

Umsetzungsstudie Blauer See

Abschlussbericht

Mai 2016

Ansprechpartner:

Matthias Burzinski (Leitung Beratung projekt2508 GmbH)

Thomas Mielke (Geschäftsführer Landschaft planen + bauen NRW GmbH)

projekt2508 GmbH – Riesstraße 10 – 53113 Bonn – T: 0228 / 184967-0

Landschaft planen + bauen NRW GmbH – Königswall 1 – 44137 Dortmund – T: 0231 / 47734940

Inhalt

Auftrag.....	5
Ausgangssituation	7
Markt- und Bedarfsanalyse	7
Standortanalyse	14
Planungsrecht / Restriktionen	31
Produkt- und Angebotsanalyse: Bewertung bestehender Angebotsbausteine und neuer Nutzungsideen	36
Gesamtfazit für die Neukonzeption	41
Konzept.....	42
Ziele und Erfolgsfaktoren	42
Szenarien und Entwicklungsmöglichkeiten.....	43
Masterplan	46
Wirtschaftlichkeit	54
Hotel.....	54
Gastronomie.....	57
Zentral betriebener Freizeitpark	58
Wirkungsanalyse	61
Basis- und ggf. ergänzende Investitionen Infrastruktur.....	64
Grundlegende Betreiber-, Finanzierungs- und Partnermodelle	65
Priorisierung der Entwicklungsszenarien	66
Planungsrechtliche Bewertung und Umsetzungsfahrplan	66
Anhang.....	68
Details der Standortanalyse	69
Nutzwert- und Potenzialanalyse – Detailergebnisse	71
Bewertung bestehender Angebote.....	74
Szenario Modifikation	77
Szenario Intervention	78
Szenario Transformation.....	79

Abbildungen

Abbildung 1:	Vorhandene Nutzungen am Blauen See.....	8
Abbildung 2:	Drei typische Arten von Ausflügen und Kurzreisen, differenziert nach Zeitbudget.	10
Abbildung 3:	Erreichbarkeit von Autobahnen (Quelle: Raumbbeobachtung des BBSR)	14
Abbildung 4:	Exponierte Lage des Blauen Sees als naturnahe Fläche innerhalb des Ballungsraums (Quelle: Raumbbeobachtung des BBSR)	15
Abbildung 5:	Regionale Verkehrsanbindung und räumliche Einbindung des Blauen Sees im Großraum Düsseldorf / Ruhrgebiet.	16
Abbildung 6:	Einzugsgebiet um den Blauen See mit PKW-Anreise-Isochronen und Einwohnerzahlen in den Zonen (30min, 60min, 90min und 120min)	18
Abbildung 7:	Wettbewerb im Bereich Freizeitanlagen mit dem Thema Märchen in Deutschland	20
Abbildung 8:	Vergleich der Eintrittspreise der Freizeitanlagen mit dem Thema Märchen in Deutschland (Stand Sommer 2015)	21
Abbildung 9:	deutschlandweiter Wettbewerb im Bereich Naturbühne (eigene Erhebung)	22
Abbildung 10:	Eintrittspreise für Erwachsene im Vergleich (ausgenommen Anbieter ohne Preisangabe, Stand Dezember 2015)	23
Abbildung 11:	Kletterparks in Nordrhein-Westfalen (Datenquelle: www.kletterparks.info)	24
Abbildung 12:	Baumwipfelpfade und vergleichbare Angebote in Deutschland (Datenquelle: eigene Recherche)	25
Abbildung 13:	Wettbewerb im Bereich Umweltbildung: Umweltbildungs- und Naturschutzzentren in NRW (Datenquelle: www.umweltbildung.de)	26
Abbildung 14:	Diagramme zur Entwicklung der Ankünfte, Übernachtungen, Aufenthaltsdauer und Bettenauslastung in Ratingen, Kreis Mettmann, Stadt Düsseldorf, Regierungsbezirk Düsseldorf und Land Nordrhein-Westfalen im Vergleich	28
Abbildung 15:	Parkplätze und Barrierefreiheit. (grün: barrierefrei/-arm, rot: nicht barrierefrei/-arm)	30
Abbildung 16:	Landschaftsschutzgebiete, Naturschutzgebiete	32
Abbildung 17:	Wasserschutzzonen	33
Abbildung 18:	Raumwiderstandskarte des Areals Blauer See.	34
Abbildung 19:	Zielvorstellungen aus verschiedenen Perspektiven.	42
Abbildung 20:	Leitlinien der Entwicklung.	43
Abbildung 21:	Prinzip der Übermittlung via iBeacons	48
Abbildung 22:	Beispiel für einen Baumwipfelpfad (Quelle: Pixabay/Public Domain)	52

Tabellen

Tabelle 1:	Einwohner-/Haushaltszahlen, Kaufkraft und Ankünfte/Übernachtungen im Einzugsgebiet, kumuliert nach PKW-Isochronen (nur Deutschland, kumuliert)	17
Tabelle 2:	Kernaussagen zur Wettbewerbsanalyse.	27
Tabelle 3:	Schema für die Angebotsbewertung.	37
Tabelle 4:	Nutzwertanalyse der Bestandsbausteine	37
Tabelle 5:	(Entwicklungs-)Potenzialanalyse der Bestandsbausteine	38
Tabelle 6:	(Entwicklungs-)Potenzialanalyse neuer Nutzungsideen.....	40
Tabelle 7:	Entwicklungsszenarien mit konkreten Nutzungen	45
Tabelle 8:	Wirtschaftlichkeitsberechnung für die Nutzung „Hotel“	56
Tabelle 9:	Wirtschaftlichkeitsberechnung für die Nutzung „Gastronomie“	58
Tabelle 10:	Wirtschaftlichkeitsberechnung für einen Freizeitpark.....	60
Tabelle 11:	Überschlägige regionalwirtschaftliche Effekte (Basis: 60.000 Besucher).....	62
Tabelle 12:	Überschlägige regionalwirtschaftliche Effekte (Basis: 100.000 Besucher)	63
Tabelle 13:	Kostenschätzung Basisinvestition.....	64

Auftrag

Der in Privatbesitz befindliche Freizeit- und Naturraum „Blauer See“ in Ratingen ist ein traditionelles Naherholungsziel mit Einzugsgebiet in der Rheinschiene wie auch im westlichen Ruhrgebiet. Es stellt eine klassische Freizeitanlage der ersten Generation dar. Zur Ausstattung gehören ein Märchenzoo, eine Naturbühne, eine Ausflugsgastronomie, ein Bootsverleih, Minigolf, Mini-Eisenbahn, „Bau-meistercamp“ sowie diverse Angebote, die in einer so genannten „Erlebniswelt“ zusammengefasst sind. Den Rahmen bilden der Blaue See und ein mit Spazierwegen durchzogenes Waldgelände.

Im Auftrag der Stadt Ratingen und mit der Unterstützung des Kreises Mettmann wurde die vorliegende Umsetzungsstudie erstellt, die dazu beitragen sollte, den Standort als modernen und bedarfsgerechten Freizeit- und Tourismusstandort neu aufzustellen. Leitziel der Studie war es, tragfähige Konzepte und Maßnahmen zur Transformation des Areals in einen attraktiven Erlebnisraum zu entwickeln.

Dabei war der modulare, bausteinartige Charakter des Angebots sowie die besondere Eigentümer- und Betreibersituation zu berücksichtigen. Gleichzeitig galt es, die bisher bereits durchgeführten Studien zur Weiterentwicklung des Areals einer Prüfung zu unterziehen, um die teils unrealistischen, teils angemessenen Projektansätze für den Blauen See zu filtern.

Sämtliche Prüfergebnisse sowie neu entwickelte, marktgerechte Entwicklungsansätze wurden zu tragfähigen Szenarien verdichtet. Ergänzend flossen Nutzungsvorschläge parallel auflaufender Anfragen potenzieller Investoren/Betreiber in die Konzeption mit ein, so dass es galt, sowohl einen langfristig gültigen Entwicklungsrahmen in Form eines Masterplans sicherzustellen wie auch die aktuellen Anfragen der Interessenten einer Plausibilitätsprüfung zu unterziehen.

Um diese Entwicklungsstrategie umsetzungsorientiert zu erarbeiten, waren wichtige Fragen zu klären:

- Was ist eigentlich das Alleinstellungsmerkmal und einzigartige Profil des Blauen Sees?
- Wie lässt sich dieses Profil in spannende und attraktive Erlebnisse für die Besucher und Gäste übersetzen? Welche Erlebnisse sind das?
- Was erwarten diese Gäste von einer modernen Besucherattraktion und inwieweit können diese Erwartungen erfüllt werden?
- Wie können konkrete Angebotsbausteine, Teilattraktionen und Produkte aussehen?
- Wie werden diese vermittelt und inszeniert? Welches Vermittlungskonzept wird benötigt?
- Welche Maßnahmen sind notwendig, um diese spannenden Erlebnisse und Angebotsbausteine für die Besucher realisieren und anbieten zu können?
- Wie muss dazu der Erlebnisraum Blauer See dramaturgisch und inhaltlich entwickelt werden?

- Welche planungs- und naturschutzrechtlichen Belange sind dabei zu berücksichtigen und in den Maßnahmen abzubilden?
- Wie sieht das künftige Betreiber- und Partnermodell aus?
- Wie und durch wen lassen sich die Maßnahmen finanzieren?
- Wie ist der Transformationsprozess zu gestalten und umzusetzen?
- Welcher Akteur ist für welche Maßnahmen zuständig und setzt sie um?

Die folgende Studie dokumentiert die Ergebnisse des Planungsprozesses und Antworten auf diese Fragen. Dazu wurde zunächst die Ausgangssituation analysiert. Auf dieser Grundlage wurde ein langfristig tragfähiges Konzept zur Entwicklung des Blauen Sees erstellt. Dabei sind drei Entwicklungsszenarien herausgearbeitet worden, die sich durch die Eingriffstiefe der Umgestaltung unterscheiden und der Stadt somit flexible Reaktionsmöglichkeiten auf sich wandelnde Rahmenbedingungen eröffnen. Die aktuellen Anfragen der Investoren/Betreiber flossen unmittelbar als Nutzungsoptionen in die Entwicklungsszenarien ein. Die verschiedenen Entwicklungsszenarien wurden daraufhin hinsichtlich ihrer Wirtschaftlichkeit bewertet. Zudem wurden grundlegende Betreiber- und Finanzierungsmodelle für die Umsetzung entwickelt. Im letzten Schritt wird für die drei Szenarien aufgezeigt, wie sie in den nächsten Jahren umzusetzen wären.

Ausgangssituation

Markt- und Bedarfsanalyse

Einordnung des Blauen Sees in den Freizeitmarkt

Um eine sinnvolle Marktanalyse vorzunehmen, war zunächst der Anlagentyp des Blauen Sees zu umreißen.

Der in Privatbesitz befindliche Freizeit- und Naturraum „Blauer See“ in Ratingen ist ein traditionelles Naherholungsziel mit Einzugsgebiet in der Rheinschiene wie auch im westlichen Ruhrgebiet. Es stellt eine klassische Freizeitanlage der ersten Generation dar. Zur Ausstattung gehören ein Märchenzoo, eine Naturbühne, eine Ausflugsgastronomie, ein Bootsverleih, Minigolf, Mini-Eisenbahn, „Bau-meistercamp“ sowie diverse Angebote, die in einer sogenannten „Erlebnisswelt“ zusammengefasst sind. Den Rahmen bilden der Blaue See und ein mit Spazierwegen durchzogenes Waldgelände.

Von den bestehenden Angeboten kann derzeit nur die Naturbühne auf ein überregionales Einzugsgebiet und eine Alleinstellung verweisen. Der Märchenzoo genießt einen großen Rückhalt in der Ratinger Bevölkerung. Das Areal hat in der lokalen und regionalen Bevölkerung insgesamt einen hohen Bekanntheitsgrad, bedarf jedoch insgesamt der Erneuerung und Re-Attraktivierung. Nachfragetrends wie auch angebotsseitige Reaktionen der Betreiber auf die laufenden gesellschaftlichen Veränderungen scheinen sich an den Angebotsbausteinen am Blauen See in weiten Teilen vorbei entwickelt zu haben. Zwar haben sich einige Angebote sukzessive erneuert, jedoch wurde die zersplitterte Grundstruktur des Areals dadurch nicht verändert.

Das Freizeitangebot erscheint eher gewuchert als gesteuert gewachsen und in weiten Teilen veraltet. Zweifellos bilden Familien mit Kindern die Kernzielgruppe. Dennoch sind weder eine durchgehende Thematisierung noch ein spannendes „Storytelling“ oder ein konsequent durchdachtes „Gesamtlayout“ der Anlage erkennbar. Moderne Inszenierung und Erlebnisorientierung sind allenfalls in Ansätzen vorhanden¹.

Eine uneinheitliche Gestaltqualität der Anlagen lässt kein „stimmiges“ Ambiente aufkommen. Darüber hinaus fehlen – von der Naturbühne abgesehen – zeitgemäße und wettbewerbsfähige Ankerangebote, die dem Standort ein eindeutiges Erlebnisprofil verleihen. Für einen rentablen Betrieb kommt erschwerend hinzu, dass viele Angebote witterungsabhängig sind. Auch das kooperative Marketing scheint einer Neukonzeption zu bedürfen, was ein Blick auf die Website im ersten Eindruck belegt.

¹ Vgl. u.a.: Potenziale und Chancen von Angeboten für Familien. Die 10 Familien(an)gebote. Vortrag von Matthias Burzinski (projekt2508) im Rahmen des letzten Netzwerktreffens neanderland vom 04.09.2014.

Dies erscheint auch insofern bedenklich als die demographische und gesellschaftliche Entwicklung gerade auch das Freizeit- und Reiseverhalten von Familien massiv verändert. Infolge der Überalterung der Gesellschaft nimmt die Zahl der Familien schleichend ab, was dazu führt, dass eine sinkende Nachfrage auf ein gleichbleibend großes oder sogar wachsendes Angebot trifft, was zwangsläufig zu höheren Qualitäts- und Erlebnisansprüchen führen wird. Familien können sich künftig die „Erlebnisrosinen“ aus einem Überangebot an Freizeitaktivitäten herauspicken. Dies zwingt zu einem ständigen Anpassungs- und Verbesserungsprozess, um im Wettbewerb bestehen zu können. Ergänzend dazu müssen noch intensiver als bisher neue Zielgruppen erschlossen werden, um die Möglichkeiten des Erlebnisraums Blauer See besser ausschöpfen zu können.

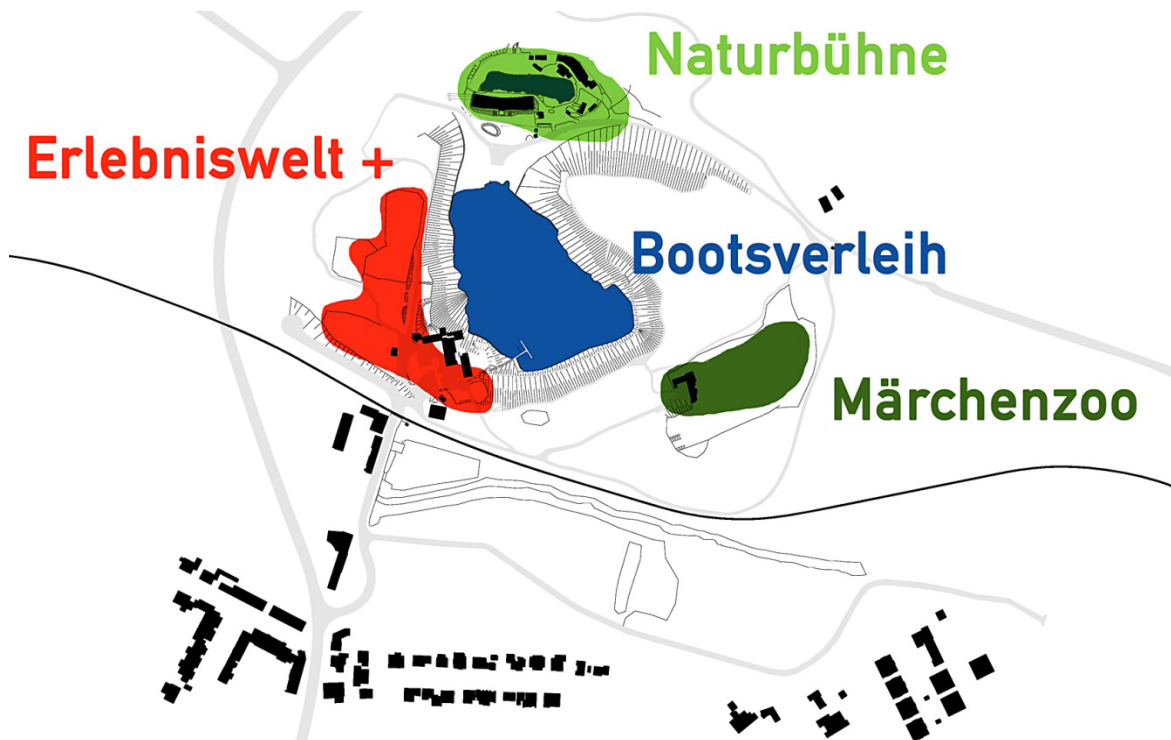


Abbildung 1: Vorhandene Nutzungen am Blauen See.

Vor diesem Hintergrund zeichnet sich ein dringender Handlungsbedarf ab, um den Blauen See wieder zeitgemäß im Freizeitmarkt platzieren zu können.

Aktuelle Nachfrage- und Angebotstrends

Das Freizeitverhalten unterliegt derzeit starken Veränderungsprozessen, die durch gesamtgesellschaftliche Megatrends forciert werden. Die Kenntnis dieser Trends ist wichtig, um die Angebotsbausteine am Blauen See marktgerecht bewerten zu können. Die wichtigsten Entwicklungen, Trends/Gegentrends, die mittel- bis langfristig die Nachfrage beeinflussen sind:

- Die Individualisierung und Ich-Zentrierung der Gesellschaft und eine daraus folgenden Zersplitterung der Zielgruppen.

- Der Demographische Wandel: die Alterung, der Trend zu weniger Familien sowie einer multiethnischen Gesellschaft
- Die Internationalisierung und Regionalisierung (global denken, lokal handeln): Dabei handelt es sich um scheinbar gegenläufige, tatsächlich aber gleichläufige Trends, die sich in einem hybriden, teils widersprüchlichen Freizeitverhalten äußern.
- Die Digitalisierung: Dadurch verwischen die Grenzen zwischen virtuell und real, das Digitale vernetzt sich mit dem Analogen. Authentizität und Glaubwürdigkeit etablieren sich als Gegenteil, ohne jedoch die schleichende Digitalisierung zu leugnen. Sichtbarster Ausdruck dessen ist die permanente Präsenz des Smartphones in allen Lebensbereichen.
- Zeitknappheit und Zersplitterung der Zeitbudgets: Jahrzehntlang wuchs die zur Verfügung stehende Freizeit. Mittlerweile kehrt sich dieser Trend wieder um. Neue Arbeits- und Lebensmodelle, aber auch neue „Aufmerksamkeitsdiebe“, z. B. Smartphones, sorgen für eine Zersplitterung zur Verfügung stehender Zeitbudgets.
- Selbstmanagement vs. Coaching: Die unzähligen Möglichkeiten der informationellen Selbstversorgung, bestärken einen Trend zum Selbstmanagement. Als unmittelbarer Gegenteil gewinnen jedoch auch persönliche Beratungsangebote wieder an Bedeutung, was von Anbietern auf dem Freizeitmarkt eine Präsenz auf allen möglichen Kommunikationskanälen erfordert.
- Komplexität: Die neue Multioptionalität erfordert ständige Entscheidungen in allen Lebenslagen, auch in der Freizeit. Aus dieser Komplexität erwächst ein Wunsch nach Einfachheit, Gesundheit (psychische, physische und soziale) und Natur als Gegenteilstrends.
- Konjunkturelle Einflüsse schlagen stets auch auf das Freizeit- und Ausgabeverhalten durch. Die zurzeit gute Konjunktur in Deutschland sorgt auch für eine starke Nachfrage auf den Freizeitmärkten, z. B. im Gastgewerbe. Zyklische Änderungen müssen hier jedoch stets antizipiert werden.

Es kann nicht immer scharf zwischen einzelnen Trends unterschieden werden und einige konkrete Ausformungen dieser übergeordneten Entwicklungen scheinen – wie erläutert – sogar im Widerspruch zueinander zu stehen. Experten sprechen in diesem Zusammenhang oft von der „Gleichzeitigkeit des Ungleichzeitigen“ und bringen damit zum Ausdruck, dass der „Trend zum Gegenteil“ und das Nebeneinander widersprüchlicher Nachfrage- und Angebotsformen das wichtigste Kennzeichen unserer Zeit sind. Die Ursache dafür ist das zunehmend modularisierte Nachfrageverhalten jedes Einzelnen, der beispielsweise heute den Freizeitpark mit der Familie besucht und morgen ins Museum geht. Es ist zu vermuten, dass es kaum mehr zu den großen gesellschaftlichen Strömungen und Entwicklungen kommen wird, die früher ganze Jahrzehnte beherrschten, sondern eine Vielzahl von Entwicklungsrichtungen parallel fortschreitet.

Diese gesamtgesellschaftlichen Veränderungen haben jedoch unmittelbare Folgen für das Besuchs- und Freizeitverhalten:

- Menschen werden qualitäts- und „preis-leistungs-bewusster“. Das reichhaltige Angebot ermöglicht ihnen, das optimale Angebot herauszufiltern.

- Dies geht einher mit einer hohen Serviceerwartung: Die richtige Info, das richtige Angebot zur richtigen Zeit werden zum entscheidenden Wettbewerbsvorteil. Auch die (zumindest teilweise) Witterungsunabhängigkeit wird als selbstverständlicher Service erwartet.
- Die Besucher agieren mobiler, vernetzter und „sozialisierter“ (in sozialen Medien). Das macht sie insgesamt flexibler und spontaner.
- Dabei wechseln sie ständig zwischen informationeller Selbstbedienung und dem Wunsch nach Beratung (wegen der Informationsüberflutung).
- Sie entscheiden weniger destinations- (reiseziel-) und mehr anlass- und erlebnisorientiert.

Dies hat insgesamt eine Hierarchisierung des Freizeitverhaltens zur Folge, besonders im für den Blauen See relevanten Ausflugsverkehr. Die Besucher differenzieren ihr Freizeitverhalten nach Zeitbudgets und dem dazu notwendigen Informationsverhalten und unterscheiden kleine „Fluchten“, mittlere „Fluchten“, lange „Fluchten“.

Kurz, schnell raus (max. 3 h)	Halbtagesausflug (ca. 4-5 h)	Tagesausflug und Kurzreise
• Schnell erreichbar in < 30 Min., schnelle Information, hohe Bindung (Stamm-besucher), kein Erklärungsbedarf, keine hohen Ansprüche an Tiefe und Erlebnis, v.a. Abwechslung • Beispiele: Minigolf, Bootfahren, Trampolin, Café ums Eck • auch in der Woche, nach Arbeitsende	• Erreichbar in < 60 Min., Recherchezeit < 30 Min., impuls-gesteuert (Tagestipp), offen für Tiefe und innere Erlebnisse, Abwechslung und Sinnerfüllung • Beispiele: Umweltbildung, Märchenpark, hochwertige Ausflugsgastronomie • Vorwiegend am Wochenende	• Erreichbarkeit in über 60 Min. akzeptiert, Recherche > 30 Min, ggf. längerfristige Planung, offen für Tiefe und innere Erlebnisse zw. Unterhaltung und Sinnstiftung, mehrere Aktivitäten (multi-optional) • Beispiele: Freizeitpark, Städte • Vorwiegend am Wochenende

Abbildung 2: Drei typische Arten von Ausflügen und Kurzreisen, differenziert nach Zeitbudget.

Für den Blauen See im derzeitigen Zustand bedeutet dies: Er ist derzeit vor allem geeignet für die „kurze, schnelle“ Abwechslung (preisgünstig, sozialverträglich) und den Halbtagesausflug ohne besondere inhaltliche Tiefe. Es fehlen Impulse in Form von Events, Tagestipps, Specials usw., die dem Service- und Anspruchsdenken der Besucher entsprechen. Es ist kaum ein Service Design erkennbar, das sich an den Informations-, Buchungs- und Besuchsgewohnheiten orientiert, was auch auf eine fehlende zentrale Koordination zurückzuführen ist.

Überraschend scheint da jedoch die Erkenntnis, dass sich eine gewisse Konstanz in den **Kernmotiven** der Freizeitgestaltung abzeichnet. Diese Kernmotive sind Erholung, Ruhe, Abwechslung/Unterhaltung, Geselligkeit, Kommunikation, Gesundheit und Neugier. Die scheinbare Fülle an Trends und Gegentrends vollzieht sich daher in erster Linie auf Angebotsseite, wo eine Vermehrung der

Optionen zur Befriedigung dieser Kernmotive den Markt weiter segmentiert. Diese Optionen werden jedoch mittlerweile von Besuchern/Gästen als positive Wahlfreiheit verstanden und erwartet (Multioptionalität in der Freizeitgestaltung).

Multioptionalität ist stark mit der Individualisierung verknüpft, denn jeder Mensch setzt sich aus den Optionen, die sich bieten, sein persönliches Freizeitverhalten zusammen. Der maßgebliche Wandel auf Nachfrageseite vollzieht sich daher auf Ebene dieser zunehmenden Individualisierung und Ich-Zentrierung der Nachfrager. Diese wiederum manifestiert sich im Begriff des persönlichen Erlebnisses.

Erlebnisse sind bedeutungsvolle Erfahrungen, die als Bereicherung der eigenen Persönlichkeit empfunden werden. Die Suche nach diesen intensiven Erlebnissen wird auch in Zukunft anhalten. Typisch dafür sind folgende Begleiterscheinungen:

- Möglichst permanente Verfügbarkeit aller Angebote (zeitlich, räumlich), z. B. in Form besucherfreundlicher, langer Öffnungszeiten
- Interaktion/Mitmachen und Eigenkompetenz: Erlebniswerte durch Einbeziehung, Emotionalisierung und Personalisierung, z. B. in Form des Bausteinprinzips
- Anspruch: hohe Faszinationsschwelle, Perfektionserwartung, hohe Komfort-, Service- und Qualitätserwartung, bezogen auf das individuelle Bedürfnis
- Sinnhaftigkeit: Erwartung einer sinnerfüllten Freizeitbeschäftigung, Informationskonsum und sinnerfüllte Erlebnisse mit Antworten auf die „großen“ und „kleinen“ Fragen
- Innenorientierung, d. h. Suche nach „inneren“ Ereignissen, die persönlich „berühren“

Erlebnisse lassen sich demnach nur gemeinsam mit dem Nachfrager „produzieren“, indem man eine dafür „günstige Umgebung“ schafft. Genau dies wiederum ist infolge der Kommerzialisierung der Freizeit geschehen. Es hat eine ungeheure „Vermehrung des Möglichen“ für viele stark differenzierte Zielgruppen gegeben – bedingt durch technische Neuerungen und gesellschaftliche wie ökonomische Veränderungen.

Umso wichtiger ist es, sich eindeutig und wahrnehmbar im Markt zu positionieren. Dazu gibt es verschiedene Strategien, und zwar die **Profilierung** durch:

- Thematisierung (und damit verbundene konkrete Nutzenversprechen)
- Modularisierung und Bausteinprinzip unter diesem Themendach (nicht beliebig)
- Regionalisierung (regionale Integration und Orientierung als besonderer Ausdruck von Spezialisierung und Thematisierung)
- Inszenierung, Design, Dramaturgie (die immer auch Emotionalisierung bedeuten)
- (permanente) Innovation (neue Erlebnisse)
- Authentizität (echte Orte, echte Erlebnisse)
- Multioptionalität (mit besonderer Berücksichtigung sich ergänzender Angebote und Zielgruppen s. o.)

- Sozialisierung (Nutzung des mobilen Webs, sozialer Medien und Kommunikationsplattformen)

Referenzanlage

Zur Verdeutlichung dieser Trends und Anforderungen wurde im Rahmen der Studie auf einen derzeit stark expandierenden Anlagentyp als Referenzanlage verwiesen, der alle diese Anforderungen erfüllt: Karls Erlebnis Dorf (www.karls.de).



Dahinter verbirgt sich die Karls Markt OHG aus Rövershagen, eine familiär geführte, professionelle Betreibergesellschaft, die in ihren derzeit sieben Anlagen in perfekter Weise die Ansprüche der Besucher bedient:

- Durch ein integriertes, thematisiertes, inszeniertes, emotionalisiertes Konzept aus einem Guss
- Ohne Eintritt, also mit flexibler Zugangsmöglichkeit, die von zeitlichen Zwängen befreit
- Angebote für jedes Zeitbudget
- Gastronomie für jedes Zeitbudget
- Regionale Produkte, die auch nach dem Besuch in einem Online-Shop geordert werden können

- Regelmäßige Events und Highlights zur Strukturierung der Saison-Nachfrage und Ertragsoptimierung sowie Angebotsvariationen mit hohem Produkt-Innovationsgrad und kurzen Lebenszyklen
- Interaktive Angebote zum „Selbermachen“, z. B. Bonbons herstellen
- Witterungsunabhängigkeit (z. B. überdachte Spielplätze, Aquarien usw.)
- Konzentration und Arrondierung in Erlebnisräumen (Erlebnisraumdesign): räumliche Bündelung von Freizeitaktivitäten und eine bewusste „Komposition“ des Erlebnisraums
- Ein auf jede Besuchs- und Zielsituation zugeschnittenes Service Design mit qualifiziertem Personal
- Vernetzung und Kooperation mit anderen Attraktionen in der jeweiligen Region
- Soziales Unternehmertum in Form regional verankerter Sozialprojekte
- Storytelling in Form der Gründungsgeschichte, die auf dem ersten Hof von „Opa Karl“ beruht
- Professionelle Markenbildung und Marketing (Leitbild, Leistungsspektrum, CI/CD usw.)
- Professionalisierung in Form professioneller Betreiberschaft mit hoher Branchenerfahrung

Beispielhaft sollen hier auch die Voraussetzungen und Ansprüche an den Standort² wiedergegeben werden:

1. Die Größe der Fläche sollte ca. 70.000 m² – 100.000 m² betragen (inkl. Parkplätze).
2. Die Entfernung zur Großstadt sollte nicht weiter als max. 15 km sein.
3. Die Fläche ist an einer stark frequentierten Bundesstraße gelegen.
4. Eine Zufahrt sollte möglichst bereits vorhanden sein.
5. Zur Umsetzung wird eine „willige“ Gemeinde zur Erstellung des B-Planes benötigt.
6. Zwingend erforderlich ist die Öffnung an Sonn- u. Feiertagen.

Für den Blauen See bedeutet dies: Obwohl er den Standortanforderungen einer derartigen Anlage eigentlich genügen kann, fehlen viele der oben genannten Faktoren, um ihn zeitgemäß im Wettbewerb platzieren zu können.

² Quelle: www.karls.de/neue-standorte.html

Standortanalyse

Mit der einleitenden Markt- und Bedarfsanalyse wurden die Bewertungsgrundlagen für die tiefer gehenden Analysen geschaffen. Dabei zeigten sich erste deutliche Schwächen des Blauen Sees bzw. seiner Angebote, die vielen Ansprüchen des Freizeitmarktes nicht mehr gerecht werden können. Mit der folgenden Standortanalyse werden zum einen diese marktseitigen Einschätzungen ergänzt um räumlich-planerische Analysen, zum anderen werden die ersten Erkenntnisse spezifiziert und auf standortbezogene Kennzahlen und Entwicklungen heruntergebrochen.

Makrostandort

Allgemeine Charakterisierung

Mit seiner Position im nördlichen Kreisgebiet des Kreises Mettmann liegt Ratingen in einer Zwischenlage sowohl am Rande der Rhein- wie auch der Ruhrschiene und damit in unmittelbarer Nähe großer Bevölkerungsschwerpunkte West-Mitteleuropas. Als Makrostandort für eine Besucherattraktion ist dies ein sehr guter Standort.

Die großräumige Verkehrsanbindung ist durchaus als sehr gut einzuschätzen, insbesondere in die Rheinschiene und das westliche Ruhrgebiet. Dies gilt jedoch vorrangig für den Pkw-Verkehr. Die Anreise mit dem ÖPNV gestaltet sich insbesondere von außerhalb der Stadt etwas schwieriger.

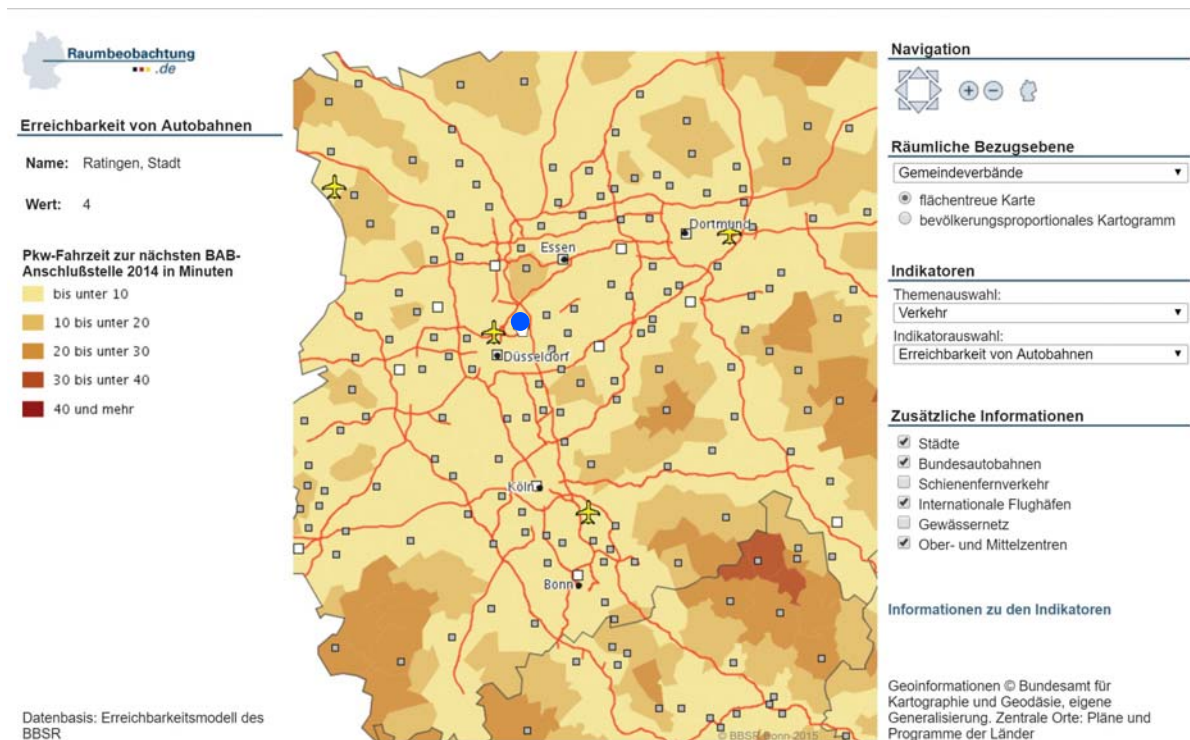


Abbildung 3: Erreichbarkeit von Autobahnen (Quelle: Raumbeobachtung des BBSR)

Hinzu kommen weitere positive Merkmale, die grundsätzlich als förderlich für die Entwicklung einer Freizeitattraktion anzusehen sind. Dazu gehören:

- Eine hohe Einwohnerdichte mit hohem regionalen Bevölkerungspotenzial (s. Anhang)
- Eine hohe Kaufkraft in der Region (s. auch nächstes Kapitel)
- Eine exponierte Stellung als naturnahe Fläche mit Naherholungspotenzial in Ballungsraum-nähe (s. auch Abbildung)
- Das neanderland als Tagesausflugs- und Kurzreisedestination, über deren zentrales Marketing Freizeitangebote einem breiten Publikum im In- und Ausland zugänglich gemacht werden
- eine seit Jahrzehnten in der Bevölkerung verankerte Bedeutung des Blauen Sees als Freizeit- und Naturraum – auch über die Stadt Ratingen hinaus

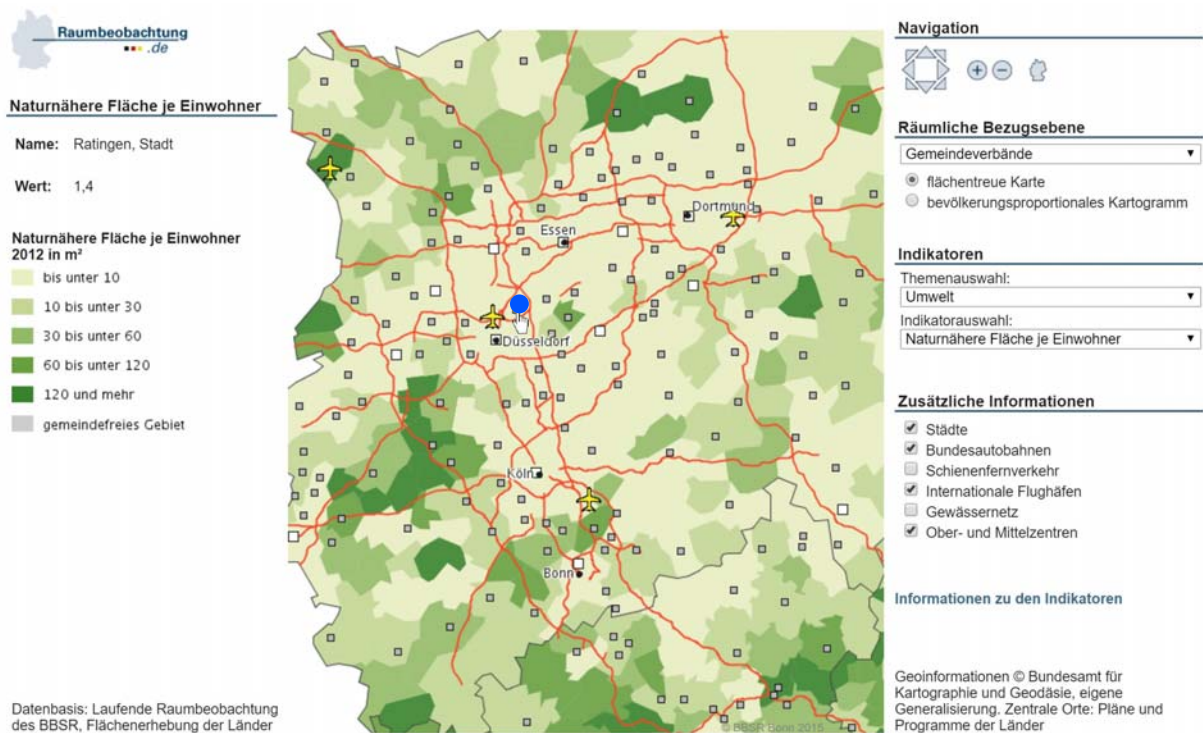


Abbildung 4: Exponierte Lage des Blauen Sees als naturnahe Fläche innerhalb des Ballungsraums (Quelle: Raumbeobachtung des BBSR)

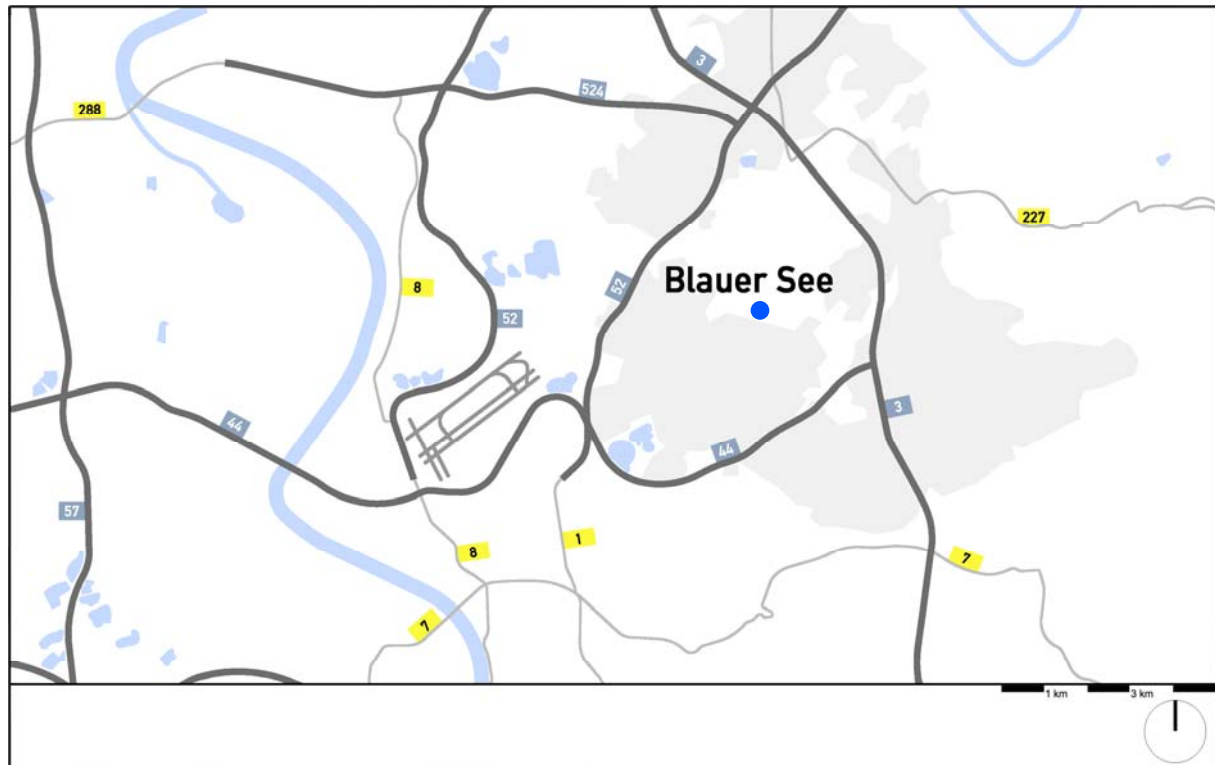


Abbildung 5: Regionale Verkehrsanbindung und räumliche Einbindung des Blauen Sees im Großraum Düsseldorf / Ruhrgebiet.

Einzugsgebiet

Die detaillierte Untersuchung des Einzugsgebietes stützt die oben zusammengefassten Erkenntnisse.

Das Einzugsgebiet eines Standortes wird anhand seiner Isochronen beschrieben. Zu diesem Zweck wurden Isochronen – als Zonen gleicher oder ähnlicher Erreichbarkeit – ausgehend von der Adresse des Blauen Sees in Abstufungen von 30, 60, 90 und 120 Minuten dargestellt.

Es ist nach bisherigem Stand nicht davon auszugehen, dass der Blaue See – mit Ausnahme der Naturbühne – angesichts des Wettbewerbsumfeldes in nennenswertem Maße Besucher aus einem weiteren Umfeld als 60 Minuten Fahrtzeit generieren kann. Nach Marktforschungserkenntnissen liegt die durchschnittliche maximale Fahrtzeit für Tagesausflüge allgemein bei 1,6 h³. Folgende Werte vermitteln einen Überblick über akzeptierte Fahrtzeiten⁴:

- o 1,4 h: Freizeitparks
- o 53 min: Museen
- o 36 min: Gaststätte

³ dwif (2006), BAT Freizeitforschungsinstitut (2006)

⁴ ebd.

Als praktikable Faustregel hat sich erwiesen, dass die maximale Fahrtzeit hin und zurück i. d. R. nicht die mögliche Aufenthaltsdauer übersteigt.

Das Einzugsgebiet ist in seiner Ausdehnung geprägt durch den Verlauf der Hauptverkehrsachsen. Wie bereits erwähnt ist es durch eine hohe Bevölkerungsdichte gekennzeichnet. Wichtigstes Quellgebiet ist der Rhein-Ruhr-Ballungsraum. Der Primärmarkt (Einwohner) wird durch den so genannten Sekundärmarkt, also die im Einzugsgebiet vorhandenen übernachtenden Touristen, ergänzt. Dieser ist allerdings stark durch den Geschäftstourismus geprägt, weshalb er wesentlich schwächer auf die Besucherzahlen zurückwirkt.

Die folgende Tabelle verschafft einen Überblick über das hohe Nachfragepotenzial, das jedoch – wie gesagt – auf einen starken Wettbewerb trifft, weshalb es entscheidend sein wird, inwiefern der Blaue See in der Lage ist dieses Potenzial auch zu aktivieren. Derzeit ist von einem geringen Aktivierungsgrad auszugehen. Die Auswertung bestätigt noch einmal die überdurchschnittliche Kaufkraft im näheren regionalen Umfeld.

Primärmarkt (Einwohner)	0-30 min	0-60 min	0-90 min	0-120 min
Einwohner (Mio., ca.)	3,9	11,5	15,5	19,4
Haushalte (Mio., ca.)	2,0	5,7	7,6	9,3
Kaufkraftsumme (Mio. Euro)	85.185	250.788	335.906	414.874
Kaufkraft pro Einwohner	22.077	21.835	21.584	21.416
Kaufkraftindex (DE=100)	102,9	101,8	100,6	99,8
Sekundärmarkt (Touristen)	0-30 min	0-60 min		
Ankünfte	5.034.000	13.347.000	–	–
Übernachtungen	9.227.000	25.526.000	–	–
Aufenthaltsdauer	1,8	1,9	–	–

Tabelle 1: Einwohner-/Haushaltszahlen, Kaufkraft und Ankünfte/Übernachtungen im Einzugsgebiet, kumuliert nach PKW-Isochronen (nur Deutschland, kumuliert)

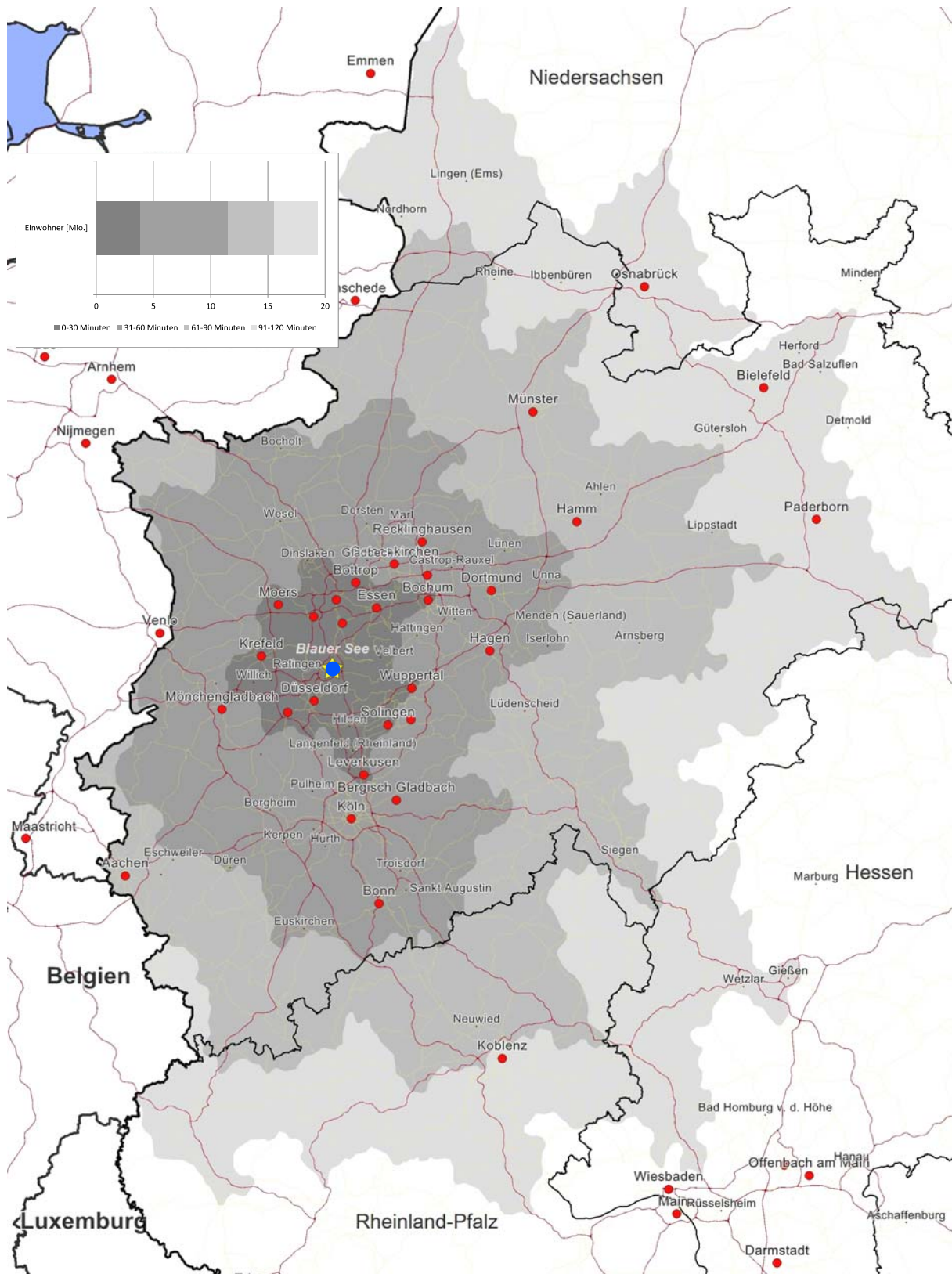


Abbildung 6: Einzugsgebiet um den Blauen See mit PKW-Anreise-Isochronen und Einwohnerzahlen in den Zonen (30min, 60min, 90min und 120min)

Wettbewerbsanalyse

Die Wettbewerbsanalyse verschafft einen Überblick über die aktuell mögliche Wettbewerbsposition und ist ein Indikator dafür, wie viel des oben skizzierten Nachfragepotenzials tatsächlich abgerufen werden kann.

Grundsätzlich ist bei der Analyse des Wettbewerbs zwischen direktem und indirektem Wettbewerb zu unterscheiden. Der direkte Wettbewerb sind gleichartige Anlagen, die ein vergleichbares Angebot für dieselben Zielgruppen haben. Im Folgenden wird der direkte Wettbewerb in den Bereichen Märchen, Naturbühne, Umweltbildung und naturnahe Aktivangebote analysiert.

Freizeitangebote müssen sich aber nicht nur gegen den direkten, sondern auch gegen den indirekten Wettbewerb behaupten. Der indirekte Wettbewerb im Freizeitbereich umfasst Angebote, die zwar keine direkte thematische oder aktivitätsbezogene Ähnlichkeit haben, aber dennoch zu den Freizeitoptionen der Zielgruppen zählen, da sie z. B. ein ähnliches Zeit- und finanzielles Budget erfordern. Dazu kann z. B. auch ein Kinobesuch zählen, der an einem regnerischen Tag für viele attraktiver ist als die Freiluftaktivitäten, die es am Blauen See gibt. Die Vielzahl der Freizeitangebote im Einzugsgebiet um Ratingen, v. a. im Nahbereich mit Düsseldorf und dem südlichen Ruhrgebiet, macht es unmöglich, den indirekten Wettbewerb im Einzelnen zu bestimmen. Grundsätzlich ist in Ballungsraumnähe von einem besonders starken indirekten Wettbewerb auszugehen, der eine besondere Profilierung erfordert.

Märchenzoos und -parks

Der Rater Märchenzoo ist eine Institution, die einem großen Teil der lokalen und regionalen Bevölkerung bekannt ist. Zur Einordnung des Märchenzoos wurde eine deutschlandweite Recherche von Freizeitangeboten, die das Thema Märchen aufgreifen, durchgeführt. Ziel war es, die thematische Konkurrenz festzustellen, aber auch mögliche Ansätze für eine zeitgemäßere Umsetzung des Themas zu finden. Insgesamt konnten zwölf märchenthematisierte Freizeitangebote in Deutschland ermittelt werden (vgl. Karte in Abbildung 7). Im direkten Einzugsgebiet sind bis auf den Märchenwald Altenberg keine Konkurrenten auszumachen. Dies kann auch ein Zeichen für Märchenparks als „Auslaufmodell“ sein, der durch Angebote wie Karls Hof oder Indoor-Spielarks (s. unten) ersetzt wird.

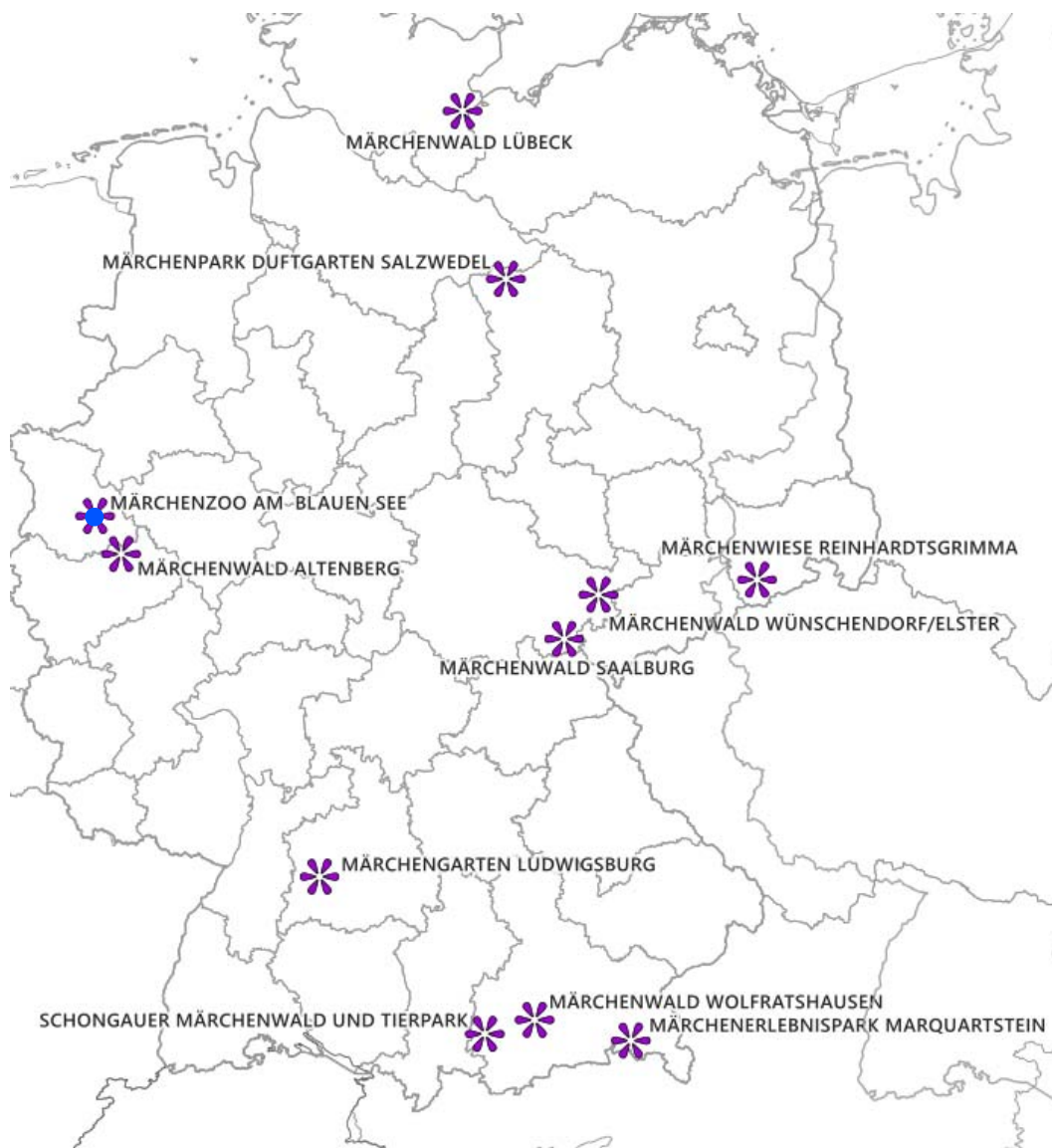


Abbildung 7: Wettbewerb im Bereich Freizeitanlagen mit dem Thema Märchen in Deutschland

Qualitativ, also in Bezug auf die Vielfalt des Angebots und die Professionalität der Vermarktung, ist der Märchenzoo am Blauen See nicht mehr wettbewerbsfähig. Der Eintrittspreis kann als grober Indikator für die Professionalität eines Freizeitbetriebs herangezogen werden. Einige der in der Karte genannten Angebote sind ganzjährig frei zugänglich (Wünschendorf und Reinhardtsgrima), andere nur temporär (Lübeck, zu Weihnachten) und darum nicht gut vergleichbar. Die Spanne der Eintrittspreise für Kinder geht von 2 € bis 12 € (vgl. Abbildung 8), wobei der Märchenzoo am Blauen See den günstigsten Eintritt bietet.

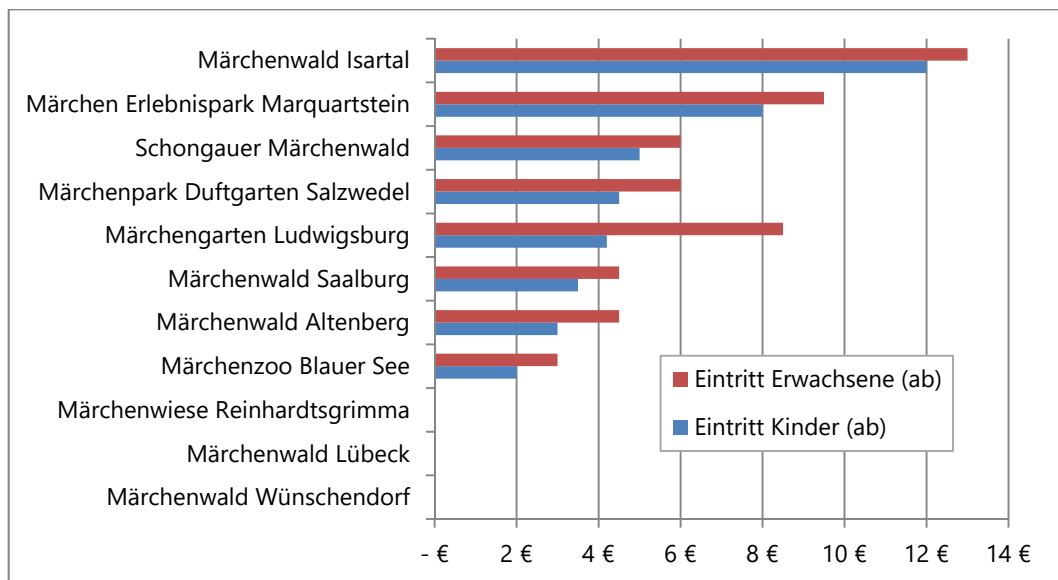


Abbildung 8: Vergleich der Eintrittspreise der Freizeitanlagen mit dem Thema Märchen in Deutschland (Stand Sommer 2015)

Der Wettbewerbsvergleich zeigt, dass das Thema Märchen geeignet ist, daraus eine professionelle Freizeitanlage zu entwickeln. Entlang dieses Themas lässt sich gut eine emotionalisierte und erzählerische Visitor Journey aufbauen. Es gibt Spielraum für eine Weiterentwicklung des Themas Märchen am Blauen See.

Naturbühne

Da die Naturbühne am Blauen See eines der erfolgreichsten bestehenden Angebote am Blauen See ist, wurden auch hierfür deutschlandweit Referenzanlagen gesucht. Die Analyse bezieht 18 vergleichbare Anlagen mit ein. Ähnlich wie beim Märchenzoo gibt es also keine große Anzahl an direkten Konkurrenzangeboten, was hier jedoch auch auf die infrastrukturellen Anforderungen zurückzuführen sein dürfte. In Nordrhein-Westfalen gibt es außer der Naturbühne am Blauen See nur noch zwei weitere Naturbühnen, nämlich in Dortmund-Hohensyburg und in Porta Westfalica (vgl. Karte in Abbildung 9).



Abbildung 9: deutschlandweiter Wettbewerb im Bereich Naturbühne (eigene Erhebung)

Wie bei den Märchenparks- und -zoos auch sind unter den Naturbühnen deutliche Unterschiede in der Qualität und Professionalität der Angebote festzustellen; manche Bühnen werden kaum bespielt und vermarktet, manche werden professionell betrieben, was sich in der Vielfalt des Programms, im Auftreten nach außen und in den Eintrittspreisen widerspiegelt. Die Eintrittspreise werden anhand der Ticketpreise für Erwachsene verglichen (vgl. Abbildung 10). Abgesehen von einem Ausreißer (38 €) bewegen sich die Eintrittspreise für Erwachsene in einer Spanne von 6,50 € bis 23 €. Die Naturbühne am Blauen See ruft einen überdurchschnittlich hohen Eintrittspreis von 16 € für Erwachsene auf.

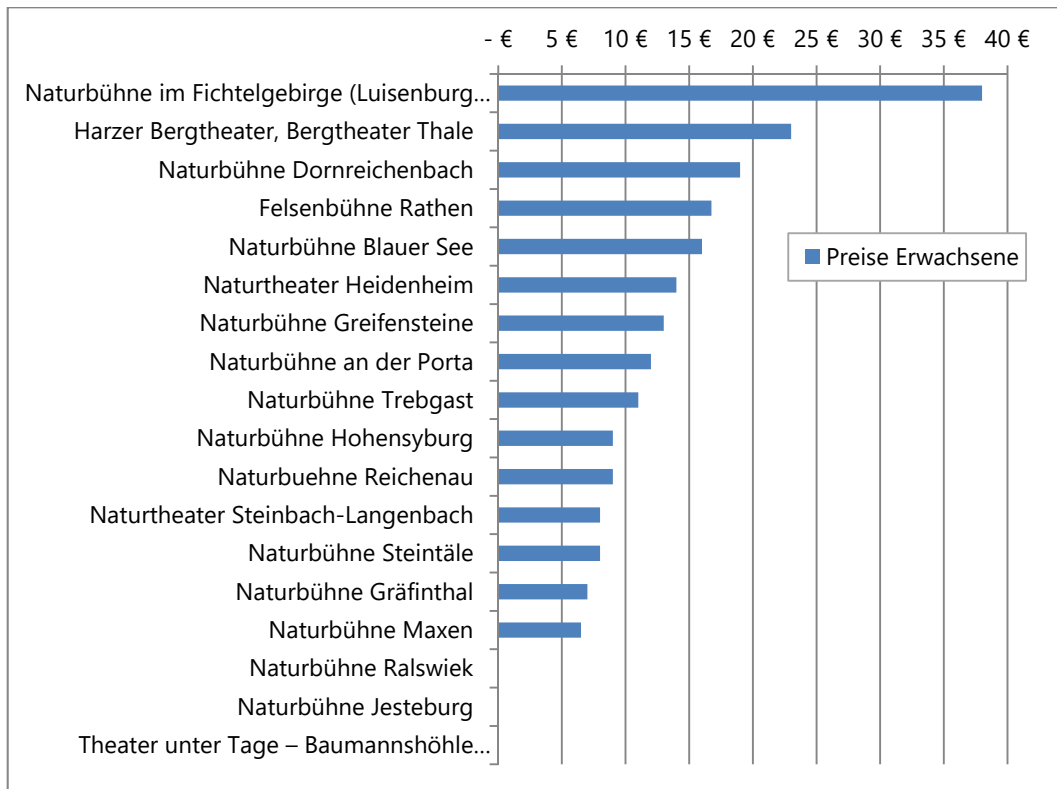


Abbildung 10: Eintrittspreise für Erwachsene im Vergleich (ausgenommen Anbieter ohne Preisangabe, Stand Dezember 2015)

Als einzige direkte Konkurrenz im näheren Einzugsbereich ist die Naturbühne Hohensyburg im Süden Dortmunds zu nennen. Etwa eine Stunde Fahrtzeit trennen die beiden Angebote, sodass die Quellgebiete der beiden Bühnen sich zum Teil überschneiden. Die Naturbühne in Hohensyburg hat den Vorteil, auch auf einer Innen-Bühne Vorstellungen anbieten zu können, wohingegen die Naturbühne am Blauen See nur in der Sommersaison spielen kann.

Die vergleichende Betrachtung der Naturbühnen in Deutschland zeigt, dass es einen Markt für qualitativ hochwertige Naturbühnen gibt. Auf der Nachfrageseite scheinen Potenziale für eine weitere Entwicklung auch am Blauen See zu bestehen. Es gilt abzuwägen, inwiefern diese angesichts der planungsrechtlichen, naturräumlichen und organisatorischen Gegebenheiten nutzbar sind.

Kletterparks

Wegen einer aktuellen Investorenanfrage wurde auch die Konkurrenzsituation für Kletterparks untersucht.

Kletterparks sind eine beliebte Form des aktiven Naturerlebens und boomen seit einigen Jahren, was dazu führte, dass die Zahl der Anlagen alleine in Nordrhein-Westfalen auf rund 80 gestiegen ist. Experten gehen bereits seit längerem von einem gesättigten Markt aus. Die Analysen bestätigen dies. Im näheren Umkreis um Ratingen (< 30 km) gibt es zehn Kletterparks oder vergleichbare Angebote, darunter in den nahen Städten Velbert, Düsseldorf, Essen und Duisburg (vgl. Karte in Abbildung

11). Nur ein besonderes Konzept könnte sich noch vom Wettbewerb abheben. Experten erwarten eine Weiterentwicklung des Anlagentyps für neue Zielgruppen und durch Integration neuer Angebotsbausteine.

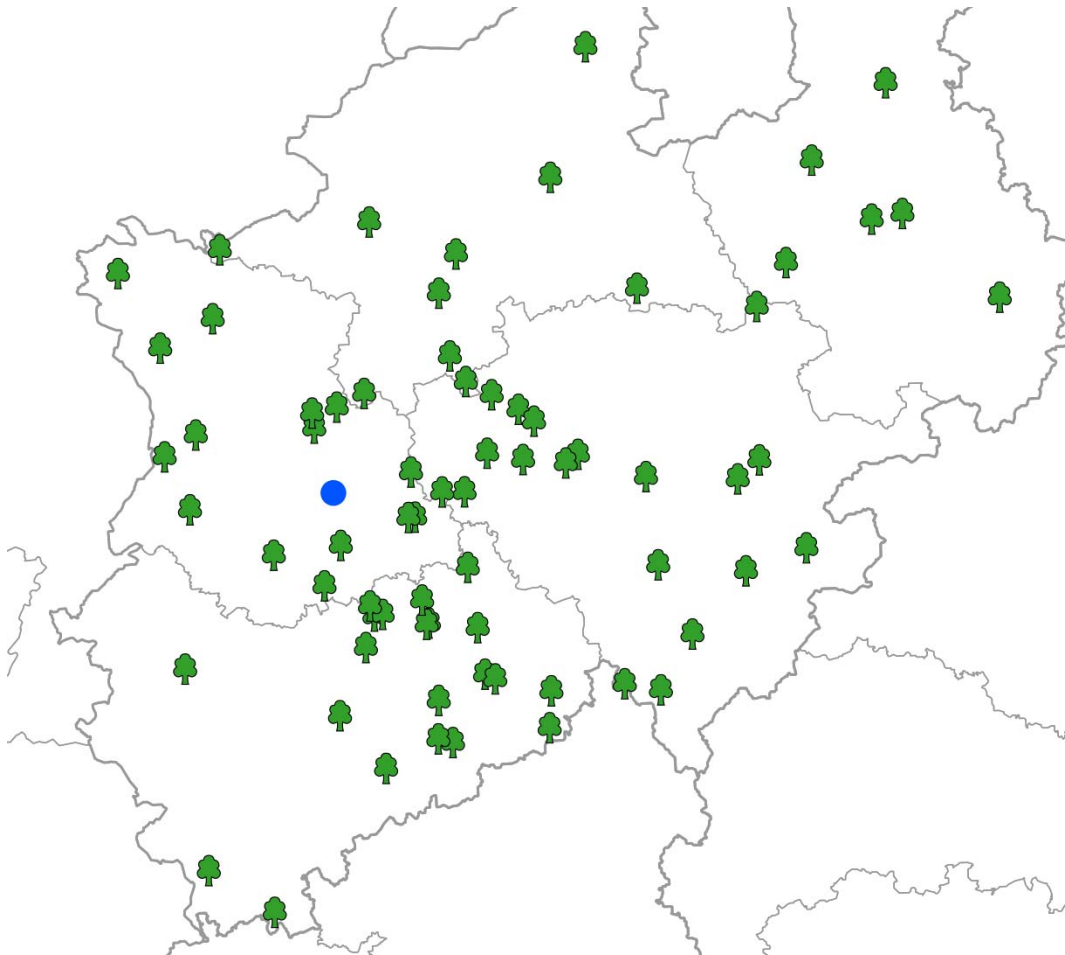


Abbildung 11: Kletterparks in Nordrhein-Westfalen (Datenquelle: www.kletterparks.info)

Baumwipfelpfade

Eine aktuelle Investorenanfrage machte auch einen Überblick über die Konkurrenzsituation für so genannte Baumwipfelpfade notwendig. Sie sollen eine besondere Art des Walderlebens ermöglichen und auch weniger naturorientierte Zielgruppen an das Naturerlebnis heranführen. Insgesamt wurden deutschlandweit 14 Anlagen recherchiert (vgl. Karte in Abbildung 12). In den vergangenen Jahren nimmt die Anzahl der geplanten und eröffneten Anlagen zu. Standen bisher v. a. naturnahe Standorte, z. B. in Nationalparks und Urlaubsregionen im Vordergrund, nehmen Investoren mittlerweile auch den Tagesausflugsmarkt aus großen Ballungsräumen ins Visier. Die Anlagen „rücken“ damit näher an die großen Quellgebiete heran.

Die größte Konkurrenz für eine vergleichbare Anlage am Blauen See wäre das im Herbst 2015 eröffnete Panarbora in Waldbröl. Hier gibt es nicht nur einen Baumwipfelpfad, sondern es werden

auch Übernachtungsmöglichkeiten und Umweltbildung angeboten, die sich v. a. an Schulklassen richten.



Abbildung 12: Baumwipfelpfade und vergleichbare Angebote in Deutschland (Datenquelle: eigene Recherche)

Zwar ist angesichts der geringen Zahl von Baumwipfelpfaden in Deutschland noch nicht von einer Marktsättigung auszugehen, doch sollte bei der Planung eines Baumwipfelpfads am Blauen See eine ausreichende Abgrenzung von dem Konkurrenzangebot in Waldbröl gewährleistet werden.

Umweltbildung

Da schon seit einiger Zeit zur Diskussion steht, am Blauen See eine Einrichtung zur Umweltbildung zu etablieren, wurde der Wettbewerb in diesem Sektor untersucht. Es gibt über 100 Umweltbildungszentren allein in Nordrhein-Westfalen, zwei davon im Kreis Mettmann (vgl. Karte in Abbildung 13). Daher ist anzunehmen, dass Schulen, die die Hauptzielgruppe für die Umweltbildungseinrichtungen darstellen, bereits ausreichend mit außerschulischen Angeboten der Umweltbildung versorgt sind.

Bei einer sehr speziellen inhaltlichen Ausrichtung und/oder zusätzlichem Angebot ist denkbar, dass sich ein weiteres Umweltbildungszentrum etablieren kann. So könnten passende Übernachtungsmöglichkeiten oder eine thematische Spezialisierung auf Zukunfts- und Querschnittsthemen ein für Schulklassen interessantes Profil schaffen.

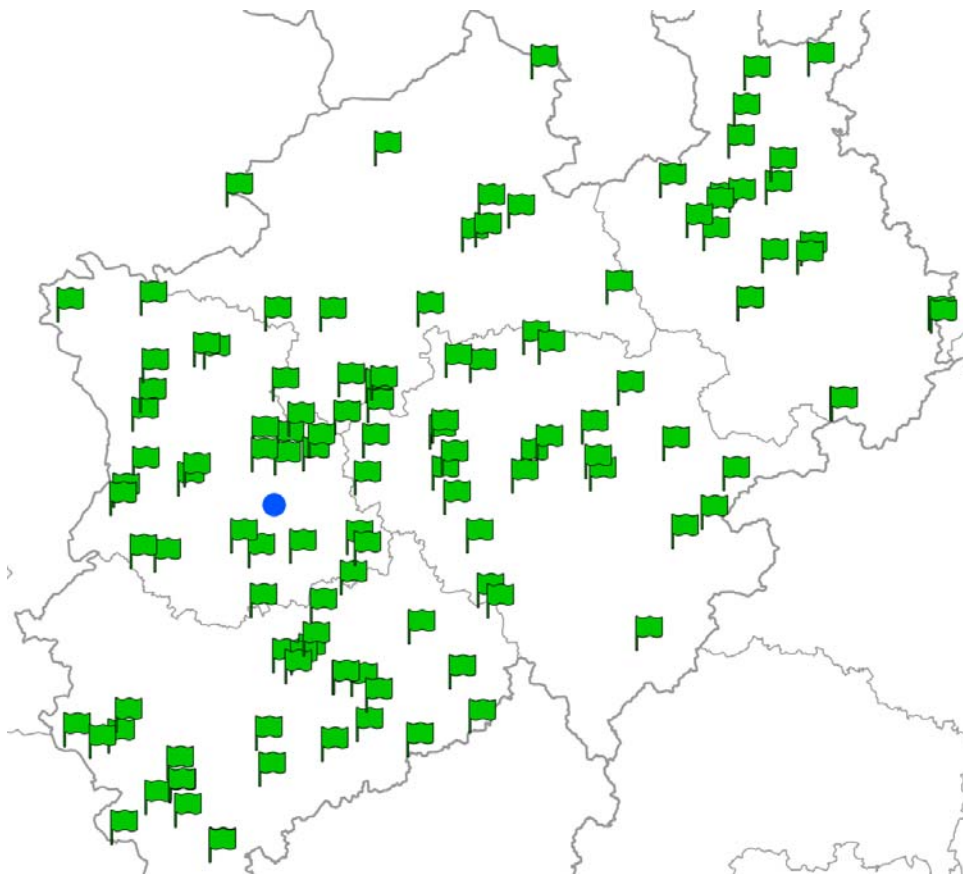


Abbildung 13: Wettbewerb im Bereich Umweltbildung: Umweltbildungs- und Natur-schutzzentren in NRW (Datenquelle: www.umweltbildung.de).

Indoorspielplätze

Indoorspielplätze sind ein gutes Beispiel für eine starke Konkurrenz im Hinblick auf die Zielgruppe der Familien mit Kindern. Sie bieten in der Regel ein vergleichsweise niedrigpreisiges Freizeitangebot, ähnlich dem Blauen See, aber meist mit besserer Qualität. Der Vorteil, den Indoorspielplätze haben, besteht vor allem in der Witterungsunabhängigkeit. Darüber hinaus greifen sie aber

auch häufig Märchen als Thematisierungsthemen auf und können als typische Weiterentwicklung der Märchenparks für ein moderner orientiertes Publikum interpretiert werden.

In der näheren Umgebung gibt es drei solcher Indoorspielplätze, zwei davon in Ratingen (Trampolino und Funky Town) und einen in Langenfeld (Okidoki Kinderland).

Experten gehen von einer Sättigung des Marktes und einem Verdrängungswettbewerb aus⁵, d. h. es werden auf absehbare Zeit keine neuen Angebote in diesem Segment benötigt.

Zusammenfassung Wettbewerb

In der folgenden Tabelle sind die Kernaussagen zur Wettbewerbsanalyse zusammengefasst:

Art des Angebots	Kernaussagen
Märchenzoo	kaum direkte thematische Konkurrenz, Thema gut geeignet zur Weiterentwicklung des Freizeitareals, Hinweise auf Märchenzoos als freizeitwirtschaftliches Auslaufmodell
Naturbühne	hohes bestehendes Niveau, gutes Entwicklungspotenzial, entspannte Konkurrenzsituation, Nachfrage stabil
Kletterpark	Marktsättigung scheint erreicht
Baumwipfelpfad	Wenige Konkurrenzanlagen deutschlandweit, neue Standorte werden erschlossen. neu eröffneter Panarbora in Waldbröl als potenziell stärkster Konkurrent, Nachfrage scheint noch zu wachsen
Umweltbildung	Überangebot im Einzugsbereich, nur Spezialisierung kann Abgrenzung zu diesem Angebot schaffen
Indoorspielplätze	Konkurrenz bei Zielgruppe der Familien mit Kindern, besonders durch Witterungsunabhängigkeit, Marktsättigung, drängen auch andere Anbieter, z. B. den Blauen See, aus dem Markt

Tabelle 2: Kernaussagen zur Wettbewerbsanalyse.

⁵ s. Vota Freizeit und Spezialimmobilien Beratung 2014, http://www.vota-freizeit.de/_assets/IZArtikelgesamt.pdf

Übernachtungsstatistik

Da ggf. auch Übernachtungsmöglichkeiten das Gesamtangebot ergänzen sollen, wurde zusätzlich die amtliche Beherbergungsstatistik ausgewertet, um einen Hinweis auf bedeutende Entwicklungen in der touristischen Nachfrage zu generieren.

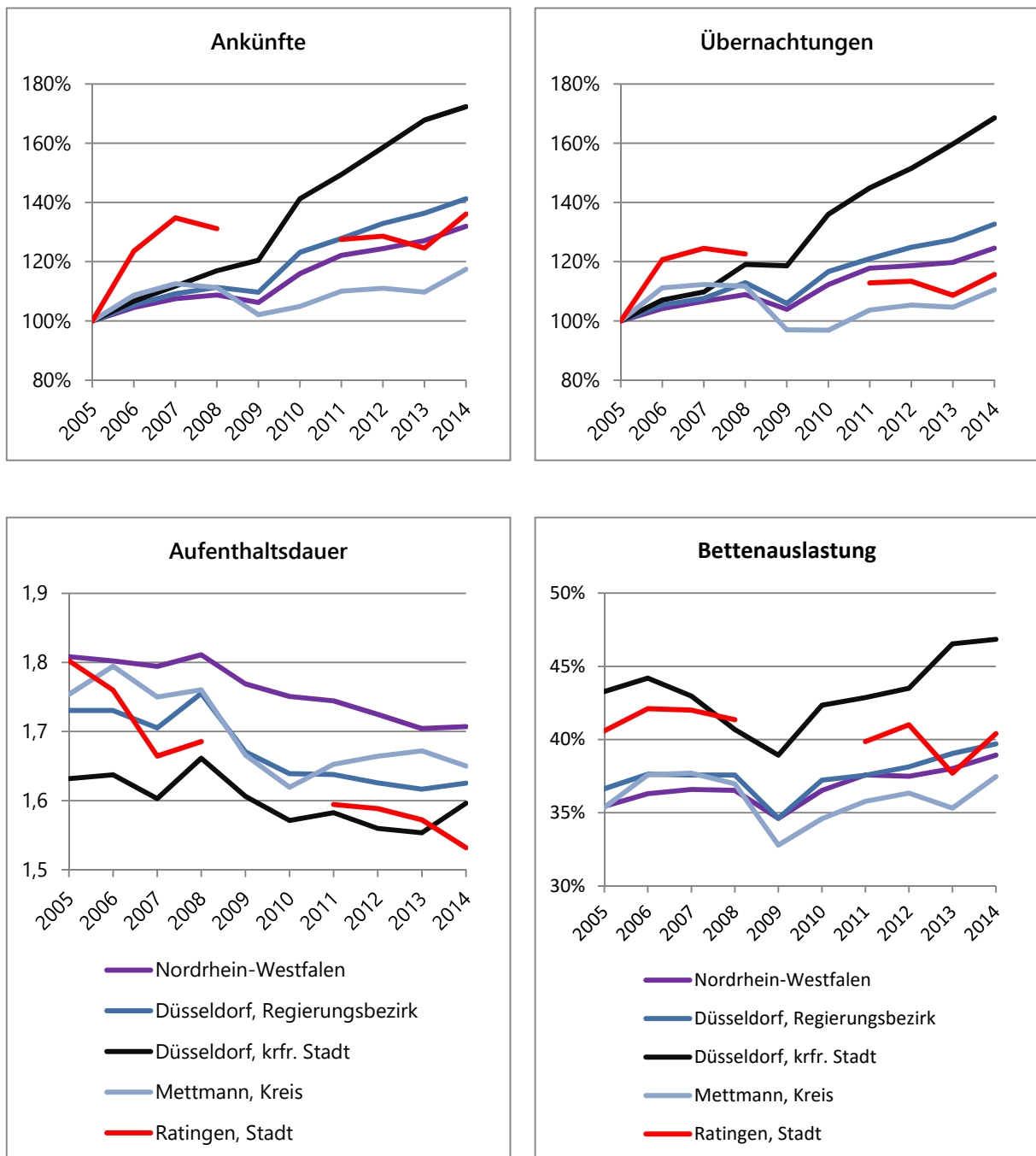


Abbildung 14: Diagramme zur Entwicklung der Ankünfte, Übernachtungen, Aufenthaltsdauer und Bettenauslastung in Ratingen, Kreis Mettmann, Stadt Düsseldorf, Regierungsbezirk Düsseldorf und Land Nordrhein-Westfalen im Vergleich

Der Blick auf die amtliche Übernachtungsstatistik der Jahre 2005 bis 2014 für Unterkunftsbetriebe ab einer Größe von 9 Betten (bzw. seit 2012 ab 10 Betten) gibt Aufschluss über einige Trends in und um Ratingen (s. Abbildung 14). Für die Jahre 2008 und 2009 liegen die vergleichbaren Zahlen für die Stadt Ratingen nicht vor, Trends werden aber dennoch deutlich.

Ankünfte und Übernachtungen steigen im Untersuchungsgebiet auf allen betrachteten administrativen Ebenen. Geht man vom Indexjahr 2005 aus, ist die Steigerung in der Stadt Düsseldorf am größten (plus 69 %). Die Stadt Ratingen verzeichnet bei den Ankünften einen Zuwachs von 36 % und bei den Übernachtungen einen Zuwachs von 16 %.

Diese Entwicklung folgt zudem dem touristischen Gesamttrend zu kürzeren Aufenthaltsdauern, der sich auch auf Landes- und Bundesebene zeigt. Im Vergleich zur Nachbarstadt Düsseldorf und den übergeordneten administrativen Einheiten zeigt sich in Ratingen jedoch ein besonders starker Abfall der durchschnittlichen Aufenthaltsdauer von 1,8 Nächten im Jahr 2005 zu rund 1,5 Nächten im Jahr 2014. Die insgesamt kurze und kürzer werdende Aufenthaltsdauer deutet auf einen hohen Anteil des Geschäftstourismus hin. In Düsseldorf und Ratingen dürften Messen eine große Rolle spielen und Schwankungen in den Ankunfts- und Übernachtungszahlen zu einem großen Teil erklären.

Auffällig ist, dass die Entwicklung in Ratingen in den letzten Jahren eher stagniert bzw. durch starke Schwankungen geprägt ist, was auf eine geringe Entwicklungsdynamik und die bereits erwähnte hohe Abhängigkeit vom Messe- und Geschäftstourismus hindeutet. Eine gravierende Bedarfslücke ist nicht erkennbar.

Mikrostandort

Die Analyse des Mikrostandorts soll die kleinräumigen Restriktionen und Potenziale für die Entwicklung des Blauen Sees in den Fokus rücken.

Eigentumsverhältnisse

Das gesamte Areal befindet sich im Privatbesitz und wird verwaltet von den Gräflich von Spee'schen Forstbetrieben. Die derzeitigen Betreiber auf dem Gelände haben einzelne Pachtverträge mit unterschiedlichen Konditionen und überwiegend kurzfristigen Laufzeiten, um langfristige Handlungsoptionen für eine Neuausrichtung des Areals offen zu halten. Durch diese Vertragsstruktur fehlen allerdings auch die notwendigen Rahmenbedingungen für größere und langfristige Investitionen in die bestehenden Einrichtungen.

Grundsätzlich wäre anzustreben, künftig einen möglichst großen Teil der Fläche durch einen oder wenige gut zusammenarbeitende Akteure zu betreiben. Die Gräflich von Spee'sche Verwaltung hat sich grundsätzlich bereit erklärt, neue Konzepte zu unterstützen und eine langfristige Entwicklung etwa durch längere Pachtvertragslaufzeiten zu ermöglichen, zeigt sich jedoch ebenso grundsätzlich eher als reagierender Partner.

Im Bereich der Zufahrt und des Eingangs gibt es weitere Eigentümer, mit denen ggf. Vereinbarungen getroffen müssen, sollten hier bauliche Veränderungen geplant oder Schutzmaßnahmen nötig werden.

Infrastruktur und Erschließung

Die Verteilung der einzelnen Attraktionen sowie das reliefierte Areal erschweren teilweise die Erschließung, was vor allem die nur zu Fuß, aber nicht barrierefrei erreichbaren Bereiche der Naturbühne sowie des Bootsverleihs betrifft (vgl. Abbildung 1, Abbildung 15). Die Relieferung ist allerdings auch ein Potenzial und macht den Standort für gewisse naturnahe Nutzungen interessant.

In einzelnen Bereichen ist ein dringender Modernisierungsbedarf erkennbar. Das betrifft v. a. die sanitären Anlagen der Naturbühne wie auch die mangelnde Beleuchtung des Weges zur Bühne, die eine Nutzung der Bühne in den Abendstunden unterbindet. Die übrigen Angebotsbausteine weisen vereinzelt bauliche Mängel auf, z. B. die Terrasse des Cafés, oder sind veraltet, z. B. im Bereich des Märchenzoos. Dieser konnte zwar einen Teil seiner Infrastruktur durch die Solidaraktion nach den Sturmschäden sanieren, weist aber weiterhin bauliche und vermittlungstechnische Mängel auf.

Die Versorgung mit Stellflächen ist als gut anzusehen. Es stehen insgesamt ca. 820 PKW-Stellplätze (P1: 120, P2: 700, vgl. Abbildung 15) zur Verfügung.

Verbesserungen der Infrastruktur und Erschließung sind im Rahmen von Neuplanungen vorgesehen.

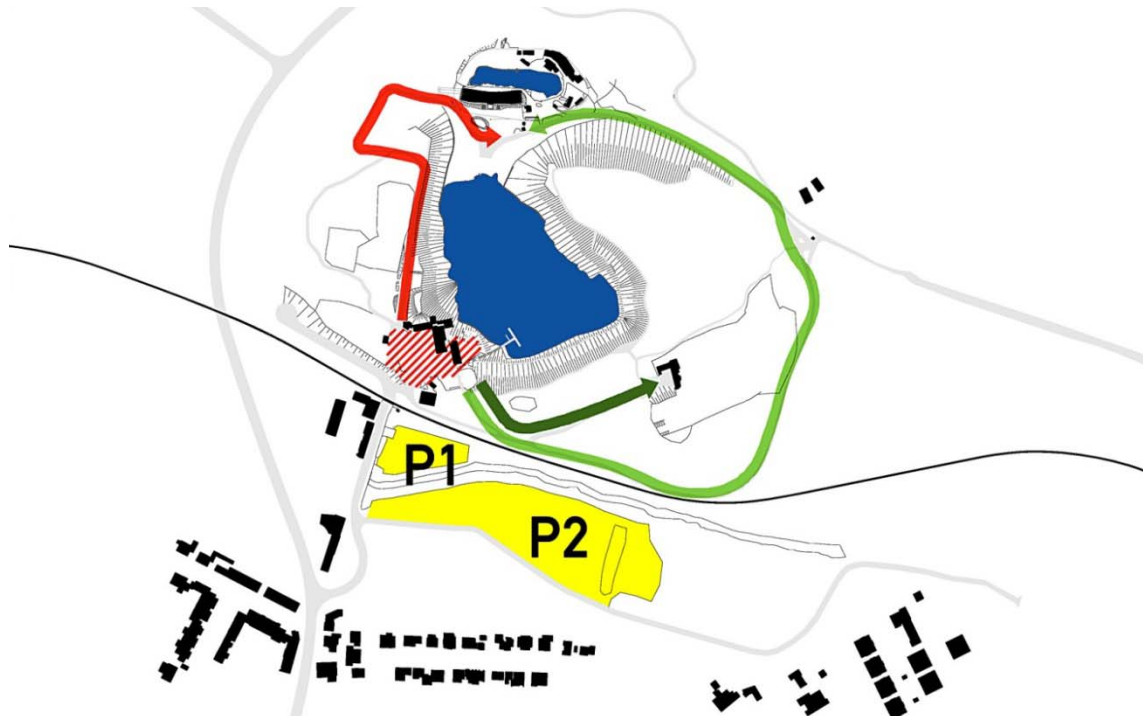


Abbildung 15: Parkplätze und Barrierefreiheit. (grün: barrierefrei/-arm, rot: nicht barrierefrei/-arm)

Planungsrecht / Restriktionen

Für das Projektgebiet rund um den Blauen See gelten folgende planungsrechtliche Rahmenbedingungen bzw. Restriktionen:

Regionalplan

Der Regionalplan / Gebietsentwicklungsplan (GEP 99) weist folgende Flächenfestsetzungen rund um den Blauen See aus:

Waldflächen sollen nach Fläche und Funktion zur Erfüllung ihrer Nutz-, Schutz- und Erholungsfunktionen erhalten bleiben und bei unvermeidbaren Eingriffen sind Ausgleichsaufforstungen vorzunehmen.

Freiräume mit der Freiraumfunktion „Schutz der Natur“ umfassen insbesondere durch die Fachplanung gesicherte naturschutzwürdige Gebiete und weitere naturschutzwürdige Lebensräume (Biotope), die entsprechend zu schützen sind. Sie enthalten Teilbereiche, die für die Fachplanung als Suchräume gelten (Ergänzung von vorhandenen naturschutzwürdigen Lebensräumen oder zum Aufbau eines Biotopverbundes). Bei allen Planungen, Maßnahmen und Nutzungen ist die Erhaltung der naturschutzwürdigen Gebiete zu beachten und die angestrebte Entwicklung und der Aufbau eines Biotopverbundes zu fördern. Die Bereiche umfassen Feucht- und Waldgebiete sowie nährstoffarme und stark hängige Standorte. Es gilt, die naturraumgebundenen Biotoptypen mit den charakteristischen Pflanzen und Tieren zu bewahren und weiterzuentwickeln. Für Freiräume mit der Freiraumfunktion „Schutz der Natur“ gilt eine nachhaltige und ressourcenschonende Landnutzung damit die ökologische Leistungs- und Entwicklungsfähigkeit gewahrt bleiben kann. Landschaftsorientierte Erholung bzw. umweltverträgliche sportliche Nutzungen sind je nach vorhandenen Biotopen nicht ausgeschlossen, Erschließungs- und Aufklärungsmaßnahmen können so gelenkt oder abgeschirmt werden, dass Störungen der geschützten Tier- und Pflanzenwelt vermieden werden, aber andererseits eine naturnahe Erholung erfolgen kann

Für Freiräume mit der Freiraumfunktion „Schutz der Landschaft und landschaftliche Orientierung“ sollen die biologische Vielfalt und Erlebniswert der Landschaft erhalten bzw. verbessert werden, der wesentliche Charakter der Landschaft bzw. die landschaftstypischen Merkmale sollen geschützt und/oder wiederhergestellt werden und landschaftliche Funktionszusammenhänge sollen erhalten bzw. verbessert werden.

Die Ziele der Landschaftsplanung sind:

- typische Landschaftsstrukturen erhalten bzw. wiederherstellen
- charakteristische Bestandteile erhalten
- ökologische Systeme stabilisieren
- günstige Voraussetzungen für Arten- und Biotopschutz sowie landschaftsgebundene Erholung erhalten bzw. verbessern

Landschaftsplan

Gemäß Landschaftsplan liegt der planungsrelevante Bereich im Landschaftsschutzgebiet B 2.3-14 „Ratinger Stadtwald Süd-West“ bzw. Landschaftsschutzgebiet B 2.3-17 „Angertal“ (Bereich südlich der Bahntrasse) und enthält das Naturdenkmal B 2.6-20 Geologische Aufschlüsse am „Blauen See“ (acht Teilflächen).

Das Landschaftsschutzgebiet: „Ratinger Stadtwald Süd-West“ nördlich von Ratingen stellt die größte zusammenhängende Waldfläche innerhalb des Kreisgebietes dar. Es gilt bei Neupflanzungen eine Beschränkung der Baumartenwahl (Beibehaltung des Laubholzbestandes).

Das Landschaftsschutzgebiet „Angertal“ umfasst den westlichen Bereich des Angerbachtales und seiner Nebentäler sowie die dazugehörigen Hangbereiche des Gewässersystems.

Die Geologischen Aufschlüsse sind sichtbar zu erhalten und gegen Betreten zu schützen.

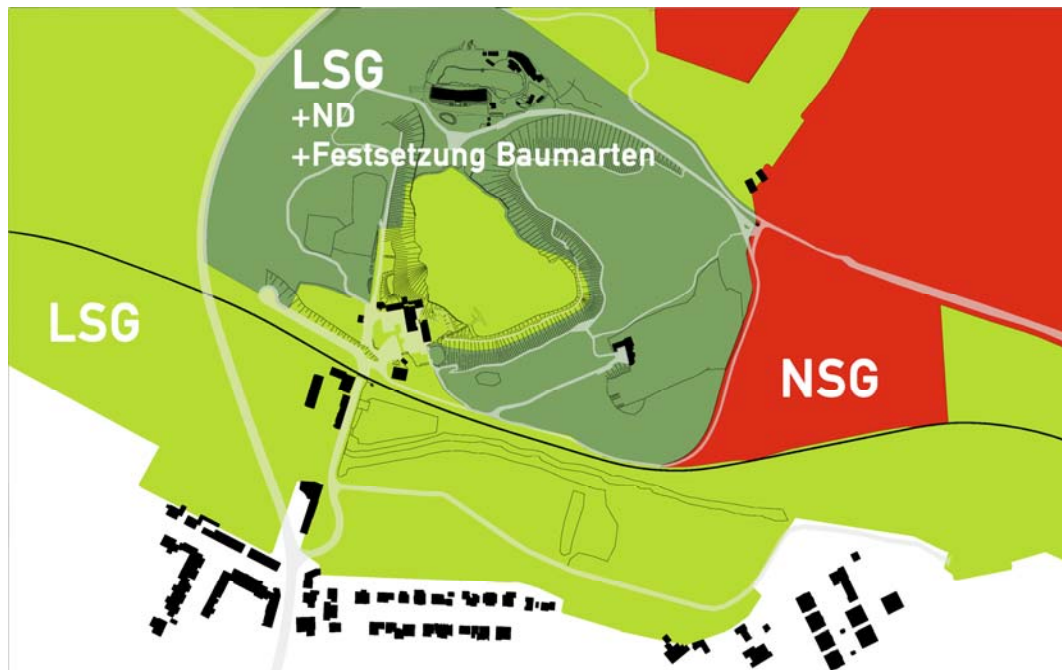


Abbildung 16: Landschaftsschutzgebiete, Naturschutzgebiete

Wasserschutzzone

Der Blaue See liegt in der Wasserschutzzone IIIA mit besonderen Genehmigungspflichten und Verboten bei Herstellung und Nutzung von Bauten und Anlagen, insbesondere bei Eingriffen in den Untergrund.



Abbildung 17: Wasserschutzzonen

Artenschutz

Für das Projektgebiet liegt eine Artenschutzrechtliche Bewertung des Standorts und seiner Entwicklungsmöglichkeiten durch das Kölner Büro für Faunistik aus 2010 vor. Demnach liegen keine artenschutzrechtlichen Ausschlusskriterien vor, die eine – behutsame Neuordnung des Geländes erschweren würden. Vorwirkungen sind in Teilbereichen durch starke Frequentierung des hohen Publikumsverkehr bereits vorhanden, die Bedeutung bestimmter Teilbereiche des Planungsgebiets für entsprechend angepasste Arten ist für Eingriffe zu beachten.

Raumwiderstandskarte

Die folgende Raumwiderstandskarte (Abbildung 18) wurde in Abstimmung mit dem Planungsamt des Kreises Mettmann erarbeitet und stellt die relevanten planungsrechtlichen Vorgaben für das Areal dar.

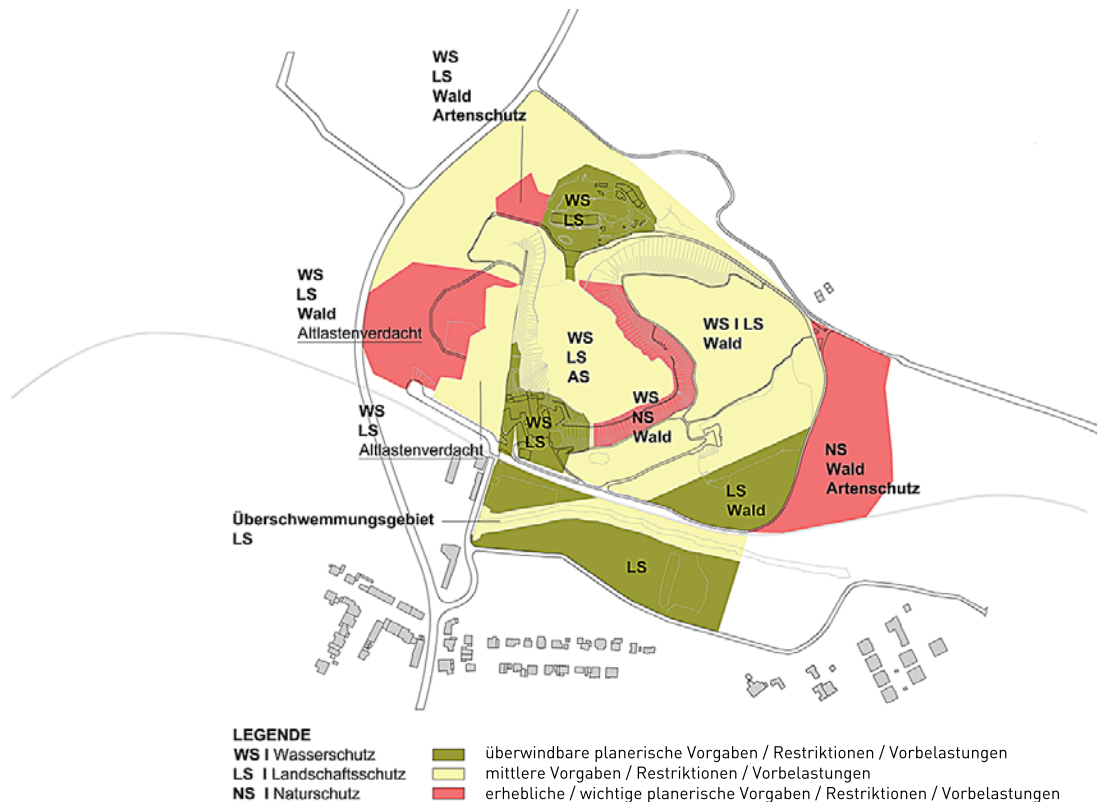


Abbildung 18: Raumwiderstandskarte des Areals Blauer See.

Erhöhtes Verkehrsaufkommen, Lärmschutz

Grundsätzlich ist die Anlage dank großzügiger Stellplatzflächen auf hohe Besucheraufkommen und auch auf Spitzenlasten ausgerichtet. Dies gilt insbesondere für die Naturbühne, die bei ausverkauften Veranstaltungen gleichzeitig über 1000 Besucher zählt, sodass die Stellplätze an solchen Tagen bewirtschaftet werden. Grundsätzlich sind die vorhandenen Stellplätze kapazitär also in der Lage, hohe Besucherzahlen aufzunehmen, eine Intensivierung der Nutzungen kann jedoch zu veränderten Besuchszeiten und zu häufigeren Spitzenlasten bei den Besucherzahlen führen.

Zwar ist die Erschließung über die nahegelegene Autobahn und anschließende Landstraße auch für hohe Besucherzahlen unproblematisch, jedoch kann sich die quantitative Lärmbelastung der unmittelbaren Anlieger an der Zufahrtstraße „Zum Blauen See“. Hier sind entsprechende Lärmschutzmaßnahmen zu prüfen wie z. B. die Aufbringung von Flüsterasphalt auf den Fahrflächen oder – wo möglich – die Aufstellung von Lärmschutzwänden o. ä.

Fazit

Bei Projekten, die baulich Eingriffe in den Bestand erfordern, sind planungsrechtliche Änderungen erforderlich, dies sind insbesondere die Aufstellung eines Bebauungsplans und damit verbundene erforderliche Änderungen des Landschaftsplans.

Es wird davon ausgegangen, dass alle planungsrechtlichen Hürden überwindbar sind. Anpassungen des Planungsrechts sind auf Basis tragfähiger Konzepte möglich. In die Planungen zur Weiterentwicklung sollen weitgehend bereits genutzte bzw. bebaute Flächen einbezogen werden, um die Eingriffe möglichst gering zu halten.

Siehe hierzu das Kapitel „Planungsrechtliche Bewertung und Umsetzungsfahrplan“.

Produkt- und Angebotsanalyse: Bewertung bestehender Angebotsbausteine und neuer Nutzungsideen

Die bisherigen Studien und Konzepte zur Weiterentwicklung des Blauen Sees widmeten sich zwar ausführlicher neuen Nutzungsideen und -bausteinen, befassten sich jedoch nur in eingeschränktem Maße mit dem konkreten Bestand und dessen Wert bzw. Potenzial. Daher war es dringend geboten, in einem umfassenden Bewertungsprozess sowohl die bestehenden Bausteine als auch die neuen Nutzungsideen einer detaillierten Betrachtung zu unterziehen. Die vorhergehenden Analysen – Markt/Bedarf, Makro-/Mikrostandort – haben die Basis dafür geschaffen.

Eigens für die besondere Situation am Blauen See wurde daher eine spezielle Form der Nutzwert- und Potenzialanalyse entwickelt. Erster Schritt war die Definition der für die Bewertung relevanten Kriterien. Diese wurden aus den Erfordernissen des Marktes wie auch den Zielen der Stadt Ratingen abgeleitet. Die übergeordneten Kriterien wurden zudem auf folgende Subkriterien heruntergebrochen:

Attraktivität: • Umsatzattraktivität • Imageattraktivität • Bedarfsgerechtigkeit • Erlebnisorientierung • Themenbezug Zauber / Märchen • Themenbezug Natur • Preis-Leistung • Gestaltqualität	Sozialverträglichkeit: • Arbeitsplatzpotenzial • kostengünstiges Freizeitangebot • soziales Unternehmertum
Infrastrukturelle Situation: • Verkehrliche Infrastruktur • Bauzustand • Erschließungsinfrastruktur • Binnenerreichbarkeit	Wirtschaftlichkeit und Management: • Eigenwirtschaftlichkeit • Beitrag zur Gesamtwirtschaftlichkeit • regionalwirtschaftliche Effekte • Betreiberprofessionalität • Handlungsfähigkeit
Entwicklungspotenzial (Ausblick): • Attraktivierung • Infrastrukturelle Situation • Sozialverträglichkeit • Wirtschaftlichkeit und Management	

Für jedes einzelne Subkriterium wurde dann in einem Punktwertverfahren (Scoring) eine Punktzahl vergeben, und zwar nach folgendem Schema:

Punktwert	Bedeutung
0	nicht zutreffend
1	sehr geringes Potenzial
2	geringes Potenzial
3	wichtig/gutes Potenzial
4	sehr wichtig/großes Potenzial

Tabelle 3: Schema für die Angebotsbewertung.

Neue Nutzungsideen wurden nur nach ihrem Entwicklungspotenzial bewertet, da eine Bestandsbewertung verständlicherweise nicht vorgenommen werden konnte. Die detaillierte Punktevergabe kann dem Anhang (ab S. 71) entnommen werden.

Bestandsbausteine

Im Ergebnis stand eine Rangfolge der bestehenden Nutzungen, die aufzeigen sollte, welche der vorhandenen Bestands-Bausteine für den Blauen See den höchsten Nutzwert aufweisen.

Angebot	Realisierungszustand	Kategorie	Bewertung (Summe – ungewichtet)	Bewertung (Durchschnitt)
Naturraum Blauer See und Wald	Infrastruktur	Natürliches Angebot	36	0,33
Wegesystem	Infrastruktur	Aktivangebot	33	2,54
Naturbühne	Bestand	Veranstaltungsinfrastruktur	52	2,74
Bootsverleih	Bestand	Freizeitangebot	39	2,05
Märchenzoo	Bestand	Besucherattraktion	38	2,00
Minigolf/BumperBoats	Bestand	Freizeitangebot	36	1,89
Baumeistercamp	Bestand	Freizeitangebot	34	1,79
Ratinger Waldcafé	Bestand	Gastronomie	33	1,74
Erlebnisswelt	Bestand	Freizeitangebot	32	1,68
Minieisenbahn	Bestand	Freizeitangebot	28	1,56
Keules Imbiss	Bestand	Gastronomie	29	1,53

Tabelle 4: Nutzwertanalyse der Bestandsbausteine

So ließ sich ermitteln, dass der Naturraum und das Wegesystem als Basisangebot von zentraler Bedeutung sind. Darüber hinaus erwiesen sich von den bestehenden Attraktionen allen voran die Naturbühne, der Bootsverleih sowie eingeschränkt der Märchenzoo, letzterer v. a. aus nostalgisch-sozialen Motiven, als erhaltenswerte Bausteine, die auch künftig – soweit möglich – in einem Konzept zu berücksichtigen sind. Bei den anderen Bausteinen gab es aus verschiedenen Gründen Zweifel am bestehenden Nutzwert. Das offenbarte sich auch in der separaten Bewertung des künftigen Entwicklungspotenzials, jedoch mit einigen abweichenden Bewertungen.

Angebot	Realisierungszustand	Kategorie	Bewertung (Summe- ungewichtet)	Bewertung (Durchschnitt)
Naturraum Blauer See und Wald	Infrastruktur	Natürliches Angebot	8	2,67
Wegesystem	Infrastruktur	Aktivangebot	8	2,67
Naturbühne	Bestand	Veranstaltungsinfrastruktur	10	2,50
Bootsverleih	Bestand	Freizeitangebot	5	1,25
Märchenzoo	Bestand	Besucherattraktion	7	1,75
Minigolf/ BumperBoats	Bestand	Freizeitangebot	4	1,00
Baumeistercamp	Bestand	Freizeitangebot	4	1,00
Ratinger Waldcafé	Bestand	Gastronomie	9	2,25
Erlebniswelt	Bestand	Freizeitangebot	4	1,00
Minieisenbahn	Bestand	Freizeitangebot	4	1,00
Keules Imbiss	Bestand	Gastronomie	4	1,00

Tabelle 5: (Entwicklungs-)Potenzialanalyse der Bestandsbausteine

In diesem Ranking liegen auch der Naturraum, das Wegesystem sowie die Naturbühne und der Märchenzoo auf den vorderen Plätzen. Schlechter bewertet wird jedoch der Bootsverleih aufgrund seiner nur noch eingeschränkten Entwicklungsmöglichkeiten. Deutlich besser bewertet wird die Gastronomie. Hier ist festzustellen, dass das bestehende Angebot zwar in keiner Weise zeitgemäßen Ansprüchen genügen kann, jedoch ein unabdingbares Angebot für die Gesamtentwicklung darstellt. Dies ist so zu deuten, dass das bisherige Café konzeptionell komplett neu aufgestellt bzw. durch eine andere, wettbewerbsfähige Gastronomie ersetzt werden müsste, um die Standortbedingungen optimal zu nutzen.

Neue Nutzungsideen

In die Bewertung der neuen Nutzungsideen für den Blauen See flossen sowohl bereits seit längerer Zeit bestehende, latente Ideen ein. Dazu gehörten v. a.

- Umweltbildungszentrum (UBZ)
- Barrierefreier Rundwanderweg
- Hotel
- Geologischer Lehrpfad
- „Natur-Sinnespfad“
- Zeltwiese und Grillplätze
- Naturnahe Übernachtungsmöglichkeiten
- Wohnmobilstellplatz
- Imkereibetrieb
- Midi-Golf

Zudem wurden aktuelle Investorenanfragen und neue Ideen der Auftragnehmer aus der Studie heraus berücksichtigt. Dazu gehörten:

- Baumwipfelpfad (mit Bewegungsangeboten)
- Multifunktionale Gastronomie
- Märkte, z. B. Bauernmarkt, Naturkunsth Handwerk u.Ä.
- „Virtuelles UBZ“ in digitaler, dezentraler Form ohne festen Ausstellungsraum
- Klippenweg
- Kletterwald
- Baumhaushotel

Die folgende Tabelle zeigt im Überblick die zusammengefassten Ergebnisse. Bewertungsdetails können auch hier dem Anhang entnommen werden.

Angebot	Realisierungs- zustand	Kategorie	Bewertung (Summe – ungewichtet)	Bewertung (Durchschnitt)
Baumwipfelpfad	Idee/Plan	Besucherattraktion	15	3,75
inMotion Park, Erlebnis durch Bewegung	Idee/Plan	Besucherattraktion	15	3,75
Multifunktionale Gastronomie	Idee/Plan	Gastronomie	12	3
Märkte, z. B. Bauernmarkt, Naturkunsth Handwerk u.Ä.	Idee/Plan	Events	11	2,75
Umweltbildungszentrum (UBZ)	Idee/Plan	Besucherattraktion	10	2,5
"Virtuelles UBZ"	Idee/Plan	Besucherattraktion / Aktivangebot	10	2,5
Klippenweg	Idee/Plan	Besucherattraktion / Aktivangebot	10	2,5
Barrierefreier Rundwanderweg	Idee/Plan	Aktivangebot	10	2,5
Kletterwald	Idee/Plan	Aktivangebot	10	2,5
Hotel	Idee/Plan	Beherbergung	10	2,5
Geologischer Lehrpfad	Idee/Plan	Besucherattraktion / Aktivangebot	8	2
"Natur-Sinnespfad"	Idee/Plan	Besucherattraktion / Aktivangebot	8	2
Baumhaushotel	Idee/Plan	Beherbergung	8	2
Zeltwiese und Grillplätze	Idee/Plan	Beherbergung	8	2
Naturnahe Über- nachtungsmöglichkeiten	Idee/Plan	Beherbergung	7	1,75
Wohnmobilstellplatz	Idee/Plan	Beherbergung	7	1,75
Imkereibetrieb	Idee/Plan	Naturnahes Gewerbe	7	1,75
Midi-Golf	Idee/Plan	Freizeitangebot	7	1,75

Tabelle 6: (Entwicklungs-)Potenzialanalyse neuer Nutzungsideen

Die beste Bewertung erzielte das Konzept eines um Bewegungsangebote erweiterten Baumwipfelpfades. Darüber hinaus wurde das Entwicklungspotenzial der Gastronomie sowie saisonaler Events wie z. B. von Märkten überdurchschnittlich bewertet. Eine selektive Einzelbewertung bot sich bei den Bausteinen Umweltbildungszentrum (UBZ), „Virtuelles UBZ“, Klippenweg, Barrierefreier Rundwanderweg, Kletterwald und Hotel an. Dies wurde in der weiteren Entwicklung des Masterplans ent-

sprechend berücksichtigt, was sich u. a. in Spezifizierungen niederschlug (s. Kapitel Konzept). Die übrigen Bausteine sind wegen der schwächeren Bewertung nicht grundsätzlich abzulehnen, sollten aber auch keine Priorität in der zunächst anstehenden Neupositionierung haben.

Gesamtfazit für die Neukonzeption

Grundsätzlich rechtfertigen die Markt- und Bedarfsanalyse, die Standortanalysen sowie die Einzelbewertungen des Bestandes und der neuen Nutzungsideen eine Neukonzeption des Blauen Sees als Freizeitanlage und Attraktion. Zusammenfassend sind dabei folgende Prämissen zu beachten:

- Das Nachfragepotenzial ist groß genug, um die Neukonzeption zu rechtfertigen. Um dieses Potenzial zu erschließen müssen jedoch zeitgemäße, wettbewerbsfähige Anlagentypen entwickelt werden.
- Die bestehenden Angebote Naturbühne, Märchenzoo und Bootsverleih werden als zukunftsfähig und bedeutsam für die Weiterentwicklung des Freizeitareals eingeschätzt und sollten darum als Basisangebot der Neukonzeption berücksichtigt werden.
- Durch eine Optimierung des Marketings und der saisonalen Produktgestaltung muss ein erweitertes Zielgruppenspektrum aktiviert und angesprochen werden.
- Es sind grundsätzlich starke Wettbewerbseinflüsse zu erwarten, was eine möglichst umfassende Re-Attraktivierung und Neuinvestitionen erfordert. Zudem muss das Konzept langfristige Entwicklungsmöglichkeiten aufzeigen, um die Wettbewerbsfähigkeit erhalten zu können.
- Der Standort ist für eine Weiterentwicklung geeignet. Planungsrechtliche Restriktionen können durch ein angepasstes Konzept in Partnerschaft mit den Trägern öffentlicher Belange und zuständigen Planungsbehörden überwunden werden.
- Dringend geboten ist eine Professionalisierung bzw. Konzentrierung der Betreibersituation auf einen oder wenige Betreiber, um den hohen Anspruch einer Freizeitanlage „aus einem Guss“ erfüllen zu können und die langfristige Entwicklung sicherzustellen.
- Anfragen und Konzepte von Projektentwicklern und Investoren können konkrete Anknüpfungspunkte bieten, die in die weitere Entwicklung einbezogen werden sollten.
- Dennoch müssen das zu entwickelnde Konzept und der Masterplan einen langfristigen Rahmen aufzeigen, der sich auch bei wandelnden Umfeldbedingungen und Einflüssen als flexibel und handhabbar zeigt.

Konzept

Ziele und Erfolgsfaktoren

Das zusammenfassende Fazit hat die Notwendigkeit der Neukonzeption noch einmal betont. Diese gilt es nun in einen Ziel- und Handlungsrahmen einzubetten, der die künftige Entwicklung vorgeben soll. Vor dem Hintergrund der starken Verankerung in der Bevölkerung und seiner Identität stiftenden Wirkung, wurde den künftigen Planungen und Bestrebungen bewusst ein einfaches, klar orientierendes und „sloganhaftes“ Leitziel vorangestellt: **„Der Blaue See muss sich wieder lohnen!“** So, wie er es früher getan hat. Und – noch wichtiger: Für alle beteiligten Akteure, also für die Gäste/Besucher, für die Anbieter/Betreiber/Eigentümer, für die Stadt und Region.



Abbildung 19: Zielvorstellungen aus verschiedenen Perspektiven.

Damit verbunden sind drei Leitziele der Entwicklung, die jeweils aus Perspektive der drei Akteursgruppen formuliert sind:

- Für Gäste gilt: Der Besuch des Blauen Sees soll Erinnerungen an früher wach halten und gleichzeitig neue Erlebnisse schaffen.
- Für Anbieter, Betreiber, den Eigentümer gilt: Die Angebote/Anlagen müssen Gewinne abwerfen und nachhaltig bewirtschaftet werden können.
- Für Stadt und Region gilt: Stadt und Kreis sollen quantitativ und qualitativ profitieren, durch mehr Arbeitsplätze, Umwegrentabilität, Identität und Imagegewinn.

Um diese Ziele erreichen zu können, sind bisherigen Mängel und Schwächen in klare Handlungsaufträge und Erfolgsfaktoren zu verwandeln. Die in der folgenden Tabelle zusammengefassten Leitlinien der Entwicklung fassen diese Faktoren zusammen und zeigen, welche Handlungsfelder das sind.

Bedarfsgerechte Angebote	Mehr Erlebnis und Emotionen	Mehr Professionalität	Standort-optimierung
• Zielgruppen-differenzierung / -erweiterung • Qualität und Service • Preissensibilität • Multioptionalität (Mehrfachnutzen, Kombiangebote, Vernetzung, ...) • Mehr Witterungs-unabhängigkeit	• Erlebnisorientierung und Thematisierung • Authentizität / Glaubwürdigkeit • Storytelling • Inszenierung • Design und Gestalt-qualität	• Betreibersynergien • Kooperative/s Marketing und Profilierung • zeitgemäßes Management (Qualifizierung) • Regelmäßige Attraktivierung • Handlungsfähigkeit durch Investitions-sicherheit	• Planerische Handlungsfähigkeit • Investitionen in die Erschließungs- und Verkehrsinfrastruktur • Gestaltungs-handbuch

Abbildung 20: Leitlinien der Entwicklung.

Szenarien und Entwicklungsmöglichkeiten

Neben den grundsätzlichen Zielen und Leitlinien der Entwicklung galt es in der Konzeptentwicklung, auch möglichen unterschiedlichen Rahmenbedingungen Rechnung zu tragen. Ein neuer Masterplan sollte dem entsprechend, und im Gegensatz zu bisherigen Versuchen ein neues Nutzungskonzept zu entwickeln, weniger stark auf eine Lösung, eine Nutzungsidee und einen Anlagentyp zugeschnitten sein, sondern Optionen aufzeigen. Allerdings sollten diese Optionen nicht der Beliebigkeit ausgesetzt sein, sondern für bestimmte Situationen bestimmte mögliche Entwicklungsrichtungen sichtbar machen. Daraus folgte, dass Szenarien zu entwickeln waren, die harte Faktoren und Vorgaben mit Flexibilität kombinieren. Ziel war ein Entwicklungsrahmen, der beispielsweise dem oder den Betreibern zum einen Freiräume für die „Selbstentfaltung“ bietet, aber auch die Orientierung an einem Leitthema abverlangt.

Grundsätzlich werden dazu zwei Dimensionen betrachtet: einerseits die thematische Dimension, d. h. die Bedeutung des zu Grunde liegenden Themas für die Entwicklung; andererseits die Dimension der Eingriffstiefe, d. h. die Frage, wie oberflächlich oder tiefgreifend in den Bestand eingegriffen werden muss, sowohl organisatorisch als auch baulich.

Für die Eingriffstiefe wurden drei optionale Dimensionen entwickelt:

- **Modifikation:** Die Entwicklung des Bestandes im Rahmen bestehender Randbedingungen (Planrecht, Betreiber, Verträge)

- **Intervention:** Die Entwicklung durch objektbezogene Ergänzung, ein neues oder neue „Anker“-Angebot(e) mit Strahlkraft
- **Transformation:** Die Entwicklung durch flächenhafte Umstrukturierung und planerische Umwidmung – eine Anlage mit einem Betreiber und einem Pachtvertrag.

Die Eingriffstiefe gilt es zu kombinieren mit einer thematischen Dimension der Entwicklung. Die drei thematischen Optionen sind:

- **„Vielfalt“:** Dies beinhaltet keine eigentliche Festlegung und damit streng genommen auch kein Thema. Es bleibt bei einer Vielzahl von unterschiedlichen, nicht vollständig integrierten Angeboten. Die Vermarktung wird dennoch professionell aus einer Hand besorgt. „Vielfalt“ ist dabei das Signal an die Besucher, dass es am Blauen See Entertainment und unterschiedliche Erlebnisse gibt.
- **Profilthema „Natur“:** Der Blaue See profiliert sich als Naturerlebnisraum. Ein neues, naturorientiertes Ankerangebot steigert als neuer Frequenzgenerierer die Gesamtattraktivität. Das kooperative Marketing stellt den Naturbezug und die Naturerlebnisse in den Fokus. Im Idealfall findet sich ein Generalpächter, der neben Naturbühne und Märchenzoo das übrige Areal als eine Art Naturerlebnispark mit mehreren Ausbaustufen betreibt und vermarktet.
- **Profilthema „Zauber“:** Der Blaue See und der Naturraum profilieren sich als „Zauberwald“, der neben den funktionalen Erlebnissen eine zusammenhängende, emotionale Geschichte erzählt. Dies erleichtert zusätzlich die Vermarktung und erweitert das Erlebnisversprechen gegenüber den Besuchern. Auch hier ist anzustreben, dass ein Generalpächter als Betreiber auftritt und den professionellen Marktauftritt verantwortet.

Das Thema „Zauber“ schafft ein erweitertes Themenspektrum, etwa gegenüber dem Thema „Märchen“, und kann das emotionale Storytelling auch auf Fantasy-Elemente und andere Erzählwelten erweitern. Dabei können gleichermaßen naturbezogene Inhalte vermittelt werden – jedoch erweitert um eine anregende, spannende Erzählung.

Es ist auch vorstellbar, dass ein ganz anderes Thema auf eine gleichwertige Weise wie das Thema „Zauber“ profilierend für den Blauen See sein kann. Falls etwa ein Investor ein schlüssiges thematisches Konzept für die Entwicklung des Geländes vorlegt, muss dies nicht unbedingt auf dem Thema „Zauber“ basieren.

Diese zwei Dimensionen werden in folgender Matrix zu Entwicklungsszenarien zusammengeführt:

	Modifikation	Intervention	Transformation
Vielfalt	Bestandserhalt vorhandener Angebote, (Basis-)Investitionen in die Infrastruktur, dauerhafte Unterstützung durch Koordinatoren, Änderung des Planungsrechts	Angebotserweiterung (Multioptionalität, Kombiangebote) – möglichst thematisiert (Natur oder Zauber)	Mittelgroßer Freizeitpark, ohne zentralen Eintritt, mit zentralem Betreiber (Vorbild „Karls Hof“, Integration des Märchenzoos) Erhalten bleibt: Naturbühne
Natur	durchgehende Thematisierung (mehr Glaubwürdigkeit), städtisch initiiert	- Baumwipfelpfad inkl. UBZ - Gastronomie inkl. UBZ - Hotel und Gastronomie inkl. UBZ / Tagungsräumen	
Zauber	- kooperatives Marketing - thematische Wegeangebote - virtuelles UBZ - emotionales storytelling - Inszenierung, Design	Erhalten bleiben: Märchenzoo, Naturbühne, Boote	

Tabelle 7: Entwicklungsszenarien mit konkreten Nutzungen

Im folgenden Masterplan werden diese Szenarien konkretisiert.

Masterplan

Die im vorangegangenen Kapitel aufgeführten konzeptuellen Planungsansätze wurden in einem Masterplan räumlich verortet. Um die Mehrdimensionalität der beschriebenen Bausteine anschaulich darzustellen, wurde die klassische Lageplandarstellung des Masterplans grafisch vereinfacht und



um ein visuelles System aus thematischen und szenarischen Kreissegmenten erweitert. Bildgeber war der Maschinentelegraf in der Seefahrt, mit dem man Fahrtrichtung und Geschwindigkeit regeln kann (siehe nebenstehende Abbildung⁶).

Der Masterplan besteht somit aus einem aufeinander aufbauenden System der drei Szenarien, denen die einzelnen Maßnahmen jeweils inhaltlich zugeordnet und die zugleich im Lageplan verortet sind. Jedem Szenario wird über die genannten Kreissegmente zugleich der „Erfüllungsgrad“ der thematischen Ziele als Marketing-Potenziale grafisch zugeordnet. Dabei beschränkt sich die Aussage allerdings auf gering- bzw. vollumfänglich, da weitergehende bzw. an z. B. Prozentzahlen orientierte Quantifizierungen auf der Ebene des Masterplans wenig aussagekräftig wären.

Modifikation

Die Modifikation beschreibt ein Entwicklungsszenario ohne nennenswerte externe (bzw. private interne) Investitionen. Hier geht es vorrangig um Bestandsicherung und die Schaffung von baulichen (und ggf. auch planungsrechtlichen) Rahmenbedingungen, die potenziellen zukünftigen Investoren eine Entscheidung für den Standort erleichtern würden. Insofern beschreibt die Modifikation eine Liste möglicher (und z. T. bereits anstehender oder auch überfälliger) Basisinvestitionen:

- Allgemeine Ertüchtigung des Wegesystems (Beleuchtung / Belag etc.):
Ausbessern von Schlaglöchern etc., Rückbau von Barrieren, Beleuchtung würde z. B. der Naturbühne Abendveranstaltungen ermöglichen
- Allgemeine Ertüchtigung der Stellplatzanlage:
Markierung, Befestigung und den technischen Standards gemäße Entwässerung der Stellplätze im vorderen Bereich, Optimierung der Reserve-„Wiesenparkplätze“
- Professionalisierung der Bestandsangebote bzw. Bestandssicherung:
Ausbau der bestehenden Internetseite, einheitliche und professionelle Beschilderung
- Empfangsbereich Blauer See:
Punktueller größere Investition in Flächenbeläge, Ausstattung und Beschilderung, um den Empfangsbereich insgesamt aufzuwerten

⁶ Abbildungsquelle: <http://www.rhein-neckar-industriekultur.de/objekte/>

- Virtuelles Umweltbildungszentrum, Rundweg mit Optionen:
siehe hierzu Exkurs Virtuelles Umweltbildungszentrum
- Koordinator Blauer See
von Stadt, Kreis, Eigentümer oder ähnlich übergeordneter Stelle installierte Stelle, die die Entwicklung des Blauen Sees begleitet
- Umwidmung von Teilflächen:
Anpassung des Bestandes an die planungsrechtlichen Flächenausweisungen; d. h. die Festschreibung und Sicherung des gebauten ebenso wie des naturräumlichen Bestandes.

Die Modifikation erreicht die thematischen Ziele als Marketing-Potenziale nur auf der Ebene der „Vielfalt“ vollumfänglich, „Natur“ und „Zauber“ werden aufgrund fehlender einheitlicher Konzepte auch auf Dauer nicht signifikant realisierbar bleiben.

Im Anhang (S. 77) ist eine Abbildung zu finden, die die erforderlichen Basisinvestitionen des Szenarios Modifikation und dessen Marketing-Potenziale räumlich darstellt.

Exkurs: Koordinator Blauer See

Sollten einige der kleinteiligen Betreiberstrukturen am Blauen See erhalten bleiben, ist eine koordinierende Stelle zur Steuerung und Moderation konzertierter Maßnahmen empfehlenswert. Maßnahmen dieses Koordinators könnten sein:

Kooperatives Marketing

- Einberufung und Moderation eines kooperativen Marketing-Arbeitskreises
- Erarbeitung und Verabschiedung eines Marketingplans
- Definition eines benötigten Budgets und Bündelung von Mitteln
- Aufteilung von Gewerken und Zuständigkeiten
- Aufbau und Pflege gemeinsamer Marketinginstrumente

Qualifizierungskonzept

- Zusammenstellung von notwendigen Qualifizierungsangeboten zur Professionalisierung der Kleinbetreiber – ohne Schaffung eigener Angebote
- Anbieter von Qualifizierungsmaßnahmen recherchieren und als Partner gewinnen, z. B. IHK, DEHOGA
- Mögliche Zuschüsse und Finanzierungsmöglichkeiten ermitteln und aufzeigen

Exkurs: Virtuelles Umweltbildungszentrum (UBZ)

Das Konzept für das virtuelle Umweltbildungszentrum (UBZ) entstand im Rahmen dieser Studie als Alternative zu einem klassischen, mit Ausstellung versehenen Umweltbildungszentrum, das in der Regel nur auf Zuschussbasis funktioniert. Das virtuelle Umweltbildungszentrum setzt hingegen auf neue Technologien und führt dennoch zu einer Auseinandersetzung mit der Natur in der Landschaft.

Die zentrale Technologie, die dabei zum Einsatz kommt sind so genannte iBeacons, kleine Sender, die in der Lage sind Mobilgeräte mit einer eigens installierten App gezielt „anzufunken“, um auf dem Gerät bestimmte, an den Sendestandort gekoppelte Aktivitäten auszulösen, z. B. das Abspielen einer Audiospur, das Starten eines Films, eines Spiels usw. So lassen sich standortgenau Umweltbildungsinhalte in der Natur an den authentischen Standorten vermitteln, je nach Standort und Inhalt eher spielerisch oder auch wissensbasiert. Grundidee ist also die Konzeption eines UBZ als Multimediaspur, die sich über das gesamte Gelände zieht und einzelne „Hotspots“ thematisiert (Bäume, Pflanzen, geologische Formationen). Notwendige Maßnahmen dazu sind:

- die Entwicklung einer App, deren Inhalte die Funktionen eines UBZ übernimmt
- iBeacon-Sender an ausgewählten Punkten auf dem Gelände zu platzieren, z.B. auch innerhalb des Märchenzoos, der dadurch indirekt aufgewertet werden könnte
- ein WLAN-Hotspot zum Download der App auf mobile Endgeräte der Besucher
- ggf. ergänzend ein Info-Pavillon mit Ausgabe von Leihgeräten (für Besucher ohne Smartphones, ggf. integriert in eine der Ankernutzungen). Hier könnte – wenn noch gewünscht – auch ein UBZ mit kleiner Ausstellung zusätzlich hinzugefügt werden.

Die Neuartigkeit des Konzepts lässt erwarten, dass die Kosten vermutlich förderfähig sind. Die Folgekosten sind gegenüber einem UBZ klassischer Art mit Betreiber und Personal deutlich geringer. Vor allem eine regelmäßige Attraktivierung der Inhalte ist notwendig.

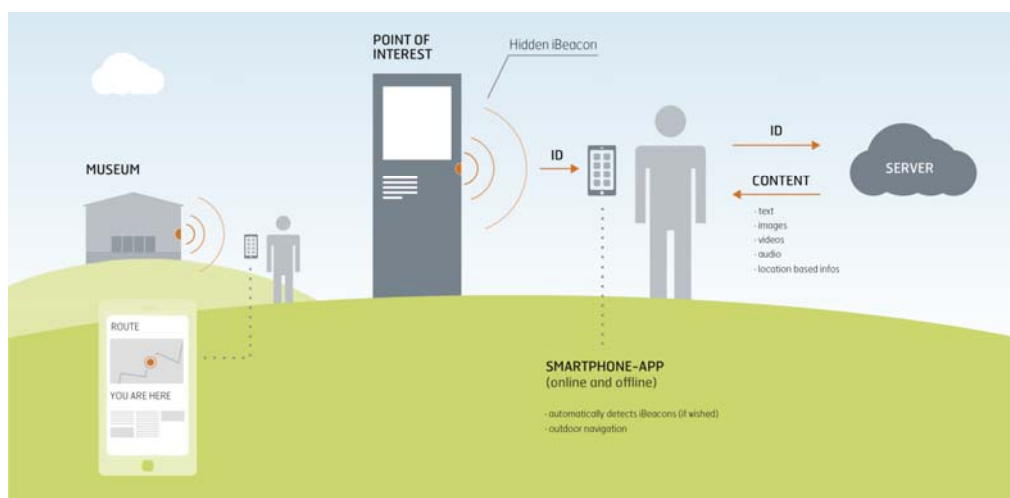


Abbildung 21: Prinzip der Übermittlung via iBeacons

Exkurs: Naturbühne

Die Naturbühne wurde im Rahmen der Bestandsbewertung als derjenige Angebotsbaustein identifiziert, der aktuell den höchsten Nutzwert sowie auch die größten Entwicklungsmöglichkeiten aufweist. Zudem kann die Naturbühne auf eine nachweisbare Alleinstellung in der Konkurrenzlandschaft verweisen. Das hat die Wettbewerbsanalyse offenbart.

Daraus folgt unmittelbar, dass die Naturbühne auch für die Weiterentwicklung des Blauen Sees unverzichtbar ist. Dies wird gestützt durch die Professionalität des Betreibers, der zudem die Bereitschaft signalisiert hat, weiter in die Bühne zu investieren. Voraussetzungen dafür sind jedoch:

- mehr Planungssicherheit durch langfristige Pachtverträge mit dem Eigentümer,
- Planungssicherheit im Hinblick auf das Umfeld, also die Verabschiedung eines allgemein akzeptierten und konsequent verfolgten Masterplans für den Blauen See,
- Verbesserungen der infrastrukturellen Situation auf dem eigenen sowie dem Gesamtareal des Blauen Sees

Die Naturbühne ist dabei noch stärker als die übrigen Angebote und Nutzungen als typische Betreiberimmobilie zu klassifizieren. Denn: Ihr Betrieb setzt voraus, dass der Betreiber in der Lage ist, das Angebot sowohl betriebswirtschaftlich als auch künstlerisch zu führen. Die Anzahl der Betreiber mit diesen Voraussetzungen ist als äußerst gering anzusehen.

Es ist daher anzuraten, den Betrieb auch im Falle einer Transformation des übrigen Geländes und der Einrichtung eines Generalbetreibers separat weiterzuentwickeln, wenn Letzterer als ungeeignet für den Betrieb einer Bühne anzusehen ist.

Infrastrukturell können folgende Maßnahmen die Entwicklung der Naturbühne befördern (Kosten s. Kapitel Wirtschaftlichkeit):

- die Beleuchtung des Wegs zur Naturbühne, um auch in den Abendstunden Veranstaltungen zu ermöglichen
- die Neuerschließung der Naturbühne mit Wasser, Abwasser und Strom. Vor allem die sanitären Einrichtungen bedürfen dringend der Erneuerung, um den Besuchern die nötigen Standards anbieten zu können.
- eine Erneuerung der Sozialräume und Bühnentechnik.

Durch ein weiteres Ankerangebot am Blauen See (s. Szenarien Intervention, Transformation) könnten sich die Synergien mit der Naturbühne deutlich erhöhen, weil das Gesamtareal seine Attraktivität als Ganztagesausflugsziel stärkt. Daher sollte bei der Projektentwicklung auch der Betreiber der Naturbühne einbezogen werden, wenn die Planung bzw. daraus resultierende Folgen dies erfordern.

Intervention

Die Intervention beschreibt ein Entwicklungsszenario, das zusätzlich zu den ohnehin notwendigen Basisinvestitionen von mindestens einer größeren externen Investition ausgeht. Ohne dass eine komplette Neustrukturierung des Gesamtgebietes notwendig wird, bewirkt die Intervention in ein Anker- oder Leuchtturm-Projekt zwangsläufig auch eine Ertüchtigung des Umfelds dieser Anlagen, die über die Bestandssicherungsmaßnahmen der Modifikation hinausgeht. Insbesondere der zentrale Bereich mit seinen heutigen Kleinangeboten würde zugunsten der Intervention massiv umgestaltet werden. Die Intervention baut auf den Basisinterventionen der Modifikation auf, wobei diese in einem Gesamtpaket zeitlich, räumlich und wirtschaftlich zwischen Investor, Eigentümer und öffentlicher Hand verhandelt werden müssen. Die Intervention ist zugleich die Initialzündung für potenzielle weitergehende Investitionen in der Zukunft.

Die Intervention benennt neben den Basisinvestitionen eine Liste möglicher zusätzlicher Investitionen, die über das jeweilige Ankerprojekt hinausgehen:

- **Neuanlage Wegeverbindungen (thematisches Wegesystem):**
Zusätzlich zur Ertüchtigung des bestehenden Wegesystems (Basisinvestition) beinhaltet die Intervention die Herstellung weiterer Wege, die einen thematischen Bezug zum Ankerprojekt haben.
- **Neuanlage Spielplatz:**
Da die derzeitigen Kleinangebote derzeit ein relativ kostengünstiges Nutzungsangebot für Familien anbieten, ist bei Anlage eines Anker-Projektes darauf zu achten, dass es auch in Zukunft ein Angebot für den kurzen Besuch gibt. Insofern wäre ein großer neuer und kostenloser Spielplatz mehr als eine Sicherung des Status Quo.
- **Erweiterte Herrichtung des Empfangsbereichs Blauer See:**
Deutlicher als in der Modifikation bedarf die Intervention einer neuen „Visitenkarte“, die den Besucher in eine quasi eigene Welt geleitet.
- **Private Initialinterventionen:**
 - Baumwipfelpfad (mit Gastronomie am See)
 - Erlebnisgastronomie am See
 - Hotel am See mit Gastronomie
- **Bauliches Umweltbildungszentrum:**
Integration von (Schulungs-) Räumlichkeiten in den Anlagen der Initialinterventionen; z. B. als eigener Umweltbildungsraum in Verbindung mit einem Baumwipfelpfad
- **Schutzmaßnahmen gegen Störungen durch Verkehr:**
Insgesamt ist der Blaue See verkehrlich weitgehend störungsfrei an das übergeordnete Verkehrsnetz angeschlossen. Zudem existiert bereits heutzutage eine Grundbelastung insbesondere an Veranstaltungstagen der Naturbühne. Im direkten Zufahrtsbereich sind die Anlieger vor einer Zunahme des MIV durch geeignete Maßnahmen zu schützen. Mit einem Verkehrsgutachten und ggf. einem Lärmschutzgutachten müsste der konkrete Bedarf an Schutzmaßnahmen ermittelt werden.

Im Anhang (S. 78) ist eine Abbildung zu finden, die die erforderlichen Investitionen des Szenarios Intervention und dessen Marketing-Potenziale räumlich darstellt. Die Intervention erreicht die thematischen Ziele als Marketing-Potenziale auf der Ebene der „Vielfalt“ sowie der „Natur“ vollumfänglich, da ein wie z. B. vom potenziellen Investor des Baumwipfelpfades genanntes Leitbild „Natur und Bewegung“ auch auf die übrigen Bereiche abstrahlen würde. Der „Zauber“ ist bei der Intervention als etwas gänzlich Eigen-Atmosphärisches nicht signifikant realisierbar.

Exkurs: Erlebnisgastronomie am See

Ohne eine leistungsfähige Gastronomie können sich auch die übrigen Bausteine am Blauen See nur unterdurchschnittlich entwickeln. Es bedarf als Initialzündung einer frühen Investition in die gastronomische Qualität am Blauen See. Anzustreben ist die Entwicklung einer erlebnisorientierten Gastronomie mit regionaler und naturnaher, die Kulisse nutzender Ausrichtung.

Entscheidend für die Entwicklung der Gastronomie ist die Anpassung an unterschiedliche Zielgruppen im Tagesablauf und im Wochenverlauf. So sind tagsüber eher unkomplizierte, schnelle Gerichte und ein getränkeorientiertes Konzept gefragt, nachmittags ein attraktives Café-Angebot und abends ein flexibles Konzept, das sowohl Speisen wie auch Drinks offeriert. Am Wochenende kann der Charakter einer Ausflugsgastronomie abgerufen werden, ergänzt um Events und Aktionen. Denkbar wäre z. B. ein Biergarten mit witterungsunabhängigem Abendangebot, Aktionsflächen und saisonal wie dem Tagesablauf angepasster Küche.

Dazu gehört eine konzeptionelle Verknüpfung mit naturräumlichen Gegebenheiten und ggf. anderen Angeboten auf dem Gesamtgelände (z. B. Integration von Veranstaltungsräumen als Ergänzung zum virtuellen Umweltbildungszentrum). Eine naturnahe Thematisierung der Gastronomie ist anzustreben. Eine Strukturierung der Saison durch begleitende Events und Märkte, z. B. Bauernmarkt, Streetfood-Events usw. kann die Wirtschaftlichkeit und Attraktivität noch einmal deutlich steigern.

Für die Umsetzung bedarf es eines neuen Gastraums, einer Attraktivierung der Terrasse sowie evtl. der Ergänzung um gruppentaugliche, multifunktionale Veranstaltungsräume, z. B. für Feierlichkeiten oder auch als Ergänzung zum virtuellen Umweltbildungszentrum.

Voraussetzung für den Erfolg ist v. a. die Professionalität des Betreibers, der im Idealfall seine Expertise durch verschiedene gelungene Konzepte nachweisen kann.

Exkurs: Baumwipfelpfad (mit Bewegungsangeboten)

Die Wettbewerbsanalyse sowie die Bewertung der Nutzungsideen haben bereits gezeigt, dass ein Baumwipfelpfad von den bisher angedachten Nutzungsoptionen nachfrageseitig neben der Gastronomie die besten Voraussetzungen und Entwicklungspotenziale mitbringt. Denkbare Projektentwicklungen schließen die Erweiterung des klassischen Wipfelpfades um Bewegungsangebote ein. Ziel ist es, eine breitere Zielgruppenansprache zu erreichen. Dazu werden der klassische Wipfelpfad bzw. eine ähnliche Anlage mit Bewegungsstationen und Elementen eines Kletterparks kombiniert. Motorische, sportliche und naturpädagogische Elemente verbinden sich zu einem Gesamterlebnis, das zudem durch eine eigene Gastronomie ergänzt werden kann.



Abbildung 22: Beispiel für einen Baumwipfelpfad (Quelle: Pixabay/Public Domain)

Transformation

Die Transformation geht von einem alles umfassenden Generalentwickler aus, der neben den Ankerprojekten und den direkten Investitionen in deren Umfeld auch die gesamte Infrastruktur übernimmt, was deutlich mehr sein kann, als in den Investitionen der Modifikation bzw. Intervention beschrieben.

Die Transformation bietet die Chance, die öffentliche Hand dauerhaft von Kosten und Verantwortlichkeiten für den Blauen See zu entlasten; da es aber erklärtes Ziel der Stadt Ratingen ebenso wie des Kreises Mettmann ist, die Fläche auch langfristig nachhaltig öffentlich zu nutzen, ist darauf zu achten, dass bei Aufstellung von Erschließungs- und anderen Nutzungsverträgen die öffentliche Zugänglichkeit erhalten bleibt.

Für die Transformation können anders als bei den Szenarien Modifikation und Intervention keine planräumlich konkreten Investitionen genannt werden, die über die der Modifikation und Intervention hinausgehen, da diese ausschließlich vom auftretenden Investor abhängig sind. Es verbleibt die Darstellung der Umfänglichkeit dieses Szenarios:

- Zentral betriebene Freizeitanlage
- Integrierte Hauptinvestition
- Bauliches Umweltbildungszentrum (als eigenes Gebäude)
- ggf. erweiterte Schutzmaßnahmen gegen Störungen durch Verkehr
- Optionale Integration Märchenzoo und Bootsverleih

Die Transformation erreicht alle thematischen Ziele als Marketing-Potenziale der „Vielfalt“, der „Natur“ und des „Zaubers“ als etwas gänzlich Eigen-Atmosphärisches vollumfänglich. Im Anhang (S. 79) ist eine Abbildung zu finden, die die erforderlichen Basisinvestitionen des Szenarios Transformation und dessen Marketing-Potenziale räumlich darstellt.

Wirtschaftlichkeit

Ziel der Wirtschaftlichkeitsbetrachtung ist es, einzelne zentrale Betreiberbausteine aus wirtschaftlicher Sicht zu diskutieren und zu bewerten. Dazu mussten auf Basis der Konzepte eigene Kennziffern abgeleitet und grundlegende Annahmen getroffen werden, z. B. für die Prüfung der Wirtschaftlichkeit des Hotels. Statt eines einzelnen, zentralen Angebotsbausteins waren höchst unterschiedliche Anlagentypen zu betrachten: das Hotel, die Gastronomie, ein zentral betriebener Freizeitpark. Dem entsprechend wurden die Wirtschaftlichkeitsberechnungen branchenspezifisch angepasst und hier zusammenfassend dargestellt.

Hotel

Um überhaupt zu einer tragfähigen Bewertung der Wirtschaftlichkeit eines Hotels zu kommen, war vorab in einem Ausschlussverfahren anhand ausgewählter Standortfaktoren der geeignete Betriebstyp zu ermitteln.

Dabei wurden die allgemeinen, für alle Hoteltypen gültigen Standortfaktoren wie folgt bewertet:

- **Positiv** bewertet wurden: Makrostandort/Lage, das Messeumfeld sowie die Tagungsnachfrage, die Wirtschaftsstruktur, die Nachfrage inklusive erreichbarer Auslastung und das Zielgruppenspektrum, die Verbundeffekte durch Nähe zur Konkurrenz)
- **Indifferent** bewertet wurden: der Wettbewerb vor Ort, der Mikrostandort, der Vor- und Nachteile gleichermaßen aufweist (z. B. durch Image und Nachbarbebauung)
- **Negativ** bewertet wurde: das Grundstück in seiner Ausnutzung, Form und Erschließung (z. B. der Bau einer Tiefgarage)

Im folgenden Ausschlussverfahren wurden vier mögliche Hoteltypen einer näheren Betrachtung unterzogen und einzeln im Hinblick auf die Standortfaktoren, aber auch spezielle Ansprüche bewertet. Das waren:

- **Luxushotel:** Die zwar exponierte, aber nicht herausragend attraktive Lage reicht nicht aus. Der Standort ist kein 1a-Standort und weist für ein Luxushotel nicht das passende Image auf.
- **Business (Geschäftsreisen, Tagung, Messen, ...):** Die Nähe zu Unternehmen, Messe, Flughafen ist zwar gegeben, aber der Standort ist kein sichtbarer, optimal erreichbarer Mikrostandort, z. B. unmittelbar an einer Hauptverkehrsstraße. Das Image passt ebenfalls nicht. Es gibt bessere Konkurrenzstandorte im regionalen Umfeld.
- **Budget-Hotel:** Auch hier ist die Nähe zu Unternehmen, Messe, Flughafen gegeben, aber auch hier mangelt es an der Sichtbarkeit und der optimalen Erreichbarkeit. Es gibt auch hier bessere Konkurrenzstandorte im regionalen Umfeld.

- **Boutique-Hotel:** Das individuelle Umfeld, die besondere landschaftliche Einbindung, die Museumsnähe und auch besondere Geschichte des Standorts passen gut zu einem so genannten Boutique-Hotel, das sehr individuell, meist kettenunabhängig und auch thematisiert im Markt agiert.

Das Boutique-Hotel erwies sich demnach als denkbarer Betriebstyp am Standort Blauer See. Folgende marktübliche Prämissen wurden einem potenziellen Betrieb zugrunde gelegt:

- Individuell geführtes, persönliches Haus
- Eine spezielle Thematisierung/Design wird angestrebt
- eine Maximierung der Bettenzahl, mindestens 100, ist wirtschaftlich notwendig
- das Hotel nutzt das attraktive Umfeld, die Reliefierung und Nähe zum Wasser mit besonderer Atmosphäre und Thema
- dazu gehört eine ebenso spezialisierte, gute (nicht unbedingt teure) Gastronomie
- Zielgruppen sind: Businessgäste, Tagungsveranstalter (mit Interesse an spez. Location), Familien, Kurzreisende (Wochenende), Städtetouristen Rhein/Ruhr
- Invest geschätzt: 12.000.000 € (100.000 pro Zimmer + Aufschläge) – ohne Grundstückskosten
- Durchschnittliche Zimmerrate: 80,- €
- Auslastung realistisch: 55 %
- Sitzplätze Restaurant: 100
- Umsatz pro Platz realistisch: 4.000,- € p.a.
- Nutzungsdauer in Jahren: 40
- Zinsen: 4 %
- Ungeklärt: Grundstücks- oder Pachtkosten

Die Wirtschaftlichkeit wurde in einem realistischen, einem pessimistischen und einem optimistischen Szenario betrachtet, mit folgenden Ergebnissen:

Hotel			pessimistisch (Auslastung 50 %)		wahrscheinlich (Auslastung 55 %)		optimistisch (Auslastung 60 %)	
Umsatzerlöse	€	%	€	%	€	%	€	%
Beherbergung	80		1.460.000	72,1%	1.606.000	69,6%	1.752.000	69,2%
Gastronomie			300.000	14,8%	400.000	17,3%	450.000	17,8%
andere Profit-Center			264.000	13,0%	300.900	13,0%	330.300	13,0%
Summe Erlöse			2.024.000	100,0%	2.306.900	100,0%	2.532.300	100,0%
Betriebskosten	40,0%		809.600	40,0%	922.760	40,0%	1.012.920	40,0%
Rohgewinn I			1.214.400	60,0%	1.384.140	60,0%	1.519.380	60,0%
GF-Gehalt				0,0%		0,0%		0,0%
Personal Verwaltung	10,0%		202.400	10,0%	230.690	10,0%	253.230	10,0%
Rohgewinn II			1.012.000	50,0%	1.153.450	50,0%	1.266.150	50,0%
Energiekosten	5,0%		101.200	5,0%	115.345	5,0%	126.615	5,0%
Vertrieb/Marketing	8,0%		161.920	8,0%	184.552	8,0%	202.584	8,0%
Andere Betr. Aufwendung	3,0%		60.720	3,0%	69.207	3,0%	75.969	3,0%
Vorläufiges Betriebsergebnis I (vor Miete/ Pacht, Instandhaltung, AfA und Zinsen)			688.160	34,0%	784.346	34,0%	860.982	34,0%
Pacht und Miete (Raumkosten)	0,0%		0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
Instandhaltung	3,0%		60.720	3,0%	69.207	3,0%	75.969	3,0%
Abschreibung			300.000	14,8%	300.000	13,0%	300.000	11,8%
Zinsen auf Investitionen			480.000	23,7%	480.000	20,8%	480.000	19,0%
Vorläufiges Betriebsergebnis vor Steuern			-152.560	-7,5%	-64.861	-2,8%	5.013	0,2%
Cash flow			147.440		235.139		305.013	

Tabelle 8: Wirtschaftlichkeitsberechnung für die Nutzung „Hotel“⁷

Demnach kann zwar in allen Szenarien ein positiver Cash Flow bei negativem vorläufigem Betriebsergebnis (Ausnahme: optimistisches Szenario) erzielt werden, allerdings sind in der Berechnung noch keine Grundstücks- oder Pachtkosten für die Fläche eingeflossen, die nach derzeitigem Stand nicht eingeschätzt werden können. Ob vor diesem Hintergrund tatsächlich ein Investor für den Standort gewonnen werden kann, ist von den aktuellen Konjunktur- und Branchentrends, aktuellen Investitionsalternativen für potenzielle Investoren sowie der Konkurrenzsituation im Umfeld abhängig. Diese können nur in Detailuntersuchungen ermittelt werden. Das Hotel als Nutzungsoption sollte aus wirtschaftlicher Sicht keine Entwicklungspriorität erhalten.

⁷ Hinweise: AfA = Absetzung für Abnutzung (Abschreibungen), Cash Flow = Messgröße für den Nettozufluss liquider Mittel während des angegebenen Zeitraums (z. B. ohne AfA, dient damit zur Beurteilung der Liquiditätssituation)

Gastronomie

Eine funktionierende, wettbewerbsfähige Gastronomie ist unabdingbarer Bestandteil des Gesamtkonzeptes. Die Wirtschaftlichkeitsberechnung fußt dabei auf folgenden Prämissen:

- Vorausgesetzt wird die Entwicklung eines erlebnisorientierten Gastronomieangebots mit regionaler und naturnaher Ausrichtung, z. B. ein Biergarten mit witterungsunabhängigem Abendangebot, Aktionsflächen und saisonal wie dem Tagesablauf angepasster Küche
- Eine konzeptionelle Verknüpfung mit naturräumlichen Gegebenheiten und ggf. anderen Angeboten auf dem Gesamtgelände (z. B. Einbeziehen in thematisches Wegesystem bzw. virtuelles Umweltbildungszentrum)
- Regulärer Gastronomiebetrieb kann durch Märkte, Veranstaltungen usw. wesentlich attraktiviert/optimiert werden.
- Umsatz pro Sitzplatz/Jahr (Basis: gute Gastronomie, netto, realistisch): 4.000 €
- Sitzplätze: 100
- Betreiberinvest: 2.000,- €/Sitzplatz
- Pachtzins: 7 %
- Nutzungsdauer in Jahren: 20
- Zinsen Invest: 4 %
- Voraussetzung: Investor in Immobilie

Unter den aktuellen Marktbedingungen wird es als realistisch angesehen, dass ein Investor für die Immobilie gefunden werden kann. Die Betreiberwirtschaftlichkeit wurde auch hier in einem realistischen, einem pessimistischen und einem optimistischen Szenario betrachtet, mit folgenden Ergebnissen (s. Tabelle 9), nach denen in allen Szenarien ein positiver Cash Flow bei positivem vorläufigem Betriebsergebnis erzielt werden kann.

Die Gastronomie hat eine hohe Entwicklungspriorität:

Gastronomie			pessimistisch (Auslastung 50 %)		wahrscheinlich (Auslastung 55 %)		optimistisch (Auslastung 60 %)	
Umsatzerlöse	€	%	€	%	€	%	€	%
Beherbergung	80		0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
Gastronomie			350.000	80,0%	400.000	80,0%	450.000	80,0%
andere Profit-Center			87.500	20,0%	100.000	20,0%	112.500	20,0%
Summe Erlöse			437.500	100,0%	500.000	100,0%	562.500	100,0%
Warenkosten	27,5%		120.313	27,5%	137.500	27,5%	154.688	27,5%
Rohgewinn I			317.188	72,5%	362.500	72,5%	407.813	72,5%
Personal	35,0%		153.125	35,0%	175.000	35,0%	196.875	35,0%
Rohgewinn II			164.063	37,5%	187.500	37,5%	210.938	37,5%
Energiekosten	4,0%		17.500	4,0%	20.000	4,0%	22.500	4,0%
Vertrieb/Marketing	3,0%		13.125	3,0%	15.000	3,0%	16.875	3,0%
Andere Betr. Aufwendung	7,5%		32.813	7,5%	37.500	7,5%	42.188	7,5%
Vorläufiges Betriebsergebnis I (vor Miete/ Pacht, Instandhaltung, AfA und Zinsen)			688.160	100,625	23,0%	115.000	23,0%	129.375
Pacht und Miete (Raumkosten)	7,0%		30.625	7,0%	35.000	7,0%	39.375	7,0%
Instandhaltung	2,5%		10.938	2,5%	12.500	2,5%	14.063	2,5%
Abschreibung			10.000	2,3%	10.000	2,0%	10.000	1,8%
Zinsen auf Investitionen			8.000	1,8%	8.000	1,6%	8.000	1,4%
Vorläufiges Betriebsergebnis vor Steuern			41.063	9,4%	49.500	9,9%	57.938	10,3%
Cash flow			51.063		59.500		67.938	

Tabelle 9: Wirtschaftlichkeitsberechnung für die Nutzung „Gastronomie“⁸

Zentral betriebener Freizeitpark

In diesem Szenario soll die Wirtschaftlichkeit eines zentral betriebenen Freizeitparks als Ideal der Attraktionsentwicklung „aus einem Guss“ betrachtet werden, um dessen Marktchancen und die Gewinnung eines potenziellen Investors/Betreibers bewerten zu können.

Vorausgesetzt wurden folgende Prämissen:

- Neue Investoren/Betreiber schaffen einen zeitgemäßen, kleinen bis mittelgroßen Freizeitpark – ggf. ohne zentralen Eintritt, aber aus einem „thematischen und betrieblichen Guss“ (Vorbild Karls Hof).

⁸ Hinweise: AfA = Absetzung für Abnutzung (Abschreibungen), Cash Flow = Messgröße für den Nettozufluss liquider Mittel während des angegebenen Zeitraums (z. B. ohne AfA, dient damit zur Beurteilung der Liquiditätssituation)

- Bausteine: Attraktionen, Streichelzoo, Gastronomie, Markthalle, Manufakturen
- Integriert werden: Boote, Märchenzoo, andere Interventionsmodule (v. a. die Gastronomie)
- Erhalten bleibt: Naturbühne
- Erzielbarer Pro-Kopf-Umsatz: 13,- € (Gastronomie, Einzelnutzung von Angeboten, Merchandising)
- Invest: 4,125 Mio. €, davon 3.000.000 € Baukosten in Immobilien
- Besucher 3. Betriebsjahr realistisch: 60.000

Auch hier ist zu beachten, dass derzeit keine Grundstücks- oder Pachtkosten für die Fläche eingeschätzt werden können. Abweichend wurde hier branchenüblich die Wirtschaftlichkeit in einem typischen (3.) Betriebsjahr bewertet, da i. d. R. in den ersten Jahren untypisch hohe, danach bis zur Re-Attraktivierung langsam sinkende Besucherzahlen zu verzeichnen sind:

Freizeitpark			3. Betriebsjahr (60.000 Besucher pro Jahr)	
Umsatzerlöse	€/Bes.	%	€	%
Eintritt	10		600.000	67,2%
Merchandising/Shop	3,5		210.000	23,5%
Vermietung			0	0,0%
Eigenveranstaltungen			83.250	9,3%
Summe Erlöse			893.250	100,0%
Wareneinsatz Merchandising		40,0%	84.000	9,4%
Rohgewinn I			809.250	90,6%
Personalkosten gesamt			319.815	35,8%
Rohgewinn II			489.435	54,8%
Betriebskosten				
Wasser/Abwasser	0,10		6.000	0,7%
Marketing	0,5		30.000	3,4%
Instandhaltung Gebäude			40.000	4,5%
Instandhaltung Außenanlagen			20.000	2,2%
Reinigung (8€/qm p.a.) (2500qm)			20.000	2,2%
Strom (10€/qm/fix, 0,10€/Bes./var.) (2500qm)	0,1		31.000	3,5%
Heizung (20€/qm/fix, 0,05€/Bes./var.) (1300qm)	0,05		29.000	3,2%
Gebühren, Beiträge, Versicherungen		1,5%	13.399	1,5%
Verwaltung, Büro, Kommunikation		3,0%	26.798	3,0%
Ergebnis vor AfA, Zinsen und Steuern			273.239	30,6%
Abschreibungen			60.000	6,7%
Zinsen			120.000	13,4%
Betriebsergebnis vor Steuern und Tilgung			93.239	10,4%
Abschreibungen			60.000	6,7%
Cash flow			153.239	

Tabelle 10: Wirtschaftlichkeitsberechnung für einen Freizeitpark.⁹

Der Freizeitpark könnte unter den genannten Prämissen ein positives Ergebnis vor Steuern und Tilgung sowie einen positiven Cash Flow erzielen. Auch unter Berücksichtigung möglicher zusätzlicher Belastungen aus Grundstücks- oder Pachtkosten, kann ein derartiger Freizeitpark vorbehaltlich detaillierter Berechnungen vermutlich wirtschaftlich betrieben werden.

⁹ Hinweise: AfA = Absetzung für Abnutzung (Abschreibungen), Cash Flow = Messgröße für den Nettozufluss liquider Mittel während des angegebenen Zeitraums (z. B. ohne AfA, dient damit zur Beurteilung der Liquiditätssituation)

Wirkungsanalyse

Im Rahmen dieses Gutachtens konnte keine detaillierte Untersuchung der quantitativen regionalwirtschaftlichen Effekte vorgenommen werden. Dennoch zeigen Referenzanlagen und allgemeine Erkenntnisse aus dem Betrieb von Attraktionen, dass diese Anlagen nicht auf rein betriebswirtschaftliche Renditemaßstäbe zu reduzieren sind.

Unter **qualitativen** Gesichtspunkten wird der Blaue See und seine Attraktionen bei konsequenter Umsetzung einer Neukonzeption selbstverständlich sowohl nach innen wie nach außen positive Effekte zeigen.

Nach außen sind zu erwarten:

- Imagegewinn und Etablierung als Ausflugsziel
- Profilierung der Stadt und Region
- Kompetenz- und Qualitätssignal: Bei konsequenter Orientierung an der angestrebten Neupositionierung und einer professionellen Umsetzung werden diese auf Dauer mit Ratings verbunden.
- Zielgruppenverbreiterung: Mit dem Konzept können sowohl bestehende Zielgruppen wie Familien besser als auch neue Zielgruppen angesprochen werden.
- Mehr konkrete Reiseanlässe: Mit dem Blauen See fällt es künftig wesentlich leichter, immer wieder Reiseanlässe nach Ratings zu kommunizieren.
- Aufenthaltsqualität: Die Aufenthaltsqualität steigt insgesamt, was die Attraktivität der Gesamtstadt erhöht.

Nach innen sind zu erwarten:

- Vernetzung und Förderung der innerstädtischen und innerregionalen Kooperation: Die potenziellen neuen Investoren/Betreiber wie auch die bisherigen lernen im Idealfall anhand des konkreten Projektes besser zusammenzuarbeiten, v. a. im Marketing und in der Produktentwicklung
- Integration weiterer privater Leistungsträger: Professionelle Investoren/Betreiber finden im Rahmen des neuen Konzeptes bessere und sichere Beteiligungsmöglichkeiten.
- Investitionseffekt und Impuls für private Investoren: Die teilweise nötigen öffentlichen Investitionen, z. B. in neue Infrastruktur, sind eine Vorleistung. Private schließen sich dieser Vorleistung i. d. R. an und verbessern ebenfalls ihr Produkt.
- Förderung der Identität und des Selbstverständnisses der Stadt und ihrer Menschen: Der Blaue See hat jetzt schon eine Identität stiftende Wirkung. Seine Wandlung wirft auch ein neues Licht auf seine Geschichte und Tradition, ohne mit der Nostalgie zu brechen.
- Lebensqualität: Mit den Investitionen steigt auch die Lebensqualität für die lokale Bevölkerung.
- Außerschulischer Lernort: Der Blaue See entwickelt sich noch mehr zum Lernort, z. B. durch das „Virtuelle UBZ“ und wird durch das neue Konzept noch einmal deutlich aufgewertet.

Die **quantitativen** Effekte des Blauen Sees und Attraktionsbetriebes sind – wie bereits gesagt – ohne Festlegung auf ein konkretes Nutzungsszenario nicht detailliert zu ermitteln. Beispielhaft sollen die möglichen Effekte jedoch am Beispiel einer Besucherattraktion, z. B. dem Baumwipfelpfad bzw. dem Freizeitpark, aufgezeigt werden.

Beispielhafte Berechnung der Einnahmeeffekte und Arbeitsplatzäquivalente (Beispiel Besucherattraktion)

Die aus den Besuchern resultierenden zusätzlichen Einnahmen sind wesentlich von den Eintrittspreisen und den Tagesausgaben der Gäste abhängig. Hier muss von Annahmen ausgegangen werden. Der Richtwert für die Tagesausgaben wurde in Anlehnung an aktuelle Untersuchungen¹⁰ zugrunde gelegt. Folgende Werte flossen insgesamt in die Berechnungen ein:

- Tagesausgaben von Tagesausflüglern: 25,00 € (brutto)
- Anzahl der Besucher: 60.000 – 100.000 jährlich

Daraus ergibt sich

- ein Bruttoprimärumsatz in Höhe von 1.500.000 € bis 2.500.000 € sowie
- ein Nettoprimärumsatz (abzüglich MwSt.) in Höhe von 1.260.000 € bis 2.100.840 € jährlich auf der ersten Umsatzstufe.

Legt man eine Wertschöpfung von rund 35 % auf der ersten Umsatzstufe zugrunde, fließen bei **60.000 Besuchern** rund 819.000 € des Nettoumsatzes den „Zulieferern“ (Handel, Dienstleistungen, Handwerk usw.) auf der 2. Umsatzstufe zu. Legt man wiederum dort eine Wertschöpfung von 25% zugrunde, ergibt sich ein jährlicher Gesamtnettoumsatz von rund 2 Mio. € sowie eine Gesamtwertschöpfung von rund 645.000 € auf beiden Umsatzstufen.

Überschlägige regionalwirtschaftliche Effekte (Basis: 60.000 Besucher)			
1. Umsatzstufe	unmittelbarer Umsatz		1.260.000 €
	Netto-Umsatz gesamt		1.260.000 €
	Wertschöpfung 1. Umsatzstufe	35%	441.000 €
2. Umsatzstufe	Netto-Umsatz gesamt		819.000 €
	Wertschöpfung 2. Umsatzstufe	25%	204.750 €
Umsatz gesamt 1. und 2. Umsatzstufe			2.079.000 €
Wertschöpfung gesamt			645.750 €

Tabelle 11: Überschlägige regionalwirtschaftliche Effekte (Basis: 60.000 Besucher)

Bei **100.000 Besuchern** erhöht sich der Umsatz auf der 1. und 2. Umsatzstufe entsprechend auf 4.125.000 € und die Gesamtwertschöpfung auf rund 1.280.000 €.

¹⁰ dwif e.V.: Tagesreisen der Deutschen. München 2013.

Überschlägige regionalwirtschaftliche Effekte (Basis: 100.000 Besucher)			
1. Umsatzstufe	unmittelbarer Umsatz		2.500.000 €
	Netto-Umsatz gesamt		2.500.000 €
	Wertschöpfung 1. Umsatzstufe	35%	875.000 €
2. Umsatzstufe	Netto-Umsatz gesamt		1.625.000 €
	Wertschöpfung 2. Umsatzstufe	25%	406.250 €
Umsatz gesamt 1. und 2. Umsatzstufe			4.125.000 €
Wertschöpfung gesamt			1.281.250 €

Tabelle 12: Überschlägige regionalwirtschaftliche Effekte (Basis: 100.000 Besucher)

Die Wertschöpfung ist ein Maß für die durch das Projekt induzierten Arbeitsplätze. Bei einem durchschnittlichen Einkommensansatz von rund 26.000 € Jahreseinkommen pro Arbeitsplatzäquivalent sichert ein neues Invest in eine Besucherattraktion damit rund 25 Arbeitsplätze bzw. 49 Arbeitsplätze.

Gegengerechnet werden müssen die Umsätze und Arbeitsplätze, die durch möglicherweise wegfallende Angebotsbausteine ausfallen. Diese dürften jedoch deutlich unter den oben genannten Werten liegen, da die bisherigen Angebote kaum die typischen Umsätze von Tagesausflüglern generieren können, sondern eher der wohnumfeldnahen Naherholung zuzurechnen sind.

Diese Berechnungen sind als sehr konservativ und vorsichtig anzusehen, da darin keine zusätzlichen Übernachtungseffekte enthalten sind, die durch das Projekt bzw. eine Gesamtattraktivierung des touristischen Angebots entstehen.

Fazit

Fasst man diese Effekte zusammen, ist der Blaue See insgesamt als Instrument der Wirtschaftsförderung sowie der Bildungsförderung anzusehen – mit positiven Effekten für den Arbeitsmarkt, die Regionalwirtschaft, die Lebensqualität als auch die Identität der Bevölkerung in Stadt und Region/Kreis.

Basis- und ggf. ergänzende Investitionen Infrastruktur

Unabhängig vom letztlich zu favorisierenden Szenario ist am Blauen See ein erheblicher Investitionsstau bzgl. der vorhandenen Infrastruktur festzustellen. Auch das Szenario „Modifikation“ verlangt Basisinvestitionen in Höhe von überschlägig geschätzt ca. 1,6 Mio. € netto (ca. 1,8 Mio. € brutto).

Bei der „Intervention“ bzw. „Transformation“ sind entsprechend ergänzende Investitionen in die Infrastruktur in Höhe von ca. 0,8 Mio. € netto bzw. 1,0 Mio. € brutto zu tätigen.

Kostenschätzung Basisinvestition				
1	Basisinvestition (gilt für alle Szenarien)			
	Ertüchtigung vorhandenes Wegesystem	6.600 m ²	40,00 €	264.000,00 €
	Beleuchtung vorhandenes Wegesystem nur Weg zur Naturbühne, alle 40 Meter eine Leuchte mit insektenfreundlicher Leuchtmitteln, inkl. Verkabelung	25 Stk.	1.000,00 €	25.000,00 €
	Neuerschließung Naturbühne mit Wasser, Abwasser und Strom.	1 psch.	100.000,00 €	100.000,00 €
	Ertüchtigung der Stellplatzanlage vorderer / intensiver Bereich mit Befestigung, Entwässerung und Beleuchtung	3.800 m ²	100,00 €	380.000,00 €
	Ertüchtigung der Stellplatzanlage hinterer / extensiver Bereich	14.200 m ²	25,00 €	355.000,00 €
	Empfangsbereich Blauer See überarbeiten	2.600 m ²	150,00 €	390.000,00 €
	Virtuelles Umweltbildungszentrum	1 psch.	45.000,00 €	45.000,00 €
	Summe			1.559.000,00 €
2	Ergänzende Investitionen (gilt für Intervention und Modifikation)			
	Neuanlage Wegeverbindungen	4.400 m ²	60,00 €	264.000,00 €
	Neuanlage Spielplatz	1 psch.	250.000,00 €	250.000,00 €
	Erweiterte Herrichtung Empfangsbereich	2.600 m ²	50,00 €	130.000,00 €
	Bauliches Umweltbildungszentrum	1 psch.	50.000,00 €	50.000,00 €
	Schutzmaßnahmen gegen Störungen durch Verkehr	1 psch.	100.000,00 €	100.000,00 €
	Summe			794.000,00 €
Baukosten Summe netto				2.353.000,00 €
Mehrwertsteuer			19,0%	447.070,00 €
Gesamtsumme brutto				2.800.070,00 €

Tabelle 13: Kostenschätzung Basisinvestition

Grundlegende Betreiber-, Finanzierungs- und Partnermodelle

Die bestehenden Betreiberstrukturen haben wesentlich dazu beigetragen, dass der Blaue See sich nicht wettbewerbsfähig weiterentwickeln konnte. Kurze Vertragslaufzeiten mit dem Eigentümer, aber auch die Vielzahl an Ideen und Vorschlägen zur Neukonzeption des Blauen Sees haben zu einer Stagnation geführt. Den Betreibern fehlte Investitionssicherheit und ein langfristiger Planungshorizont.

Eine Neustrukturierung muss dieses zentrale Problem lösen. Das bedeutet, dass möglichst viele – im Idealfall alle (außer der Naturbühne) – Attraktionen von einem zentralen Betreiber gemanagt werden. Dieser neue Betreiber soll die gewünschte Entwicklung des Blauen Sees in Partnerschaft mit der Stadt und idealerweise auch dem Eigentümer maßgeblich vorantreiben. Dabei soll er Einfluss nehmen auf eine der markantesten und bekanntesten Attraktionen der Stadt und diese neu in Wert setzen.

Seine wesentlichen Aufgaben sind

- der Betrieb einer neuen Hauptattraktion (Ankerangebot) innerhalb des skizzierten thematischen Rahmens,
- der Betrieb komplementärer Angebots- und Erlebnisbausteine mit Mehrwert für das Gesamtangebot,
- der Betrieb einer attraktiven Gastronomie,
- die aktive Mitgestaltung des kooperativen Marketings für den gesamten Blauen See.

Da diese Maßnahmen überwiegend privatwirtschaftlicher Natur sind, besteht kein Anlass für öffentliche Investitionen in den Betrieb. Zudem erwarten Stadt und Kreis, dass der Betreiber auch ein kostenloses Freizeitangebot bereitstellt, das den wohnungsnahen Naherholern am Blauen See ohne Entgelt zur Verfügung steht. Hierdurch soll gewährleistet werden, dass auch sozial schlechter gestellte Bevölkerungsteile den Blauen See weiterhin als Kurzausflugsziel oder in der Abend- und Wochenendfreizeit nutzen können.

Dieses Modell setzt eine grundlegende Einigung mit dem Eigentümer der Fläche voraus. Dies gilt umso mehr vor dem Hintergrund der anstehenden Investitionen in potenzielle neue Ankerattraktionen. Hier müssen tragfähige Lösungen für den Verkauf oder die langfristige Pacht der geeigneten Flächen gefunden werden.

Wie bereits erläutert sollte die Naturbühne gesondert betrachtet werden, da sie noch stärker als die übrigen Angebote und Nutzungen als typische Betreiberimmobilie zu klassifizieren ist. Der Betreiber muss in der Lage sein, das Angebot sowohl betriebswirtschaftlich als auch künstlerisch zu führen. Es ist daher anzuraten, den Betrieb auch im Falle einer Transformation des übrigen Geländes und der Einrichtung eines Generalbetreibers separat weiterzuentwickeln, wenn Letzterer als ungeeignet für den Betrieb einer Bühne anzusehen ist.

Priorisierung der Entwicklungsszenarien

1. Priorität: Transformation

Aus Sicht der Stadt Ratingen wird eine Transformation angestrebt, bei der ein Investor/ Betreiber das Gelände entwickelt und betreibt. Mit Ausnahme der Naturbühne sollten alle bestehenden Angebote in einem mittelgroßen Freizeitpark aufgehen, der auch verschiedene kostenlose und kostenpflichtige Elemente anbietet.

2. Priorität: Intervention

Für den Fall, dass ein solcher Investor/Betreiber für das Gesamtgelände nicht gefunden wird, soll eine Kerninvestition angezogen werden, die den Blauen See aufwertet, aber auch Platz für andere (idealerweise kooperierende) Betreiber lässt.

3. Priorität: Modifikation

Die Modifikation – am besten durch Natur oder Zauber thematisiert – trägt dazu bei, Organisationsaufwand und Eingriffstiefe relativ gering zu halten, hält aber auch ein geringeres Potenzial für einen erfolgreichen Freizeitstandort bereit. Darum sind die anderen beiden Entwicklungsszenarien vorzuziehen.

Planungsrechtliche Bewertung und Umsetzungsfahrplan

Die Analyse der planungsrechtlichen Rahmenbedingungen bzw. Restriktionen und die vom Kreis Mettmann erstellte Raumwiderstandskarte zeigen, dass Intensivierung und Neuordnung der anthropogenen Nutzungen des Blauen Sees mit den Zielen der Raumordnung vereinbar sind. Die in den Szenarien dargestellten Maßnahmen bedürfen zwar planungs- und baurechtlicher Anpassungen (Bebauungsplan, Änderungen im Landschaftsplan), widersprechen aber grundsätzlich nicht dem Erhalt bzw. einer Verbesserung der biologischen Vielfalt und des Erlebniswerts der Landschaft; vielmehr sind der wesentliche Charakter der Landschaft bzw. die landschaftstypischen Merkmale und landschaftlichen Funktionszusammenhänge als die unabdingbare „Kulisse“ jeglicher hier genannter Investition möglicherweise mithilfe eines neuen Investors deutlich effektiver zu schützen und ggf. wiederherzustellen, als dies derzeit der Fall ist.

Dies betrifft im Wesentlichen:

- Natur- und Landschaftsschutz, Schutz der Naturdenkmale
- Artenschutz
- Trinkwasserschutz (Bodenschutz, Baugrund, Entwässerungsanforderungen etc.)
- Vermeidung zusätzlicher Versiegelung zugunsten einer neutralen bis positiven Entsiegelungsbilanz
- Immissionsschutz Natur (z. B. Schutz sensibler Bereiche)
- Immissionsschutz Anlieger (z. B. Lärmschutz)

Die nächsten Maßnahmen

Im Folgenden werden die zentralen Umsetzungsmaßnahmen aufgezeigt, die zur weiteren Projektentwicklung notwendig sind.

Schritt 1 – Aufstellungsbeschluss B-Plan

Zunächst sollte zeitnah der Aufstellungsbeschluss für einen Bebauungsplan gefasst werden, damit im Falle einer erfolgreichen Investorensuche zügig die planungsrechtlichen Voraussetzungen geschaffen werden können. Dieser beinhaltet Aussagen zu baulichen Nutzungen, deren Baugrenzen so gefasst sein müssen, dass die mit diesem Gutachten entwickelten Szenarien und Maßnahmen realisiert werden können. Zugleich sind im Sinne einer mindestens neutralen Eingriffs-Ausgleichs-Bilanz Entsiegelungsbereiche festzulegen.

Schritt 2 – Umweltprüfung

Gem. § 2 Abs. 4 Baugesetzbuch (BauGB) muss bei Aufstellung eines B-Plans eine Umweltprüfung durchgeführt werden, in der die voraussichtlichen erheblichen Umweltauswirkungen dieser Planung ermittelt werden sowie in einem Umweltbericht beschrieben und bewertet werden. Abgefragt werden in dem Bericht die Schutzgüter Mensch, Tiere und Pflanzen, Boden, Wasser, Klima, Luft, Landschaft, Kultur und sonstige Sachgüter sowie die zwischen den Schutzgütern bestehenden Wechselwirkungen

Schritt 3 – Änderung Landschaftsplan, Änderung FNP

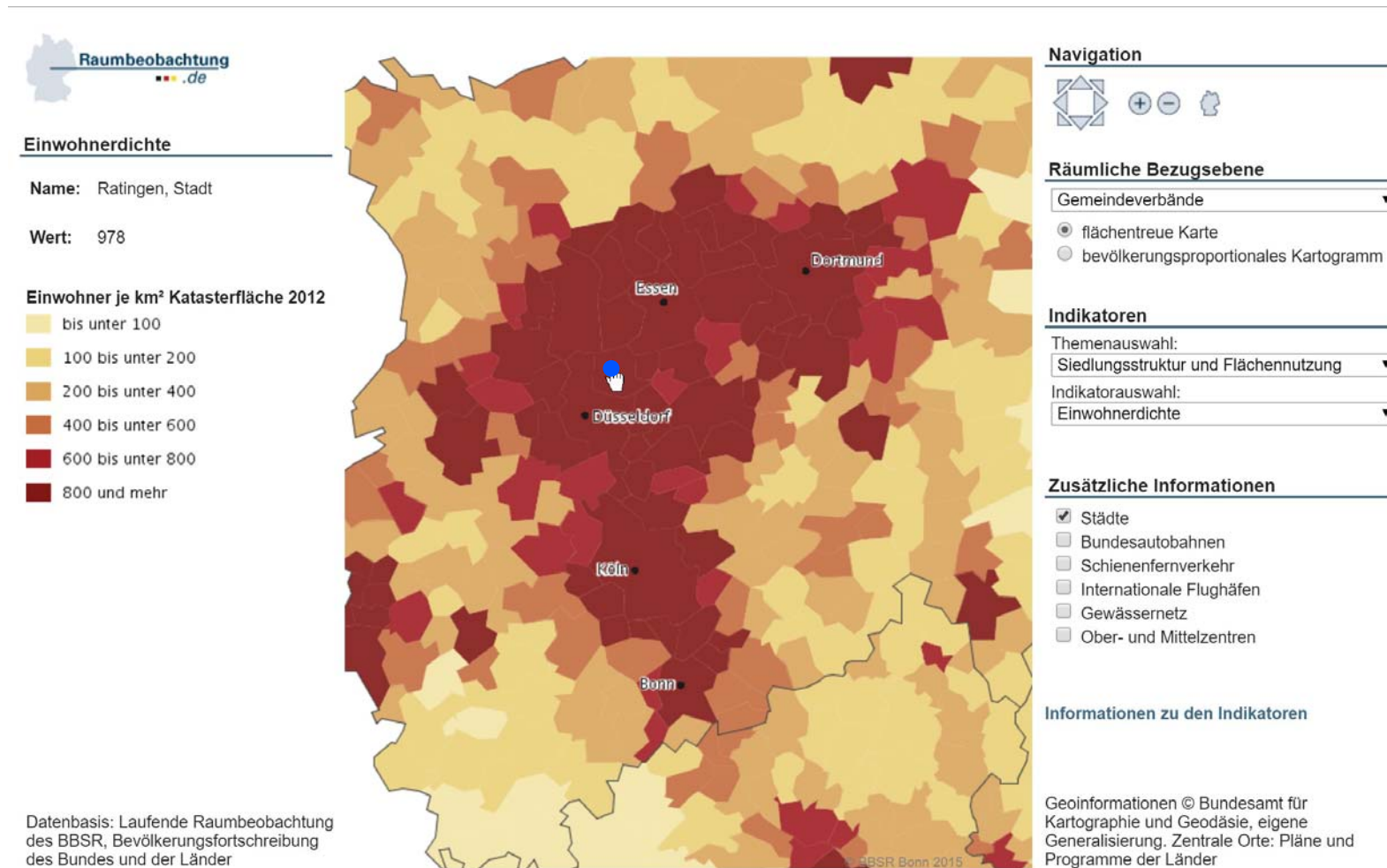
Parallel zum B-Plan-Verfahren und aufbauend auf den Umweltbericht sind eine Änderung des Landschaftsplans und die Änderung des Flächennutzungsplans planerisch umzusetzen und zu beantragen.

Anhang

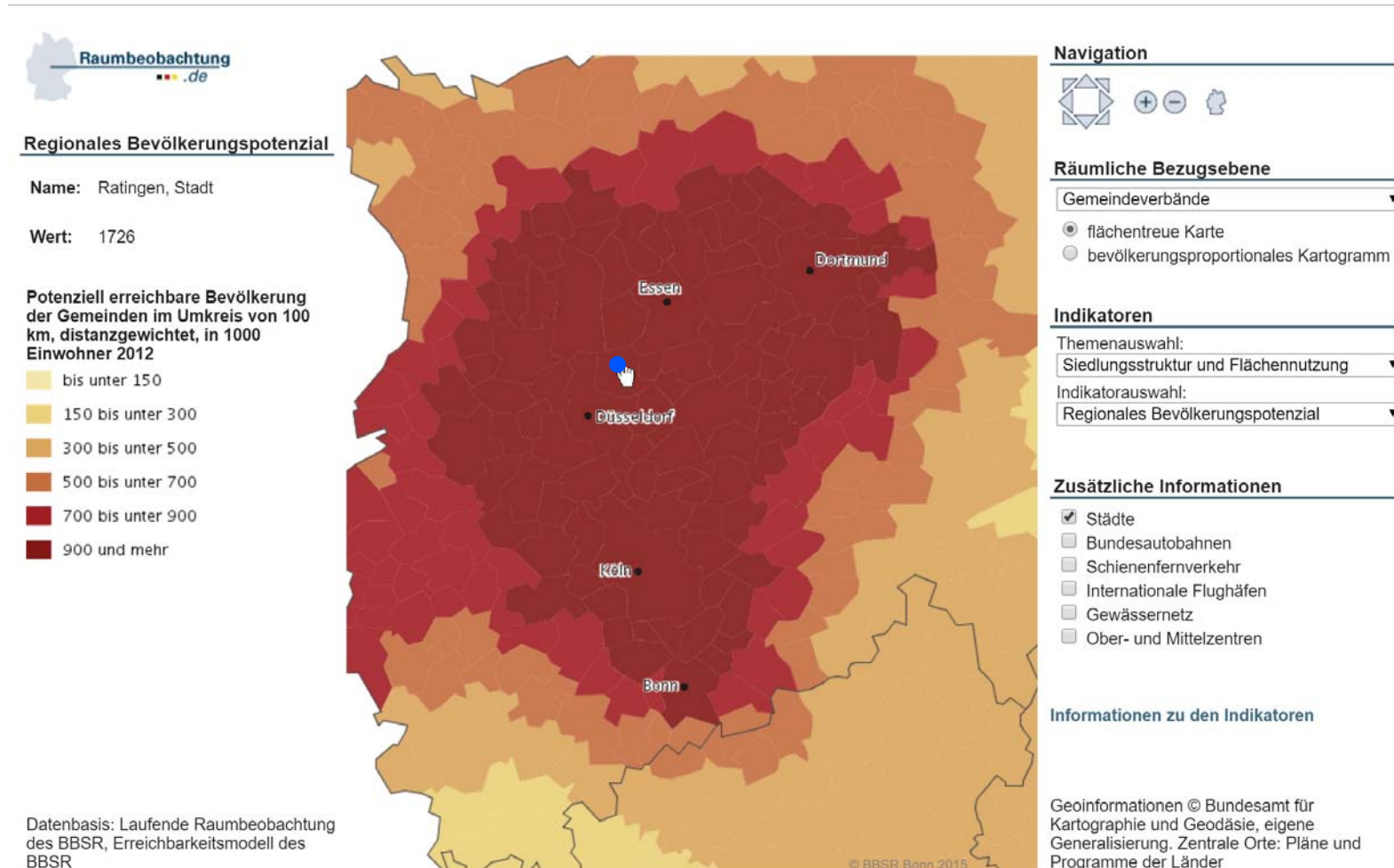
- Details der Standortanalyse
- Nutzwert- und Potenzialanalyse
- Bewertung bestehender Angebote
- Szenario Modifikation
- Szenario Intervention
- Szenario Transformation

Details der Standortanalyse

Einwohnerdichte im regionalen Umfeld:



Regionales Bevölkerungspotenzial:



Nutzwert- und Potenzialanalyse – Detailergebnisse

BESTAND IST			Attraktivität								Sozialver- träglichkeit			Infrastrukturelle Situation				Wirtschaftlichkeit und Management						
Angebot	Realisierungszustand	Kategorie	Umsatzattraktivität	Imageattraktivität	Bedarfs- gerechtigkeit	Erlebnis- orientierung	Themenbezug Zauber / Märchen	Themenbezug Natur	Preis-Leistung	Gestaltqualität	Arbeitsplatzpotenzial	kostengünstiges Freizeitangebot	soziales Unternehmertum	Verkehrliche Infrastruktur	Bauzustand	Erschließungs- infrastruktur	Binnenerreichbarkeit	Eigen- wirtschaftlichkeit	Beitrag zur Gesamt- wirtschaftlichkeit	regional- wirtschaftliche Effekte	Betreiber- professionalität	Handlungsfähigkeit	Bewertung (Summe – ungewichtet)	Bewertung (Durchschnitt)
Naturraum Blauer See und Wald	Infra- struktur	Natürliches Angebot	0	4	3	0	1	4	4	3	0	4	0	2	2	1	3	0	4	1	0	0	36	2,67
Wegesystem	Infra- struktur	Aktivangebot	0	2	2	1	0	4	4	3	0	4	0	2	2	1	3	0	4	1	0	0	33	2,54
Naturbühne	Bestand	Veranstaltung sinfrastruktur	4	4	3	3	3	3	3	2	3	2	0	1	2	1	1	3	4	3	4	3	52	2,74
Bootsverleih	Bestand	Freizeit- angebot	2	2	2	2	1	4	3	2	1	2	0	1	2	3	2	2	2	2	2	2	39	2,05
Märchenzoo	Bestand	Besucher- attraktion	2	4	1	1	4	2	3	1	1	4	0	2	1	2	3	1	3	1	1	1	38	2,00
Minigolf/ BumperBoats	Bestand	Freizeitangeb ot	2	1	2	2	1	1	3	1	1	3	0	2	2	3	4	2	1	1	2	2	36	1,89
Baumeistercamp	Bestand	Freizeit- angebot	2	1	2	2	1	1	3	1	1	1	0	2	2	2	4	2	2	1	2	2	34	1,79
Ratinger Waldcafé	Bestand	Gastronomie	2	1	2	1	1	1	2	1	2	2	0	2	1	3	4	1	1	2	2	2	33	1,74
Erlebniswelt (Scooter, Trampolin, Hüpfburg)	Bestand	Freizeit- angebot	2	1	2	1	1	1	3	1	1	3	0	2	2	3	4	1	1	1	1	1	32	1,68
Minieisenbahn	Bestand	Freizeit- angebot	1	1	1	1	1	1	3	1	0	2	0	2	2	3	4	1	1	1	1	1	28	1,56
Keules Imbiss	Bestand	Gastronomie	1	1	1	1	1	1	2	1	1	3	0	2	1	3	4	2	1	1	1	1	29	1,53

BESTAND POTENZIAL								
Angebot	Realisierungszustand	Kategorie	Attraktivierung	Sozialverträglichkeit	Infrastrukturelle Situation	Wirtschaftlichkeit und Management	Bewertung (Summe – ungewichtet)	Bewertung (Durchschnitt)
Naturraum Blauer See und Wald	Infrastruktur	Natürliches Angebot	3	2	3	0	8	2,67
Wegesystem	Infrastruktur	Aktivangebot	3	2	3	0	8	2,67
Naturbühne	Bestand	Veranstaltungsinfrastruktur	3	2	2	3	10	2,50
Bootsverleih	Bestand	Freizeitangebot	1	1	1	2	5	1,25
Märchenzoo	Bestand	Besucherattraktion	2	1	2	2	7	1,75
Minigolf/BumperBoats	Bestand	Freizeitangebot	1	1	1	1	4	1,00
Baumeistercamp	Bestand	Freizeitangebot	1	1	1	1	4	1,00
Ratinger Waldcafé	Bestand	Gastronomie	3	1	2	3	9	2,25
Erlebniswelt (Scooter, Trampolin, Hüpfburg)	Bestand	Freizeitangebot	1	1	1	1	4	1,00
Minieisenbahn	Bestand	Freizeitangebot	1	1	1	1	4	1,00
Keules Imbiss	Bestand	Gastronomie	1	1	1	1	4	1,00

IDEE/PLAN POTENZIAL								
Angebot	Realisierungszustand	Kategorie	Attraktivierung	Sozial-verträglichkeit	Infrastrukturelle Situation	Wirtschaftlichkeit und Management	Bewertung (Summe – ungewichtet)	Bewertung (Durchschnitt)
Baumwipfelpfad	Idee/Plan	Besucherattraktion	4	4	3	4	15	3,75
inMotion Park, Erlebnis durch Bewegung	Idee/Plan	Besucherattraktion	4	4	3	4	15	3,75
Multifunktionale Gastronomie	Idee/Plan	Gastronomie	4	2	3	3	12	3,00
Märkte, z. B. Bauernmarkt, Naturkunsthandwerk u.Ä.	Idee/Plan	Events	4	1	3	3	11	2,75
Umweltbildungszentrum (UBZ)	Idee/Plan	Besucherattraktion	4	2	3	1	10	2,50
"Virtuelles UBZ"	Idee/Plan	Besucherattraktion / Aktivangebot	3	3	2	2	10	2,50
Klippenweg	Idee/Plan	Besucherattraktion / Aktivangebot	3	3	2	2	10	2,50
Barrierefreier Rundwanderweg	Idee/Plan	Aktivangebot	2	3	4	1	10	2,50
Kletterwald	Idee/Plan	Aktivangebot	3	2	2	3	10	2,50
Hotel	Idee/Plan	Beherbergung	2	3	2	3	10	2,50
Geologischer Lehrpfad	Idee/Plan	Besucherattraktion / Aktivangebot	3	2	2	1	8	2,00
"Natur-Sinnespfad"	Idee/Plan	Besucherattraktion / Aktivangebot	3	2	2	1	8	2,00
Baumhaushotel	Idee/Plan	Beherbergung	3	2	1	2	8	2,00
Zeltwiese und Grillplätze	Idee/Plan	Beherbergung	2	1	3	2	8	2,00
Naturnahe Übernachtungsmöglichkeiten	Idee/Plan	Beherbergung	2	1	2	2	7	1,75
Wohnmobilstellplatz	Idee/Plan	Beherbergung	2	1	2	2	7	1,75
Imkereibetrieb	Idee/Plan	Naturnahes Gewerbe	2	1	2	2	7	1,75
Midi-Golf	Idee/Plan	Freizeitangebot	2	1	2	2	7	1,75

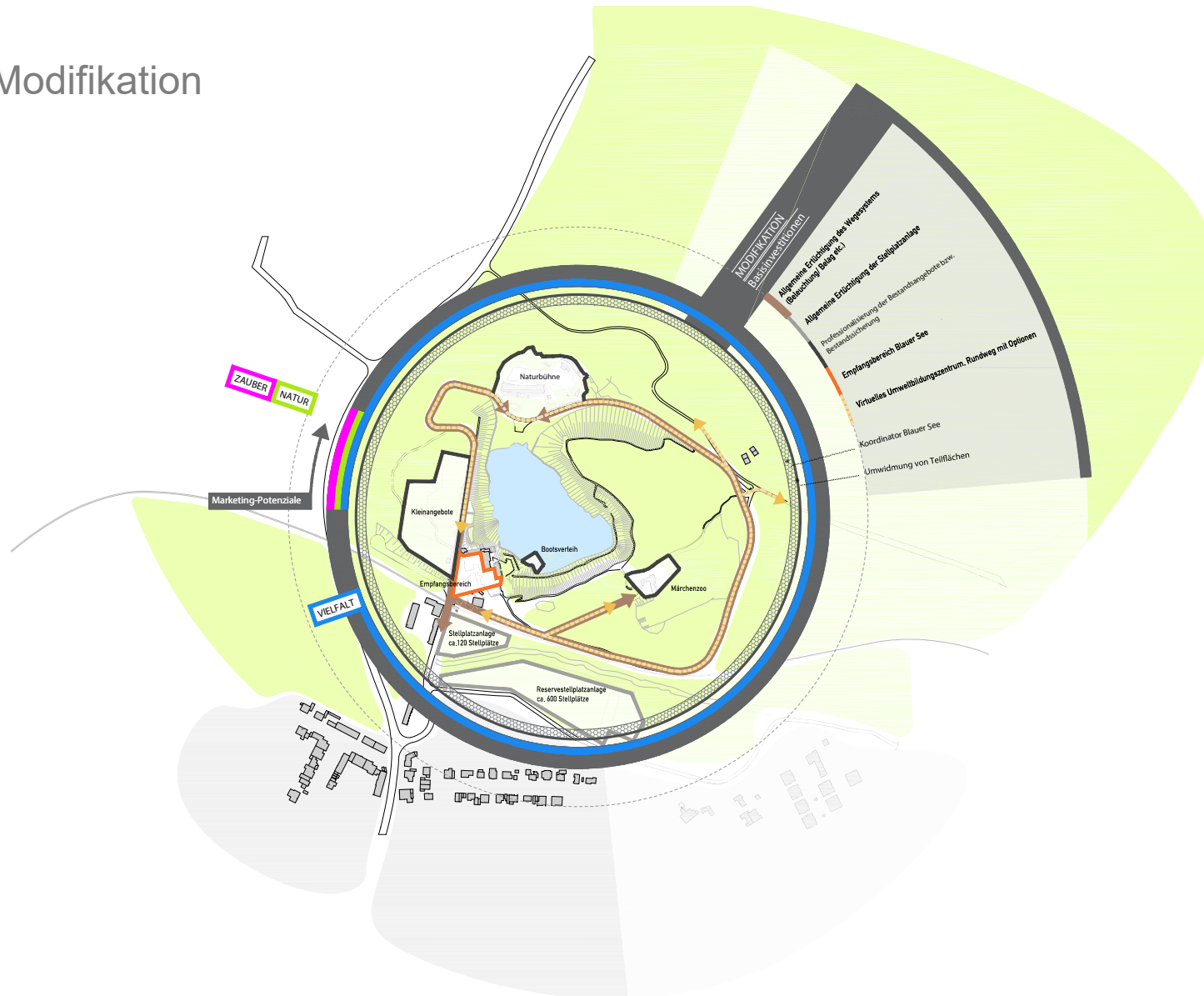
Bewertung bestehender Angebote

Naturraum Blauer See, Wegesystem 	• Das wichtigste Potenzial, exponierte Lage als Naherholungsgebiet • Positives Gesamtimage mit emotionaler Komponente (Erinnerungen) • Besondere Entstehungsgeschichte und pittoreskes Landschaftsbild weckt besondere Assoziationen • Entwicklungsmöglichkeiten als intensiv wahrnehmbarer Naturerlebnisraum mit Geschichte und Tiefe
Naturbühne 	• Das einzige Angebot mit Alleinstellungsmerkmalen, Image- und Umsatzattraktivität • Gutes, professionelles Management mit Investitionsbereitschaft, eingeschränkt durch Unsicherheiten (Vertragslaufzeiten, Rahmenbedingungen) • Infrastruktureller Erneuerungsbedarf, besonders Sanitäreinrichtungen • Starkes Entwicklungspotenzial und unbedingt erhaltenswert • Großer Handlungsbedarf
Märchenzoo 	• Vor allem Imageattraktivität und „nostalgischer“ Wert, vmtl. aber auch nur begrenzt • Hat auch soziale Funktionen – günstig, Erinnerungen, Identität • Management kaum handlungsfähig, kein Eigenkapital • Eigenwirtschaftlichkeit gerade noch gegeben • Infrastruktureller Erneuerungsbedarf • Entwicklungspotenzial etwas eingeschränkt, da Nostalgiefaktor erhalten werden sollte • Handlungsbedarf

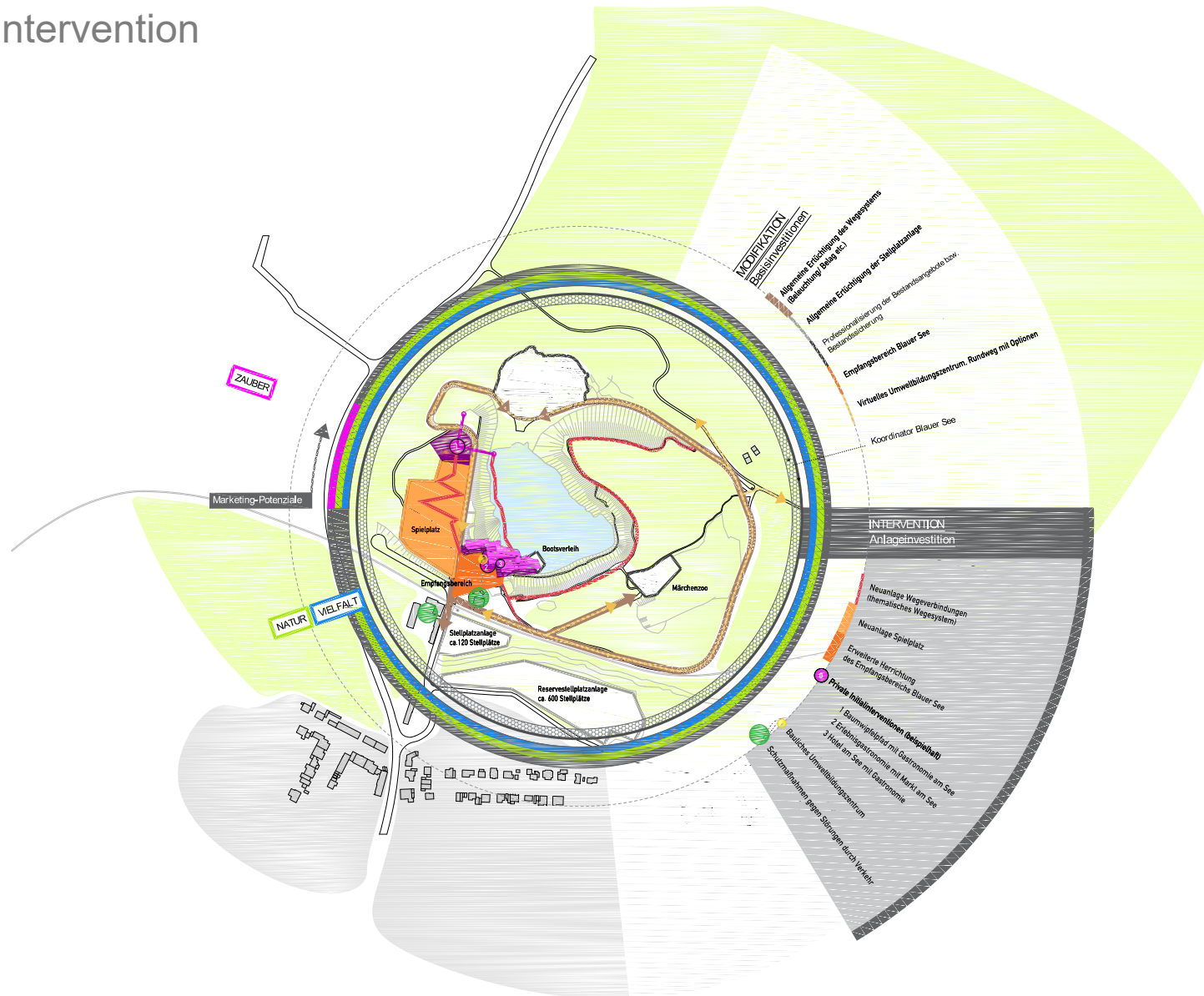
Bootsverleih	
	• Nutzung des natürlichen Potenzials/Naturbezug • Management handlungsfähig im eingeschränkten Rahmen • Eigenwirtschaftlichkeit gegeben • Entwicklungspotenzial eingeschränkt, da Möglichkeiten der Attraktivierung ausgereizt • Erhaltenswert wegen des Naturbezugs • Synergien zur Gastronomie
Minigolf/Bumper Boats	
	• Standardfreizeitangebot mit niedriger Preisschwelle, für die „kurze Auszeit“ • Durchaus soziale Funktion für Familien mit eingeschränktem Budget (Preis-Leistung) • Management handlungsfähig im eingeschränkten Rahmen, • Qualitätsbewusstsein auf Standardniveau • Eigenwirtschaftlichkeit gegeben, kein besonderer Beitrag zur Gesamtwirtschaftlichkeit • Entwicklungspotenzial eingeschränkt, da Möglichkeiten der Attraktivierung ausgereizt, evtl. Thematisierung möglich (Adventure Golf)
Baumeistercamp/Quads	
	• Freizeitangebot mit besonderer Zielgruppenausrichtung, als Ergänzung zum Minigolf durchaus nachvollziehbar • Ungenehmigte Eingriffe in den Naturraum • Management handlungsfähig im eingeschränkten Rahmen • Qualitätsbewusstsein auf Standardniveau • Eigenwirtschaftlichkeit gegeben, kein besonderer Beitrag zur Gesamtwirtschaftlichkeit • Entwicklungspotenzial eingeschränkt, Widerspruch zum natürlichen Gesamtcharakter

Ratinger Waldcafé	
	• <i>Hinweis: War bei keinem Besuch geöffnet.</i> • Standardgastronomie ohne besondere, profilierende Merkmale • Eher Frequenzpartizipierer als -generierer • Management vmtl. handlungsfähig im eingeschränkten Rahmen • Eigenwirtschaftlichkeit gegeben, kein besonderer Beitrag zur Gesamtwirtschaftlichkeit • Entwicklungspotenzial sehr groß • Funktion als Frequenzgenerierer möglich • Handlungsbedarf
Erlebniswelt/Minieisenbahn	
	• Standardfreizeitangebot mit niedriger Preisschwelle, für die „kurze Auszeit“ • Durchaus soziale Funktion für Familien mit eingeschränktem Budget (Preis-Leistung) • Management mit Kooperationswillen (betreibt Website), aber vmtl. eingeschränkten Möglichkeiten • Qualitätsbewusstsein auf Standardniveau • Eigenwirtschaftlichkeit gegeben, kein besonderer Beitrag zur Gesamtwirtschaftlichkeit • Entwicklungspotenzial eingeschränkt, da Möglichkeiten der Attraktivierung ausgereizt
Keules Imbiss	
	• Imbiss mit begrenztem Angebot • Reiner Frequenzpartizipierer • Eigenwirtschaftlichkeit gegeben, kein Beitrag zur Gesamtwirtschaftlichkeit

Szenario Modifikation



Szenario Intervention



Szenario Transformation

