„Golfclub am Nürburgring“

Gutachten im Rahmen des
Raumordnungsverfahrens

Europäisches Tourismus Institut GmbH

Freizeit- & Tourismusgeographie,
Universität Trier

Trier, 19. Dezember 2009

„Golfclub am Nürburgring"

Gutachten im Rahmen des Raumordnungsverfahrens

Prof. Dr. Andreas Kagermeier

Dipl.-Geogr. Peter Herrmann

Ismir Bradic, M. A.

Dipl.-Geogr. Maike Grieshaber

Dipl.-Geogr. Tillmann Otto

Dipl.-Geogr. Maximiliane Richtzenhain

Europäisches Tourismus Institut
an der Universität Trier GmbH (ETI)

Palais Kesselstatt
Liebfrauenstr. 9
54290 Trier

Fon: +49-(0)651 97866-0
Fax: +49-(0)651 97866-18
E-Mail: info@eti.de

Freizeit- & Tourismusgeographie

Prof. Dr. Andreas Kagermeier

Universität Trier
Fachbereich VI
D-54286 Trier

Fon: +49-(0)651 201-4582/4581 (Sek.)
Fax: +49-(0)651 201-3813
E-Mail: Andreas.Kagermeier@uni-trier.de

Inhaltsverzeichnis

1 Ausgangssituation & Aufgabenstellung 4

2 Untersuchungsdesign & methodisches Vorgehen 5

3 Marktanalyse 8

3.1 Verbandsgemeinden als unmittelbares Umfeld 8
3.2 Landkreise als gesamtes Untersuchungsgebiet 19
3.3 Wertschöpfung 29
3.3.1 Wertschöpfung durch Übernachtungsgäste im Untersuchungs-gebiet 31
3.3.2 Wertschöpfungswirkung des zu begutachtenden Projektes 34

4 Wettbewerbsanalysen 39

4.1 Untersuchungsgebiet 39
4.1.1 Bestands- und Detailanalyse Golfclubs 39
4.1.2 Bestands- und Detailanalyse unmittelbares Umfeld 44
4.2 Referenzprojekte 52

5 Gutachtliche Bewertung - Zusammenfassung 59

Quellenverzeichnis 61

Internetquellen 62

Anhang 64

Abbildungsverzeichnis

Abb. 1: Tourismusregionen (Destinationen) in Rheinland-Pfalz 5
Abb. 2: Übersichtskarte des Untersuchungsgebietes 6
Abb. 3: Anzahl der Beherbergungsbetriebe in den Verbandsgemeinden Adenau, Kelberg, Vordereifel von 2003 bis 2008 9
Abb. 4: Entwicklung der Bettenkapazitäten in den Verbandsgemeinden Adenau, Kelberg, Vordereifel von 2003 bis 2008 10
Abb. 5: Beherbergungsbetriebe nach Betriebsarten in den Verbandsgemeinden Adenau, Kelberg und Vordereifel 2008 (in%) 12
Abb. 6: Entwicklung der Gästeankünfte in den Verbandsgemeinden Adenau, Kelberg und Vordereifel von 2003 bis 2008 14
Abb. 7: Entwicklung der Gästeübernachtungen in den Verbandsgemeinden Adenau, Kelberg und Vordereifel (2003 bis 2008) 15
Abb. 8: Wichtigste ausländische Quellmärkte in den Verbandsgemeinden Adenau, Kelberg und Vordereifel im Jahr 2008 17
Abb. 9: Untersuchungsgebiet mit Landkreisen 20
Abb. 10: Gewerbliche Beherbergungsbetriebe im Untersuchungsgebiet (2003 und 2008) 21
Abb. 11: Bettenkapazität im Untersuchungsgebiet (2003 und 2008) 22
Abb. 12: Beherbergungsbetriebe nach Betriebsarten im Untersuchungsgebiet (2008) 23
Abb. 13: Durchschnittliche Auslastung im Untersuchungsgebiet (2003 und 2008) 24
Abb. 14: Übernachtungen in den ausgewählten Untersuchungsgebieten (2003 und 2008) 25
Abb. 15: Anteil der niederländischen Gäste an den Gesamtübernachtungen der ausländischen Gäste in den Untersuchungsgebieten (2008) 27
Abb. 16: Niederländische Gäste der Untersuchungsgebiete in den Jahren 2003 und 2008 28
Abb. 17: Schema der Wertschöpfungsberechnung 30
Abb. 18: Golfplätze im Untersuchungsgebiet 40
Abb. 19: Übersicht der 4-5-Sterne-Hotels im Untersuchungsgebiet 46
Abb. 20: „Land Fleesensee“ 53
Abb. 21: Golfresort Scharmützelsee 55

Tabellenverzeichnis

Tab. 1: Übernachtungen im Untersuchungsgebiet für das Jahr 2008 29

Tab. 2: Verfügbares Einkommen in den Kreisen des Untersuchungs-gebietes im Jahr 2007 34

Tab. 3: Konkurrenzgrad der 4-5-Sterne Hotels im Untersuchungsgebiet (<30 km vom geplanten Golfclub Nürburgring) 50

Tab. 4: Indikatoren der Tourismusentwicklung im Landkreis Müritz vor und nach der Eröffnung von Land Fleesensee (1997-2003) 54

Tab. 5: Indikatoren der Tourismusentwicklung für den Landeskreis Oder-Spree (1997-2004) 56

Tab. 6: Indikatoren der Tourismusentwicklung für die Gemeinde Bad Saarow (1997-2004) 56

Tab. 7: Indikatoren der Tourismusentwicklung die Gemeinde Bad Griesbach (1986-1995) 57

1 Ausgangssituation & Aufgabenstellung

Auf dem Gebiet der Gemeinde Welcherath (Rheinland-Pfalz) soll ein Golfplatz angesiedelt werden, der das Projekt Nürburgring 2009 ergänzen bzw. abrunden soll. Dieses Projekt weist jedoch keinerlei finanzielle Verflechtung mit den Akteuren des eigentlichen Nürburgringprojektes auf und wird von einem vollkommen unabhängigen und ohne Beteiligung der öffentlichen Hand agierenden Unternehmen verfolgt. Für das Projekt liegt bereits die positive landesplanerische Stellungnahme vor.

Im Zuge des Golfplatzbaus beabsichtigt der Investor – wie bei vergleichbaren Vorhaben durchaus üblich – einige kleinere Einheiten mit Übernachtungsangeboten zu realisieren. Im Einzelnen handelt es sich dabei um:

- max. 86 Betten (davon im Driving House 36 Betten in 18 Zimmern und max. 50 Betten im Clubhaus in 20 bis 25 Zimmern), für die ein 5-Sterne-Niveau angestrebt ist sowie
- 50 bis 60 Eigentums-Appartements in ein oder zwei Gebäuden im Bereich des Clubhauses und
- 23 Privathäuser (Villen).

Hauptzielgruppe sind Golfspieler und Geschäftskunden mit sehr gehobenen und exklusiven Erwartungen.

Vor diesem Hintergrund hat die zuständige Genehmigungsbehörde SGD-Nord in Koblenz zur Bewertung der zu erwartenden Auswirkungen des Vorhabens im Zuge eines Raumordnungsverfahrens die Erstellung eines Gutachtens angefordert. Die Arbeitsgemeinschaft Europäisches Tourismus Institut GmbH und Universität Trier, Lehrstuhl für Freizeit- und Tourismusgeographie wurden von der Projektmanagementgesellschaft *business* ***golf****management*, Nürburg mit der Erstellung dieses Gutachtens zur Abschätzung der regionalwirtschaftlichen Effekte der geplanten Maßnahme im näheren Umfeld sowie im weiteren Destinationsbereich beauftragt.

Hauptziel des Gutachtens ist es, die möglichen Effekte zusätzlicher Übernachtungsangebote auf das bestehende Beherbergungsgewerbe nicht nur summarisch, sondern auch bezogen auf räumlich zu identifizierende relevante Marktsegmente abzuschätzen.

2 Untersuchungsdesign & methodisches Vorgehen

Basis für die Abschätzung der regionalökonomischen Effekte des geplanten Projektes ist die Analyse der aktuellen Angebotssituation innerhalb des möglicherweise von dem Vorhaben tangierten Raumes. Anders als im Einzelhandel, bei dem im Wesentlichen zeitliche Erreichbarkeitsaspekte für die Abgrenzung von möglichen Effekten zusätzlicher Angebote heran gezogen werden, gilt im Tourismus die Destination (Reisegebiet) als zentrale Vermarktungseinheit, innerhalb derer mögliche Verdrängungseffekte negativ zu bewerten wären. Als bundesweit und auch in Mitteleuropa positionierte Destination, innerhalb derer das Projekt liegt, ist vornehmlich die „Eifel“ zu identifizieren (vgl. Abb. 1).

Abb. 1: Tourismusregionen (Destinationen) in Rheinland-Pfalz

Quelle: Eigene Darstellung 2009

Der räumliche Bezugsrahmen, für den ein Screening der Gesamtsituation und die Identifizierung möglicher Ausstrahlungswirkungen auf ähnlich gelagerte und damit von einem zusätzlichen Angebot betroffenen Unternehmen durchgeführt wird, ist damit prioritär die von der Rheinland-Pfalz-Tourismus GmbH abgegrenzte Destination Eifel, aber auch die südlich und östlich angrenzenden benachbarten Destinationen Mosel und Ahr.

Für die Tourismusregionen liegen die benötigten Sekundärdaten nur partiell vor. Dies ist dadurch bedingt, dass die Reisegebiete 2009 neu abgegrenzt wurden und z.B. weite Teile des Landkreises Mayen-Koblenz, die früher zur Destination Romantischer Rhein gezählt wurden, inzwischen der Eifel zugeschlagen worden sind. Ersatzweise wird anstelle der Daten auf Destinationsebene mit den Daten der dieser im Wesentlichen konstituierenden Landkreise gearbeitet (vgl. Abb. 2). Die Destination Eifel umfasst im Wesentlichen das Gebiet der Landkreise Vulkaneifel, Cochem-Zell, Bitburg-Prüm sowie Mayen-Koblenz. Die Destination Mosel liegt in Teilen der Landkreise Mayen-Koblenz, Cochem-Zell und Bernkastel-Wittlich. Das Gebiet der Destination Ahr ist im Wesentlichen deckungsgleich mit dem Landkreis Ahrweiler.

Abb. 2: Übersichtskarte des Untersuchungsgebietes

Quelle: Eigene Darstellung 2009

Der geplante Golfclub strebt eine gemeinsame Vermarktung mit dem Nürburgring an. Gemäß empirischer Studien weisen Besucher des Nürburgrings eine große Distanzempfindlichkeit auf und bevorzugen Unterkünfte in unmittelbarer Nähe des Nürburgrings. Aus diesem Grund ist ein besonderes Augenmerk auf die dem geplanten Projekt unmittelbar benachbarten Verbandsgemeinden Adenau, Kelberg und Vordereifel zu richten (vgl. Abb. 2).

Die Analyse erfolgte in zwei Schritten. Im Rahmen einer flächendeckenden **Marktanalyse** wurde die Entwicklung im übernachtenden Tourismus, insbesondere der Beherbergungsstrukturen, anhand der wichtigsten touristischen Kennzahlen (Bettenkapazitäten, Beherbergungsmix, Übernachtungen etc.) für die Destination Eifel, Mosel, Ahr und Romantischer Rhein auf Landkreisebene sowie den direkt betroffenen Bereich der Verbandsgemeinden betrachtet. In strukturschwachen, ländlich geprägten Regionen hat der Tourismus eine überdurchschnittlich große Bedeutung für die regionalwirtschaftliche Entwicklung. Anhand des verfügbaren Datenmaterials wurde die Relation der zu erwartenden ökonomischen Effekte des geplanten Golfclubs Nürburgring zu den regionalwirtschaftlichen Effekten des Tourismus im Untersuchungsgebiet ermittelt und aus Expertensicht bewertet. Ziel dieser Marktanalyse ist die Einordnung der Größendimension des geplanten Projektes in den Gesamtkontext der tangierten Destination sowie die Identifizierung strukturimmanenter Perspektiven des gewerblichen Übernachtungssegmentes. Der zweite Schritt der Analysephase umfasst eine detaillierte **Wettbewerbsanalyse** für ausgewählte bereits existierende Angebote bzw. Betriebe, die ein vergleichbares Marktsegment ansprechen (golf-affines bzw. incentive-orientiertes Luxussegment). Hierbei wird auch das Angebot im Raum um Bad Münstereifel berücksichtigt. Um das beabsichtigte Vorhaben in den Kontext vergleichbarer Golfdestinationen einzuordnen, werden Referenzprojekte angeführt. Ziel der Wettbewerbsanalyse ist es, konkrete und belastbare Aussagen für die raumordnerische Bewertung abzuleiten.

Methodisch stützt sich das vorliegende Gutachten auf umfassende Desktopanalysen, Literaturrecherchen, Auswertungen amtlicher Statistiken und Wertschöpfungsberechnungen. Darüber hinaus wurden in telefonischen Einzelgesprächen mit touristischen Vertretern der Region (Tourismusorganisationen, Hoteliers etc.) die Chancen und Risiken des geplanten Golfclubs Nürburgring abgeschätzt. Hierdurch konnte ein umfassendes Bild der regionalen Befindlichkeiten gezeichnet werden (vgl. Liste der befragten Personen in Anhang 1).

3 Marktanalyse

Um die Größendimension des geplanten Projektes in den Gesamtkontext der möglicherweise betroffenen Destinationen einzuordnen und strukturimmanente Perspektiven des gewerblichen Übernachtungssegmentes identifizieren zu können, bedarf es einer flächendeckenden Analyse der Entwicklung im übernachtenden Tourismus anhand der wichtigsten touristischen Kennzahlen. Die im Folgenden dargestellte Überblicksanalyse dient auch der Identifizierung von Übernachtungseinrichtungen, die potenziell gleiche Marktsegmente (golf-affines Luxussegment) ansprechen.

Dabei wird die Überblicksanalyse in zwei Maßstabsebenen durchgeführt:

- für den direkt betroffenen Bereich der drei benachbarten Verbandsgemeinden Adenau, Vordereifel und Kelberg
- für die Destination Eifel, Mosel und Ahr auf Kreisebene (LK Vulkaneifel, Cochem-Zell, Bernkastel-Kues, Bitburg-Prüm, Ahrweiler und Mayen-Koblenz).

Die quantitativen Daten stammen aus den Erhebungen des Statistischen Landesamtes Rheinland-Pfalz. In der amtlichen Statistik werden gewerbliche Betriebe (ab 9 Betten) sowie Privatquartiere und Kleinbetriebe erfasst.

3.1 Verbandsgemeinden als unmittelbares Umfeld

Von der geplanten Ansiedlung des Golfclubs Nürburgring in Welcherath sind insbesondere die im unmittelbaren Umfeld liegenden Verbandsgemeinden Adenau, Kelberg und Vordereifel betroffen.

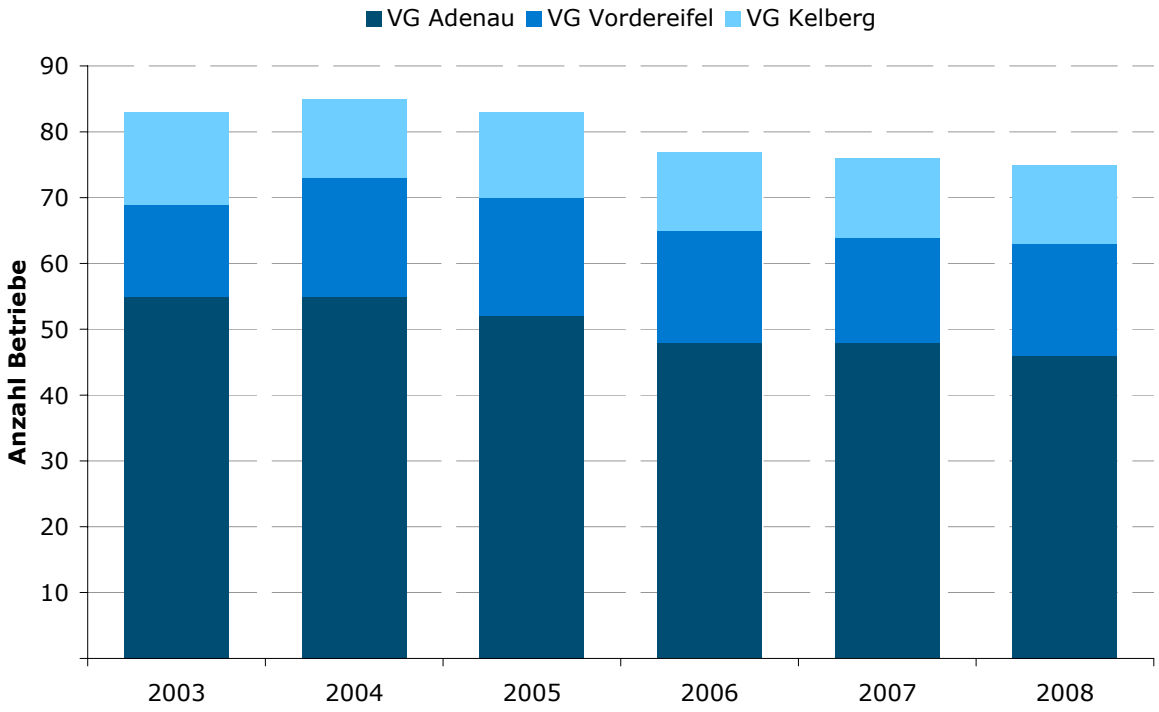
Beherbergungsbetriebe und Bettenangebot

In den drei Verbandsgemeinden waren im Jahr 2008 laut amtlicher Statistik 75 Beherbergungsbetriebe mit einer Gesamtkapazität von 5.329 Betten registriert. Mit rund 2.400 Betten entfallen 45% der Gesamtbettenkapazität der drei Verbandsgemeinden (85 % der Verbandsgemeinde Kelberg) auf den Ferienpark (Sunpark) in Gunderath.

Insgesamt verringerte sich die Anzahl der gemeldeten Beherbergungsbetriebe in den drei Verbandsgemeinden vom Jahr 2003 bis zum Jahr 2008 um 10 % von 83 auf 75 Betriebe (vgl. Abb. 3). Landesweit verringerte sich im Betrachtungs-

zeitraum die Anzahl der gemeldeten Beherbergungsbetriebe dagegen nur um rund 4 %. Während die Anzahl der Beherbergungsbetriebe in der Verbandsgemeinde Adenau im Zeitraum von 2003 bis 2008 von 55 Betrieben auf 48 Betriebe und in der Verbandsgemeinde Kelberg von 14 Betrieben auf 12 Betriebe sank, stieg die Anzahl der Beherbergungsbetriebe in der Verbandsgemeinde Vordereifel von 14 Betrieben im Jahr 2003 auf 17 Betriebe im Jahr 2008.

Abb. 3: Anzahl der Beherbergungsbetriebe in den Verbandsgemeinden Adenau, Kelberg, Vordereifel von 2003 bis 2008



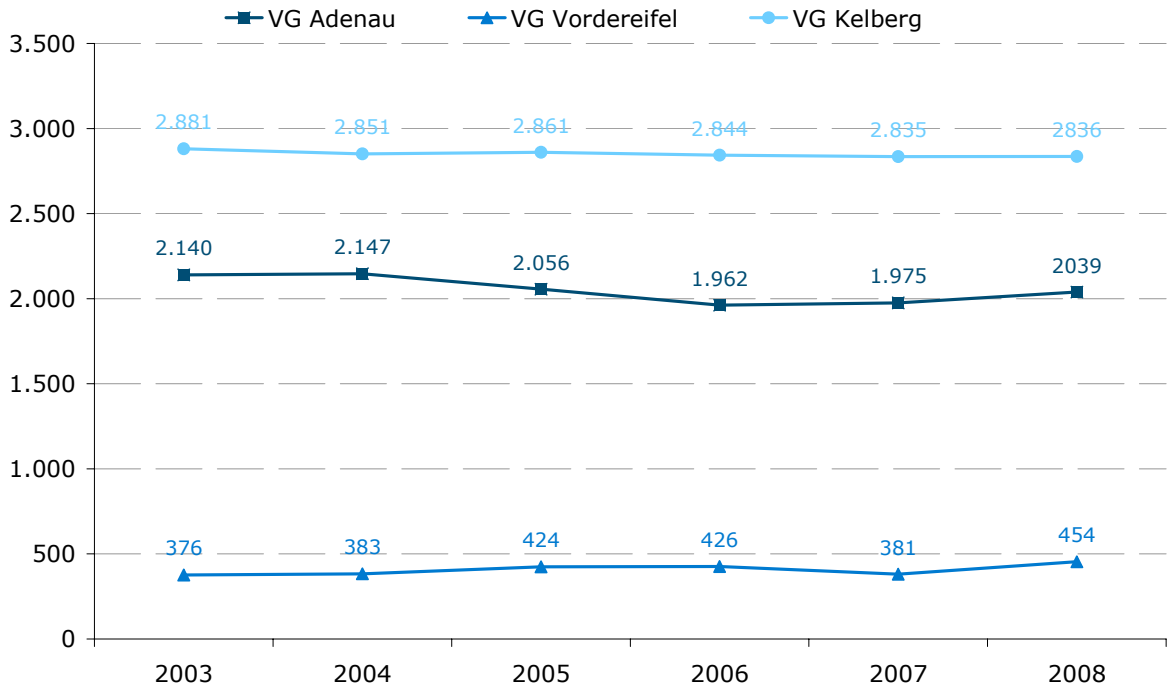
Quelle: Statistisches Landesamt Rheinland-Pfalz 2009, o.S.

Der überdurchschnittlich starke Rückgang der Betriebe mit meldepflichtigen Bettenkapazitäten (d.h. auch vor der Inbetriebnahme der Übernachtungsangebote im Zuge des Projektes Nürburgring 2009) deutet auf den seit Jahren anhaltenden Strukturwandel des Beherbergungsgewerbes in ländlichen Regionen hin (Betriebsaufgaben mangels Nachfolge, unwirtschaftliche Betriebsgrößenklassen, geringe Eigenkapitalausstattung, Investitionsstaus), die im Kontext des gesamten Untersuchungsgebietes in Abschnitt 3.2 nochmals genauer beleuchtet werden.

Gegenüber dem signifikanten Rückgang der Betriebe fällt die Entwicklung der Bettenkapazitäten in den drei Verbandsgemeinden zusammen mit ***minus 1,3 %*** moderat aus (2003 – 2008). Lediglich in der Verbandsgemeinde Vordereifel stie-

gen die Bettenkapazitäten, von einem geringen Niveau ausgehend, von 376 Betten im Jahr 2003 um 20 % auf 454 Betten im Jahr 2008. In der Verbandsgemeinde Adenau sank die Anzahl der Betten von 2.140 auf 2.039 um 5 %; in der Verbandsgemeinde Kelberg lediglich um 1,6 % von 2.881 auf 2.836 Betten (vgl. Abb. 4). Landesweit dagegen stiegen die Bettenkapazitäten im gleichen Zeitraum, bei einem gleichzeitigen leichten Rückgang der Anzahl der Betriebe, dagegen um knapp 23 % an.

Abb. 4: Entwicklung der Bettenkapazitäten in den Verbandsgemeinden Adenau, Kelberg, Vordereifel von 2003 bis 2008



Quelle: Statistisches Landesamt Rheinland-Pfalz 2009, o.S.

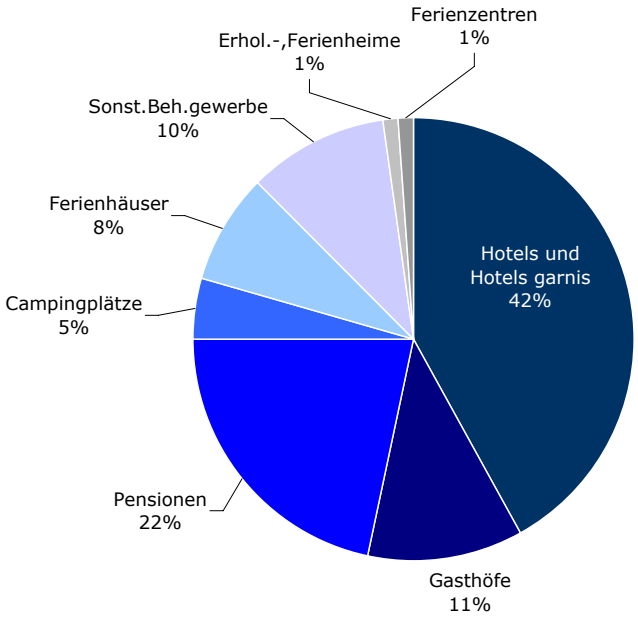
Bezogen auf die gesamte Bettenkapazität von 5.329 in der offiziellen Statistik gewerblich erfassten Betten (die eine Vielzahl von einzeln vermieteten Ferienwohnungen nicht berücksichtigt) stellt die zusätzliche Übernachtungskapazität von 86 Betten im Golfclub nur eine marginale Größe dar. Das gewerbliche Bettenangebot würde nur um 1,7 % ansteigen. Von diesen würden, selbst wenn es sich um identische Angebotssegmente handeln würde, keine signifikanten Auswirkungen auf den Bestand insgesamt ausgehen. Ob und ggf. inwieweit einzelne Teilsegmente merklich tangiert werden könnten, ist in der Wettbewerbsanalyse noch detailliert zu behandeln.

Selbst für den Fall, dass ein Teil der selbst genutzten Appartements bzw. Villen auf dem Golfplatzgelände zu einem späteren Zeitpunkt von den Eigentümern Dritten gegen Entgelt für Übernachtungszwecke überlassen wird, beläuft sich auch diese zusätzliche Kapazität von gut 300 Betten (vgl. Abschnitt 3.3.2) im Verhältnis zu den 5.359 gewerblich vermieteten Betten (zuzüglich einer nicht genau abzuschätzenden, aber nicht unerheblichen Zahl von weiteren privat vermieteten Zimmern und Ferienwohnungen) rein rechnerisch nur auf 5,8 % des gesamten bisherigen Angebotes. Auch unter der Annahme, dass alle geplanten Wohneinheiten neben der zeitlich begrenzten Eigennutzung durch die Eigentümer einer gewerblichen Vermietung zugeführt werden, ist bezüglich der damit zusätzlich touristisch nutzbaren Übernachtungskapazität zu berücksichtigen, dass die Auslastungsquoten hier nicht den Wert erreichen werden, der im gewerblichen Übernachtungsbereich erzielt wird. Schon allein aufgrund der – das gewerbliche Bettenangebot nicht konkurrenzierenden – Eigennutzung durch die Eigentümer, ist bereits eine Limitierung der potentiell verfügbaren Kapazität gegeben.

Beherbergungsstruktur

Gemessen an der Anzahl der Betriebe ist die Hotellerie (Hotels, Hotels garnis, Gasthöfe, Pensionen) in den drei Verbandsgemeinden am stärksten vertreten, wobei die durchschnittliche Betriebsgröße mit 30 Betten unter dem landesweiten Durchschnitt von 35 Betten liegt. Innerhalb der Hotellerie dominieren mit 42 % die Hotelbetriebe (inklusive Hotels garnis). Dabei ist jedoch zu beachten, dass es sich bei den in Abb. 5 dargestellten Betrieben ausschließlich um die in der amtlichen Statistik erfassten Betriebe handelt. Obwohl hier private und Kleinstbetriebe berücksichtigt werden, kann eine gewisse „Grauziffer“ unterstellt werden. Weiterhin werden in der amtlichen Statistik aus Gründen der Geheimhaltung nicht alle Betriebe ausgewiesen. Würden alle Betriebe vollständig berücksichtigt wäre der Anteil der Ferienwohnungen und Ferienhäuser an den vorhandenen Übernachtungskapazitäten wesentlich höher. So sind beispielsweise nach eigener Aussage in der Verbandsgemeinde Vordereifel 95 % aller Beherbergungsanbieter Vermieter von Ferienwohnungen.

Abb. 5: Beherbergungsbetriebe nach Betriebsarten in den Verbandsgemeinden Adenau, Kelberg und Vordereifel 2008 (in%)



Quelle: Statistisches Landesamt Rheinland-Pfalz 2009, o.S.

Neben der rein quantitativen Betrachtung des Beherbergungsangebotes ist das Qualitätsniveau der Beherbergungsbetriebe – insbesondere im Hinblick auf das golf-affine Luxussegment – ein marktbestimmender Faktor. Grundsätzlich kommt Qualitätsauszeichnungen im Tourismus eine hohe Bedeutung zu – resultierend aus der Tatsache, dass gerade dort Qualitätskomponenten dominieren, die der Kunde erst während des Leistungsprozesses bzw. am Ende der Leistungserstellung beurteilen kann (vgl. Blümelhuber 1996, S. 67). Ein weit verbreitetes Markenzeichen stellen heute, die durch den Deutschen Hotel- und Gaststättenverband e.V. (DEHOGA) vergebenen Hotelsterne dar. Selbstverständlich kann nicht davon ausgegangen werden, dass ein nicht klassifizierter Betrieb zwangsläufig schlechtere Standards aufweist. Allerdings gilt es in der Praxis als erwiesen, dass Betriebe, die sich an der Klassifizierung beteiligen, grundsätzlich höhere Standards erfüllen.

In den drei Verbandsgemeinden sind zum Zeitpunkt der Untersuchung laut DEHOGA (www.hotelsterne.de) nur neun der insgesamt 66 Hotelleriebetriebe (Hotels, Gasthöfe, Pensionen) sterne-klassifiziert, d.h. 86 % der Betriebe in den drei Verbandsgemeinden sind **nicht klassifiziert**[1]. Bei den klassifizierten Betrieben handelt es sich um vier 4-Sterne und vier 3-Sterne-Hotels sowie einen 3-Sterne Gasthof in der Verbandsgemeinde Adenau. Hier wurde mit dem Lindner

[1] Zum Vergleich: Rheinland-Pfalz: 80,6%, Deutschland: 78%.

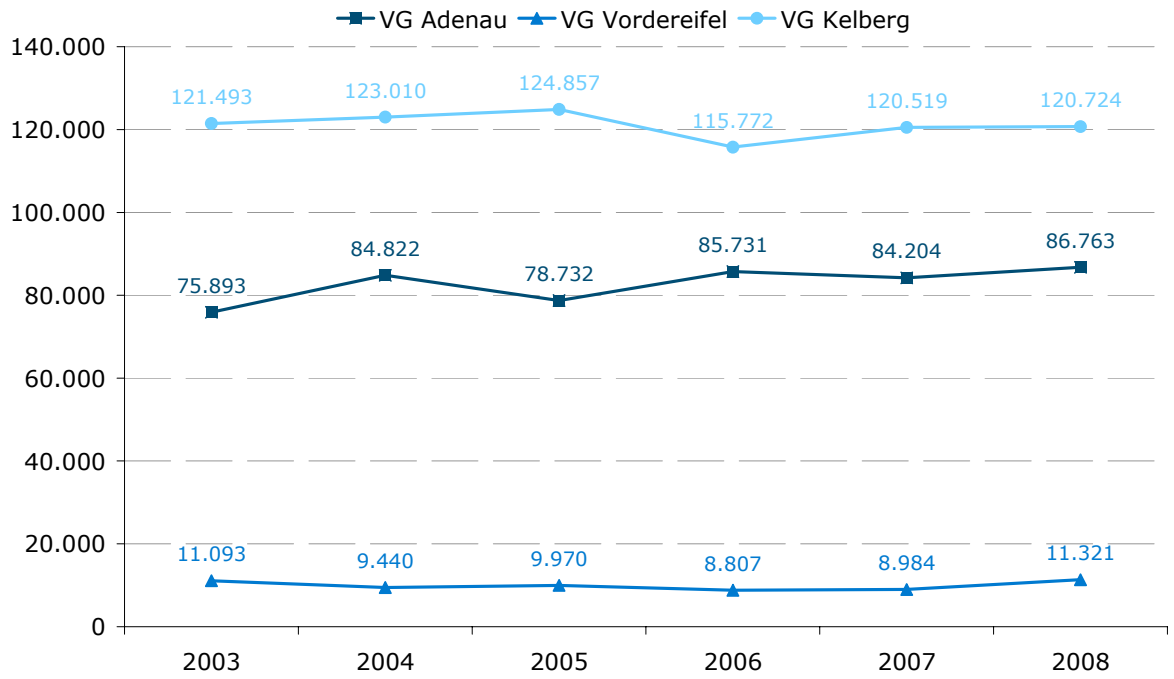
Motorsport & Congress Hotel am Nürburgring, einem 4-Sterne-Superior-Hotel mit 160 Zimmern, Konferenz- und Tagungsbereich, Wellness, Restaurants und Bars ein attraktives Übernachtungs- und Gastronomieangebot im Premium-Segment geschaffen. Insgesamt existieren in den drei Verbandsgemeinden wenig Beherbergungsangebote im Premiumsegment. Im gesamten Gebiet der drei Verbandsgemeinden und somit im unmittelbaren Umfeld des geplanten Golfclubs gibt es keinen Hotelleriebetrieb in der 5-Sterne-Kategorie.

Die kleinteilige Struktur des Übernachtungsgewerbes in der Region ist als eine Ursache des geringen Klassifizierungsgrades anzusehen. Inhaber kleinerer Betriebe, die am Rande des Existenzminimums wirtschaften, sehen häufig nicht die Notwendigkeit einer Klassifizierung und/oder scheuen die damit verbundenen Kosten. Zusammen mit den teilweise rückläufigen Zahlen des Volumens der Übernachtungskapazitäten ist zu konstatieren, dass die Region Gefahr läuft, den Anschluss an die touristische Entwicklung zu verlieren. Diese ist allgemein dadurch gekennzeichnet, dass sich angesichts höherer Ansprüche der reiseerfahrenen Touristen und sich akzentuierenden Konkurrenzkonstellationen – sowohl innerhalb Deutschlands als auch insbesondere natürlich von europäischen Mitbewerberdestinationen der Wettbewerbsdruck insgesamt deutlich erhöht und die Anforderungen an Qualität und Professionalität des Übernachtungsangebotes sukzessive ansteigen.

Entwicklung der Nachfrage

Im Jahr 2008 reisten laut amtlicher Statistik insgesamt 218.808 Gäste in die drei Verbandsgemeinden. Dabei verzeichneten die Verbandsgemeinde Kelberg (bedingt durch den Sunpark in Gunderath) mit 120.724 Gästeankünften und die Verbandsgemeinde Adenau mit 86.763 Gästeankünften den Großteil aller Gästeankünfte. In der Verbandsgemeinde Vordereifel wurden 11.321 Gästeankünfte registriert. Im Vergleich zum Ausgangsjahr 2003 stiegen die Gästeankünfte in den drei Verbandsgemeinden bis zum Jahr 2008 insgesamt um 5 % an. Mit einem Anstieg von 14 % konnten insbesondere in der Verbandsgemeinde Adenau die Gästeankünfte im betrachteten Zeitraum gesteigert werden; mit einem Anstieg von 2,0 % entwickelten sich auch die Gästezahlen der Verbandsgemeinde Vordereifel leicht positiv. Die Verbandsgemeinde Kelberg verzeichnete einen geringen Rückgang um 0,6 % (vgl. Abb. 6). Im landesweiten Vergleich stieg die Anzahl der Gästeankünfte um 11 %.

Abb. 6: Entwicklung der Gästeankünfte in den Verbandsgemeinden Adenau, Kelberg und Vordereifel von 2003 bis 2008



Quelle: Statistisches Landesamt Rheinland-Pfalz 2009, o.S.

Im Jahr 2008 wurden in den drei Verbandsgemeinden insgesamt 770.000 Übernachtungen registriert. Dabei ist die Verbandsgemeinde Kelberg mit 539.191 Übernachtungen Spitzenreiter. Diese entfallen größtenteils auf den Sunpark in der Gemeinde Gunderath. Bei einer Bettenkapazität von 2.400 Betten und einer angenommenen Auslastung von 60 % werden schätzungsweise 525.600 Übernachtungen allein im Sunpark generiert[2]. Unter den in Kap. 3.3.2 getroffenen Annahmen wird durch die im „Golfclub am Nürburgring“ für touristische Zwecke angebotenen 86 Betten ein Volumen von max. 22.000 Übernachtungen generiert.

Auch für den Fall, dass die selbst genutzten Eigentumsobjekte auf dem Golfplatz neben der Eigennutzung Dritten überlassen werden, ergibt eine mit erheblichem Sicherheitsaufschlägen versehene Abschätzung (vgl. 3.3.2), dass dort nur 56.000 Übernachtungen möglich sind. Unter Berücksichtigung der neu geschaffenen Kapazitäten am Nürburgring und den damit verbundenen bzw. prognostizierten Übernachtungen p. a. (141.500) wird durch die geplanten 86 Betten im Golfclub am Nürburgring das potentiell mögliche Übernachtungsvolumen nur um 2,4 % erhöht.

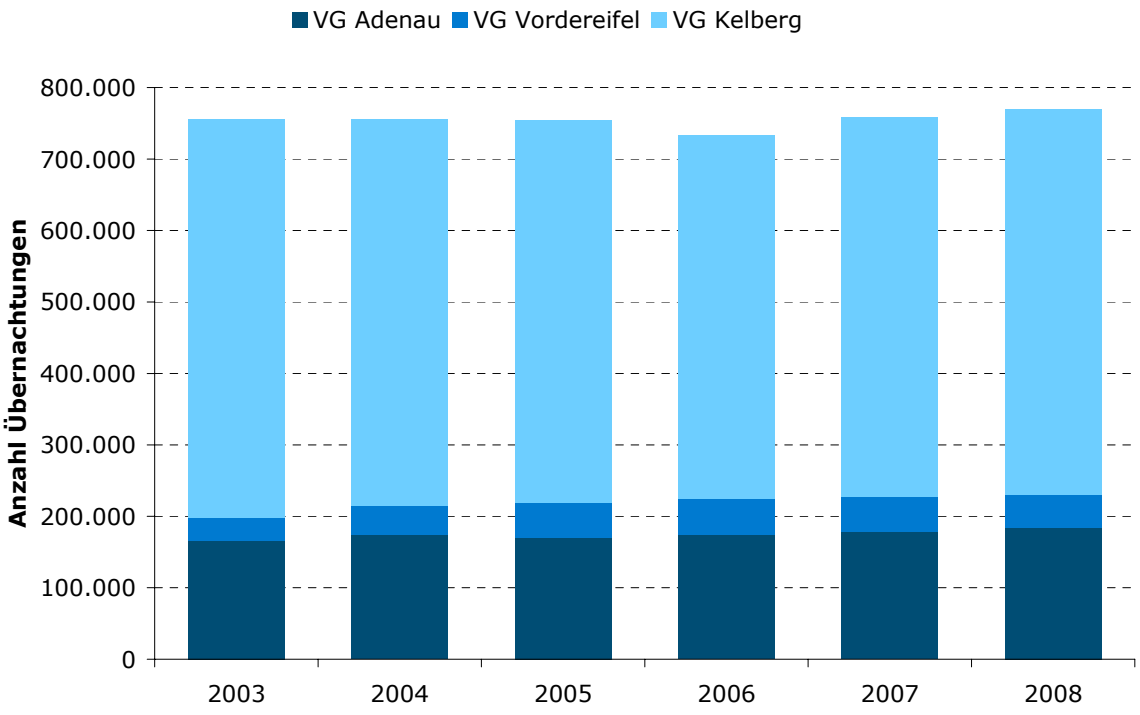
[2] Aus Geheimhaltungsgründen werden die Bettenkapazitäten, Gästeankünfte und Übernachtungen des Ferienparks nicht in der amtlichen Statistik ausgewiesen

Auch unter der rein hypothetischen Annahme einer Überlassung der Eigentumsobjekte an Dritte würde sich dies nur in maximal 6,1 % des jetzigen Übernachtungsvolumens bemerkbar machen.

Der theoretisch errechnete Verdrängungseffekt auf das bestehende Übernachtungsangebot beschränkt sich damit auf diese Größenordnung. Ob von einem tatsächlichen Verdrängungseffekt auszugehen ist, muss in der Wettbewerbsanalyse noch sorgfältig behandelt werden. Aufgrund der geringen Zielgruppenüberschneidung mit den bereits vorhandenen Angebotsstrukturen kann jedoch bereits an dieser Stelle provisorisch vermutet werden, dass der Effekt insgesamt geringer sein dürfte als der errechnete Maximalwert.

Die Entwicklung der Übernachtungszahlen der drei Verbandsgemeinden in Abb. 7 zeigt ähnliche Tendenzen wie die Entwicklung der Gästeankünfte: Anstieg der Gästeübernachtungen im betrachteten Zeitraum bei geringfügigen Schwankungen insgesamt nur um 2 %; Anstieg der Gästeübernachtungen in der Verbandsgemeinde Adenau um 14 % und Rückgang der Übernachtungszahlen in der Verbandsgemeinde Kelberg um ca. 3 %.

Abb. 7: Entwicklung der Gästeübernachtungen in den Verbandsgemeinden Adenau, Kelberg und Vordereifel (2003 bis 2008)



Quelle: Statistisches Landesamt Rheinland-Pfalz 2009, o.S.

Auffällig ist die Entwicklung in der Verbandsgemeinde Vordereifel. Während die Gästeankünfte im Betrachtungszeitraum mit 2 % leicht angestiegen sind, stieg die Anzahl der Gästeübernachtungen von ca. 32.700 im Jahr 2003 auf knapp 50.000 im Jahr 2007. Im Jahr 2008 waren die Gästeübernachtungen leicht rückläufig (46.832). Nach Angaben der Touristinformation der Verbandsgemeinde Vordereifel ist der starke Anstieg der Gästeübernachtungen bei einer relativ konstanten Entwicklung der Gästeankünfte zum einen auf eine Steigerung der Aufenthaltsdauer zurückzuführen, andererseits auf eine zunehmende Einhaltung der Meldepflicht der Beherbergungsbetriebe.

Rund die Hälfte der Übernachtungsgäste (235.488 in 2008) in der Verbandsgemeinde Kelberg stammt aus dem Ausland. Aufgrund der absoluten Angebotsverhältnisse wird deutlich, dass der überproportionale Ausländeranteil eindeutig auf das Vorhandensein eines größeren international agierenden Anbieters zurückgeführt werden kann. Dessen Möglichkeiten der Vermarktung seines Resorts in den westeuropäischen Quellmärkten führen dazu, dass Märkte erschlossen werden, die für die kleinteiligen Anbieter in der Region nicht erreichbar sind, bzw. für die deren Angebotsausrichtung nicht adäquat ist.

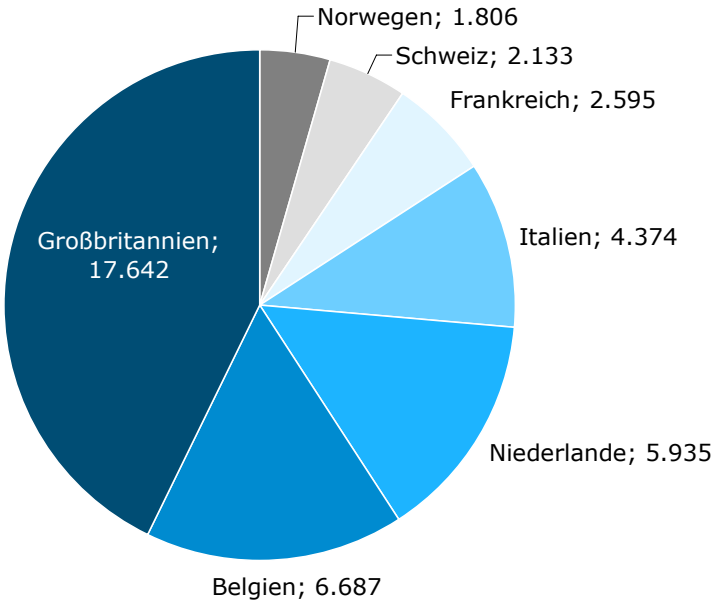
Demgegenüber ist in der Verbandsgemeinde Adenau sowohl das absolute Volumen der Übernachtungen mit 184.025 im Jahr 2008 aufgrund des Fehlens eines größeren Magneten und der alleinigen Generierung der Übernachtungen aus den kleinteiligen autochthonen Angebotsstrukturen heraus deutlich geringer. Gleichzeitig werden dort ausländische Quellmärkte in weit geringerem Maß angesprochen. Der Anteil von ausländischen Übernachtungen (52.797) belief sich dort 2008 nur auf 16,5 %.

Allerdings wurden in der Verbandsgemeinde Adenau im Jahr 2009 mit der Eröffnung des Lindner Motorsport & Congress Hotels Kapazitäten im Premiumsegment geschaffen. Zum anderen bietet das Lindner Hotel Eifeldorf im 2 bis 3-Sterne-Bereich Übernachtungskapazitäten im einfachen bis mittleren Segment. Insgesamt werden damit 225 neue Zimmer sowie 100 Wohneinheiten im Ferienpark geschaffen. Gemäß dem Gutachten „Regionalwirtschaftliche Effekte Motorsport Resort Nürburgring“ der Wenzel Consulting Aktiengesellschaft aus dem Jahr 2007 können hierdurch in einem wirtschaftlichen Normaljahr (nach der Startphase) 141.500 zusätzliche Übernachtungen generiert werden.

Insgesamt liegt der Anteil der ausländischen Gästeübernachtungen in den drei Verbandsgemeinden mit 37,4 % über dem Landesschnitt von 22 %, wobei dies ausschließlich auf das Vorhandensein des Sunparks in Gunderath als Magneten für die ausländischen Quellmärkte zurückzuführen ist.

Der Großteil der ausländischen Übernachtungsgäste stammt aus Großbritannien, Belgien und den Niederlanden. Dies spiegelt neben dem Vorhandensein des Sunpark in Gunderath die Anziehungskraft der Mittelgebirgsdestination Eifel auf die benachbarten westeuropäischen Quellmärkte wider. Sofern entsprechend attraktive Angebotselemente offeriert werden können, gelingt es auch in der ansonsten tendenziell von Stagnation und strukturellen Defiziten gekennzeichneten Region hier, Wachstumsimpulse zu setzen und zusätzliche nationale und internationale Touristen anzusprechen. Für die Besucher aus Großbritannien sind dabei insbesondere die Motorsportveranstaltungen am Nürburgring relevant, wobei sich die Übernachtungsnachfrage fast ausschließlich auf die Verbandsgemeinde Adenau beschränkt.

Abb. 8: Wichtigste ausländische Quellmärkte in den Verbandsgemeinden Adenau, Kelberg und Vordereifel im Jahr 2008



Quelle: Statistisches Landesamt Rheinland-Pfalz 2009, o.S.

Zusammenfassung

Im Jahr 2008 wurden in den drei Verbandsgemeinden Adenau, Kelberg und Vordereifel 5.329 Betten in 75 erfassten Beherbergungsbetrieben angeboten. Die quantitativen Daten sind stark durch den Sunpark in Gunderath beeinflusst. Rund 2.400 Betten (ca. 45 % der Bettenkapazität insgesamt) entfallen auf den Sunpark in der Verbandsgemeinde Kelberg.

Gleichzeitig ist festzuhalten, dass die Entwicklung der Beherbergungskapazitäten insgesamt stagnierende bis rückläufige Tendenzen aufweist. Strukturelle Defizite der sehr kleinteiligen Angebotssituation, nur noch partiell gegebene Marktfähigkeit und infolgedessen unterproportionale Auslastungskennziffern und Renditeoptionen begünstigen diesen Trend. Insbesondere im Zuge des altersbedingt anstehenden Generationenwechsels finden sich häufig keine Betriebsnachfolger mehr, so dass kleinere Unternehmen aus dem Markt ausscheiden, ohne dass dies durch entsprechende Mitbewerberkonstellationen bedingt wäre.

Gleichzeitig sind keine Anzeichen erkennbar, dass der Sunpark in Gunderath die Entwicklung in der Verbandsgemeinde Kelberg negativ beeinflusst. Vielmehr ist festzuhalten, dass durch das Vorhandensein eines professionell auf dem Markt agierenden Akteurs nicht nur das absolute Volumen, sondern insbesondere auch die Durchdringung benachbarter ausländischer Quellmärkte erheblich ausgebaut werden konnte.

Der Großteil der ausländischen Übernachtungsgäste stammt aus Großbritannien, Belgien und den Niederlanden.

Rund 86 % der Hotelleriebetriebe der drei Verbandsgemeinden sind nicht sterne-klassifiziert, sie liegen damit über dem Landesschnitt (81 %). Von den neun bereits zertifizierten Betrieben liegt die Gewichtung im 3- und 4-Sterne Segment.

Durch das Projekt „Golfclub am Nürburgring“ wird in den drei Verbandsgemeinden ein Übernachtungsvolumen von zusätzlich max. 8,5 % erreicht. Das hypothetische Verdrängungspotential beschränkt sich damit im unmittelbaren Umfeld der Anlage auf einen zwar nicht marginalen Wert, nimmt aber auch keine unverhältnismäßige Dimension an. Die Zielgruppenüberschneidung mit dem geplanten Golfclub wird aufgrund divergierender Preissegmente sowie der anvisierten Gästestruktur (Luxussegment), insbesondere in den Verbandsgemeinden Kelberg und Vordereifel, allerdings als gering eingeschätzt.

3.2 Landkreise als gesamtes Untersuchungsgebiet

Wie eingangs dargelegt, wurde die Abgrenzung des Untersuchungsgebiets (UG) auf der Grundlage der Tourismusregionen in Rheinland-Pfalz vorgenommen. Diese Tourismusregionen oder Destinationen sind als Wettbewerbseinheiten aufzufassen, die sich auf überregionalen, nationalen und den internationalen Quellmärkten gegenüber den Mitbewerberdestinationen positionieren müssen. Während beim Einzelhandel im Falle einer geplanten Neuansiedlung in vielen Fällen von einem gedeckelten Kaufkraftpotenzial im Einzugsbereich ausgegangen werden kann, da es nur in manchen Fällen (z.B. FOCs) gelingt, Kaufkraftzuflüsse von außerhalb der Region zu generieren, ist die Situation im Tourismus prinzipiell anders gelagert. Die Wettbewerbseinheiten sind in erster Linie die Destinationen untereinander, die in nationalen und internationalen Quellmärkten um Touristen werben. Damit ist ein zentrales Augenmerk im Tourismus auf die Wettbewerbsfähigkeit der Destination zu richten. Dabei stellt der potenzielle Kaufkraftzufluss nicht den limitierenden Faktor dar. So gelingt es z.B. der Destination Mallorca fast so viele ausländische Übernachtungen zu generieren wie dem gesamten gewerblichen Übernachtungsangebot der Bundesrepublik.

Zusätzliche Angebote in Destinationen sind damit grundsätzlich anders zu beurteilen als die Ausweitung von Verkaufsflächen im Einzelhandel, da nicht auf den Binnenmarkt in der Region, sondern primär auf regionsexterne Konsumenten abgezielt wird. Für die Bewertung von zusätzlichen Angebotselementen ist damit auch darauf zu achten, wie weit es durch diese gelingt, die Attraktivität der Destination insgesamt zu erhöhen und neue Quellmärkte intensiver für die Destination zu erschließen. Erst dann, wenn mit klassischen Me-Too-Kapazitäten weder die Destinationsattraktivität gestärkt noch neue Märkte und Zielgruppen angesprochen werden können, stellt sich die Frage nach der Konkurrenzierung von Mitbewerbern in gleicher Intensität analog zu Einzelhandelsgroßprojekten.

Mögliche Ausstrahlungseffekte der am Golfclub am Nürburgring geplanten Übernachtungskapazitäten sind nicht nur für die Destination Eifel selbst zu betrachten, sondern aufgrund der Lage des geplanten Vorhabens nahe an den beiden benachbarten Destinationen Mosel und Ahr auch für diese. Darüber hinaus wird im Rahmen der Wettbewerbsanalyse in Abschnitt 4.1 bewertet, ob Ausstrahlungseffekte über die Landesgrenzen hinaus Richtung Bad Münstereifel (NRW) zu erwarten sind.

Die drei Destinationen Eifel, Mosel und Ahr bilden im Folgenden das Untersuchungsgebiet. Sie werden im Wesentlichen von sechs Landkreisen abgedeckt (vgl. Abb. 9):

- Ahrweiler,
- Cochem-Zell,
- Mayen-Koblenz,
- Eifelkreis Bitburg-Prüm,
- Vulkaneifel und
- Bernkastel-Wittlich.

Anmerkung: Im Falle des Landkreises Bernkastel-Wittlich wird ein Teil der Destination Hunsrück mit einbezogen. In diesem liegen aber nur wenige und keine für die Fragestellung relevante hochwertige bzw. golf-affine Übernachtungsangebote. Im Gegenzug wird bei der Analyse von Kreisdaten im oberen Teil der Mosel das Gebiet um Trier nicht berücksichtigt, so dass das Gesamtvolumen nicht überschätzt wird. In dem nicht einbezogenen Gebiet um Trier liegen keine golf-affinen Angebote, die durch den Golfclub berührt würden.

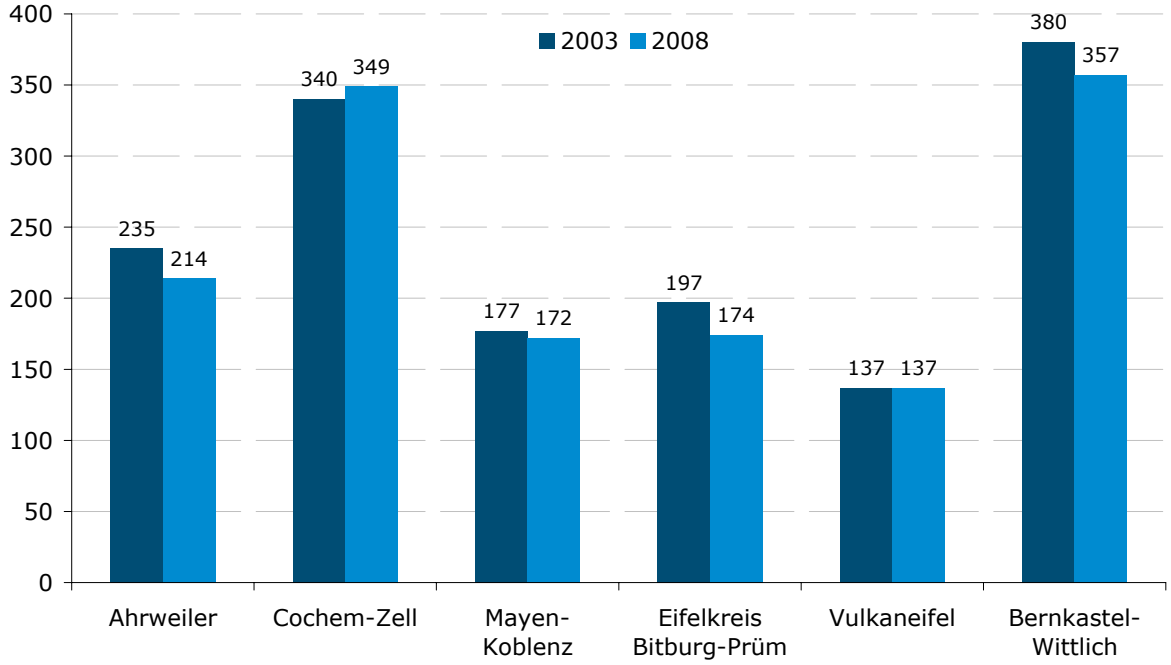
Abb. 9: Untersuchungsgebiet mit Landkreisen

Quelle: modifiziert nach Statistischem Landesamt Rheinland-Pfalz 2009

Beherbergungsbetriebe und Bettenangebot

Bei der Betrachtung der Anzahl der Betriebe mit neun und mehr Betten im Untersuchungsgebiet für das Jahr 2003 und 2008 ist festzustellen, dass die Entwicklung der Beherbergungsbetriebe in allen Landkreisen (außer in Cochem-Zell) rückläufig ist bzw. stagniert (vgl. Abb. 10)

Abb. 10: Gewerbliche Beherbergungsbetriebe im Untersuchungsgebiet (2003 und 2008)



Quelle: Statistisches Landesamt Rheinland-Pfalz 2009, o.S.

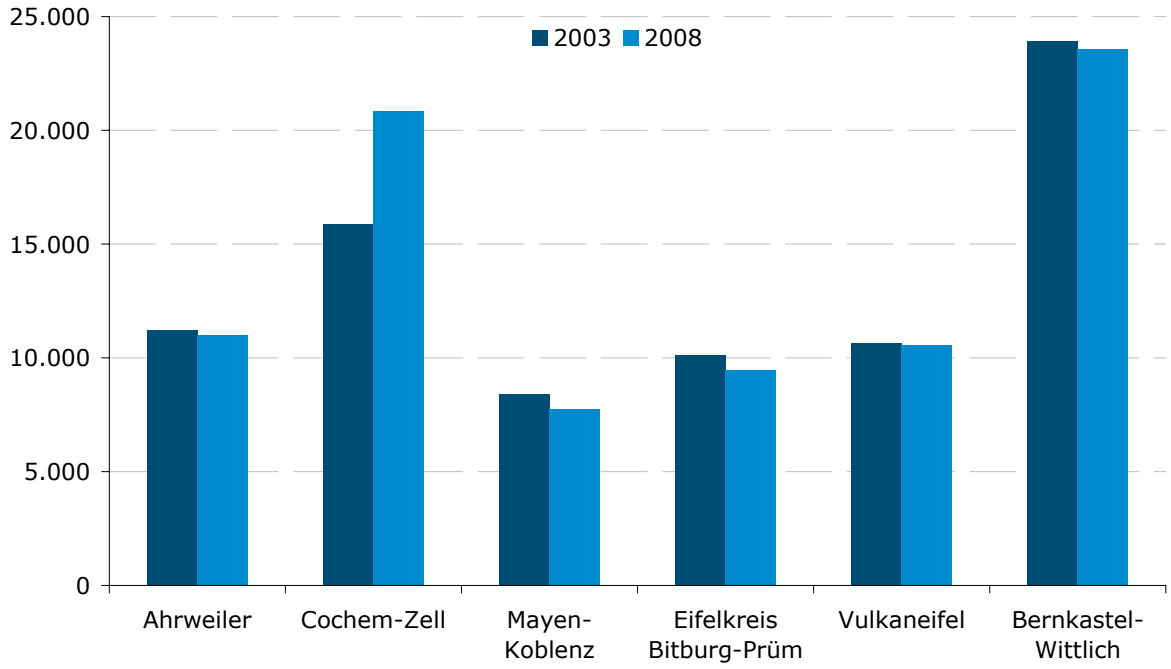
* Insgesamt ohne Camping- und Privatquartiere

Wie bereits bei der Analyse des unmittelbaren Umfeldes des geplantes Golfclubs am Nürburgring konstatiert, gilt auch für die drei Destinationen Eifel, Mosel und Ahr, dass es sich nicht um dynamisch expandierende touristische Zielgebiete handelt. Insgesamt gesehen sind sie – trotz einer Vielzahl von Erfolg versprechenden Diversifizierungsansätzen (z.B. mit Prädikatsfernwanderwegen wie dem Eifelsteig oder den Ansätzen zur Aufwertung der Mosel als Weinerlebnislandschaft) – in einer Situation, die typisch für viele zentraleuropäische Mittelgebirgslandschaften ist (vgl. z. B. Willms 2009). Aufgrund fehlender Investitionsimpulse hat sich dort eine kleinteilige Struktur des Übernachtungsgewerbes konserviert, bei der ein merklicher Teil der Anbieter den stetig wachsenden Herausforderungen nur noch begrenzt gewachsen ist. Auch ohne Störfaktoren von au-

ßen sind Marktaustritte (zumeist im Zuge des altersbedingt anstehenden Betreiberwechsels) eine Realität, da sich für kleine an der Grenze der Rentabilität und von signifikanten Desinvestitionsphänomenen gekennzeichneten Übernachtungsbetriebe keine Betriebsnachfolger (sei es aus dem familiären Kontext, sei es durch Externe) finden lassen.

Rückläufige Zahlen kennzeichnen auch – mit Ausnahme von Cochem-Zell – die Entwicklung der Bettenkapazitäten zwischen 2003 und 2008 (vgl. Abb. 11). Ein Teil der Kapazitätsausweitung in Cochem resultiert aus der Eröffnung eines Golfresorts im Jahr 2006, auf das in Abschnitt 4.1 noch ausführlicher eingegangen wird.

Abb. 11: Bettenkapazität im Untersuchungsgebiet (2003 und 2008)



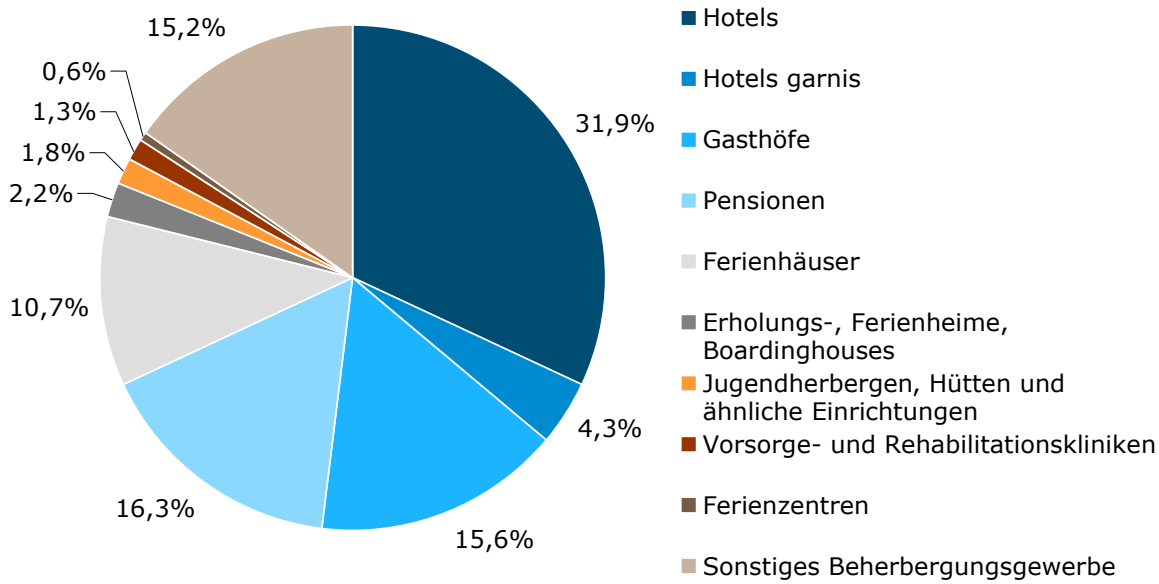
Quelle: Statistisches Landesamt Rheinland-Pfalz 2009, o.S.

* Insgesamt ohne Camping- und Privatquartiere

Beherbergungsstruktur

Auch bei der Betrachtung des Beherbergungsangebotes nach Betriebsarten zeigt sich die Dominanz von kleinteiligen Anbietern. Nur ein Drittel des Angebotes entfällt auf Hotels (im Vergleich zu 47 % im Landesdurchschnitt). Der hohe Anteil von Pensionen und Gasthöfen (sowie tlw. auch Anbietern von Ferienwohnungen) kann zwar a priori nicht als strukturelle Schwäche angesehen werden, da ein erheblicher Teil auch kleinerer Übernachtungsbetriebe sich durchaus aktiv an den Qualifizierungsoffensiven der letzten Jahre beteiligt und diese dazu genutzt hat, sich mit für ihre Betriebsgröße adaptierten Konzepten erfolgreich zu positionieren. In Kombination mit den oben konstatierten rückläufigen Zahlen der Betriebe ist allerdings deutlich, dass sich im Untersuchungsgebiet eine Angebotsstruktur konserviert hat, die noch stark von den 60er und 70er Jahren gekennzeichnet ist, als die Wettbewerbskonstellationen noch deutlich weniger ausgeprägt waren und der traditionelle Deutschland-Urlauber auch mit sehr viel niedrigeren Ansprüchen für eine Destination gewonnen werden konnte (der er dann auch lange Zeit treu blieb). Den multioptionalen Nachfragern des 21. Jahrhunderts werden diese Angebote aber nur noch sehr begrenzt gerecht.

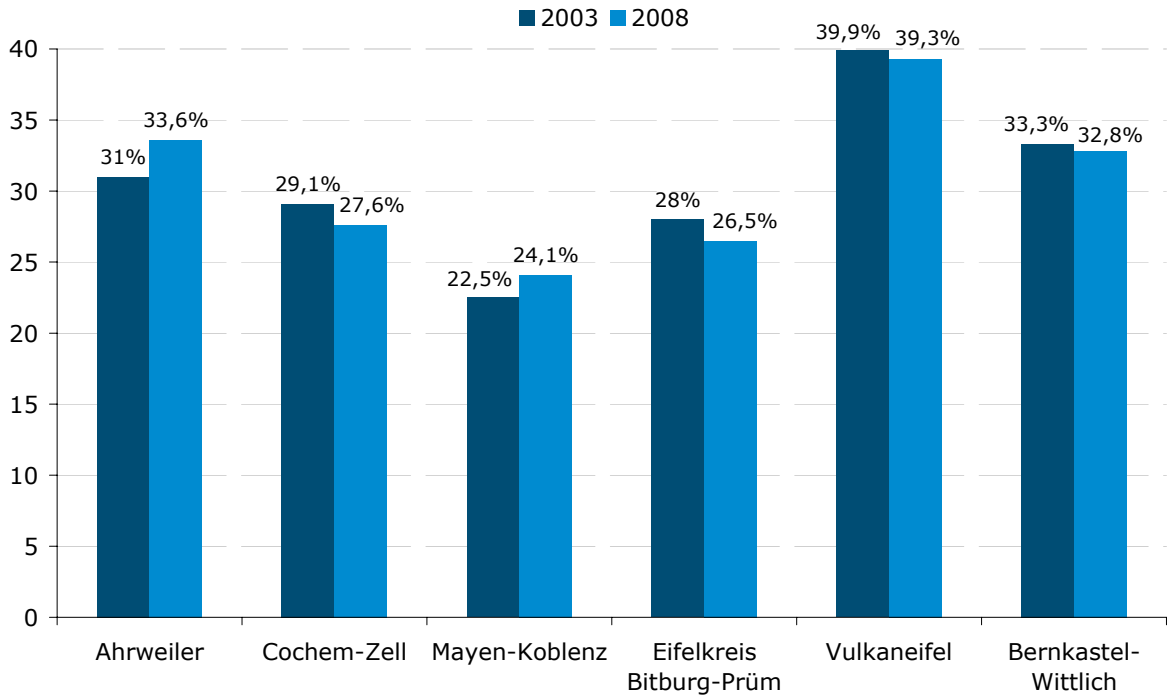
Abb. 12: Beherbergungsbetriebe nach Betriebsarten im Untersuchungsgebiet (2008)



Quelle: Statistisches Landesamt Rheinland-Pfalz 2009, o.S.

Die Anzeichen für eine strukturelle Schwäche der Übernachtungsbetriebe im Untersuchungsgebiet finden sich auch bei der Betrachtung der Auslastungszahlen (vgl. Abb. 13). Die durchschnittliche Auslastung im Untersuchungsgebiet lag 2008 bei nur 30,9 % und hat sich im Vergleich zu 2003 sogar noch leicht verschlechtert. Damit liegt die Region weit unter der durchschnittlichen Auslastung für die gesamte Bundesrepublik, die sich 2008 auf 38 % belief (vgl. Statistisches Bundesamt Deutschland 2009a).

Abb. 13: Durchschnittliche Auslastung im Untersuchungsgebiet (2003 und 2008)



Quelle: Statistisches Landesamt Rheinland-Pfalz 2009, o.S.

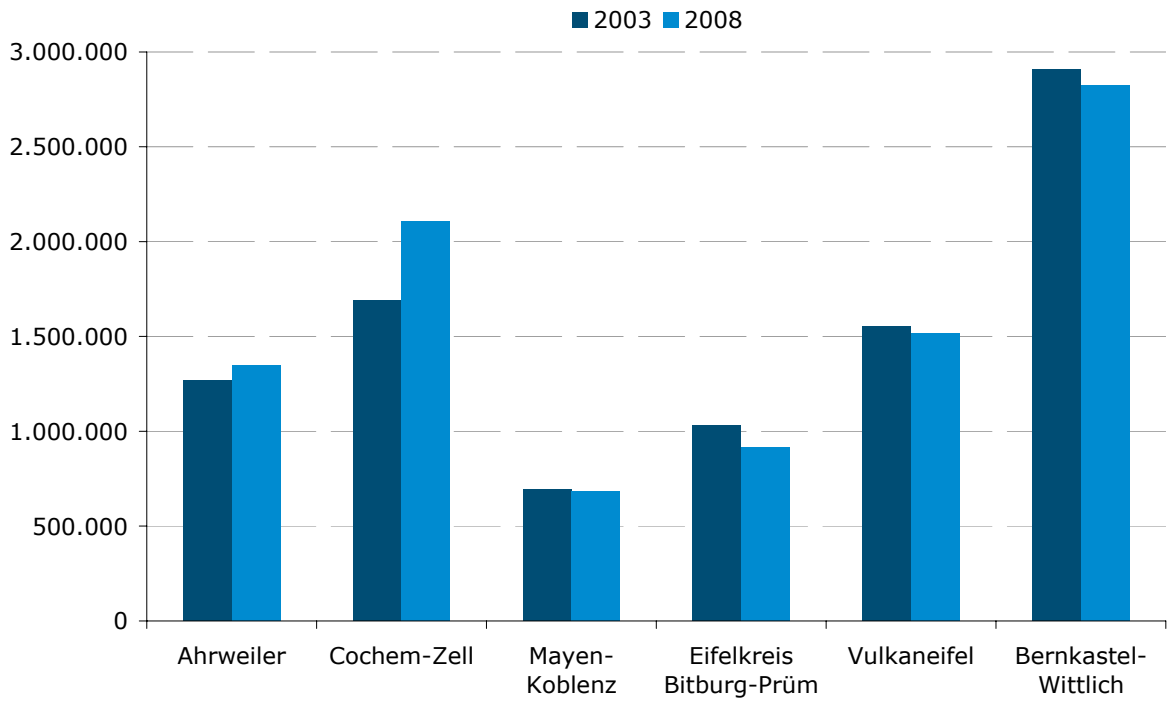
* Insgesamt ohne Camping- und Privatquartiere

Um die Rentabilitätsschwelle zu überschreiten, wird bei einem Übernachtungsbetrieb (inkl. Verzinsung des eingesetzten Kapitals) von notwendigen Auslastungszahlen ausgegangen, die mindestens zwischen 40 und 50 % liegen. Ein erheblicher Teil der Betriebe in der Untersuchungsregion dürfte damit zwar die laufenden Betriebskosten erwirtschaften, nicht aber die Verzinsung des (teilweise bereits ja schon vor Jahrzehnten) eingesetzten Kapitals erzielen. Darüber hinaus ist auch anzunehmen, dass die kontinuierlichen Erhaltungsinvestitionen bzw. aus den sich verändernden Markterfordernissen resultierende Erneuerungsinvestitionen bei solch niedrigen Auslastungszahlen ebenfalls nur von einem Teil der Be-

triebe geleistet werden kann. Dabei ist auch zu berücksichtigen, dass hinter dem Mittelwert natürlich auch eine große Bandbreite von unterschiedlichen Betrieben steht und ein erheblicher Teil sicherlich bei Auslastungsquoten von signifikant über 50 % liegt, während manche Betriebe eben aufgrund ihres defizitären Angebotes nur noch in Zeiten von Nachfragespitzen vermarktbar sind.

Die stagnativen Tendenzen machen sich auch bei den Übernachtungszahlen bemerkbar. Während die Übernachtungszahl in Deutschland zwischen 2003 und 2008 um knapp 10 % auf 370 Mio. Übernachtungen anstieg (vgl. Statistisches Bundesamt Deutschland 2009a), wurden im Untersuchungsgebiet 2008 nur 2,7 % mehr Übernachtungen realisiert.

Abb. 14: Übernachtungen in den ausgewählten Untersuchungsgebieten (2003 und 2008)



Quelle: Statistisches Landesamt Rheinland-Pfalz 2009, o.S.

* Insgesamt ohne Camping- und Privatquartiere

In vier der sechs Landkreise waren sogar rückläufige Übernachtungszahlen zu verzeichnen. Leichte Zuwächse konnten im Landkreis Ahrweiler verbucht werden. Dort sind nach der Krise des Kurtourismus in den 90er Jahren inzwischen erfolgreich Ansätze zur Neupositionierung und Diversifizierung des Produktes implementiert worden. Mit der Orientierung auf Radwandern und der Marke „Ahr 2000“ wird auf eine deutlich jüngere Klientel abgezielt und auch die Fokussie-

rung auf den Weingenuss sowie die Wellnessorientierung in Bad Neuenahr-Ahrweiler scheinen entsprechende Resonanz auf der Nachfrageseite zu induzieren (genauer bei Hafke 2009, S. 52ff.).

Als einziger Landkreis im Untersuchungsgebiet kann der Landkreis Cochem-Zell im Vergleichszeitraum 2003 bis 2008 signifikante Zuwächse bei den Übernachtungszahlen verbuchen. In diesem Landkreis ist neben einer Reihe anderer Projekte auch das bereits erwähnte Golfresort entstanden, das aufgrund der Bezüge zum Golfclub am Nürburgring in Abschnitt 4.1 noch genauer betrachtet wird.

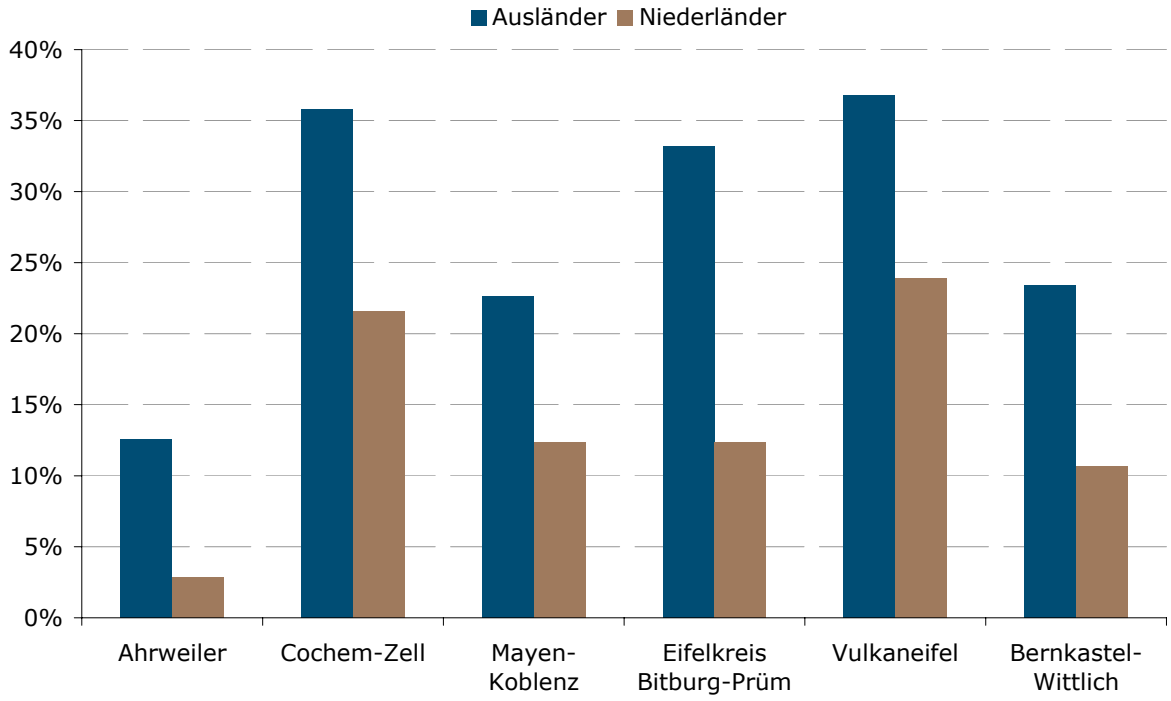
Insgesamt dokumentieren und unterstreichen die rückläufigen Entwicklungen im Untersuchungsgebiet die bereits mehrfach angesprochenen strukturellen Defizite. Insbesondere, wenn im Incoming-Tourismus Gäste aus dem benachbarten Ausland angesprochen werden sollen, ist im Untersuchungsgebiet eine Vielzahl von Betrieben nicht mehr entsprechend vermarktbar. Gleichzeitig sind – angesichts einer Vielzahl von Mitbewerbern mit ähnlichem Portfolio – die Wachstums-pers-pektiven im Binnentourismus als begrenzt einzuschätzen. Wachstumsimpulse für das Untersuchungsgebiet wären aufgrund der Lagegunst zu den westeuropäischen Quellmärkten sicherlich vor allem in den Nachbarländern Belgien und Niederlande zu generieren.

Dass die Destinationen Eifel und Mosel hier über eine günstige Ausgangsposition verfügen, verdeutlicht der Blick auf die Anteile von Ausländern an den Übernachtungen in Abb. 15. In den drei Landkreisen Cochem-Zell, Bitburg-Prüm und Vulkaneifel entfällt etwa ein Drittel der Übernachtungen in gewerblichen Übernachtungsbetrieben auf ausländische Gäste. Den Löwenanteil davon nehmen erwartungsgemäß die niederländischen Gäste ein, der im Landkreis Vulkaneifel, wie in Abschnitt 3.1 ausgeführt, auch auf die Anziehungskraft des Sunparks in Gunderath zurückzuführen ist.

Zusammen mit den in der Abbildung nicht separat ausgewiesenen belgischen Gäste, die etwa halb so stark vertreten sind wie die niederländischen Gäste, stammt damit aufgrund der Lagegunst in den Destinationen Eifel und auch Mosel der überwiegende Teil der ausländischen Übernachtungsgäste aus den beiden Nachbarländern.

Die etwas andere (auch vom Gesundheitstourismus geprägte) Gästestruktur in der Destination Ahr weist demgegenüber eine sehr viel deutlichere Orientierung auf den Binnentourismus auf.

Abb. 15: Anteil der niederländischen Gäste an den Gesamtübernachtungen der ausländischen Gäste im Untersuchungsgebiet (2008)



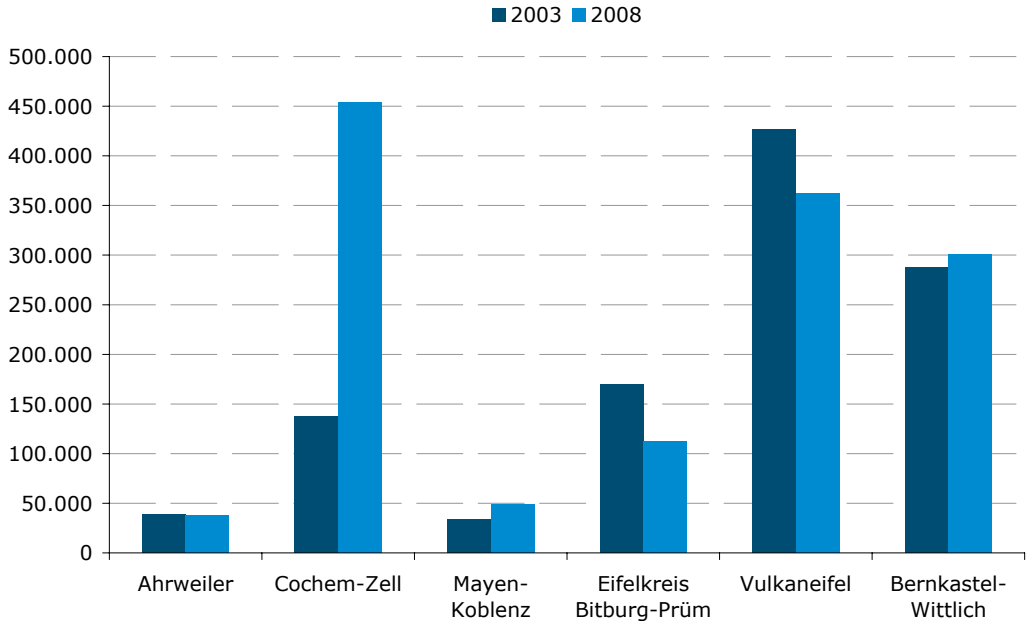
Quelle: Statistisches Landesamt Rheinland-Pfalz 2009, o.S.

* Insgesamt ohne Camping- und Privatquartiere

In den meisten Landkreisen ist allerdings die Zahl der niederländischen Gäste stagnierend, bzw. sogar leicht rückläufig (vgl. Abb. 16). Lediglich im Landkreis Cochem-Zell konnte in den letzten Jahren durch eine klare Fokussierung von dort getätigten Investitionen auf den niederländischen Quellmarkt auch eine entsprechende Steigerung des niederländischen Segmentes erzielt werden. Damit wird ein weiteres Mal deutlich, dass anders als bei Einzelhandelsgroßprojekten, touristischen Investitionen, wenn Sie konsequent auf die Erschließung neuer Quellmärkte ausgerichtet sind, die Gesamtattraktivität der (Sub-)Destination deutlich anheben und zusätzliche Kaufkraftzuflüsse in die Destination induzieren können.

Wie in Abschnitt 4.1. noch detailliert dargestellt wird, eröffnete im Jahr 2006 das Ferien- und Golfresort Cochem/Ediger-Eller. Nach Aussage der Geschäftsführung des Hotels Brixiade und Triton in Cochem ist der Anteil der niederländischen Gäste in Cochem seit der Eröffnung dieses Golfresorts merklich gestiegen.

Abb. 16: Niederländische Gäste im Untersuchungsgebiet in den Jahren 2003 und 2008



Quelle: Statistisches Landesamt Rheinland-Pfalz 2009, o.S.
* Insgesamt ohne Camping- und Privatquartiere

Zusammenfassung: Marktanalyse Untersuchungsgebiet

Im Hinblick auf den Übernachtungstourismus ist das Untersuchungsgebiet einerseits durch stagnierende bzw. teilweise rückläufige Tendenzen sowohl auf der Angebots- als auch auf der Nachfrageseite gekennzeichnet. Diese können auch auf die kleinteiligen, den gestiegenen Markterfordernissen teilweise nicht mehr gewachsenen Anbieterstrukturen zurückgeführt werden. Ein Verzicht auf weitere Investitionen in zusätzliche Übernachtungseinrichtungen in der Region würde diese negative Entwicklung nicht aufhalten, da die Gäste dann auf andere Destinationen ausweichen, in denen adäquate Angebote entwickelt werden.

Das Untersuchungsgebiet scheint gleichzeitig sein touristisches Potenzial nicht auszunutzen. Anhand einiger Landkreise konnte aufgezeigt werden, dass eine offensive Vorwärtsstrategie durchaus dazu führt, dass die (Sub-) Destination davon profitiert, wenn Leuchtturmprojekte implementiert werden, die konsequent neue Produktlinien im Markt positionieren. Besonders Erfolg versprechend scheinen dabei Ansätze, bei denen gezielt ausländische Märkte angesprochen werden. Damit lässt sich (wie am Beispiel Cochem-Zell belegbar) auch eine signifikante Zunahme der Übernachtungsgäste aus dem Ausland, vor allem aus den Niederlanden, induzieren. Damit ist bereits an dieser Stelle provisorisch festzuhalten, dass bei einer klaren Orientierung auf diesen ausländischen Quellmarkt eine Investition in die Beherbergungskapazität, insbesondere dann, wenn Sie komplementär zum bestehenden Angebot konzipiert ist, durchaus positive Effekte aufweisen kann.

3.3 Wertschöpfung

Anknüpfend an die Aufbereitung der Marktsituation im unmittelbaren Umfeld des geplanten Golfclubs in den angrenzenden Verbandsgemeinden sowie der Analyse der Situation im gesamten Untersuchungsgebiet der Destinationen Eifel, Mosel und Ahr wird als dritter Schritt der Marktanalyse für das Untersuchungsgebiet die Wertschöpfung berechnet. Ziel hierbei ist es, die Kapazitätserweiterung durch die Schaffung neuer Übernachtungsmöglichkeiten im Zuge des Baus eines Golfclubs am Nürburgring in seinen Effekten für die Destination zu analysieren.

Die Berechnung der Wertschöpfung für das Untersuchungsgebiet basiert auf den Übernachtungsdaten des Statistischen Landesamtes Rheinland-Pfalz für das Jahr 2008 in den Betrieben mit mehr als acht Betten (vgl. Tab. 1).

Tab. 1: Übernachtungen im Untersuchungsgebiet für das Jahr 2008

Landkreise	***Übernachtungen***
Ahrweiler	1.348.755
Cochem-Zell	2.106.030
Mayen-Koblenz	682.679
Eifelkreis Bitburg-Prüm	913.032
Vulkaneifel	1.513.731
Bernkastel-Wittlich	2.823.186
Summe	***9.387.413***

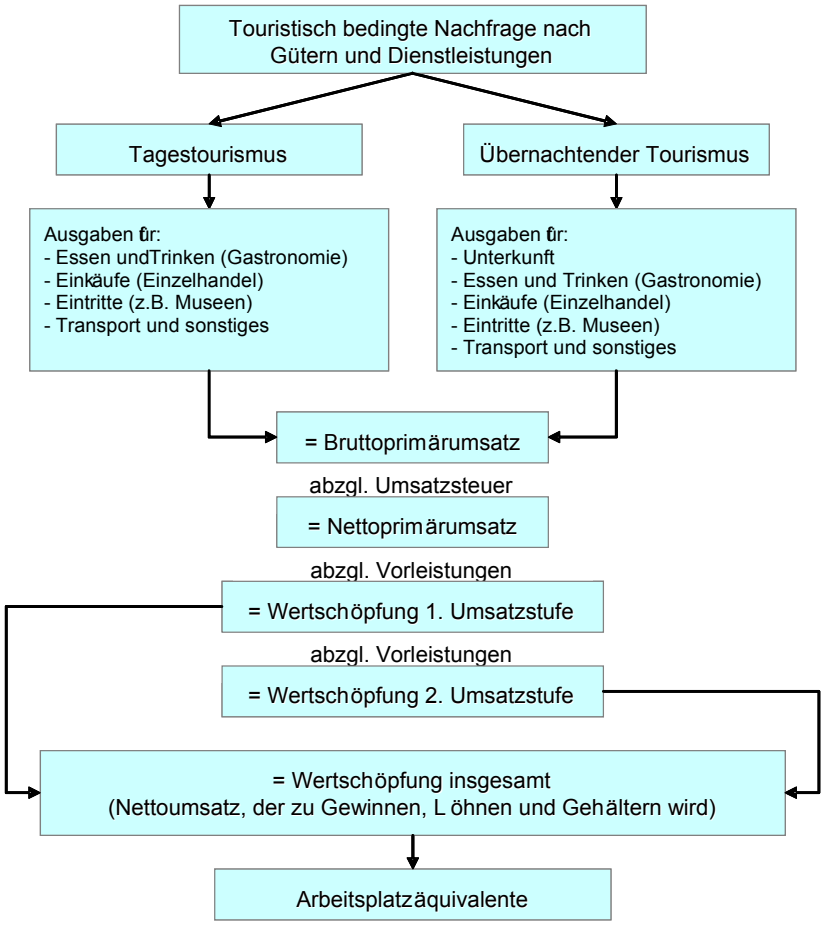
Quelle: Statistisches Landesamt Rheinland-Pfalz 2009, o. S.

Die Ausgaben werden detailliert für die Übernachtungsgäste dargestellt. Dabei wird zunächst die touristische Wertschöpfung aus dem Übernachtungstourismus in den von dem geplanten Golfclub möglicherweise tangierten Destinationen Eifel, Mosel und Ahr ermittelt. In einem zweiten Schritt folgt dann die Aufbereitung möglicher aus dem geplanten Golfclub resultierender Effekte, die in Relation zur Gesamtdestination bewertet werden.

Bei der Berechnung der Wertschöpfung ist zunächst der aus den Übernachtungen resultierende Brutto- und Nettoprimärumsatz zu ermitteln. Als nächster Schritt ist die Wertschöpfung der 1. Stufe (vgl. Abb. 17) abzuschätzen, mit der die direkt aus den Ausgaben des Gastes in einem Betrieb resultierende Wertschöpfung (erste Wertschöpfungsstufe) abgebildet wird. Aus den in der Region

bezogenen Vorleistungen resultiert dann die 2. Wertschöpfungsstufe (bzw. erste indirekte Wertschöpfungsstufe). In weiteren Rechenschritten kann dann aus den wiederum anfallenden regionalen Vorleistungen noch eine dritte Wertschöpfungsstufe (zweite indirekte Wertschöpfung) ermittelt werden. Ab dieser dritten Stufe wird der Wertschöpfungseffekt so klein und dessen Analyse so aufwendig, dass die Berechnung in der Regel (und auch im Rahmen des vorliegenden Gutachtens) nur bis zur zweiten Stufe verfolgt wird. Die Höhe der touristischen Wertschöpfung wird durch den Umfang der Übernachtungsbesucher, die Höhe der Ausgaben und die Struktur der Ausgaben bestimmt.

Abb. 17: Schema der Wertschöpfungsberechnung



Quelle: Hallerbach et al. 2008, o. S.

Für das vorliegende Gutachten wurden folgende Arbeitsschritte im Rahmen der Ermittlung der Wertschöpfung durchgeführt:

1) Berechnung der Bruttoumsätze: Nachfrageumfang x Tagesausgaben
2) Berechnung der Nettoumsätze: Bruttoumsatz – Mehrwertsteuer
3) Berechnung der Einkommenswirkungen erster Umsatzstufe (EW 1): Nettoumsatz x Wertschöpfungsquote
4) Berechnung der Einkommenswirkungen zweiter Umsatzstufe (EW 2): (Nettoumsatz - EW 1) x Wertschöpfungsquote
5) Arbeitsplatzeffekt gemessen in Vollzeitarbeitsplätzen (Berechnung des Tourismusbeitrags zum Volkseinkommen): (EW1 + EW2) / Volkseinkommen (vgl. Harrer 2004, S. 153).

Im Rahmen der Ermittlung der touristischen Wertschöpfung für das Untersuchungsgebiet werden nur Übernachtungsgäste in Betracht genommen.

3.3.1 Wertschöpfung durch Übernachtungsgäste im Untersuchungsgebiet

Die Höhe der durchschnittlichen Ausgaben pro Tag und Person wurde im Jahr 2000 auf der Grundlage der Ausgaben der Übernachtungsgäste in gewerblichen Betrieben über acht Betten aller Unterkunftsarten für das Reisegebiet Eifel/Ahr empirisch ermittelt (vgl. Harrer & Scherr 2002, S. 64). Die Gesamtausgaben beliefen sich im Jahr 2000 auf einen Durchschnittswert von 73,50 € pro Tag und Person.

Bezogen auf die einzelnen Dienstleistungen der Übernachtungsgäste liegt der höchste Ausgabenblock bei der Verpflegung im Gastgewerbe. Im Durchschnitt wurden hierfür 24,50 € pro Person gezahlt. Auf den Bereich der Übernachtung/Unterkunft entfallen im Durchschnitt 24,40 €. Des Weiteren verteilen sich die durchschnittlichen Ausgaben für die Dienstleistungen in dem Untersuchungsgebiet wie folgt:

- 5,80 € für Einkauf im Einzelhandel,
- 5,00 € für Freizeit/Unterhaltung,
- 3,20 € für den lokalen Transport und
- 10,60 € für sonstige Dienstleistungen.

Damit ist zu konstatieren, dass nur etwa ein Drittel der Ausgaben von Übernachtungsgästen in den Übernachtungsbetrieben realisiert wird. Ein weiteres Drittel entfällt auf Gastronomiebetriebe. Festzuhalten ist auch, dass etwa ein Drittel der von Übernachtungsgästen getätigten Umsätze dem lokalen Einzelhandel zugute kommt.

Unter Berücksichtigung der jährlichen Preissteigerungsraten von 2000 bis einschl. 2008 für Deutschland (vgl. Verbraucherpreisindex Statistisches Bundesamt Deutschland 2009) ergeben sich rechnerisch zu erwartende Gesamtausgaben eines Übernachtungsgastes von durchschnittlich 85,20 € pro Tag und Person im Jahr 2008.

Zur Berechnung der Bruttoumsätze werden die Gesamtübernachtungszahlen des Untersuchungsgebietes aus dem Jahre 2008 zu Grunde gelegt. Einbezogen wird hierbei die Summe aller Übernachtungen in den untersuchten Kreisen (vgl. Tab. 1). Insgesamt verzeichnete das Untersuchungsgebiet 9.387.413 Übernachtungen im Jahr 2008 (vgl. Statistisches Landesamt Rheinland-Pfalz 2009). Bei angenommenen durchschnittlichen Tagesausgaben der Übernachtungsgäste in Höhe von 85,20 € pro Tag und Person ergibt sich ein Bruttoumsatz in Höhe von 799.807.588 €.

Bruttoumsatz	= Nachfrageumfang x Tagesausgaben
	= 9.387.413 Übernachtungen x 85,20 €
	= 799.807.588 €

Die Berechnung der Nettoumsätze erfolgt durch den Abzug der Mehrwertsteuer von den Bruttoumsätzen. Allerdings kann nicht der volle Mehrwertsteuersatz angewendet werden, da für eine Reihe von Gütern und Dienstleistungen ein ermäßigter Mehrwertsteuersatz gilt. Daher wird im Folgenden mit dem Erfahrungswert von 15 % gerechnet, woraus sich Nettoumsätze in Höhe von 695.484.859 € ergeben.

Nettoumsatz	= Bruttoumsatz – Mehrwertsteuer
	= 799.807.588 € - 15%
	= 695.484.859 €

Für die Berechnung der Einkommenswirkungen erster Stufe (EW 1) wird eine Wertschöpfungsquote herangezogen, die den Anteil am Nettoumsatz bestimmt, der im Zusammenhang mit dem Tourismus zum Einkommen in der Region wird. Das Einkommen umfasst in diesem Zusammenhang alle Löhne, Gehälter und Gewinne, die durch die direkten Ausgaben der Touristen vor Ort entstehen. Im Folgenden wird der pauschalierte Durchschnittswert von 41,25 % verwendet, den das Deutsche Wirtschaftswissenschaftliche Institut für Fremdenverkehr (DWIF) für Rheinland-Pfalz angibt (vgl. Harrer & Sherr 2002, S. 145). Hieraus ergeben sich Einkommenswirkungen erster Umsatzstufe in Höhe von 286.887.504 €.

EW 1	= Nettoumsatz x Wertschöpfungsquote
	= 695.484.859 € x 41,25%
	= 286.887.504 €

Da Vorlieferungen nur teilweise aus der Region bezogen werden können, werden die indirekten Effekte nur zu einem bestimmten Anteil intraregional wirksam. Dieser Anteil wird als Einkommenswirkung zweiter Umsatzstufe (EW 2) bezeichnet. Insbesondere aufgrund der Zuordnung der Vielzahl der Lieferanten zu den jeweiligen Umsatzbereichen, die Experten für nicht exakt möglich halten, wird für die Einkommenswirkung der zweiten Umsatzstufe mit Übernachtungsgästen (als auch von Tagesgästen) mit einem durch das DWIF veröffentlichten Näherungswert in Höhe von 30 % gerechnet (vgl. Maschke 2005, S. 136 und Harrer & Sherr 2002, S. 146). Demnach betragen die Einkommenswirkungen der zweiten Umsatzstufe 119.821.174 €.

EW 2	= (Nettoumsatz - EW 1) x Wertschöpfungsquote
	= (695.484.859 € - 286.887.504 €) x 30%
	= 122.579.206 €

Als nächster Schritt folgt die Berechnung des Tourismusbeitrags zum Volkseinkommen bzw. des Arbeitsplatzeffektes gemessen in Vollzeitarbeitsplatzäquivalenten. Dafür wird das durchschnittliche verfügbare Einkommen je Einwohner aus untersuchten Landkreisen herangezogen. Im Jahr 2007 betrug dieses im Durchschnitt 17.562 € (vgl. Tab. 2):

Tab. 2: Verfügbares Einkommen in den Kreisen des Untersuchungsgebietes im Jahr 2007

Landkreise	*Verfügbares Jahreseinkommen 2007*
Ahrweiler	18 082
Cochem-Zell	17 032
Mayen-Koblenz	17 596
Eifelkreis Bitburg-Prüm	17 254
Vulkaneifel	17 297
Bernkastel-Wittlich	18 112
Durchschnitt	***17.562***

Quelle: Statistisches Landesamt Rheinland-Pfalz 2009, o. S.

Bei Einsetzung eines durchschnittlichen Einkommens von 17.562 € pro Vollzeitarbeitsplatz ergibt sich ein Beschäftigungseffekt in Höhe von 23.315 Vollzeitarbeitsplatzäquivalenten.

Arbeitsplatzeffekt	= (EW1 + EW2) / verfügbares Einkommen
	= (286.887.504 € + 122.579.206 €/ 17.562 €
	= 23.315

Dabei ist darauf hinzuweisen, dass der ermittelte Wert eine rechnerische Größe darstellt, der die reale Situation (mit Teilzeitarbeitsplätzen und geringfügig Beschäftigten auf 400€-Basis) nicht exakt abbildet. Die reale Beschäftigungswirkung kann sich damit auf mehr Personen erstrecken.

3.3.2 Wertschöpfungswirkung des zu begutachtenden Projektes

Zur Ermittlung der touristisch indizierten Wertschöpfung durch die geplanten Übernachtungskapazitäten des Golfclubs am Nürburgring wurde nicht mit den Durchschnittswerten von 85,20 € für den durchschnittlichen Touristen im Reisegebiet Eifel/Ahr gerechnet. Golftouristen zählen zu einer kaufkraftstarken Klientel. Um zu vermeiden, dass die möglichen Effekte des geplanten Projektes unterschätzt werden, wurde diesem Umstand Rechnung getragen.

Für die Übernachtungseinrichtungen im Golfclub am Nürburgring mit:

1) 86 Betten auf 5-Sterne Niveau sowie
2) 50 bis 60 Eigentums Appartements für 2 bis 6 Personen und
3) 23 Privat-Häuser (Villen für 2 bis 4 Personen)

wurde dementsprechend bei der Wertschöpfung mit höheren Referenzwerten, die die golf-affine Klientel adäquat abbilden, operiert.

Für die Abschätzung der Übernachtungen in den 86 Betten im Golfclub wurde ebenfalls eine erhebliche Sicherheitsmarge eingebaut. Statt mit den in der Region üblichen Auslastungsquoten zwischen 22 und 40 % wurde eine – in der Realität wohl kaum zu erreichende (vgl. 4.2 Land Fleesensee) – Auslastungsquote von 70 % unterstellt. Angesichts der Tatsache, dass der Golfplatz in den Wintermonaten unter mitteleuropäischen Witterungsverhältnissen wohl längere Zeit nicht bespielbar ist und damit auch die Auslastung des Übernachtungsangebotes im Golfclub in den Wintermonaten sicherlich deutlich unterdurchschnittlich sein dürfte, ist hier ein großer Sicherheitspuffer eingebaut, der jegliche Form von Unterschätzung der Effekte vermeiden soll. Bei einer hypothetischen Auslastung von 70 % ergäben sich für die Betten im Golfclub jährlich 21.973 Übernachtungen.

Jährliche Übernachtungen	= (Bettenzahl x Auslastung) x 365 Tage
	= (86 x 70%) x 365
	= 21.973 Übernachtungen

Die 23 Privathäuser (für 2 bis 4 Personen) und die 60 Eigentums-Appartements (für 2 bis 6 Personen) werden an Privatpersonen verkauft. Dabei soll im Wesentlichen auf den niederländischen Markt abgezielt werden so dass von einem hohen Anteil ausländischer Eigentümer auszugehen ist.

Auch wenn beim Verkauf nicht vorgesehen ist, dass diese auch – sei es auf privater Basis an Freunde und Verwandte oder ggf. auch gegen Bezahlung – an Dritte für die temporäre Nutzung überlassen werden, sollte auch dieser Fall sicherheitshalber in die Berechnungen einbezogen werden.

Da die Eigentümer wohl zum überwiegenden Teil die erworbenen Immobilien als Zweitwohnsitz nutzen, kann es durchaus vorkommen, dass diese auch Dritten zur Nutzung überlassen werden.

Da es sich um keinen Hotelbetrieb handelt, ein bestimmter Grad von Eigennutzung zu unterstellen ist, hätte hier mit den regionsüblichen Auslastungsquoten von unter 40 % gerechnet werden können. Aber auch in diesem Fall sollte ein Sicherheitspuffer eingebaut werden, so dass eine hypothetische Auslastung von 50 % unterstellt wurde.

Für die max. 60 Appartements wurde eine (auch dieser Wert wurde bewusst hoch angesetzt) durchschnittliche Belegung mit vier Personen unterstellt. Bei den 23 Villen wurde mit einer durchschnittlichen Belegung durch drei Personen gerechnet. Damit ergeben sich rechnerisch 12.592 Übernachtungen in den 23 Villen und 43.800 Übernachtungen in den 60 Appartements.

Jährliche Übernachtungen	= Ø Personen x Auslastung x 365 Tage
in den Villen	= 23 x 3 x 50% x 365
	= 12.592 Übernachtungen
Jährliche Übernachtungen	= 60 x 4 x 50% x 365
in den Appartements	= 43.800 Übernachtungen

Insgesamt ergibt sich ein hypothetisch mögliches Übernachtungsaufkommen durch Touristen im Golfresort am Nürburgring von maximal 78.365 Übernachtungen pro Jahr (unter sehr konservativen Annahmen).

Bei der Berechnung der dadurch generierten Ausgaben ist zu berücksichtigen, dass die Übernachtungen in den Eigentumsanlagen ohne die Kosten für die Übernachtung zu kalkulieren sind. Für die Übernachtungskosten werden daher nur die Übernachtungen im Clubhaus (21.973) einbezogen.

Wertschöpfung durch Übernachtungsgäste am Nürburgring

Für die Berechnung der durchschnittlichen Ausgaben pro Tag und Person wird für die Golftouristen auf Erhebungen des Deutschen Golf Verbandes zurückgegriffen. Dadurch soll vermieden werden, dass die Ausgaben unterschätzt werden.

Für das Jahr 2004 gibt der Deutsche Golfverband die durchschnittlichen Tagesausgaben von Golfreisenden mit 161,90 € an (vgl. Deutscher Golf Verband 2006, S. 12). Auch wenn dieser Betrag sicherlich etwas höher liegt, als die konkreten Ausgaben am Nürburgring (da auch Golfreisen in weiter entfernt liegende Destinationen mit höheren Anteilen an Reisekosten darin enthalten sind) soll dieser Referenzwert herangezogen werden, um auch bei diesem Parameter eine Unterschätzung klar auszuschließen. Unter der Berücksichtigung der Preissteigerung wurde für die Übernachtungsgäste im Golfclub mit 176,62 € pro Tag und Person kalkuliert. Für die Übernachtungsgäste in den Eigentumseinheiten wurde (ohne Übernachtung) von Ausgaben in Höhe von 116,29 € ausgegangen.

Demzufolge ergibt sich aus den jährlichen 21.973 Übernachtungen im Hotel und 56.393 theoretisch angenommenen Übernachtungen in den Eigentumsanlagen ein Bruttoumsatz in Höhe von 10.438.755 €. Der Nettoumsatz (nach Abzug des Erfahrungswerts von 15 %) liegt bei 9.077.178 €.

Des Weiteren wird die Einkommenswirkung erster Stufe (EW 1) wie oben mit dem pauschalierten Durchschnittswert von 41,25 % ausgerechnet, den das Deutsche Wirtschaftswissenschaftliche Institut für Fremdenverkehr (DWIF) für Rheinland-Pfalz angibt (vgl. Harrer & Sherr, S. 145). Hieraus ergeben sich Einkommenswirkungen erster Umsatzstufe in Höhe von 3.744.336 €.

Die indirekten Einkommen oder Einkommenswirkungen zweiter Umsatzstufe (EW 2) werden mit dem vom DWIF veröffentlichten Näherungswert in Höhe von 30 % berechnet (vgl. Maschke 2005, S. 136 und Harrer & Sherr 2002, S.146). Demnach betragen die Einkommenswirkungen der zweiten Umsatzstufe 1.599.852,68 €.

Der Arbeitsplatzeffekt gemessen in Vollzeitarbeitsplätzen wird mit dem durchschnittlichen verfügbaren Einkommen je Einwohner aus den untersuchten Landkreisen herangezogen. Im Jahr 2007 betrug dieses 17.562 €. Damit resultieren aus der Wertschöpfung Beschäftigungseffekte in Höhe von 304 Vollzeitarbeitsplatzäquivalenten.

Im Vergleich zur gesamten Destination als Wettbewerbseinheit werden damit mit der geplanten Maßnahme im Golfclub am Nürburgring nur 1,3 % des Umsatzes bzw. der Arbeitsplatzeffekte generiert.

Selbst wenn (vollkommen fiktiv und unrealistisch) unterstellt würde, dass dieser Umsatz von anderen Übernachtungseinrichtungen umgeschichtet würde, wäre damit keine gravierenden Auswirkungen in der Destination zu erwarten.

Wie aber bereits an mehreren Stellen deutlich gemacht, zielt das Vorhaben vorrangig (insbesondere mit den Eigentumseinheiten) auf den niederländischen Quellmarkt ab. Da nur begrenzt vergleichbare Angebote in der Region vorhanden sind und bei der Darstellung der zahlenmäßigen Entwicklungen im Untersuchungsgebiet deutlich wurde, dass auf diesen Quellmarkt abzielende Angebote zu einer Steigerung der Nachfrage aus den Niederlanden führen, sind insgesamt für die Destination eindeutig positive Effekte zu erwarten. Die Destinationen Eifel/Mosel/Ahr würden durch das zusätzliche Angebot an Attraktivität insbesondere im niederländischen Quellmarkt gewinnen und zusätzliche Touristen anziehen.

Gleichzeitig ist darauf hinzuweisen, dass lokal durch die Beschäftigungseffekte und auch die im Einzelhandel getätigten Umsätze in den Nachbargemeinden durchaus auch merkliche positive Effekte zu verzeichnen wären.

Allerdings kann aufgrund der bisherigen Aufbereitung der sekundärstatistischen Quellen im Zuge der Marktanalyse noch keine Aussage getroffen werden, welche Auswirkungen möglicherweise im näheren Umfeld des geplanten Golfclubs zu erwarten wären.

Hierzu wird im nächsten Abschnitt eine detaillierte Wettbewerbsanalyse durchgeführt. Neben der genaueren Aufbereitung der Mitbewerberkonstellation im Untersuchungsgebiet wird zur Sicherheit auch eine Betrachtung von Referenzprojekten unternommen, die ein zusätzliches Maß an Absicherung für die abschließende Bewertung gewährleisten soll.

Zusammenfassung: Wertschöpfungsberechnung

Im Untersuchungsgebiet wurde im Jahr 2008 durch den Übernachtungstourismus ein Nettoprimärumsatz in Höhe von 695,5 Mio. € erwirtschaftet. Die Nettowertschöpfung beträgt 409 Mio. €. Etwa 23.315 Beschäftigte im Untersuchungsgebiet beziehen direkt oder indirekt Einkommen aus der touristischen Nachfrage.

Bei einer hypothetischen Auslastung von 70 % und jährlich 21.973 Übernachtungen im geplanten Golfclub am Nürburgring ergibt sich ein Nettoprimärumsatz von 9.1 Mio. €. Aus der Nettowertschöpfung von 5,4 Mio. € resultieren ca. 300 Arbeitsplätze.

Im Vergleich zur gesamten Destination als Wettbewerbseinheit werden damit durch die geplante Maßnahme Golfclub am Nürburgring lediglich 1,3 % des Umsatzes bzw. der Arbeitsplatzeffekte generiert. Somit sind keine gravierenden Auswirkungen in der Destination zu erwarten.

4 Wettbewerbsanalyse

Die Analyse der unmittelbaren Wettbewerber des geplanten Golfclubs am Nürburgring erfolgte nicht flächendeckend für das gesamte Übernachtungsangebot der Region, sondern für potenziell tangierte Mitbewerber, die auf vergleichbare Marktsegmente (golf-affines bzw. incentive-orientiertes Luxussegment) abzielen: Golfclubs und gehobene Hotelbetriebe im 4-5-Sterne-Bereich.

Die Analyse erfolgte anhand folgender Bewertungsparameter:

- Lage und Untersuchungsraum,
- Angebots- und Preisstruktur,
- Zielgruppenorientierung und
- Quellmärkte.

Anhand dieser Kriterien wurde auf den Konkurrenzgrad zum geplanten Golfclub Nürburgring geschlossen.

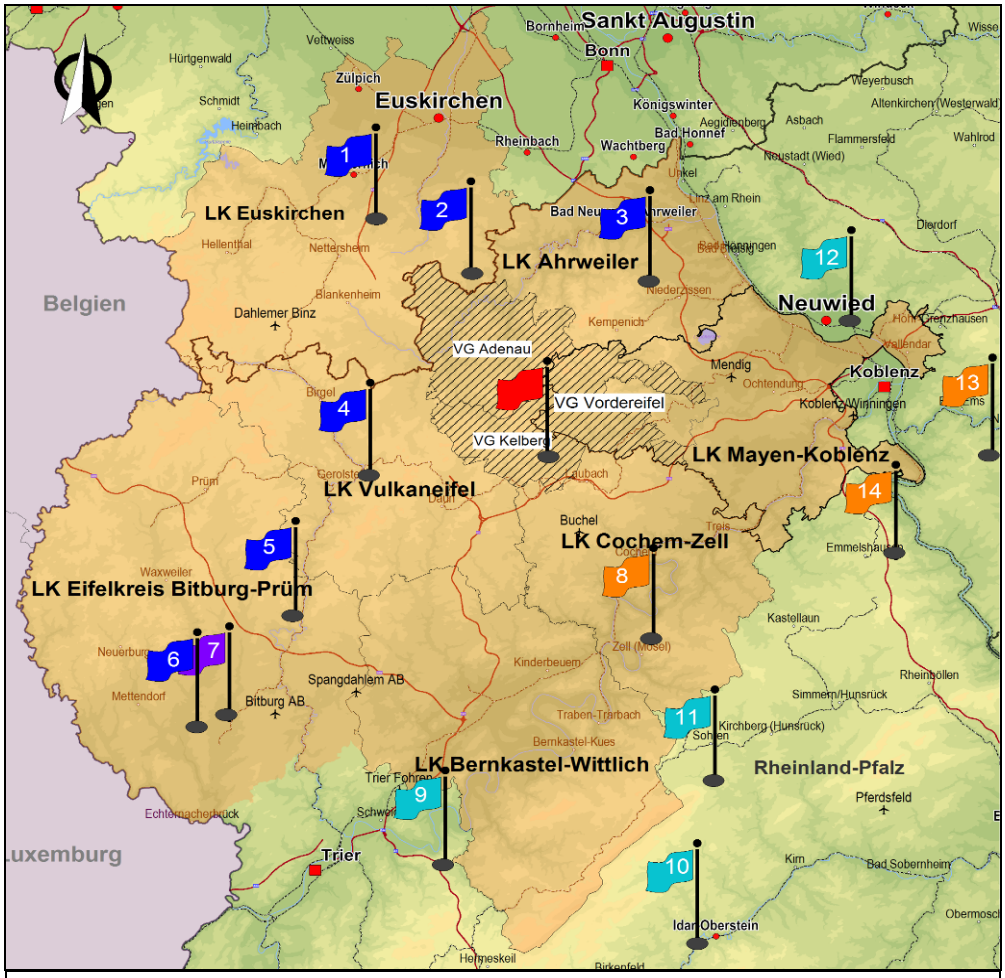
Den räumlichen Bezugsrahmen stellen hierbei die Landkreise Vulkaneifel, Cochem-Zell, Bitburg-Prüm, Ahrweiler, Mayen-Koblenz sowie Bernkastel-Wittlich dar. Nicht flächendeckend, sondern punktuell wird auch über die Landesgrenze von Rheinland-Pfalz hinaus das golf-affine Angebot im Raum Bad Münstereifel bei der Detailanalyse der Mitbewerber einbezogen.

4.1 Untersuchungsgebiet

4.1.1 Bestands- und Detailanalyse Golfclubs

In Rheinland-Pfalz befinden sich zum Zeitpunkt der Erhebung insgesamt 31 Golfplätze sowie zwei im angrenzenden Umfeld (Bad Münstereifel, NRW). Bei den meisten dieser Plätze handelt es sich um 18-Loch-Anlagen. Ingesamt acht der rheinland-pfälzischen Golfplätze liegen im abgegrenzten Untersuchungsgebiet der Landkreise Ahrweiler, Mayen-Koblenz, Vulkaneifel, Cochem-Zell, Bitburg-Prüm und Bernkastel-Wittlich. Wie bei dem geplanten Golfplatz am Nürburgring handelt es sich hierbei überwiegend um 18 Loch-Golfplätze. Der Golf- und Landclub Bad Neuenahr-Ahrweiler sowie das Ferien- und Golfresort Cochem verfügen über einen 18-Lochplatz plus einen 9-Loch-Kurzplatz. (vgl. Abb. 18).

Abb. 18: Golfplätze im Untersuchungsgebiet



Untersuchungsgebiet

Unmittelbar angrenzende Verbandsgemeinden

Geplanter Golfclub Nürburgring (18 Loch)

Golfplatz im Untersuchungsgebiet:
1 Golfclub Burg Zievel (18 Loch)
2 Golfanlage Bad Münstereifel (18 Loch)
3 Golf- und Landclub Bad Neuenahr-Ahrweiler (18/9 Loch)
4 Golf Club Eifel (18 Loch)
5 Euro Golfclub 2000 (18 Loch)
6 Golfanlage Südeifel Baustert GmbH (9 Loch)

Golfplatz in der Nähe des Untersuchungsgebiets:
9 Golf Club Trier e.V. (18 Loch)
10 Golf-Club Edelstein Hunsrück (9 Loch)
11 Golf-Club Hahn (9 Loch)
12 Golfclub Rhein-Wied (18 Loch)
13 Mittelrheinischer Golfclub Bad Ems (18 Loch)

davon: Hotel < 5 min. entfernt:
7 Golf-Resort Bitburger Land (18 Loch)

davon: Unterkunft on course:
8 Ferien- und Golfresort Cochem GmbH (18/9 Loch)

davon: Unterkunft on course:
13 Mittelrheinischer Golfclub Bad Ems (18 Loch)

davon: Unterkunft on course:
14 Golfclub Jakobsberg e.V. (18 Loch)

Quelle: Eigene Darstellung 2009

Die wenigsten dieser Golfplätze bieten selbst Übernachtungsangebote und sind daher nicht als direkte Mitbewerber des Golfclubs am Nürburgring zu identifizieren. Dort ist der Konkurrenzgrad aufgrund der alleinigen Orientierung auf die Mitglieder des jeweiligen Golfclubs, bzw. Tagesausflügler zum Übernachtungsangebot des Golfclubs am Nürburgring einheitlich als gering einzustufen. Nur zwei Golfplätze im Untersuchungsgebiet verfügen überhaupt über Übernachtungsmöglichkeiten on course oder kooperieren eng mit Hotels im Umfeld. Nur diese wurden genauer betrachtet und Kontakt mit den Betriebsinhabern aufgenommen. Übernachtungsmöglichkeiten direkt an der Golfanlage bzw. in unmittelbarer Nähe des Golfplatzes bieten innerhalb des abgegrenzten Untersuchungsraumes bzw. der Destination Eifel/Ahr/Mosel lediglich das Golf-Resort Bitburger Land und das Ferien- und Golfresort Cochem.

- **Golf-Resort Bitburger Land**: Das Golfresort Bitburger Land wurde im Jahr 1994 eröffnet und kooperiert mit dem ca. 3,5 km entfernt liegenden Dorint Seehotel & Resort Bitburg/Südeifel mit einer Bettenkapazität von 654 Betten (inklusive Ferienpark). Das Hotel wurde bereits im Jahr 1971 eröffnet und kooperiert mit dem benachbarten Golfplatz durch Arrangements, Greenfee-Ermäßigung etc. Nach Angaben der Tourist-Information Bitburger & Speicherer Land zahlt der Golfplatz sogar in das Verbundsystem des Hotels ein. Eine finanzielle Beteiligung des Hotels am Golfplatz besteht aber nicht.

  Hauptzielgruppe des Dorint Seehotels sind Feriengäste aus dem Rheinland sowie aus den benachbarten Ländern Belgien, Luxemburg und Niederlande. Schätzungsweise sind 80 % der Gäste Urlauber und 20 % Geschäftsreisende. Der Anteil der Golftouristen ist nicht genau abschätzbar, wobei Golftouristen aufgrund der vielfältigen Angebotsoptionen im Seehotel (Wellness, Sport, Incentive bzw. auch Familienorientierung) nur eine kleinere Zielgruppe darstellen. Aufgrund des langen Bestehens des Dorint-Hotels auf dem Markt hat es eine große Bekanntheit erzielt. Auch wenn die Golftouristen des Hotels meist aus den Niederlanden stammen, wird aufgrund der eingeführten Marktposition keine Verschärfung der Konkurrenzsituation durch das als sehr weit entfernt liegend wahrgenommene Golfclub-Projekt am Nürburgring erwartet.

  Der Golfplatz verfügt als Top-11-Platz ebenfalls über eine große endogene Anziehungskraft. Beide Kooperationspartner profitieren von der Bekanntheit des anderen. Eine Zielgruppenüberschneidung mit den anspruchsvollen potenziellen Gästen des Golfclubs Nürburgring wird auch aufgrund der unterschiedli-

chen Preisstruktur und Geschäftsmodelle nicht erwartet. Die Golftouristen des Dorint Seehotels sind eher preisorientiert und werden als nicht mit dem Luxussegment eines 5-Sterne Hauses vergleichbar eingestuft.

Laut Geschäftsführung der Touristinformation Bitburger & Speicherer Land (Dr. Frank Schaal) handelt es sich bei den Golfern des Golfresort Bitburger Land vorrangig um Mitglieder des Golfclubs. Alleine schon aus diesem Grund stelle der geplante Golfplatz am Nürburgring, der vorrangig Golftouristen anspricht und aufgrund der großen Entfernung von knapp 100 Kilometern keine Konkurrenz dar. Herr Dr. Schaal wies weiterhin darauf hin, dass die Eifel als Golfdestination von einem weiteren Golfplatz/-club profitieren kann, unter der Voraussetzung, dass dieser eine gewisse Attraktivität (Lage) und Qualität mit sich bringt. Ein Golfplatz im höheren Preissegment würde für die Region einen Zusatznutzen darstellen. Auch nach Ansicht der Gutachter ist der Konkurrenzgrad zum geplanten Golfclub Nürburgring gering.

- **Ferien- und Golfresort Cochem**: Das Ferien- und Golfresort Cochem in Ediger-Eller an der Mosel liegt in einer Entfernung von 40 km von der Anlage in Welcherath entfernt. Mit insgesamt 45 Minuten Fahrtzeit ist dieses Resort auf den ersten Blick als direkter Mitbewerber zu werten. Neben der 18/9-Loch-Anlage werden hier Übernachtungsmöglichkeiten in Form von Ferienhäusern und Wohnungen angeboten. Sowohl der Golfplatz als auch der Ferienpark wurden im Jahr 2006 eröffnet. Im Ferienpark stehen 400 Bungalows (4-14 Personen) und Villen zur Verfügung. Die Gäste des Ferienparks stammen in erster Linie aus den Niederlanden. Nach Angaben der Geschäftsführung handelt es sich bei den Golfern aus dem Ferienpark ausschließlich um Gruppen und Familien mit Kindern. Das Ferien- und Golfresort Cochem spricht demnach eine gänzlich andere Zielgruppe (in einem anderen Preissegment) als der geplante Golfplatz am Nürburgring an. Eine Konkurrenzsituation wird vom Betreiber nicht befürchtet. Vielmehr wird erwartet, dass die Attraktivität des Golfresorts gesteigert wird, da den Gästen ein weiterer Platz als Spieloption angeboten werden kann. Damit erscheint einerseits die Aufenthaltsdauer verlängerbar. Andererseits wird auch die Ansprache von stärker auf Golfspielen reflektierenden Kunden als möglich erachtet, denen bislang die Auswahl an bespielbaren Plätzen im Umfeld von Cochem nicht ausreichend war.

Das Resort in Cochem wurde nicht nur im Hinblick auf mögliche Auswirkungen eines zusätzlichen Angebotes am Nürburgring analysiert. Gleichzeitig wurde – mit dem gleichen Blickwinkel wie bei der Analyse der Referenzprojekte (vgl. 4.2) – den Auswirkungen auf den Bestand der ähnlich gelagerten Hotellerie in der Standortgemeinde nachgegangen. Über das Beherbergungsangebot des Ferien- und Golfresort hinaus gibt es in Cochem drei Hotels im 4-Sterne-Segment:

1) Moselromantikhotel Keßler-Meyer (4-Sterne-Superior)
2) Hotel Brixiade (4-Sterne)
3) Hotel Triton (4-Sterne)

Die vor 15 Jahren eröffneten **Hotels Brixiade und Triton** gehören zur Gruppe der Moselstern-Hotels. Golfer bzw. Golftouristen gehören nicht zur Hauptzielgruppe der Hotels. Statt einer negativen Beeinflussung durch das Golfresort nimmt die Geschäftsführung wahr, dass seit der Eröffnung des Resorts deutlich mehr Gäste aus den Niederlanden nach Cochem kommen. Bedingt durch die unterschiedliche Gästestruktur stelle das Resort aber nach eigener Aussage keine Konkurrenz für die eigenen Hotelbetriebe dar.

Das **4-Sterne Superior Moselromantikhotel Keßler-Meyer** wurde im Jahr 1978 eröffnet und verfügt über 100 Betten in 48 Zimmern sowie zwei Suiten. Mit einem Wellness-& Beautybereich sowie einem hochwertigen Restaurant spricht das Hotel vorrangig Wellnessurlauber an. Nach Angabe der Geschäftsführung sind 10 % der Hotelgäste Golftouristen, die das Angebot des Golfplatzes in Cochem-Ediger-Eller nutzen. Hauptsächlich stammen die Gäste aus Deutschland; 20 % sind Niederländer, die seit der Eröffnung des Golfresort vermehrt nach Cochem reisen. Weiterhin habe sich die Gästestruktur in Cochem seit der Eröffnung des Ferien- und Golfresort Cochem hin zu einem höheren Preissegment verschoben, wovon das betreffende Moselromantikhotel durchaus profitieren kann. Das Moselromantikhotel Keßler-Meyer ist ein positives Beispiel für eine gelungene Kooperation zwischen Golfplatz und einem Hotel im High-End-Segment. Der Golfplatz wird als zusätzliches Angebot betrachtet und im Rahmen von drei Golfpauschalen durch spezielle Leistungen wie Vergünstigung der Greenfee, Schnupperkurse etc. in die Angebotsgestaltung des Hotels integriert. Nach Angabe der Geschäftsführung nehmen ca. 50 % der golf-affinen Gäste die Golf-Pauschalen in Anspruch. Auch der geplante Golfclub am Nürburgring wird als positiver Impuls für die touristische Entwicklung der Region betrachtet.

4.1.2 Bestands- und Detailanalyse der 4 bis 5-Sterne Hotels im Untersuchungsgebiet

Golfer bzw. Golftouristen lassen sich durch typische Merkmale charakterisieren: Hinsichtlich der Altersstruktur ist der Anteil der jüngeren Altersgruppen eher unterrepräsentiert. Die aktivierbare Bandbreite der Golfer liegt zwischen 40 und 60 Jahren. Der Großteil der Golfer ist verheiratet bzw. lebt mit einem festen Partner zusammen und verfügt über eine sehr gute Schulbildung (Hoch- oder Fachhochschulreife).

Darüber hinaus verfügen Golfer über ein weit überdurchschnittliches Haushaltsnettoeinkommen. Mehr als die Hälfte der Clubgolfer und VcG-Mitglieder erreicht ein Haushaltsnettoeinkommen von über 2.500 € (Gesamtbevölkerung:23,4 %).

Grundsätzlich erwarten Golftouristen eine überdurchschnittliche Qualität aller Komponenten ihres golforientierten Urlaubs: Spielmöglichkeiten, Freizeit- und Kulturangebote sowie Unterkunft. Bei Betrachtung der Unterkunft während golfbezogener Urlaubsreisen fällt der Bedeutungszuwachs von Resorts bzw. Hotels auf Golfanlagen sowie Appartements/Ferienwohnungen auf.

Hotels, die sich nicht in der unmittelbaren Nähe von Golfanlagen befinden sowie Privatunterkünfte verlieren zunehmend an Bedeutung. Urlauber, bei denen Golf den Hauptreiseanlass darstellt, legen großen Wert auf den Hotelstandard sowie auf einen Standort auf dem Golfgelände. Golf ist also ein Thema für die hochwertige Hotellerie (vgl. GTC Golf & Tourism Consulting GbR 2005, S. 51ff.).

Zur Identifizierung von Beherbergungsbetrieben im Untersuchungsraum, die von der Realisierung des zusätzlichen Beherbergungsangebotes möglicherweise betroffen sind, wurden im Rahmen einer ausführlichen Desktop-Recherche alle im Untersuchungsraum angesiedelten 4-5-Sterne-Betriebe erfasst und hinsichtlich der o.g. Kriterien: Lage und Untersuchungsraum, Angebots- und Preisstruktur, Zielgruppenorientierung und Quellmärkte analysiert und bewertet.

Nach Angaben des Deutschen Hotel- und Gaststättenverbandes sowie der Rheinland-Pfalz Tourismus GmbH gibt es im Untersuchungsgebiet zum Zeitpunkt der Erhebung 39 Betriebe im 4-Sterne-Bereich und lediglich zwei Hotelbetriebe im 5-Sterne-Segment. Gemessen an der Gesamtzahl der klassifizierten Betriebe entspricht dies einem Anteil von rund 19 % im 4-Sterne-Segment, was weit unter dem landes- und bundesweiten Schnitt von ca. 30 % liegt. Im 5-Sterne–

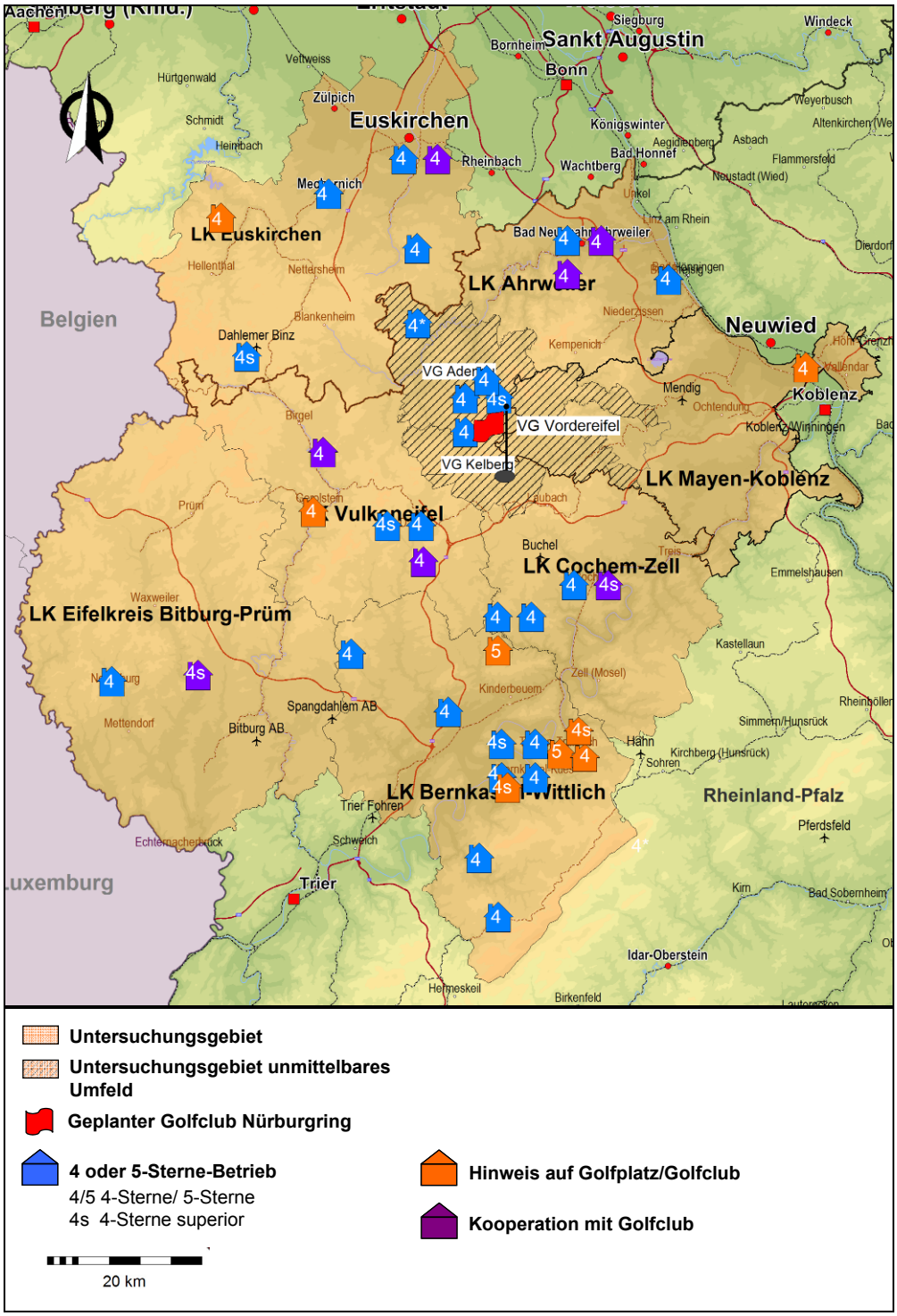
Segment gibt es in Rheinland-Pfalz gemäß DEHOGA-Statistik lediglich zwei Hotels, die beide im Untersuchungsraum Eifel liegen. Mit einem Anteil der 5-Sterne-Hotels von 0,9 % an allen zertifizierten Betrieben liegt die Region aber unter dem Bundesschnitt von 2 %. Insgesamt ist die Region mit Beherbergungskapazitäten im High-End-Segment eher schwach aufgestellt. Dies bestätigt auch der Leiter der Touristinformation Bitburger & Speicher Land. Dies gilt auch für die Region um Bad Münstereifel (Landkreis Euskirchen): fünf 4-Sterne-Hotels und ein 4-Sterne-Superior-Hotel.

Aufgrund der benötigten Fläche und des hohen Investitionsvolumens ist für ein Hotel ein eigener Golfplatz nur unter bestimmten Rahmenbedingungen realisierbar. Wollen bestehende Hotels ihren Gästen aber dennoch Golfangebote unterbreiten, besteht die Möglichkeit der Kooperation mit Golfanlagen im Ort oder der Region. Grundsätzlich werden folgende vier Kooperationsformen unterschieden:

- **Geringer Kooperationsgrad:** Hier wird der Gast in den Werbemedien des Hotels lediglich darüber informiert, dass es in der Nachbarschaft bzw. Region auch einen Golfplatz gibt.
- **Mittlerer Kooperationsgrad**: In diesem Fall liegt eine lockere Kooperation vor, die sich lediglich auf eine pauschale Greenfee-Ermäßigung bezieht.
- **Hoher Kooperationsgrad:** Das Hotel ist Partnerhotel. Der Hotelier erhält aufgrund vertraglicher Vereinbarungen Vorzugskonditionen für den Erwerb von Golfleistungen (Greenfee, Kurse, E-Cart-Mieten etc.). Das Hotel ist am wirtschaftlichen Risiko der Golfanlage nicht beteiligt. Die Kooperation beinhaltet i.d.R. weitere Maßnahmen, wie z.B. die gemeinsame Erstellung von Golfangeboten (z.B. Pauschalen), Buchung der Golfleistung über das Hotel, Bezahlung der Golfleistung bei der Hotelbuchung, Reservierung von Startzeiten etc.
- **Intensive Kooperation:** Hotels können Gründerhotels werden. Sie leisten einen Finanzierungsanteil für die Realisierung einer neuen Golfanlage, halten eine Beteiligung an der Golfanlage und tragen somit einen Teil des wirtschaftlichen Risikos der Golfanlage. Als Gegenwert erhält das Hotel beispielsweise deutlich vergünstigte Greenfee-Kontingente, die an die Hotelgäste weiterverkauft bzw. in Pauschalen eingebunden werden. Das Risiko der Abverkaufs liegt beim Hotel (vgl. GTC Golf & Tourism Consulting GbR 2005, S. 137f.).

Innerhalb des Untersuchungsgebietes kooperieren insgesamt 18 der ermittelten 4-5-Sterne-Hotels mit einem oder mehreren benachbarten Golfclubs oder sprechen Golfer zumindest über ihre Internetseite an. (vgl. Abb. 19). Die Kooperationen gestalten sich hier vorrangig durch: Greenfee-Ermäßigung, Pauschalangebote, Reservierung von Startzeiten oder die Buchung von Golfleistungen über das Hotel

Abb. 19: Übersicht der 4-5-Sterne-Hotels im Untersuchungsgebiet



Quelle: Eigene Darstellung 2009

Anhand der Kriterien ***Entfernung zum geplanten Standort Welcherath*** und ***Kooperationsgrad mit einem Golfplatz*** wurden die direkten Mitbewerber im Beherbergungssegment für den geplanten Golfclub am Nürburgring unter den 4-5-Sterne-Betrieben identifiziert. In einem Radius von 30 km vom geplanten Standort Welcherath handelt es sich dabei um folgende drei Hotels:

1) **Landidyll & Wohlfühlhotel Michels:** Im familiär geführten 4-Sterne Landhotel in Schalkenmehren werden insgesamt 94 Betten vorgehalten. Als Wohlfühlhotel richtet sich das Marketing des Hotels in erster Linie an Wellnessgäste und Aktivurlauber (Wandern, Radfahren, Nordic-Walking etc.). Im Bereich Sport kooperiert das Landidyll & Wohlfühlhotel Michels mit dem Golfclub Eifel in Hillesheim. Hotelgäste erhalten eine Greenfee-Ermäßigung von 10 €. Mit Zimmerpreisen ab 55 € ist das Hotel eher der mittleren Preiskategorie zuzuordnen. Eine Zielgruppenüberscheidung mit dem geplanten Golfclub am Nürburgring ist demnach nicht zu erwarten.

2) **Hotel Augustiner Kloster:** Das Hotel Augustinerkloster in Hillesheim bietet 142 Betten in rund 60 komfortabel ausgestatten Zimmern. Die Marketingansprache des Hotels richtet sich in erster Linie an Kurzurlauber, insbesondere an Wellnessgäste. Mit Zimmerpreisen ab 130 € (Doppelzimmer) ist das Hotel Augustiner Kloster dem gehobenen Preissegment zuzuordnen. In weniger als 2 km Entfernung vom Hotel liegt der Golfplatz Eifel. Das Hotel bietet seinen Gästen Greenfee-Ermäßigung und integriert das Angebot des Golfplatzes in Pauschalarrangements. Aufgrund dieser Kooperation, der Nähe des Hotels zum Golfplatz Eifel und des exklusiven Ambientes des Hotels ist von einem mittleren Konkurrenzgrad zum geplanten Golfclub am Nürburgring auszugehen.

3) **Ringhotel Calluna GmbH & Co. KG:** Das 4-Sterne Hotel in Gerolstein verfügt über 118 Betten. Hauptzielgruppen des Hotels sind Kurzurlauber (insbesondere Aktivurlauber) und Tagungsgäste. Golfurlauber machen nach Angaben der Geschäftsführung rund 10 % aus. Über gemeinsame Arrangements mit den Golfplätzen Eifel und Lietzendorf spricht das Hotel gezielt Golfer an. Neben der Buchung von Golfleistungen über das Hotel übernimmt das Hotel auch die Reservierung von Startzeiten für die Golftouristen. Der Kooperationsgrad kann demnach als relativ hoch eingestuft werden. Nach Aussage der Geschäftsführung stammen die Golftouristen des Hotels hauptsächlich aus den Quellmärkten Belgien und Niederlande. Die Abhängigkeit zu den nahe ge-

legenen Golfplätzen wird seitens des Hotels als hoch eingeschätzt, da die Gäste gezielt wegen der Golfplätze anreisen. Obwohl die Geschäftsführung von einer Verschärfung der Konkurrenz durch den geplanten Golfclubs ausgeht, ist das Risiko der Verringerung der Golftouristen aus Expertensicht als gering einzuschätzen. Die Golftouristen des Hotels reisen hauptsächlich wegen der Golfplätze an, die in einem Radius bis 20 Kilometer Entfernung liegen. Der Zusatznutzen der Golfpauschale ist also in erster Linie die Möglichkeit verschiedene Golfplätze aufzusuchen. In einer Entfernung von zehn bis 20 Kilometern vom geplanten Golfclub am Nürburgring findet sich zum Untersuchungszeitpunkt kein weiterer Golfplatz. Der Konkurrenzgrad ist demnach relativ gering einzustufen.

Neben den o.g. potentiell als Wettbewerbern identifizierten Betrieben existieren im Gebiet der Verbandsgemeinden Adenau, Kelberg und Vordereifel nur in der Verbandsgemeinde Adenau Betriebe im 4-Sterne-Bereich. Diese kooperieren allerdings nicht mit Golfplätzen und sprechen Golftouristen auch nicht explizit an. Im Einzelnen handelt es sich um folgende Betriebe

1) **Lindner Kongress & Motorsporthotel Nürburgring**: Das im Jahr 2009 eröffnete 4-Sterne-Superior-Hotel verfügt über 154 komfortable Zimmer. Mit Wellnessbereich, Casino und Tagungsräumen spricht das Hotel eine gehobene Klientel an. Eine explizite Zielgruppenansprache, die sich an golf-interessierte Kurzurlauber richtet, ist in der Außendarstellung des Betriebes nicht erkennbar. Zum Untersuchungszeitpunkt gibt es in der unmittelbaren Nähe des Hotels keinen Golfplatz. Aufgrund des gehobenen Preissegmentes und der exklusiven Ausstattung des Hotels sind Kopplungsaktivitäten mit dem geplanten Golfclub am Nürburgring aus gutachterlicher Sicht denkbar.
2) **Dorint-Hotel am Nürburgring**: Das 4-Sterne-Hotel direkt an der Rennstrecke des Nürburgrings bietet insgesamt 414 Betten. In seinem Marketing richtet sich Hotel in erster Linie an Motorsport-Interessierte und Geschäftsreisende, aber auch an Urlaubsgäste. Unter anderen wird mit sportlichen Aktivitäten wie Wandern und Radfahren in der Eifel oder Nordic-Walking geworben. Eine explizite Ansprache von Golfern bzw. Golftouristen ist auch hier nicht erkennbar. Vergleichbar mit dem Lindner Kongress & Motorsporthotel sind auch hier Kopplungsaktivitäten mit dem Golfclub am Nürburgring denkbar.
3) **Landhaus Sonnenhof GmbH**: Das traditionell geführte 4-Sterne-Hotel in Adenau hält insgesamt 72 Betten vor. Hauptzielgruppe des Hotels sind mit 80 % Besucher des Nürburgrings und des Fahrsicherheitszentrums. Bei den restlichen 20 % handelt es sich um Urlaubsgäste. Aufgrund der großen Ent-

fernung zu den Golfplätzen der Region spielt nach Angaben der Geschäftsführung der Golftourismus zum Untersuchungszeitpunkt keine Rolle für das Hotel.

4) **Hotel Kastenholz**: Das 4-Sterne-Hotel Kastenholz in Wershofen verfügt über 80 Betten. Die Hauptzielgruppen sind Aktivurlauber, Tagungsgäste und Besucher des Nürburgrings. Nach Angaben der Geschäftsführung machen Golftouristen einen zu vernachlässigenden Anteil an den Übernachtungsgästen aus. Diese nutzen in erster Linie die Golfplätze in Hillesheim und Bad Münstereifel. Eine Kooperation mit diesen Golfplätzen besteht aber nicht. Der Großteil der Gäste stammt aus Deutschland, insbesondere aus Köln und Düsseldorf sowie aus dem benachbarten Ausland (Belgien und Luxemburg). Internationale Gäste reisen überwiegend zu Rennsportveranstaltungen am Nürburgring.

In der Tourismusbranche wird häufig vergessen, dass in erster Linie ein Wettbewerb zwischen den unterschiedlichen Destinationen und nicht zwischen den einzelnen tourismusabhängigen Unternehmen besteht. Grundsätzlich sind alle Attraktionspunkte einer touristischen Destination Netzprodukte. Durch die Kombination verschiedener Dienstleistungen und Erlebnismöglichkeiten bestehen angebotsseitige Netzeffekte (Economies of Scope sowie Economies of Density). Langfristig kann eine Destination nur dann wettbewerbsfähig sein, wenn die unterschiedlichen Leistungsträger gemeinsam im Stande sind, den jeweiligen Gästen maßgeschneiderte und einzigartige Problemlösungen zu bieten. Nur dann wird der Gast sich bei seiner nächsten Destinationswahl wieder für dieses Urlaubsziel entscheiden. Dies erfordert die Kooperation der Leistungserbringer und der Akteure untereinander (vgl. Pablo, Fischer, Hankova 2006, S. 15). Miteinander kooperierende Unternehmen können durch Synergieeffekte mehr erreichen als Einzelkämpfer (vgl. Schönhuber 1999, S. 6).

Es ist bekannt, dass die Golftouristen nicht nur an einem Golfplatz spielen, sondern auch andere Golfplätze in der Region aufsuchen. Aufgrund dessen ist mit Synergie-Effekten in der Region zu rechnen. Das Beispiel des Moselromantikhotels Keßler-Meier in Cochem zeigt, dass ein Golfplatz, auch wenn dieser eigene Übernachtungsangebote vorhält, von den Mitbewerbern als attraktives Angebot der Region in die Angebotsgestaltung erfolgreich integriert werden kann. Insbesondere die im unmittelbaren Umfeld des geplanten Golfclubs liegenden 4-Sterne-Häuser in der Verbandsgemeinde Adenau können durch geeignete Marketingmaßnahmen und Kooperationen Synergien nutzen. Nach Angaben des In-

vestors soll das exklusive Golfresort auch als Präsentationsfläche für Firmen und deren Produkte genutzt werden.

In Tab. 3 sind die potenziellen Mitbewerber im Beherbergungssegment für den Golfclub Nürburgring aufgeführt und der aktuelle Kooperationsgrad mit Gold-Einrichtungen sowie der sich aus der Analyse und den Einschätzungen der Betriebsinhaber ergebenden Konkurrenzgrad zum geplanten Golfclub dargestellt.

Tab. 3: Konkurrenzgrad der 4-5-Sterne Hotels im Untersuchungsgebiet (<30 km vom geplanten Golfclub Nürburgring)

Hotel (4 bis 5*)	Kapazität Betten	Zielgruppen/ Angebote	Entfernung von Welcherath	Kooperationsgrad	Konkurrenzgrad
Landidyll & Wohlfühlhotel Michels	94	Wellness, Familien, Golfer	27,5 km	mittlerer Kooperationsgrad: Greenfee-Ermäßigung	gering
Hotel Augustiner Kloster	114	Wellness, Tagungen, Golfer	28,0 km	mittlerer Kooperationsgrad: Greenfee-Ermäßigung	mittel
Ringhotel Calluna GmbH & Co. KG	118	Aktivurlauber, Kurzurlauber, Tagungen, Golfer	30,4 km	hoher Kooperationsgrad: Pauschalangebote, Buchung von Golfleistungen und Reservierung von Startzeiten	gering
Dorinthotel am Nürburgring	414	Business, Motorsport	3,0 km	keine Ansprache der Golftouristen	gering
Lindner Kongress & Motorsporthotel Nürburgring	154	Business, Motorsport, Wellness, Familien (FP)	3,4 km	keine Ansprache der Golftouristen	gering
Hotel Kastenholz	80	Tagung, Wellness, Aktivurlauber	27,0 km	keine Ansprache der Golftouristen	gering
Landhaus Sonnenhof GmbH	72	Aktivurlauber, Motorsport, Wellness	12,2 km	keine Ansprache der Golftouristen	gering

Quelle: Eigene Darstellung 2009

Weitere, im Untersuchungsgebiet (z. B. in der Stadt Daun) liegende Hotels des 4-Sterne-Segmentes ohne Bezug zu Golftourismus wurden aufgrund der von den Ansprechpartnern in den Hotels der drei Verbandsgemeinde als wenig bedrohlich eingestuften Situation nicht intensiver in den Untersuchungsfokus genommen.

In den unmittelbar an den geplanten Golfplatz Nürburgring angrenzenden Verbandsgemeinden Adenau, Kelberg und Vordereifel befindet sich zum Untersuchungszeitpunkt kein weiterer Golfplatz, so dass das Thema Golf bzw. Golftourismus aktuell keine Rolle in der touristischen Vermarktung spielt. Nach Angabe der Touristinformationen gibt es nur wenige Beherbergungsbetriebe, die Golftouristen beherbergen, da golf-affine Gäste auf entfernt liegende Plätze ausweichen müssen. Insgesamt wird von den Verantwortlichen der lokalen Tourismusorganisationen der geplante Golfclub eher als Bereicherung für die Verbandsgemeinden und die Region betrachtet. Der Konkurrenzgrad für die Beherbergungsbetriebe in den drei Verbandsgemeinden wird aufgrund der vorhandenen Beherbergungsstrukturen (hauptsächlich kleinere, private Betriebe, kein Betrieb sterneklassifiziert) in den Verbandsgemeinden Kelberg und Vordereifel gering eingeschätzt, da mit dem geplanten qualitativ hochwertigen Beherbergungsangebot des Golfclubs Nürburgring ganz andere Zielgruppen angesprochen werden. Lediglich die in der Verbandsgemeinde Adenau angesiedelten Hotels im 4-Sterne-Bereich sprechen das High-End-Segment an und könnten somit als potenzielle Mitbewerber angeführt werden. Nach Aussage der Verbandsgemeinde Adenau stellt der geplante Golfplatz aber eher eine Chance dar, eine neue Gästeklientel zu erschließen. Durch die Ansiedlung des geplanten Golfclubs in Welcherath wird also für die drei Verbandsgemeinden kein merklicher Verdrängungswettbewerb mit einer Umverteilung der touristischen Nachfrage im Tourismussegment Golf erwartet.

Zusammenfassung: Mitbewerberanalyse

Im gesamten Untersuchungsgebiet verfügen lediglich zwei Golfplätze über Beherbergungskapazitäten direkt auf oder in unmittelbarer Nähe des Golfplatzes: Ferien- und Golfresort Cochem GmbH und Golfresort Bitburger Land. Aufgrund der geringen Zielgruppenüberschneidung sowie der großen räumlichen Entfernung zum geplanten Golfclub am Nürburgring wird der Konkurrenzgrad zum geplanten Golfclub aber gering eingeschätzt. Bezüglich des Bettenangebots des Golfclubs am Nürburgring wird das 5-Sterne-Niveau angestrebt. Hauptzielgruppe des geplanten Golfclubs sind somit Golfspieler und Geschäftskunden mit sehr gehobenen und exklusiven Erwartungen. Im gesamten Untersuchungsgebiet gibt es nur wenige adäquate Hotelbetriebe, die dieses High-End-Segment bedienen können. Auch für die betreffenden Betriebe im unmittelbaren Umfeld des geplanten Golfclubs in der Verbandsgemeinde Adenau stellt der Golfclub am Nürburgring weniger ein Risiko als eine Chance zur Nutzung der Synergieeffekte dar.

4.2 Referenzprojekte

Zur weiteren Absicherung der gutachterlichen Bewertung wurden zusätzlich bei größeren Golfresorts in der Bundesrepublik die Auswirkungen im Umfeld beleuchtet. Dabei wurden bewusst Projekte einbezogen, in denen die Übernachtungskapazitäten deutlich über denjenigen des zu begutachtenden Objektes liegen.

Es wurden drei Golfresorts als Referenz ausgewählt:

1) Land Fleesensee in der Gemeinde Göhren-Lebbin (Landkreis Müritz in Mecklenburg-Vorpommern),
2) Scharmützelsee in der Gemeinde Bad Saarow (Landkreis Oder-Spree in Brandenburg) und
3) Hartl Golfresort in der Gemeinde Bad Griesbach (Landkreis Passau in Bayern).

Um auszuschließen, dass mögliche negative Auswirkungen des Golfclubs am Nürburgring unterschätzt werden, wurden die Referenzprojekte so ausgewählt, dass in allen drei Fällen sowohl die Zahl der Golfplätze als auch die im Zuge des Golfplatzbaus entstandenen Übernachtungseinrichtungen deutlich umfangreicher angelegt sind als bei dem zu begutachtenden Projekt. Die Darstellung der Entwicklung im Umfeld dieser Golfresorts nach der Eröffnung derselben soll die Hypothese von negativen Auswirkungen auf das Umfeld überprüfen.

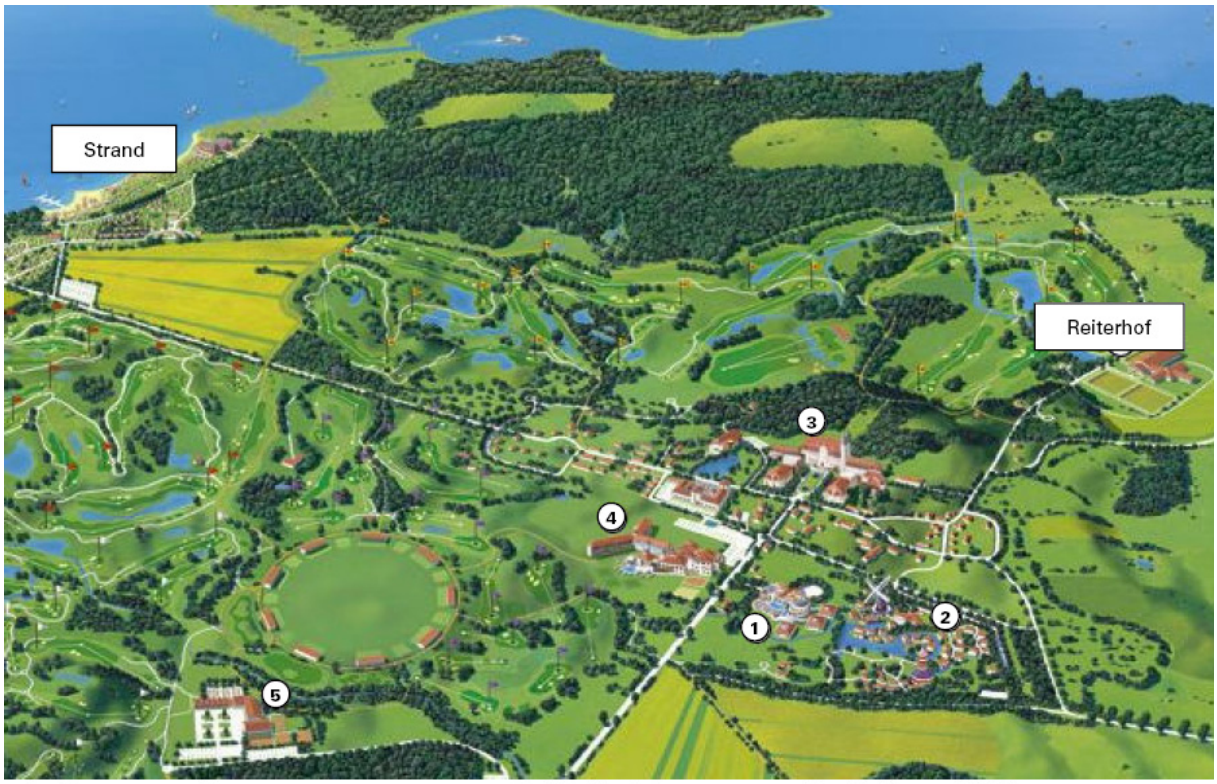
Für einen Vergleich werden die Entwicklungen (der untersuchten Landkreise - Gemeinden) einige (soweit vorhanden) Jahre vor und nach der Eröffnung des jeweiligen Resorts analysiert.

Die beiden untersuchten Golfresorts Fleesensee und Bad Griesbach wurden als die beiden golffreundlichsten Urlaubsdestinationen in Deutschland ausgezeichnet (vgl. Deutscher Golf Verband e.V. 2006, S. 10). Damit ist davon auszugehen, dass mögliche Konkurrenzeffekte auf die umliegenden Gemeinden dort besonders klar hervor treten würden.

Golfresort Fleesensee

Das Golfresort „Land Fleesensee“ ging im Jahr 2000 in Betrieb. Es liegt in der strukturschwachen Müritz-Region und stellt damit eine potenzielle Konkurrenz für die kleinteiligen lokalen Beherbergungsbetriebe dar. Auch beim Land Fleesensee wurden im Vorfeld erhebliche negative Auswirkungen auf kleinere Übernachtungsbetriebe befürchtet. Zusammen verfügen die drei Übernachtungseinrichtungen Dorfhotel Fleesensee, Robinson Club Fleesensee und Radisson SAS Resort Schloss Fleesensee (vgl. Abb. 20) nach Angaben des örtlichen Tourismusamtes aktuell über ca. 2.200 Betten. Die Übernachtungseinrichtungen befinden sich direkt neben der Golfanlage und verzeichneten im Jahr 2007 insgesamt 320 Tsd. Gästeübernachtungen (2006: 315 Tsd.). Die durchschnittliche Hotelauslastung stieg gegenüber dem Vorjahr von 65,4 % auf 66,1 % (vgl. AHGZ-Online 2009, o. S.).

Abb. 20: „Land Fleesensee“



1 - Fleesensee Spa 2 - Dorfhotel 3 - Radisson SAS
5 - Golf & Country Club 4 - Robinson Club

Quelle: Land Fleesensee 2009, o.S.

Seit der Eröffnung von Land Fleesensee ist die Zahl der gewerblichen Betriebe mit mehr als 8 Betten im Landkreis Müritz kontinuierlich angestiegen. Dementsprechend sind auch zusätzlich zum Land Fleesensee in den letzten Jahren neue Bettenkapazitäten entstanden, deren Auslastung sich ebenfalls positiv entwickelte. Ein weiteres positives Merkmal ist, dass die Gästeankünfte und die Übernachtungen seit dem Jahr 2000 kontinuierlich gestiegen sind. Sogar im Jahr 2001, in dem weltweit Einbrüche im Tourismus zu verzeichnen waren, ist diese Entwicklung stabil geblieben (vgl. Tab. 4).

Tab. 4: Indikatoren der Tourismusentwicklung im Landkreis Müritz vor und nach der Eröffnung von Land Fleesensee (1997-2003)

	Jahr	Betriebe	Betten	Ankünfte	Übernachtungen	Auslastung (%)
Vor der Eröffnung des Golfresorts	1997	88	4667	146786	437031	29,4
	1998	92	5260	164634	544729	30,7
	1999	108	6042	192174	651587	32,1
Nach der Eröffnung des Golfresorts	2000	133	8660	311236	1108967	41,3
	2001	147	9604	343064	1294184	40,5
	2002	156	9765	347448	1325216	40,8
	2003	157	9848	367327	1402184	42,5

Quelle: Statistisches Landesamt Mecklenburg-Vorpommern 2009, o.S.

Entgegen den Befürchtungen hat sich die Gesamtattraktivität der Müritz-Region durch den Magneten Land Fleesensee merklich gesteigert. Die Zunahmen der Übernachtungszahlen seit der Eröffnung liegen deutlich über den Übernachtungen im Resort selbst, d. h. kleinere privatwirtschaftliche Akteure, die von dem Aufschwung in der Region profitieren wollten und dementsprechend marktfähige Angebote erstellt haben, führten zu einem insgesamt klar ausgeprägten Wachstumskurs in der Region, deren Bekanntheit durch das Leitprojekt deutlich gesteigert werden konnte. Da die Gäste des Resorts auch Ausflüge in die Region unternehmen und dort Ausgaben tätigen, ergeben sich auch dadurch weitere positive Effekte (vgl. Lampe 2005).

Golfresort Scharmützelsee

Das Golfresort Scharmützelsee im Bad Sarrow stellt die erste und einzige 5-Sterne-Superior-Golfanlage im deutschsprachigen Raum dar. Das Resort wurde 2008 und 2009 als Germany’s Leading Golf Resort (World Travel Awards) ausgezeichnet. Es verfügt über insgesamt 63 Loch und stellt damit ein deutlich stärkeres Angebot als der Golfclub am Nürburgring dar. Mit dem Scharmützelsee liegt das neu gebaute Resort ebenfalls in einer traditionellen Ferienregion mit einer Vielzahl kleinerer Anbieter.

Dem Golfresort Scharmützelsee ist das Sport & SPA Resort A-ROSA Scharmützelsee mit 224 Zimmern bzw. rund 450 Betten angegliedert. Das Hotel ist im Jahr 1997 und das Golfresort im Jahr 2002 eröffnet worden.

Abb. 21: Golfresort Scharmützelsee

Quelle: resort.a-rosa.de 2009, o.S.

Da die touristischen Kenndaten für den Landkreis Oder-Spree nach Auskunft des Statistischen Landesamtes Brandenburg (wg. der Kreisgebietsreform) erst ab 1997 verfügbar sind, kann die Vorher-Situation in diesem Fall nicht genau abgebildet werden. Gleichwohl zeigt sich, dass in den Jahren der Eröffnung des Hotels und auch nach Inbetriebnahme der Golfplätze (zur Stärkung der Auslastung des Hotels) sowohl die Zahl der gewerblichen Übernachtungsbetriebe als auch

die Bettenkapazitäten im Landkreis Oder-Spree leicht zunehmende Tendenzen aufweisen. Beachtenswert ist, dass die Übernachtungszahlen deutlich nach oben weisen und damit auch hier, wenn auch einige wenige Betriebe aufgegeben haben, eine klare positive Entwicklung der Destination zu konstatieren ist. Die Zunahme der Übernachtungszahlen in den letzten Jahren ist insgesamt deutlich höher als die rechnerische Kapazität des Sport & SPA Resort A-ROSA Scharmützelsee, so dass auch hier von diesem Leuchtturmprojekt eine positive Ausstrahlung für die Region ausging.

Tab. 5: Indikatoren der Tourismusentwicklung für den Landeskreis Oder-Spree (1997-2004)

Jahr	Betriebe	Betten	Ankünfte	Übernachtungen	Auslastung (%)
1997	121	7.250	217.349	753.777	33,3
1998	123	7.316	207.708	699.105	30,5
1999	126	7.461	216.083	690.390	29,5
2000	133	7.803	226.198	712.799	29,2
2001	141	8.402	231.438	750.276	29,1
2002	139	8.680	243.023	799.501	29,1
2003	138	8.861	254.095	824.037	30,1
2004	137	8.749	275.130	871.411	31,4

Quelle: Landesbetrieb für Datenverarbeitung und Statistik Brandenburg 2009, o.S.

Besonders deutlich sind die positiven Ausstrahlungseffekte direkt in der Gemeinde Bad Saarow selbst. Dort im unmittelbaren Umfeld des Golfresorts sind in den Jahren nach Eröffnung von Hotel/Golfplatz weitere zusätzliche Kapazitäten geschaffen worden und haben sich die Übernachtungszahlen überproportional positiv entwickelt (vgl. Tab. 6).

Tab. 6: Indikatoren der Tourismusentwicklung für die Gemeinde Bad Saarow (1997-2004)

	Jahr	Betriebe	Betten	Ankünfte	Übernachtungen	Auslastung (%)
Vor der Eröffnung der Golfplatz	1997	12	600	30.128	75.573	33,1
	1998	11	672	35.554	87.980	34,0
	1999	15	1.186	48.012	121.698	31,4
	2000	15	1.259	50.910	130.160	31,2
	2001	16	1.135	50.718	141.701	33,0
	2002	14	1.027	47.189	136.346	33,9
Nach der Eröffnung der Golfplatz	2003	17	989	62.216	171.954	40,6
	2004	17	1.428	70.471	204.855	43,6

Quelle: Landesbetrieb für Datenverarbeitung und Statistik Brandenburg 2009, o.S.

Golfresort Hartl Bad Griesbach

Die Eröffnung des Golfresorts in Bad Grießbach mit insgesamt drei 18-Loch-Golf-Plätzen, zwei 9-Loch-Par-3-Plätzen und dem Golfodrom fand im Jahr 1991 statt. Allerdings sind die Kapazitäten des Hartl-Hotels, die zum Golfresort gehören, nach Angaben des zuständigen Fremdenverkehrsamtes in Bad Griesbach, seit 1972 vor allem durch das Angebot im Thermaltourismus auch stetig gewachsen. Zurzeit gibt es drei sog. Golf-Hotels mit ca. 800 Betten, die wie das Golf-Resort auch zum Hartl Resort gehören.

Die nachfolgende Tabelle zeigt wiederum, dass ein Golf-Resort einen Beitrag zur Aufwertung bestehender Tourismusorte liefert. Dies führt zu einer höheren Auslastung trotz weniger Betriebe bzw. angebotener Betten. Nach Aussage des Fremdenverkehrsamtes in Bad Griesbach nächtigen die Golfer nicht nur in den großen Hotels, sondern auch in den über 40 qualifizierten Privatpensionen oder Gutshöfen am oder in der Nähe des Golfplatzes. Dies zeigt, dass die Pensionen, die direkt an der Golfanlage liegen, beliebt bei den Golftouristen sind. So gibt es innerhalb der Golfanlage in Bad Griesbach vier Gutshöfe, die vorwiegend saisonal geöffnet sind, wie z. B. das Gutshof Penning, das wegen der kontinuierlich wachsenden Nachfrage im Jahr 2005 eröffnet hat.

Tab. 7: Indikatoren der Tourismusentwicklung die Gemeinde Bad Griesbach (1986-1995)

	Jahr	Betriebe	Betten	Ankünfte	Übernachtungen	Auslastung (%)
Vor der Eröffnung des Golfessorts	1986	40	3 005	55 014	581 257	53,8
	1987	41	3 248	69 071	743 521	63,2
	1988	44	3 334	72 520	830 638	67
	1989	46	3 758	81 586	872 300	63,4
	1990	53	3 836	88 140	925 640	65,4
Nach der Eröffnung des Golfresorts	1991	56	4 782	106 895	1 166 004	69,4
	1992	55	4 471	117 548	1 223 729	73,7
	1993	54	4 881	121 956	1 221 295	68,6
	1994	56	4 797	118 195	1 156 876	66,7
	1995	59	4 681	140 644	1 093 626	63,9

Quelle: Statistikdaten GENESIS Bayern 2009, o. S.

Zusammenfassung: Analyse der Referenzprojekte

Insgesamt haben sich bei den betrachteten Referenzprojekten, die so ausgewählt waren, dass eine möglichst ausgeprägte Konkurrenzkonstellation zum bestehenden Übernachtungsgewerbe anzunehmen war, keine Anzeichen dafür gefunden, dass marktfähige Betriebe wegen des zusätzlichen Mitbewerbers aus dem Markt ausgeschieden sind.

Vielmehr war in allen drei Fällen zu konstatieren, dass die Attraktivität der Destination insgesamt merklich zugenommen hat und in der Folge von Investitionen in Golfresorts weitere kleinere und größere Hotelprojekte realisiert wurden.

Da Golfresorts eine spezifische Klientel ansprechen, die ansonsten die Destination nicht aufsuchen würden, werden zusätzliche Besucher in die Golfdestinationen gezogen. Merkliche Konkurrenzkonstellationen konnten weder aus den statistischen Kenndaten noch aus Gesprächen mit den Verantwortlichen der lokalen Tourismusorganisationen abgeleitet werden.

Bei allen drei Referenzprojekten bzw. Golfresorts handelt es sich um – trotz ihrer Größe, die diejenige des zu begutachtenden Objektes bei weitem übersteigt – um Beispiele von Investitionen, von denen die Anliegergemeinden profitieren konnten.

Alle drei Anliegergemeinden der Referenzprojekte verzeichnen (oftmals auch gegen den Trend) zunehmende Übernachtungszahlen. Damit ist festzuhalten, dass Golfresorts einen merklichen Beitrag dazu leisten können, die Attraktivität einer Destination zu steigern. Zu ihrer Funktion als Leuchttürme gehört auch, dass ein positiver Imagetransfer auch auf andere Segmente abstrahlt.

5 Gutachtliche Bewertung - Zusammenfassung

Das Vorhaben Golfclub am Nürburgring ist nach Auffassung der Gutachter dazu geeignet, der stagnierenden bzw. gebietsweise rückläufigen touristischen Nachfrage im Untersuchungsgebiet neue Impulse zu geben. Damit kann das Projekt zur Existenzsicherung bestehender und Schaffung neuer, dauerhafter Arbeitsplätze beitragen, ohne eine Bestandsgefährdung bestehender Betriebe nach sich zu ziehen.

Im Einzelnen wird die Plausibilität dieser Einschätzung der Gutachter mit folgenden Aussagen begründet:

- Die 86 Betten im Golfclub würden bei einer angenommenen Auslastung von max. 70 % ca. 22.000 Übernachtungen pro Jahr auf sich ziehen (ohne Berücksichtigung einer Fremdvermietung der übrigen Wohneinheiten in Privatbesitz). Im Vergleich zum aktuellen Übernachtungsvolumen ist dies prinzipiell kein gravierender Umfang.

- Die aktuelle Struktur der Übernachtungseinrichtungen unterscheidet sich erheblich von dem Niveau und der Ausrichtung des geplanten Projektes.

- Gleichzeitig soll mit dem Projekt insbesondere das Quellgebiet der benachbarten Länder angesprochen werden, die vom kleinteiligen Beherbergungsgewerbe im Untersuchungsgebiet nur partiell erreicht werden kann. Wie anhand einzelner größerer Anlagen im Untersuchungsgebiet aufgezeigt werden konnte, ist für die Adressierung ausländischer Gäste eine entsprechend Marktstärke notwendig.

- Ein Verdrängungswettbewerb gegenüber bestehenden touristischen Angebotsstrukturen bzw. Marktteilnehmern im näheren und weiteren Standortumfeld ist aufgrund der Größenordnung und des geplanten Geschäftsmodells des Golfclubs am Nürburgring nicht erkennbar bzw. bewegt sich in einer zu vernachlässigenden Größenordnung.

- Gleichzeitig wurde anhand von Beispielen aus der Region (Golfresort Cochem) sowie andere Referenzprojekten plausibel nachgewiesen, dass die Schaffung von größeren Golfresorts zu einer deutlichen Stärkung der Destination insgesamt führen und merklich mittelfristige Wachstumspfade eröffnen.

- Somit wird dem Projekt seitens der Gutachter, aber auch von Branchenkennern innerhalb der Region, ein komplementärer und kein substituierender Charakter zugeschrieben. Diese Einschätzung wird durch Erfahrungen mit bereits realisierten, ähnlich konzipierten Anlagen an anderen Standorten untermauert.

- Dies bedeutet nicht, dass der in der Region zwangsläufig ablaufende Strukturwandel im Übernachtungsgewerbe durch Golfresorts zum Stillstand kommen würde. Dieser läuft mit oder ohne solche Projekte ab und wird auch in Zukunft zu Marktaustritten von nicht wettbewerbsfähigen Betrieben führen (insbesondere im Zuge des Generationenwechsels). Eine signifikante Beschleunigung dieses Strukturwandels kann weder bei den Referenzprojekten noch im Umfeld der Golfresorts in Cochem oder Bitburg nachgewiesen werden.

- Durch die Ansprache von neuen kaufkraftstarken Zielgruppen des Golf-Segmentes kann die touristische Wertschöpfung der Destination gesteigert werden.

- Neben den direkten positiven regionalökonomischen Effekten ist auch zu berücksichtigen, dass im Vergleich zu den Mitbewerberregionen der anderen deutschen Mittelgebirge ein positiver Imagetransfer von der golftouristischen Orientierung ausgehen kann, der zu einer Attraktivitätssteigerung der Destination mit beiträgt.

Nach Abwägung der analysierten absehbaren negativen wie möglichen positiven Auswirkungen des Projektes Golfclub am Nürburgring auf bestehende Freizeit- und Tourismusangebote im Wettbewerbsumfeld kommen die Gutachter zu der eindeutigen Einschätzung, dass das Vorhaben in seiner geplanten Form keine signifikanten strukturellen Implikationen nach sich ziehen wird.

Aus Sicht der Gutachter konnten unter regionalökonomischem Blickwinkel keine gravierenden gegen das Projekt sprechenden Aspekte identifiziert werden.

Quellenverzeichnis

BAYERISCHES LANDESAMT FÜR STATISTIK UND DATENVERARBEITUNG (2009): Genesis-Tabellen Tourismus. (Stand 18.11.2009)

BLÜMELHUBER, C. (1996): Sterne, Garantien und Trophäen oder Grundzügeeines Qualitätsmanagements im Tourismus im Sinne eines „Management by Signaling“.- In: DEUTSCHES WIRTSCHAFTSWISSENSCHAFTLICHES INSTITUT FÜR FREMDENVERKEHR E.V. (Hrsg.). (Jahrbuch für Fremdenverkehr, Bd. 39).München. S. 59-86

DEUTSCHER GOLF VERBAND (2006): Leitfaden zur Entwicklung des Golftourismus. Eine Übersicht für Golfclubs, Golfanlagenbetreiber, Hoteliers und Tourismus-Regionen. Wiesbaden

GTC – GOLF & TOURISM CONSULTING GbR (2005): Golfmarkt der Zukunft 2005. Eine empirische Studie der GTC – Golf & Tourism Consulting in Kooperation mit dem Deutschen Golf Verband e.V. Lüneburg

HAFFKE, Jürgen (2009): Kulturlandschaften und Tourismus. Historisch-geographische Studien in Ahrtal und Hocheifel (Nürburgring). Bonn

HALLERBACH, B., A. KAGERMEIER, H.-D. QUACK & R. WIEDEMANN (2008): Wirtschaftliche Effekte der Konstantin-Ausstellung 2007 für die Region Trier. Trier 2008 (= unveröffentlichtes Gutachten im Auftrag des Ministeriums für Bildung, Wissenschaft, Jugend und Kultur Rheinland-Pfalz und der Initiative Region Trier (IRT))

HARRER, Bernhard (2004): Wirtschaftsfaktor Tourismus: Berechnungsmethodik und Bedeutung. In: Becker, C.; Hopfinger, H.; Steinecke, A. (Hrsg.) (2004): Geographie der Freizeit und des Tourismus: Bilanz und Ausblick, 2. Aufl., S. 149-158. München. Wien

HARRER, Bernhard; SCHERR, Silvia (2002): Ausgaben der Übernachtungsgäste in Deutschland. München

LAMPE, Sina (20059. Ferienzentren als Wirtschaftsfaktor? Eine regionalwirtschaftliche Analyse der Destination „Land Fleesensee“: Paderborn (= unveröffentlichte Magisterarbeit)

LANDESBETRIEB FÜR DATENVERARBEITUNG UND STATISTIK BRANDENBURG (2009): Gäste, Übernachtungen und Beherbergungskapazität im Land Brandenburg. Potsdam

MASCHKE, Joachim (2005): Tagesreisen der Deutschen. München

STATISTISCHES BUNDESAMT (Hrsg.) (2008): Datenreport 2008. Ein Sozialbericht für die Bundesrepublik Deutschland. Bonn

STATISTISCHES LANDESAMT RHEINLAND-PFALZ (2009): Monatserhebungen im Tourismus. Bad Ems

STATISTISCHES LANDESAMT RHEINLAND-PFALZ (August 2009): Primäreinkommen und verfügbares Einkommen der privaten Haushalte in den kreisfreien Städten, Landkreisen und Regionen 1992 bis 2008. Bad Ems

STATISTISCHES LANDESAMT RHEINLAND-PFALZ (August 2009): Primäreinkommen und verfügbares Einkommen der privaten Haushalte in den kreisfreien Städten, Landkreisen und Regionen 1992 bis 2008. Bad Ems

WENZEL CONSULTING AKTIENGESELLSCHAFT (2007): Gutachten-Regionalwirtschaftliche Effekte – Motorsport Resort Nürburgring, Hamburg.

WILLMS, Joachim (2009): Entwicklungstrends im Freizeit- und Tourismusraum Mittelgebirge – Zwischen sozioökonomischer Marginalisierung und tourismuslandschaftlicher Re-Inszenierung. Karlsruhe (= unveröffentlichter Vortrag gehalten auf der Jahrestagung 2009 des AK Freizeit- und Tourismusgeographie am 3. Und 4. Juli 2009)

Internetquellen

AHGZ-Online (2009): Land Fleesensee steigert Umsatz. http://www.ahgz.de/maerkte-und-unternehmen/Land-Fleesensee-steigert-Umsatz,8039111108.html (Stand: 03.12.2009)

DEUTSCHER GOLF VERBAND (2009): Die Fakten für Anfänger. http://www.golf.de/publish/golfeinsteiger.cfm?objectid=60082091 (Stand: 01.12.2009)

DEUTSCHER HOTEL-UND GASTSTÄTTENVERBAND E.V. (2009): Deutsche Hotelklassifizierung, http://www.hotelsterne.de/hotelsuche.php (Stand:11.12.2009)

DEUTSCHER GOLF VERBAND (2009): Die Fakten für Anfänger. http://www.golf.de/publish/golfeinsteiger.cfm?objectid=60082091 (Stand: 01.12.2009)

LAND FLEESENSEE 2009: Landkarte. http://www.fleesensee.de/land_fleesensee.html (Stand: 11.2.2009)

STATISTIKDATEN GENESIS BAYERN (2009): Tourismus (Betriebe mit neun oder mehr Betten): Landkreise, Gemeinde, Ankünfte, Übernachtungen, Auslastung, Jahre (bis 2005) https://www.statistikdaten.bayern.de/genesis/online/online;jsessionid=24F89F3306F99B508A39985C26D61F80?operation=statistikAbruftabellen&levelindex=0&levelid=1260296974857&index=2 (Stand: 07.12.2009)

STATISTISCHES BUNDESAMT (2009a): Verbraucherpreisindex von 2000 bis 2008. http://www.destatis.de/jetspeed/portal/cms/Sites/destatis/Internet/DE/Content/Statistiken/Zeitreihen/WirtschaftAktuell/Basisdaten/Content50/vpi120j.psml

STATISTISCHES BUNDESAMT (2009b): Overnight stays in accommodation establishments by Länder. http://www.destatis.de/jetspeed/portal/cms/Sites/destatis/Internet/EN/Content/Statistics/Binnenhandel/Tourismus/Tabellen/Content50/UebernachtungenBundeslaender,templateId=renderPrint.psml

STATISTISCHES LANDESAMT MECKLENBURG-VORPOMMERN (2009): Beherbergungsstätten, Gästebetten, Gästeankünfte, Gästeübernachtungen und Auslastung. http://www.mvnet.de/inmv/land-mv/stala/sis/tabelle.php?&id=3790 (Stand: 09.12.2009)

STATISTISCHES LANDESAMT RHEINLAND-PFALZ (2009): Betriebe, Betten, Gäste, Übernachtungen, Aufenthaltsdauer, Auslastung n. Betriebsarten 2003-2008. http://www.infothek.statistik.rlp.de/lis/onlinedb/index.asp (Stand: 25.11.2009)

STATISTISCHES LANDESAMT RHEINLAND-PFALZ (2009): Betriebe,Betten,Gäste,Übernachtungen,Aufenthaltsdauer,Auslastung n. Betriebsarten im Landkreis Ahrweiler 2008 http://www.infothek.statistik.rlp.de/lis/onlinedb/index.asp (Stand: 25.11.2009)

STATISTISCHES LANDESAMT RHEINLAND-PFALZ (2009): Karte Landkreise und Kreisfreien Städte. http://www.infothek.statistik.rlp.de/lis/MeineRegion/index.asp (Stand: 09.12.2009)

Anhang

Anhang 1: Liste der befragten Experten im Untersuchungsgebiet

Name	Institution
Frau Ahrens	Dorint Seehotel & Resort Bitburg/Südeifel
Frau Bell	Landhaus Sonnenhof GmbH
Frau Caspary	Hotel Kastenholz
Frau Fischer	Hotel Brixiade und Triton, Cochem
Herr Harthoorn	RP Golf GmbH
Herr Jüngling	Verbandsgemeindeverwaltung Adenau
Frau Meyfarth	Verbandsgemeindeverwaltung Kelberg
Herr Meyer	Moselromantik-Hotel Keßler-Meyer GmbH
Frau Simon	Verbandsgemeindeverwaltung Vordereifel
Herr Dr. Schaal	Tourist-Information Bitburger& Speicherer Land
Frau Schwab-Strasser	Ringhotel Calluna GmbH & Co. KG