zu Folge auch in den kommenden Jahren sowohl auf der lokalen, kommunalen als auch der regionalen Ebene ein Zusammenspiel zwischen Unternehmen und Politik erforderlich sein, um den Erfolg des neuen Wirtschaftszweiges sicherzustellen. Dieser hängt insbesondere davon ab, dass die Unternehmen in der Städtereion an Emscher und Ruhr ihre Position in mehreren hart umkämpften Teilmärkten des Städtetourismus festigen. Als Kategorisierungen nach der Hauptzielgruppe sind Kultur-, Industrie, Geschäfts-, Konferenz, Einkaufs- und Eventtourismus zu nennen.

Die Tourismuswirtschaft des Ruhrgebiets sollte dabei u.E. nach nicht vorrangig das Ziel verfolgen, mit den traditionellen Destinationen des Städtetourismus „aufzuschließen“, sondern vielmehr versuchen, die in den vergangenen Jahrzehnten entwickelten spezifischen Potenziale noch stärker zu nutzen.

Um im interregionalen und internationalen Wettbewerb der städtetouristischen Destinationen „sichtbar“ zu bleiben, bedarf es ohne Zweifel einer koordinierenden Stelle wie der Ruhr Tourismus GmbH (RTG). Kaum wünschenswert ist jedoch, dass die RTG verzerrend in den Wettbewerb des Beherbergungs-, Reiseveranstalter- und Gastgewerbes eingreift. In diesem Zusammenhang befürchten momentan Vertreter der Privatwirtschaft, dass die vielfach dominierende Stellung der RTG die Geschäftsentwicklung von kleinen Unternehmen bzw. Gründern beeinträchtigen könnte.

Aufgaben (semi-)öffentlich getragener Organisationen im Bereich der Tourismusförderung sind:

- ❏ konzeptionelle Arbeit zur Profilierung der bestehenden touristischen Angebotspalette,

Tourismus im Ruhrgebiet

- fi Unterstützung bei der Qualifizierung von Inhabern, Managern und Beschäftigten der tourismusorientierten (Klein-)Unternehmen,
- fi Verbesserung der Infrastrukturen und der Logistik inkl. Instandhaltung altindustrieller Anlagen für touristische Nutzungen,
- fi Standortmarketing mit überregionaler Wirkung,
- fi nachhaltige Beförderung der Kooperation von Verwaltung, Wirtschaft und Anwohnern touristischer Anziehungspunkte auf lokaler, kommunaler und regionaler Ebene.

Ein wesentliches Arbeitsfeld für politische Entscheidungsträger, Wirtschafts- und Tourismusförderung sowie Unternehmen und Bürger ist, wie erläutert, die konzeptionelle Arbeit, um die touristische Attraktivität der Destination Ruhrgebiet grundlegend zu steigern. Aus unserer Sicht könnten dabei auch folgende Aspekte Berücksichtigung finden:

- fi Bewusste Entwicklung neuer touristischer Felder durch innovative Kooperationen, z.B. die Verbindung zwischen Akteuren des Tourismus und den international bekannten Medizinfakultäten der Universitäten (Stichwort: internationaler Gesundheitstourismus),
- fi Verknüpfung des Städtetourismus in seiner bisherigen Form mit Wellness- und Sportangeboten (erste Beispiele: Ruhr-Radweg, Fahrradrouten am Niederrhein),
- fi Verbreiterung des Angebots publikumswirksamer Kunstausstellungen als faktische Dauerattraktion in Essen und dem Ruhrgebiet (Zielgruppe: reisefreudige, gebildete und auf Komfort bedachte Touristen),
- fi Weitere städtebauliche Erneuerung der Stadtteile im näheren und weiteren Umfeld der Stätten der Industriekultur.

Abgesehen von der koordinierenden Funktion (semi-)öffentlicher Einrichtungen ist es die Aufgabe privatwirtschaftlicher Initiative, die (verbesserten) Rahmenbedingungen zu nutzen. Der vorliegenden Untersuchung zu Folge dürfte in Essen, aber insbesondere auch in den anderen Städten und Gemeinden des Ruhrgebiets noch Potenzial für tourismusorientierte Gründungen (kleiner Unternehmen) bestehen.

Aus regionaler Sicht dürfte ein Hindernis darin bestehen, dass die durchschnittliche Gründungsaktivität im Ruhrgebiet im bundesdeutschen Vergleich immer noch relativ gering ausfällt (Lückgen u.a. 2004). Im Ruhrgebiet fokussiert die Förderung

Literatur, statistische Quellen, Internetquellen

von Start-Ups zudem eher auf „klassische Bereiche“ der Industrie und Dienstleistungswirtschaft. Insofern kann sich hier ein neuer wichtiger Wirkungsbereich für die regionale Wirtschaftsförderung eröffnen.

Bei allen Risiken, die gerade dem sehr volatilen Tourismusgeschäft zu eigen ist, bieten sich durch die erhöhte Aufmerksamkeit in Folge des Eventjahres 2010 weiterhin Chancen, mit unternehmerischen Initiativen und Anstrengungen zur Gründungsförderung den Tourismus an Emscher und Ruhr weiter zu etablieren.

Ein großer Teil der hier angestellten Schlussfolgerungen beruht wohlgernekt auf der Voraussetzung, dass die Entscheidung für den – ohne Zweifel sehr kostspieligen – Erhalt altindustrieller Kulturdenkmale getroffen wurde. Eine umfassende Kosten-Nutzen-Analyse dieser Investitionen steht allerdings noch aus.

Literatur, statistische Quellen, Internetquellen

Literatur

Anton, C. und H.-D. Quack (2005), Städtetourismus: Überblick. In S. Landgrebe und P. Schnell (Hrsg.), *Städtetourismus*. München, Wien: Oldenbourg, 9–18.

Barthelt, H. and J. Glückler (2003), Towards a relational economic geography. *Journal of Economic Geography* 3. 117–144.

Biermann, A. (2005), Oberhausen: Imagewandel durch Kultur- und Tourismusentwicklung. In S. Landgrebe und P. Schnell (Hrsg.), *Städtetourismus*. München, Wien: Oldenbourg, 341–352.

Boyle, M. and G. Hughes (1991), The politics of the representation of ‘the real’: discourses from the Left on Glasgow’s role as European City of Culture, 1990. *Area* 23, 217–228.

Brannen, J. (1995), Combining qualitative and quantitative approaches: an overview. In J. Brannen (ed.), *Mixing Methods: Qualitative and Quantitative Research*. Aldershot: Avebury, 3–37.

Brenner, N. (1998), Between fixity and motion: accumulation, territorial organization and the historical geography of spatial scales. *Environment and Planning D: Society and Space* 16: 459–481.

Tourismus im Ruhrgebiet

- Bryman, A. (1995), Quantitative and qualitative research: further reflections on their integration, In J. Brannen (ed.), *Mixing Methods: Qualitative and Quantitative Research*. Aldershot: Avebury, 57-78.
- Budde, R. und U. Heckmann (2000), Route der Industriekultur – Die industriegeschichtlichen „Highlights“ des Ruhrgebiets. *Praxis Geschichte* 13: 58-61.
- Butzin, B., M. Franz und H.-P. Noll (2006), Strukturwandel im Ruhrgebiet unter Schrumpfbedingungen – Patchwork-Management als Herausforderung. *Zeitschrift für Wirtschaftsgeographie* 50: 258-275.
- Conzen, M.P. (2001), Heritage Corridors und neuer Tourismus an historischen Kanälen in den USA. *Geographische Rundschau* 53: 49-55.
- Danielzyk, R. and G. Wood (1993), Restructuring Old Industrial and Inner Urban Areas: A Contrastive Analysis of State Policies in Great Britain and Germany. *European Planning Studies* 1: 123-147.
- Danielzyk, R. and G. Wood (2004), Innovative Strategies of Political Regionalization: The Case of North Rhine-Westphalia. *European Planning Studies* 12: 191-207.
- Delaney, D. (1997), The political construction of scale. *Political Geography* 16: 93-97.
- DTV – Deutscher Tourismusverband e.V. (Hrsg.) (2006), *Städte- und Kulturtourismus in Deutschland*. Bonn.
- Downward, P. und A. Mearman (2007), Retrodution as mixed-methodes triangulation in economic research: reorienting economics into social science. *Cambridge Journal of Economics* 31: 77-99.
- Ebert, W. (2004), Strategien und Konzepte für eine nachhaltige Entwicklung des Tourismus zu Zielen der Industriekultur. In J. Schwark (Hrsg.), *Tourismus und Industriekultur – Vermarktung von Technik und Arbeit*. Schriften zu Tourismus und Freizeit 2. Berlin: Erich Schmidt Verlag, 21-42.
- Eisenstein, B. und A. Gruner (2004), Der Hotelmarkt in Deutschland: Struktur – Entwicklung – Trends. In C. Becker, H. Hopfinger und A. Steinecke (Hrsg.), *Geographie der Freizeit und des Tourismus: Bilanz und Ausblick*. 2. Auflage. München, Wien, 371-380.
- Eisenstein, B. und A. Rosinski (2004), Ökonomische Effekte des Tourismus. In C. Becker, H. Hopfinger und A. Steinecke (Hrsg.), *Geographie der Freizeit und des Tourismus: Bilanz und Ausblick*. 2. Auflage. München, Wien, 805-814.

Literatur, statistische Quellen, Internetquellen

- EMG (2011), *Übernachtungsstatistik Essen*. Mitteilung der Essen Marketing GmbH – Touristikzentrale. www.essen-marketing.de, Abruf vom 16.5.2011.
- Evans, G. (2005), Measure for Measure: Evaluating the Evidence of Culture's Contribution to Regeneration. *Urban Studies* 42 (5/6): 959–983.
- Flick, U. (2008), *Triangulation. Eine Einführung. Qualitative Sozialforschung* 12. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Forrest, R. and A. Kearnes (2001), Social Cohesion, Social Capital and the Neighbourhood. *Urban Studies* 38: 2125–2143.
- Frank, S. und S. Roth (2000), Die Säulen der Stadt. Festivalisierung, Partizipation und lokale Identität am Beispiel des Events „Weimar 1999“. In W. Gebhardt, R. Hitzler und M. Pfadenhauer (Hrsg.), *Events – Soziologie des Außergewöhnlichen*. Opladen: Leske & Budrich, 203–221.
- Fuchs, M. (1999), Werkstatt für die Zukunft von Industrieregionen – Die Internationale Bauausstellung (IBA) Emscher Park im nördlichen Ruhrgebiet. *Praxis Geographie* 29: 46–49.
- Fürst, D. (2003), Steuerung auf regionaler Ebene versus Regional Governance. *Informationen zur Raumentwicklung* 2003 (8/9): 441–450.
- Fürst, D. and H. Kilper (1995), The Innovative Power of Regional Policy Networks: A Comparison of Two Approaches to Political Modernization in North Rhine-Westphalia. *European Planning Studies* 3: 287–304.
- Fürst, D., M. Lahner und K. Zimmermann (2004), *Neue Ansätze integrierter Stadtteilentwicklung: Placemaking und Local Governance*. Leibniz-Institut für Regionalentwicklung und Strukturplanung, Erkner.
- Ganser, K. (1993), Die Internationale Bauausstellung Emscher Park: Strukturpolitik für Industrieregionen. In H. Dürr und J. Gramke (Hrsg.), *Erneuerung des Ruhrgebiets – Regionales Erbe und Gestaltung für die Zukunft*. Paderborn: Schöningh, 189–195.
- Gelhar, M. (2005), *Industrietourismus am südlichen Niederrhein – Analyse von Grundlagen, Angebotsstrukturen und Entwicklungspotentialen unter Berücksichtigung räumlich-historischer Aspekte*. Bergisch-Gladbach: E. Ferger Verlag.
- Go, F., M. Gribling and M. van Dueren den Hollander (2000), Rotterdam 2001: Creating More Cultural Capital than it Costs. *International Journal of Arts Management* 2 (2): 26–39.

Tourismus im Ruhrgebiet

Grabher, G. (ed.) (1993), *The embedded firm: On the socioeconomics of industrial networks*. London, New York: Routledge.

Granovetter, M. (1985), Economic action and social structure: The problem of embeddedness. *American Journal of Sociology* 91: 481–450.

Hamm, R. und H. Wienert (1990), Strukturelle Anpassung altindustrieller Regionen im internationalen Vergleich. Schriftenreihe des RWI 48. Berlin: Duncker & Humblot.

Harrer, B. (2005), Wirtschaftsfaktor Städtetourismus in Deutschland. In S. Landgrebe und P. Schnell (Hrsg.), *Städtetourismus*. München, Wien: Oldenbourg, 19–28.

Harvey, D. (1982), *The Limits to Capital*. Chicago: University of Chicago Press.

Healey, P. (2002), On Creating the 'City' as a Collective Resource. *Urban Studies* 39: 1777–1792.

Helfer, M. (2001), Der Erhalt und die Interpretation der Relikte der industriellen Revolution im Shropshire Kohlenfeld – Das industriearchäologische Konzept des Ironbridge Gorge Museums. In F.N. Nagel (Hrsg.), *Kulturlandschaftsforschung und Industriearchäologie*. Stuttgart: Steiner.

Helfer, M. (2004), Das Ironbridge George Museum – Ein Museum für die „Wiege der industriellen Revolution“. *Geographie heute* 220 (25): 19–23.

Herod, A. (2003), Scale: The Local and Global. In S.L. Holloway (ed.), *Key concepts in geography*. London: Sage, 229–243.

Hücherig, R. (1997), Tourismus im Ruhrgebiet – Der Beitrag der Internationalen Bauausstellung Emscher Park. Materialien zur Fremdenverkehrsgeographie 41. Geographische Gesellschaft Trier.

Hücherig, R. (1999), Kulturtourismus im Ruhrgebiet. In T. Heinze (Hrsg.), *Kulturtourismus – Grundlagen, Trends und Fallstudien*. München: Oldenbourg, 262–291.

Hughes, H., D. Allen and D. Wasik (2003), The Significance of European “Capital of Culture” for Tourism and Culture: The Case of Kraków 2000. *International Journal of Arts Management* 5: 12–23.

Joly, N. (2003), Creating a New Image for an Old Industrial Region. An Analysis of Touristic Iconography in the Ruhr Area. *Die Erde* 134: 23–41.

Juchelka, R. (1998), Broadway an der Ruhr – Das Ruhrgebiet als Musical-Standort. *Geographie heute* 165 (19): 26–29.

Literatur, statistische Quellen, Internetquellen

Klemmer, P. (2001), Steht das Ruhrgebiet vor einer demographischen Herausforderung? Schriften und Materialien zur Regionalforschung 7. RWI, Essen.

Knapp, W., Schmitt, P. and R. Danielzyk (2006), RhineRuhr: Towards Compatibility? Strategic Spatial Policies for a Specific Configuration of Polycentricity. *Built Environment* 32: 137-147.

Landgrebe, S. (2005), Städtetourismus – Einführung. In S. Landgrebe und P. Schnell (Hrsg.), *Städtetourismus*. München, Wien: Oldenbourg, 7-8.

Lanegran, D. and L. Smith (2009), Duluth/Minnesota – Reinvention of an American industrial center. *Geographische Rundschau / international edition* 5: 42-47.

Law C. (1992), Urban Tourism and its Contribution to Economic Regeneration. *Urban Studies* 29 (3/4): 599-618.

Lückgen, I., D. Oberschachtsiek, R. Sternberg and J. Wagner (2004), Nascent Entrepreneurs in German regions: Evidence from the Regional Entrepreneurship Monitor (REM). IZA Discussion Papers 1349. Bonn.

Maier, J. et al. (1989), Industrie-Tourismus in Oberfranken 2: Versuch einer Tourenplanung. Arbeitsmaterialien zur Raumordnung und Raumplanung 79. Universität Bayreuth, Lehrstuhl für Wirtschaftsgeographie und Regionalplanung.

Maier, J. (1994), Regionales marketing als resultat von industrietouristischem potenzial und regionaler Entwicklungspolitik – die Fränkische Bierstrasse und die Bayerische Porzellanstrasse. In J. Maier, J. (Hrsg.), *Touristische Strassen – Beispiele und Bewertung*. Arbeitsmaterialien zur Raumordnung und Raumplanung 137. Universität Bayreuth, Lehrstuhl für Wirtschaftsgeographie und Regionalplanung, 35-50.

Mansfield, B. (2005), Beyond rescaling: reintegrating the 'national' as a dimension of scalar relations. *Progress in Human Geography* 29: 458-473.

Marston, S. (2000), The social construction of scale. *Progress in Human Geography* 24: 219-242.

Martin, R. and P. Sunley (2010), The place of path dependence in an evolutionary perspective on the economic landscape. In R. Boschma and R. Martin (eds.), *The Handbook of Evolutionary Economic Geography*. Cheltenham: Edward Elgar, 62-91.

Mendlinger, S., M. Masaki and R. Billington (2009), The Perceptions of Small Business Owners on Tourism Development in the Blackstone Valley, Rhode Island. *Journal of Service Science & Management* 3: 137-148.

Tourismus im Ruhrgebiet

Middleton, A., A. Murie and R. Groves (2005), Social Capital and Neighbourhood that work. *Urban Studies* 42: 1711–1738.

MWMTV – Ministerium für Wirtschaft und Mittelstand, Technologie und Verkehr des Landes Nordrhein-Westfalen (1997), *Masterplan für Reisen ins Revier*. Düsseldorf.

Neumann, U. und Ch.M. Schmidt (2006), Lichtblicke, aber keine Entwarnung – Ausmaß und Konsequenzen des demographischen Wandels im Ruhrgebiet. *Zeitschrift für Bevölkerungswissenschaft* 31 (3/4): 443–468.

Neumann, U., Ch.M. Schmidt und L. Trettin (2007), Förderung der Lokalen Ökonomie. Fallstudie im Rahmen der Evaluation des integrierten Handlungsprogramms „Soziale Stadt“ in Nordrhein-Westfalen. *Städtenetz Soziale Stadt*, Essen.

Paasi, A. (2004), Place and region: looking through the prism of scale. *Progress in Human Geography* 28: 536–546.

Palmer/Rae Associates (2004), *European Cities and Capitals of Culture – Study* Prepared for the European Commission. Brussels.

Plano Clark, V.L. and J. W. Creswell (eds.) (2008), *The Mixed Methods Reader*. Los Angeles: Sage.

Purdue, D. (2001), Neighbourhood Governance: Leadership, Trust and Social Capital. *Urban Studies* 38 (12): 2211–2224.

Reed M. (1997), Power Relations and Community- Based Tourism Planning. *Annals of Tourism Research* 24 (3): 566–591.

Richards, G. and J. Wilson (2004), The Impact of Cultural Events on City Image: Rotterdam, Cultural Capital of Europe 2001. *Urban Studies* 41: 1931–1951.

Roth, E. (1999), Inszenierung von Special Events im Städtetourismus. – In T. Heinze (Hrsg.), *Kulturtourismus – Grundlagen, Trends und Fallstudien*. München, Wien, 146–180.

RTG – RuhrTourismus GmbH (Hrsg.) (2011), Kulturhauptstadt hat das Ruhrgebiet zum beliebten Städtereiseziel gemacht. Pressemitteilung der RTG – RuhrTourismus GmbH, 25.2.2011.

Schmidt, D. (1988), Industrie-Tourismus: Möglichkeiten und Grenzen der Anwendung auf ausgewählte Gemeinden der Landkreise Coburg, Kronach und Lichtenfels. Arbeitsmaterialien zur Raumordnung und Raumplanung 63. Universität Bayreuth, Lehrstuhl für Wirtschaftsgeographie und Regionalplanung.

Literatur, statistische Quellen, Internetquellen

- Shaw, G. and T. Coles (2005), Changes in urban tourism within the UK. In S. Landgrebe und P. Schnell (Hrsg.), *Städtetourismus*. München, Wien: Oldenbourg, 265-278.
- Soyez, D. (1986), Industrietourismus – Überlegungen zu Terminologie, Stand und Potential. In J. Maier (Hrsg.) unter Mitarbeit von J. Conrad, *Chancen für den ländlichen Raum – Regionalpolitik am Ende der 80er Jahre*. 143-176.
- Soyez, D. (1986a), Industrietourismus. *Erdkunde* 40: 105-111.
- Soyez, D. (1986b), Industrietourismus im Saar-Lor-Lux-Raum – Eine Chance für Industrie-Gemeinden. In Deutscher Verband für Angewandte Geographie e.V. (Hrsg.), *Fremdenverkehr und Freizeit: Entwicklung ohne Expansion. Material zur Angewandten Geographie* 13, 71-88.
- Soyez, D. (1988), Das amerikanische Industriemuseum „Sloss Furnaces“ – ein Modell für das Saarland? *ANNALES Forschungsmagazin der Universität des Saarlandes*, 59-68.
- Soyez, D. (1989), Zur Anziehungskraft industrieller Produktionsstätten auf externe Besucher: Das Beispiel Villeroy & Boch in Mettlach, Saar. In D. Soyez et al. (Hrsg.), *Das Saarland – Band 1: Beharrung und Wandel in einem peripheren Grenzraum. Arbeiten aus dem Geographischen Institut der Universität des Saarlandes* 36. Universität Saarbrücken, 269-290.
- Soyez, D. (1993), Kulturtourismus in Industrielandschaften – Synopse und „Widerstandsanalyse“. In C. Becker und A. Steinecke (Hrsg.), *Kulturtourismus in Europa – Wachstum ohne Grenze?* Europäisches Tourismus-Institut, Trier, 40-63.
- Soyez, D. (2006), Europäische Industriekultur als touristisches Destinationspotential. *Zeitschrift für Wirtschaftsgeographie* 50 (2): 75-84.
- Staber, U. (2010), A social-evolutionary perspective on regional clusters. In R. Boschma and R. Martin (eds.), *The Handbook of Evolutionary Economic Geography*. Cheltenham: Edward Elgar, 221-238.
- Stadt Essen (Hrsg.) (2004), *Essen Katernberg/Soziale Stadt, Stand der Projekte 2004. Informationen und Berichte zur Stadtentwicklung* 105. Büro Stadtentwicklung, Essen.
- Stadt Essen (Hrsg.) (2011), *Statistischer Halbjahresbericht 2, 63 (2010)*. Amt für Statistik, Stadtforschung und Wahlen, Essen.
- Steinberg, H.G. (1978), *Bevölkerungsentwicklung des Ruhrgebiets im 19. und 20. Jahrhundert*. Düsseldorf Geographische Schriften 11. Geographisches Institut, Düsseldorf.

Tourismus im Ruhrgebiet

Steinecke, A. (2002a), Kulturtourismus in der Erlebnisgesellschaft – Trends – Strategien – Erfolgsfaktoren. *Geographie & Schule* 135, 10–14.

Steinecke, A. (2002b), Industrierlebniswelten zwischen Heritage und Markt: Konzepte – Modelle – Trends. In A. Steinecke (Hrsg.), *Tourismusforschung in Nordrhein-Westfalen – Ergebnisse – Projekte – Perspektiven*. Paderborner Geographische Studien zu Tourismusforschung und Destinationsmanagement. Universität Paderborn, 143–159.

Steinecke, A. (2006), *Tourismus – Eine geographische Einführung*. Braunschweig: Westermann.

Steiner, J. (2005), Destinationsmanagement am Beispiel des Ruhrgebiets. In S. Landgrebe und P. Schnell (Hrsg.), *Städtetourismus*. München, Wien: Oldenbourg, 51–65.

Steingrube, W. (2004), Freizeit- und Tourismusdestinationen: Management – Struktur – Politik – Planung. In C. Becker, H. Hopfinger und A. Steinecke (Hrsg.), *Geographie der Freizeit und des Tourismus: Bilanz und Ausblick*. 2. Auflage. München, Wien, 441–453.

Swyngedouw, E. (1997a), Excluding the Other: The Production of Scale and Scaled Politics. In R. Lee (ed.), *Geographies of Economies*. London: Arnold, 167–176.

Swyngedouw, E. (1997b), Neither Global nor Local – “Glocalization” and the Politics of scale. In K.R.Cox (ed.), *Spaces of globalization: reasserting the power of the local*. New York: Guilford, 137–166.

Thomas R. (2007), Tourism partnerships and small firms: Power, participation and partition. *Entrepreneurship and Innovation* 8 (1): 37–43.

Thomas R. and H. Thomas (2005), Understanding Tourism Policy-Making in Urban Areas, with Particular Reference to Small Firms. *Tourism Geographies* 7 (2): 121–137.

Thomas R. and H. Thomas (2006), Micro politics and micro firms: a case study of tourism policy formation and change. *Journal of Small Business and Enterprise Development* 13 (1): 100–114.

Tourismus NRW (Hrsg.) (2008), *Masterplan Tourismus Nordrhein-Westfalen*. Düsseldorf.

Underberg, B. (1998), Tourismus auf den Spuren der Vergangenheit – Die Route der Industriekultur. *Geographie heute* 165: 34–37.

Literatur, statistische Quellen, Internetquellen

VKZ – Verkehrsverein Kulturlandschaft Zollverein (Hrsg.) (div. Jg.), *Jahresberichte* 2005 bis 2011. Essen. nicht publiziert.

Vorlauffer, K. (1993), Transnationale Hotelketten: Entwicklung, Struktur und räumliche Ausbreitungsmuster. *Petermanns Geographische Mitteilungen* 137: 289-308.

West, B. (1988), The making of the English working past: a critical view of the Ironbridge Gorge Museum. In R. Lumley (ed.), *The Museum Time Machine*. London: Routledge, 36-62.

Wolf, A. (2005), Erfolgsfaktoren industrietouristischer Einrichtungen. Paderborner Geographische Studien zu Tourismusforschung und Destinationsmanagement 18. Universität Paderborn.

Wood, G. (2007), Erneuerung der Stadt durch „Kultur“? Aktuelle Tendenzen der Stadtentwicklung am Beispiel von Newcastle und Gateshead. *Geographische Rundschau* 59 (7/8): 28-35.

WTO – World Tourism Organization (ed.) (2005), *City tourism & culture: The European experience*. Madrid.

Statistische Quellen

Bundesagentur für Arbeit (1998 – 2006), Statistik der Sozialversicherungspflichtig Beschäftigten

IHK zu Essen (2009), Datenbank der Unternehmen aus dem Gast- und Beherbergungsgewerbe

IT.NRW (2011), Landesdatenbank NRW. Düsseldorf: IT.NRW.

LDS NRW – Landesamt für Datenverarbeitung und Statistik NRW (2007), Statistical information system. Düsseldorf. www.lids.nrw.de, download vom 15.12.2007

Ruhr Tourismus GmbH (2008), erlebniskompass Metropole Ruhr. Oberhausen

RVR – Regionalverband Ruhr (2007), Kleiner Zahlenspiegel der Metropole Ruhr. Essen

STIWA Immobilienmanagement & Consulting Chartered Surveyors (2009), Hotelatlas Ruhr. Düsseldorf. www.stiwa.de

Tourismus im Ruhrgebiet

Internetquellen

www.essen-fuer-das-ruhrgebiet.ruhr2010.de

www.essen-marketing.de

www.rag-montan-immobilien.de

www.soziale-stadt-nrw.de

<http://whc.unesco.org/en/list>

www.zollverein.de