

ABSCHLUSSBERICHT

Konzeption zur Attraktivierung des wassertouristischen Angebotes
entlang des Flusses Schwinge



ABSCHLUSSBERICHT

Konzeption zur Attraktivierung des wassertouristischen Angebotes entlang des Flusses Schwinge

Auftraggeber:

Hansestadt Stade
Rathaus
Hökerstraße 2
21682 Stade

Silvia Nieber
Bürgermeisterin Hansestadt Stade
tel: +49 (0)41 41 401 100
info@stadt-stade.de

Auftragnehmer:

inspektour GmbH
Tourismus- und Regionalentwicklung
Osterstraße 124
20255 Hamburg

Ralf Trimborn
Geschäftsführender Gesellschafter
tel: +49 (0)40 414 3887 40
ralf.trimborn@inspektour.de

Gefördert durch:


metropolregion hamburg

	Seite	
1	Projekteinführung	05
	Hintergrund und Zielsetzung	
	Untersuchungsgebiet	
2	Situationsanalyse	09
	Wasserflächen	09
	Wassertouristische Infrastruktur	16
	Wassertouristisches Angebot	21
	Wassertouristisches Marketing	27
	Zentrale Ergebnisse Onlinebefragung	28
	Zentrale Ergebnisse DestinationBrand 2017	30
3	Potenzialanalyse	31
	Trends im Tourismus / Wassertouristische Trends	31/34
	Wertschöpfung und regionale Effekte	39
	Zielgruppen- und Nachfragepotenziale	40
	Vermarktungs- und Vertriebspotenziale	42
	SWOT	46
4	Gebietsübergreifende Ansätze und Kooperationen	48
	Bundesebene	48
	Metropolregion Hamburg	50
5	Ableitungen	51
	Vision	51
	Übergeordnete Ziele	52
	Handlungsfelder und Umsetzungsziele auf Handlungsfeldebene	53/54
6	Ideenpool	55
7	Ausblick	83
	Förderinstrumente	83
	Empfehlungen	86
	Fazit	88

Definition Wassertourismus

Die bisher geläufigste Definition des Begriffs Wassertourismus soll auch im Folgenden verwendet werden: Wassertourismus bezeichnet „alle Tourismusangebote [...], in denen das offene Meer, Küstengewässer, Seen, Flüsse und Kanäle die natürliche Grundvoraussetzung für Tourismusaktivitäten darstellen“.

Quelle: Hamburg Messe und Congress GmbH, DTV, 2003

Im Rahmen des vorliegenden Konzepts wurden neben den in der „Grundlagenuntersuchung Wassertourismus in Deutschland“ betrachteten Segmenten auch Aktivitäten am bzw. entlang des Wassers wie Wandern, Radfahren und Verweilen betrachtet.

(Quelle: BMWi 2013)

Wassertourismus (WT) in Deutschland	
Mit WT verbundene Segmente	WT (im engeren Sinne)
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Maritime Großveranstaltungen ▪ Maritimer Industrietourismus ▪ Meeres-/Schifffahrtsmuseen ▪ etc. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Wasserwandern (v.a. Kanutourismus) ▪ Segeln ▪ Motorbootfahren ▪ Bootschartertourismus ▪ Surfen, Wasserski ▪ Tauchen ▪ Angeln/Fischen ▪ Trendsport (Rafting, Canyoning, etc.)
Schifffahrt	Wasserbezogener Tourismus im weiteren Sinne
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Fahrgastschifffahrt ▪ Flusskreuzschifffahrt ▪ Hochseekreuzschifffahrt ▪ Fährschifffahrt ▪ Traditionsschifffahrt 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Strand-/Badetourismus ▪ Campingtourismus am Wasser ▪ Strandsport ▪ Tret-, Ruderbootverleih im Urlaub ▪ Winterwassersport ▪ etc.

Abb. 1: Wassertourismus in Deutschland
Quelle: BTE 2016 (Ausschnitt)

1.1 Hintergrund und Zielsetzung

Ziel des vorliegenden Konzepts ist die wassertouristische Untersuchung entlang des Flusses Schwinge im Hinblick auf mögliche Potenziale. Im Rahmen der Konzeption sollen Ideen zur Ausweitung des wassertouristischen Angebotes auf dem Flusslauf der Schwinge sowie auf der Unterelbe entwickelt und gebündelt werden, um so mehr Gäste anzulocken bzw. die Attraktivität zu steigern. Das Projektgebiet erstreckt sich über die Stadt Stade, die Schwinge und die Elbe.

Der Fokus auf das Thema Wassertourismus leitet sich aus folgenden für Stade und die Schwinge relevanten **Schwerpunkthemen des Tourismuskonzeptes** Urlaubsregion „Altes Land am Elbstrom“ ab. Quelle: BTE 2016

Schwerpunkthemen
„Urlaubsregion Altes Land am Elbstrom“

Positionierung über Alleinstellungsmerkmale

- Hansestädte/historische Altstädte
- Maritimes Erleben an der Elbe und Nebenflüssen
 - Maritime Landschaft/Elbmarschen (inkl. Wassertourismus)
 - Vor den Toren Hamburgs
 - Elberadweg/Nordseeküsten-Radweg als wichtiges Leitprodukt
- Ergänzend / sehr gute Qualität, aber keine Alleinstellung:
 - Naturerleben/Naturerfahrung (Entschleunigung) in der Fluss-, Marsch, Moor- und Geestlandschaft (mit dem Fahrrad und zu Fuß)
 - Kultur erleben

Abb. 2: Schwerpunkthemen des Reisegebietes und ergänzende Qualitäten
Quelle: BTE 2016 (Ausschnitt)

1.1 Hintergrund und Zielsetzung

Ablauf

Auftakt für die Erstellung des Wassertouristischen Konzepts entlang des Flusses Schwinge bildete die erste Sitzung der für den Erstellungsprozess gegründeten Lenkungsgruppe im Januar 2018.

Außerdem wurden Experten aus den Bereichen Schifffahrtsbetreiber, Hafenbetreiber, Angelsport, Tourismus und Naturschutz in Workshops und Gesprächen an der Maßnahmenentwicklung beteiligt sowie weitere Personen telefonisch interviewt. Die Liste der beteiligten Experten ist dem Anhang Seite 95 zu entnehmen.,

Im Februar 2018 wurde eine Onlinebefragung durchgeführt.

Die Ergebnisse aus allen prozessbegleitenden Arbeitsschritten fließen an geeigneter Stelle in die Konzepterstellung ein. Einzelergebnisse aus den jeweiligen Schritten werden nur - falls sinnvoll - in gekürzter Version im Konzept dargestellt.

Die Präsentation und Diskussion der wesentlichen Ergebnisse erfolgte am 13.06.2018 im Ausschuss für Kultur, Tourismus und Freizeit unter Einbeziehung der Öffentlichkeit.

Lenkungsgruppenmitglieder

- Matthias Bunzel, Maritime Landschaft Unterelbe, Geschäftsstellenleiter
- Sophie Hageböling, STADE Marketing und Tourismus GmbH/Citymanagement
- Lars Kolk, Stadtbaurat Hansestadt Stade
- Dr. Sebastian Möllers, Museumsverein Stade e.V., Museumsdirektor
- Dr. Andreas Schäfer, STADE Marketing und Tourismus GmbH, Geschäftsführer
- Frank Tinnemeyer, STADE Marketing und Tourismus GmbH, Teamleiter Tourismus



Abb. 3: Anzeigetafel Stadthafen

1.1 Hintergrund und Zielsetzung

Zeitstrahl Projektumsetzung

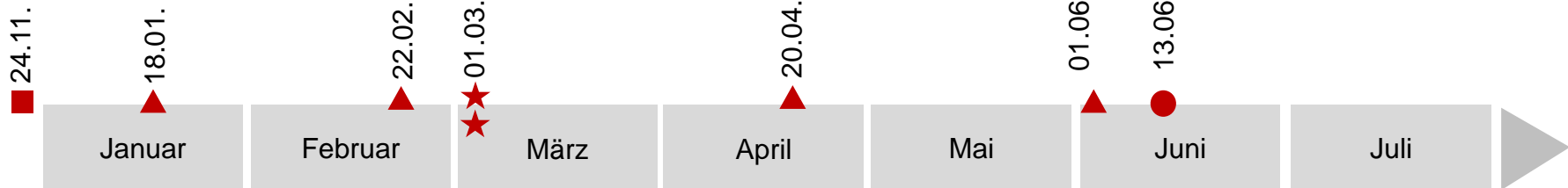
1. Projektauftritt

2. Situationsanalyse

3. Potenzialanalyse

4. Ableitungen und Maßnahmen

Projektbegleitende Arbeitsschritte und Projektabschluss



- Auftaktgespräch
- ▲ Lenkungsgruppensitzungen
- ★ Expertenrunden inkl. Maßnahmenworkshop
- Präsentation und Diskussion im Ausschuss für Kultur, Tourismus und Freizeit

1.2 Untersuchungsgebiet

Im Fokus des Betrachtungsraums liegen die Wasserflächen im Landkreis Stade mit der **Schwinge**, dem **Burggraben** im Zentrum der Stadt Stade sowie der **Elbe** zwischen **Stadersand** und **Abbenfleth** und der **Bützflether Süderelbe**.

Großräumig werden auch die Lage des Projektgebietes und Bezüge zu weiteren Orten entlang der **Untereibe** betrachtet.



Abb. 4: Unterelbe (Karte „AG Maritime Landschaft Unterelbe“), Quelle: MLU



Abb. 5 und 6: Oben: Schwinge und Burggraben / Unten: Bützflether Süderelbe und Abbenflether Kanal / Internetquelle Karte: Marina Guide, 2018 (bearbeitet)

2.1 Wasserflächen

Schwinge

Bezeichnung: linksseitiger Nebenfluss der Elbe

Länge: 28,7 km

Quelle: Hohes Moor, Mulsum (Stader Geest)

Mündung: Unterelbe (Elbkilometer 654,8)

Unterlauf: 4,6 km

- Mittlerer Tidenhub: 3,30 m
- Bundeswasserstraße (Elbe bis Salztorschleuse 4,6 km)
- Fahrwassertiefe bei MHW: Stade 3,30 m, Mündung 5,50 m
- Fahrrinnenbreite: 20 m bis 40 m

Mittel-/Oberlauf: 20 km

- Mittlerer Tidenhub: geringfügig (Sieltore)
- naturnahe Flusslandschaft (Landschaftsschutz)

Bauwerk:

- Schwingesperwerk (nahe Mündung): nur bei Sturmflut geschlossen
- Eisenbahnklappbrücke (i.d.R. geöffnet)
- Straßenklappbrücke: Öffnung auf Anforderung

Höchstgeschwindigkeit (§ 26 Absatz 3 SeeSchStrO)

- Schwinge = 8 km/h (4,3 kn)



Abb. 7 und 8: Oben: Luftaufnahme Schwinge Oberlauf (SMTG) / Unten: Oberlauf Schwinge

2.1 Wasserflächen

Schwinge

Die Schwinge ist ein linksseitiger Nebenfluss der Elbe in Niedersachsen. Sie erstreckt sich über 28,7 Kilometer und entspringt im Hohen Moor bei Mulsum auf der Stader Geest im Bifurkationsgebiet*. Von dort fließt sie in einer weitgehend naturbelassenen Umgebung bis zur Hansestadt Stade und mündet bei Stadersand, nordöstlich von Stade, in die Elbe. Die natürliche Flusslandschaft und die Stader Schwingewiesen gehören den Landschaftsschutzgebieten „Schwinge und Nebentäler“ und „Schwingewiesen“ an. Diese Schwingewiesen gelten als städtische Naherholungsbereiche.

In Stade trifft die Schwinge auf den ca. 1000 Jahre alten Hansehafen. Dort trennt die Saltorschleuse den Oberlauf (und Mittellauf) vom tidenbeeinflussten Unterlauf. Der Oberlauf (und Mittellauf) der Schwinge ist weitgehend naturbelassen. Von der Elbe bis zur Saltorschleuse in Stade ist die Schwinge eine 4,6 Kilometer lange Bundeswasserstraße. Auf ihr gilt die Seeschiffahrtsstraßen-Ordnung, zuständig ist das Wasserstraßen- und Schifffahrtsamt Hamburg.

*Gabelung eines fließenden Gewässers

Der Unterlauf der Schwinge ist als Seeschiffahrtsstraße grundsätzlich befahrbar. Es findet jedoch nur noch wenig Berufsschiffahrt auf dem Fluss statt. Heute wird der Unterlauf überwiegend für den Freizeit- und Sportbootverkehr genutzt. Die Nebenflüsse der Schwinge sind alle nicht befahrbar.

(Quellen: Faltbootforum; Hansestadt Stade (NSG "Schwinge und Nebentäler und "Schwingewiesen"); Hamburger Abendblatt „Die Schwinge: Kurvenreich und beliebt“)

Das Wasserstraßen- und Schifffahrtsamt (WSA) Hamburg ist für den Teil der Bundeswasserstraße der Schwinge zuständig. Den Verkehrsschwerpunkt bildet die Lade- und Löschstelle der Firma Rinck in Stadthafen Stade.

(Internetquelle: WSA, Stand: 2018)

Für die dauerhafte Sicherstellung des Schiffsverkehrs auf der Bundeswasserstraße ist eine regelmäßige Unterhaltungsbaggerung mit einem "Rüssel-Bagger" im Stadthafen und auf dem Unterlauf der Schwinge von hoher Bedeutung. Diese wird alle zwei Jahre wiederholt. Die Kosten tragen der Bund und die Stadtwerke als Hafenbetreiber des Stadthafens.

2.1 Wasserflächen

Abschnitte der Schwinge

Die Schwinge untergliedert sich in den Unter-, Mittel- und Oberlauf wie folgt:

- Oberlauf: Von der Quelle bis zur Brücke der Kreisstraße K 1 (beim Ort Schwinge).
- Mittellauf: Ab Brücke der Kreisstraße K1 bis zum Stadthafen. Auf diesem Abschnitt spielt auch der Abschnitt von der B 73 bis zur K1 eine Rolle, da dieser Abschnitt als FFH-Lebensraum ausgewiesen ist. In diesem Bericht wird allerdings der gesamte Abschnitt bis zum Stadthafen als Mittellauf bezeichnet.
- Unterlauf: Vom Stadthafen bis zur Elbe (Tidenbeeinflusst).

Landschaftsschutzgebiet "Schwingetal,, (FFH-Gebiet)

Das Schutzgebiet ist geprägt durch den mäandrierenden Verlauf der Schwinge, den hohen Grünlandanteil sowie ungenutzte und extensiv genutzte Flächen. Mit Au- und Moorwäldern in der Niederung sowie historisch alten Buchen- und Eichen-Hainbuchenwäldern an den Talhängen weist das Gebiet selten gewordene Landschaftselemente auf, die sich durch eine besondere Schönheit auszeichnen. Relevante Arten sind hier insbesondere der Fischotter, Fluss-, Bach-, und Meerneunauge.

(Internetquelle: NLWKN, Stand 2018, Auskunft Naturschutzamt Landkreis Stade)

Mögliche Entwicklungs- Hotspots am Mittellauf

Aus naturschutzfachlicher Sicht wurden zwei Bereiche definiert, welche für eine sanfte touristische Nutzung durch Wasserrastplätze in Frage kommen. Eine Stelle befindet sich auf Höhe der Schwedenschanze, die zweite nordöstlich von Hagen. Diese sind auf der folgenden Karte gelb markiert. ●

Im Falle einer diesbezüglich konkreten Planung muss eine enge Abstimmung mit dem Naturschutzamt erfolgen.

Für den gesamten Mittel- und Oberlauf gilt, dass Strukturelemente (Totholz, Steine) nicht entnommen werden dürfen.

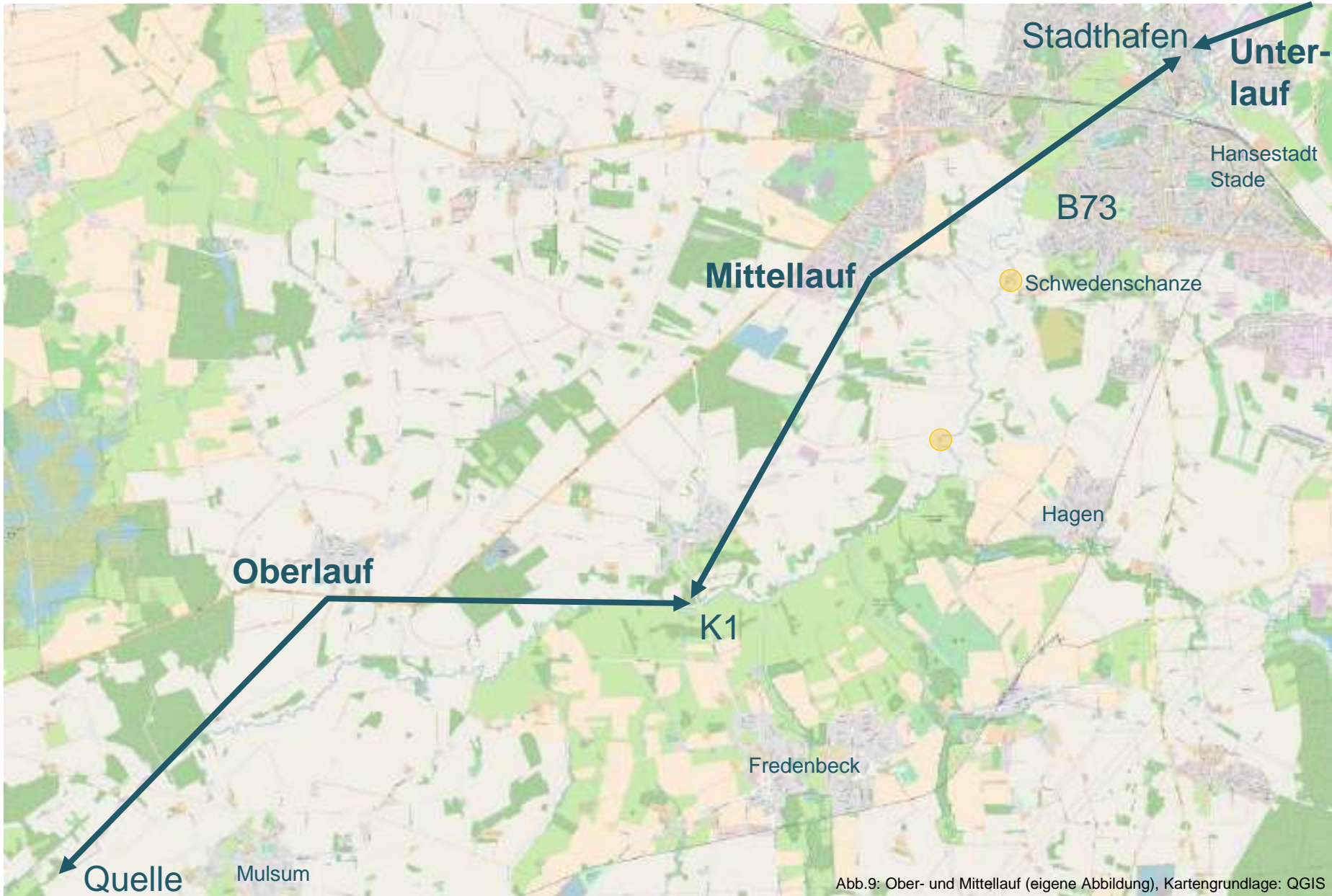


Abb.9: Ober- und Mittellauf (eigene Abbildung), Kartengrundlage: QGIS

2.1 Wasserflächen

Landschaftsschutzgebiet "Schwingetal,, – Regeln für Sportboote auf dem Oberlauf der Schwinge

§ 2: Schutzzweck ist die Erhaltung, Pflege und Entwicklung der Niederungslandschaft der Schwinge und ihrer Nebengewässer sowie angrenzender Geestbereiche mit den hierauf angewiesenen schutzbedürftigen Tier- und Pflanzenarten sowie den charakteristischen Lebensgemeinschaften.

Schutzbestimmungen werden unter § 3 weiter definiert.

Freigestellt sind nach § 4 Abs. 14 Boote ohne Motor, flussaufwärts bis zur Brücke der Bundesstraße 73; das Anlanden ist nicht zulässig.

Erlaubt sind des Weiteren „das nicht gewerbliche Befahren der Schwinge mit Paddelbooten ohne Motor (Kanus, Canadier und Kajaks) ab Brücke der Kreisstraße 1 flussabwärts wie folgt“:

15.1 in der Zeit vom 16.05. bis 14.10. jeden Jahres

15.2 in der Zeit von 8 Uhr bis 19 Uhr

15.3 mit Paddelbooten von max. 6 m Länge und max. 1 m Breite

15.4 soweit der jeweils an den Ein- und Ausstiegsstellen (Brücke K 1 und Brücke B 73) gesetzte Pegel "grün" anzeigt,

15.5 anlanden nur an ausgewiesenen Plätzen.

(Quelle: NLWKN 2012)

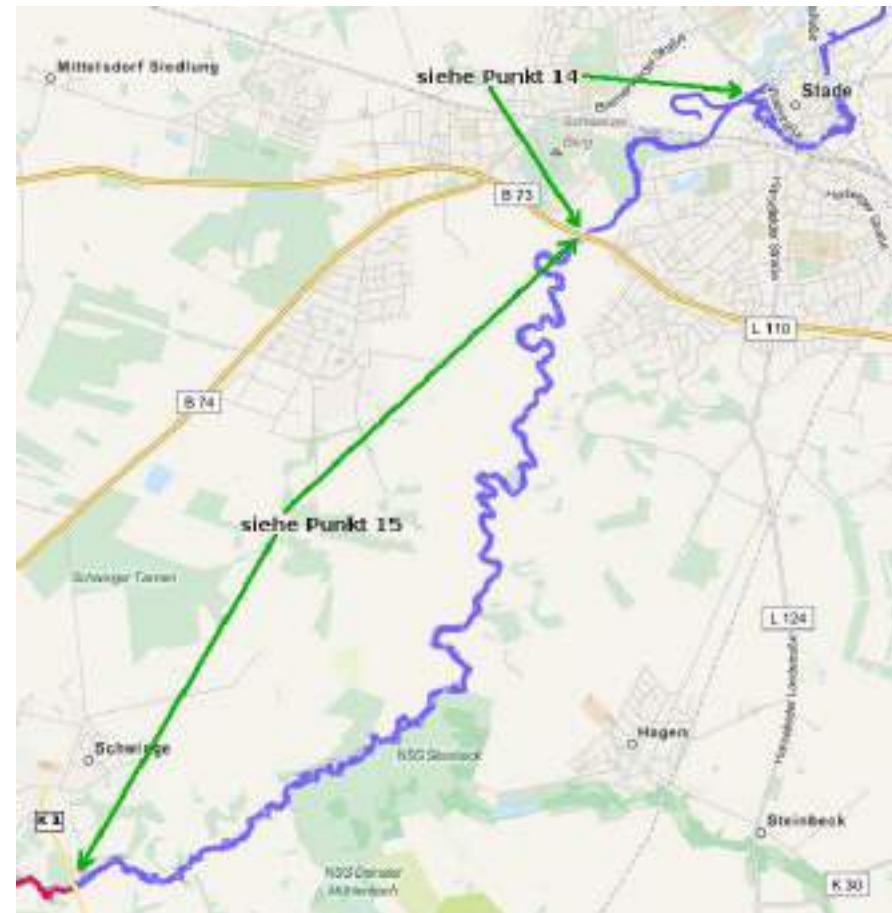


Abb. 10: Mittel-/Oberlauf der Schwinge (Kanurevier), Internetquelle: Kanuverein Stade e.V., Stand 2018

2.1 Wasserflächen

Befahrbarkeit der Schwinge (Ober- und Mittellauf)

Nach der Verordnung des Landschaftsschutzgebiets ist „das Befahren der Schwinge mit Booten mit Elektromotor flussaufwärts bis zur Schwedenschanze im Rahmen geführter Führungen“ (§ 2 Abs. 13) zulässig.

Daher werden die Fleetkähne mit Elektromotoren betrieben und auch Angler nutzen diese Motorisierung. Für die Fleetkähne ist bei der Schwedenschanze Schluss (ca. 10 km), auch was eine Wendemöglichkeit betrifft - Paddelboote ohne Motor können den gesamten Lauf der Schwinge befahren. Das Anlanden ist am gesamten Mittel- und Oberlauf der Schwinge nicht möglich, da keine Plätze dafür ausgewiesen sind. Nebenbäche dürfen nicht befahren werden.

In der Praxis findet „Anlanden“ trotzdem statt, von rücksichtsvollen Paddlern im Einklang mit der Natur.

Der Kanuverein empfiehlt aufgrund der nicht vorhandenen Rastmöglichkeiten das Befahren des Mittel- und Oberlaufs nur erfahrenen Kanufahrern – und das auch nur bei ausreichend Wasserstand. In der Verordnung ist vorgegeben, dass die Wasserstände zu beachten sind.

Kritisiert wird, dass ein Ablesen der Pegelstände nicht möglich ist. Da der Angelverein das Unterhaltungsrecht des Mittel- und Oberlaufs der Schwinge inne hat, dürfen die Mitglieder unter bestimmten Bedingungen anlanden (nur an Wegen und Grabenrändern, das Gras darf nicht höher als 10 cm sein).

Unterhaltung der Schwinge

Der Unterhaltungsverband der Schwinge ist für die schadlose Abführung der Niederschläge verantwortlich. Der Hochwasserschutz hat hierbei Vorrang vor dem Naturschutz. Insbesondere im Oberlauf wird regelmäßig ausgebaggert. Problematisch ist hierbei die zunehmende Verdichtung der anliegenden Wiesen, welche im Fall der Überflutung weniger Wasser aufnehmen können sowie die mechanische Beschädigung der Uferbereiche.

Im unteren Bereich des Mittellaufs ist das Ausbaggern aufgrund der örtlichen Gegebenheiten schwer umsetzbar, da dieser Teil für Bagger nicht zugänglich ist. Die Sedimentablagerung wird hier insbesondere durch Spülen beseitigt. Diese Maßnahme wird allerdings nicht regelmäßig durchgeführt, was zur Folge hat, dass das Abfließen aus dem oberen Bereich erschwert wird.

2.1 Wasserflächen

Burggraben

Bezeichnung: Wallanlage um historisches Zentrum der Hansestadt Stade

Ursprung: schwedisch-hannoversche Befestigungsanlagen

Infrastruktur: Wanderweg

wasserseitiges Angebot:

- Fahrten mit den Fleetkähnen „Aurora“ und „August“
- Gondelfahrten
- SUP
- BBQ Donut

Hafen:

- Holzhafen

Bauwerke:

- Salztorschleuse (Trennung Ober- von Unterlauf)

Bützflether Nebelbe

Bauwerk:

- Sperrwerk: nur bei Sturmflut geschlossen



Abb. 11 und 12: Oben: Burggraben, Unten: Salztorschleuse

2.2 Wassertouristische Infrastruktur

Häfen in der Innenstadt der Hansestadt Stade

Historische Häfen (keine gewerbliche Schifffahrt):

- Holzhafen – Hausboote, SUP Club Stade: Bootsverleih, SUP, BBQ Donut
- Hansehafen (Altstadt) – Dauerliegeplatz von Ewer Willi; für die Schifffahrt nicht zugänglich
- Stader Stadthafen (3,50 m MTHW) – gewerbliche Nutzung vorwiegend durch Fa. Rinck, Fokus: Freizeitschifffahrt, Traditionsschiffe, Fahrgastschiffe

Öffentliche Anleger

- Anleger und Freitreppe am Bahnhof (Fleetkahn)
- Anleger am STADEUM (Fleetkahn, Kanu, Kajak)
- Steg an der Guldenssternbastion (Kanu, Kajak)
- Anleger Erlen-Insel (Kanu, Kajak)
- Anleger an der Museumsinsel (Fleetkahn)

Häfen außerhalb der Innenstadt der Hansestadt Stade

- Stadersand: Ursprünglich als Nothafen an der Schwingemündung konzipiert, viele Jahre Fähranbindung nach Hamburg, heute gelegentliche Nutzung durch Fahrgastschifffahrt. Hier liegen auch Sportboote.
- Seehafen Stade-Bützfleth: Umschlag- und Liegeplatz für die gewerbliche Schifffahrt direkt an der Seeschiffahrtsstraße Elbe, zwischen Hamburg und der Elbmündung bei Cuxhaven. Die Nähe zum Nord-Ostsee-Kanal sichert kurze Wege in den Baltischen Raum.

2.2 Wassertouristische Infrastruktur

Sportboothäfen an der Schwinge/Bützflether Nebenelbe

Auf der Schwinge und der Bützflether Nebenelbe werden vier Sportboothäfen durch ehrenamtliche Wassersportvereine betrieben. Alle Häfen fallen (teilweise) trocken und sind daher bei Niedrigwasser nicht anzulaufen. Der Hafen des Sportclub Diamant ist besonders eingeschränkt befahrbar, da er 2 bis 2,5 Stunden vor und nach Niedrigwasser trocken fällt und das Zeitfenster der Befahrbarkeit stark eingeschränkt ist. Der Hafen des Segler-Vereins Stade verfügt über Anlegestellen längsseits der Schwinge. Fahrzeuge bis 9,5 m Länge, 3 m Breite und 1,5 m Tiefgang können die Anlage benutzen.

Gastlieger sind grundsätzlich willkommen und können die Sanitäreinrichtungen, Strom- und Wasseranschlüsse nutzen. Eine Anzahl an Gastliegeplätzen ist nicht festgelegt. Insbesondere an den Wochenenden sind ausreichend freie Plätze vorhanden, da die Dauerlieger dann selbst unterwegs sind.

(Internetquelle: Seijerens Marina Guide , Stand 2018; Quelle: Peschke Verlag, 2017)

Segler-Verein Stade (Schwinge km 0,8)

Liegeplätze: ca. 100

Infrastruktur: Mastenkran,
Schiffshebeanlage, Jollenslip

Sanitäreinrichtung: sehr
guter Zustand

Zusatzangebot:

Leihfahrräder, WLAN

Anbindung ÖPNV: 2,7 km
zur Bushaltestelle Hörne

Sportclub Diamant (Schwinge km 2,7)

Liegeplätze: 54

Infrastruktur: Slipbahn,
Mastenkran

Sanitäreinrichtung: guter
Zustand

Zusatzangebot:

Leihfahrräder

Anbindung ÖPNV: 1 km zur
Bushaltestelle Hörne

Bushaltestelle Hörne (Richtung S-Bhf. Stade)

Bus 2025: Mo.- Fr. 5-19 Uhr stündlich bzw. zu Stoßzeiten (6-8 und 17 Uhr) 2x pro Stunde / Sa. 6-20 Uhr alle 2 Stunden, Sonn- und Feiertags von 10 – 19 Uhr alle 3 Stunden

Bus 2026: Mo.-Fr. 6-7 Uhr sowie 13-15 Uhr, Sonnabend 9-11 Uhr stündlich; Sonn und Feiertags keine Verbindung

Elbe-Radwanderbus: April-Oktober, Sa., Sonn- und Feiertags (Richtung Harsefeld bzw. Balje, Natureum) verkehrt 5 x zwischen 9.30 – 18.30 Uhr

2.2 Wassertouristische Infrastruktur

Stade Stadthafen (Schwinge km 4,5)

Liegeplätze: 160 lfd. m Schwimmstege

Infrastruktur: Mastenkran, Slipanlage,
Segelmacher/Zubehörgeschäfte in Hafennähe

Sanitäreinrichtung: guter Zustand

Zusatzangebot: Leihfahrräder, WLAN

Besonderheiten: Zur Anfahrt muss eine Straßen-Klappbrücke
öffnen.

Anbindung ÖPNV: 1 km (S-Bhf. Stade)



Abb. 13 und 14: Stade Stadthafen

2.2 Wassertouristische Infrastruktur

Motor- und Yachtclub (Schwinge km 2,9)

Liegeplätze: 90

Zusatzangebot: Grillplatz, Bolz- und Spielplatz

Anbindung ÖPNV: 1,8 km zur Bushaltestelle Hörne, 1 km zur Sammeltaxi-Haltestelle Melau 43 (Mo-Fr. stündlich 8, 9, 14, 18 Sa. 8 bis 18 Uhr - alle 2h, Sonn- und Feiertags: alle 2h von 8 bis 18 Uhr)

Elbe-Radwanderwegbus

Abbenflether Wassersportverein e.V. (Bützflether Nebelbe)

Liegeplätze: 60

Zusatzangebot: Grillplatz, Leihfahräder

Anbindung ÖPNV: 1,5 km Bushaltestelle Kreuel, Stadel-Bützfleth (Mo-Fr. 5 bis 19 Uhr stündlich Sa. 6 bis 20 Uhr - alle 2h, Sonn- und Feiertags 5 bis 19 Uhr stündlich), 1,7 km Bushaltestelle Bützfleth, Abbenfleth (Elbe-Radwanderbus, Sammeltaxi)



Abb. 15 und 16: Oben: Lage mit Bild Hafen Abbenfleth / Unten: Lage Häfen an der Schwinge, Internetquelle Karten: Sejlens Marina Guide 2018 (bearbeitet)

2.2 Wassertouristische Infrastruktur

Leitsystem am und auf dem Wasser

Mit der Gelben Welle wird im Mündungsbereich der Schwinge und im Stadthafen ein „Herzliches Willkommen“ für Gäste signalisiert.

Auf der Schwinge selbst ist kein Wasserleitsystem für Sportboote mit Kilometerangaben, Geschwindigkeitsangaben o.ä. installiert.

Ein Projekt der AG Maritime Landschaft Unterelbe ist ein Beschilderungssystem zur Hervorhebung der Bedeutung von maritimen Orten. In diesem Zuge wurden im Stadtgebiet von Stade Hinweistafeln am Hansehafen, am Stadthafen, an der Elbe in Stadersand sowie am Fort Grauer Ort aufgestellt.



Abb. 17: Informationsschild „Stadersand – vom Schiffsanlegeplatz zum Industriehafen“, Quelle: MLU

2.3 Wassertouristisches Angebot

Maritime Sehenswürdigkeiten/Infrastruktur:

- Hansehafen (ältester Hafen an der Unterelbe)
- Museum Schwedenspeicher am Hansehafen
- Fischmarkt
- Salztorschleuse
- Elbwerer Willi (flachbodiges Segelschiff) am Holzhafen
- Alter Holzkran (Fischmarkt) - Infozentrum zur Hafen- und Schifffahrtsgeschichte
- Baumhaus-Museum (frühere Amtsstube des Baumschließers, Hafenaufsehers oder Hafenmeisters)
- Wallanlagen mit Burggraben
- Freilichtmuseum auf der Insel
- Mehr-Generationen-Aktivplatz Erleninsel

Schifffahrt:

- **Greundiek** - Küstenmotorschiff/Museumsschiff im Stadthafen, Theater, Ausstellungen, Konzerte, Besichtigungen, besondere Fahrten auf der Elbe
- **Fleetkähne** „Aurora“ und „August“ – Fahrten durch den Burggraben
- Flachbodenschiff **Tidenkieker** (Naturerlebnis-Fahrten auf der Elbe)
- MS **Schwingeflair** und weitere Fahrgastschiffe – Ausflugsfahrten, Eventfahrten nach Hamburg, auf Elbe und Nebenflüssen (Schwinge, Stör, Nord-Ostseekanal)
- Segelschiff **Wilhelmine** von Stade (Segeltörns)
- **Gondelfahrten** auf dem Burggraben
- Flusskreuzschifffahrt (gelegentlich)

2.3 Wassertouristisches Angebot

Wassersport:

- Stand Up Paddling, Kanu, Kajak Verleih + Kurse/Touren (SUP Club Stade am Holzhafen)
- Kanuverein-Stade e.V. (Stadersand)

Innovativ:

- BBQ-Donut (STADE Marketing und Tourismus GmbH in Kooperation mit SUP Club Stade)
- Sleeperoo (StadeBeach am Holzhafen)

Mit der innovativen Pop-Up-Erlebnisübernachtung (Sleeperoo) am SUP Club ist Stade Vorreiter.



Abb. 18: BBQ Donut auf dem Burggraben (SMTG)



Abb. 19: Sleeperoo am StadeBeach am Holzhafen (SUP Club)

2.3 Wassertouristisches Angebot

Gastronomieangebot am Hansehafen in Stade:

- Pannekoken-Hus (Wasser West 1)
- LiLA'S Bistro – Restaurant (Fischmarkt 7)
- TAPAO Stade (Wasser West 9)
- Fresh House (Fischmarkt 8)
- Fuerkiek (Wasser West 15)
- China Imbiss (Fischmarkt 13)
- Café im Goebenhaus (Wasser West 21)
- Café und Restaurant am Fischmarkt (Fischmarkt 15)
- Baretto Eiscafe (Fischmarkt 4)
- Die Bohne (Wasser Ost 2)
- Mendoza (Fischmarkt 5)
- Thai- und Sushi Restaurant (Wasser Ost 4)
- AMADY'S Restaurant – Cafe (Fischmarkt 6)
- Gasthaus Oln Hooven (Wasser Ost 24)
- Deluxe (Burgstraße 2)
- Ludwig von Kapff Weinlager (Fischmarkt 10)
- Der Weinkeller (Wasser West 5)

Gastronomieangebot am Burggraben in Stade:

- Ristorante Al Porto (Neubourgstraße 11)
- Insel Restaurant (Auf der Insel)
- Stadissimo Restaurant und Partyservice (Schiffertorstraße 6)
- Restaurant vom Parkhotel (Schiffertorstraße 8)
- Marciniak Rainer Frischebäcker (Bahnhofstraße 10)
- Orient Express (Eisenbahnstraße)
- Café & Hotel am Holzhafen (Salztorscontrescarpe 8)
- SUP Club Stade (Salztorwallstraße 8)

Gastronomieangebot am Stadthafen

- Restaurant Port (Kommandantendeich 1)
- Pier 1 (Kommandantendeich 1-3)
- Renas Grill (Beim Salztor 5)

Gastronomieangebot an der Schwinge

- Restaurant Elbblick (Stader Elbstrand 1c)
- Bäckerei Marciniak Café am Hafen

Gastronomieangebote am Abbenflether Strand

- Festung Grauerort mit Café (Am Elbdeich 2)
- Deich Café (Elbstrand 14)

2.3 Wassertouristisches Angebot

Angebote der Wassersportvereine:

Sportclub Diamant Stade e.V.

- Keine Ausbildungsangebote im Bereich des Wassersports
- Hafen mit 60 Booten (Segel- und Motorboote, überwiegend Motorboote)

Außerordentliche Veranstaltungen:

- Lampionfahrt
- Regatta (gemeinsam mit weiteren Vereinen)

Motor- und Yachtclub Stade e.V.

- Kindersegelkurs (April bis September)

Außerordentliche Veranstaltungen:

- An-/Abschippern
- Interne Mitgliederveranstaltungen (z.B. Bingo, Grünkohl-Essen)
- Hafenfest – 50 Jahre Motor- und Yachtclub Stade e.V. (im Jahr 2018)

Segler-Verein Stade e.V.

- Kinder-/Jugendsegelkurse

Außerordentliche Veranstaltungen:

- An-/Absegeln
- Mittwochssegeln
- Matjesfahrt nach Glückstadt (gemeinsam mit weiteren Vereinen an der Schwinge)

Abbenflether Wassersportverein e.V.

- Jugendarbeit befindet sich im Aufbau (Konzept 2019 geplant)

Außerordentliche Veranstaltungen:

- An-/Abschippern
- Bingo
- Frühschoppen
- Matjes- und Grünkohlessen, Weihnachtsmarktbesuch
- Veranstaltungen zu allgemeinen Themen

2.3 Wassertouristisches Angebot

Angebote der Wassersportvereine:

Kanuverein-Stade e.V.

- Keine Ausbildungsangebote im weiteren Sinne (Ausbildung erfolgt intern innerhalb des Vereins)
- „Schnupperkurse“ im Bützflether Freibad (auch für Nicht-Mitglieder)

Außerordentliche Veranstaltungen:

- An-/Abpaddeln auf der Elbe
- Touren an Feiertagen (Karfreitag-/Vatertagstour)
- Vereins-Pfingstfahrt an die Eider
- Zelt-/Grillfahrt nach Pagensand

Angebote: Stader Angelverein e.V.:

- Jugendgruppe (Treffen 1 x im Monat)
- Fischereilehrgang inkl. Fischereiprüfung (2 x im Jahr)

Außerordentliche Veranstaltungen:

- Sommerfest, Osterfeuer

Kurz gefasst

Die genannten Vereine tragen sich ausschließlich ehrenamtlich. Daher ist ein regelmäßiges Angebot nur begrenzt möglich. Neben den vereinstypischen Veranstaltungen wie Mitgliederversammlungen und Arbeitsdienste werden im Rahmen der Möglichkeiten der ehrenamtlichen Ressourcen „außerordentliche Veranstaltungen“ durchgeführt wie Sommerfeste, Regatten und gemeinsame Fahrten.

Angebote und Veranstaltungen richten sich in erster Linie an eigene Mitglieder. Zum „Reinschnuppern“ stehen für Gäste die Türen offen.

Weitere Anbieter von Wassersportkursen (VHS,...) sind nicht bekannt.

Einen Verleih von Booten bietet keiner der Vereine an – Kontakte zu Bootseignern können jedoch hergestellt werden.

Regelmäßiger Austausch wird hier gelebt – sowohl zu den benachbarten Vereinen und Wassersportaktivisten – als auch zu übergeordneten Verbänden.

2.3 Wassertouristisches Angebot

Maritime Pauschalangebote:

- „An der Elbe vor Anker“ – 3-Tages-Pauschalangebot für Gruppen
- „Hafen, Hanse, Hökerwaren“ (maritime Bausteine)
- Fleetkahnfahrt als Bestandteil von Pauschalen: „Entdecker-Tag in Stade“, „3 Tage Stade und das Alte Land“
- Arrangements mit Ausflugsschifffahrten nach Hamburg für Wohnmobilisten
- „Grill and Float am Burggraben!“ (BBQ Donut)

Maritime Veranstaltungen:

- Shantychor-Festival
- Hansemahl (Labskaus-Essen) am „Tag der Hanse“

Maritime Stadtführungen:

- „Maritimer Stadtrundgang“
- „Auf den Spuren der Hanse“
- „Ein Blick in die Hansezeit“ für Kinder
- „Von Rübentanz und Schwedenschimpf“ (Wallanlagen)
- „Festung wird Park“ (landseitige Führung und mit Fleetkahn)

Kurz gefasst

Bereits jetzt ist die Produktpalette im Wassertourismus vielseitig. Beliebt sind bei Gruppen die Rundfahrten mit den Fleetkähnen und dem Tiedenkieker. Daher lohnt sich hier das frühe Buchen. Für spontane, individuell Reisende ist eine Fahrt auf der Schwinge oder dem Burggraben oftmals nicht realisierbar.

Was den sportlicheren Part betrifft, so hat Stade mit dem SUP Club Stade einen innovativen und kreativen Partner an der Seite. Weitere Kanu/Kajak-Verleih-Anbieter sind nicht am Markt.

Das H+Hotel am Stadthafen wirbt mit dem Slogan „Schiff ahoi: Nicht nur Profisegler und Skipper erleben und genießen die maritime Welt Stades vor den Toren der Metropole Hamburg“ und bietet den Gästen die Vermittlung von Schiffsrundfahrten sowie ein SUP-Pauschalangebot an.

Mit dem neuen Angebot „Grill and Float am Burggraben!“ bietet die STADE Marketing und Tourismus GmbH in Kooperation mit dem SUP Club Stade ein außergewöhnliches Erlebnis auf dem Burggraben an. Skipper kann jeder über 18 Jahren sein – ein Gruppenangebot, welches individuell gestaltet wird.

2.4 Wassertouristisches Marketing

Informationsmaterial/Medien mit Fokus Wassertourismus:

- Rubrik „Maritimes“ in Imagebroschüre „Stade – ein tolles Angebot“
- Faltblatt „In Stade vor Anker“ (Stadthafen)
- Faltblatt „Festung wird Park“ (Wallanlagen)
- Broschüre „Schauen, Shoppen & Genießen“ (1 Inhaltsrubrik „Stade maritim“)
- Rubrik „Maritime Erlebnisse“ in Broschüre „Geführte Erlebnisse“ (Übersicht aller Termine der Stadtführungen und maritimen Ausflugsfahrten)
- Faltblätter zu „Stand Up Paddling“, „Greundiek“, „Wilhelmine von Stade“
- Tourenplaner-App „Altes Land am Elbstrom“, <https://www.urlaubsregion-altesland.de/erlebnisse/radeln-altesland/tourenplaner-app.html>
- MLU:
 - Skipper-Guide (Yacht- und Sportboothäfen)
 - Freizeitkarte (kostenpflichtig)
- Sejlereis (Marina Guide – Deutsche Häfen)

Darüber hinaus gibt es kein Informationsmaterial, welches ausschließlich das Thema „maritim“ fokussiert.

Internetauftritt:

- Rubrik „Maritime Erlebnisse“ auf der Internetseite www.stade-tourismus.de, <https://www.stade-tourismus.de/de/maritime-erlebnisse>
- Zielgruppenorientierung über „Zu Gast als...Skipper“

Kurz gefasst

Informationen rund um die wassertouristische Destination Stade finden sich in vielerlei Broschüren und Flyern der SMTG sowie des Tourismusverbands Landkreis Stade/Elbe e.V. Eine eigenständige Broschüre zu dem Thema Wassertourismus auf und an der Schwinge gibt es bisher nicht. Um sich langfristig als wassertouristische „Historische Stadt am Wasser“ zu etablieren, ist eine Fokussierung notwendig. Dazu zählt auch eine Überarbeitung des Informationsmaterials und die Umstellung der touristischen Internetseite. Der Bezug zum Wasser/Wassersport sollte deutlicher herausgestellt werden. Gleich auf der Startseite sollte Stade deutlich als wassertouristisches Ziel erkannt werden. Den SUP Club (als Highlight) kann man hierfür als Aufhänger im Marketing nutzen.

2.5 Onlinebefragung (Auszug)

Im Februar 2018 wurde eine Onlinebefragung zum Thema Wassertourismus in Stade und der Region durchgeführt. Der Aufruf zur Teilnahme erfolgte per Mail, über das Stader Tageblatt, im Stader Wochenblatt sowie auf den Facebook-Seiten von „Stade Tourismus – Frischer Wind im Norden“ und von „Tageblatt-online“. Zudem wurden die touristischen Kooperationspartner der SMTG direkt angeschrieben. Insbesondere Privatpersonen, aber auch touristische Leistungsträger (z.B. Schifffahrtsunternehmen, Gästeführer, touristische Organisationen), Unternehmen der freien Wirtschaft, Gastronomie, Beherbergungsbetriebe, Verwaltungen und Wassersportvereine teilten ihre Meinung mit. 293 Teilnehmer nahmen an der Befragung teil. Im Folgenden werden die Kernergebnisse dargestellt - die vollständige Auswertung ist im Anhang auf Seite 95 zu finden.

Kernergebnisse

- Spontan **assoziiieren** die Befragten mit Wassertourismus entlang der Schwinge mit 39% den **Wassersport**, mit Fokus auf **Kajak, SUP** aber auch Segeln.
- 38% bezeichnen **Schifffahrt** als das touristische **Highlight** in Stade. Dicht danach folgt die Infrastruktur, mit einem wasserseitigen Fokus wie z.B. Hansehafen, Stadersand, Stadthafen, SUP Club Stade mit insgesamt 20%.
- Im Bereich „**Image**“ wird Stade mit 34% eine **historische und mittelalterliche Altstadt** zugesprochen. Die Aspekte „**Maritim**“ und „**Elbnah**“ sowie **Wassertourismus** besitzen lediglich einen Anteil von 7%. bzw. 6%. Durch den Zuschnitt vieler touristischen Angebote für **ältere Gäste** sind 12% der Meinung, Stade habe ein „Senioren-Image“ .
- Insgesamt wird dem **Wassertourismus** in Stade eine **hohe Bedeutung** zugesprochen (42% der Befragten).

2.5 Onlinebefragung (Auszug)

Fortsetzung Kernergebnisse:

- Die **touristischen Aspekte Aktiv-Angebote im und am Wasser, Natur erleben** und der **Regionalitätsbezug von touristischen Angeboten** werden als **gut bis sehr gut** beurteilt, teilweise als ausgezeichnet. Hingegen sind in den Bereichen **Gastronomie** am/auf dem Wasser und Innovation Lücken zu erkennen.
- Die Hansestadt Stade wird in den Themenangeboten **Kunst/Kultur/Geschichte, Naturerlebnis** und **Radfahren** als **gut bis sehr gut** geeignet bezeichnet.
- **Aktive** (sportliche) **Gäste (jung und alt)** werden mit 19% als wichtigste **Zielgruppe** für die wassertouristischen Entwicklung der Region Stade gesehen. Dicht gefolgt von **Familien mit Kindern** mit 15% und **Fahrradtouristen** mit 13%.
- Als größte **Stärke** Stades wird mit 29% die **geographische Lage/Naturraum** gesehen, insbesondere die Lage am Wasser.
- Die größte **Schwäche** wird mit 39% in der **Infrastruktur** gesehen. Hierbei werden land- und wasserseitige Infrastruktur genannt. Hervorzuheben sind **fehlende Slip-Anlagen und Ein- und Ausstiegsstellen** für Sportboote (vor allem Kajak/Kanu).
- Die **Chancen** stehen insbesondere im Bereich **Tourismus/Naherholung/Events/Gastronomie** gut mit 30%. Des Weiteren ist hier der Bereich **Infrastruktur** wichtig. Viele Befragte empfehlen eine Aufweitung und Weiterentwicklung des StadeBeach (SUP Club Stade) am Holzhafen.
- Zukünftige **Risiken** werden mit 20% in Hindernissen wie Auflagen, hohe **Kosten** für Investitionen, **Sicherheit** und Lärmbelästigung gesehen. Dicht gefolgt mit 19% von **Umweltauswirkungen** wie die Elbvertiefung und die daraus resultierende Verschlickung.

2.6 DestinationBrand – zentrale Ergebnisse (Auszug)

Die renommierte, deutsche Studienreihe DESTINATION BRAND liefert seit 2009 repräsentative Daten zur nachfrageseitigen Wahrnehmung von Destinationsmarken. Die jährliche Erhebung befasst sich mit wechselnden Schwerpunkten (Teilstudie zur Markenstärke, Themenkompetenz und Profileigenschaften von Destinationsmarken), die jeweils im 5-Jahres-Rhythmus wiederholt werden. Die Teilstudie Profileigenschaften erhebt mittels 17.000 Interviews (in 2017) die nachfrageseitige Zuschreibung bestimmter Eigenschaften und Charakteristika für Destinationsmarken in der gestützten Abfrage ausgewählter Attribute.



Die Hansestadt Stade wurde jüngst ebenfalls in dieser Studienreihe betrachtet und fällt in die Kategorie „Mittelstädte mit 20.000 bis 100.000 Einwohner“. Im Jahr 2017 wurden in dieser Kategorie 13 Städte erhoben. Im Vergleich lässt sich erkennen, dass die abgefragten Profileigenschaften der Tourismusmarke Stade deutlich unterdurchschnittlich von den Probanden bewertet wurden. Dies ändert sich bei der Betrachtung der Aussagen der „Markenkenner“. Hierunter fallen diejenigen, die Stade mindestens dem Namen nach kennen bzw. die Stadt bereits besucht haben. Hier fällt das Bild wesentlich positiver aus und die Werte rangieren hier im mittleren Bereich des Benchmarks.

Besonders zu erwähnen gilt es, dass bei der Auswertung der „Spezialeigenschaften“ zu erkennen ist, dass die Eigenschaft „maritim“ verhältnismäßig wenig mit Stade assoziiert wird. Auch weitere Profileigenschaften stechen nicht besonders hervor, so dass konstatiert werden kann, dass die Hansestadt Stade kein eindeutig identifizierbares Image aus Nachfragesicht aufweist.

Alle weiteren Ergebnisse sind der Gesamtauswertung zu entnehmen.

3.1 Trends im Tourismus

Im Folgenden werden allgemeine Trends im Tourismus und Trends im Wassertourismus vorgestellt und deren Relevanz für die Region Stade dargestellt.

Tourismusanfrage 2025

Die Kunden ändern sich – und mit ihnen ihre Ansprüche, ihr Buchungs- und Reiseverhalten, ihre Mobilität usw.

Die Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen ermittelt seit vielen Jahren die Reisetrends, die insbesondere für den deutschen Reisemarkt relevant sind.

Quelle: Lohmann et al. 2014

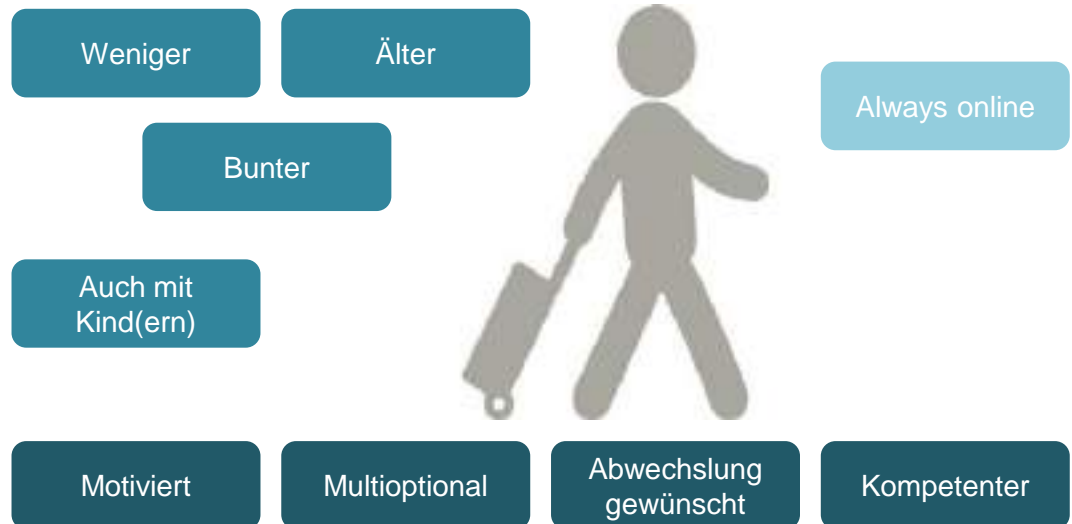


Abb. 20: Trends im Tourismus, eigene Darstellung angelehnt an: Lohmann et al. 2014

3.1 Trends im Tourismus

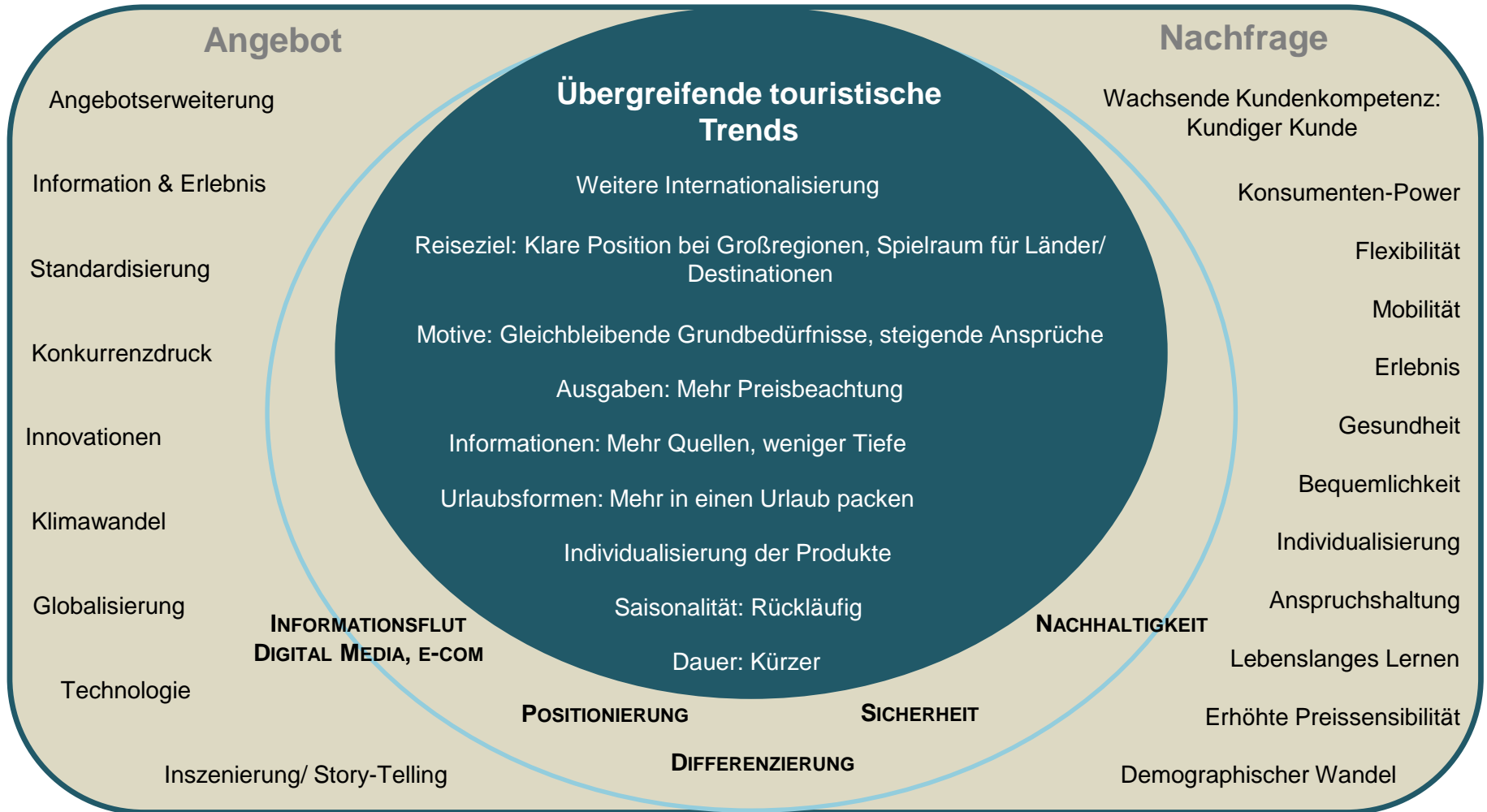


Abb. 21: Trends im Tourismus, eigene Darstellung angelehnt an: Lohmann et al. 2014

(Quellen: nach Lohmann/ Aderhold (FUR) 2014, future matter 2014, Steinecke difu 2011, ZTB-Zukunft/ A. Reiter 2013, :zukunftsinstitut 2013, Z_punkt, 2014, DTV 2013/14, Destination Brand 09-13)

3.1 Trends im Tourismus

Relevante Trends für Stade und Umgebung

Bezugnehmend auf die in den vorangegangenen Grafiken angeführten Urlaubstrends und Entwicklungen 2025 werden im Folgenden die relevanten Trends für Stade und Umgebung beschrieben. Der demografische Wandel und das sich verändernde Freizeitverhalten beeinflussen auch den Wassertourismus.

- Der **Urlaubsreisende** wird immer **älter** – aber „man alters anders“. Außerdem wird das Leben nach dem Renteneintritt zunehmend **aktiver** gestaltet. Für den Wassertourismus ist diese Zielgruppe von Bedeutung – aber hier sollte auch der Aspekt der **Barrierefreiheit/-armut** mitgedacht werden, wie barrierearme Ein- und Ausstiegsmöglichkeiten, Verweilmöglichkeiten am Wasser.
- Es gibt einen Trend zu **naturnahem und individuellem Tourismus**.
- Der heutige Kunde wird aufgrund der **Informationsvielfalt und Reiseerfahrung** immer **anspruchsvoller und kompetenter**. Diese Entwicklung führt dazu, dass sich die Reisenden **Multioptionalität** und **Abwechslung** während ihrer Urlaubsreise wünschen. Für die Kunden müssen in Stade dementsprechend breitgefächerte aber trotzdem authentische Angebote kreiert werden, um den Urlaub flexibel individuell gestalten zu können.
- Das Internet bleibt nach wie vor die wichtigste **Informationsquelle** der Reisenden. Demzufolge sollten die Internetauftritte von den wichtigen Tourismusakteuren in Stade und Umgebung stetig aktualisiert und gepflegt werden, um den Anschluss an die **Digitalisierung** im Tourismus nicht zu verlieren. Quelle: BMWi 2016

3.2 Wassertouristische Trends

Wassertourismus liegt in Deutschland im Trend und verzeichnet steigende Nachfrage. Deutschland verfügt über die größten zusammenhängenden Gewässerstrukturen in Europa und hat sich bei in- und ausländischen Touristen als wichtige wassertouristische Destination etabliert. Quelle: BMWi 2016

- Zunehmende **Individualisierung** in Urlaub und Freizeit
- **Landseitige Angebote** werden attraktiver. Die Mobilität mit dem Wasserfahrzeug ist mit körperlichen Anstrengungen verbunden. Somit gewinnen der Aufenthalt im Hafen sowie die dort und im angrenzenden Umfeld vorzufindenden Freizeitmöglichkeiten mit zunehmendem Alter an Bedeutung.
- Steigende **Umweltanforderungen**, u.a. bedingt durch den Klimawandel (*für Stade auch Thema „Elbvertiefung“*)

Viele Wasseraktivitäten werden häufiger im Urlaub als im Alltag bzw. bei Tagesausflügen ausgeübt.

- Altern der Gesellschaft: **Das Durchschnittsalter der Bootseigner liegt bei >55 Jahren, Angepasste Angebote und Technik sind notwendig.**
- Höhere Mobilität: Lebenslange Bindung an ein Hobby (mit entsprechenden Investitionen) ist mit berufsbedingter Mobilität schwer in Einklang zu bringen. **Neuartige Konzepte (v. a. Mietvarianten)** sind wichtiger denn je.
- Veränderungen der sozialen Strukturen: Der klassische Verein gilt als Auslaufmodell, neuartige soziale (auch virtuelle) Netzwerke ersetzen die alten Funktionen.
- Veränderung der Reisegewohnheiten: Spiegel der monetären Ausstattung und Budgetierung der Freizeit der Touristen
- **Steigende Bedeutung des Erlebnischarakters im Wassertourismus (in Form künstlicher Erlebniswelten);** allerdings sind **auch Gegentrends wie Entschleunigung** erkennbar.

(Quelle: IKZM Oder 2010)

3.2 Wassertouristische Trends

Auch die rechtlich-administrativen Rahmenbedingungen ändern sich:

- notwendige **Anpassungen im Umweltrecht** (Konsequenzen für Nutzung von Wasserflächen, selten auch neue Konflikte)
- Anpassungen im **Wasserverkehrsrecht** an erhöhte Sicherheitsanforderungen (steigende Verkehrsdichte auf dem Wasser und andere Nutzungen) und Einführung technischer Neuerungen auch im Wassersport (GMDSS, AIS u. ä.)
- demgegenüber **Trend zu einer Vereinfachung und Deregulierung (z.B. führerscheinfreies Bootscharen)**
- **Große Bedeutung von Zertifizierung und Qualitätsmanagement**

(Quelle: IKZM Oder 2010)



Abb. 22: Qualitätssysteme im Wassertourismus, Quelle: BMWi 2013

3.2 Wassertouristische Trends

Anforderungen und Trends beim Kanu-Wasserwandern

- Qualität steht auf Platz 1 der Prioritätenliste vieler Kunden.
- Die höchsten Wachstumsraten sind im Bereich organisierter Touren zu erwarten.
- Im Trend liegen maßgeschneiderte, auf die individuellen Belange der jeweiligen Kunden zugeschnittene **Komplettangebote**.
- Die **Kombination** einzelner Bausteine im Rahmen eines flexiblen **Pauschalangebots** sowie eine eindeutige **Themen- und Zielgruppenausrichtung** z.B. in Form von Eltern-Kind-Angeboten werden an Bedeutung gewinnen.
- Besonders beliebt sind Einwegfahrten und **Kombinationsangebote mit dem Fahrrad**.
- Aufgrund des demografischen Wandels und der immer älter werdenden Kundschaft steigen das Komfortbedürfnis im Kanutourismus und der Bedarf an festen Übernachtungseinrichtungen.
- Generell bevorzugen Kanuten naturnahe Gewässer und Fließgewässer mit abwechslungsreichem Gewässerverlauf.

Weitere wichtige Anforderungen an das jeweilige Revier sind:

- ausreichender Wasserstand (ca. 30 cm) und Gewässerbreite, leichte Strömung
- **möglichst durchgängige Befahrbarkeit, wenige Gewässerhindernisse (z. B. Wehre, Umtragestellen)**
- Motorbootfreiheit und geringe Gewässerfrequentierung
- Vorhandensein wassertouristischer Infrastruktur

(Quelle: BTE 2014)

3.2 Wassertouristische Trends

Die Tourismusmarketing Niedersachsen GmbH (TMN) formuliert für den Kanutourismus folgende Qualitätskriterien:

- Einhaltung von Befahrensregeln an den Gewässern
- Zielgruppengerechte Informationen vor Buchungsabschluss
- Umfassende Einweisung vor Tourstart mit Hinweisen zum Naturschutz und zu gewässerspezifischen Gefahrenstellen
- Fachgerechte und sichere Ausrüstung, Ausgabe von kostenfreien, passenden Schwimmwesten
- Bei eigenem Personentransfer: Personenbeförderungsschein vorhanden
- regelmäßige Schulung der Mitarbeiter sowie Ersthelfer im Betrieb

Von hoher Bedeutung ist der Naturschutzaspekt für den Mittel- und Oberlauf der Schwinge. Die TMN unterstützt Kanuanbieter im Zertifizierungsprozess.

(Internetquelle: TMN, Stand: 2018)



Abb. 23 und 24:Oben: Kanufahrer am Holzhafen (SMTG), Unten: Mittellauf Schwinge

3.2 Wassertouristische Trends

Weitere wassertouristische Aktivitäten und Fun sportarten

- Beim Wasserski und Wakeboarding führen neuere und leichtere Materialien zu einem erhöhten Fun-Faktor. Es ist eine Zunahme an Kabelanlagen festzustellen z.T. in Form **künstlicher Erlebniswelten mit Schlepliften, Sprungschanzen und der Möglichkeit des Wakeboardens unter Wasser (Subwing).**
- Stand-up-Paddling (SUP), ggf. in Kombination mit Gesundheitsangeboten (Yoga)

Event-Möglichkeiten am Ufer, in Ufernähe:

- Bossaball: Ballspiel auf Hüpfburg mit Trampolin
- Blobben: Sprung auf einen Luftschlauch und von dort katapultartig ins Wasser
- **Aqua-Zorbing: Bewegung innerhalb einer transparenten Kugel auf dem Wasser**
- Grinseln: schwimmende Grillinsel

Event-Möglichkeiten indoor:

- Stehende Welle (Beispiel Kaufhaus Lengermann und Trieschmann in Osnabrück)

Trends beim Freizeitwohnen und Wohnen am Wasser

- Derzeit ist ein **Trend zu außergewöhnlichen Wohnformen feststellbar.** Im Einzelnen äußert sich dieser Trend in der steigenden Nachfrage nach
- **einem angenehmen natürlichen Umfeld,**
- **der Verbindung von Naturerlebnis und Annehmlichkeit,**
- **authentischen aber auch erlebnisreichen Angeboten,**
- kreativem Design und einem besonderen Stil der Wohnform sowie gehobenem Service (Qualität)

Hausähnliche Wohnformen an Land

- Baumhäuser
- Luxus-Mobilheime und Bungalows
- Schlaffässer, Pods, Scubes
- Erdhügelhäuser, Strohhäuser

Kreative Wohnformen auf dem Wasser

- Stelzenhäuser
- **Wohn-Boote und -Schiffe**
- **Schwimmende Häuser (klassisch und modern)**

(Quelle: BTE 2014)

3.3 Wertschöpfung und regionale Effekte

Die Entwicklung des Wassertourismus entlang der Schwinge und insbesondere in der Hansestadt Stade ist grundsätzlich mit einer positiven Entwicklung der Wertschöpfung sowie weiteren qualitativen und quantitativen regionalen Effekten verbunden. Diese zeigen auf, inwiefern die Region und die Stadt von den jeweiligen Entwicklungsaktivitäten und konkreten -maßnahmen profitiert. Die Wertschöpfungsprozesse sind dabei vielschichtig und lassen sich ebenso wie die weiteren Effekte nur schwer beziffern. Insbesondere folgende Auswirkungen werden auftreten:

Quantitative Effekte

Schaffung von neuen direkten und abgeleiteten (auch anteiligen) Arbeitsplätzen

Einkommens- und Beschäftigungseffekte, auch aus Baumaßnahmen oder sonstigen Investitionen und deren langfristiger Instandhaltung

Wertschöpfungssteigerung aus dem (Wasser-)Tourismus/
Stärkung des Wirtschaftsfaktors Tourismus insgesamt

Fiskalische/Steuerliche Effekte

Wanderungs-/Einwohnereffekte

Qualitative Effekte

Aufrechterhaltung und Ausbau der besonderen Funktion des Tourismus in der Region und in der Hansestadt Stade

Steigerung der touristischen Attraktivität
→ Sicherstellung der Gästezahlen (Tages- und Übernachtungsgäste) → Nutzen für alle touristischen Leistungsträger

Stärkung der regionalen Identität

Imageerhalt und -gewinn

Der Wassertourismus trägt zum Image der Region und der Hansestadt Stade bei und wird entsprechend in das Ortsmarketing eingebunden. Gemessen an den Besucherzahlen und an ihrem Bekanntheitsgrad, ist er einer der wichtigsten touristischen Aspekte. Über unterschiedlichste Angebote werden zahlreiche Übernachtungs- und Tagesgäste angezogen, die über den eigentlichen Besuchsgrund hinaus auch weitere Ausgaben in der Region bzw. in der Hansestadt Stade tätigen. Ein Ausbau des Wassertourismus stärkt langfristig die ganzheitliche Attraktivität.

Regionale Ziele, wie die Stärkung der Wertschöpfung aus dem Tourismus, werden deshalb durch die Pflege und den Ausbau des Wassertourismus erreicht.

3.4 Zielgruppen- und Nachfragepotenziale

Laut BMWi 2013 (Wassertourismuskonzept) wird allen wassertouristischen Segmenten eine steigende Nachfrage bescheinigt.

Wassertourismus-segment	Bewertung
Segeln	Leicht steigende Nachfrage bedingt durch: <ul style="list-style-type: none"> • Regattaaktivitäten • Familienfreundlichere „Daysailer“¹⁴ Wird eher auf Seen ausgeübt, seltener auf BWS, geringe Auswirkungen durch WSV-Reform erwartet
Motorbootfahren	Steigende Nachfrage bedingt durch: <ul style="list-style-type: none"> • Führerscheinfreiheit bis 15 PS Vorwiegend auf BWS, stark von WSV-Reform betroffen
Charterboottourismus	Steigende Nachfrage durch: <ul style="list-style-type: none"> • Einführung und Erweiterung der Charterscheinregelung • starke Angebotsindividualisierung • demografischer Wandel • Diversifizierung von Wassersportfahrzeugen (z.B. motorisierte Flöße, Hausboote, Wohnboote) • Internationalisierung Vorwiegend auf BWS, stark von WSV-Reform betroffen

Wassertourismus-segment	Bewertung
Muskelbetriebenes Wasserwandern	Steigende Nachfrage bedingt durch: <ul style="list-style-type: none"> • anhaltenden Trend des naturverbundenen Tourismus • innovative Angebotsstrukturen (z.B. Paddel&Pedal, bed&paddel) • kostengünstige und familienfreundliche Freizeit-/Urlaubsform • SUP Weniger von WSV-Reform betroffen, wobei Einschränkungen durch strengere Naturschutzregelungen erwartet werden
Wasserski	Leicht steigende Nachfrage bedingt durch: <ul style="list-style-type: none"> • steigende Zahl an Wasserskianlagen • Trendsportart Meist auf BWS, Einschränkungen durch strengere Naturschutzregelungen zu erwarten
Angeln	Steigende Nachfrage bedingt durch: <ul style="list-style-type: none"> • zunehmende Anzahl von Nutzern mit Sportbooten • steigende Zahl von touristischen Angelscheinern An alle Gewässertypen, geringe Betroffenheit von WSV-Reform
Fahrgastschiffahrt	Steigende Nachfrage durch: <ul style="list-style-type: none"> • partielle Modernisierung der Schiffsflotten • innovative Schiffstypen (z.B. Solarkatamarane, Panoramaschiffe) • Umrüstung auf Barrierefreiheit • innovative Angebotsstrukturen (gastronomische, kulturelle und sonstige Angebote) Meist auf BWS, stark von WSV-Reform betroffen

Abb. 25: Nachfragepotenziale der wassertouristischen Segmente
Quelle: BMWi 2013 (Auswahl nach Relevanz - eigene Darstellung)

3.4 Zielgruppen- und Nachfragepotenziale

Die Formulierung der relevanten Zielgruppen für die Hansestadt Stade und entlang der Schwinge sollen sich künftig an der im Tourismuskonzept „Urlaubsregion Altes Land am Elbstrom“ des Dachverbandes Tourismusverband Landkreis Stade/Elbe e.V., vorgenommenen Persona-Zielgruppeneinteilung orientieren – in diesem Konzept werden diese für die Hansestadt Stade mit Fokus auf Wassertourismus wie folgt inhaltlich definiert:

Derzeitig relevante Zielgruppen:

- Überwiegend Senioren, Wassersportler, Tagestouristen, Bus-touristen (als Bestandteil einer Rundfahrt durch das Alte Land), Fahrradtouristen, Wohnmobilisten
- Auch: Kurzurlauber, Kleingruppen, Firmen, Schüler (v.a. Schifffahrt), „Junge“ Senioren

Zielgruppen mit Ausbaupotenzial:

- Junge Leute, Paare
- Familien mit Kindern
- Einwohner
- Wohnmobilreisende

Nach der Meinung der regionalen Schifffahrtsunternehmen werden folgende Zielgruppen als zukünftig relevant eingeschätzt:

- Regionale und überregionale Firmen (u.a. Firmenveranstaltungen)
- Touristen, Reisegruppen, Vereine
- Kinder/Familien (u.a. Familienfeiern)
- Regionale Privatpersonen
- Stadtbewohner/junge Berufstätige sportlich Interessierte (Tages- und Kurzurlauber)
- Multiplikatoren aus Wirtschaft und Verwaltung
- Junggebliebene um die 50
- Ruheständler

3.5 Vermarktungs- und Vertriebspotenziale

Die Betrachtung des **Vermarktungspotenzials** kann nach unterschiedlichen Kriterien erfolgen. Für die Hansestadt Stade relevante Kriterien sowie deren spezifische Potenziale werden wie folgt gesehen:

Zielgruppen:

Das größte Potenzial liegt laut Online-Umfrage bei aktiven (sportlichen) Gästen (Jung und Alt). Aber auch Einwohner, Firmen/Gruppen, Familien mit Kindern und jungen Leuten sollten in den Fokus der wassertouristischen Entwicklung und Vermarktung gerückt werden.

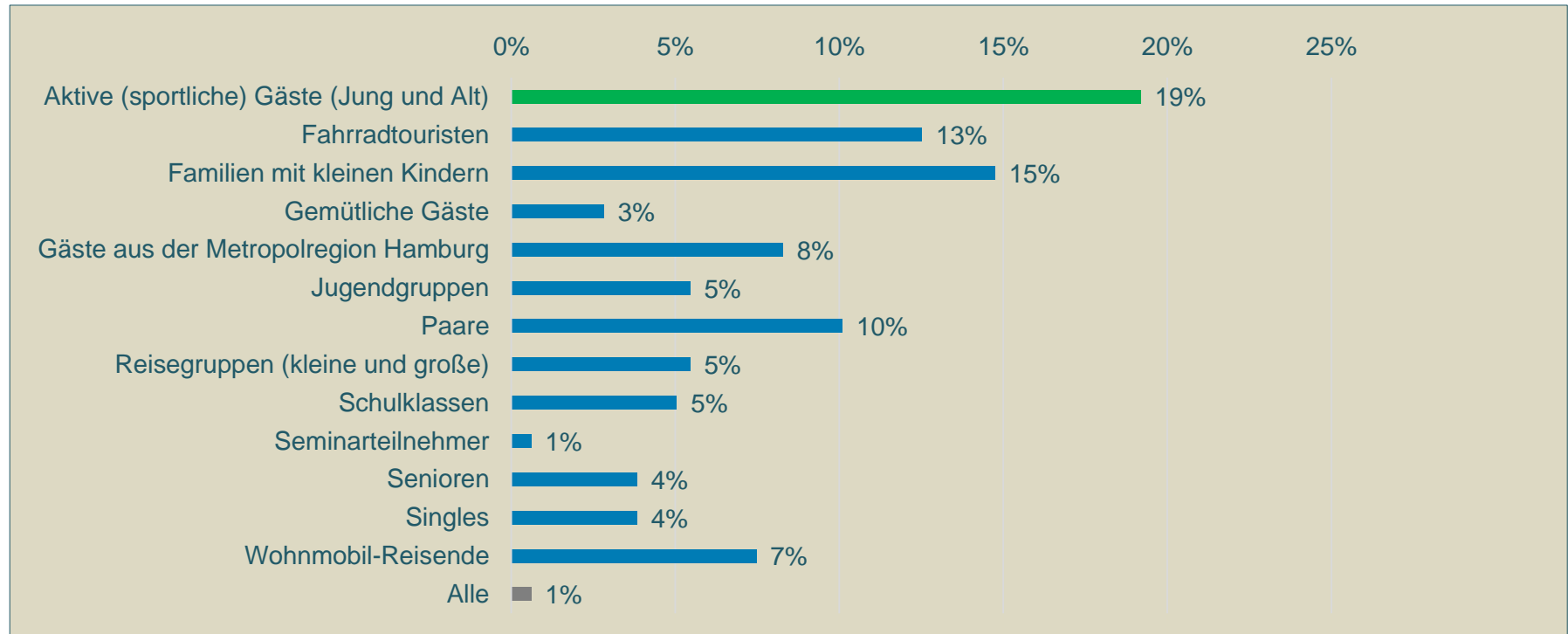


Abb. 26: Auswertung Online-Befragung: Bitte bewerten Sie den Ist-Zustand: Wo sehen Sie die wassertouristischen Stärken in der Region Stade? (inspektour GmbH 2018)

3.5 Vermarktungs- und Vertriebspotenziale

Fortsetzung Vermarktungspotenziale:

Angebote:

Im Angebotsbereich liegt Potenzial in Themenkombinationen und besonderen innovativen Highlight-Angeboten (z.B. SUP Club mit Paddelparcours).

Quellmärkte:

Für Stade und Region ist vor allem die Metropolregion Hamburg interessant (siehe Abb. 27 Einzugsgebietsanalyse).

Zeiten:

Das größte Potenzial liegt in den Frühjahr-/Sommermonaten Mai bis September – insbesondere an den Wochenenden. Für den Wassertourismus gilt hierbei ein engeres Fenster als für den Tourismus generell, da Aktivitäten auf dem Wasser erst ab einer moderaten Wasser- und Außentemperatur möglich bzw. attraktiv sind.

Preisniveau:

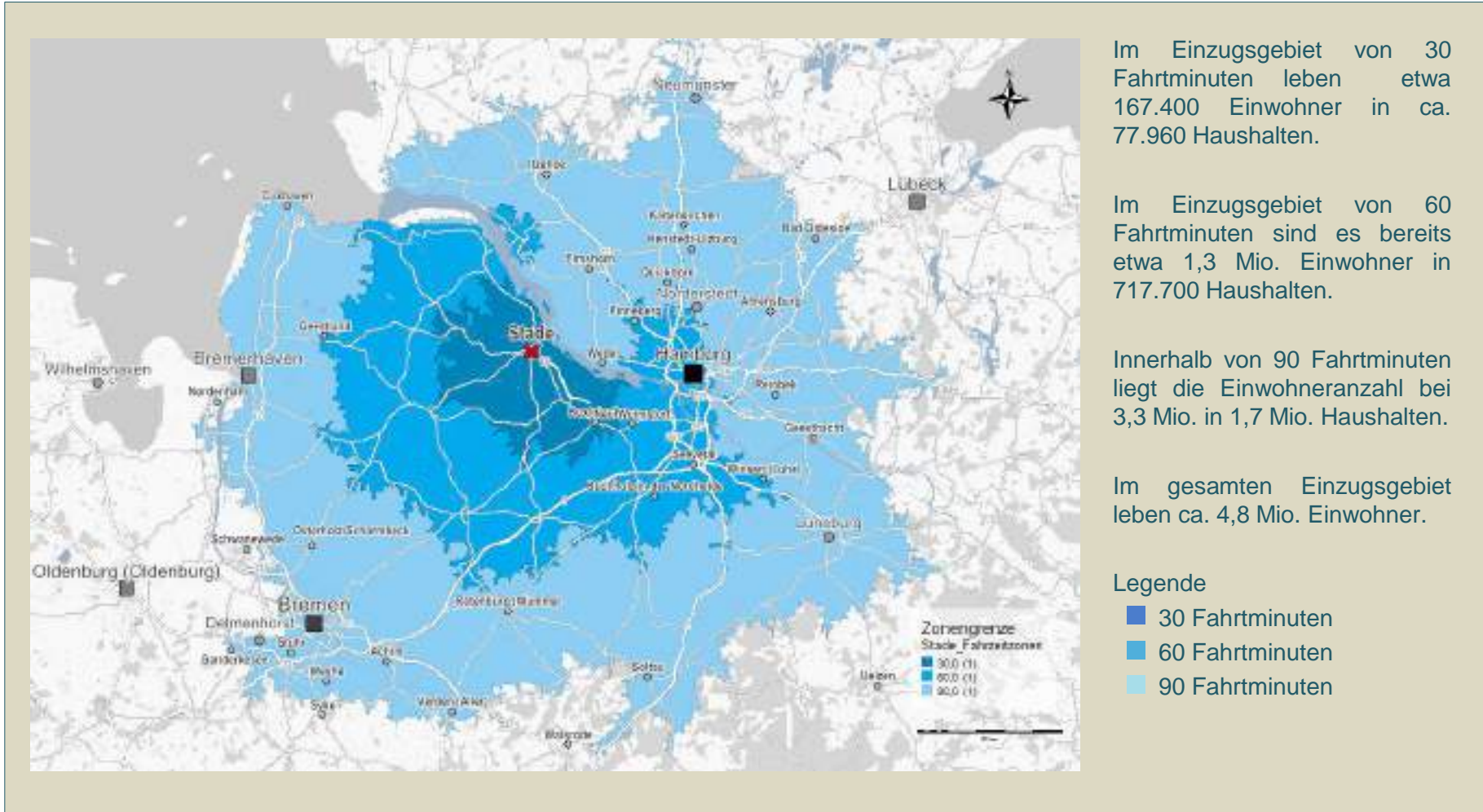
Mittleres Preissegment.

Einzugsgebietsanalyse Hansestadt Stade

Die Einzugsgebietsanalyse für die Hansestadt Stade mit Hilfe des Programmes RegioGraph visualisiert, wie viele Einwohner und Haushalte in einem Einzugsgebiet von 30, 60 und 90 Fahrminuten Entfernung zum Zentrum der Hansestadt leben (siehe Abb. 27). Mit Hilfe dieser Daten kann besser eingeschätzt werden, woher potenzielle Besucher Stades kommen. Das Einzugsgebiet Stades deckt sich in weiten Teilen mit dem der Metropolregion Hamburg, welche im Jahr 2013 26,2 Millionen Tagesgäste verzeichnete – in der Einzugsgebietsanalyse wurden maximal 90 Fahrminuten betrachtet. Durch die räumliche Trennung der Elbe Richtung Norden ist die Erreichbarkeit von Süden kommend höher frequentiert.

Wesentliche Besuchsgründe für die Tagesgäste sind Sehenswürdigkeiten, Attraktionen, Shopping sowie Veranstaltungs- und Restaurantbesuche. Generell geht der Urlaubstrend der Deutschen zu Kurzurlauben im eigenen Land.

3.5 Vermarktungs- und Vertriebspotenziale



Im Einzugsgebiet von 30 Fahrtdaten leben etwa 167.400 Einwohner in ca. 77.960 Haushalten.

Im Einzugsgebiet von 60 Fahrtdaten sind es bereits etwa 1,3 Mio. Einwohner in 717.700 Haushalten.

Innerhalb von 90 Fahrtdaten liegt die Einwohneranzahl bei 3,3 Mio. in 1,7 Mio. Haushalten.

Im gesamten Einzugsgebiet leben ca. 4,8 Mio. Einwohner.

- Legende
- 30 Fahrtdaten
 - 60 Fahrtdaten
 - 90 Fahrtdaten

Abb. 27: Einzugsgebietsanalyse (inspektour GmbH 2018, Programm: Regiograph)

3.5 Vermarktungs- und Vertriebspotenziale

Auf den für die Hansestadt Stade relevanten touristischen (regionalen und überregionalen) Portalen **www.hamburg-tourism.de**, **www.reiseland-niedersachsen.de** und **www.urlaubsregion-altesland.de** ist Stade sichtbar (wenn auch nicht übermäßig präsent) und mit der eigenen Internetpräsenz der STADE Marketing und Tourismus GmbH verlinkt. Diese Seite ist mit Zielgruppenansprache, Angebotspauschalen und umfangreichen Informationen auf Vertrieb ausgelegt.

Auf der Seite **www.metropolregion.hamburg.de** werden ebenfalls vereinzelt touristische Inhalte aufgeführt. Destinationsübergreifend werden die touristischen Interessen der Hansestadt Stade durch den **Tourismusverband Landkreis Stade/Elbe e.V.** vertreten. Regional erfolgt eine gemeinschaftliche Interessensvertretung mit diesem.

Im Bereich einer interkommunalen Zusammenarbeit mit Orten ähnlichen Charakters kann durch Abstimmung und gegenseitige Unterstützung ein Mehrwert für alle Seiten generiert werden – auch im Zusammenhang mit der **AG Maritime Landschaft Untere Elbe**.

Beispielsweise wurde im Zuge der Expertengespräche angeregt, maritime Veranstaltungen auf den „Schwarzen Brettern“ benachbarter Häfen zu bewerben und verstärkt **Wassersportvereine** in die Weiterverbreitung von Informationen zu Highlights mit einzubeziehen.

Die Ansprache potenzieller **Gastlieger** erfolgt in der Regel über Marian-Guides, Online-Foren und die Erfassung in Seekarten. Die Häfen der Schwinge bzw. der Bützflether Süderelbe sind in den gängigen **Marina-Guides** (siehe Ideenpool 6.21) teilweise erfasst. Zusatzinformationen und Aktualität der Angaben werden von Wassersportlern stark geschätzt.

3.6 Stärken-Schwächen-Chancen-Risiken-Analyse (SWOT)

Aus den Ergebnissen des Desk Research, der Online-Leistungsträgerbefragung, den Experteninterviews, den Treffen mit der Lenkungsgruppe sowie den Erfahrungen aus anderen Projekten wurde das Stärken-Schwächen-Chancen-Risiko-Profil (SWOT) erstellt.

Stärken

Attraktive geografische Lage

- Elbnähe/-anschluss
- Stadt von Wasser durchzogen (Schwinge, Burggraben)
- Innerhalb der Metropolregion Hamburg
- Mittel-/Oberlauf Schwinge: attraktives Erholungsgebiet

Verkehr/Infrastruktur

- Schwinge ist als Bundeswasserstraße eingestuft
- Gut ausgebaute und reichlich Häfen und Anleger
- Gute ÖPNV-Anbindung an Hamburg und Umgebung

Maritim/Geschichte

- Historische Altstadt/sehenswerte Innenstadt
- Stade = Hansestadt
- Hansehafen: einer der ältesten Häfen in Nordeuropa
- Zahlreiche maritime Sehenswürdigkeiten
- Erlebbar maritime Angebote inkl. Schifffahrt (Greundiek, Fleetkähne, Gondoliere, SUP...)
- Authentisches Stadtbild durch Traditionsschiffe

Schwächen

Image

- Stade wird nicht als maritim wahrgenommen
- „Wasser“ ist im Alltag – bei den Einwohnern – nicht verankert
- Zielgruppe: eher Ältere
- keine Profil- bzw. Markenschärfe als wassertouristische Destination
- Potenzial Stadthafen nicht optimal genutzt

Marketing

- Maritime Angebote nicht ausreichend sichtbar

Verkehr/Infrastruktur

- Potenzial bei Infrastruktur oftmals nicht genutzt
- Wasser ist schwer zugänglich (z.B. Hansehafen)
- Keine direkte Fährverbindung nach Hamburg

Organisationsstruktur/Ressourcen

- Beschränkte Ressourcen bei ehrenamtlichen Hafen- und Schifffahrtsbetreibern

Abb. 28: SWOT-Analyse (Zusammenfassung)

3.6 Stärken-Schwächen-Chancen-Risiken-Analyse (SWOT)

Chancen

- Fokussierung in Angebotspalette und Marketing
- USP „maritim“/„Stadt am Wasser“ schaffen/bespielen
- Kombination von Historie/Altstadt und maritimem Angebot
- Wassertouristische Infrastruktur weiter ausbauen: Zugang zum Wasser schaffen, Slip-Anlagen, Kanu-Einsatzstellen...
- Wander-, Radwege am Wasser installieren/optimieren*
- Bekanntheit Elbe-Radweg stärker nutzen
- Kooperation mit Schifffahrtsunternehmen (Fährverbindung)
- Themenkombinationen (Paddel & Pedale,...)
- Gastronomie/Beherbergung am Wasser schaffen
- Name „Hansehafen“ etablieren und für Schifffahrt zugänglich machen inkl. gastronomischer Nutzung
- Entwicklung eines sanften Tourismus am Schwinge-Mittel-/Oberlauf
- Neue Zielgruppen erschließen (wasseraffin)
- Stade als Anlaufhafen für Traditionsschiffe ausbauen
- Alternative Betreiberkonzepte für Traditionsschiffe
- Bündelung personeller Ressourcen

Risiken

- Zielgruppenverlust durch Fokussierung auf Wassertourismus
- Mangelndes Qualitätsbewusstsein durch zu rasche Umsetzung von wassertouristischen Maßnahmen
- Rückgang aktiver Vereinsmitglieder – Angebotsreduzierung und längerfristig Einstellung ehrenamtlicher Dienstleistung, Infrastruktur
- Hoher Konkurrenzdruck durch zahlreiche vergleichbare, wassertouristische Destinationen in der Region
- Hohe Kosten durch Erweiterung von wassertouristischer Infrastruktur (Investition/Instandhaltung)
- Konflikt mit Naturschutz durch intensivere Nutzung von Wasserflächen
- Aktive Wassersportangebote können zu mehr „Trubel“ führen und die „Ruhe“ am Wasser stören
- Elbvertiefung (Verschlickung)
- Verlust des Status „Bundeswasserstraße“ - Schwinge kann langfristig nicht mehr unterhalten werden

Abb. 28: SWOT-Analyse (Fortsetzung)

*in Abstimmung mit dem regionalen Radwegekonzept Landkreis Stade/Tourismusverband Landkreis Stade / Elbe e.V.

4.1 Aktivitäten auf Bundesebene

Unter dem Titel „Schaffung der organisatorischen, personellen und finanziellen Voraussetzungen zur Verbesserung der wassertouristischen Infrastruktur“ hat das Bundesministerium für Verkehr und digitale Infrastruktur (**BMVI**) im Jahr 2016 ein **Wassertourismuskonzept** auf Bundesebene auf den Weg gebracht.

Zwei Hauptziele werden damit verfolgt:

- die Infrastruktur für den Wassertourismus zu verbessern (z. B. Instandsetzung, Vernetzung, Engpassbeseitigung) und
- die Ressourcen der Wasser- und Schifffahrtsverwaltung auf die Erledigung der Aufgaben im Hauptnetz zu konzentrieren.

Im Konzept wurde eine Kategorisierung zwischen Haupt- und Nebennetz vorgenommen und die Bedeutung für den Tourismus herausgestellt.

Der Schwinge wird als Nebenwasserstraße eine „sehr geringe“ Bedeutung für den Freizeit und Tourismus zugeordnet.

Die Maritime Landschaft Unterelbe kritisiert an dieser Einstufung, dass die Nebenflüsse der Elbe einzeln betrachtet, als Sportboot-Revier allerdings im Zusammenhang mit der Unterelbe betrachtet werden und dadurch eine deutliche höhere Bedeutung erhalten müssten.

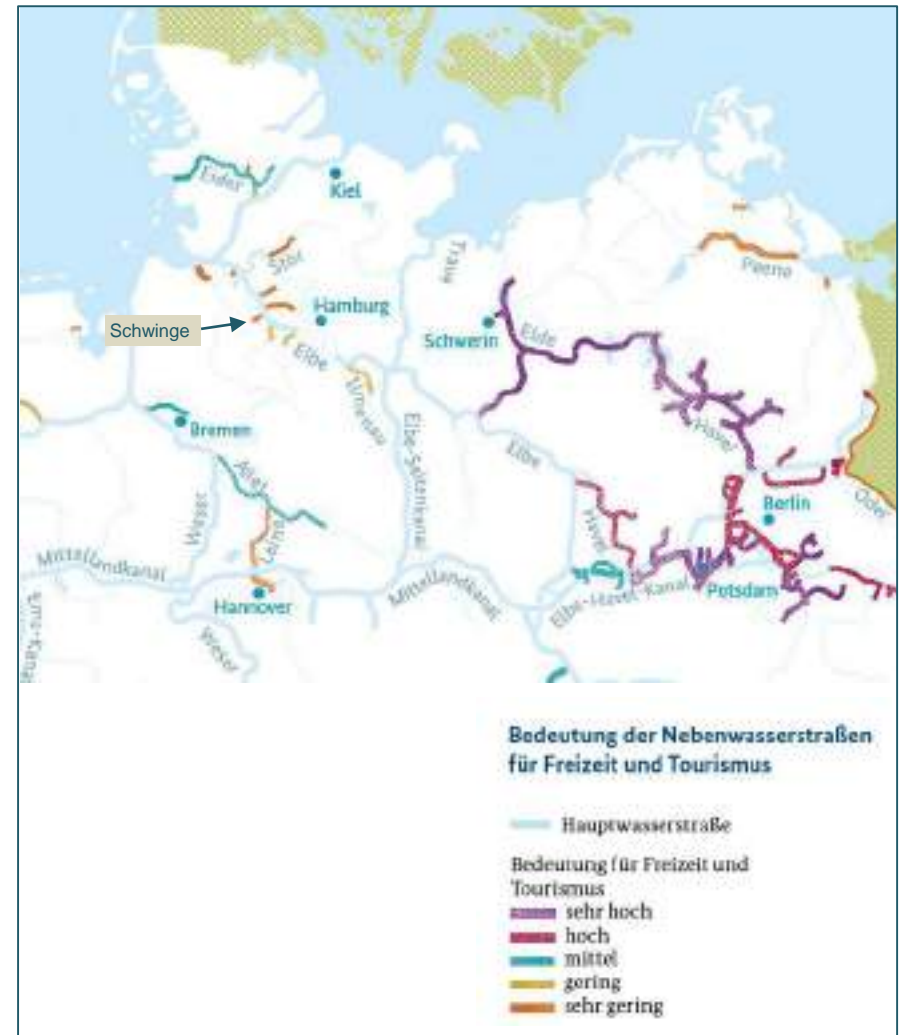


Abb. 29: Wassertourismuskonzept (Ausschnitt), Quelle: BMVI 2016

4.1 Aktivitäten auf Bundesebene

Im Zeitraum 2011/2012 startete das Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (BMWi) das Projekt „**Marketingoffensive Wassertourismus**“. Federführend waren der Tourismusverband Mecklenburg-Vorpommern in enger Abstimmung mit dem Deutschen Tourismusverband (DTV) und weiteren Partnern daran beteiligt.

Mit dem in diesem Zusammenhang entstandenen „**Praxisleitfaden für wassertouristische Unternehmen, Kommunen und Vereine**“ (BMWi 2013) wird insbesondere die ökonomische Bedeutung des Wassertourismus beleuchtet.

Er stellt zukünftige Trends im Wassertourismus vor (siehe Kapitel 3. Potenzialanalyse), gibt einen Überblick über Qualitätskriterien und –siegel und enthält zahlreiche Links zu Best-Practice Beispielen.

Ein weiterer Bestandteil war der Aufbau einer **Online-Plattform** mit dem Ziel, wassertouristische Destinationen und deren Angebote bundesweit vorzustellen.

<http://www.wasser-und-urlaub.de>

Der **ADAC** ist auch im Geschäftsfeld „Wassertourismus und Sportschiffahrt“ unterwegs.

Neben der Erstellung von digitalen Seekarten, stellt er im digitalen **Marinaführer** Informationen über Häfen und Reviere

zur Verfügung. Die erfassten Daten werden von zahlreichen namhaften Marina Software-Herstellern als Grundlage verwendet. Der Basiseintrag ist kostenlos. Der Hafen in Abbenfleth ist bereits erfasst.

Der Bundesverband für Wassersportwirtschaft startete im Jahr 2016 die Kampagne „**Start Boating**“. Auf der Homepage stehen Termine für kostenlose Probefahrten im Fokus, es werden aber auch Wassersportreviere vorgestellt und Termine bekannt gegeben. Mit der Initiative wird das Ziel verfolgt, Menschen fürs Bootfahren zu begeistern.

<http://www.start-boating.de>

Mit dem **Bundesprogramm Blaues Land Deutschland** (BMVI und BMUB, 2017) wird insbesondere die ökologische Aufwertung von Nebenwasserstraßen verfolgt. Dabei soll auch die Steigerung der Attraktivität für den Wassersport verfolgt werden. Die Fachstudie zeigt insbesondere den Handlungsbedarf und die künftigen Renaturierungsmöglichkeiten an den Bundeswasserstraßen auf – allerdings nur für die im Kernnetz befindlichen Wasserstraßen. Die Schwinde liegt nach der Definition der Studie außerhalb des Kernnetzes.

4.2 Metropolregion Hamburg

Die Geschäftsstelle der Arbeitsgemeinschaft **Maritimen Landschaft Unterelbe GbR** (MLU) sieht sich als Netzwerk maritimer Akteure und Orte von Hamburg bis zur Nordsee. Mit finanzieller Unterstützung durch den Förderfonds der Metropolregion Hamburg werden regionale Projekte initiiert und Interessen vertreten. Im Fokus steht hierbei die Naherholung und die touristische Inwertsetzung.

Darüber hinaus setzt sich die MLU für die Sicherung des Segel- und Wassersportreviers der Elbe und ihrer Nebenflüsse ein.

Das Leitprojekt der Metropolregion Hamburg „**Kurs Elbe**“ befasst sich ebenfalls mit der Weiterentwicklung des Wassertourismus, allerdings auf dem Elbabschnitt von Hamburg nach Wittenberge.

In der Nachbarstadt **Buxtehude** wurde im Jahr 2017 ein **Wassertourismuskonzept** für die Este erstellt. Kooperationsansätze wurden im Rahmen dieses Konzeptes mit der Nachbarkommune besprochen.

Die „**Stiftung Elbefonds**“ wurde im Zuge der bevorstehenden Elbvertiefung im Jahr 2007 ins Leben gerufen.

Ihr Stiftungszweck ist die finanzielle Unterstützung der Minderung/Beseitigung der Verschlickung/Versandung der Häfen im Einzugsgebiet der Tideelbe. Derzeit befassen sich betroffene Häfen – auch in der Schwinge - mit der Vorbereitung der Anträge. Eine Antragsstellung ist erst mit dem Beginn der Elbvertiefung möglich.

Eine finanzielle Unterstützung erfolgt nur für Häfen, die Thematik der Verschlickung der Nebenflüsse und Zufahrten bleibt außen vor. Die Geschäftsstelle der Arbeitsgemeinschaft Maritime Landschaft Unterelbe GbR (MLU) übernimmt verwaltungsmäßige und dienstleistende Aufgaben der „Stiftung Elbefonds“.

Die **Wassersportverbände** entlang der Elbe stimmen sich in unterschiedlichen Netzwerken auf Landes- und Bundesebene eng ab und setzten sich für ihre Belange ein. Sie beziehen u.a. gemeinsam Position zum „Gesamtkonzept Elbe“ des Bundesministeriums für Verkehr und digitale Infrastruktur (2017), bei welchem die Wassersportverbände nicht einbezogen wurden.

Auch das Thema Elbvertiefung/Verschlickung wird im Netzwerk der Maritimen Landschaft Unterelbe gemeinsam angegangen.

5.1 Vision

Mit einer Vision vor Augen werden Maßnahmen und Handlungen erarbeitet und umgesetzt, um die in der Zukunft liegenden gewünschten Ziele zu erreichen.

Idealerweise wird die Vision von allen touristischen Entscheidungseinheiten und (wasser-)touristischen Akteuren in der Region mitgetragen und bildet die Grundlage für alle weiteren strategischen Entscheidungen, die in der Zeit der Umsetzung relevant sind oder sein werden.

Die Vision wurde von der Lenkungsgruppe erarbeitet, im Prozess ergänzt, gekürzt und modifiziert. Am Ende einigten sich die Teilnehmer auf diesen Ansatz.

Vision

Die Hansestadt Stade besinnt sich auf ihren maritimen Ursprung, verbindet Vergangenheit und Zukunft und entwickelt sich zu *der* historischen Stadt am Wasser mit nachhaltigen wassertouristischen Angeboten – hier kann man leben, arbeiten, erleben und Urlaub machen am, im, auf dem Wasser.



Abb. 30 Burggraben

5.2 Übergeordnete Ziele

Im Tourismuskonzept Urlaubsregion „Altes Land am Elbstrom“ wurden Ziele für ein erfolgreiches Tourismusmarketing vereinbart, welche übergeordnet verfolgt werden. Die folgenden Ziele, welche im Rahmen der Wassertourismuskonzepterstellung gemeinsam mit der Lenkungsgruppe entwickelt wurden, sind darauf abgestimmt und mit Blick auf den Fokus „Wassertourismus“ präzisiert worden.

Die Zielformulierungen in beiden Konzeptionen dürfen und sollen sich ergänzen.

Übergeordnet wurden in der Lenkungsgruppe folgende wassertouristische Ziele definiert. Die Reihenfolge der Ziele sagt hierbei nichts über deren Relevanz aus.

Übergeordnete Ziele

1. Schaffung/Stärkung einer Identität „Stadt am Wasser“
2. Stärkung der Wahrnehmung der Region um Stade als wassertouristische Destination
3. Verbesserung des wassertouristischen Angebotes für Bewohner und Gäste
4. Verbesserung der wasserbezogenen Infrastruktur (im, am, auf dem Wasser)
5. Verbesserung der Aufenthaltsqualität für Einwohner und Gäste

Abb. 31: Übergeordnete Ziele

5.3 Handlungsfelder

Als **Ergebnis der Analyse** und um sich in den kommenden Jahren solide und visionär wassertouristisch aufzustellen und den beteiligten Ebenen und Akteuren sinnvolle inhaltliche Unterstützung zukommen zu lassen, werden **drei Handlungsfelder** definiert, die zukünftig verstärkt bearbeitet werden. Die Themen „Nachhaltigkeit“ und „Barrierefreiheit“ werden als Selbstverständlichkeit gesehen und sollen, im Rahmen der Möglichkeiten, berücksichtigt werden.

Die Handlungsfelder sind inhaltlich nicht abschließend, die Aktivitäten der Akteure gehen auch darüber hinaus.

Die Reihenfolge der Handlungsfelder sagt weder in dieser noch in nachfolgenden Darstellungen etwas über deren Relevanz aus. Innerhalb der Handlungsfelder werden in einem nächsten Schritt die Umsetzungsziele beschrieben, die die Region Stade in den kommenden Jahren mindestens erreichen möchte.

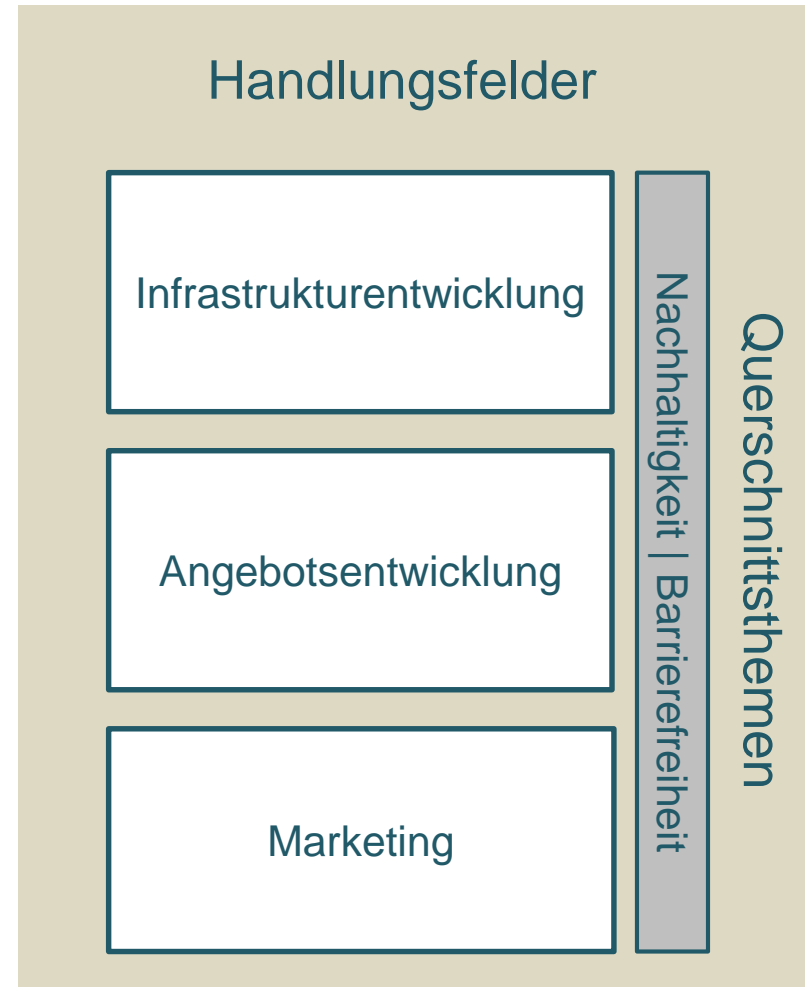


Abb. 32 Handlungsfelder

5.4 Umsetzungsziele auf Handlungsfeldebene

In den drei Handlungsfeldern wurden konkrete Umsetzungsziele definiert, welche bei der Maßnahmen-/Ideenentwicklung richtungsweisend Berücksichtigung finden.

<h3>Infrastrukturentwicklung</h3> <ol style="list-style-type: none">1. Die wassertouristische Infrastruktur soll qualitativ und gästefreundlich aufgewertet und ausgebaut werden.2. Stades Altstadt soll für Schiffe und Boote zugänglich gemacht werden.3. Die Aufenthaltsqualität und Atmosphäre am Stadthafen soll verbessert werden.*4. Die Infrastruktur AM Wasser (z.B. Wege) soll stärker eingebunden / genutzt / verbessert werden.*5. Die Befahrbarkeit der Bundeswasserstraße Schwinge soll sichergestellt werden. <p>* In enger Abstimmung mit der angestrebten Altstadtsanierung.</p>	<h3>Angebotsentwicklung</h3> <ol style="list-style-type: none">1. Schaffung von Highlights sowie Ausbau von zielgruppenorientierten, innovativen und regional-typischen Angeboten mit Alleinstellungscharakter.2. Qualitative und quantitative Steigerung des wassertouristischen Beherbergungs-, Gastronomie- und Freizeitangebotes.3. Übernachten am/auf dem Wasser soll möglich werden.4. Aktuelle Trends zu wassertouristischen Angeboten sollen aufgegriffen werden.
<h3>Marketing</h3> <ol style="list-style-type: none">1. Steigerung der Bekanntheit, Sympathie, Besuchsabsicht von Stade und Schwinge durch die Fokussierung auf das Thema Wassertourismus in der Kommunikation.2. Eine maritime Identität „Historische Stadt am Wasser“ soll aufgebaut und die Wahrnehmung als wassertouristische Destination gesteigert werden - nach innen und außen.3. Neue Zielgruppen sollen gewonnen werden.	

Abb. 33: Umsetzungsziele in den Handlungsfeldern

6.0 Ideenpool

Im folgenden „Ideenpool“ werden Maßnahmen für die zukünftige wassertouristische Entwicklung der Hansestadt Stade und der Schwinge dargestellt. Die Empfehlungen werden entsprechend ihrer Umsetzbarkeit in kurzfristige, mittelfristige und langfristige eingestuft.

Mit dem Projektideenpool gibt inspektour Anregungen, welche Art von Maßnahmen zur Erreichung der Ziele sinnvollerweise angegangen werden sollten.

Bei der Entwicklung wurden Ansätze und Ideen aus Expertengesprächen, Lenkungsgruppentreffen sowie der Onlinebefragung aufgenommen. Darüber hinaus wurden Ergebnisse aus der Potenzialanalyse gutachterlich berücksichtigt und aufgegriffen.

Die Untergliederung der Maßnahmen erfolgt in den Handlungsfeldern Infrastruktur-, Angebotsentwicklung und Marketing. Die Themen Nachhaltigkeit und Barrierefreiheit werden bei der Umsetzung der Maßnahmen idealerweise, so weit möglich, mitgedacht. Die Reihenfolge hat keine Bedeutung für eine Priorisierung und einen potenziellen Umsetzungszeitpunkt.



Abb. 34 und 35: Oben: Alter Hafen mit „Willi“, Unten: Tiedenkieker

6.1 In Szene setzen: Stadthafen

„Machen Sie im Stadthafen von Stade fest und liegen direkt vor den Toren der historischen Altstadt. Die charmante Fachwerk-Stadt bietet viel Sehenswertes“ – so heißen die Stadtwerke Wassersportler im Hafen auf ihrer Homepage willkommen.

Nur der wenig maritime Charakter des vorgelagerten Parkplatzes trübt das Bild. Statt der Parkplätze werden hafengerechte Restaurants, Fischläden und Sitzgelegenheiten in der Online-Umfrage gefordert. Dem Hafen soll „Leben eingehaucht werden“ – mehr Traditionsschiffe und maritime Veranstaltungen sollen den maritimen Charakter stärken, aber auch Anlegestellen für muskelbetriebene Sportboote tragen zur wasserseitigen Belebung bei.



Abb. 36: Fischverkauf vom Kutter in Wismar

Handlungsfeld: Infrastrukturentwicklung

Maßnahme: Stärkung der Aufenthaltsqualität am Stadthafen (in enger Abstimmung mit der angestrebten Altstadtanierung)

- Willkommenszeremonie für Schiffe im Stader Hafen (z.B. über Display, ggf. über AIS-Informationssystem - www.marinetraffic.com)
- Inszenierung der historischen Stadtmauer am Spiegelberg
- Geschäfte mit maritimen Accessoires
- Fischverkauf, -imbiss (Elbfisch), z.B. vom Schiff aus; Container-Imbiss auf Parkplatz vor Firma Rinck
- Ansiedlung weiterer kommerziell betriebener Traditionsschiffe (Gastronomie, Museumsschiff, regionale Produkte,....)
- **Verlegung des Parkplatzes – Anlage einer Hafensperrmauer**
 - Bushaltestelle zum Ein- und Ausstieg von Reisebussen – kein dauerhafter Busparkplatz
- **Verbesserung der Fußgänger – Verbindung zum Hansehafen/ Altstadt**
 - Installation einer Bedarfsampel oder Verlegung des Fußgängerüberwegs zur fußgängerfreundlichen Verbindung des Hafens mit der Altstadt
- **Umsetzungszeitraum:** mittel- und langfristig
- **Beteiligte:** Hansestadt Stade, Stadtwerke Stade, AG „Aktuelles Stade“, Verein „Alter Hafen“

6.2 In Wert setzen: Salztorschleuse

Die ursprünglich 1792 errichtete (1996 restaurierte) Salztorschleuse trennt den tidenbeeinflussten Unterlauf vom Mittel-Oberlauf der Schwinge. Von der Straße kommend hat man einen wunderbaren Ausblick auf den Burggraben bzw. auf den Stadthafen. Das Schleusenareal lädt allerdings nicht zum Verweilen ein und könnte landseitig mehr in Wert gesetzt werden.



Abb. 37 und 38:
Salztorschleuse
Oben: Plattform,
Unten Treppe

Handlungsfeld: Infrastrukturentwicklung

Maßnahme: Aufwertung und Belebung des Umfeldes der Salztorschleuse

- Installation einer Informationstafel mit Stadtplan, wichtigen Sehenswürdigkeiten inkl. geschichtlicher Information
- Inwertsetzung der Plattform an der Salztorschleuse (Verweilmöbel, Verkehrssicherung)
- Anlegesteg und Umtragestelle für kleine Boote vom Stadthafen zum Holzhafen
- ggf. Gastronomie am Standort Parkplatzfläche unterhalb des „Rena-Grills“ (siehe Maßnahme 6.17)

Umsetzungszeitraum: Langfristig

Beteiligte: Hansestadt Stade, Stadtwerke Stade



Abb. 39: Kanufahrer vor Salztorschleuse

6.3 Volle Fahrt voraus: Öffnung des Hansehafens

Das große Ziel des Vereins Alter Hafen ist die Öffnung des Hansehafens, um dem maritimen Erbe der Hansestadt gerecht zu werden und den Hafen wieder voll erlebbar zu machen. Derzeit verhindert die Betonbrücke der Hansestraße eine freie Durchgängigkeit für Wasserfahrzeuge. Der Ewer „Willi“ liegt somit allein im Hansehafen und kann nur mit Hilfe eines Krans seinen Liegeplatz verlassen. Auch aus fischökologischer Sicht ist eine Öffnung wünschenswert, da so die Durchlässigkeit für Elbfische verbessert wird.



Abb. 40: Ewer Willi im Hansehafen

Handlungsfeld: Infrastrukturentwicklung

Maßnahme: Öffnung des Hansehafens

- Realistische Auseinandersetzung mit der Thematik „Öffnung des Hansehafens“ unter Berücksichtigung der Aspekte „historische und städtebauliche Bedeutung für die Hansestadt“, Prüfung der Machbarkeit und Wirtschaftlichkeit

Umsetzungszeitraum: kurz- bis mittelfristig

Beteiligte: Hansestadt Stade



Abb. 41: Stadthafen mit Blick auf Betonbrücke (Hansestraße)

6.4 Rasten: Am und auf dem Wasser

Der Burggraben in der Innenstadt Stades ist im Rahmen des Partnerstadtprojektes in der Hansestadt Stade zur Internationalen Gartenschau 2013 (igs) in Hamburg-Wilhelmsburg mit vielen Anlegestellen ausgestattet worden. Der Anleger am Stadeum lädt beispielsweise Kanu und Kajakfahrer zum Rasten und Verweilen ein und ermöglicht den Ein- und Ausstieg auf einen Fleetkahn. Durch eine bewegliche Gangway ist der schwimmbare Anleger tidenunabhängig nutzbar.

Insbesondere im Bereich des Mittel- und Oberlaufs der Schwinge fehlt es jedoch an öffentlichen Rastplätzen und Einsatzstellen. Hier haben Kanufahrer bisher nur die Möglichkeit „wild“ am Ufer zu landen bzw. die Boote zu Wasser zu lassen. Dies in geordnete Bahnen zu lenken ist auch zum Schutze der Natur sinnvoll.

Doch auch im Unterlauf der Schwinge und auf dem Burggraben ist zu prüfen, wo am und auf dem Wasser gerastet werden kann, wie und wo Wassersportler ihre Boote zu Wasser lassen können inkl. Parkmöglichkeiten von Transportfahrzeugen entlang der Wasserstrecken für private Paddler.

Handlungsfeld: Infrastrukturentwicklung

Maßnahme: Schaffung von funktionsfähigen und sicheren Einsatzmöglichkeiten, Wasserrastplätzen und Rastplätzen am Wasser für Kajaks und Kanus entlang der Schwinge

- Prüfung und Festlegung der Standorte unter Berücksichtigung der Belange des Natur- und Wasserschutzes (möglicher Standort Wasserrastplatz: Spielplatz Diedrich-Speckmann-Weg Ecke Jahnstraße, Schwedenschanze)
- Bei der Konzeptionierung der Plätze sind Wassersport- und Hafenbetreiber einzubinden sowie für den Mittel- und Oberlauf das Naturschutzamt Landkreis Stade
- Patenschaften zur laufenden Betreuung der Rastplätze – ggf. durch Wassersportverbände, -betreiber, Angelverein,...

Umsetzungszeitraum: Mittelfristig

Beteiligte: Hansestadt Stade, Wassersportvereine und -betreiber, Naturschutzamt Landkreis Stade, Naturschutzverbände, Angelverein, Schifffahrtsunternehmen, Hafenbetreiber

6.5 Holzhafen: Chillen und Ablegen

Beim SUP Club Stade am Holzhafen ist an Sommertagen viel los. Entspanntes Zurücklehnen ist hier genauso gut möglich wie sportlicher Einsatz. Mit Kanus, Kajaks, Tretbooten oder SUP Boards machen sich Gruppen, Familien oder Einzelpersonen – individuell oder mit einem Trainer – auf den Weg Richtung Mittel- und Oberlauf der Schwinge. Für einen ausgewogenen Tagesausflug bietet sich als Ziel die Schwedenschanze an.

Seit Sommer 2018 hat auch der BBQ-Donut seinen Heimathafen am SUP Club.

Um allen Wasser-Aktivitäten am Holzhafen ausreichend Platz zu bieten, besteht ein Bedarf an einer zusätzlichen Steg-Anlage. Der SUP Club Stade hat hier bereits konkrete Vorstellungen.

Handlungsfeld: Infrastrukturentwicklung

Maßnahme: Erweiterung der Steganlage am Holzhafen

- Erweiterung und Optimierung des vorhandenen Stegs im westlichen Bereich
- Anlage eines neuen Stegs (1) östlich des bestehenden Stegs (2)

Umsetzungszeitraum: mittelfristig

Beteiligte: Hansestadt Stade, STADE Marketing und Tourismus GmbH, SUP Club Stade

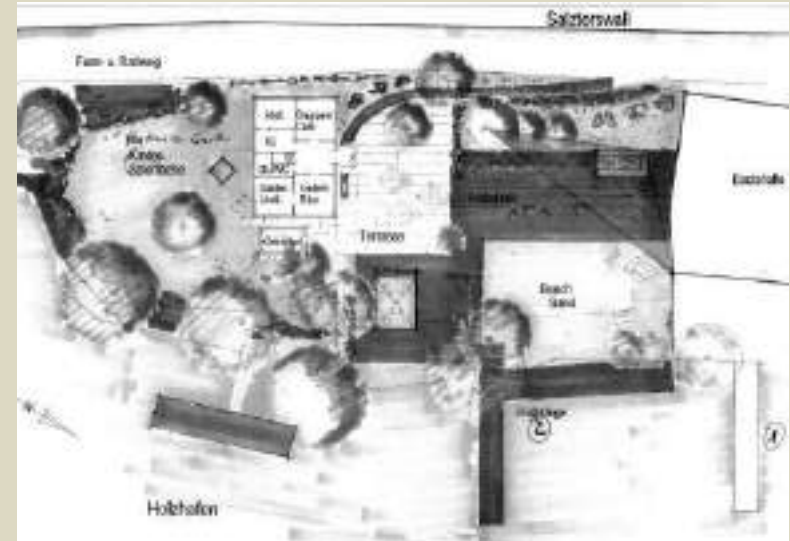


Abb. 42: Konzept StadeBeach – Philipp Heindl

6.6 Ankommen: Stadersand

Stadersand ist mit dem Ausflugsrestaurant „Elbblick“ und dem weiten Blick über die Elbe das Tor zur Elbe. Der Standort unterliegt mit dem Chemieunternehmen Dow Chemical und weiteren dort ansässigen Firmen insbesondere einer gewerblichen Nutzung. Das hat zur Folge, dass auf dem Gelände besondere Sicherheitsbestimmungen gelten.

Eine Nutzung zur Naherholung ist daher nur untergeordnet zulässig. So wird der vorhandene Anleger auch von Ausflugsschiffen genutzt. Bänke mit Blick auf die Elbe laden zum Verweilen ein – wobei hier Optimierungsbedarf besteht.



Abb.43: Stadersand (SMTG)

Handlungsfeld: Infrastrukturentwicklung

Maßnahme: Willkommenssituation Stadersand verbessern (im Rahmen des geltenden Störfallrechts)

- Informationstafel – unter Einbindung der gewerblichen Bedeutung des Standortes
- Verweilmöglichkeiten und Aufenthaltsqualität verbessern (Tisch-Bank-Kombinationen, Papierkörbe, Kiosk mit Café z.B im Kassenhäuschen (wie „Kaffeeklappe“ in Twielenfleth), Ponton instandsetzen
- Uferbereich herrichten und regelmäßig pflegen
- Säuberung der Fläche von Unrat, ggf. jährlicher Aktionstag unter dem Motto „Stade räumt auf“
- Optimierung der Anbindung/Transfer zum Anleger Stadersand und Lühe vor der Stader Innenstadt - oder vom Stader Stadthafen

Umsetzungszeitraum: Kurzfristig

Beteiligte: Hansestadt Stade (FB III), Reedereien, im Rahmen von Aktionstagen auch die Bevölkerung, Vertreter der ansässigen Industrie, Naturschutzvereine, Verbände, Initiativen

6.7 Entlang der Schwinge: Wandern und Rad fahren

Maritimes Erleben findet auch am Ufer statt. Die Uferwege entlang der Schwinge laden bisher nicht zum Spazierengehen, Wandern und Radfahren ein, da sie zu einem großen Teil nicht befestigt sind. Durch die Schaffung eines Radweges auf dem Deich kann das Potenzial besser genutzt werden.

Der Mittel- und Oberlauf der Schwinge ist nur an wenigen Stellen für Fußgänger und Radfahrer zugänglich. Um so wichtiger ist es, besondere Orte mit Blick auf die Schwinge prominenter darzustellen. Hier könnte sich ein „sanfter“ Tourismus etablieren.



Abb. 44 und 45:
Unterlauf Schwinge

Handlungsfeld: Infrastrukturentwicklung

Maßnahme: Rad- und Wanderwege entlang der Schwinge (z.B. Wanderweg nach Stadersand)

- Schaffung eines weitestgehend durchgängigen Radwegs auf dem Deich des Unterlaufs der Schwinge (in enger Abstimmung mit der geplanten Deichverlegung und Bestickanpassung des Schwingedeichs)
- Hervorhebung besonderer Ausblicke (bspw. am Unterlauf - „Fenster“ mit Blick über die Schwinge auf die Altstadt)
- Schaffung von Zugängen und Wegstrecken für Fuß- und Radfahrer entlang des Mittel-/Oberlaufs der Schwinge
- Schaffung und Optimierung der öffentlichen sanitären Einrichtungen am Wasser

Umsetzungszeitraum: Mittelfristig

Beteiligte: Hansestadt Stade, Deichverband Kehdingen-Oste, benachbarte Kommunen, Untere Naturschutzbehörde, Naturschutzverbände, Naturschutzamt Landkreis Stade, Angelverein, SUP Club Stade, Schifffahrtsunternehmen, Tourismusverband Landkreis Stade/Elbe e.V.

6.8 Erlebnis: Lebensraum Schwinge

Der Mittel- und Oberlauf der Schwinge ist nur an wenigen Stellen von Land aus zugänglich.

Der Mittellauf ist als FFH-Gebiet ausgewiesen – eine schützenswerte Tier- und Pflanzenwelt siedelt hier. Mit Schautafeln und/oder digital abrufbaren Daten können Informationen über die biologische Vielfalt verbreitet und die Einheimischen sowie Gäste für deren Schutz und Erhalt sensibilisiert werden.

Themen wie die Gefahr der Verschlickung, Fischvorkommen, oder die historische Bedeutung der Schwedenschanze können Wissenslücken füllen und zum Nachdenken anregen.

Die Zielgruppe kann sehr breit gefasst werden – wobei ein Fokus durch Naturerlebnisführungen gebildet werden kann. Eine Kooperation mit Naturschutzverbänden und Umweltschutzvertretern ist unbedingt zu verfolgen.

Best practice:
Naturlehrpfad Neugraben-
Fischbek, Wasserkunst
Hamburg (Kaltehofe)

Handlungsfeld: Infrastrukturentwicklung

Maßnahme: Inwertsetzung des Uferbereichs am Schwinge-Mittellauf

- Installation eines Naturlehrpfads mit Erlebnisstationen (Fühlen, Riechen, Hören) und Flora-/Fauna-Beobachtungsturm

Umsetzungszeitraum: Mittelfristig

Beteiligte: Hansestadt Stade, STADE Marketing und Tourismus GmbH, benachbarte Kommunen, Besitzer wassernaher landwirtschaftlicher Flächen, Untere Naturschutzbehörde, Naturschutzverbände, Maritime Landschaft Unterelbe



Abb. 46: Naturpfad

6.9 Auf der Schwinge: Auf die Plätze fertig los

„Die Idee: Sich selbst testen, trainieren oder einfach nur eine Menge Spaß haben. Allein oder im Team. Auf den Schwinge Paddel Trails sollen Stand Up Paddler und Kanuten Orientierungs- und Motivationshilfen bekommen. Die Schwinge Paddel Trails sollen die aktiven Sportler und naturnahen Touristen zu höheren Leistungen animieren und den Erlebniswert steigern.

Zielgruppen sind u.a. fitnessorientierte Freizeitpaddler, Paddeltouristen, Kinder und Familien und Gruppen wie Firmen, Vereine und Freunde.“

Im Zuge der Umsetzung dieser Idee des SUP Club Stade sollte ein ganzheitliches Beschilderungssystem der Schwinge überprüft werden.

Zusätzlich zum Leitsystem auf dem Wasser sollen Tafeln an sogenannten „Checkpoints“ Besonderheiten der Region vermitteln. Eine enge Abstimmung bzw. Verzahnung mit der Idee „6.4 Rasten: Am und auf dem Wasser“ sowie der Idee „6.8 Erlebnis: Lebensraum Schwinge“ soll dabei berücksichtigt werden.

Handlungsfeld: Infrastrukturentwicklung

Maßnahme: Wasserseitige Beschilderung auf der Schwinge

- Ober- und Mittellauf: für Paddler (Paddel Trails), Kilometrierung und Meilensteine
- Unterlauf: Geschwindigkeitsbeschränkung, Kilometrierung

Umsetzungszeitraum: Mittelfristig

Beteiligte: Hansestadt Stade, STADE Marketing und Tourismus GmbH, benachbarte Kommunen, Untere Naturschutzbehörde, Naturschutzverbände, Naturschutzamt Landkreis Stade, Angelverein, SUP Club Stade, Schifffahrtsunternehmen, Kanuverbände



Abb. 47: SUP auf der Schwinge (SMTG)

6.10 Entlang des Burggrabens: Rad fahren

Im Rahmen der touristischen Entwicklung „Historische Wallanlage Stade“ erfolgte bereits eine touristische Inwertsetzung der Wallanlagen. Nun gilt es auch das Potenzial des Radweges entlang des Burggrabens optimal zu nutzen. Denn der Radweg am Burggraben, dem Einmündungsbereich der Schwinge, kann genutzt werden um weitere Verbindungen in die Region zu schaffen.

In diesem Zusammenhang ist es wichtig, ein Leitsystem für Touristen und Bewohner zu schaffen. Das Aufstellen von Hinweisschildern stellt eine zentrale Maßnahme dar, um auch den übersichtlichen Anschluss der Innenstadt zu überregionalen Fahrradwegen zu gewährleisten.



Abb. 48: Radfahren am Burggraben

Handlungsfeld: Infrastrukturentwicklung

Maßnahme: Radweg entlang des Burggrabens

- Ausschilderung des Radweges entlang des Burggrabens mit Hinweis auf regionale und überregionale Fahrradwege in Abstimmung mit dem Radwegekonzept des Landkreises Stade/Tourismusverband Landkreis Stade/Elbe e.V.
- Qualitätssicherung und ggf. Verbesserung der Wegeinfrastruktur

Umsetzungszeitraum: Mittelfristig

Beteiligte: Hansestadt Stade, Tourismusverband Landkreis Stade/Elbe e.V.



Abb. 49: Fuß- und Radweg entlang des Burggrabens

6.11 Willkommen: Sportboote auf der Schwinge

Die Yachthäfen des Segler-Vereins Stade, des Sportclub Diamant, sowie des Motor- und Yachtclub bieten neben festen Liegeplätzen Gastliegeplätze auf der Schwinge an. Die Entfernung zur historischen Altstadt beträgt zwischen 2,7 und rund 5 km. Mit dem Fahrrad ist die Strecke gut zu bewältigen (sofern der Wind aus der richtigen Richtung weht) – doch haben bei weitem nicht alle Gäste ein Fahrrad an Bord. Der Sportclub Diamant verfügt über zwei Leihfahräder. „Die Anschaffung sei nicht das Problem“, so der Hafenmeister, „die regelmäßige Wartung stellt eine Herausforderung dar“. Um einen Leihfahrrad-Service zuverlässig anbieten zu können, wünschen sich die Hafentreiber Unterstützung.

Auch eine Orientierungshilfe für nicht-ortsansässige Sportbootfahrer steigert die Qualität der Hafenanlagen: Was gibt es in der Umgebung zu entdecken, wo ist der nächste Supermarkt und wie komme ich dorthin?



Abb. 50: Infokasten MLU, Stadthafen Stade

Handlungsfeld: Infrastrukturentwicklung

Maßnahme: Orientierungs- und Mobilitätshilfe für Gastlieger an der Schwinge

- Infotafel für Gastlieger an den Sportboothäfen der Schwinge (Stadtplan, Taxi, ÖPNV, Wegeverbindung) - einheitliches Erscheinungsbild (MLU/Urlaubsregion „Altes Land am Elbstrom“)
- WLAN (sofern noch nicht vorhanden)
- Unterstützung und ggf. Sanierung der Sanitäreinrichtungen unter Auflage der öffentlichen Zugänglichkeit

Umsetzungszeitraum: Kurzfristig

Beteiligte: Hafentreiber, Hansestadt Stade, Maritime Landschaft Unterelbe (MLU), Tourismusverband Landkreis Stade/Elbe e.V.

6.12 Bewahren: Traditionsschiffe

Mit der „Greundiek“ und der „Wilhelmine von Stade“ liegen im Stadthafen zwei Traditionsschiffe, welche den Flair der Hansestadt Stade erlebbar machen. Mit ausschließlich ehrenamtlichem Engagement bieten die beiden Betreiber „Verein „Alter Hafen““ und „Verein zur Pflege alter Seemannschaft“ Gästefahrten, Jugendarbeit und Veranstaltungen an und kümmern sich gleichzeitig um die Instandhaltung ihrer historischen Schiffe.

Eine Ausweitung der Angebote ist aufgrund personeller Ressourcen schwer darstellbar, da schon allein der Erhalt des Status Quo eine Herausforderung darstellt.



Abb. 51: Stadthafen (SMTG)

Handlungsfeld: Infrastrukturentwicklung

Maßnahme 1: Unterstützung für ehrenamtlich betriebene Traditionsschiffe und maritime Vereine

- Abschaffung der Liegegebühr für ehrenamtliche Betreiber und Gast-Traditionsschiffe
- Unterstützung der Ehrenämter zu besonderen Anlässen (Events, Jugendprojekte, Kaffeefahrten/ kurze Hafenrundfahrten, Tag der offenen Tür...)

Maßnahme 2: Initiierung von alternativen Betreibermodellen für gewerbliche Traditionsschiffe mit bspw. gastronomischem Angebot, Übernachtungsmöglichkeiten, „Fairtrade-Schiffe“

- Kontaktaufnahme zu potenziellen Betreibern
- Schaffung weiterer Liegeplätze für gewerbliche Traditionsschiffe (temporär und dauerhaft)

Umsetzungszeitraum: mittel- und langfristig

Beteiligte: Hansestadt Stade, STADE Marketing und Tourismus GmbH, Stadtwerke Stade, maritime Vereine

6.13 Anbindung: Auf dem Wasserweg in die Innenstadt Hamburgs

Mit der Fähre von Stadersand zu den Landungsbrücken, nach Blankenese, der direkte Sprung über die Elbe nach Wedel. Vieles davon wurde in der Vergangenheit bereits erprobt und aus unterschiedlichen Gründen wieder eingestellt. Das Ziel den Sprung über die Elbe auch für Stader und Gäste entspannt auf dem Wasserweg zu erleben wird weiter verfolgt – selbstverständlich in Kooperation mit weiteren Elbanrainern.



Abb. 52 : „Sprung über die Elbe“, Kartenquelle: openstreetmap (eigene Darstellung)

Best practice:
Wattentaxi – das
Taxi für's
Wattenmeer/Nord-
friesische Inseln

Handlungsfeld: Infrastrukturentwicklung

Maßnahme 1: Fährverbindung/Wassertaxi Hamburg-Stade
(Stadersand)

- Prüfung unterschiedlicher Betreibermodelle, -ansätze, Kooperationsmöglichkeiten für eine Fähr-/Wassertaxiverbindung auf Elbe und Schwinge
- Optionale Haltestellen: Blankenese, Wedel, Glückstadt, Lühe

Umsetzungszeitraum: Langfristig

Beteiligte: Hansestadt Stade, STADE Marketing und Tourismus GmbH, Schifffahrtsunternehmen, Wattentaxi

6.14 Verweilen: Elbstrand (Abbenfleth)

Die vom Tourismusverband des Landkreises Stade ausgeschilderte „Elbinselroute“ führt am südlichen Rand am Abbenflether Strand und an der denkmalgeschützten Festung „Grauerort“ vorbei. Der Elbstrand in Abbenfleth stellt einen Geheimtipp im Landkreis Stade dar.

Nicht alle Besucher kommen mit dem Fahrrad oder dem Boot – die vielen parkenden PKWs, insbesondere an Sommertagen, lassen vermuten, dass der Ort doch nicht mehr ganz so geheim ist. Problematisch ist hier insbesondere auch das Parken in den angrenzenden Wohngebieten. Eine sinnvolle Erschließung ist daher eine Voraussetzung für eine Nutzungsintensivierung.



Abb. 53 : Radroute „Elbinselroute“ (Ausschnitt), Internetquelle: outdooractive.com, Stand 2018

Handlungsfeld: Infrastrukturentwicklung

Maßnahme: Inwertsetzung des Elbstrands Grauerort in Abbenfleth

- Optimierung der Parkplatzsituation und der Erschließungssituation
- Verbesserung des Pflegezustands der Vegetation des Uferbereichs
- Aufwertung des Erscheinungsbilds der Anleger und der Uferbereiche durch mehr Sauberkeit
- Verbesserung der Aufenthaltsqualität: Kiosk / Kooperation mit vorhandenem Café bzgl. Außengastronomie, Beschilderung, Ausschilderung
- Weiterentwicklung: Ggf. Wohnmobilstellplatz / Campingplatz

Umsetzungszeitraum: Mittelfristig

Beteiligte: Hansestadt Stade (FB III), Ortsrat Bützfleth

6.15 Alltag: Leben am und auf dem Wasser

So wie die Niederlande mit dem Wasser untrennbar verbunden sind, soll auch Stade mit der Schwinde und dem Burggraben als eine Einheit erscheinen. Mit dem Boot zum Wochenmarkt fahren oder dauerhaft auf einem Boot zu wohnen, soll künftig das Stadtbild der Hansestadt prägen.

Aber auch die nicht so präsentable Infrastruktur, wie Winterlagerplätze für Boote und Bootsschuppen, muss gewährleistet sein, um insbesondere den Bewohnern den Schritt auf das Wasser zu ermöglichen.



Abb. 54 : Hausboote, Quelle: pixabay

Handlungsfeld: Infrastrukturentwicklung

Maßnahme: Förderung der Fortbewegung auf dem Burggraben

- Anreize für die Bewohner, den Burggraben auch zur alltäglichen Fortbewegung zu nutzen
- Sommer- und Winterliegeplätze und Anlegemöglichkeiten für Boote
- Ansiedlung von Hausbooten

Umsetzungszeitraum: langfristig

Beteiligte: Hansestadt Stade, Vereine/Verbände

6.16 Trends aufgreifen: Erlebnisangebote auf dem Wasser

Insbesondere für Kurztrips mit Freunden, Firmenveranstaltungen und Abenteuersuchende lohnt ein Blick auf die neuen Trends im Wassertourismus. Der BBQ Donut sowie Angebote des Partiservice Hauschildt sind in diesem Bereich bereits angesiedelt. Eine Ausweitung und Optimierung der Vermarktung können hier einen Mehrwert schaffen.

SUP-Ausrüstung und Kanus kann man derzeit am Holzhafen ausleihen – die Angebotspalette lässt sich sicherlich noch erweitern und auch an weiteren Orten etablieren. In der Onlinebefragung wird häufig der Wunsch nach Jollen-/Sportboot-Verleih und Wassersportkursen geäußert.



Abb. 55: Unterwasserwelt

Best practice: Inselstadt Ratzeburg: Erlebnisbahn Ratzeburg – Fun-Angebote (z.B. Wasser-Bike)

Handlungsfeld: Angebotsentwicklung

Maßnahme: Besondere Erlebnisangebote auf dem Wasser

- Schaffung eines wassertouristischen Highlights (Wildwasserkanal, Wassererlebniswelt,...)
- Vielfalt an Wasserfahrzeugen (historisch, modern)
- Fitnessparcours für SUP und Kanu/Kajak, Trainingsstrecke (z.B. Paddel Trails entlang der Schwinge)
- Floßfahrten
- Aqua-Zorbing
- DeepWaterSoloing (am Holzhafen)

Umsetzungszeitraum: kurz-/mittelfristig

Beteiligte: STADE Marketing und Tourismus GmbH, touristische Leistungsträger, maritime Anbieter, Schifffahrtsunternehmen, Hafenbetreiber/-vereine

6.17 Veranstaltungen: maritime Events

Im Rahmen der Konzeptentwicklung wurden zahlreiche Ideen und Kooperationsansätze geboren, die dazu beitragen das maritime Selbstverständnis der Bevölkerung zu stärken und die Angebotspalette für Bewohner und Gäste im Wassertourismusbereich zu erweitern. Ein für beide Zielgruppen attraktives Angebot können Vortragsreihen zu Wassertourismusthemen und Trainings/Schnupperkurse in Kooperation mit Segelschulen, Wassertourismusverbänden (Deutscher Kanuverband, Ruderverband, Deutsche Lebensrettungs-Gesellschaft e.V., Deutscher Segler-Verband/Kreuzer-Abteilung, Deutscher Motoryachtverband, Seenotretter) und bekannten Persönlichkeiten wie Weltumseglern sein.

Orte mit besonderem Flair, wie der StadeBeach am Holzhafen, die Häfen oder Traditionsschiffe bieten die richtige Kulisse.



Abb. 56: Maritimer Flohmarkt Wedel

Handlungsfeld: Angebotsentwicklung

Maßnahme: Schaffung von maritimen Veranstaltungen

- Maritimer Aktionstag, maritimer Flohmarkt, Hafenfest
- lange Nacht des Wassersports (Nachtfahrten, Lichterfest)
- Eigenbau-Boot-Regatta
- Vortragsreihe
- Führungen
- Schatzsuche – Kinder-Piratenfahrten auf der Elbe

Mittelfristiges Ziel: Etablierung einer maritimen Veranstaltung mit Alleinstellungscharakter

Umsetzungszeitraum: kurz-/mittelfristig

Beteiligte: STADE Marketing und Tourismus GmbH, touristische Leistungsträger, Schifffahrtsunternehmen, Hafentreiber/-vereine, Jugendherberge, ggf. Hotels am Wasser (H+ Hotel Stade)

6.18 Einkehren und Bleiben: Gastronomie und Beherbergung am Wasser

„Im Wassertourismus wird das Geld an Land verdient“ – so lautet die Devise. Nur müssen an Land auch entsprechende Orte zum Verweilen und Konsumieren vorhanden sein. Zu einer Radtour am Deich gehört auch eine Stärkung – gerne mit Blick auf das Wasser. Das Ausflugsrestaurant „Elbblick“ ist hier bereits eine gute Adresse – in der Innenstadt ist das Verweilen am Wasser insbesondere am Fischmarkt möglich.

Das H+Hotel liegt zwar direkt am Stadthafen – eine gastronomische Nutzung direkt am Kai ist aber leider nicht zulässig. Ein weiterer prädestinierter Ort für ein festes Bistro am Stadthafen stellt die Parkplatzfläche unterhalb des „Rena-Grills“ direkt an der Salztorschleuse dar.

Auch für diejenigen, die nicht mit dem eigenen Boot im Stadthafen festmachen, bietet eine Übernachtungsmöglichkeit auf oder nah am dem Wasser ein Highlight.



Abb. 57 Anglerheim am Mittellauf

Handlungsfeld: Angebotsentwicklung

Maßnahme 15.1 : Gastronomie am und auf dem Wasser

- Restaurant-Schiff
- Restaurant/Café auf einem Ponton (Hansehafen)
- Kiosk für Wassersportler (Bsp. Alsterlauf)
- Anlegen an wassernahe Gastronomie ermöglichen

Maßnahme 15.2: Beherbergung am und auf dem Wasser

- Unterstützung/Ansiedlung von Beherbergungen mit Bett + Bike Zertifizierung (Elberadweg)
- Ansiedlung eines qualitativ hochwertigen Hotels am Wasser
- Campingplatz am Wasser (Standort: z.B. Spielplatz siehe Maßnahme 6.4 oder Anglerheim am Mittellauf)
- Außergewöhnliche Unterkünfte am Wasser (Sleeperoo am SUP Club Stade am Holzhafen)
- Schwimmende Ferienwohnungen (Hausboote, Stelzenhäuser)

Umsetzungszeitraum: mittelfristig

Beteiligte: Hansestadt Stade, Dehoga, touristische Leistungsträger

6.19 Weitere kurz- und mittelfristige Ideen

- Kurze Rundfahrten am Stadthafen (ca. 1,5 h)
- geführte Touren (z.B. Gezeitentour Elbe) – mit erhöhtem Sicherheitsaspekt durch fachkundige Begleitung
- Inwertsetzung und Sichtbarmachung bestehender Fahrradwanderwege am Wasser: historischer Pfad entlang der Wallanlage (Bastion)
- Wasserspielplatz Erleninsel vom Wasser aus nutzbar machen
- Maritime Geschichte zum Anfassen (zu Themen wie Wasserbau, Deichbau, Elbvertiefung...)
- Wellness/Yoga am Wasser
- Glamping (Glamour Camping)
- Zusatzerlebnisse (Sonnenaufgangskonzerte, Sonnenuntergang, Grillen, Pause an besonderen Orten)



Abb. 58: Schwinge, Unterlauf

6.20 Fokussieren: Maritimes Image

Die Destination Brand Studie 2017 und die Kernergebnisse der Onlinebefragung zeigen, dass die Hansestadt Stade als **maritimes Reiseziel** nicht präsent ist und wahrgenommen wird. Für die Ausrichtung der Region um Stade als wassertouristische Destination ist eine Fokussierung auf das Thema „Wasser und maritim“ im Marketing unerlässlich. Die stärkere Ausrichtung Stades als wassertouristische Destination sollte in enger Zusammenarbeit und Aufgabenteilung mit dem Tourismusverband Landkreis Stade/Elbe e.V. erfolgen.

Um Stade und die Schwinge langfristig als wassertouristische Destination attraktiv zu machen, ist auch der Blick über den Tellerrand und der Austausch mit Destinationen ähnlichen Angebotes durchaus sinnvoll (z.B. Leer, Glückstadt, Bremerhaven, Wilhelmshaven, Flensburg, Lübeck, Greifswald, Friedrichstadt). Denkbar sind inhaltliche Kooperationen zu bestimmten Themen.

Handlungsfeld: Marketing

Maßnahme: Fokussierung in der touristischen Vermarktung

- Maritimes Urlaubspaket für die Region schnüren
- Spezifische wassertouristische Informationen (Blogs, Online-Einträge, Kanuführer, Spezialkarte „Wassernahe Angebote“)
- Kommunikation komplett umstellen auf Thema „maritim / Historische Stadt am Wasser“ – gefolgt von groß angelegter Imagekampagne
- Häfen prominenter vermarkten
- Basisinformationen erstellen zur Weiterverbreitung über Tourismusverband Landkreis Stade/Elbe e.V.

Umsetzungszeitraum: kurz-/mittelfristig

Beteiligte: STADE Marketing und Tourismus GmbH, Tourismusverband Landkreis Stade/Elbe e.V., Landkreis Stade, Maritime Landschaft Unterelbe, touristische Leistungsträger, Schifffahrtsunternehmen, tour. Partner aus anderen Kommunen

6.21 Bestehendes neu denken: Themenkombinationen und Zielgruppenorientierung

An Anbietern und Angeboten im Bereich Wassersport und Wassertourismus mangelt es in Stade und Region nicht – um dem Nachfrage-Trend nach „Komplettangeboten“ und einer „Kombination einzelner Bausteine“ zu folgen, bietet sich eine Kooperation der einzelnen Anbieter und die Entwicklung neuer Pauschalen, die bestehende Angebote und Themen kombinieren, an.



Abb. 59: Fortbewegung auf dem Wasser, gesichtet in Kopenhagen

Schwerpunkt: Angebotsentwicklung und Marketing

Maßnahme: Initiierung und Unterstützung von kombinierten Angeboten

- Wasser und Wellness
- Fleetkahn und Paddel
- Fleetkahn und BBQ-Donut
- Traditionsschiff (Greundiek) und Pedale
- Kanu und Camping
- Angeln und Camping
- Paddel und Pedale
- Wasser und Kunst

Zielgruppenspezifische Angebote

- Angebote für Kinder, Firmen, Team, Familie, Freunde, Singles

Umsetzungszeitraum: kurzfristig

Beteiligte: STADE Marketing und Tourismus GmbH, touristische Leistungsträger, Schifffahrtsunternehmen, regionale und überregionale Firmen, Reiseveranstalter, Jugendherberge

6.22 Potenzial erschließen: Elberadweg

In Stade kreuzen sich vier überregionale Radfernwege: der Elberadweg, der Mönchsweg, der Nordseeküsten-Radweg und der Radrundweg „Vom Teufelsmoor zum Wattenmeer“. Der Elberadweg ist der beliebteste Radfernweg Deutschlands. Die Hansestadt kann das hier schlummernde Potenzial mehr nutzen und z.B. die Zertifizierung von Bett & Bike-Gastgebern vorantreiben. Außerdem sollte der Elberadweg-Abschnitt Hamburg-Cuxhaven stärker kommuniziert werden.

Mit der kostenlosen Tourenplaner-App des Tourismusverbandes Landkreis Stade/Elbe e.V. hat man das Navigationsgerät für die gesamte Urlaubsregion „Altes Land am Elbstrom“ gleich dabei.



Abb. 60: Fokus Radfahren

Handlungsfeld: Angebotsentwicklung und Marketing

Maßnahme: Fokus Radfahrer am Wasser (Elberadweg)

- B+Bike Zertifizierung der Gastgeber
- Elberadweg und Tourenplaner-App stärker kommunizieren
- Reparaturstationen/Schlauchautomaten für Räder
- Landkreisweit Bike-Stationen mit E-Bikes und Navigationsgerät installieren
- Ggf. Kooperation mit Metropolregion Hamburg – Leitprojekt Radfernwege

Umsetzungszeitraum: kurz-/mittelfristig

Beteiligte: STADE Marketing und Tourismus GmbH, touristische Leistungsträger, ADFC, Tourismusverband Landkreis Stade/Elbe e.V., Koordinierungsstelle Elberadweg Nord

6.23 Qualifizieren: Stadthafen

Qualität ist das A und O im nachhaltigen Tourismus.

Die gelbe Welle steht für ein „Herzlich willkommen“ und bedeutet für Wassersportler, dass eine Anlegemöglichkeit besteht. Der Stader Stadthafen macht mit dieser Orientierungshilfe des Deutschen Tourismusverbands bereits auf sich aufmerksam.

Die Blaue Flagge zeichnet Strände und Marinas aus, welche bestimmte Umweltstandards hinsichtlich Umweltbildung, Umweltmanagement, Dienstleistungsgüte und Wasserqualität beachten. Bestandteile sind u.a. Öffentlichkeitsarbeit hinsichtlich Umwelt- und Naturschutz, Erhaltung der natürlichen Umgebung sowie ein Abfallentsorgungssystem. Vergeben wird die Blaue Flagge von der Stiftung Umwelterziehung.

Doch auch das Marketing sollte stimmen. Aktuelle Informationen müssen an den richtigen Stellen verfügbar (Marinaführer, Internetportale...) und kompetente Ansprechpartner erreichbar sein. Ist der Gast vor Ort, sind Sauberkeit und ein zuverlässiger, hilfsbereiter Hafenmeister der Schlüssel zum Erfolg.

Handlungsfeld: Marketing

Maßnahme: Steigerung der Auslastung des Stadthafens Stade

- Optimierung des Marketings durch Übernahme des Bereichs durch die SMTG (mittelfristig)
- Sicherung bzw. Entwicklung der Qualität des Stadthafens und der Anleger im Standard „Gelbe Welle“
- Umwelt-Zertifizierung durch „Blaue Flagge“

Umsetzungszeitraum: kurz-/mittelfristig

Beteiligte: STADE Marketing und Tourismus GmbH, Schifffahrtsunternehmen, Stadtwerke (Hafenbetreiber)



Abb. 61: Hafenmeisterbüro, Stade Stadthafen

6.24 Gastlieger willkommen: Vertriebsansätze

Ein Törn von Hamburg nach Helgoland und wieder zurück war für Motorbootfahrer ein attraktiver Wochenendtrip – bevor die Kraftstoffpreise diese Reise zu einer kostspieligen Sache machten. Wind und Tide beeinflussen zusätzlich, insbesondere für Segler, die Törnplanung. Allein der Hamburger Yachthafen (Wedel) verfügt mit seinen rund 2.000 Liegeplätzen über eine große Anzahl an potenziellen Übernachtungsgästen und Tagesausflüglern.

Rund 50 Prozent der Gäste im Stadthafen Stade sind „Stammgäste“, nach Aussage des Hafenmeisters. Rund 3.000 Übernachtungsgäste werden jährlich gezählt. Die meisten davon besuchen die Hansestadt am Wochenende.

Zusätzlich zur Präsenz auf Wassersportplattformen (siehe nebenan) können Plattformen wie www.maritime-feste-deutschland.de sowie Zeitschriften mit maritimen Charakter wie „Land&Meer“ für Veranstaltungshinweise genutzt werden.

Handlungsfeld: Marketing

Maßnahme: Erhöhung der Anzahl der Gastlieger durch Optimierung der Präsenz auf Wassersportplattformen

Online-Plattformen für Sportboothäfen:

- www.sejlerens.com, www.start-boating.de,
www.marinafuehrer.adac.de, www.skipperguide.de,
www.marina-guide.de

Print-Medien für Sportbootfahrer:

- Zeitschriften: Yacht, boote, Palstek, segeln
- Hafenhandbücher und Seekarten: Elbe-Atlas (Peschke Verlag), Die Elbe bis Hamburg (BSH)

Benachbarte Häfen:

- Aushänge zu maritimen Veranstaltungen und Informationen zur Hafeninfrastuktur Stades an „Schwarzen Brettern“ oder Informationskästen sowie regelmäßige Mailings an Wassersportvereine im Quellmarkt (vor allem Hamburg, Wedel, etc.)

Umsetzungszeitraum: kurzfristig

Beteiligte: STADE Marketing und Tourismus GmbH, Schifffahrtsunternehmen, Hafenbetreiber/-vereine, Maritime Landschaft Unterelbe, Wassersportvereine

6.25 Austauschen und weiterentwickeln: maritimer Stammtisch

Um die nachhaltige strategische wassertouristische Entwicklung sicherzustellen, weitere Ideen zu kreieren und auf den Weg zu bringen, sollten alle Akteure im Austausch bleiben und sich regelmäßig zusammensetzen.

Auch der direkte Kontakt zu anderen wassertouristischen Regionen, gemeinsame Exkursionen zum persönlichen Austausch, das Einladen von Referenten und Treffen an außergewöhnlichen Orten (z.B. auf einer Fähre) kann hierbei Kreativität freisetzen.



Abb. 62: Gemeinsame Ideenfindung

Handlungsfeld: Marketing

Maßnahme: Etablierung eines maritimen Stammtisches

- Abstimmung und Ideenfindung (Fortsetzung der Expertenrunden)
- Nutzung der Kommunikationsplattform der AG Maritimen Landschaft Unterelbe zur Intensivierung der Kooperationsansätze
- Intensivierung des Binnenmarketings

Umsetzungszeitraum: kurzfristig

Beteiligte: STADE Marketing und Tourismus GmbH, Schifffahrtsunternehmen, Hafenbetreiber/-vereine, maritime Anbieter, ggf. Hotels am Wasser (H+ Hotel Stade), Maritime Landschaft Unterelbe

6.26 Kooperationsansätze

Eine potenzielle Kooperation mit folgenden Orten bzw. Gebieten wird geprüft und angestrebt: Buxtehude, Glückstadt, Wedel (Wedel Marketing), Haseldorfer Marsch bis Pinnau (Tourismus in Marsch & Geest e.V.), Kollmarer Marsch bis zur Stör, Övelgönne (Museumshafen).

Erste Gespräche haben im Rahmen der Konzeptentwicklung, in Zusammenarbeit mit der Geschäftsstelle der Maritimen Landschaft Unterelbe, stattgefunden. Weitere sind in Planung – ein Kooperationsprozess ist angeschoben.

Übergeordnet wird, insbesondere im Bereich der Kooperationsmaßnahmen, eine enge Abstimmung mit dem Tourismusverband Landkreis Stade/Elbe e.V. verfolgt.

Auch der Austausch mit dem Projekt „Kurs Elbe“, (Hamburg bis Wittenberge) soll zu neuen Ansätzen führen.



Abb. 63: Hamburger Yachthafen, Wedel

Folgende Themen sind gemeinschaftlich weiter zu verfolgen:

- Thema Bundeswasserstraße Schwinge: gemeinsame Stellungnahme (schriftliche Stellungnahme zu Kritik an Herangehensweise der Kategorisierung bei Bundeswasserstraßen (siehe S.48)
- Gewinnung neuer Traditionsschiffe bzw. Erweiterung/Kombination von Angeboten (siehe Maßnahme 6.1 In Szene setzen: Stadthafen, 6.12 Bewahren: Traditionsschiffe, 6.21 Bestehendes neu denken: Themenkombinationen und Zielgruppenorientierung)
- Thema Kanu/Kajak: Kooperation der wassertouristischen Leistungsträger anderer Nebenflüssen der Elbe (Este, Oste...) um geführte Touren in benachbarte Reviere zu gemeinsam zu organisieren
- Prüfung der Übertragbarkeit der Maßnahmen der unterschiedlichen Wassertourismuskonzepte und –ansätze (voneinander lernen – Win-win-Situationen schaffen)
- Gemeinsame Vermarktung und Abstimmung bei Produktentwicklung und Bereitstellung von Basis-Informationen für übergeordnete Organisationen

6.27 Übertragbarkeit

Der Ideenpool beinhaltet zahlreiche Maßnahmen, welche hier mit Fokus auf das Untersuchungsgebiet ausgearbeitet wurden aber auch Anregungen zum Nachahmen und Kooperieren bieten.

An übergeordneter Stelle sei hier zunächst die Herangehensweise an die Entwicklung der Maßnahmen genannt. In zwei Expertenrunden wurden Hafenmeister und maritime Anbieter in die Maßnahmenentwicklung einbezogen. Darüber hinaus wurden durch die Online-Befragung und weitere Expertengespräche wertvolle Informationen zu Handlungsbedarf und Projektideen gesammelt. Durch diese Herangehensweise wird die Gefahr, am tatsächlichen Bedarf vorbei zu planen, eingedämmt. Außerdem wurden Akteure, die auch maßgeblich zur erfolgreichen Umsetzung beitragen können, von Anfang an einbezogen. Eine Weiterführung des Austauschs im Rahmen eines maritimen Stammtisches (vgl. 6.26) ist geplant.

Insbesondere in folgenden Maßnahmen sieht inspektour Ansätze zur Kooperation und Übertragbarkeit auf andere maritime Situationen entlang der Unterelbe:

Schaffung von funktionsfähigen und sicheren Einsatzmöglichkeiten, Wasserrastplätzen und Rastplätzen am Wasser für Kajaks und Kanus entlang der Schwinge (vgl. 6.4)
Inwertsetzung des Uferbereichs am Schwinge-Mittellauf (vgl. 6.8)

- Austausch zur Herangehensweise und Ausgestaltung / Funktionalität bei der Planung der Maßnahme

Orientierungs- und Mobilitätshilfe für Gastlieger an der Schwinge (vgl. 6.11)

- Ausweitung der Projektidee auf weitere Häfen entlang der Unterelbe

Unterstützung für ehrenamtlich betriebene Traditionsschiffe und maritime Vereine (vgl. 6.12)

- Austausch und Kooperation unter Einbeziehung von Traditionsschiffsbetreibern

Erhöhung der Anzahl der Gastlieger durch Optimierung der Präsenz auf Wassersportplattformen (vgl. 6.25)

- Erfahrungsaustausch zur Erfolg (Output) und gegenseitige Unterstützung im Netzwerk der AG MLU

7.1 Förderinstrumente

Förderinstrumente- EU-Förderung in Niedersachsen

- Ländlicher Tourismus (ELER): Investitionen in kleine Basis-, Attraktivitäts- und Freizeitinfrastrukturen, Hinweise auf Sehenswürdigkeiten, einheitliche Ausschilderung von Wegen sowie Aufstellung/Aktualisierung von Verweis- und Erläuterungstafeln, Investitionen in Informations- und Vermittlungsstellen lokaler oder regionaler Tourismusorganisationen, Messeauftritte sowie Informationsmaterial (z.B. Broschüren, Flyer, Karten, IT-gestützte Info-Punkte)
- Touristische Infrastrukturen für wettbewerbsfähige kleine und mittlere Unternehmen (EFRE): Vorhaben zur Steigerung der Attraktivität und Neuerrichtung überregional bedeutsamer touristischer Infrastrukturen in den Bereichen Natur-, Kultur- und Gesundheitstourismus
- Kooperations- und Vernetzungsprojekte in den genannten Bereichen, die darauf abzielen, neue touristische, auch an Nachhaltigkeitskriterien orientierte Angebote durch Vernetzung verschiedener Partner zu entwickeln und zu realisieren oder neue überregionale Zusammenarbeiten zur Verwirklichung gemeinsamer Ziele zu initiieren, Vorhaben zur Schaffung barrierefreier touristischer Angebote, sofern die Maßnahmen nicht gesetzlich vorgeschrieben sind

Weiterführende Informationen dazu:

Niedersächsisches Ministerium für Bundes- und Europaangelegenheiten und Regionale Entwicklung, 2018: Förderkompass EU-Förderung in Niedersachsen – eine Orientierungshilfe

7.1 Förderinstrumente

Förderinstrumente Fließgewässer/Naturschutz

- Richtlinie Fließgewässerentwicklung-FGE (ELER): Gefördert werden Maßnahmen der Fließgewässerentwicklung zur Wiederherstellung und Erhaltung der natürlichen Dynamik, Struktur und Funktionsfähigkeit von Fließgewässerlandschaften (bis 15.000 Euro)
- Kleinmaßnahmen am Fließgewässer: kleinräumig geplante Projekte, die auf der lokalen Ebene zur Zielerreichung der EG Wasserrahmenrichtlinie beitragen
- Richtlinie Hochwasserschutz im Binnenland-HWS (ELER): Gefördert werden Maßnahmen zur Verbesserung des Hochwasserschutzes und nachhaltige Entwicklung des ländlichen Raums unter Berücksichtigung der HWRM-RL (Maßnahmen wie z.B.: Rückbau von Deichen, Wiedergewinnung von Überschwemmungsgebieten)

- Richtlinie Seenentwicklung – SEE (ELER): Ziel dieser Förderrichtlinie ist die Wiederherstellung und Entwicklung von Stillgewässern im Sinne der Ziele der EG-WRRL. Förderfähig sind unter anderem investive Maßnahmen zur naturnahen Seeentwicklung
- Richtlinie Spezieller Arten- und Biotopschutz – SAB (ELER): Erhaltung, Entwicklung und Wiederherstellung von Lebensräumen der Agrarlandschaft.
- Richtlinie Landschaftspflege und Gebietsmanagement – LaGe (ELER): Steuerung Maßnahmenumsetzung
- Richtlinie „Binnenfischerei und Aquakultur“
- LIFE „Natur und Biodiversität“: Biodiversität, Umwelt- und Klimaschutz

(Quelle: Auswahl basierend auf Auskunft durch das Naturschutzamt Landkreis Stade)

Weiterführende Informationen sind auf den Internetseiten folgender Institutionen zu finden: NLWKN (Niedersächsischer Landesbetrieb für Wasserwirtschaft, Küsten- und Naturschutz) sowie das MU Niedersachsen (Niedersächsisches Ministerium für Umwelt, Energie, Bauen und Klimaschutz)

7.1 Förderinstrumente

- Förderfonds Metropolregion Hamburg
- Maritime Landschaft Unterelbe (Fokus: nicht-investive Maßnahmen, ggf. Informationstafeln)
- Stiftung Elbefonds (Förderung von Häfen in Zusammenhang mit Elbvertiefung)
- Landschaftswerte (Auszug) / N-Bank
 - Förderung von nachhaltigen Projekten zum Schutz und zur Förderung des Natur- und Kulturerbes.
 - Was wird gefördert?
 - Informationseinrichtungen, Besucherlenkungsmaßnahmen, Schaffung von Naturbeobachtungsmöglichkeiten, Schutz und Wiederherstellung historischer Kulturlandschaften und Kulturlandschaftselemente als Bestandteile der grünen Infrastruktur, Anlage und Aufwertung naturnaher Biotope und Landschaftselemente in urbanen Bereichen
 - Fördersatz: Nicht rückzahlbarer Zuschuss bis maximal 65 % (Internetquelle: Nbank, Stand 2018)
- Niedersächsische Bingo-Umweltstiftung (Förderung von nachhaltigen Projekte unter anderem in den Bereichen Biotopvernetzung, Artenschutz, Kleingewässer, Streuobstwiesen, Bienen und Hummeln)

Fazit:

Am geeignetsten erscheint im innerstädtischen Bereich eine enge **Abstimmung mit der Städtebauförderung** sowie insbesondere im Bereich der Kooperationsmaßnahmen bzw. für Maßnahmen mit Strahlkraft über die Schwinge hinaus, der **Förderfonds der Metropolregion**.

Eine Vereinbarkeit unterschiedlicher Fördermittel muss maßnahmenspezifisch geprüft werden.

7.2 Empfehlungen

In diesem Kapitel gibt inspektour konkrete Empfehlungen zur wassertouristischen Ausrichtung und Priorisierung der wichtigsten Maßnahmen.

Stärkung der maritimen Charakters Stades

inspektour empfiehlt die **Maßnahme „6.1 In Szene setzen: Stadthafen“ mit hoher Priorität** zu verfolgen, da die Optimierung der Aufenthaltsqualität am Stadthafen und die Verbesserung der Zuwegung zum Hansehafen für die Innenstadtentwicklung hinsichtlich der Stärkung des maritimen Charakters ein entscheidender Baustein ist. Das viel diskutierte Thema „Öffnung des Hansehafens“ gilt es in diesem Zusammenhang umfassend zu prüfen (vgl. Maßnahme 6.3).

Eine enge Abstimmung mit der angestrebten Altstadtsanierung ist dabei unerlässlich.

Fokussierung im Marketing

Eine zentrale, kurzfristig anzugehende Maßnahme sieht inspektour in der Fokussierung und Umstellung des touristischen Marketings auf das Thema Wasser in engem Zusammenspiel mit der Urlaubsregion „Altes Land am Elbstrom“. Die Vision, als „historische Stadt am Wasser“ wahrgenommen zu werden, kann nur so Wirklichkeit werden.

Die **Maßnahme „6.20 Fokussieren: Maritimes Image“** sollte daher bei allen zukünftigen Ausrichtungen des Marketings beachtet werden.

Vorhandenes neu denken und neu kombinieren

Wie in Maßnahme **„6.21 Bestehendes neu denken: Themenkombinationen und Zielgruppenorientierung“** beschrieben, liegt die Stärke der Hansestadt im bereits vorhandenen Angebot – inspektour empfiehlt eine Steigerung der Attraktivität durch Kombination und Kooperation – Kooperation auch hinsichtlich der gemeinsamen Angebotsentwicklung mit benachbarten „Wasserstädten“.

7.2 Empfehlungen

Ausbau von wasserbezogener Infrastruktur

Soll die Hansestadt Stade zukünftig als wassertouristische Destination wahrgenommen werden, muss der maritime Charakter unterstützt und herausgearbeitet werden. Dies beginnt beim Lebensgefühl der Bevölkerung - denn mit der Belebung des Wasser ändert sich die Wahrnehmung, sowohl im Innenverhältnis, als auch nach außen.

inspektour sieht insbesondere Handlungsbedarf beim Ausbau von Rastplätzen, Einsatzstellen und Umtragungsmöglichkeiten (siehe **Maßnahme 6.4 Rasten: Am und auf dem Wasser**). Diese werden sowohl von der aktiven Bevölkerung als auch von Wassersportgästen und -anbietern nachgefragt.

Weitere wichtige Aspekte:

Gastronomie am Wasser

Angebote am und auf dem Wasser werden – auch wenn sie noch so ansprechend sind - erst in Kombination mit einer angemessenen Gastronomie - und Beherbergungsinfrastruktur, zum Erfolg. In der Online-Befragung wurde häufig mehr

Gastronomie am Wasser gewünscht, insbesondere für junges Publikum. Der Stade Beach Club wird hier bereits als besonders attraktiver Ort bewertet.

Netzwerke pflegen und ausdehnen

Neben der Pflege der bereits begonnenen Zusammenarbeit mit dem Tourismusverband Landkreis Stade/Elbe e.V., der Maritimen Landschaft Unterelbe und der „Runde der maritimen Anbieter“ empfiehlt der Verfasser eine Intensivierung und Initiierung von Kooperationen mit anderen Hafenstädten insbesondere entlang der Elbe (Wedel, Glückstadt, Buxtehude...) um einerseits Projekte gemeinsam voranzubringen aber auch voneinander zu lernen. In der Stärkung und Weiterentwicklung von Netzwerken liegt ein großes Verlängerungspotenzial von Wertschöpfungsketten.

Leinen los!

Die Grundlagen im Wassertourismus entlang der Schwinge sind geschaffen. Im Rahmen des vorliegenden Konzepts wurden potenzielle Zielgruppen für den Wassertourismus definiert, Lücken, Optimierungsbedarfe sowie Handlungsfelder aufgedeckt und Maßnahmen und Empfehlungen ausgearbeitet.

Die STADE Marketing und Tourismus GmbH steht kurz vor einem Markenfindungsprozess, für die angestrebte Altstadtsanierung stehen Fördergelder in Aussicht und regionale Akteure haben Ihre Meinungen und Interessen eingebracht.

Ziel ist es jetzt, den positiven Schwung zu nutzen und erste Maßnahmen gemeinsam anzugehen.

Die enge Abstimmung mit dem Dachverband Tourismusverband Landkreis Stade/Elbe e.V., die Kooperation mit der AG Maritimen Landschaft Unterelbe, die Vernetzung der maritimen Anbieter und Hafentreiber, die Entwicklung von Marketingstrategien - all das sind Gemeinschaftsprojekte.

Einzelmaßnahmen sind wichtig für die Destination, jedoch darf nie das große Ganze aus dem Blick geraten.

Mit der jungen STADE Marketing und Tourismus GmbH ist die Hansestadt Stade mit all seinen (wasser-)touristischen Akteuren in der glücklichen Position, es von Anfang an richtig zu machen.

Auftraggeber

Hansestadt Stade

Ansprechpartner

Silvia Nieber
Bürgermeisterin Hansestadt Stade

Hökerstraße 2
21682 Stade

tel: +49 (0)41 41 401 100
e-mail: info@stadt-stade.de

Projektbegleitung

STADE Marketing und Tourismus
GmbH

Ansprechpartner

Frank Tinnemeyer | Teamleitung
Tourismus

Hansestr. 16
21682 Stade

tel: +49 (0) 4141 77698-60
e-mail: tinnemeyer@stade-tourismus.de

Dr. Andreas Schäfer
Geschäftsführung

Auftragnehmer

inspektour GmbH
Tourismus- und Regionalentwicklung

Ansprechpartner

Christine Seiler | Projektleiterin

Osterstraße 124
20255 Hamburg

tel.: +49 (0)40 414 3887 414
e-mail: christine.seiler@inspektour.de

Ralf Trimborn
Geschäftsführender Gesellschafter
Amtsgericht Hamburg HRB 107672
Steuernummer 45/734/00149
USt-IdNr. DE222281552

DISCLAIMER COPYRIGHT - Alle Rechte vorbehalten.

Die in diesem Bericht dokumentierten Inhalte sind geistiges Eigentum der inspektour GmbH und unterliegen den geltenden Urhebergesetzen. Die verwendeten Bilder dienen lediglich Illustrationszwecken. Sie stehen nicht zur Publikation frei.

Literatur und Quellennachweis

- BMWi, 2016: Die wirtschaftlichen Potenziale des Wassertourismus in Deutschland
- BMVI, 2016: Wassertourismuskonzept. Schaffung der organisatorischen, personellen und finanziellen Voraussetzungen zur Verbesserung der Wassertouristischen Infrastruktur
- BMWi, 2013: Wassertourismus in Deutschland – Praxisleitfaden für wassertouristische Unternehmen, Kommunen und Vereine;
- BTE, 2014: Wassertourismus in Thüringen
- BTE, 2016: Tourismuskonzept Urlaubsregion „Altes Land am Elbstrom“
- BTE, 2017: Wassertourismuskonzept Este: Konzept und Maßnahmenplanung zur Attraktivierung des wassertouristischen Angebotes der Hansestadt Buxtehude und Umgebung
- Hamburger Abendblatt „Die Schwinge: Kurvenreich und beliebt“, 08.01.2009
- Hamburg Messe und Congress GmbH, DTV, 2003: Grundlagenuntersuchung Wassertourismus in Deutschland, Ist-Zustand und Entwicklungsmöglichkeiten
- Hansestadt Stade, 2012: Bewerbung als Partnerprojekt der igs Hamburg 2013 “Festung wird Park“; Die wirtschaftlichen Potenziale des Wassertourismus in Deutschland; BMWi, 2016
- Hansestadt Stade, 2012: Förderprojekt „Historische Wallanlagen Stade“ (EU Strukturfonds-Förderung 2007-2013)
- IKZM Oder (Ernst-Moritz-Arndt-Universität Greifswald), 2010: Handout „Konsequenzen des regionalen Wandels: Aktuelle Entwicklungen und Trends im Wassertourismus
- NLWKN, 2012: Verordnung des Landkreises Stade über das Landschaftsschutzgebiet „Schwingetal“ im Bereich der Hansestadt Stade, der Gemeinde Heinbockel, Samtgemeinde Oldendorf und der Gemeinden Fredenbeck und Kutenholz, Samtgemeinde Fredenbeck im Landkreis Stade vom 17.12.2012
- Lohmann, Schmücker, Sonntag, 2014: Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e.V.: Urlaubsreisetrends 2025
- Peschke Verlag, 2017: Die Elbe - von Helgoland bis Magdeburg

Literatur und Quellennachweis

Internetquellen (Stand Mai 2018):

Faltbootforum: <https://www.faltboot.org/wiki/index.php?title=Schwinge>

Hansestadt Stade (NSG "Schwinge und Nebentäler und "Schwingewiesen"): <https://www.stadt-stade.info/portal/seiten/nsg-schwinge-und-nebentaeler-und-schwingewiesen-900000057-20390.html>

IKZM Oder: <http://ikzm-oder.de/>

Kanuverein Stade e.V.: <http://www.kanuvereinstade.de/kanuaktuelles.html>

Marina Guide : www.marina-guide.de

MLU: www.maritime-elbe.de

MU Niedersachsen (Niedersächsischen Ministerium für Umwelt, Energie, Bauen und Klimaschutz)

http://www.umwelt.niedersachsen.de/themen/natur_landschaft/foerdermoeglichkeiten/naturschutz--natur-erleben-9141.html

Nbank: www.nbank.de

NLWKN: http://www.nlwkn.niedersachsen.de/naturschutz/natura_2000/schutzgebiete_zur_umsetzung_von_natura_2000/landschaftss

Sejlerens Marina Guide: www.sejlerens.com/de/haefen/

TMN: Wasserurlaub im Reiseland Niedersachsen <http://www.tourismuspartner-niedersachsen.de/wasserurlaub-niedersachsen>

WSA: <http://www.wsa-hamburg.wsv.de/wasserstrassen/index.html>

[chutzgebiet-schwingetal-114272.html](http://www.wsa-hamburg.wsv.de/wasserstrassen/index.html)

Abbildungen:

sofern Quelle nicht ausgewiesen handelt es sich um Bilder der inspektour GmbH. Die verwendeten Bilder dienen lediglich Illustrationszwecken. Sie stehen nicht zur Publikation frei.

Liste befragter Experten

- Abbenflether Wassersportverein, Uwe Merckens
- Bugsier- und Reededienst von Ahn GmbH (Schwingeflair), Annett von Ahn
- H+ Hotel Stade, Natalie Peters
- Parti-Service Peter Hauschildt (Germania), Peter Hauschildt
- Naturschutzamt Landkreis Stade, Dr. Uwe Andreas
- Naturschutzamt Landkreis Stade, Jana Korsch
- Seglerverein Stade, Gerhard Bäche
- Seglerverein Stade, Detlef Waller
- Sportclub Diamant, Georg Brokelmann
- Sportclub Diamant, Christian Petersen
- Stader Angelverein, Harald Bethge
- Stader Angelverein, Dieter Karrasch
- Stadthafen (Hafenmeister), Olf von Kroge
- Stadthafen (Hafenmeister), Siegfried Spenna
- Stadthafen (Stadtwerke), Marcel Willen
- SUP Club Stade, Philipp Heindl
- Tourismusverband LK Stade/Elbe, Bianka Zydek
- Verein „Alter Hafen" (Greundiek), Gerd Becker
- Verein „Alter Hafen" (Greundiek), Klaus Nagel
- Verein zur Förderung von Naturerlebnissen (Tidenkieker), Steffi Voigt
- Verein zur Pflege alter Seemannschaft Wilhelmine von Stade e.V. (Wilhelmine von Stade), Jens Utecht

Übersicht der Maßnahmen

- **Infrastrukturentwicklung**
- 6.1 Stärkung der Aufenthaltsqualität am Stadthafen (in enger Abstimmung mit der angestrebten Altstadtsanierung)
- 6.2 Aufwertung und Belebung des Umfeldes der Salztorschleuse
- 6.3 Öffnung des Hansehafens
- 6.4 Schaffung von funktionsfähigen und sicheren Einsatzmöglichkeiten, Wasserrastplätzen und Rastplätzen am Wasser für Kajaks und Kanus entlang der Schwinge
- 6.5 Erweiterung der Steganlage am Holzhafen
- 6.6 Willkommenssituation Stadersand verbessern (im Rahmen des geltenden Störfallrechts)
- 6.7 Rad- und Wanderwege entlang der Schwinge (z.B. Wanderweg nach Stadersand)
- 6.8 Inwertsetzung des Uferbereichs am Schwinge-Mittellauf
- 6.9 Wasserseitige Beschilderung auf der Schwinge
- 6.10 Radweg entlang des Burggrabens
- 6.11 Orientierungs- und Mobilitätshilfe für Gastlieger an der Schwinge
- 6.12 Unterstützung für ehrenamtlich betriebene Traditionsschiffe und maritime Vereine
- 6.13 Fährverbindung/ Wassertaxi Hamburg-Stade (Stadersand)
- 6.14 Inwertsetzung des Elbstrands Grauerort in Abbenfleth
- 6.15 Förderung der Fortbewegung auf dem Burggraben
- **Angebotsentwicklung**
- 6.16 Besondere Erlebnisangebote auf dem Wasser
- 6.17 Schaffung von maritimen Veranstaltungen
- 6.18 Gastronomie am und auf dem Wasser
- 6.19 Initiierung und Unterstützung von kombinierten Angeboten
- 6.20 Fokus Radfahrer am Wasser (Elberadweg)

Übersicht der Maßnahmen

Marketing

- 6.21 Fokussierung in der touristischen Vermarktung
- 6.22 Initiierung und Unterstützung von kombinierten Angeboten
- 6.23 Fokus Radfahrer am Wasser (Elberadweg)
- 6.24 Steigerung der Auslastung des Stadthafens Stade
- 6.25 Erhöhung der Anzahl der Gastlieger durch Optimierung der Präsenz auf Wassersportplattformen
- 6.26 Etablierung eines maritimen Stammtisches

Kooperation

- 6.27 Kooperationsansätze
- 6.28 Übertragbarkeit

Online-Befragung

Konzeption zur Attraktivierung des wassertouristischen Angebotes
entlang des Flusses Schwinge

Februar 2018



Befragungsdesign

- Durchführungszeitraum 08.02.2018 – 20.02.2018
- Anzahl Teilnehmer: 293, davon nicht auswertbar: 3
- Offene Befragung mit Aufforderung zur Teilnahme per Mail am 08.02.2018 an Multiplikatoren und Akteure der Region, als Presseartikel im Stader Anzeiger (13.02.2018) und im Stader Wochenblatt sowie auf den Facebook-Seiten von „Stade Tourismus – Frischer Wind im Norden“ und von „Tageblatt-online“ gepostet.

- Domain: https://www.umfrageonline.com/s/wassertourismus_stade
- Online-Tool: Umfrage Online
- Bearbeitung und Auswertung: Christine Seiler, Nadja Biebow, inspektour GmbH

Einleitungstext der Befragung

Sehr geehrte Damen und Herren,

die Hansestadt Stade möchte den Wassertourismus in Zusammenarbeit mit der STADE Marketing und Tourismus GmbH und Akteuren der Maritimen Landschaft Unterelbe im Wassersportbereich aktivieren. Geplant ist die Ausweitung und Intensivierung entsprechender Freizeitaktivitäten im Bereich der Wasserflächen, um die Attraktivität Stades weiter zu erhöhen, mehr Gäste anzulocken und das Thema „Wasser“ stärker in das alltägliche Leben zu integrieren.

Unter Wassertourismus verstehen wir in diesem Betrachtungsraum alle Tourismusangebote, die im Zusammenhang mit der Schwinge, dem Burggraben und der Elbe stehen – sei es im, auf oder am Wasser. Wassertourismus beinhaltet somit einerseits die Fahrgastschiffahrt und andererseits Segeln, Motorbootfahren, Chartersport, muskelbetriebenes Wasserwandern (Kanu, Rudern), Funsportarten (Wasserski, Windsurfen), Angeln und sonstige Wassersportangebote (SUP, Tauchen).

Im Zuge der Konzeptentwicklung möchten wir auch gerne Sie, die Akteure vor Ort, einbinden und Sie sowohl zur aktuellen touristischen Lage als auch um Ihre Einschätzung zum Thema „Wassertourismus“ befragen. Die Befragung erfolgt im Zeitraum 8. Februar bis 20. Februar 2018. Die Teilnahmefrist endet am 20. Februar 2018.

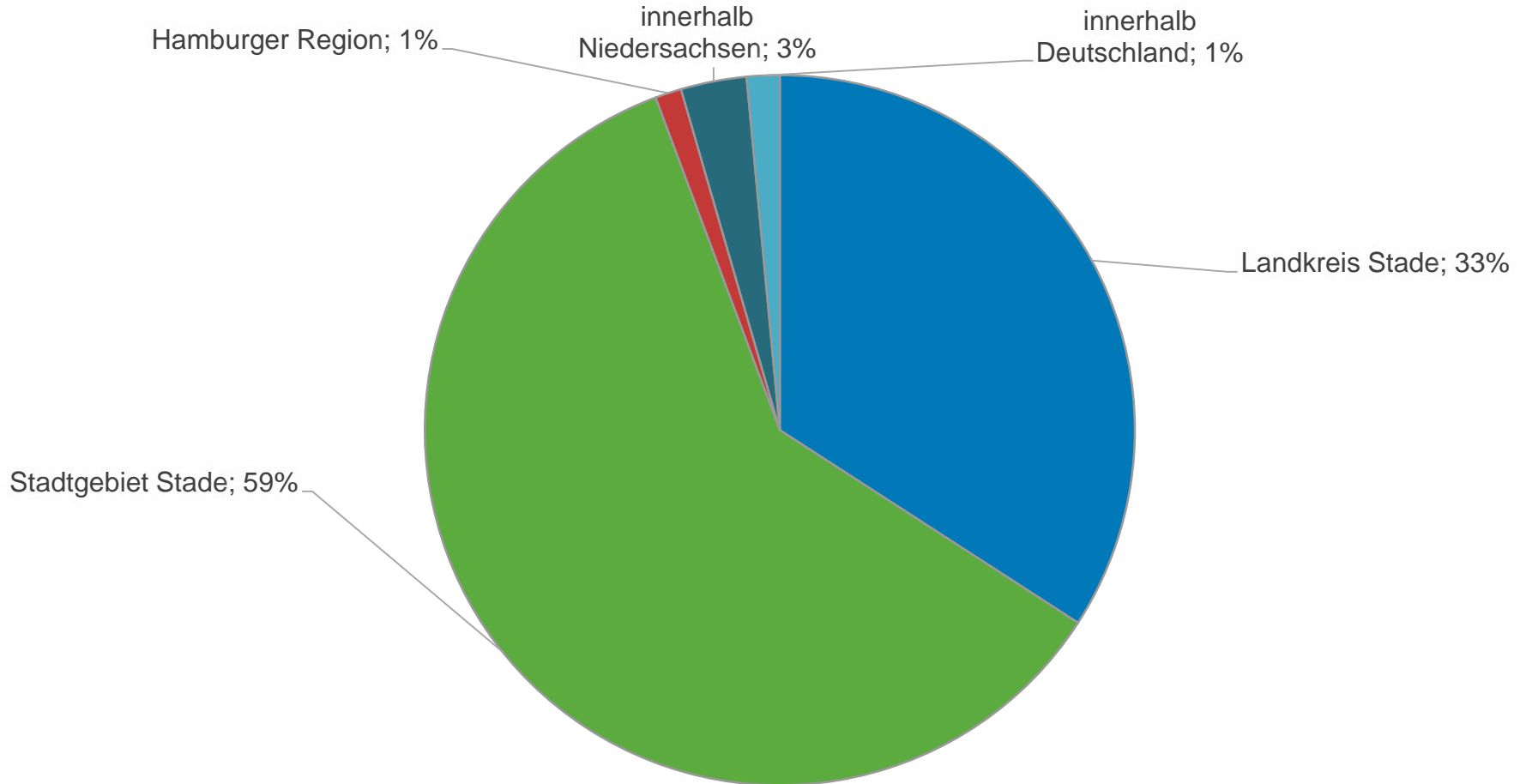
Mit Ihrer Hilfe können wichtige Meinungen, Stimmungen und Einschätzungen eruiert werden und Ihre Ideen können zu einer zukunftsfähigen Ausrichtung Stades und der Region beitragen. Daher bitten wir Sie, so viele Fragen wie möglich zu beantworten, um die Aussagekraft der Umfrage zu steigern. Leiten Sie den Hinweis zur Befragung auch gerne an weitere potenziell Interessierte weiter.

Wir freuen uns über Ihre Teilnahme, die ca. 10 Minuten in Anspruch nehmen wird. Die Auswertung des Fragebogens erfolgt selbstverständlich anonym.

Vielen Dank für Ihre Unterstützung!

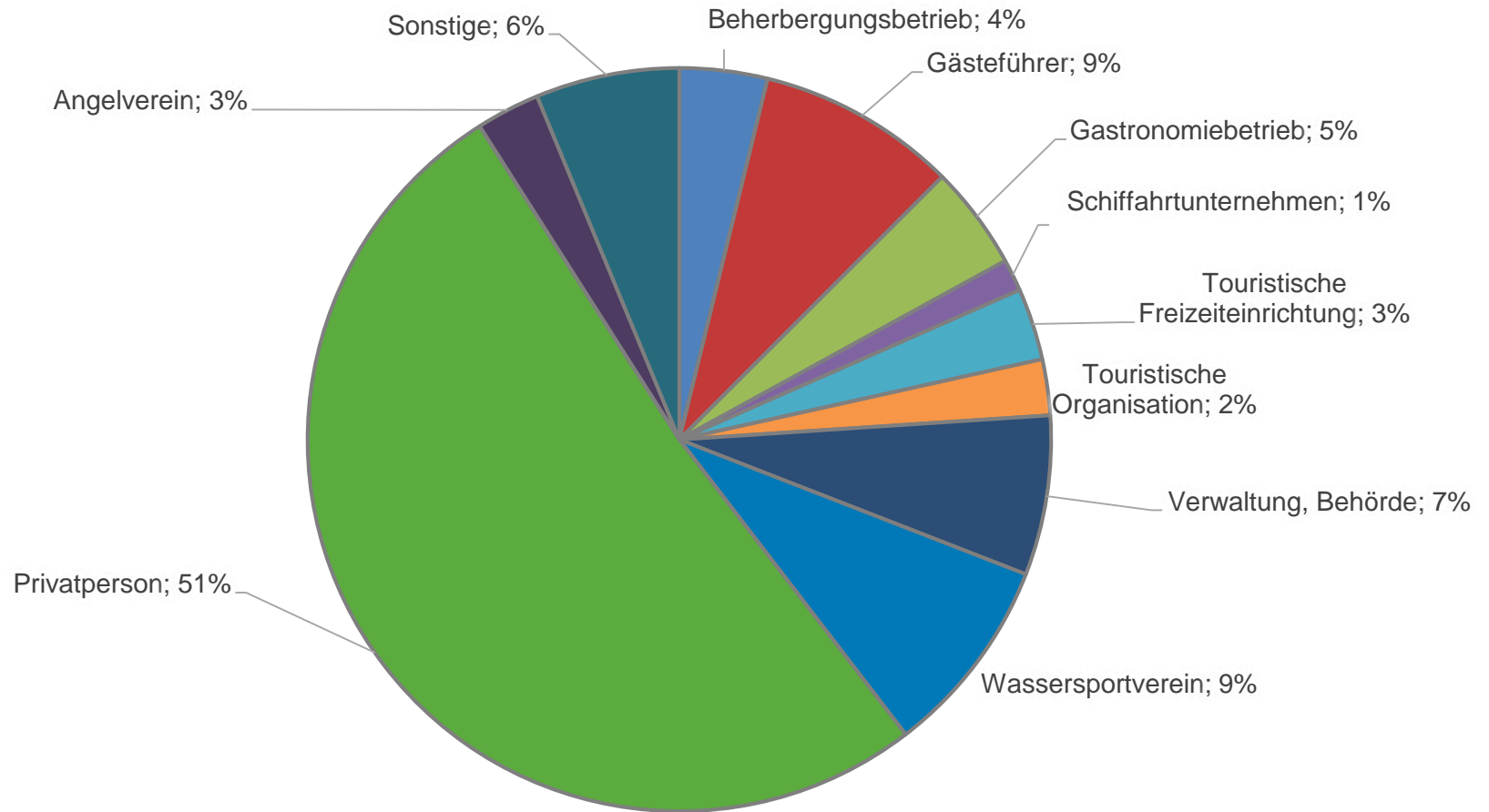
(1) In welcher Region haben Sie ihren Wirkungskreis?

(geschlossene Frage, Antwort mehrfach, Anzahl Teilnehmer: 283) Angaben in % der Befragten



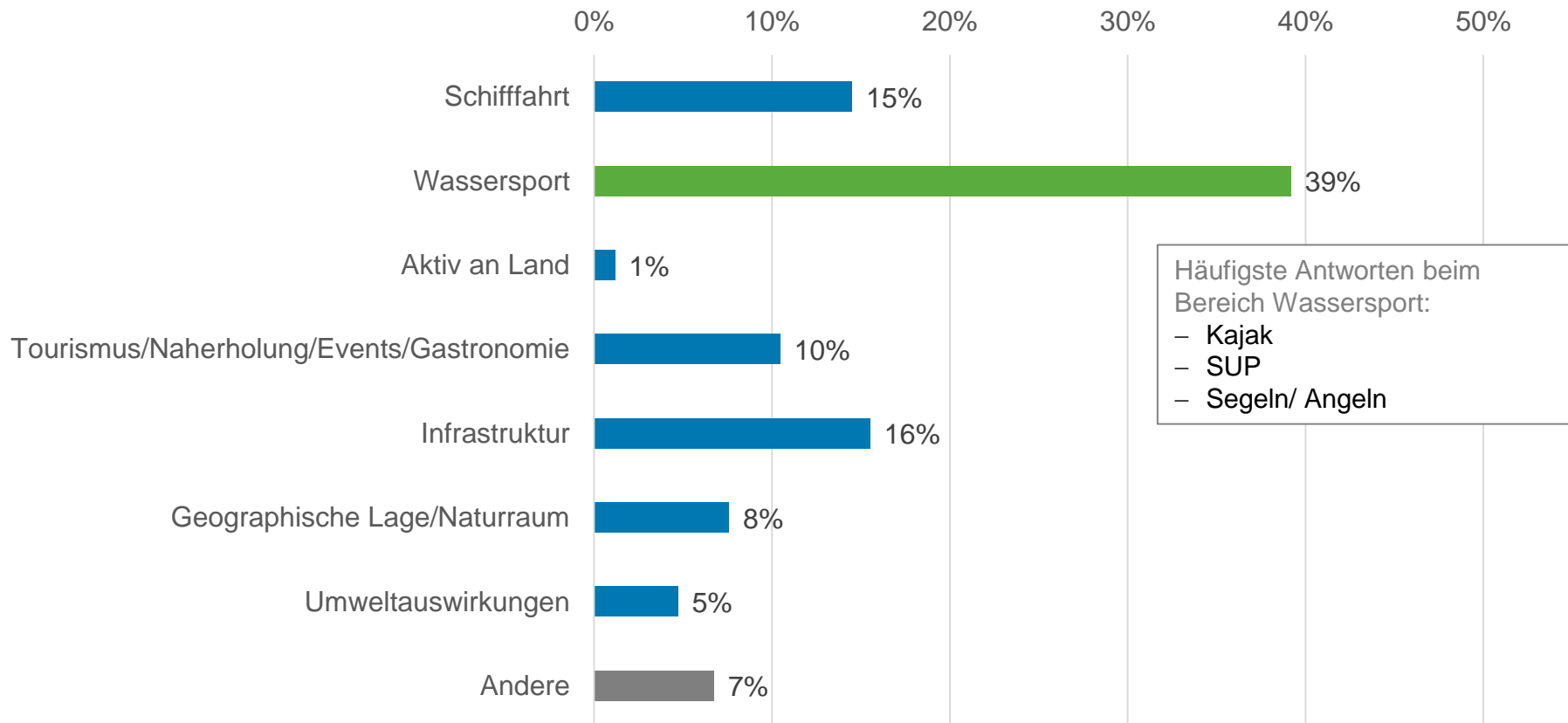
(2) In welchem Tätigkeitsfeld sind Sie tätig?

(Pflichtfrage, geschlossene Frage, 1 Antwort möglich, Anzahl Teilnehmer: 288) Angaben in % der Befragten



(3) Was fällt Ihnen spontan ein, wenn Sie an Wassertourismus entlang der Schwinge denken?

(offene Frage, max. 3 Antworten möglich, Anzahl Antworten: 592) Angaben in % der Befragten



(3) Was fällt Ihnen spontan ein, wenn Sie an Wassertourismus entlang der Schwinge denken?

(offene Frage, max. 3 Antworten möglich, Anzahl Antworten: 592) Angaben in % der Befragten

Kategorie	Antworten
Wassersport	Primär: Kajak, SUP, auch Segeln, Angeln wenige Nennungen zu „schwimmen“
Schiffahrt	Fleetkahn, Gondel, Greundiek, Tiedenkieker
Infrastruktur	Wasserseitig: Beach Club, Bootsverleih, Stadthafen Landseitig: Rad- und Wanderwege (auf Schwingedeich), Stadersand, Grill- und Zeltplatz
Geographische Lage	Lage am Wasser, Elbe, Schwinge, Landschaft/Natur
Umweltauswirkungen	Verschlickung, Tide

(3) Was fällt Ihnen spontan ein, wenn Sie an Wassertourismus entlang der Schwinge denken?

(offene Frage, max. 3 Antworten möglich, Anzahl Antworten: 592) Angaben in % der Befragten)

„Paddeln,
Wassersport“

„Kanu Anlaufpunkt
Groß Thun“

„Spontane
Möglichkeit von
Teilnahmen an
Fleetkahnfahrt und
Tidenkieker (bisher
nur auf Vorbuchung)“

„Keine Möglichkeit,
vom Stadt- in den
Holzhafen zu
kommen“

„Mehrere kleine
Anleger für
Sportboote, an denen
kurzfristig
festgemacht werden
kann, wären schön.“

„Zu kurze
Öffnungszeiten der
Tourismusangebote,
vor allem am
Wochenende“

„Wo kann ich spontan
mein Boot zu Wasser
lassen?“

„Wichtig, Stade als
Seehafen zu
erhalten“

„Keine kleinen
lauschigen
Rastplätze an der
Schwinge Richtung
Schwedenschanze“

„Sanitäre Anlage
am Stadthafen
erweitern“

„Für Kanuten gibt es
keine
Umtragungsmöglichkeiten
vom Holzhafen (obere
Schwinge) in den
Stadthafen (untere
Schwinge), um die
Fahrt in Richtung
Stadersand bzw. Elbe
fortzusetzen.“

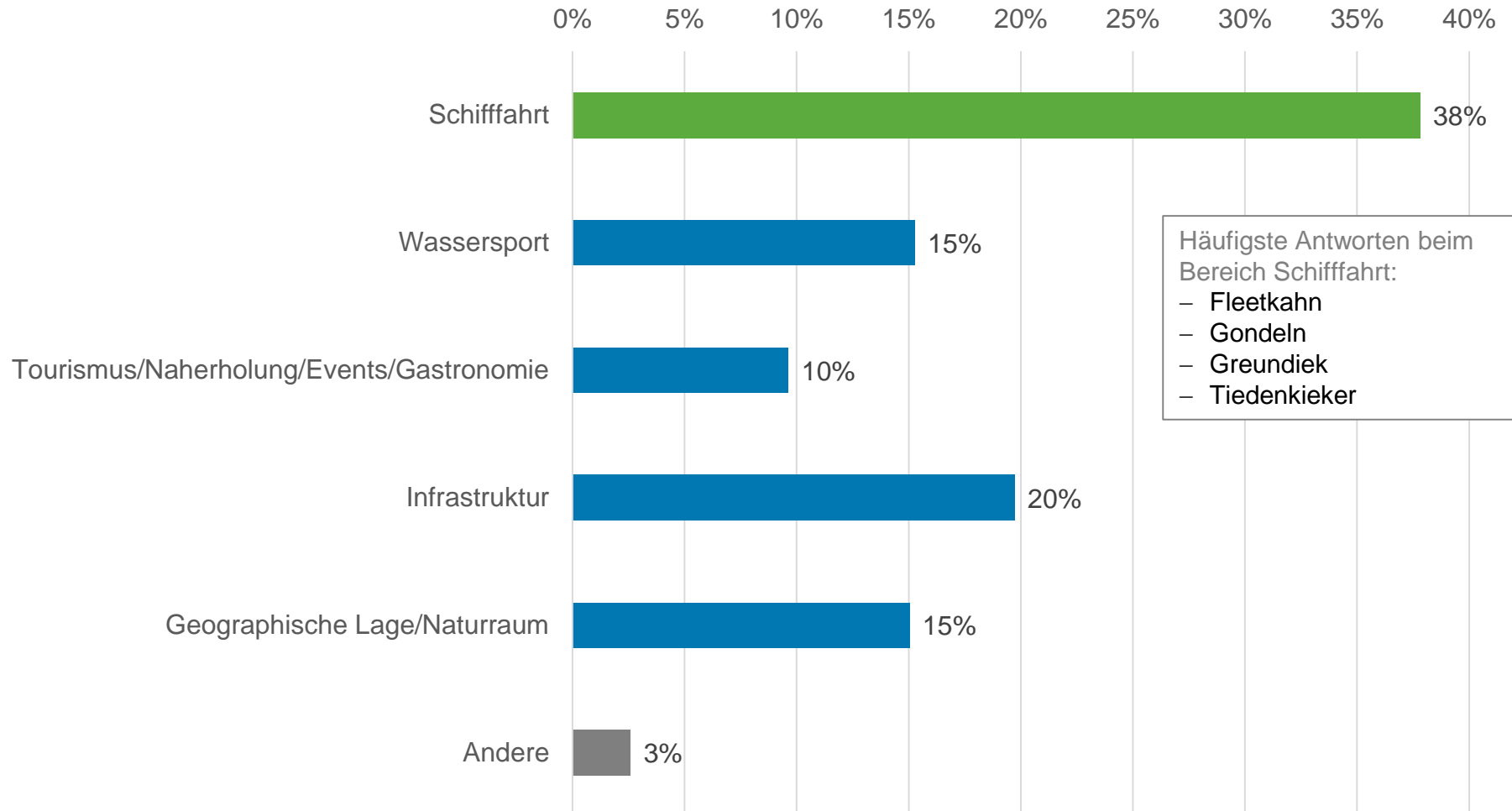
„Geräuscharm und
entschleunigten
Einzelschiffahrts-
verkehr, Anbindung
nach Hamburg vom
Stader Hafen direkt
(nicht über
Stadersand)“



O-Töne Teilnehmer der Befragung (Auswahl)

(4) Welches sind Ihrer Meinung nach die drei wassertouristischen Highlights in der Hansestadt Stade und der Region?

(offene Frage, max. 3 Antworten möglich, Anzahl Antworten: 426) Angaben in % der Befragten



(4) Welches sind Ihrer Meinung nach die drei wassertouristischen Highlights in der Hansestadt Stade und der Region?

(offene Frage, max. 3 Antworten möglich, Anzahl Antworten: 426) Angaben in % der Befragten)

Kategorie	Antworten
Schifffahrt	Fleetkahn, Gondel, Greundiek, Tiedenkieker
Infrastruktur	Fokus wasserseitig: Alter Hafen (Hansehafen), Stadersand, Stadthafen, Beach Club
Wassersport	Kajak, SUP, Kanu, Wassersportvereine, Segeln

(4) Welches sind Ihrer Meinung nach die drei wassertouristischen Highlights in der Hansestadt Stade und der Region?

(offene Frage, max. 3 Antworten möglich, Anzahl Antworten: 426) Angaben in % der Befragten

„Ausflugsschiffe
(Tidenkieker, Greundiek,
usw.) - "Maritime Törns“

„Greundiek-Ausfahrten auf die
Elbe“

„Am Burggraben/
Schwingegewässer entlang
- unterhalb das Wasser,
beste Aussicht“

„Der Hafen mitten in der
Stadt ist ein Highlight“

„Holzhafen mit Stand-Up
Paddling“

„Verbindung Stade mit der
Elbe (Maritime Landschaft
Untere Elbe)“

„Ausflüge mit der Greundiek
zum Hafengeburtstag“

„Stadthafen mit direkter
Altstadtnähe“

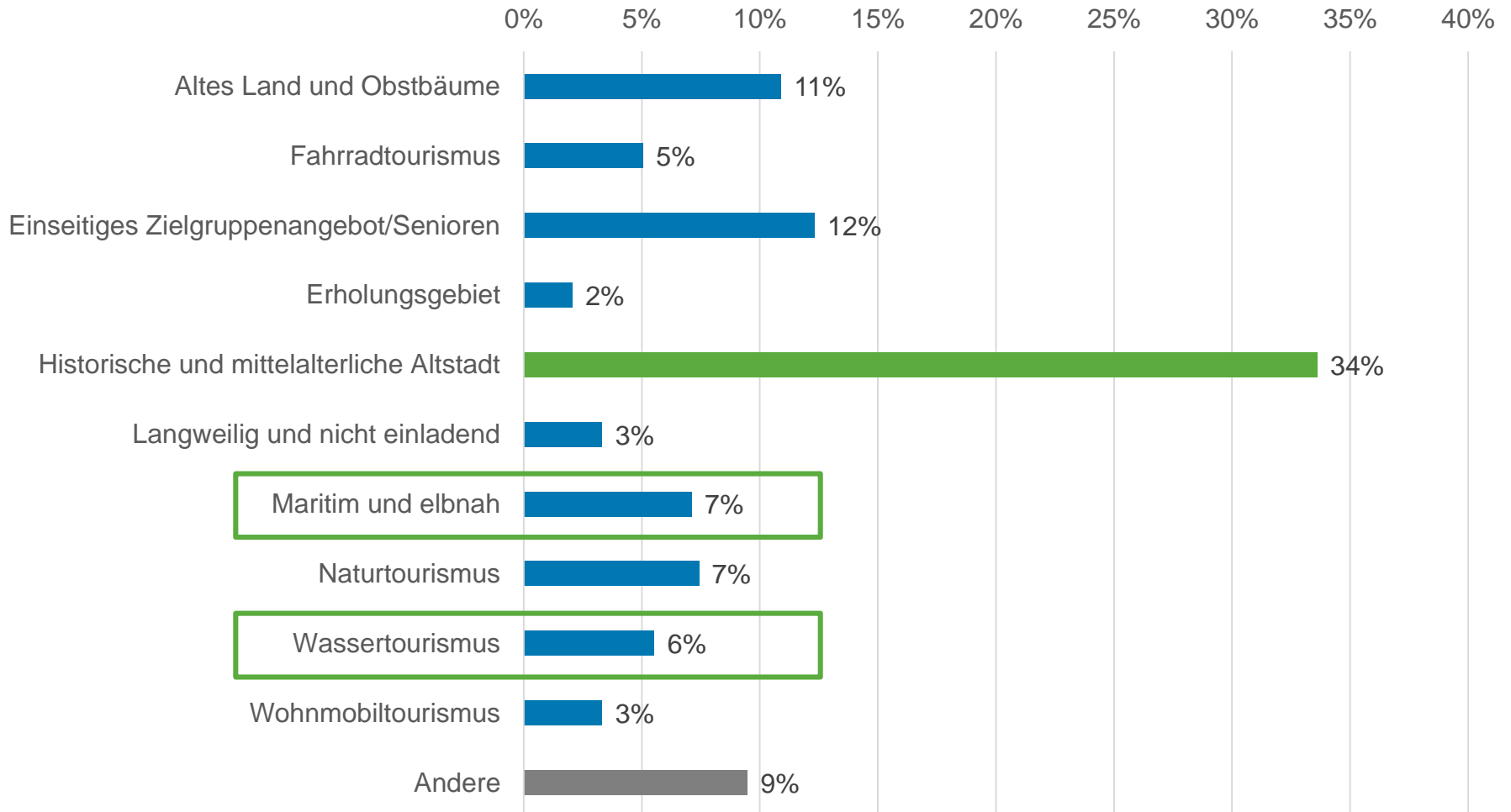
„Die Greundiek und der
Tidenkieker. Ausflugsfahrten
könnten ausgebaut
werden.“



O-Töne Teilnehmer der Befragung (Auswahl)

(5) Welches Image besitzt die Region Stade bei Tages- und Urlaubsgästen als Reiseregion Ihrer Meinung nach?

(offene Frage, max. 3 Antworten möglich, Anzahl Antworten: 634) Angaben in % der Befragten



(5) Welches Image besitzt die Region Stade bei Tages- und Urlaubsgästen als Reiseregion Ihrer Meinung nach?

(offene Frage, max. 3 Antworten möglich, Anzahl Antworten: 634) Angaben in % der Befragten)

„Die Altstadt mit den erhaltenen Befestigungsanlagen und dem Burggraben sucht seinesgleichen. Die günstige Lage mit guter Zuganbindung nach Hamburg und Cuxhaven, alles auch in Tagestouren möglich. Kurze Wege nach Bremen und Bremerhaven“

„Maritim. Von viel Wasser umgeben. Burggraben, Schwinge und dicht an der Elbe“

„Auf ältere Menschen bezogenes Image, zu wenig für junge Menschen. Verstaubtes und sehr konservatives Kulturprogramm. Wenig bis keine Kneipenkultur/Nachtleben. Immer wieder hört man: Hier ist ja nichts. Hier werden ab 18:00 Uhr die Bordsteine hochgeklappt.“

„Schön aber langweilig“

„Sehenswerte und gemütliche kleine Altstadt. ; Jeder, der länger da ist, als einen Tag, stellt fest, dass ein Nachtleben quasi nicht vorhanden ist.“

„Gemütliche und überschaubare historische Altstadt“

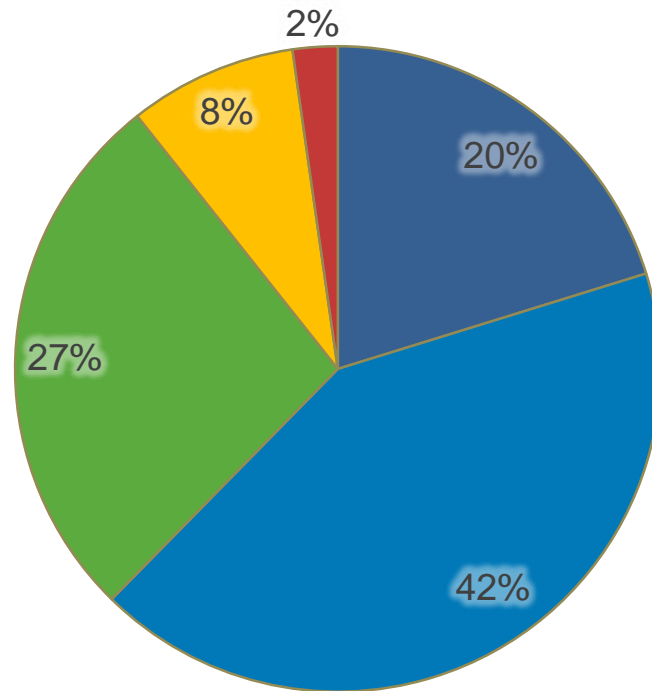
„Die Stadt Stade mit ihrer schönen Altstadt, die Geschichte geschrieben hat, zieht Touristen an. Dazu kommt das Alte Land, was zu Kirschblüte und Apfelernte Besuchermagnet ist. Der Elbstrand entlang des Landkreises ist gerade im Sommer sehr einladend.“



O-Töne Teilnehmer der Befragung (Auswahl)

(6) Bitte bewerten Sie die Bedeutung des Wassertourismus für Ihre Region.

(geschlossene Frage, Anzahl Teilnehmer: 178) Angaben in % der Befragten

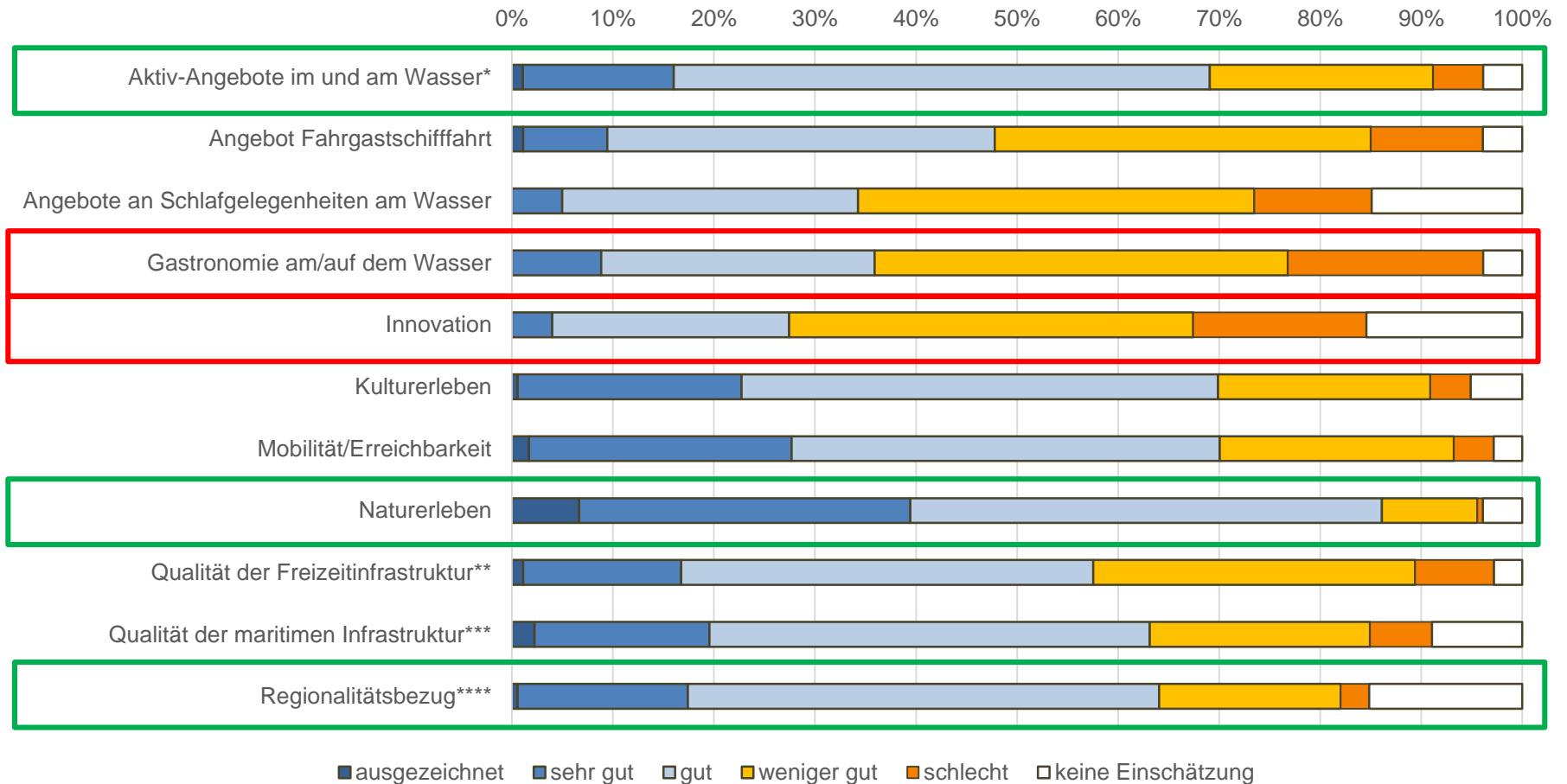


Antwort	Anzahl
Sehr hoch	36
Hoch	75
Teils/teils	48
Niedrig	15
Sehr niedrig	4

■ sehr hoch ■ hoch ■ teils/teils ■ niedrig ■ sehr niedrig

(7) Wie bewerten Sie folgende touristische Aspekte der Region?

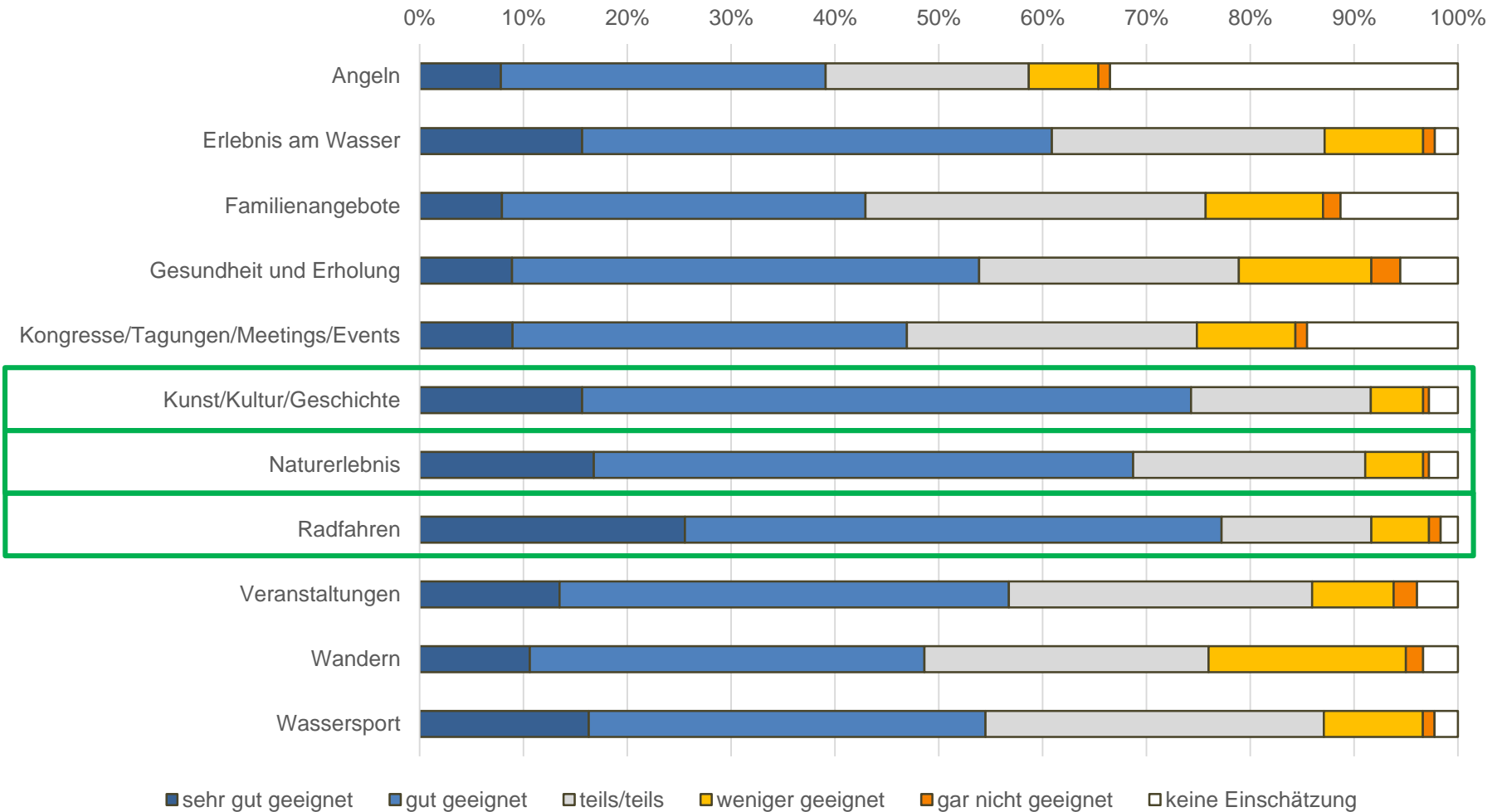
(geschlossene Frage, Bewertung für jeweilige Kategorie, Anzahl Teilnehmer: 181) Angaben in % der Befragten)



*Radfahren, Wandern, Wassersport; **Radwegenetz, Wanderwegenetz, Rad- und Bootsverleih entlang der Schwinge/Burggraben; ***Häfen, Anleger, etc.; ****von touristischen Angeboten

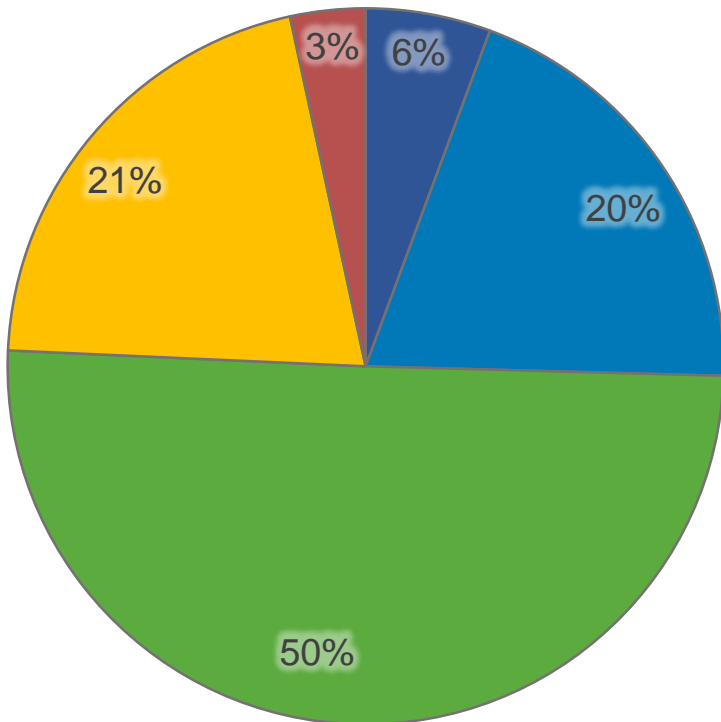
(8) Wie beurteilen Sie die Eignung der Region Stade bezüglich folgender Themenangebote?

(geschlossene Frage, Bewertung für jeweilige Kategorie, Anzahl Teilnehmer: 180) Angaben in % der Befragten)



(9) Wie zufrieden sind Sie mit der wassertouristischen Entwicklung der Region Stade innerhalb der letzten 5 Jahre?

(geschlossene Frage, Bewertung abgeben, Anzahl Teilnehmer: 177) Angaben in % der Befragten)

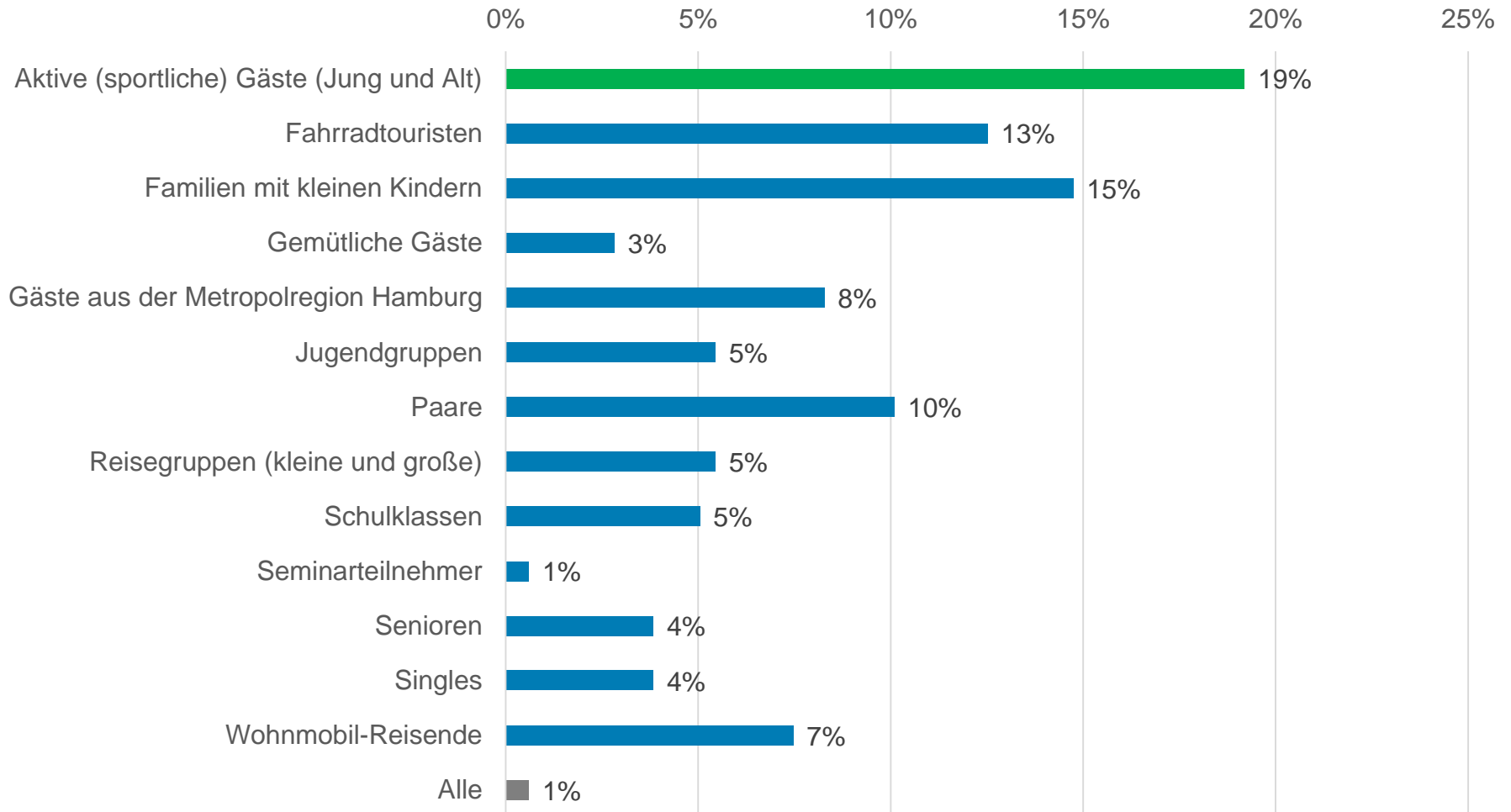


Antwort	Anzahl
Sehr zufrieden	10
Zufrieden	35
Teils/teils	89
Enttäuscht	37
Sehr enttäuscht	6

■ sehr zufrieden ■ zufrieden ■ teils/teils ■ enttäuscht ■ sehr enttäuscht

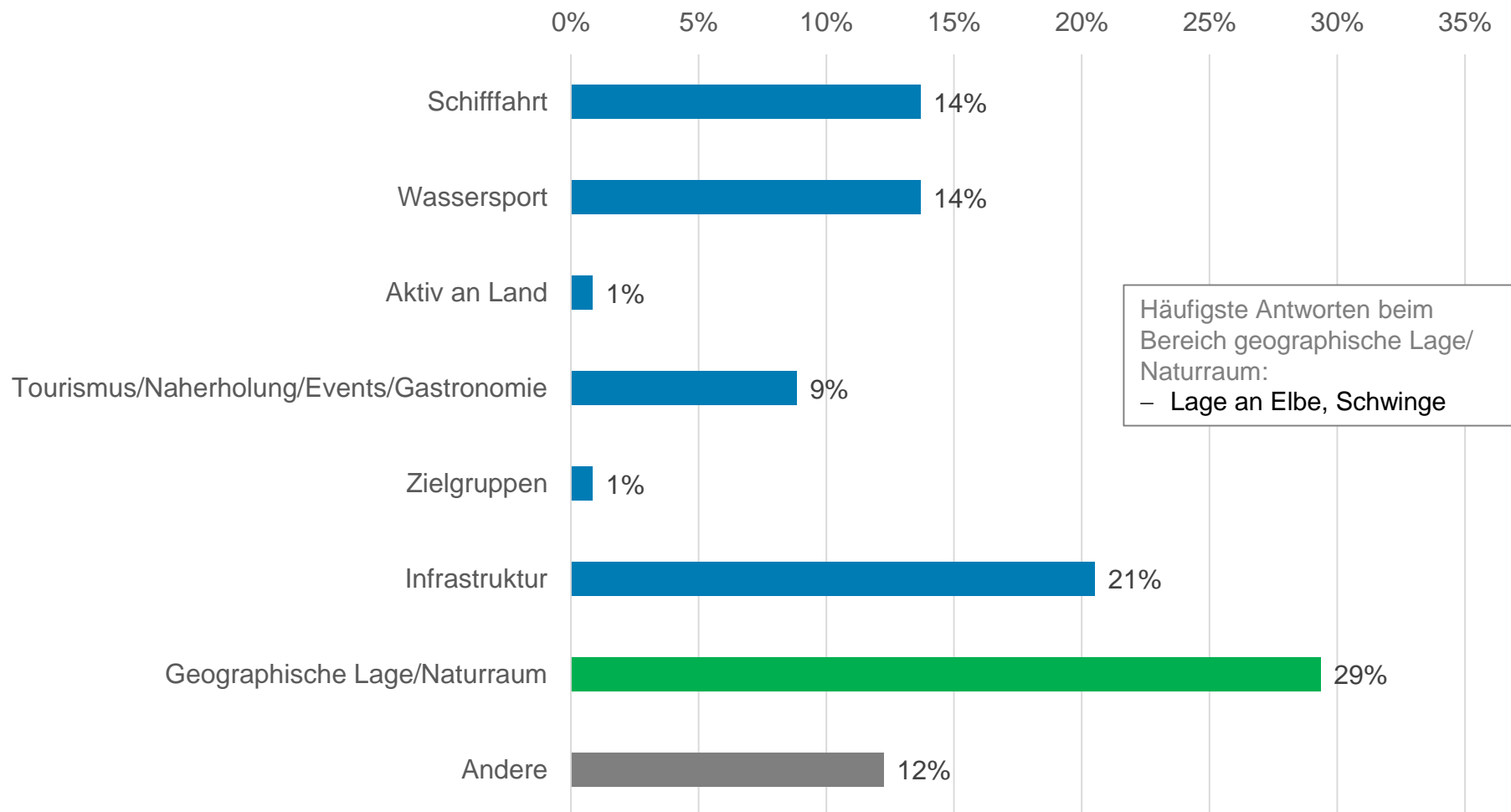
(10) Welche touristischen Zielgruppen sind Ihrer Meinung nach für die wassertouristische Entwicklung der Region Stade relevant?

(geschlossene Frage, max. 3 Antworten möglich, Anzahl Teilnehmer: 177) Angaben in % der Befragten



(11) Bitte bewerten Sie den Ist-Zustand: Wo sehen Sie die wassertouristischen Stärken in der Region Stade?

(offene Frage, 3 Antworten möglich, Anzahl Antworten: 351) Angaben in % der Befragten



(11) Bitte bewerten Sie den Ist-Zustand: Wo sehen Sie die wassertouristischen Stärken in der Region Stade?

(offene Frage, 3 Antworten möglich, Anzahl Antworten: 351) Angaben in % der Befragten

Kategorien	Antworten
Geographische Lage am Wasser/ Naturraum	insbesondere die Lage am Wasser
Wassersport	Insbesondere SUP
Infrastruktur	wasserseitig, v.a. Hafen

(11) Bitte bewerten Sie den Ist-Zustand: Wo sehen Sie die wassertouristischen Stärken in der Region Stade?

(offene Frage, 3 Antworten möglich, Anzahl Antworten: 351) Angaben in % der Befragten

„Burggraben noch nicht komplett vereinnahmt oder übernutzt, sondern noch Naturnah/bzw. als Burggraben erkennbar“

„Es gibt eine gute Erschließung der einzelnen Reviere“

„Gute Anbindung und Erreichen der Anleger, Hotels und Übernachtungen etc“

„Segelkurse für Jugendliche anbieten. Das setzt auch das Bereitstellen einiger Boote voraus.“

„Komfortable Kanufahrt auf Burggraben und Schwinge mit Bringdiensten“

„Große Diversität der Gewässer (Burggraben, Schwinge, Elbe)“

„Der Oberlauf der Schwinge ist wunderschön, die Elbe ist ein reizvolles Segelrevier“

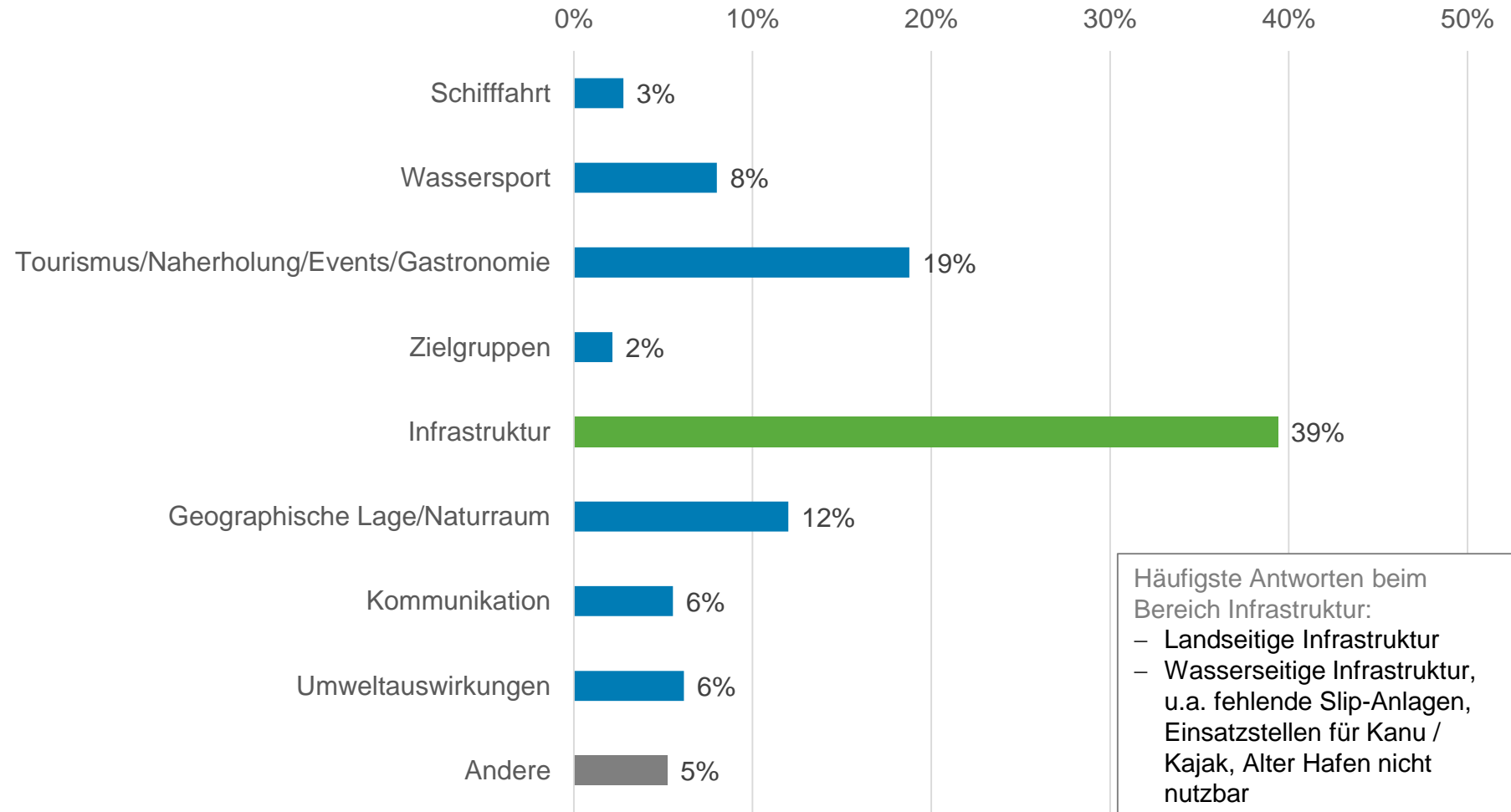
„Endlich wieder ein Beach Club- noch ausbaufähig“



O-Töne Teilnehmer der Befragung (Auswahl)

(12) Bitte bewerten Sie den Ist-Zustand: Wo sehen Sie die wassertouristischen Schwächen in der Region Stade?

(offene Frage, 3 Antworten möglich, Anzahl Antworten: 325) Angaben in % der Befragten



(12) Bitte bewerten Sie den Ist-Zustand: Wo sehen Sie die wassertouristischen Schwächen in der Region Stade?

(offene Frage, 3 Antworten möglich, Anzahl Antworten: 325) Angaben in % der Befragten

Kategorien	Antworten
Infrastruktur	Land und Wasser v.a. Wasserseitig: fehlende Slip-Anlagen, Alter Hafen nicht für Bootsverkehr nutzbar, Einsatzstellen für Kanu/Kajak
Tourismus/ Naherholung/ Events/ Gastronomie	Fehlende Gastronomie am Wasser, zu wenig wassertouristische Angebote

(12) Bitte bewerten Sie den Ist-Zustand: Wo sehen Sie die wassertouristischen Schwächen in der Region Stade?

(offene Frage, 3 Antworten möglich, Anzahl Antworten: 325) Angaben in % der Befragten

„Die markante Örtlichkeit 'Stadersand' wird nicht genutzt. Hier fehlen Einrichtungen, die einen Aufenthalt dort gemütlich machen und zum Verweilen anregen“

„Zu wenig Gastronomie für junge Leute am Wasser. Gute Beispiele aus Hamburg: Strandperle, diverse Beach Clubs, Streetfood Wagen“

„Die Infrastruktur ist an einigen Stellen zu optimieren, um Alleinstellungsmerkmale zu generieren (Verbindung Burggraben/Schwinge, Öffnung Alter Hafen)“

„Zu wenig Gastronomieangebote am Wasser und hier vor allem am Stadthafen und am Holzhafen“

„Keine Rad-Wanderwege vom Stadthafen entlang der Schwinge zur Elbe“

„Anlegestellen für Fleetkahn und SUP, Bootsverleih schlecht ausgeschildert und für Touristen schwer zu finden“

„Fast keine Events für Stader 'Rund um das Wasser/Burggraben,'“

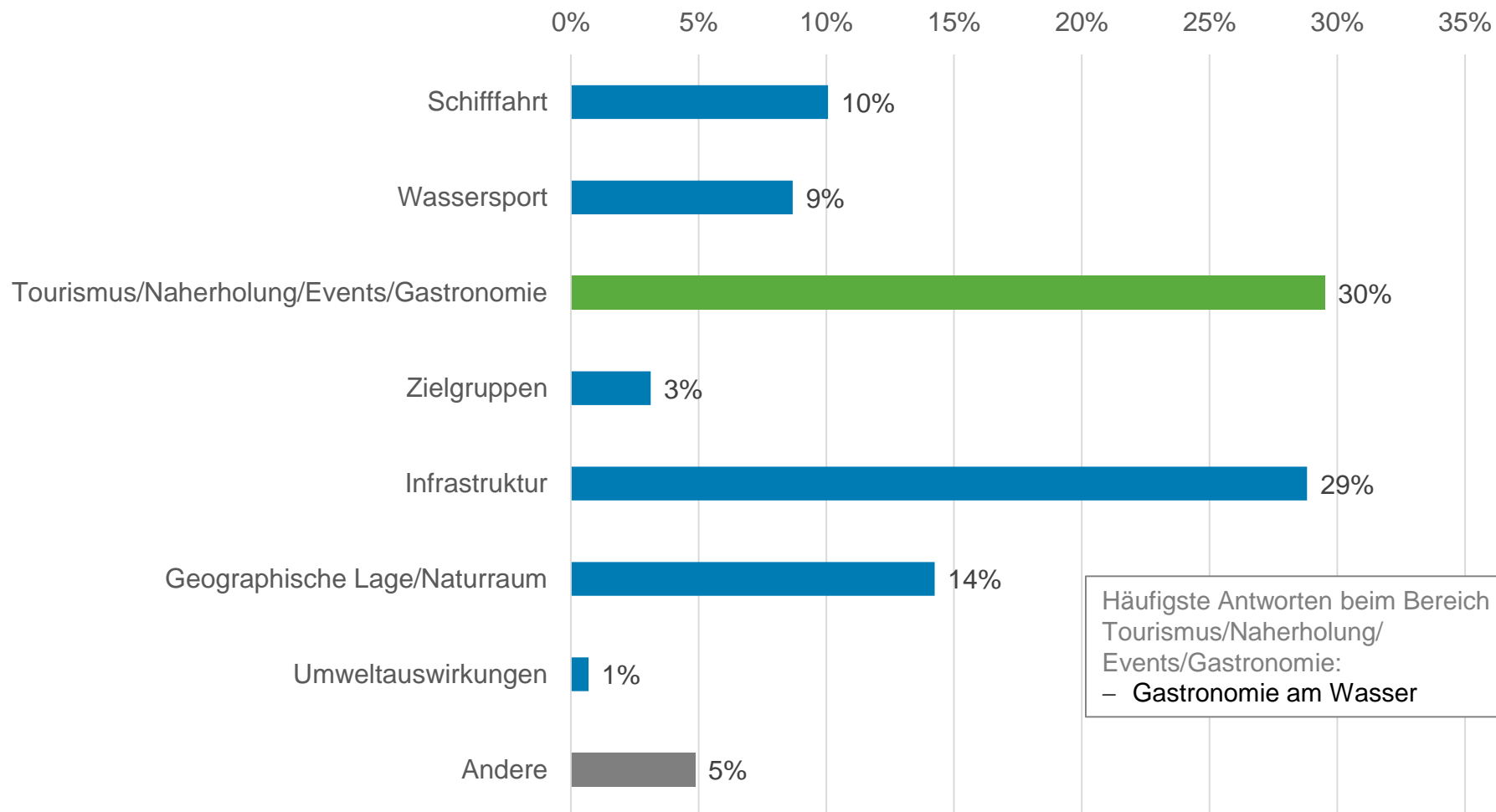


„Hafen könnte stärker für Veranstaltungen auf dem Wasser genutzt werden.“

O-Töne Teilnehmer der Befragung (Auswahl)

(13) Bitte blicken Sie in die Zukunft: Wo sehen Sie Chancen für den Wassertourismus der Region Stade?

(offene Frage, 3 Antworten möglich, Anzahl Antworten: 288) Angaben in % der Befragten



(13) Bitte blicken Sie in die Zukunft: Wo sehen Sie Chancen für den Wassertourismus der Region Stade?

(offene Frage, 3 Antworten möglich, Anzahl Antworten: 288) Angaben in % der Befragten

Kategorien	Antworten
Tourismus/ Naherholung/ Events/ Gastronomie	(Gastronomie-) Angebot am Wasser ausweiten, kombinierte Angebote
Infrastruktur	wasserseitig, Beach Club ausbauen, Rad- und Wanderwege entlang des Wassers

(13) Bitte blicken Sie in die Zukunft: Wo sehen Sie Chancen für den Wassertourismus der Region Stade?

(offene Frage, 3 Antworten möglich, Anzahl Antworten: 288) Angaben in % der Befragten

„Wassertourismus mit kulinarischen Angeboten verbinden/allgemein kombinierte Angebote ausweiten“

„Eine sanfte Entwicklung von gastronomischen Angeboten und Aufenthaltsbereichen am Wasser wären wichtig“

„Die individuelle Nutzung des Wassers muss gefördert werden, dies würde auch durch mehr Angebote "am Ufer" (Gastronomie) passieren“

„Schaffung eines Beach Clubs am Unterlauf der Schwinge mit Anleger für Zubringer aus dem Hafen“

„Campingplatz am Wasser - Wassersportler sind meistens Camper!“

„Bouldern z.B. an den Spundwänden im Bereich der Ruderanlage in Kombination mit Rudern für aktive junge Leute interessant“

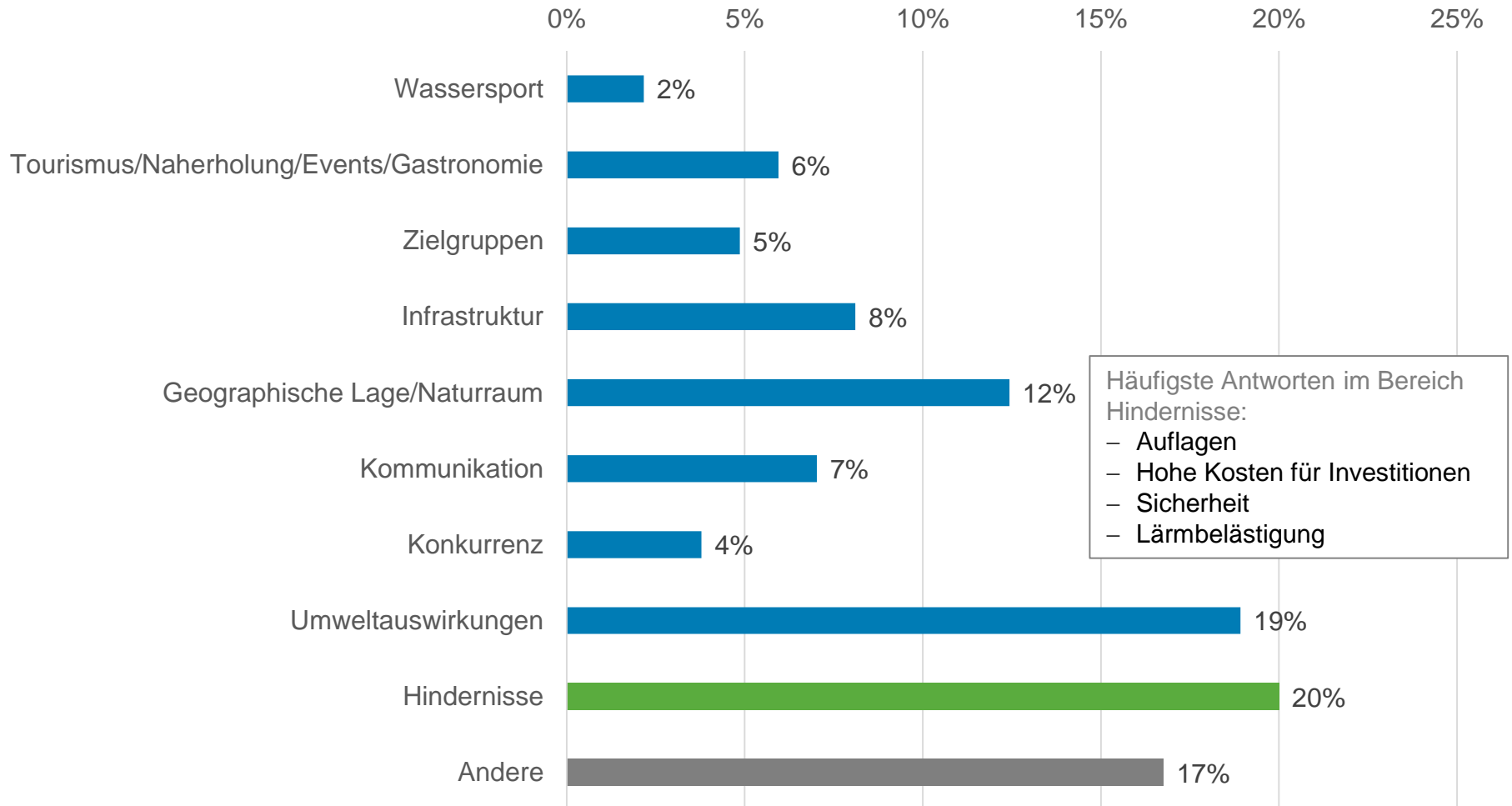
„In Kombiangeboten von anderen Tourismussparten zum Wassersport“



O-Töne Teilnehmer der Befragung (Auswahl)

(14) Bitte blicken Sie in die Zukunft: Wo sehen Sie Risiken für den Wassertourismus der Region Stade?

(offene Frage, 3 Antworten möglich, Anzahl Antworten: 185) Angaben in % der Befragten



(14) Bitte blicken Sie in die Zukunft: Wo sehen Sie Risiken für den Wassertourismus der Region Stade?

(offene Frage, 3 Antworten möglich, Anzahl Antworten: 185) Angaben in % der Befragten

Kategorien	Antworten
Hindernisse	Auflagen, hohe Kosten für Investitionen, Sicherheit, Lärmbelästigung
Umweltauswirkungen	Elbvertiefung
Geographische Lage/Naturraum	Insbesondere Naturschutz
Andere	Viele Nennungen mit „keine“, „da fällt mir nichts zu ein...“

(14) Bitte blicken Sie in die Zukunft: Wo sehen Sie Risiken für den Wassertourismus der Region Stade?

(offene Frage, 3 Antworten möglich, Anzahl Antworten: 185) Angaben in % der Befragten

„Angebote werden wegen der Kosten gleich wieder eingestampft. Radwanderbus und Moorexpress laufen immer noch“

„Sinkende Wasserqualität durch Verunreinigung der Landwirtschaft/Gülle“

„Bei Unfällen auf dem Wasser (Burggraben) keine Ausstiegsmöglichkeit am Ufer, weil die Böschung zu steil ist“

„durch Herabstufung der Schwinge als untergeordneten Wasserweg“

„Rettungszugänge nicht vorhanden“

„Größere Verschlickung der Schwinge durch die weitere Elbvertiefung“

„Wahrung des Naturschutzes“

„Zu langsame Reaktion im Ausbau“



O-Töne Teilnehmer der Befragung (Auswahl)

(15) Haben Sie weitere Anmerkungen, Hinweise, Anregungen?

(offene Frage, Anzahl Antworten: 24)

- Hansehafen wieder öffnen
- nutzbare Slipbahnen und/oder Kräne für Sportboote jeder Art
- Schaffen von Plätzen an Seen, Gewässern etc. wo Modellboote fahren können
- Ausbaggerung der Schwinge langfristig sicherstellen
- Anbindung der Hansestadt Stade nach Hamburg mit einer Schiffsverbindung
- Wassersportarten kann man bislang nur in Vereinen ausüben
- Mehr anbieten für spontane Gäste
- Regionales Produkt mit Bezug zum Wasser kreieren (z.B. „Schwingewasser“ anstatt „Alsterwasser“)
- Faltblatt für die Bootstouristen
- Mehr Werbung damit auch Einheimische die Angebote nutzen. Ausbau im Onlineauftritt.
- Mehr Vorträge anbieten, beispielsweise von Weltumseglern
- Schnupperkurse zum Segeln anbieten für Jugendliche und Erwachsene
- Nicht nur für Tourismus tätig werden, sondern auch für die Einheimischen
- Befestige Spazierwege entlang der Schwinge vom Stadthafen aus, besonders linksseitig auf dem Deich
- auf maritimen Tourismus ausgerichtete Einzelhandelsgeschäfte in Hafennähe fehlen
- jährliche Wettrennen mit (Renn-)booten
- geführten Ausflügen auf dem Wasser
- Boots-/Strandkorbverleih
- Boots-Kanuanleger bei der Brücke zwischen Klein Thun und Wiepenkathen mit Rastplatz
- fehlenden Verweilmöglichkeit – realisierbar im Anschlussbereich Parkplatzes bei der Salztorschleuse
- Wasserski bzw. Wakeboarden hat einen Bezug zum CFK
- Bessere Vernetzung; Jugendherberge; Anglerverein; Gemeinde Hollern
- Es wäre toll, wenn man mit "muskelbetriebenen" Booten (z. B. Kanu, Kajak) wieder vom Stader Hafen (untere Schwinge) in den Holzhafen (obere Schwinge) umsetzen könnte

(15) Haben Sie weitere Anmerkungen, Hinweise, Anregungen?

(offene Frage, Anzahl Antworten: 24) – hier: Auswahl

- Das Fuchsloch am Pratjeweg deutlicher kennzeichnen, und eine Zeittafel anbringen. Vielleicht auch noch eine Bank.; Den Pratjeweg verbessern. Von der Hansebrücke bis zur Eisenbahnbrücke
- Ich wünsche mir eine vernünftige Nutzung des Ravelinplatzes. Nicht nur einmal im Jahr ein Festival (welches übrigens großartig ist!), sondern mehr Aktion und Verschönerung des Platzes mit entsprechender Sicherheit!
- Pontons mit Gastronomie
- Barkassenfahrten auch für Einheimische
- Fehlende Gastronomie
- Ich, als Kajakfahrerin, würde mir wünschen, das ich von der unteren Schwinge ohne Probleme in die obere Schwinge umsetzen kann. Leider endet die Tour von Stadersand aus kommend immer im Hafen. Früher gab es eine Treppe neben dem Sperrwerk.
- Möglichkeit schaffen, damit Kanuten ihre Boote im Holzhafen im Schleusenbereich umtragen können, um zur Elbe weiterpaddeln zu können.
- Rad/Wanderweg zwischen Schwingemündung und Hafen
- Weniger Museen, das neue Einkaufszentrum am Pferdemarkt abreißen, bevor die Läden dort einziehen. An der Stelle einen Platz für Begegnungen Park o.ä. anlegen. Das Grün in die Stadt holen, Autos aus der Innenstadt entfernen, Fahrradfahrer und Fußgänger haben Vorfahrt.
- Feste Liegeplätze für Hausboote bzw. Langzeitlieger mit entsprechender Infrastruktur
- Wassertourismus keinesfalls auf Kosten von Naturschutz(-erweiterung) und Ruhe für die hier lebende Bevölkerung!
- Der Pferdemarkt, welcher als zentraler Platz (Marktplatz) ein tolles Ambiente für große Terrassen, Bäume, Wasserspiele und Innerstädtisches Ambiente hatte, wird durch die Busnutzung stark beeinträchtigt oder gar touristisch unbrauchbar. Der Parkplatz vor dem Cinestar könnte eine weitere Fläche für maritimes Verweilen darstellen. Leider wird durch die Optik der Autos jedweder Flair genommen. Außerdem vermissen ich in der Verwaltung kulturelle Visionäre. Warum sollten eigentlich junge Menschen unsere Stadt attraktiv finden? Wie können wir möglicherweise auch für diese Gruppe Aktivitäten anbieten? Was wollen eigentlich junge Menschen? Bars? Nachtleben? Erlebnisastronomie? Plätze/Gelegenheiten zum „Chillen“. Das kann sogar durchaus maritim sein. In Verbindung mit dem maritimen Hafen, oder weil sich die Stadt ein besonderes ganzheitliches Image ausarbeitet, mit dem sich auch junge Menschen identifizieren können. Moderne Facebook-Einträge/Influencer?



Christine Seiler

Projektleiterin

tel: +49 (0)40 414 3887 414

e-mail: christine.seiler@inspektour.de

Erstellung des finalen Auswertungsberichts der Online-Befragung: 15. März 2018