

Fachhochschule

University of Applied Sciences

Oldenburg
Ostfriesland
Wilhelmshaven



Standort Wilhelmshaven
Fachbereich Wirtschaft
Studiengang Tourismuswirtschaft

Diplomarbeit Zur Erlangung des Hochschulgrades Diplom-Kauffrau (FH)

Chancen für die Ems-Dollart-Region durch den touristischen Wert des Traditionsschiffes "Prinz Heinrich"

Vorgelegt von:

Almut Leverenz

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

Email: almut.lev@web.de

Matrikelnummer: 5007834

8. Fachsemester

Erstprüfer: Herr Prof. Dr. Knut Scherhag
Zweitprüfer: Herr Prof. Dr. Ulrich Gries

Januar 2009

Mit Unterstützung von



Traditionsschiff "Prinz Heinrich" e.V. Leer
www.prinz-heinrich-1909.de

Prinz Heinrich 1909 Leer



**Touristik GmbH
Südliches Ostfriesland**

Inhaltsverzeichnis

	Seite
Abkürzungsverzeichnis	VII
Abbildungsverzeichnis	IX
Tabellenverzeichnis	X
1 Einleitung	1
1.1 Problemstellung und Zielsetzung der Arbeit	1
1.2 Abgrenzung der Thematik	2
1.3 Gang der Untersuchung	2
2 Begriffsdefinitionen	4
2.1 Bewegliches Kulturdenkmal	4
2.2 Traditionsschiff	4
2.3 Attraktion	5
2.4 Imageträger	5
2.5 Maritime Großveranstaltung	5
2.6 Destination	5
2.7 Inlands-Tourismus	6
2.8 Incoming-Tourismus	6
2.9 Tagestourismus	6
2.9.1 Tagesausflug	7
2.9.2 Tagesgeschäftsreise	7
2.10 Best Ager	8
3 Einführung in die Thematik	9
3.1 Der Dampfer „Prinz Heinrich“	9
3.2 TRADITIONSSCHIFF „PRINZ HEINRICH“ E.V.	10
3.3 Die Stadt Leer	11
3.4 Die Ems-Dollart-Region	12
3.5 Ostfriesland	14
3.6 Das Feriengebiet „Südliches Ostfriesland“	14
4 Allgemeine Entwicklung des Tourismus	15
4.1 Übernachtungstourismus	15
4.1.1 Inlands-Tourismus	16
4.1.2 Incoming-Tourismus	17
4.2 Tagestourismus	18

5	Bedeutung von historischen Schiffen und der Traditionsschifffahrt für relevante Tourismus-Segmente	20
<hr/>		
5.1	Wassertourismus	20
5.1.1	Einordnung der Traditionsschifffahrt im Segment Wassertourismus	20
5.1.2	Entwicklung der Nachfrage im Segment Wassertourismus	21
5.2	Kulturtourismus	22
5.2.1	Einordnung historischer Schiffe im Segment Kulturtourismus	22
5.2.2	Entwicklung der Nachfrage im Segment Kulturtourismus	23
6	Referenzprojekt I: Salondampfer „Alexandra“ in Flensburg	25
<hr/>		
6.1	Salondampfer „Alexandra“	25
6.1.1	Arten der Nutzung	26
6.1.1.1	Nutzung im Hafen	26
6.1.1.2	Öffentliche Fahrten	27
6.1.1.3	Private Fahrten (Charterfahrten)	28
6.1.1.4	Hochzeiten	28
6.1.1.5	Teilnahme an Events	28
6.1.2	Kooperationen	29
6.1.3	Kommunikationskanäle	30
6.2	Heimathafen - Flensburg	30
6.3	Fazit	30
7	Referenzprojekt II: Peildampfer „Schaarhörn“ in Hamburg	32
<hr/>		
7.1	Peildampfer „Schaarhörn“	32
7.1.1	Arten der Nutzung	33
7.1.1.1	Nutzung im Hafen	33
7.1.1.2	Öffentliche Fahrten	34
7.1.1.3	Private Fahrten (Charterfahrten)	35
7.1.1.4	Teilnahme an Events	35
6.1.2	Kooperationen	35
6.1.3	Kommunikationskanäle	36
6.2	Heimathafen - Hamburg	36
6.3	Fazit	36

8	<u>Touristische Einsatzmöglichkeiten der „Prinz Heinrich“</u>	38
8.1	Öffentliche Fahrten	38
	8.1.1 Traditionsfahrten	39
	8.1.2 Themenfahrten	40
	8.1.3 „Besondere“ Fahrten	40
8.2	Private Fahrten (Charterfahrten)	40
8.3	Maritime Events und Großveranstaltungen	41
	8.3.1 Teilnahme an Events in der Ems-Dollart-Region	43
	8.3.2 Teilnahme an Events außerhalb der Ems-Dollart-Region	43
	8.3.3 Entwicklung einer neuen maritimen Großveranstaltung in Leer	44
8.4	Nutzung im Hafen	45
	8.4.1 Nutzung als Museumsschiff	45
	8.4.2 Nutzung bei Veranstaltungen im Heimathafen	46
	8.4.3 Gastronomische Nutzung	46
8.5	Entwicklung einer neuen Themenstraße	46
9	<u>Potenzielle Kooperationspartner für den TRADITIONSSCHIFF „PRINZ HEINRICH“ E.V.</u>	48
9.1	PAPENBURG TOURISMUS GMBH	48
9.2	EMDEN MARKETING UND TOURISMUS GMBH	49
9.3	AG EMS	50
9.4	NOORDELIJK SCHEEPVAARTMUSEUM	51
10	<u>Die „Prinz Heinrich“ als Imageträger</u>	52
10.1	MEYER WERFT	52
10.2	WACHSTUMSREGION EMS-ACHSE E.V.	53
11	<u>Befragung der Mitglieder der TOURISTIK GMBH SÜDLICHES OSTFRIESLAND</u>	54
11.1	Ergebnisse der Befragung	54
11.2	Auswertung der Ergebnisse	57
12	<u>Stärken, Schwächen und Leitbilder der Ems-Dollart-Region</u>	58
12.1	Stärken ausbauen, Schwächen abbauen	58
12.2	Handlungsempfehlungen	59
13	<u>Schlussbetrachtung</u>	61

Literatur- und Quellenverzeichnis	63
Internetquellen	67
Mündliche und schriftliche Auskünfte	70
Anhang	72
Eidesstattliche Erklärung	78

Abkürzungsverzeichnis

Abb.	Abbildung
Abs.	Absatz
AG	Aktiengesellschaft
B&W	Bock und Wend
bspw.	beispielsweise
BTE	Büro für Tourismus- und Erholungsplanung
bzw.	beziehungsweise
ca.	lat. circa, ungefähr
DTV	Deutscher Tourismusverband e.V.
DZT	Deutsche Zentrale für Tourismus e.V.
dwif	Deutsches Wirtschaftswissenschaftliches Institut für Fremdenverkehr e.V.
EDR	Ems Dollart Region
einschl.	einschließlich
etc.	lat. et cetera, und weitere
ETI	Europäisches Tourismus Institut GmbH
G+J	Gruner + Jahr
GmbH	Gesellschaft mit begrenzter Haftung
GVBl	Gesetz- und Verordnungsblatt
hist.	historische
Hrsg.	Herausgeber
i.d.R.	in der Regel
inkl.	Inklusive
LSKN	Landesbetrieb für Statistik und Kommunikationstechnologie Niedersachsen
k.A.	keine Angaben
km	Kilometer
km/h	Kilometer pro Stunde
lt.	laut

mind.	mindestens
mündl.	mündliche
Mio.	Millionen
Nds.	Niedersächsisches
NDSchG	Niedersächsisches Denkmalschutzgesetz
Nr.	Nummer
u.a.	unter anderem
S.	Seite
s.	siehe
schriftl.	schriftliche
Tab.	Tabelle
TGSO	Touristik GmbH Südliches Ostfriesland
vgl.	vergleiche
z.B.	zum Beispiel

Abbildungsverzeichnis

	Seite
Abbildung 1: Unterteilung von Tagesreisen	7
Abbildung 2: Fotografie der Prinz Heinrich von 1909	9
Abbildung 3: Karte der Ems-Dollart-Region	13
Abbildung 4: Geographische Zuordnung vom Feriengebiet „Südliches Ostfriesland“	14
Abbildung 5: Bedeutung von historischen Schiffen und der Traditionsschifffahrt für relevante Tourismus-Segmente	20
Abbildung 6: Trends im Kulturtourismus	24
Abbildung 7: Fotografie vom Salondampfer „Alexandra“	26
Abbildung 8: Fotografie vom Peildampfer „Schaarhörn“	32
Abbildung 9: Geschätzte Auswirkungen der Prinz Heinrich auf das Interesse an der Region und die Besucherzahlen	55
Abbildung 10: Reichweite der Auswirkungen der Prinz Heinrich	55
Abbildung 11: Durchschnittliche Bewertung der Wichtigkeit von Verwendungsmöglichkeiten	56

Tabellenverzeichnis

	Seite
Tabelle 1: Inlands-Tourismusaufkommen in Niedersachsen	17
Tabelle 2: Niederländische Touristen in Niedersachsen	18
Tabelle 3: Tagesreisen in Niedersachsen und im ostfriesischen Binnenland im Jahr 2006	19
Tabelle 4: Wassertourismus in Deutschland	21
Tabelle 5: Arten des Kulturtourismus	23
Tabelle 6: Maritime Großveranstaltungen mit Beteiligung von historischen Dampfschiffen in Deutschland	42
Tabelle 7: Stärken und Schwächen der Region „Südliches Ostfriesland“	58

1 Einleitung

Laut eines Zitats von Gustav Mahler heißt es: „Tradition ist nicht die Anbetung der Asche, sondern die Weitergabe des Feuers“. Diesen Grundsatz hat sich der TRADITIONSSCHIFF „PRINZ HEINRICH“ E.V. zu Herzen genommen und versucht derzeit mit dem Erhalt des ehemaligen Post- und Passagierdampfers „Prinz Heinrich“ von 1909 ein Stück deutscher Geschichte zu retten.

Der Post- und Passagierdampfer „Prinz Heinrich“, im Folgenden überwiegend als „Prinz Heinrich“ bezeichnet, ist ein kulturell wertvolles und in seiner Art einzigartiges Objekt mit historischer Zugehörigkeit zur Ems-Dollart-Region. Der TRADITIONSSCHIFF „PRINZ HEINRICH“ E.V. hat es möglich gemacht, das Schiff zurück in seine Heimat zu holen. Die Restaurations- und Bauarbeiten, die es in seinen Urzustand zurückversetzen sollen, werden voraussichtlich Ende 2009 abgeschlossen sein. Ziel des Vereins ist es, durch eine optimale Nutzung der Prinz Heinrich, eine Aufwertung der gesamten Ems-Dollart-Region und damit eine gesteigerte Nachfrage von Touristen zu erreichen.

Die Ems-Dollart-Region ist, wie auch Ostfriesland, für ihre Nähe zum Meer, gute Luft und ihre besonders von Radfahrern geliebte Landschaft bekannt. Durch die Nutzung des historischen Dampfschiffes bietet sich die Chance, die Marktsegmente Wasser- und Kulturtourismus in der Region weiter auszubauen.

1.1 Problemstellung und Zielsetzung der Arbeit

Diese Diplomarbeit soll die Frage beantworten, welche Chancen durch den Erhalt und die spätere touristische Nutzung des Traditionsschiffes Prinz Heinrich für die Ems-Dollart-Region entstehen. Dadurch soll insbesondere die Förderwürdigkeit des Projekts herausgestellt und Interesse bei möglichen Kooperationspartner und Sponsoren geweckt werden. Gleichzeitig sollen Möglichkeiten der Nutzung der Prinz Heinrich und deren positive Effekte auf die Region aufgezeigt werden.

1.2 Abgrenzung der Thematik

Die vorliegende Arbeit baut auf die Diplomarbeit von Dennis Kloetzing auf, in der das Thema „Marketing Plan für den Groninger Markt, als Teil eines Business Plans“ behandelt wurde. In ihr wird u.a. auf die Erfolgsaussichten einer Vermarktung der Prinz Heinrich im niederländischen Raum eingegangen. Daher wird dieser Teil in der vorliegenden Arbeit vernachlässigt.

Des Weiteren behandelt Esther Schreiber in ihrer Bachelorarbeit zum Thema „Business-/ Kostenplan für das Traditionsschiff „Prinz Heinrich““ die Möglichkeiten zur Finanzierung des Dampfschiffs. Sie beantwortet u.a. die Fragen, wie ein realistischer Fahrplan der Prinz Heinrich aussehen könnte und welche Höhe die Fahrkarten- und Charterpreise haben sollten. Dieser Teil wird in der vorliegenden Arbeit vollständig außer Acht gelassen.

1.3 Gang der Untersuchung

Die vorliegende Arbeit ist wie folgt aufgebaut:

Im ersten Kapitel wird ein Überblick über die Thematik, die Problemstellung und den Aufbau der Arbeit vermittelt. Um Missverständnisse bei der Interpretation zu vermeiden, werden im folgenden Kapitel einige grundlegende Begriffe definiert. Im dritten Kapitel wird der Leser in die Thematik der Arbeit eingeführt, indem für die Arbeit relevante Institutionen und Regionen vorgestellt werden.

Im vierten Kapitel wird auf die allgemeine Entwicklung des Tourismus, insbesondere in für die Ems-Dollart-Region repräsentativen Regionen, eingegangen. Anschließend wird in Kapitel fünf gezeigt, in welchen Tourismussegmenten historische Schiffe und die Traditionsschiffahrt von Bedeutung sind und wie sich diese Segmente entwickeln.

Die Ergebnisse der Untersuchungen rund um die Referenzprojekte Salondampfer „Alexandra“ und Peildampfer „Schaarhörn“, welche eine ähnliche Geschichte haben wie die Prinz Heinrich, sind in den Kapiteln sechs und sieben zusammengefasst. In Kapitel acht wird darauf aufbauend auf die unterschiedlichen touristischen Einsatzmöglichkeiten der Prinz Heinrich und

den positiven Nutzen, den die Ems-Dollart-Region daraus ziehen kann eingegangen. Im Weiteren werden in Kapitel neun einige potenzielle Kooperationspartner für den TRADITIONSSCHIFF „PRINZ HEINRICH“ E.V., sowie deren Meinung über das „Projekt“ Prinz Heinrich vorgestellt.

In Kapitel zehn wird anhand von zwei Beispielen die Möglichkeit aufgezeigt, die Prinz Heinrich als Imageträger für Unternehmen oder Vereine in der Ems-Dollart-Region zu nutzen.

In Kapitel elf werden die Ergebnisse einer Befragung der Touristiker der Tourismus GmbH Südliches Ostfriesland dargestellt und ausgewertet.

Auf Stärken und Schwächen der Ems-Dollart-Region sowie Leitlinien und Handlungsempfehlungen, die vom Tourismusverband Nordsee e.V. entwickelt bzw. im Rahmen des Sparkassen Tourismusbarometer gegeben wurden, wird in Kapitel zwölf eingegangen.

In der Schlussbetrachtung in Kapitel dreizehn werden die wichtigsten Erkenntnisse der Untersuchung noch einmal zusammengefasst und ein Ausblick darauf gegeben, was für positive Effekte die Ems-Dollart-Region nach Fertigstellung der Prinz Heinrich erwarten kann.

Die Schwerpunkte dieser Arbeit bilden die touristischen Einsatzmöglichkeiten der Prinz Heinrich (Kapitel 8), welche u.a. auf den Erfahrungen der jeweils für die Referenzprojekte zuständigen Vereine basieren, und die Beweisführung, dass historische Schiffe und Traditionsschiffahrten dem aktuellen Trend im Tourismus entsprechen (Kapitel 5) und mit den von der Region entwickelten Leitbildern harmonisieren (Kapitel 12).

2 Begriffsdefinitionen

Um Missverständnisse bei der Interpretation dieser Arbeit zu vermeiden, werden im Folgenden einige grundlegende Begriffe definiert.

2.1 Bewegliches Kulturdenkmal

„Bewegliche Denkmale sind bewegliche Sachen und Sachgesamtheiten, die von Menschen geschaffen oder bearbeitet wurden oder Aufschluss über menschliches Leben in vergangener Zeit geben [...].“¹ Aufgrund ihrer geschichtlichen, künstlerischen, wissenschaftlichen oder städtebaulichen Bedeutung besteht das Interesse sie zu erhalten.²

2.2 Traditionsschiff

Im Volksmund wird mit dem Begriff „Traditionsschiff“ ein älteres, meist noch fahrtüchtiges Schiff bezeichnet, welches weitgehend in seinem ursprünglichen Zustand erhalten ist oder in diesen zurückversetzt wurde.

Tatsächlich handelt es sich dabei um eine Schiffsbetriebsform, der die „Absprache über die gegenseitige Anerkennung von Zeugnissen für den sicheren Betrieb von Traditionsschiffen in europäischen Gewässern und von Befähigungszeugnissen für Besatzungsmitglieder von Traditionsschiffen“ zwischen Dänemark, Deutschland, Finnland, der Niederlande, Schweden, Spanien und dem Vereinigten Königreich zu Grunde liegt. „Im Sinne [dieser] Absprache können alle Arten von historischen Schiffen sowie deren Nachbauten ‚Traditionsschiffe‘ sein [...].“³ Sie unterliegen, insbesondere in den Bereichen Sicherheit und Nutzung, anderen gesetzlichen Vorgaben als „normale Schiffe“.

¹ NDSchG §3 Abs. 5, s. Anhang 1

² vgl. NDSchG §3 Abs.2

³ Bundesanzeiger Verlagsgesellschaft mbH, Absprache, Abschnitt 2

2.3 Attraktion

Abgeleitet aus dem lateinischen „*ad trahere*“, zu sich hin ziehen. Als eine Attraktion kann man etwas Besonderes, das Aufmerksamkeit erregt beschreiben.⁴ Traditionsschiffe wie die Prinz Heinrich erfüllen diese Eigenschaften und können daher als solche bezeichnet werden.

2.4 Imageträger

Das Image kennzeichnet die „Einstellung einer Person zu einem Meinungsgegenstand“⁵, also das Charakterbild einer Person oder eines Objektes. Als Imageträger werden Personen und Objekte bezeichnet, die ein Image verkörpern.⁶

2.5 Maritime Großveranstaltung

Eine Großveranstaltung, auch Groß-Event genannt, unterscheidet sich von einem „normalen Event“ durch sein überregionales Einzugsgebiet. Die „lustvolle Enge“ und der „Massencharakter“ werden hier von den Besuchern bewusst als Teil des Festes gesucht.⁷

Bei maritimen Großveranstaltungen steht das Thema „Wasser“ im Mittelpunkt des Geschehens. Sie sind von hoher Attraktivität und können zur Weiterentwicklung des Wassertourismus in einer Region dienen.⁸

2.6 Destination

„Destination ist der Sammelbegriff für verschiedene Arten von Reisezielen, die sowohl nachfrageseitig (von Touristen gewählt) als auch angebotsseitig

⁴ vgl. Bünting, Deutsches Wörterbuch, S.94

⁵ Andritzky, Die Operationalisierbarkeit von Theorien zum Konsumentenverhalten, S.215

⁶ vgl. Kürten, Spitzenpolitiker als Imageträger ihrer Partei, S.4

⁷ vgl. Schiefelbusch, Erfolgreiche Eventverkehre, S. 16-17

⁸ vgl. BTE und dwif Consulting GmbH, Grundlagenuntersuchung Wassertourismus in Deutschland, S. 39

(touristische Wettbewerbseinheit) definiert werden.“⁹ Er umfasst i.d.R. einen geografischen Raum, wie bspw. einen Ort oder eine Region, in dem sämtliche für einen Aufenthalt notwendigen Einrichtungen für Beherbergung, Verpflegung, Unterhaltung und Beschäftigung enthalten sind. Destinationen sind die Wettbewerbseinheiten des Incoming-Tourismus.¹⁰

2.7 Inlands-Tourismus

Inlands-Tourismus ist Tourismus, bei dem keine nationalen Grenzen überschritten werden.¹¹ Die Touristen verreisen also innerhalb ihres Heimatlandes.

2.8 Incoming-Tourismus

Für den Begriff Incoming-Tourismus gibt es keine einheitliche Definition. Einig ist man sich darüber, dass der Empfang und Aufenthalt von Gästen in einer Destination, also der „hereinkommende Tourismus“, gemeint ist.¹²

In dieser Arbeit ist Deutschland die Destination des Incoming-Tourismus.

2.9 Tagestourismus

Das Marktsegment Tagestourismus umfasst touristische Aktivitäten ohne Übernachtungsaufenthalt. Tagesreisen werden i.d.R. in Tagesausflüge und Tagesgeschäftsreisen unterschieden (s. Abb. 1).¹³

⁹ Althof/ Freyer (Hrsg.), Incoming-Tourismus, S.17

¹⁰ vgl. Bieger, Tourismuslehre - Ein Grundriss, S.142

¹¹ abgeleitet von Fuchs/ Mundt/ Zollondz, Lexikon Tourismus, S. 374

¹² vgl. Althof/ Freyer (Hrsg.), Incoming-Tourismus, S.11

¹³ vgl. Maschke, Tagesreisen der Deutschen, S. 11-12

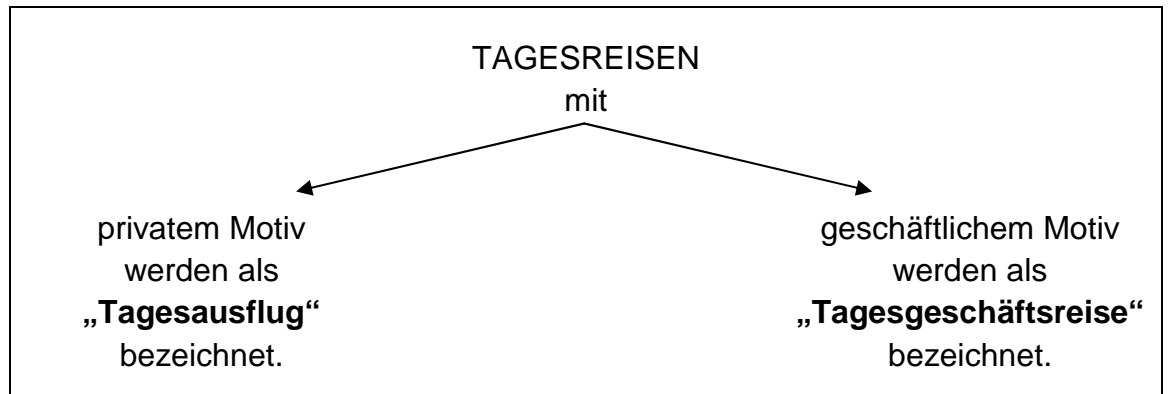


Abb. 1: Unterteilung von Tagesreisen¹⁴

In einzelnen Absätzen bzw. Kapiteln dieser Arbeit wird speziell auf den Tagestourismus eingegangen. Die Zahlen und Werte zum Tourismusaufkommen beinhalten keine Tagesreisen.

2.9.1 Tagesausflug

Als Tagesausflug wird das Verlassen der gewohnten Umgebung ohne Übernachtung bezeichnet. Fahrten zur Schule, zum Arbeitsplatz, zur Berufsausübung sowie Einkaufsfahrten zur Deckung des täglichen Bedarfs und andere routinemäßige Fahrten fallen nicht unter diese Bezeichnung.¹⁵

2.9.2 Tagesgeschäftsreise

Als Tagesgeschäftsreise wird das Verlassen der Gemeinde, in der sich der ständige Arbeitsplatz des Betroffenen befindet, zur Wahrnehmung geschäftlicher Aufgaben bezeichnet. Fahrten zum ständigen oder wechselnden Arbeitsplatz und Fahrten innerhalb der Arbeitsplatzgemeinde fallen nicht unter diese Bezeichnung.¹⁶

¹⁴ Abb. entnommen aus: Maschke, Tagesreisen der Deutschen, S. 12

¹⁵ vgl. Maschke, Tagesreisen der Deutschen, S. 13

¹⁶ vgl. ebenda

2.10 Best Ager

Der Fachbegriff Best Ager ist im Zusammenhang mit dem immer wichtiger werdenden Seniorentourismus entstanden. Es handelt sich dabei um die demographische Kategorie für „Personen im besten Alter“. Im Tourismus werden darunter Altersgruppierungen ab 50, 55 oder 60 Jahren verstanden.¹⁷

In dieser Arbeit werden, soweit nicht anders gekennzeichnet, Personen ab 50 Jahren mit diesem Begriff definiert.

¹⁷ vgl. Fuchs/ Mundt/ Zollondz, Lexikon Tourismus, S 89-90

3 Einführung in die Thematik

Um ein besseres Verständnis beim Leser zu erlangen, werden zunächst die für diese Arbeit relevanten Institutionen und Regionen vorgestellt.

3.1 Der Dampfer „Prinz Heinrich“

Der Doppelschraubendampfer Prinz Heinrich wurde im Jahr 1909 auf der MEYER WERFT in Papenburg unter der Bau-Nr. S.240 angefertigt. Den Auftrag erteilte die BORKUMER KLEINBAHN & DAMPFSCIFFFAHRTS AG. Damals konnte die Prinz Heinrich 350 Personen an Bord nehmen und verkehrte überwiegend als Post- und Passagierdampfer zwischen Emden und Borkum. Die Stadt Leer war damals ein Ausgangspunkt von Ausflugsfahrten und das Winterquartier des Dampfschiffs.¹⁸

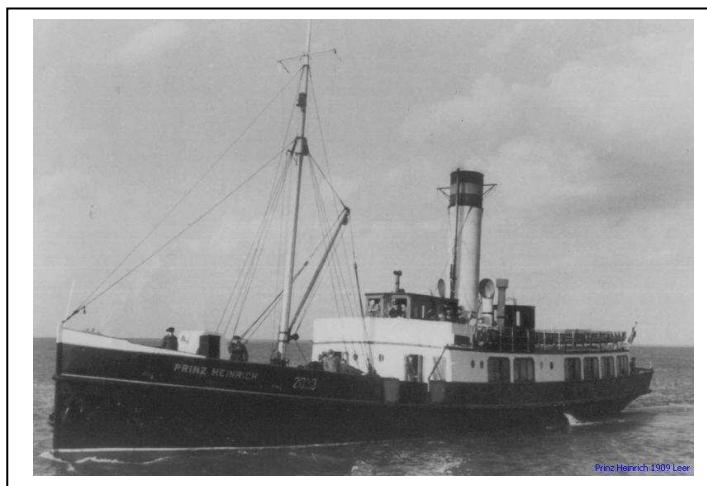


Abb. 2: Fotografie der Prinz Heinrich von 1909¹⁹
Länge: 37m, Breite: 7m, Tiefgang: 1,80m

Bevor die Prinz Heinrich 1953 in „MS Hessen“ umbenannt und 1958 von der Reederei AG EMS zum Motorschiff umgebaut wurde, diente sie im Ersten und Zweiten Weltkrieg als Versorger.²⁰

Auf der Fotografie (Abb. 2) ist die Prinz Heinrich, wie sie vor ihrem Umbau im Jahr 1958 aussah und in Zukunft wieder aussehen wird.

¹⁸ vgl. Peters, Gutachterliche Stellungnahme zu PRINZ HEINRICH

¹⁹ Quelle: Traditionsschiff „Prinz Heinrich“ e.V., Das Schiff,
<http://www.prinz-heinrich-1909.de/24a6bc96a20aaa414/index.php>

²⁰ vgl. Peters, Gutachterliche Stellungnahme zu PRINZ HEINRICH

1969 wurde das Schiff außer Dienst gestellt und von dem Ehepaar Mady und Reinhold Kasten gekauft. Es bekam den Namen „MS Mississippi“ und wurde als Museumsschiff für eine Überseeausstellung in Lübeck genutzt. Nach dem Standortwechsel der Überseeausstellung im Jahr 2002 wurde das Schiff nach Rostock-Warnemünde verkauft.²¹

Im Jahr 2003 wurde die Prinz Heinrich vom TRADITIONSSCHIFF „PRINZ HEINRICH“ E.V. gekauft. Noch im gleichen Jahr wurde das Schiff nach § 3 Abs. 5 NDSchG²² als bewegliches Denkmal anerkannt und in das Verzeichnis der Kulturdenkmale aufgenommen.²³ Heute liegt die Prinz Heinrich in der Stadt Leer, wo sie restauriert wird und nach ihrer Fertigstellung, voraussichtlich Ende 2009, als ein kulturhistorisches Highlight der Ems-Dollart-Region vermarktet werden soll. Voraussichtlich dürfen lt. Binnenzulassung (z.B. für Fahrten auf der Ems) 150 Passagiere und lt. Seezulassung (z.B. für Fahrten nach Borkum) 80 Passagiere an Bord genommen werden.²⁴

3.2 TRADITIONSSCHIFF „PRINZ HEINRICH“ E.V.

Nachdem Dr. Wolfgang Hofer (heute erster Vereinsvorsitzender) im Jahr 2003 die Prinz Heinrich in Rostock-Warnemünde entdeckt hatte, gründete er in Leer den TRADITIONSSCHIFF „PRINZ HEINRICH“ E.V..²⁵ Durch die Unterstützung von Unternehmen aus der regionalen Wirtschaft war es möglich, das Schiff zu kaufen und mit der Restaurierung, zu beginnen.

Der TRADITIONSSCHIFF „PRINZ HEINRICH“ E.V. zählt heute 201 Mitglieder (Stand November 2008),²⁶ deren Ziel „die Förderung der Heimatpflege und Heimatkunde [ist]. Der Satzungszweck wird insbesondere verwirklicht durch:

- Aufbringung von finanziellen Mitteln für die Anschaffung, die Renovierung und die Instandsetzung des Traditionsschiffes,
- das Bestreben, die ‚Prinz Heinrich‘ als Schiffsdenkmal zu erhalten,

²¹ vgl. Peters, Gutachterliche Stellungnahme zu PRINZ HEINRICH

²² s. Anhang 1

²³ vgl. schriftl. Auskunft, Nds. Landesamt für Denkmalpflege, Brief vom 26.11.2003

²⁴ vgl. mündl. Auskunft, Schülke, Leer 2008

²⁵ Homepage des Vereins unter: <http://www.prinz-heinrich-1909.de>

²⁶ vgl. Traditionsschiff „Prinz Heinrich“ e.V., Mitgliederliste

- Erforschung und Aufzeichnung der Geschichte des Schraubendampfers 'Prinz Heinrich von 1909' sowie der traditionellen Bäderschifffahrt in der Ems-Dollart-Region,
- Die Einbindung der Jugend in die Vereinsziele, um hier das historische Bewusstsein für die Ems-Dollart-Schifffahrt zu bilden und zu vermitteln,
- Informieren der Öffentlichkeit über Ziele des Vereins durch Vorträge und Dokumentationen,
- Ausstellung von maritimen Kunstgegenständen,
- Aufbau eines Dokumentationszentrums.

Dieses wird durch kulturelle und wissenschaftliche Veranstaltungen an Bord, durch die Pflege seemännischer Tradition sowie durch die Förderung maritimer Verbindungen des Hafenstandortes Leer und der Ems-Dollart-Region verwirklicht.²⁷

3.3 Die Stadt Leer

Leer ist die Hauptstadt des Landkreises Leer in Niedersachsen und hat 34.639 Einwohner (Stand 31.05.2007).²⁸ Sie liegt in der Ems-Dollart-Region und ist außerdem ein Teil der touristisch sehr bekannten Region Ostfriesland. Seit 2003 sind die Übernachtungszahlen in Leer stetig angestiegen. Im Jahr 2007 konnten 194.440 Übernachtungen gezählt werden.²⁹

Zu den Hauptattraktionen in Leer zählen u.a. die Altstadt, Burgen (Haneburg und Evenburg), der Museumshafen und das Heimatmuseum. Zudem gibt es mehrere regelmäßig stattfindende Veranstaltungen:³⁰

- Ostfrieslandschau (Regionalmesse, findet in jedem geraden Kalenderjahr statt)
- Gallimarkt (historischer Viehmarkt mit kulturellen Highlights, findet jährlich statt)

²⁷ Traditionsschiff „Prinz Heinrich“ e.V., Satzung

²⁸ vgl. Stadt Leer, Zahlenspiegel, <http://www.stadt-leer.de>

²⁹ vgl. TGSO, Übernachtungszahlen

³⁰ vgl. Stadt Leer, Zahlenspiegel, <http://www.stadt-leer.de/>

- Leer Maritim (mit internationalem Tourenskippertreffen des Deutschen Motoryachtverbandes, findet jährlich statt)
- Treffen der Traditionsschiffe (mit internationaler Beteiligung, findet in jedem ungeraden Kalenderjahr statt)

3.4 Die Ems-Dollart-Region

Die Ems-Dollart-Region liegt rund um den Dollart und die Ems, im nördlichen Grenzgebiet von Deutschland und den Niederlanden. Die Interessengemeinschaft EMS DOLLART REGION (EDR), die 1977 gegründet wurde um eine bessere Zusammenarbeit in dieser Region zu fördern, umfasst das folgende Gebiet:³¹

- Auf niederländischer Seite gehören die Provinzen Drenthe und Groningen dem Verband an.
- Auf deutscher Seite gehören die Landkreise Aurich, Emsland, Leer, Wittmund und die kreisfreie Stadt Emden sowie die Gemeinden Barßel, Saterland und Friesoythe im Landkreis Cloppenburg dem Verband an.

In der gesamten Ems-Dollart-Region leben ca. zwei Millionen Menschen, davon ca. 1,1 Millionen in den Niederlanden und ca. 900.000 in Deutschland.³²

³¹ vgl. EDR, Die Region, <http://www.edr.icserver8.de/index.php?id=14>

³² vgl. ebenda

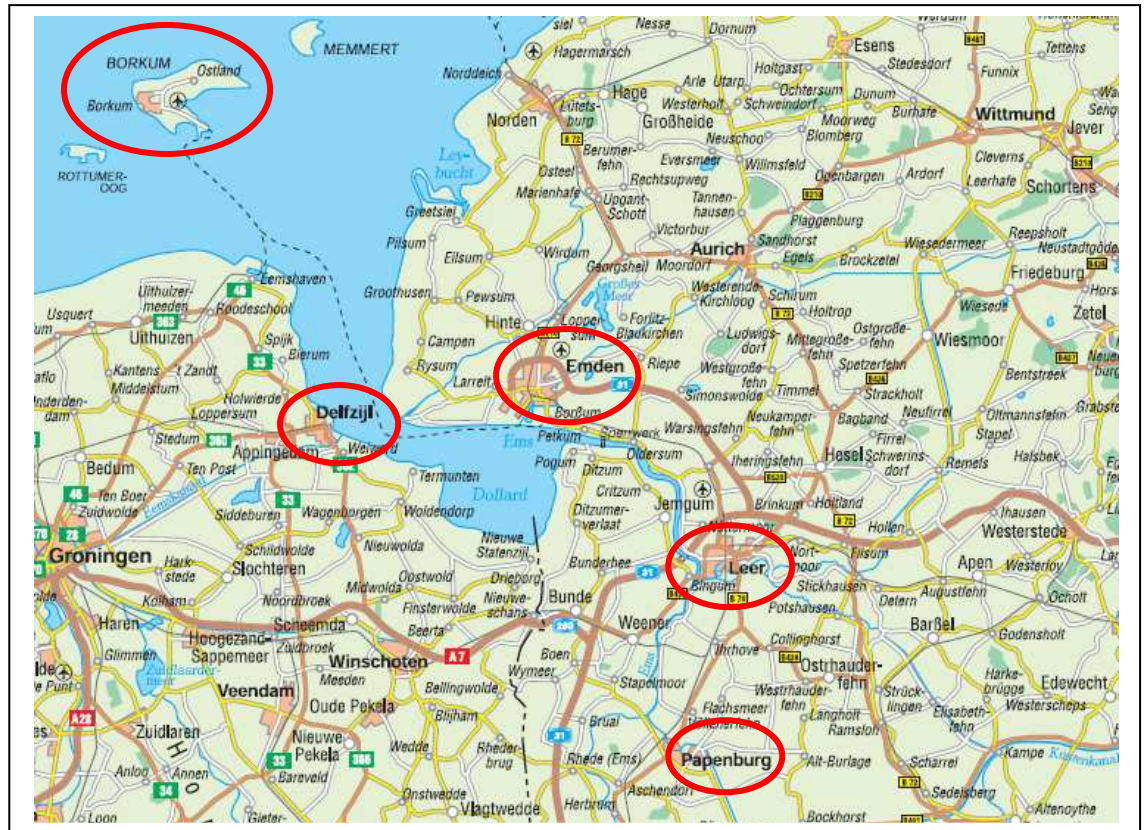


Abb. 3: Karte der Ems-Dollart-Region³³

Auf der Landkarte (Abb. 3) werden die Lage der Ems-Dollart-Region sowie Flüsse und Gewässer sichtbar, auf denen die Prinz Heinrich sich nach Fertigstellung regional bewegen kann. Der TRADITIONSSCHIFF „PRINZ HEINRICH“ E.V. plant insbesondere die Städte Leer, Emden, Papenburg, Delfzijl und die Insel Borkum in die späteren Routen der Prinz Heinrich mit einzubeziehen.³⁴ Bei den ostfriesischen Gewässern und der Ems handelt es sich um „Freizeitwasserstraßen“. Diese werden fast ausschließlich von Sportbooten und Fahrgastschiffen genutzt.³⁵

Speziell für die Ems-Dollart-Region existieren keine touristisch relevanten Statistiken, Befragungen, Leitbilder oder ähnliches. In dieser Arbeit wird daher auf die Zahlen, Leitlinien, Handlungsempfehlungen etc. von übergeordneten und von in ihrer Art und Lage vergleichbaren Regionen zurückgegriffen.

³³ veränderte Darstellung, vgl. EDR, Die Region, <http://www.edr.icserver8.de/index.php?id=14>, vergrößerte Darstellung, s. Anhang 2

³⁴ mündl. Auskunft, Hofer, Leer 08.08.2008 und Schülke, Leer 2008

³⁵ vgl. BTE und dwf Consulting GmbH, Grundlagenuntersuchung Wassertourismus in Deutschland, S. 31

3.5 Ostfriesland

Der Raum Ostfriesland umfasst die Landkreise Ammerland, Aurich, Friesland, Leer und Wittmund und die kreisfreien Städte Emden und Wilhelmshaven. Er lässt sich grob in zwei Bereiche gliedern. Den ersten Bereich bilden die sieben Inseln (Borkum, Juist, Norderney, Baltrum, Langeoog, Spiekeroog, Wangerooge) und die Küstenlinie, den zweiten Bereich bildet das Binnenland.³⁶

3.6 Das Feriengebiet „Südliches Ostfriesland“

Das Feriengebiet „Südliches Ostfriesland“ ist ein Zusammenschluss der Städte und Gemeinden des Landkreises Leer, ausgenommen Borkum.³⁷ Es wird als eigenständige Destination durch die TOURISMUS GMBH SÜDLICHES OSTFRIESLAND (TGSO) vermarktet. Die Region hat 159.909 Einwohner (Stand 31.12.2006).³⁸



Abb. 4: Geographische Zuordnung vom Feriengebiet „Südliches Ostfriesland“³⁹

In Abb. 4 ist zu sehen, wo genau das Feriengebiet „Südliches Ostfriesland“ in Niedersachsen liegt.

³⁶ vgl. ETI, Touristisches Leitbild und Entwicklungskonzept für den Raum Ostfriesland, S. 1-2

³⁷ vgl. TGSO, Wirtschaftsfaktor Tourismus im Feriengebiet Südliches Ostfriesland 2006, S. 3

³⁸ vgl. ebenda, S. 1

³⁹ veränderte Darstellung, vgl. Niedersächsische Staatskanzlei, Landkreis Leer, http://www.niedersachsen.de/master/C8548172_L20_D0

4 Allgemeine Entwicklung des Tourismus

Der Tourismus in Deutschland befindet sich auf Wachstumskurs. Das Jahr 2007 wurde, mit einem Plus von 3%, als viertes Jahr in Folge mit einem Zuwachs bei den Übernachtungen von deutschen und ausländischen Touristen beendet.⁴⁰ Mit Platz sieben gehört Deutschland zurzeit zu den weltweit attraktivsten Destinationen. Diese positive Entwicklung wird vor allem durch die zunehmende Beliebtheit von Kultur- und Städtereisen bewirkt. Hinter Frankreich nimmt Deutschland den zweiten Platz unter den populärsten Kulturreisezielen Europas ein.⁴¹ Zu einem weiteren Motor der Tourismusbranche sind die Best Ager geworden. Sie interessieren sich insbesondere für Natur, Städte, Kultur und Gesundheit.⁴²

Im Folgenden wird näher auf das Tourismusaufkommen und die Gästestruktur in für die Ems-Dollart-Region repräsentativen Destinationen eingegangen.

4.1 Übernachtungstourismus

In Niedersachsen wurden im Jahr 2007, mit einem Plus von 3,4% gegenüber dem Vorjahr, insgesamt 10.221.081 Besucher und, mit einem Plus von 3% gegenüber dem Vorjahr, insgesamt 32.809.789 Übernachtungen gezählt. Daraus ergibt sich eine durchschnittliche Aufenthaltsdauer von 3,2 Tagen. Die Hauptquellmärkte für den Übernachtungstourismus in Niedersachsen sind Deutschland und die Niederlande.⁴³

In der Region „Südliches Ostfriesland“ konnten im Jahr 2007, mit einem Zuwachs von 2,74% gegenüber dem Vorjahr, insgesamt 795.638 Übernachtungen gezählt werden.⁴⁴ Über 50% der Gäste kamen aus den Gebieten Westfalen und Nordostniedersachsen. Noch nicht ausgeschöpftes Gästepotenzial besteht vor allem in Hessen und Baden-Württemberg.⁴⁵ Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer der Gäste in der Region „Südliches

⁴⁰ s. Tab. im Anhang 3 für weitere Zahlen zum Deutschlandtourismus

⁴¹ vgl. G+J Branchenbild Reisen in Deutschland, Gruner + Jahr Marktanalyse, S.2-3

⁴² vgl. G+J Trendanalyse Tourismus, Gruner + Jahr Marktanalyse, S. 16

⁴³ vgl. LSKN, Gäste und Übernachtungen im Reiseverkehr 12 / 07, S. 8

⁴⁴ vgl. TGSO, Übernachtungszahlen (inkl. Camping)

⁴⁵ vgl. B&W Projekt Tourismusmarketing, Gästebefragung 2006, S. 7-8

Ostfriesland“ betrug im Jahr 2006 8,83 Tage und liegt damit deutlich höher als der niedersächsische Durchschnitt. Meist sind die Monate Juni bis August die besucherstärksten.⁴⁶

Wie in ganz Deutschland, gab es auch bei den Touristen in der Region „Südliches Ostfriesland“ eine klare Zunahme an Best Agern. Im Jahr 2006 nahmen sie bereits einen Anteil von über 60% am Tourismusaufkommen ein.⁴⁷

Eine neue Attraktion wie die Prinz Heinrich kann dazu beitragen, dass Touristen ihren Aufenthalt verlängern, weil sie noch nicht alles gesehen und erlebt haben oder dazu animiert werden die Region erneut zu besuchen.

4.1.1 Inlands-Tourismus

Deutschland ist das beliebteste Reiseziel der Deutschen. Knapp 29% der Bundesbürger verbrachten im Jahr 2007 einen mindestens sechstägigen Urlaub im Heimatland. Die wachsende Reiselust der älteren Zielgruppen hat zu einem deutlichen Anstieg von Best Agern bei den Inlandsreisen geführt.⁴⁸

In Niedersachsen wurden im Jahr 2007, mit einem Anteil von knapp 90% am gesamten Tourismusaufkommen, 9.179.160 Inlandstouristen gezählt. Das Plus gegenüber dem Vorjahr betrug 3,3% (s. Tab. 1).

⁴⁶ vgl. B&W Projekt Tourismusmarketing, Gästebefragung 2006, S. 32-33

⁴⁷ vgl. ebenda, S. 85

⁴⁸ vgl. G+J Branchenbild Reisen in Deutschland, Gruner + Jahr Marktanalyse, S.2-4

Deutsche Touristen in Niedersachsen			
	Anzahl	Veränderung zum Vorjahr	Anteil am gesamten Tourismusaufkommen (in Niedersachsen)
Besucher	9.179.160	+ 3,3%	89,8%
Übernachtungen (in Beherbergungsstätten mit mind. 9 Betten, einschl. Camping)	30.346.539	+ 2,9%	92,5%
Durchschnittliche Aufenthaltsdauer	3,3 Tage	k.A.	-

Tab. 1: Inlands-Tourismusaufkommen in Niedersachsen, Daten von 2007⁴⁹

4.1.2 Incoming-Tourismus

Der Großteil der ausländischen Besucher in Deutschland stammt aus den Niederlanden.⁵⁰ Für Niedersachsen handelt es sich dabei um den zweitwichtigsten Quellmarkt nach Deutschland. Nachdem dort seit mehreren Jahren eine kontinuierliche Steigerung der Besucherzahl aus dem Nachbarland feststellbar ist, stieg diese im Jahr 2007, mit einem Plus von 14,6% gegenüber dem Vorjahr, auf 186.316 Besucher. Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer der Gäste betrug ca. drei Tage (s. Tab. 2).⁵¹ Nach Aussage der DZT-Amsterdam/Niederlande gehört das grenznahe Gebiet Niedersachsens zu einem der bevorzugten Reiseziele der Niederländer in Deutschland. Wachstumschancen liegen bei diesem Quellmarkt insbesondere auf dem demografisch bedingten Wachstum der Zielgruppe Best Ager ab 55 Jahren.⁵²

⁴⁹ selbst erstellte Tab., vgl. LSKN, Gäste und Übernachtungen im Reiseverkehr 12 / 07, S. 8

⁵⁰ vgl. G+J Branchenbild Reisen in Deutschland, Gruner + Jahr Marktanalyse, S. 4-5

⁵¹ vgl. LSKN, Gäste und Übernachtungen im Reiseverkehr, 12/03 - 12/06, S. 6, 12/07, S.8

⁵² vgl. DZT-Niederlande/Amsterdam, Marktinformation Niederlande 2009, S. 20

Niederländische Touristen in Niedersachsen			
	Anzahl	Veränderung zum Vorjahr	Anteil am Incoming-Tourismusaufkommen (in Niedersachsen)
Besucher	185.316	+ 14,6%	21,9%
Übernachtungen (in Beherbergungsstätten mit mind. 9 Betten, einschl. Camping)	551.764	+ 14,1%	22,4%
Durchschnittliche Aufenthaltsdauer	3 Tage	k.A.	-

Tab. 2: Niederländische Touristen in Niedersachsen, Daten von 2007⁵³

4.2 Tagestourismus

Der Tagestourismus hat in Deutschland einen hohen Stellenwert. Jeder Deutsche ab 14 Jahren unternimmt im Durchschnitt jährlich 34,3 Tagesausflüge und 8,0 Tagesgeschäftsreisen im eigenen Land. Vom Tagestourismus profitieren insbesondere die Gastronomie, der örtliche Einzelhandel, Freizeit-, Kultur- und Sporteinrichtungen sowie die regionalen Verkehrs- und Transportbetriebe.⁵⁴ Im Jahr 2006 hatten 8,4% der Tagesausflüge der Deutschen (insgesamt 250 Mio.) den Besuch von Sehenswürdigkeiten bzw. Attraktionen (z.B. Museumsschiffe oder Museumshäfen) zum Hauptanlass. Ein Anteil von 20,8% (insgesamt 616 Mio.) hatte die Ausübung einer speziellen Aktivität (z.B. Wandern oder die Teilnahme an einer Traditionsschiffahrt) zum Hauptanlass.⁵⁵ Für Tagesausflüge wird im Durchschnitt eine Distanz von gut 80 km zurückgelegt. Mit ca. 55% besuchten in den Jahren 2005 und 2006 die Mehrzahl der Tagestouristen Ziele, die maximal 50 km entfernt waren.⁵⁶

In Niedersachsen wurden im Jahr 2006 insgesamt 264 Mio. Tagesausflüge gezählt. Auf das ostfriesische Binnenland entfielen davon ca. 12,8 Mio. (s. Tab.

⁵³ selbst erstellte Tab., vgl. LSKN, Gäste und Übernachtungen im Reiseverkehr 12 / 07, S. 8

⁵⁴ vgl. DTV, Tourismus in Deutschland, S. 8

⁵⁵ vgl. Maschke, Tagesreisen der Deutschen, Teil 3 - Jahr 2006, S.47

⁵⁶ vgl. ebenda, S.49-51

3). Von dieser Zahl lässt sich mit den im oberen Absatz genannten prozentualen Anteilen feststellen, dass ca. 3,74 Mio. Tagesausflüge auf den Besuch einer Attraktion oder die Ausübung einer speziellen Tätigkeit entfielen. Bei den Tagesausflüglern dieser Segmente handelt es sich um potenzielle Fahrgäste für die Prinz Heinrich. Rechnet man mit einem Umkreis von 80 km, ist bei steigendem Bekanntheitsgrad des Dampfschiffes u.a. mit Tagestouristen (von deutscher Seite) aus dem Küstengebiet Ostfrieslands, dem Emsland, Wilhelmshaven und Oldenburg zu rechnen.

Tagesreisen in Niedersachsen und im ostfriesischen Binnenland im Jahr 2006		
	Niedersachsen	Ostfriesisches Binnenland
Anzahl der empfangenen Tagesausflüge	264 Mio.	12,8 Mio.*
Anteil am gesamten Aufkommen der in Deutschland unternommenen Tagesausflüge	8,9%	0,43%*
Anzahl der empfangenen Tagesgeschäftsreisen	46 Mio.	2,2 Mio.*
Anteil am gesamten Aufkommen der in Deutschland unternommenen Tagesgeschäftsreisen	7,7%	0,37%*
Summe der empfangenen Tagesreisen	310 Mio.	15 Mio.
*Errechnet anhand der prozentualen Aufteilung von Tagesausflügen und Geschäftsreisen in Niedersachsen.		

Tab. 3: Tagesreisen in Niedersachsen und im ostfriesischen Binnenland im Jahr 2006⁵⁷

⁵⁷ vgl. Maschke, Tagesreisen der Deutschen, Teil 3 - Jahr 2006, S. 60-71

5 Bedeutung von historischen Schiffen und der Traditionsschifffahrt für relevante Tourismus-Segmente

Historische Schiffe und mit ihnen durchgeführte Fahrten sind für den Tourismus insbesondere in den Segmenten Wassertourismus und Kulturtourismus von Bedeutung (s. Abb. 5).

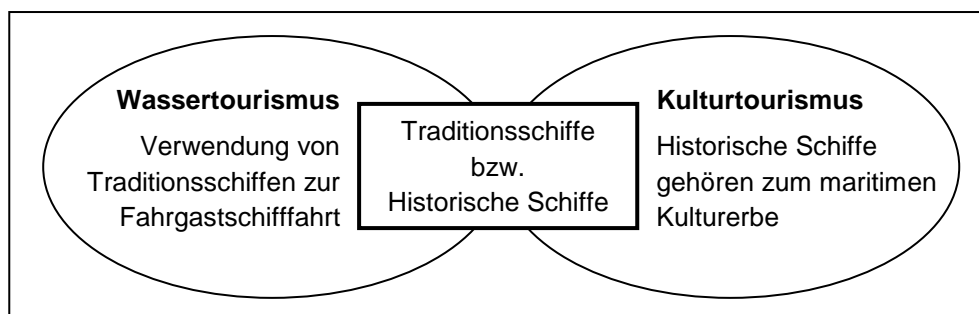


Abb. 5: Bedeutung von historischen Schiffen und der Traditionsschifffahrt für relevante Tourismus-Segmente⁵⁸

In diesem Kapitel wird dargestellt, wo entsprechende Angebote in den relevanten Tourismus-Segmenten einzuordnen sind und wie sich die Nachfrage in diesen Segmenten zurzeit entwickelt.

5.1 Wassertourismus

Für den Begriff „Wassertourismus“ gibt es keine einheitliche Definition. Weit gefasst können darunter alle Tourismusaktivitäten zusammengefasst werden, in denen das offene Meer, Küstengewässer, Seen, Flüsse und Kanäle die natürliche Grundvoraussetzung darstellen.⁵⁹

5.1.1 Einordnung der Traditionsschifffahrt im Segment Wassertourismus

Zur Traditionsschifffahrt im touristischen Sinne zählt die Fahrt auf historischen oder nachgebauten Wasserfahrzeugen und/oder deren Besichtigung. Sie

⁵⁸ eigene Darstellung

⁵⁹ vgl. BTE und dwif Consulting GmbH, Grundlagenuntersuchung Wassertourismus in Deutschland, S. 6

erhöht die Attraktivität der Häfen und stellt insbesondere für maritime Veranstaltungen eine wichtige Angebotsergänzung dar.⁶⁰

Die Traditionsschifffahrt lässt sich im Segment Wassertourismus wie folgt einordnen:

Wassertourismus in Deutschland			
Mit dem Wassertourismus verbundene Segmente	Wassertourismus (im engeren Sinne)	Schifffahrt	Wasserbezogener Tourismus (im weiteren Sinne)
Maritime Großveranstaltungen	Wasserwandern (vor allem Kanutourismus)	Fahrgastschifffahrt	Strand-/ Badetourismus
Maritimer Industrietourismus (z.B. Werftbesichtigungen)	Segeln, Motorbootfahren	Flusskreuzschifffahrt	Campingtourismus am Wasser
Meeres-/ Schifffahrtsmuseen	Bootschartertourismus	Hochseekreuzschifffahrt	Strandsport
etc.	Surfen, Wasserski	Fäherschifffahrt	Tret-, Ruderbootverleih im Urlaub
	Tauchen	Traditionsschifffahrt	Winterwassersport
	Angeln/ Fischen		etc.
	Trendsport (Rafting, Canyoning etc.)		

Tab. 4: Wassertourismus in Deutschland⁶¹

5.1.2 Entwicklung der Nachfrage im Segment Wassertourismus

„Wassertourismus in Deutschland liegt im Trend. [...] Für alle Segmente lässt sich feststellen: Der Wassertourismus in Deutschland hat nachfrageseitig noch viele Potenziale!“⁶² Quantitativ betrachtet ist die Traditionsschifffahrt lediglich ein Nischenmarkt im Wassertourismus. Trotzdem lässt sich feststellen, dass

⁶⁰ vgl. BTE und dwif Consulting GmbH, Grundlagenuntersuchung Wassertourismus in Deutschland, S. 39

⁶¹ veränderte Darstellung, vgl. ebenda, S. 6

⁶² ebenda, S. 66

zunehmendes Interesse an Nostalgiefahrten bzw. historischen Schiffen besteht. Auch maritime Großveranstaltungen liegen im Trend. Erfolg haben alle, die perfekt inszeniert und organisiert sind.⁶³ Bei attraktiver Gestaltung und gezielter Vermarktung, ist mit einer Nachfragesteigerung am Veranstaltungsort zu rechnen. Insgesamt ist festzustellen, dass die Nachfrage nach Themen, Pauschalen, nach Ungewöhnlichem, nach Gruppenerlebnis, aber auch nach Qualität, Komfort und Service, wie auch in anderen Tourismussegmenten, steigt.⁶⁴ Die Prinz Heinrich kann all das bieten.

Nach Fertigstellung soll die Prinz Heinrich u.a. für öffentliche Fahrten unterschiedlicher Art zur Verfügung stehen und kann außerdem als Grundstein für eine maritime Großveranstaltung in Leer dienen. Dadurch können in der Ems-Dollart-Region noch vorhandene Potenziale im Segment Wassertourismus weiter ausgeschöpft werden.

Da die Traditionsschifffahrt artverwandt mit der Fahrgastschifffahrt ist, lässt sich sagen, dass Sie ihre größte Bedeutung im Rahmen des Tagestourismus hat.⁶⁵

5.2 Kulturtourismus

Kulturtourismus umfasst jede Reise, die schwerpunktmäßig auf kulturelle Aktivitäten ausgerichtet ist. Dazu gehören Besuche in kulturellen Einrichtungen, die Teilnahme an Kulturveranstaltungen sowie das Interesse an fachlich fundierter Informationsvermittlung.⁶⁶

5.2.1 Einordnung historischer Schiffe im Segment Kulturtourismus

Historische Schiffe gehören zum maritimen Kulturerbe. Sie lassen sich in das Segment Kulturtourismus wie folgt einordnen:

⁶³ vgl. BTE und dwif Consulting GmbH, Grundlagenuntersuchung Wassertourismus in Deutschland, S. 69

⁶⁴ vgl. ebenda, S. 70

⁶⁵ vgl. ebenda, S. 38

⁶⁶ vgl. Steinecke, Kulturtourismus, S.5

Reise- bzw. Ausflugsmotiv	Art des Kulturtourismus	Untergruppe der Motive
Einzel- und Kulturobjekte im weitesten Sinne	Objekt-Kulturtourismus	Kirchen, Schlösser, Museen
		Burgen und Festungen
		Historische Schiffe
		Historische Stätten
Kulturobjekthäufungen	Gebiets-Kulturtourismus	Kulturlandschaftliche Sehenswürdigkeiten
		„Themenstraßen“ kultureller Objekte
Kulturensembles	Ensemble-Kulturtourismus	Dorf-Ensembles, Städtische Ensembles
Kulturelle Ereignisse im weitesten Sinne	Ereignis-Kulturtourismus	Festspiele
		Kurse in Volkskunst, -musik, -tanz etc.
Gastronomische Kultur (Wein, Spezialitäten)	Gastronomischer Kulturtourismus	Weinproben, -einkauf
Andere Kulturen	Fern-Kulturtourismus	Naturnahe Kulturen
		Spezifische ländliche/ städtische Kulturen

Tab. 5: Arten des Kulturtourismus⁶⁷

5.2.2 Entwicklung der Nachfrage im Segment Kulturtourismus

„Der Kultur- und Städtetourismus hat sich in den vergangenen Jahren zum Wachstumsmotor im Deutschland-Tourismus entwickelt.“⁶⁸

⁶⁷ veränderte Tabelle, vgl. Kulturtourismus, Steinecke, S. 7

⁶⁸ G+J Branchenbild Reisen in Deutschland, Gruner + Jahr Marktanalyse, S.2-3

Seit den 70er Jahren nimmt die Erlebnisorientierung kulturinteressierter Touristen stetig zu. Für die 2010er-Jahre lässt sich die Nachfrage nach multisensualen Erlebnissen prognostizieren (s. Abb. 6).⁶⁹

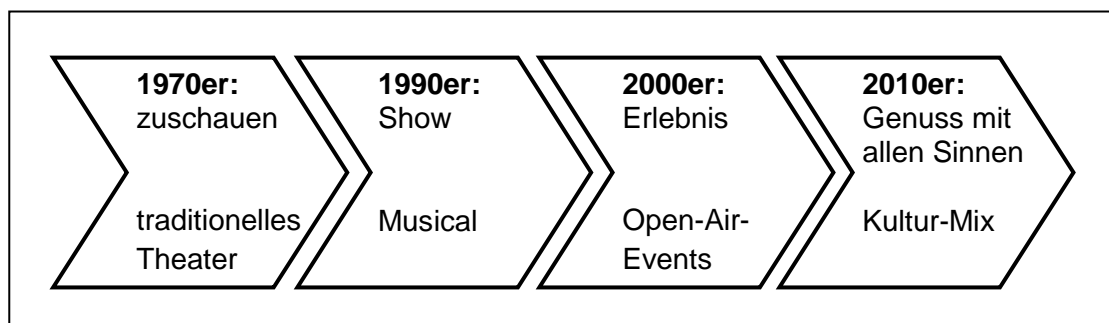


Abb. 6: Trends im Kulturtourismus⁷⁰

Fahrtaugliche, historische Schiffe sind „Geschichte zum Anfassen und Mitmachen“. Historische Dampfschiffe, wie der Salondampfer „Alexandra“ oder der Peildampfer „Schaarhörn“, vermitteln zusätzlich Informationen über den Dampfantrieb, welchen man an Bord live miterleben kann. Auf dieser Grundlage wird auf Traditionsschiffen eine eigene, authentische Erlebniswelt geschaffen, welche dem Trend „Genuss mit allen Sinnen“ entspricht.

Auch die Prinz Heinrich entspricht diesem Trend. Originalpläne und Zeichnungen der MEYER WERFT, alte Fotos und Aussagen ehemaliger Besatzungsmitglieder und Passagiere ermöglichen es dem TRADITIONSSCHIFF „PRINZ HEINRICH“ E.V. den Dampfer bis ins Detail zu rekonstruieren. Zwei „neue“ Dampfmaschinen aus dem Jahr 1910 komplettieren das Werk und werden es den zukünftigen Passagieren ermöglichen in eine vergangene Welt abzutauchen und diese mit allen Sinnen zu erleben.⁷¹

Wie groß die Nachfrage der Touristen zurzeit tatsächlich ist und mit was für Angeboten Traditionsschiffe vermarktet werden wird anhand der folgenden Referenzprojekte gezeigt.

⁶⁹ vgl. Dreyer/ Linne, Grundlagen des Kulturtourismus, S. 40

⁷⁰ Abb. entnommen aus: Dreyer/ Linne, Grundlagen des Kulturtourismus, S. 40

⁷¹ vgl. Hofer, schriftl. Auskunft, Die Restaurierung der Prinz Heinrich, Schriftstück vom Juli 2008

6 Referenzprojekt I: Salondampfer „Alexandra“ in Flensburg

Um die Wirkung der Prinz Heinrich besser einschätzen zu können wurden ähnliche Projekte zum Vergleich herangezogen. In diesem Kapitel befinden sich die Ergebnisse der Untersuchungen rund um den Salondampfer „Alexandra“, im Folgenden überwiegend als „Alexandra“ bezeichnet. Die gegebenen Informationen stammen, soweit nicht anders gekennzeichnet, aus einem Gespräch mit Wolfgang Weyhausen, dem zweiten Vorsitzenden vom FÖRDERVEREIN SALONDAMPFER „ALEXANDRA“ E.V..⁷²

6.1 Salondampfer „Alexandra“

Der Salondampfer Alexandra lief 1908 bei der Werft JANSSEN & SCHMILINSKI in Hamburg vom Stapel. Das Schiff wurde überwiegend im Liniendienst zwischen Flensburg und anderen Städten eingesetzt, bis es 1972 wegen Unrentabilität außer Dienst gestellt wurde. Nachdem sich niemand mehr für den Dampfer interessierte, bildete sich zwischen 1975 und 1979 die Initiativegruppe „Rettet die Alexandra“. Am 07.01.1980 wurde der VEREIN ZUR FÖRDERUNG DAMPFGETRIEBENER FÖRDESCHIFFE E.V., heute FÖRDERVEREIN SALONDAMPFER „ALEXANDRA“ E.V., gegründet. Dieser leitete Aktivitäten zur Erhaltung des Schiffes ein und erreichte, dass der Dampfer durch das Landesamt für Denkmalpflege als Kulturdenkmal anerkannt wurde.⁷³

Im Oktober 1986 ging die Alexandra unter der Bedingung, dass das Schiff wieder vollkommen in Stand gesetzt wird, als Geschenk in den Besitz des Vereins über. Dieser machte es möglich, dass 1989 ein bis heute andauernder, regelmäßiger Fährbetrieb aufgenommen werden konnte. Im Jahr 1990 wurde die Alexandra in das Denkmalsbuch des Landes Schleswig-Holstein eingetragen und steht seitdem unter Denkmalschutz.⁷⁴

⁷² vgl. mündl. Auskunft, Weyhausen, Flensburg 21.8.2008

⁷³ vgl. Förderverein Salondampfer „Alexandra“ e.V., Geschichte, http://www.dampfer-alexandra.de/index.php?option=com_content&task=blogcategory&id=16&Itemid=40

⁷⁴ vgl. ebenda



Abb. 7: Fotografie vom Salondampfer „Alexandra“⁷⁵
Länge: 36,96m, Breite: 7,17m, Tiefgang: 3m

Heute liegt der Dampfer im historischen Hafen in Flensburg (s. Abb. 7). Er bietet Platz für 150 Personen und fährt mit einer maximalen Geschwindigkeit von zwölf Knoten (das entspricht ca. 22 km/h) über die umliegende Förde.

6.1.1 Arten der Nutzung

Die Alexandra wird der Öffentlichkeit nur in den Monaten Mai bis September zugänglich gemacht. Aufgrund der begrenzten Zeit der ehrenamtlichen Besatzung, fährt das Schiff in der Regel nur an Freitagnachmittagen, Samstagen und Sonntagen. Pro Saison legt die Alexandra ca. 1.500 bis 1.700 Seemeilen (das entspricht ca. 2780 bis 3150 km) zurück.

Laut Vereinssatzung hat der FÖRDERVEREIN SALONDAMPFER „ALEXANDRA“ e.V. sich u.a. zum Ziel gemacht, mit dem Dampfer Fahrten durchzuführen.⁷⁶ Die Alexandra soll also nicht nur zur Attraktivitätssteigerung des Hafens beitragen.

6.1.1.1 Nutzung im Hafen

Aufgrund der besonderen Zulassungsbedingungen für Traditionsschiffe, dürfen diese nicht mit anderen Unternehmen in Konkurrenz treten. Aus Rücksichtnahme auf die anliegenden Restaurants und Cafés ist eine

⁷⁵ Quelle: eigene Fotografie

⁷⁶ vgl. Förderverein Salondampfer „Alexandra“ e.V., Vereinssatzung

gastronomische Nutzung der Alexandra daher nur während der Fahrt möglich. Einzig bei Trauungen wird eine Ausnahme gemacht. Die Nutzung der Alexandra als Museumsschiff ist ebenfalls nicht vorgesehen. Grund dafür ist, dass nicht genügend Interesse besteht und dadurch mehr Arbeit als Nutzen entstehen würde.

Auch wenn das Traditionsschiff im Hafen liegend nicht aktiv genutzt wird, bedeutet seine reine Anwesenheit eine Attraktivitätssteigerung für das Hafengelände und damit auch für das gesamte Stadtbild.

6.1.1.2 Öffentliche Fahrten

Die Alexandra bietet i.d.R. einmal pro Woche eine öffentliche Fahrt an. Diese Fahrten sind bei Touristen und Einheimischen sehr beliebt und meistens schon im Voraus ausgebucht. Die Preise sind niedrig gehalten, sie liegen je nach Art und Länge der Fahrt zwischen 10€ und 49€ für Erwachsene. Für Kinder bis einschließlich zwölf Jahre gibt es einen ermäßigten Preis. Zu den Fahrgästen zählen insbesondere Best Ager und Familien mit Kindern. Die meisten Touristen werden bei einem Spaziergang durch den Hafen auf die Alexandra aufmerksam. Nur wenige „Schiffskenner“ fahren gezielt nach Flensburg, um das Traditionsschiff zu besuchen. Während der öffentlichen Fahrten werden Kuchen, Würstchen und Getränke, an Bord angeboten.

Der Fahrplan bietet ein umfangreiches Programm, welches Fördefahrten, Fahrten mit Livemusik von stadtbekanntem Musikern, Fahrten zu Events (z.B. zur Kieler Woche), Fahrten mit Landgang etc. beinhaltet.⁷⁷ Während der Fahrten, die i.d.R. 1,5 bis 2,5 Stunden dauern, haben die Passagiere die Möglichkeit, sich ohne Führung das gesamte Schiff anzusehen. Kinder dürfen auch den Kapitän hinterm Steuerrad besuchen. Aufgrund der deutlich größeren Anzahl interessierter Touristen in den Schulferien, werden die einfachen Fördefahrten insbesondere zu dieser Zeit angeboten. Pro Saison führt der FÖRDERVEREIN SALONDAMPFER „ALEXANDRA“ E.V. ca. 30 öffentliche Fahrten durch, bei denen insgesamt ca. 3000 Fahrgäste empfangen werden.

⁷⁷ vgl. Förderverein Salondampfer „Alexandra“ e.V., Fahrplan 2008, s. Anhang 4

6.1.1.3 Private Fahrten (Charterfahrten)

Private Fahrten sind die Haupteinnahmequelle des FÖRDERVEREINS SALONDAMPFER „ALEXANDRA“ E.V.. Gechartert wird der Dampfer insbesondere für private Feiern und Betriebsausflüge von großen und kleinen Unternehmen. Für Meetings oder Tagungen bietet die Alexandra keine passenden Räumlichkeiten. Die Kundschaft kommt i.d.R. aus einem Umkreis von ca. 50 km Entfernung, Liebhaber nehmen aber auch eine Tagesreise auf sich, um die Alexandra nutzen zu können. Eine feste Zielgruppe lässt sich nicht definieren. Pro Fahrsaison werden ca. 35 private Fahrten durchgeführt.

Bei Buchung muss der Dampfer für eine mindestens zweistündige Fahrt gechartert werden. Das Catering an Bord ist nicht inklusive und kann aufgrund unzulänglicher Kochmöglichkeiten nur über Dritte angeboten werden. Gedecke⁷⁸ werden für eine Pauschale von 2€ pro Stück vom FÖRDERVEREIN SALONDAMPFER „ALEXANDRA“ E.V. zur Verfügung gestellt.

6.1.1.4 Hochzeiten

Die Alexandra hat den Hochzeitstourismus in Flensburg belebt. Den Anfragen aus aller Welt, welche beim Flensburger und Langballiger Standesamt oder direkt beim FÖRDERVEREIN SALONDAMPFER „ALEXANDRA“ E.V. eingehen, kann der Verein kaum nachkommen. Geworben wird über zahlreiche Internetseiten und die von der Stadt Flensburg angefertigte Broschüre „Heiraten in Flensburg: Ratgeber für Brautpaare“.

Für Trauungen wird die Alexandra auch unter der Woche und im Hafen liegend zur Verfügung gestellt.

6.1.1.5 Teilnahme an Events

Der Dampfer Alexandra nimmt regelmäßig an Events in Flensburg und Umgebung teil. Eines der Wichtigsten ist die Kieler Woche. Neben einigen öffentlichen Fahrten stehen dort für den Förderverein SALONDAMPFER

⁷⁸ ein Gedeck umfasst Teller, Besteck, Gläser und Serviette

„ALEXANDRA“ E.V. insbesondere die weit im Voraus ausgebuchten Charterfahrten im Vordergrund. Mit ihnen kann jährlich ein Umsatz von ca. 25.000 Euro erwirtschaftet werden.

Für die Stadt Flensburg hat der FÖRDERVEREIN SALONDAMPFER „ALEXANDRA“ E.V. in Kooperation mit der Stadt Flensburg eine eigene Großveranstaltung, mit dem historischen Dampfer Alexandra als Basis, entwickelt. Das „Flensburger Dampf Rundum“ hat sich zum größten Dampferspektakel Europas entwickelt. Zu diesem Event treffen sich historische Schiffe, Museums-Schiffe und alles was mit Dampf zu tun hat in Flensburg.⁷⁹ Die dreitägige Veranstaltung fand erstmals im Jahr 1993 statt und wird seitdem alle zwei Jahre wiederholt. Die Anzahl der Besucher ist seitdem von 150.000 auf 350.000 angestiegen. Mit diesem Erfolg ist das „Flensburger Dampf Rundum“ eine Bereicherung für die gesamte Stadt.

6.1.2 Kooperationen

Der FÖRDERVEREIN SALONDAMPFER „ALEXANDRA“ E.V. hat keine festen Kooperationspartner. Eine Ausnahme ist das FLENSBURGER SCHIFFAHRTSMUSEUM. Anlässlich des 100sten Geburtstages der Alexandra wurde dort zwischen dem 8. Mai und dem 28. September 2007 eine Sonderausstellung über die Geschichte des Dampfers gezeigt. Interessenten konnten ein Kombiticket, bestehend aus einer Führung durch die Ausstellung und wahlweise einer Fördefahrt mit der oder einer Führung durch die Alexandra erwerben.⁸⁰

Eine weitere Kooperation wurde für die Organisation und Durchführung der Veranstaltung „Flensburger Dampf Rundum“ mit der Stadt Flensburg eingegangen. Diese erlässt dem FÖRDERVEREIN SALONDAMPFER „ALEXANDRA“ E.V. außerdem die Liegegebühren im historischen Hafen.

⁷⁹ vgl. Reinhardt, Flensburger Dampf Rundum, Werbeflyer 2007

⁸⁰ vgl. Flensburger Schifffahrtsmuseum, Werbebroschüre für die Ausstellung „Von Butterfahrten und Petuhtanten“

6.1.3 Kommunikationskanäle

Um Fahrgäste zu werben, muss der FÖRDERVEREIN SALONDAMPFER „ALEXANDRA“ E.V. nur wenig tun. In Flensburg selbst ist der Dampfer noch aus früheren Jahren und durch die „Rettungsaktion“ überall bekannt. Durch die Präsenz im historischen Hafen werden auch die Touristen auf ihn aufmerksam.

Als Kommunikationskanäle nutzt der Förderverein das Internet und Werbeflyer. Des Weiteren wird die Alexandra in Reiseführern erwähnt und ist regelmäßig in Presse, Rundfunk und Fernsehen zu sehen. Als wichtigstes Kommunikationsmittel hat sich jedoch die Mundpropaganda erwiesen. Immer mehr Fahrgäste und Charterkunden kommen auf Empfehlung von Anderen.

6.2 Heimathafen - Flensburg

Flensburg ist mit knapp 86.500 Einwohnern (Stand 30. September 2006) deutlich größer als die Stadt Leer. Die Übernachtungszahlen sind jedoch nahezu identisch. Bei einer, in den letzten Jahren, stets positiven Entwicklung, wurden im Jahr 2007 188.980 Übernachtungen gezählt.⁸¹

Die Stadt Flensburg zählt die Alexandra zu den Wahrzeichen der Stadt. Sie gehört zum „Gesamtpaket Flensburg“ dazu und wird dementsprechend der Öffentlichkeit präsentiert. Regelmäßig kommen Interessierte in die Touristeninformation, um sich nach dem Dampfer, den sie zuvor im Hafen entdeckt haben, zu erkundigen.⁸²

6.3 Fazit

Durch die hohe Nachfrage und die Unterstützung der ca. 450 Vereinsmitglieder und eines Kuratoriums ist der FÖRDERVEREIN SALONDAMPFER „ALEXANDRA“ E.V. in der Lage die Alexandra selbstständig zu finanzieren. Hätte die ehrenamtliche Besatzung mehr Zeit zur Verfügung, könnten mit Erfolg weitere öffentliche

⁸¹ vgl. IHK Schleswig-Holstein, Übernachtungen in Schleswig Holstein, http://www.ihk-schleswig-holstein.de/produktmarken/standortpolitik/konjunktur_statistik/statistik/tourismus/uebernachtungen.jsp

⁸² mündl. Auskunft, Porath, Flensburg 21.08.2008

Fahrten angeboten oder Termine für Charterfahrten vergeben werden. Zurzeit werden pro Fahrsaison, bei nicht gesättigter Nachfrage, ca. 30 öffentliche Fahrten und 35 Charterfahrten durchgeführt.

Die regionale Wirtschaft profitiert von dem Vorhandensein der Alexandra. Musiker werden für öffentliche Fahrten gebucht, Cateringservices verdienen Geld an den Charterfahrten und insbesondere das dreitägige „Flensburger Dampf Rundum“ hat positive Auswirkungen auf die gesamte Flensburger Wirtschaft. Des Weiteren tritt die Alexandra regelmäßig in den Medien in Erscheinung, die Mundpropaganda von begeisterten Fahrgästen zieht immer größere Kreise und die Großveranstaltung „Flensburger Dampf Rundum“ erregt immer größeres Aufsehen, welches mit kontinuierlich steigenden Besucherzahlen einhergeht. Für die Stadt Flensburg hat das positive Auswirkungen auf den Bekanntheitsgrad und das Image.

Da die Alexandra in ihrer Art, Lage und Umgebung mit der Prinz Heinrich vergleichbar ist, spricht alles dafür, dass die Prinz Heinrich in Zukunft einen ähnlichen Erfolg verbuchen könnte.

7 Referenzprojekt II: Peildampfer „Schaarhörn“ in Hamburg

Im Folgenden finden sich die Ergebnisse der Untersuchungen rund um das zweite Referenzprojekt, den Peildampfer „Schaarhörn“ in Hamburg, im Folgenden überwiegend als „Schaarhörn“ bezeichnet. Die gegebenen Informationen stammen, soweit nicht anders gekennzeichnet, aus einem Gespräch mit Jürgen Seifert, dem ersten Vorsitzenden des FREUNDE DES DAMPFSCIFFS SCHAARHÖRN E.V..⁸³

7.1 Peildampfer „Schaarhörn“

Der Peildampfer Schaarhörn (s. Abb. 8) wurde 1908 in der HAMBURG-STEINWÄRDER SCHIFFSWERFT UND MASCHINENFABRIK gebaut. Das Schiff wurde in unterschiedlichen Bereichen eingesetzt, bis es am 30.08.1973 nach England verkauft wurde. Bis 1979 wurde es an der Ostküste als Gastronomieschiff verwendet. Anschließend sollte es als Grundbaustein eines Museumshafens an der Westküste dienen. Dort verkam der Dampfer jedoch völlig.



Abb. 8: Fotografie vom Peildampfer „Schaarhörn“⁸⁴
Länge: 41,66m, Breite: 6,80m, Tiefgang: ca. 3m

Im Jahr 1990 wurde die Schaarhörn aus Mitteln des COMMERZ-COLLEGIUMS ZU ALTONA, einer Traditionseinrichtung Altonaer Kaufleute, gekauft und per

⁸³ mündl. Auskunft, Seifert, Hamburg 17.09.2008

⁸⁴ Quelle: Stiftung Hamburg Maritim, Beschreibung, <http://www.schaarhoern.de/beschr.htm>

Dockschiff zurück nach Hamburg überführt. Dort wurde es 1993 als erstes Schiff in die Hamburger Denkmalliste aufgenommen

In den Jahren 1990 bis 1995 wurde die Schaarhörn mit Unterstützung der Stadt Hamburg und Spenden aus der regionalen Wirtschaft auf der Vereinswerft im Hamburger Binnenhafen unter Aufsicht der Schiffs-Klassifikationsgesellschaft GERMANISCHER LLOYD grundlegend restauriert. Nach Fertigstellung wurde das Schiff an seinen neuen Eigentümer, den FÖRDERVEREIN DS SCHAARHÖRN E.V., heute FREUNDE DES DAMPFSCHIFFS SCHAARHÖRN E.V., übergeben. Seit dem 25. Mai 1995 wird die Schaarhörn von einer ausschließlich ehrenamtlich tätigen Besatzung als fahrendes Museumsschiff in Betrieb gehalten.

Heute ist die Schaarhörn wieder im Hamburger Hafen beheimatet und bietet Platz für ca. 80 Personen. Eigentümer ist seit 2002 die STIFTUNG HAMBURG MARITIM. Der Betrieb obliegt aber noch immer dem Verein FREUNDE DES DAMPFSCHIFFS SCHAARHÖRN E.V..⁸⁵

7.1.1 Arten der Nutzung

Der Zweck des FREUNDE DES DAMPFSCHIFFS SCHAARHÖRN E.V. „wird insbesondere dadurch verwirklicht, dass der Verein [...] der interessierten Öffentlichkeit die Schiffstechnik bei Besichtigungen und auf Demonstrationsfahrten erklärt und demonstriert und mit dem Schiff an traditionellen oder sportlichen Veranstaltungen teilnimmt“.⁸⁶ Die Fahrsaison der Schaarhörn beginnt im Mai und endet im Oktober.

7.1.1.1 Nutzung im Hafen

Die Schaarhörn liegt an einer relativ ungünstigen Position im Hamburger Hafen. Sie ist für Passanten kaum sichtbar und nur schlecht zugänglich. Es ist nicht vorgesehen, dass Touristen oder Einheimische den Dampfer im Hafen liegend besichtigen.

⁸⁵ vgl. Stiftung Hamburg Maritim, Geschichte, <http://www.schaarhoern.de/Geschichte.htm>

⁸⁶ Freunde des Dampfschiffs SCHAARHÖRN e.V., Satzung des Vereins „Freunde des Dampfschiffs SCHAARHÖRN e.V.“, § 4 Zweck des Vereins

Während der Fahrsaison wird das Schiff nicht im Hafen liegend genutzt. Außerhalb der Fahrsaison, kann das Schiff im Hafen liegend für private Veranstaltungen, geschäftliche Meetings etc. gechartert werden. Des Weiteren finden im Winter die bei den Hamburgern sehr beliebten Ringelnetz-Lesungen statt, zu denen jeweils 20 Eintrittskarten verkauft werden. Neben der Lesung werden ein Getränk zum Empfang, eine Vorspeise und ein Hauptgang geboten. Die Karten sind i.d.R. weit im Voraus ausverkauft.

Für die laufende Wintersaison 2008 liegt die Schaarhörn erstmals in dem neuen Museumshafen am Sandtorkai in der Hafencity.

7.1.1.2 Öffentliche Fahrten

Pro Saison bietet der FREUNDE DES DAMPFSCIFFS SCHAARHÖRN E.V. ca. zehn bis zwölf öffentliche Fahrten an, bei denen jeweils ca. 60 Passagiere an Bord genommen werden können (die Besatzung besteht aus 20 Personen). Die Preise liegen je nach Länge und Art der Fahrt zwischen 27€ und 40€. Bei den Fahrgästen handelt es sich meistens um Best Ager und Familien mit Kindern, die Schiffs-Liebhaber, Kenner oder Einheimische sind. Nur selten kommen Hamburg-Touristen auf den Dampfer. Ob und wie sich der neue Winterliegeplatz in der Hafencity auf das Interesse der Hamburg-Touristen an der Schaarhörn auswirkt, ist noch nicht bekannt.

Die öffentlichen Fahrten sind i.d.R. nicht ausverkauft. Um Verluste zu vermeiden, läuft der Dampfer nur aus, wenn mindestens 40 Fahrkarten verkauft worden sind. Während den Fahrten werden den Passagieren wechselnde, kleine Mahlzeiten wie z.B. Hamburger Labskaus oder Suppe und verschiedene Getränke angeboten. Alle Passagiere haben die Möglichkeit während der Fahrt das gesamte Schiff zu besichtigen. Kinder dürfen auch beim Kohleschaufeln helfen. Die Mannschaft steht für Fragen stets zur Verfügung.

7.1.1.3 Private Fahrten (Charterfahrten)

Pro Saison kommt die Schaarhörn der Nachfrage von ca. 50 bis 60 Charterfahrten nach. Dabei handelt es sich um die Haupteinnahmequelle des FREUNDE DES DAMPFSCIFFS SCHAARHÖRN E.V. Die Mehrzahl der Charterkunden kommt direkt aus Hamburg. Zur Hauptzielgruppe gehören Großbanken, Mineralölkonzerne und Anwaltskanzleien, die den Dampfer für Meetings oder Betriebsfeiern chartern. Auch der Hamburger Senat chartert die Schaarhörn gerne für besondere Anlässe. Private Feiern, wie Hochzeiten oder Geburtstage, finden ebenfalls an Bord statt. Vereinzelt kommen Charterkunden sogar aus dem Ausland angereist.

7.1.1.4 Teilnahme an Events

Der FREUNDE DES DAMPFSCIFFS SCHAARHÖRN E.V. nimmt mit der Schaarhörn an zahlreichen Veranstaltungen in Hamburg und Umgebung teil. Voraussetzung ist jedoch, dass ein wirtschaftlicher Gewinn entsteht. Für reine Repräsentationszwecke, nimmt der FREUNDE DES DAMPFSCIFFS SCHAARHÖRN E.V. den Aufwand und die Kosten nicht auf sich.

Veranstaltungen, an denen das Schiff teilnimmt, sind u.a. das „Flensburger Dampf Rundum“, Veranstaltungen im Tonnenhafen Wedel und das 2008 erstmals durchgeführte „Kiel unter Volldampf“.

7.1.2 Kooperationen

Der FREUNDE DES DAMPFSCIFFS SCHAARHÖRN E.V. hat keine geschäftlichen Kooperationen mit anderen Unternehmen oder Vereinen. Nach einigen Versuchen und vielen negativen Erfahrungen sieht dieser davon ab. Auch Unterstützung, etwa von der Stadt oder der regionalen Wirtschaft, erhält der Verein nicht.

7.1.3 Kommunikationskanäle

Das wichtigste Kommunikationsmittel ist auch beim FREUNDE DES DAMPFSCIFFS SCHAARHÖRN E.V. die Mundpropaganda. Diese Erkenntnis machte der Verein zu Beginn seiner Tätigkeit als Betreiber der Schaarhörn. Das Verschicken von Hochglanzbroschüren an potenzielle Kunden zeigte keine Wirkung. Der erfolgreiche Geschäftseinstieg erfolgte erst, nachdem mehrere Mitglieder des Eigentümervereins der STIFTUNG HAMBURG MARITIM den Dampfer gechartert hatten und begeistert von Bord gingen.⁸⁷

Die Schaarhörn wird des Weiteren über eine eigene Homepage, Flyer und den Hamburger Museumsführer beworben. Auch Presse, Rundfunk und Fernsehen berichten regelmäßig über das Dampfschiff.

7.2 Heimathafen - Hamburg

Hamburg ist mit 1.762.951 Einwohnern (Stand 18.7.2008)⁸⁸ die zweitgrößte Stadt Deutschlands. Sie bietet ein deutlich größeres Angebot an touristischen Attraktionen und Unternehmungsmöglichkeiten als Leer oder Flensburg. Da das Traditionsschiff Schaarhörn in der Angebotsvielfalt untergeht und zudem einen schlecht einsehbaren Liegeplatz hat, kommen nur sehr selten Hamburg-Touristen an Bord des Dampfers. Von Einheimischen und Kennern wird der Dampfer als ein historischer Teil Hamburgs betrachtet.

7.3 Fazit

Der FREUNDE DES DAMPFSCIFFS SCHAARHÖRN E.V. kann mit den Einnahmen aus dem Betrieb die Schaarhörn finanzieren. Für Reparaturen am Schiff, die der Verein nicht tragen kann, kommt die STIFTUNG HAMBURG MARITIM auf.

Anders als im FÖRDERVEREIN SALONDAMPFER „ALEXANDRA“ E.V., sind im FREUNDE DES DAMPFSCIFFS SCHAARHÖRN E.V. über die Hälfte der ca. 160

⁸⁷ vgl. schriftl. Auskunft, Grobe, Email vom 12.05.2008

⁸⁸ vgl. Statistikamt Nord, Bevölkerungsentwicklung in Hamburg und Schleswig-Holstein 2007, [http://www.statistik-nord.de/index.php?id=531&tx_ttnews\[tt_news\]=1736&tx_ttnews\[backPid\]=471&cHash=b29542b100](http://www.statistik-nord.de/index.php?id=531&tx_ttnews[tt_news]=1736&tx_ttnews[backPid]=471&cHash=b29542b100)

Vereinsmitglieder aktiv als Besatzung für den Verein tätig. Dadurch ist die Schaarhörn in der Fahrsaison fast täglich bereit auszulaufen und kann sich ganz an den Kundenwünschen orientieren. Bei gesättigter Nachfrage führt das Dampfschiff ca. 10-12 öffentliche Fahrten und 50-60 Charterfahrten durch.

Für die Stadt Hamburg ist die Schaarhörn von historischer Bedeutung und soll daher erhalten bleiben. Das zeigte sich bei der Unterstützung in der Restaurierungsphase. Heute gibt die Stadt keine Mittel mehr frei, um den Dampfer zu unterstützen. Der Hamburger Senat chartert das Schiff jedoch gelegentlich für hohen Besuch, wie den Bürgermeister von Chicago oder Scheichs aus Dubai. In dem vielfältigen Angebot von Hamburg geht die Schaarhörn als Touristenattraktion unter und findet daher kaum Beachtung.

Die Schaarhörn ist nur in ihrer Art mit der Prinz Heinrich vergleichbar. In ihrer Lage und Umgebung unterscheiden sich die Schiffe völlig. Trotzdem kann die Erkenntnis mitgenommen werden, dass es Schiffs-Liebhaber und -kenner gibt, die in ihrer Freizeit ihrer Leidenschaft nachgehen und Traditionsschiffe aufsuchen.

8 Touristische Einsatzmöglichkeiten der „Prinz Heinrich“

Die Prinz Heinrich vereint positive Eigenschaften der Dampfschiffe Alexandra und Schaarhörn. Sie hat einen optimalen Standort in einer Umgebung, in der sie Beachtung und Anerkennung findet und bietet Räumlichkeiten an Bord, die auch für kleine bis mittelgroße Gesellschaften oder Meetings geeignet sind.

Insbesondere an dem in Kapitel sechs erläuterten Referenzprojekt Alexandra ist erkennbar, dass die Prinz Heinrich das Potenzial hat, ein Anziehungspunkt für Touristen zu werden. In mehreren Gesprächen mit Dr. Wolfgang Hofer und Peter Schülke, beide Vorstandsmitglieder im TRADITIONSSCHIFF „PRINZ HEINRICH“ E.V., wurde erörtert, welche Möglichkeiten insbesondere für die touristische Nutzung des Dampfschiffs existieren und welche Chancen diese für die Ems-Dollart-Region bergen.

8.1 Öffentliche Fahrten

Der TRADITIONSSCHIFF „PRINZ HEINRICH“ E.V. betont immer wieder, dass die Prinz Heinrich eine Bereicherung für die gesamte Ems-Dollart-Region sein soll. Um das zu erreichen, ist es entscheidend, dass der Dampfer in der gesamten Region bekannt und regelmäßig präsent ist. Durch ein großes und vielfältiges Angebot öffentlicher Fahrten kann das erreicht werden.

Nicht vergessen werden darf, dass die wirtschaftliche Unabhängigkeit der Vereine FREUNDE DES DAMPFSCHIFFS SCHAARHÖRN E.V. und FÖRDERVEREIN SALONDAMPFER „ALEXANDRA“ E.V. nur durch den Verkauf zahlreicher Charterfahrten gewährleistet wird. Wenn der TRADITIONSSCHIFF „PRINZ HEINRICH“ E.V. öffentliche Fahrten zu einer Einnahmequelle machen will, müssen mehrere Fahrten an einem Tag angeboten werden. Grund dafür ist, dass die Prinz Heinrich für jede Inbetriebnahme über mehrere Stunden vorgeheizt werden muss und dieser Prozess hohe Kosten verursacht. Es muss gleichzeitig darauf geachtet werden, dass der Dampfer seinen Status als etwas „Einzigartiges und Besonderes“ in der Region nicht aufgrund eines Überangebotes riskiert.

Zusammengefasst lässt sich sagen, dass ein wirtschaftlicher Betrieb von Traditionsschiffen auf der Basis öffentlicher Fahrten schon allein wegen der hohen Betriebskosten nur schwer umsetzbar ist.

8.1.1 Traditionsfahrten

Der TRADITIONSSCHIFF „PRINZ HEINRICH“ E.V. strebt an, Traditionsfahrten mit der Prinz Heinrich anzubieten. Dafür sind insbesondere die Strecken von Emden nach Borkum, auf der der Dampfer im Linienverkehr tätig war, und von Leer nach Papenburg, wo der Dampfer in der MEYER WERFT gebaut worden ist, prädestiniert. Es sollen aber auch Fahrten zu weitere Häfen innerhalb der Ems-Dollart-Region angeboten werden.

Um der gesamten Region „Gutes“ zu tun, wäre es wünschenswert, die Traditionsfahrten von unterschiedlichen Standorten aus zu beginnen und/oder an mehreren Häfen zu unterbrechen, um Passagiere an Bord zu nehmen oder auch von Bord zu lassen. Diese Vorstellung kommt auch der aktuellen Nachfragesituation entgegen, da für Schifffahrten, die länger als drei Stunden dauern kaum Interesse besteht.⁸⁹ Vorstellbar wäre bspw. an einem Tag die Strecke „Leer - Ditzum - Emden - Delfzijl - Borkum“ zu fahren. Um die Vermarktung und die logistische Planung solcher Fahrten zu erleichtern, könnte der TRADITIONSSCHIFF „PRINZ HEINRICH“ E.V. eine Kooperation mit der AG EMS eingehen.⁹⁰

Traditionsfahrten werden überwiegend für Touristen ein attraktives Angebot darstellen. Zielgruppen sind insbesondere Best Ager und Familien mit Kindern.⁹¹ Dort, wo die Fahrgäste an und von Bord der Prinz Heinrich gehen, können Betriebe der regionalen Wirtschaft von den höheren Besucherzahlen profitieren.

⁸⁹ vgl. mündl. Auskunft, Habben, Emden 28.10.2008

⁹⁰ s. Kapitel 9.3

⁹¹ vgl. mündl. Auskunft, Weyhausen, Flensburg 21.08.2008

8.1.2 Themenfahrten

Um Abwechslung in das Programm zu bringen und auch Einheimischen der Ems-Dollart-Region den Anreiz zu geben, des Öfteren mit der Prinz Heinrich zu fahren, zieht der TRADITIONSSCHIFF „PRINZ HEINRICH“ E.V. in Betracht, Themenfahrten anzubieten. Das können u.a. Fahrten mit Musik von regionalen Musikern oder Lesungen an Bord des Dampfers sein.

Die Themenfahrten bilden insbesondere für Einheimische ein attraktives Angebot und haben daher das Potenzial, den Tagestourismus innerhalb der Region zu stärken. Im Binnenland von Ostfriesland herrschte im Jahr 2005, im Vergleich zu anderen niedersächsischen Destinationen, das schlechteste Verhältnis zwischen unternommenen (25 Mio.) und empfangenen⁹² (13,2 Mio.) Tagesreisen.⁹³ Grundsätzlich existiert in diesem Gebiet eine relativ große Nachfrage nach Fahrten mit Ausflugsschiffen.⁹⁴ Diese gilt es auszubauen und durch historische Schiffe, wie die Prinz Heinrich, interessanter zu gestalten.

8.1.3 „Besondere“ Fahrten

Die Prinz Heinrich bietet die technischen Voraussetzungen, um das Schiff bei Ebbe im Wattenmeer trocken zu legen. Da diese Eigenschaft nur bei wenigen Schiffen gegeben ist, lassen sich exklusive Angebote gestalten. Solche „besonderen“ Fahrten können Interessierte von weit her in die Ems-Dollart-Region locken und möglicherweise sogar einen neuen Kundenstamm ansprechen.

8.2 Private Fahrten (Charterfahrten)

Die Referenzprojekte Alexandra und Schaarhörn haben gezeigt, dass sich ein historischer Dampfer i.d.R. nicht durch öffentliche Fahrten finanzieren lässt. Damit der TRADITIONSSCHIFF „PRINZ HEINRICH“ E.V. finanzielle Unabhängigkeit

⁹² Beinhaltet auch Tagesreisen die in der Region selbst unternommen wurden.

⁹³ vgl. dwif Consulting GmbH, Tagestourismus in den Reisegebieten Niedersachsens, S. 12

⁹⁴ vgl. ebenda, S. 52-53

erreichen kann, sind also voraussichtlich Einnahmen aus Charterfahrten notwendig.

Bei den Referenzprojekten zeigt sich, dass historische Schiffe gerne für private Feiern oder Betriebsausflüge gechartert werden. Wenn die Prinz Heinrich es schafft, sich einen guten Ruf zu erarbeiten, ist es durchaus denkbar, dass Gesellschaften aus bspw. Bremen oder Hannover anreisen, um die außergewöhnliche Lokalität für ihre Zwecke zu nutzen.

In Flensburg hat der Hochzeitstourismus mit Fertigstellung der Alexandra einen Aufschwung erlebt. Der Dampfer wird gerne von Paaren für Trauungen gechartert. Eine solche Entwicklung ist auch in Bezug auf die Prinz Heinrich vorstellbar. Sie könnte ähnlich wie der „Otto-Leuchtturm“ in Pilsun ein nationaler und internationaler Anziehungspunkt für Brautpaare werden.⁹⁵

8.3 Maritime Events und Großveranstaltungen

In Deutschland und den Niederlanden gibt es zahlreiche maritime Großveranstaltungen, bei denen historische Schiffe zur Hauptattraktion zählen oder sich zumindest in großer Zahl an den Festlichkeiten beteiligen:

⁹⁵ vgl. TourismusMarketing Niedersachsen GmbH, Mittsommernachts-Hochzeit im Otto-Turm, <http://www.nordsee-netz.de/174/2008-0154/heiraten-pilsumer-leuchtturm-nordsee.html>

Maritime Großveranstaltungen mit Beteiligung von historischen Dampfschiffen in Deutschland			
Maritime Großveranstaltung (zuletzt stattgefunden)	Kurzbeschreibung des Events	Besucher	Informationen
Kieler Woche (Juni 2008)	Segelregatta & Sommerfest	3.000.000	www.kieler-woche.de
Sail Bremerhaven (Aug. 2005) Lütte Sail (Aug. 2008)	Internationales Festival der Windjammer (und Traditionsschiffe)	1.700.000 1.000.000	www.sail-bremerhaven.de
Hamburger Hafengeburtstag (Mai 2008)	Weltweit größter Hafengeburtstag mit Wasserprogramm als „Herzstück“	1.500.000	www.hafengeburtstag-hamburg.de
Hanse Sail Rostock (Aug. 2008)	Maritimes Volksfest mit Traditionsseglern und Museumsschiffen als Hauptattraktionen	1.000.000	www.hanesail.com
Flensburger Dampf Rundum (Juli 2007)	Dampferspektakel	350.000	www.flensburger-dampf-rundum.de
Wochenende an der Jade (Juli 2008)	Stadt- und Hafenfest in Wilhelmshaven	300.000	www.wochenendean-derjade.de
Wismarer Hafentage (Juni 2008)	Festmeile entlang des Hafens	50.000 ⁹⁶	www.wismarer-hafentage.de
Kiel unter Volldampf (Juni 2008)	Maritimes Landesfest mit alten Dampfschiffen als Hauptattraktion	k.A.	www.kiel-unter-volldampf.de
Emdener Matjestage (Mai/Juni 2008)	Alles rund um die Heringsfischerei & Traditionsschiffreffen	k.A.	www.matjestage.de

Tab. 6: Maritime Großveranstaltungen mit Beteiligung von historischen Dampfschiffen in Deutschland⁹⁷

In Tab. 6 sind einige erfolgreiche Events aufgeführt, bei denen eine Teilnahme der Prinz Heinrich vorstellbar wäre.

⁹⁶ vgl. Tournet Management, Referenzen, <http://www.tournet-management.de/referenzen.htm>

⁹⁷ selbst erstellte Tabelle, kein Anspruch auf Vollständigkeit, Angaben (soweit nicht anders gekennzeichnet) von den Internetseiten der Veranstalter entnommen

8.3.1 Teilnahme an Events in der Ems-Dollart-Region

Es ist wichtig, dass die Prinz Heinrich an zahlreichen Events in der Ems-Dollart-Region teilnimmt. Dadurch steigt der Bekanntheitsgrad des Dampfers bei der Bevölkerung, sodass diese sich besser mit ihm identifizieren kann. Als ein „neues Highlight“ kann die Prinz Heinrich außerdem dazu beitragen eine größere Anzahl von Besuchern anzuziehen. Dadurch wird der Erfolg des jeweiligen Events sowie der Gewinn für die einzelnen Teilnehmer erhöht.

Bspw. Jeannette Blijdorp-Jonker, Director of Operations DelfSail 2009 & Projectmanager Eems Dollard Havenfestival 2009, findet das „Projekt“ Prinz Heinrich sehr interessant und würde sich freuen den Dampfer zu der Veranstaltung DelfSail und/oder zum Eems Dollard Havenfestival in Delfzijl begrüßen zu können.⁹⁸

Weitere Events in der Region, die sich eignen, um die Prinz Heinrich als ein neues Highlight zu präsentieren, sind u.a. das Treffen der Traditionsschiffe in Leer sowie die Matjestage und die Hafenmeile in Emden.

8.3.2 Teilnahme an Events außerhalb der Ems-Dollart-Region

Die Prinz Heinrich bietet, in ihrer Eigenschaft als bewegliches, maritimes Kulturerbe aus der Region, optimale Voraussetzungen um, als „Botschafter“ der Ems-Dollart-Region zu dienen. Durch ihre Einmaligkeit hat sie einen hohen Wiedererkennungswert und zieht Interesse auf sich. Events, wie der Hamburger Hafengeburtstag, die Kieler Woche, Kiel unter Volldampf, Sail Bremerhaven oder das Flensburger Dampf Rundum, sind bestens geeignet, um das Dampfschiff und damit die Ems-Dollart-Region zu präsentieren. In den Niederlanden wäre insbesondere das Event „Dordt in Stoom“⁹⁹, welches mit dem „Flensburger Dampf Rundum“ vergleichbar ist, einen Besuch wert. Ein gelungener Auftritt, der begeisterte Fahrgäste und Charterkunden zur Folge haben sollte, ist insbesondere für positive Mundpropaganda von großer Bedeutung.

⁹⁸ vgl. schriftl. Auskunft, Blijdorp-Jonker, Email vom 28.05.2008

⁹⁹ vgl. Secretariaat Stichting Dordt in Stoom, <http://www.dordtinstoom.nl/>

8.3.3 Entwicklung einer neuen maritimen Großveranstaltung in Leer

Wenn sich der TRADITIONSSCHIFF „PRINZ HEINRICH“ E.V. den FÖRDERVEREIN SALONDAMPFER „ALEXANDRA“ E.V. zum Vorbild nimmt und die Stadt Leer bereit ist zu kooperieren, könnte die Prinz Heinrich der Grundstein für eine neuartige maritime Großveranstaltung in der Ems-Dollart-Region sein. Ein Dampferspektakel ähnlich dem „Flensburger Dampf Rundum“ oder dem „Kiel unter Volldampf“ könnte auch in Leer Erfolg haben und tausende Touristen in die Region ziehen. Im Folgenden sind einige der Schiffe aufgeführt, die bei den Veranstaltungen in Flensburg und/oder Kiel dabei waren¹⁰⁰ und damit potentielle Teilnehmer wären:

- Feuerschiff „Fehmarnbelt“ von 1908 aus Brake
- Bergungsschlepper „Goliath“ von 1941 aus Bremerhaven
- Dampfeisbrecher „Wal“ von 1938 aus Bremerhaven
- Salondampfer „Alexandra“ von 1908 aus Flensburg
- Lotsen-Versetzboot „Marxen“ von 1957 aus Hamburg
- Peildampfer „Schaarhörn“ von 1908 aus Hamburg
- Dampfeisbrecher „Stettin“ von 1933 aus Hamburg
- Dampfbrecher „Woltman“ von 1904 aus Hamburg
- Schlepper „Odin“ von 1965 aus Husum
- Seitenraddampfer „Freya“ von 1905 aus List auf Sylt
- Tonnenleger „Bussard“ von 1905/06 aus Papenburg
- Küstenmotorschiff „Greundiek“ von 1950 aus Stade
- Feuerschiff „Elbe 3“ von 1888 aus Vegesack
- Tonnenleger „Kapitän Meyer“ von 1949/50 aus Wilhelmshaven
- Küstenmotorschiff „Jan Dirk“ von 1950 aus Wischhafen

Auch die Niederländer pflegen ihre „Dampf-Kultur“ und schließen sich in Vereinen wie der VERENIGING STOOMVAART (Dutch Steam Society) zusammen.¹⁰¹ Sicher kann man auch von dieser Seite Beteiligung erwarten.

¹⁰⁰ vgl. Event-Agentur Reinhardt, Das Maritime Landesfest - Kiel unter Volldampf, Die Dampferflotte, <http://www.kiel-unter-volldampf.de/die-dampferflotte.php> und Reinhardt, Flensburger Dampf Rundum, Werbeflyer 2007

¹⁰¹ vgl. Vereniging Stoomvaart, <http://www.stoomvaart.nl/>

Des Weiteren ist mit der Teilnahme zahlreicher kleinerer Dampfboote zu rechnen.

Eine neue maritime Großveranstaltung in Leer wäre keine „Konkurrenz“ für das alle zwei Jahre stattfindende „Treffen der Traditionsschiffe“. Es handelt sich bei diesem Event um ein Zusammenkommen von überwiegend kleineren Traditionsmotorbooten.¹⁰² Sicher wären viele der Bootsbesitzer, die regelmäßig am Treffen der Traditionsschiffe teilnehmen, begeistert ihr Traditionsschiff bei einer weiteren Veranstaltung präsentieren können.

8.4 Nutzung im Hafen

Da die Prinz Heinrich von einer ehrenamtlich arbeitenden Besatzung geführt werden soll, sollte niemand erwarten, dass sie täglich auslaufen kann. Um interessierte Touristen nicht zu enttäuschen, wird vom TRADITIONSSCHIFF „PRINZ HEINRICH“ E.V. neben dem Fahrgeschäft eine Nutzung im Hafen angestrebt.

8.4.1 Nutzung als Museumsschiff

Die Prinz Heinrich ist nicht nur als fahrendes Traditionsschiff eine Attraktion. Mit entsprechendem Marketing kann man sicher zahlreiche Touristen für eine kurze Führung über das Schiff begeistern. Neben dem beeindruckenden Dampfantrieb und den liebevoll ausgearbeiteten Details wird an Bord eine kleine Ausstellung zur Ems-Dollart-Schiffahrt und der Leerer Heringsfischerei zu sehen sein.¹⁰³

Sollte die Prinz Heinrich bspw. im Rahmen eines Events längere Zeit in einem fremden Hafen liegen, wäre es wünschenswert, dass sie auch dort für Interessierte zugänglich ist.

¹⁰² vgl. Stadt Leer, Veranstaltungen, <http://www.stadt-leer.de/>

¹⁰³ vgl. Peters, Gutachterliche Stellungnahme zu PRINZ HEINRICH

8.4.2 Nutzung bei Veranstaltungen im Heimathafen

Im „neuen“ Heimathafen Leer, sollte sich der TRADITIONSSCHIFF „PRINZ HEINRICH“ E.V. mit der Prinz Heinrich unbedingt bei örtlichen Veranstaltungen mit einbringen. So sind bspw. das Treffen der Traditionsschiffe, der Gallimarkt, Leer Maritim oder der Weihnachtsmarkt bestens geeignet, um mit einem „Tag der offenen Tür“, auffälliger Beleuchtung und/oder dem Verkauf von Kaffee und Kuchen auf sich aufmerksam zu machen. Öffentliche Fahrten und/oder private Fahrten könnten natürlich zusätzlich angeboten werden.

8.4.3 Gastronomische Nutzung

Der TRADITIONSSCHIFF „PRINZ HEINRICH“ E.V. strebt an, auf der Prinz Heinrich eine kleine Auswahl regionaler Spezialitäten anzubieten. Als Traditionsschiff im rechtlichen Sinne, darf sie nicht in Konkurrenz mit umliegenden Betrieben treten, daher wird dieses Angebot vermutlich nur in sehr kleinem Rahmen, für zahlende Besucher oder zu besonderen Anlässen zur Verfügung stehen. Der TRADITIONSSCHIFF „PRINZ HEINRICH“ E.V. zieht auch in Erwägung für Charterkunden selbst an Bord zu kochen. Zu Problemen könnten in beiden Fällen die nur begrenzten Kochmöglichkeiten, nötige Genehmigungen und die strengen Hygienevorschriften werden.

8.5 Entwicklung einer neuen Themenstraße

In einem Gespräch zwischen Peter Schülke, einem Vorstandsmitglied des TRADITIONSSCHIFF „PRINZ HEINRICH“ E.V. und Dieter Schröer, dem Amtsleiter vom Fachbereich für Wirtschaftsförderung und Kreisentwicklung des Landkreises Leer, entstand die Idee, die Prinz Heinrich als Grundstein für die Entwicklung einer „Erlebnistour“ entlang küstennaher Gebiete in Deutschland zu nutzen.¹⁰⁴

Vorstellbar wäre auf Basis der Vernetzungsstrategie, eine neue Themenstraße zu entwickeln. Dabei handelt es sich um eine regionale oder überregionale Route mit mehreren unter einem bestimmten Thema zusammengefassten

¹⁰⁴ vgl. mündl. Auskunft, Schülke, Leer 2008

Stationen. Durch diese Vernetzung entsteht ein eigenständiges, attraktives Produkt.¹⁰⁵

Im Fall Prinz Heinrich ist eine Themenstraße unter dem Motto „Dampf“ oder „historische Dampfschiffe“, die von Dampfer zu Dampfer bspw. durch Niedersachsen, Hamburg, Schleswig-Holstein und Mecklenburg-Vorpommern führt, vorstellbar. Eine solche Route wäre insbesondere für „Dampfschiff-Freunde“ interessant und könnte den Tourismus in den küstennahen Gebieten stärken.

¹⁰⁵ vgl. Leverenz, Möglichkeiten der Vermarktung für kulturtouristische Sehenswürdigkeiten und Destinationen, S.7-10

9 Potenzielle Kooperationspartner für den TRADITIONSSCHIFF „PRINZ HEINRICH“ E.V.

In der Ems-Dollart-Region existieren sicherlich zahlreiche Unternehmen, Vereine, Einrichtungen etc., die an einer Kooperation mit dem TRADITIONSSCHIFF „PRINZ HEINRICH“ E.V. interessiert sind. Im Folgenden werden einige potenzielle Kooperationspartner vorgestellt, welche bereits nähere Vorstellungen zu diesem Thema geäußert haben. Bei allen genannten Unternehmen/Einrichtungen gilt, dass nähere Verhandlungen über eine tatsächliche Zusammenarbeit zwischen den Parteien bisher noch nicht geführt wurden.

9.1 PAPENBURG TOURISMUS GMBH

Die PAPENBURG TOURISMUS GMBH ist für die touristische Vermarktung von Papenburg zuständig. Sie ist u.a. für die Leitung des Besucherzentrums der MEYER WERFT verantwortlich und kümmert sich um das touristische Angebot rund um die Emsstadt.

Der Geschäftsführer Jan Westphal bezeichnet die Prinz Heinrich als ein „Juwel“, welches sicherlich ein zukünftiger Magnet sein wird und für die Region ein Highlight auf der Ems werden kann. In einer Email schrieb er außerdem: „Sicherlich lassen sich über die Anrainer und Standorte an der Ems, angefangen von Emden rauf bis Rheine, interessante Angebote und Pakete entwickeln. Großes Interesse wird sicherlich bestehen, davon sind wir überzeugt. Auch wir wären sehr aufgeschlossen, um mit den zukünftigen Betreibern neue Ideen zu entwickeln.“¹⁰⁶

Im Besucherzentrum der MEYER WERFT ist nach genauer Absprache zwischen der PAPENBURG TOURISMUS GMBH, der MEYER WERFT und dem TRADITIONSSCHIFF „PRINZ HEINRICH“ E.V. sicherlich ein Hinweis auf das „Projekt“ Prinz Heinrich realisierbar. Aus heutiger Sicht lässt sich jedoch noch nicht abschätzen, in wieweit dieser Auswirkungen auf die touristische Nachfrage nach dem Dampfer haben wird. Ein Grund dafür ist, dass die Besuchergruppen

¹⁰⁶ schriftl. Auskunft, Westphal, Email vom 19.09.2008

der MEYER WERFT sehr heterogen sind und nicht klar ist, wie viele Personen tatsächlich in die Zielgruppe der Prinz Heinrich fallen.¹⁰⁷

Die PAPENBURG TOURISMUS GMBH zeigte sich im Schriftverkehr sehr aufgeschlossen, mit dem TRADITIONSSCHIFF „PRINZ HEINRICH“ E.V. zu kooperieren. Daraus könnten sich für den Verein insbesondere folgende Vorteile ergeben:¹⁰⁸

- Gemeinsame Entwicklung neuer Ideen für Angebote und Pakete rund um das Dampfschiff.
- Hinweis auf die Prinz Heinrich im Besucherzentrum der Meyer Werft, welches von der Papenburg Tourismus GmbH betrieben und vermarktet wird.

9.2 EMDEN MARKETING UND TOURISMUS GMBH

Die EMDEN MARKETING UND TOURISMUS GMBH ist für die touristische Vermarktung von Emden zuständig. Der Geschäftsführer Rainer Gerdes findet das „Projekt“ Prinz Heinrich sehr interessant und betrachtet es als eine Bereicherung, die der Ems-Dollart-Region sicher gut tut.¹⁰⁹

Das Unternehmen ist an einer Kooperation mit dem TRADITIONSSCHIFF „PRINZ HEINRICH“ E.V. interessiert. Da es bisher kein fahrtüchtiges Traditionsschiff in der Gegend um Emden gibt, sieht es darin ein zusätzliches Angebot für Touristen und Einheimische. Aus einer Kooperation könnte der TRADITIONSSCHIFF „PRINZ HEINRICH“ E.V. folgende Vorteile ziehen:¹¹⁰

- Einbindung in Angebote (Gruppenreisen etc.)
- Einladung zu Events (Matjestage, Hafenmeile etc.)
- Verkauf von Tickets

¹⁰⁷ vgl. schriftl. Auskunft, Westphal, Email vom 18.10.2008

¹⁰⁸ vgl. schriftl. Auskunft, Westphal, Email vom 19.09.2008

¹⁰⁹ vgl. schriftl. Auskunft, Gerdes, Email vom 5.11.2008

¹¹⁰ vgl. ebenda

9.3 AG EMS

Die AG EMS ist eine Reederei mit Hauptsitz in Emden. Sie wurde ursprünglich für den Seebäderverkehr von Emden zu der Insel Borkum gegründet. Bis zum Jahr 1953 zählte die Prinz Heinrich zur Schiffsflotte der Aktiengesellschaft.

Die Marketingexperten der AG EMS halten die Prinz Heinrich in jedem Fall für eine Bereicherung der Region, die ein erhöhtes Interesse bei Touristen wecken wird. Sie befürchten jedoch auch, dass dieses Interesse mit den Jahren abschwächen wird. Um diesem Verlauf entgegen zu wirken, empfehlen sie öffentliche Fahrten stets in Verbindung mit einem speziellen Programm anzubieten.¹¹¹

Eine mögliche Kooperation könnte dem TRADITIONSSCHIFF „PRINZ HEINRICH“ E.V. folgende Vorteile verschaffen:¹¹²

- Kostenlose Liegezeiten in Emden und auf Borkum.
- Einbindung in das Marketing-Netzwerk der AG EMS.

Ein Nachteil einer solchen Kooperation wäre, dass die AG EMS eine Beteiligung am Erlös aus dem Fahrkartenverkauf fordert, der TRADITIONSSCHIFF „PRINZ HEINRICH“ E.V. jedoch auf „jeden Cent“ angewiesen ist. Des Weiteren könnten Schwierigkeiten auftreten, wenn die Prinz Heinrich mehrere Fahrten im Monat an einem festen Fahrplan der AG EMS anpassen muss, da der Dampfer noch für andere Fahrten eingesetzt werden soll und voraussichtlich „nur“ eine ehrenamtlich arbeitende Besatzung, die nur begrenzt Zeit für das „Projekt“ Prinz Heinrich zur Verfügung hat, eingesetzt wird.

Zur Firmengruppe der AG EMS gehört auch die BORKUMER KLEINBAHN UND DAMPFSCHIFFFAHRT GMBH. Diese betreibt u.a. eine historische Dampflokomotive auf der Insel Borkum. Der TRADITIONSSCHIFF „PRINZ HEINRICH“ E.V. hat die Idee, ein „Kombi-Ticket“ für eine Fahrt auf der Prinz Heinrich nach Borkum und eine Fahrt mit der Dampflokomotive vor Ort anzubieten. Einer Anpassung der Fahrzeiten der

¹¹¹ vgl. mündl. Auskunft, Habben, Emden 28.10.2008

¹¹² vgl. ebenda

Dampflok an die der Prinz Heinrich steht von Seiten der AG EMS nichts im Wege.¹¹³

9.4 NOORDELIJK SCHEEPVAARTMUSEUM

Das NOORDELIJK SCHEEPVAARTMUSEUM (Nördliches Schifffahrtsmuseum) in Groningen zeigt die Geschichte des nordniederländischen Schiffbaus und der Schifffahrt vom Mittelalter bis heute.¹¹⁴

Das Schifffahrtsmuseum hat Interesse an einer Kooperation mit dem TRADITIONSSCHIFF „PRINZ HEINRICH“ E.V. gezeigt. Diese könnte u.a. folgende Vorteile für den Verein beinhalten:¹¹⁵

- Dokumentation von Informationen über die Prinz Heinrich in der Ausstellung.
- Vermarktung von öffentlichen Fahrten.
- Teilnahme der Prinz Heinrich am Event WINTERWELVAART in Groningen, an dessen Ausrichtung das NOORDELIJK SCHEEPVAARTMUSEUM beteiligt ist.
- Verlinkung der Homepage des TRADITIONSSCHIFF „PRINZ HEINRICH“ E.V. auf der Seite der Seite des NOORDELIJK SCHEEPVAARTMUSEUM.¹¹⁶

¹¹³ vgl. ebenda

¹¹⁴ vgl. Noordelijk Scheepvaartmuseum, <http://www.noordelijkscheepvaartmuseum.nl/>

¹¹⁵ vgl. Kloetzing, Marketing Plan, S. 63

¹¹⁶ vgl. Noordelijk Scheepvaartmuseum Groningen, Links, <http://www.noordelijkscheepvaartmuseum.nl/>

10 Die „Prinz Heinrich“ als Imagerträger

Die Prinz Heinrich erscheint häufig in den Medien. Wer sie kennt, verbindet positives mit ihr und für ihre Zukunft werden große Pläne geschmiedet. Aufgrund dessen und ihrer historischen Zugehörigkeit zur Ems-Dollart-Region, ist sie für anliegende Unternehmen oder Verbände sehr gut als Imagerträger geeignet.

10.1 MEYER WERFT

Der TRADITIONSSCHIFF „PRINZ HEINRICH“ E.V. und die MEYER WERFT führen Verhandlungen darüber, ob die Prinz Heinrich als Imagerträger für die Werft dienen könnte. Eine mündliche Zusage, dass die Prinz Heinrich, sobald sie fertig ist, die Überführung eines „Meyer Schiffs“ begleiten darf, hat der Verein bereits erhalten. Politiker wie der niedersächsische Ministerpräsident Christian Wulff haben Interesse gezeigt bei diesem Event an Bord des Dampfschiffs mitzufahren.¹¹⁷

Die MEYER WERFT ist ein großer Arbeitgeber und eine der touristischen Hauptattraktionen in der Ems-Dollart-Region. Dessen ungeachtet wird sie von Einheimischen aufgrund der permanenten Eingriffe in die Ems für den schlechten Zustand des Flusses verantwortlich gemacht.¹¹⁸ Die Prinz Heinrich wurde in der MEYER WERFT gebaut. Heute birgt der Dampfer die Chance, den Tourismus in der Ems-Dollart-Region zu beleben. Das „Projekt“ Prinz Heinrich findet Zuspruch, Anerkennung und Unterstützung bei den Einheimischen. Die MEYER WERFT könnte mit dem Dampfer als Imagerträger von seinen „Positiv-Schlagzeilen“ mit profitieren.

Für den TRADITIONSSCHIFF „PRINZ HEINRICH“ E.V. würden sich aus dieser Kooperation ebenfalls Vorteile ergeben. Eine besondere Erwähnung im Besucherzentrum der MEYER WERFT, welches jährlich von knapp 300.000

¹¹⁷ vgl. mündl. Auskunft, Schülke, Leer 2008

¹¹⁸ vgl. Welt Online, Experten: Ausbau der Ems führt zu schweren Schäden, http://www.welt.de/welt_print/article2164775/Experten_Ausbau_der_Ems_fuehrt_zu_schweren_Schaeden.html

Menschen besucht wird,¹¹⁹ und regelmäßigen Begleitfahrten bei Überführungen von „Meyer Schiffen“ würden das Traditionsschiff bekannter und damit für Touristen noch interessanter machen.

10.2 WACHSTUMSREGION EMS-ACHSE E.V.

In dem bereits in Kapitel acht erwähnten Gespräch zwischen Peter Schülke, und Dieter Schröer,¹²⁰ wurde festgestellt, dass die Prinz Heinrich auch als Imagerträger für den 2006 gegründeten Verein WACHSTUMSREGION EMS-ACHSE E.V. geeignet ist.¹²¹ „Grundsätzliches Ziel [dieses Vereins] ist es, die Ems-Achse als eigenständige Wirtschafts- und Verkehrsader auszubauen.“¹²² Die Mitglieder, zu denen die Landkreise Aurich, Wittmund, Leer, Emsland und Grafschaft Bentheim sowie die Stadt Emden zusammen mit Wirtschaftsunternehmen, Kammern und Verbänden der Region zählen, wollen „[...] verstärkt die regionalen Ressourcen nutzen und durch die Bündelung von Know-how Synergieeffekte für alle Beteiligten erzielen.“¹²³

Der TRADITIONSSCHIFF „PRINZ HEINRICH“ E.V. verfolgt mit der Prinz Heinrich, wenn auch eher im touristischen Sinne, vergleichbare Ziele und ist mit der Ems-Achse historisch verbunden. Daher ist das Dampfschiff bestens als Imagerträger für den WACHSTUMSREGION EMS-ACHSE E.V. geeignet. Insbesondere durch seine regelmäßige Präsenz in den regionalen Medien würde auch dem WACHSTUMSREGION EMS-ACHSE E.V. mehr Aufmerksamkeit zugute kommen.

¹¹⁹ vgl. Meyer Werft, Überblick für Besucher, <http://www.meyerwerft.de/page.asp?lang=d&main=5&subs=0&did=647>

¹²⁰ s. Kapitel 8.4

¹²¹ vgl. mündl. Auskunft, Schülke, Leer 2008

¹²² Wachstumsregion Ems-Achse e.V.,

http://www.emsachse.de/index.php?con_cat=1&con_lang=1&sid=lg9pd5fhjnbqkiup8tukbtdl6

¹²³ ebenda

11 Befragung der Touristiker der TOURISTIK GMBH SÜDLICHES OSTFRIESLAND

Bei einem Arbeitskreistreffen der TGSO bot sich die Gelegenheit, den Anwesenden das „Projekt“ Prinz Heinrich näher zu bringen und eine kurze Befragung durchzuführen.¹²⁴

11.1 Ergebnisse der Befragung

Die Befragung fand am 10.09.2008 statt. Von den 18 anwesenden Touristikern haben 16 daran teilgenommen. Fünf der Befragten hatten zuvor noch nichts von der Prinz Heinrich gehört.

Frage 1:

Denken Sie, dass das Traditionsschiff „Prinz Heinrich“ von 1909 eine Bereicherung für die Region ist?

Ja: 16

Nein: 0

Frage 2:

Denken Sie, dass die „Prinz Heinrich“ mit entsprechendem Marketing zu einem der wichtigsten (kulturellen) Highlights der Region werden kann?

Ja: 14

Nein: 1

Eine Enthaltung.

Frage 3:

Denken Sie, dass die „Prinz Heinrich“ langfristig gesehen ein wachsendes Interesse an der Region und damit steigende Besucherzahlen bewirken kann? Wie würden Sie die Auswirkungen einschätzen?

¹²⁴ s. Fragebogen im Anhang 5

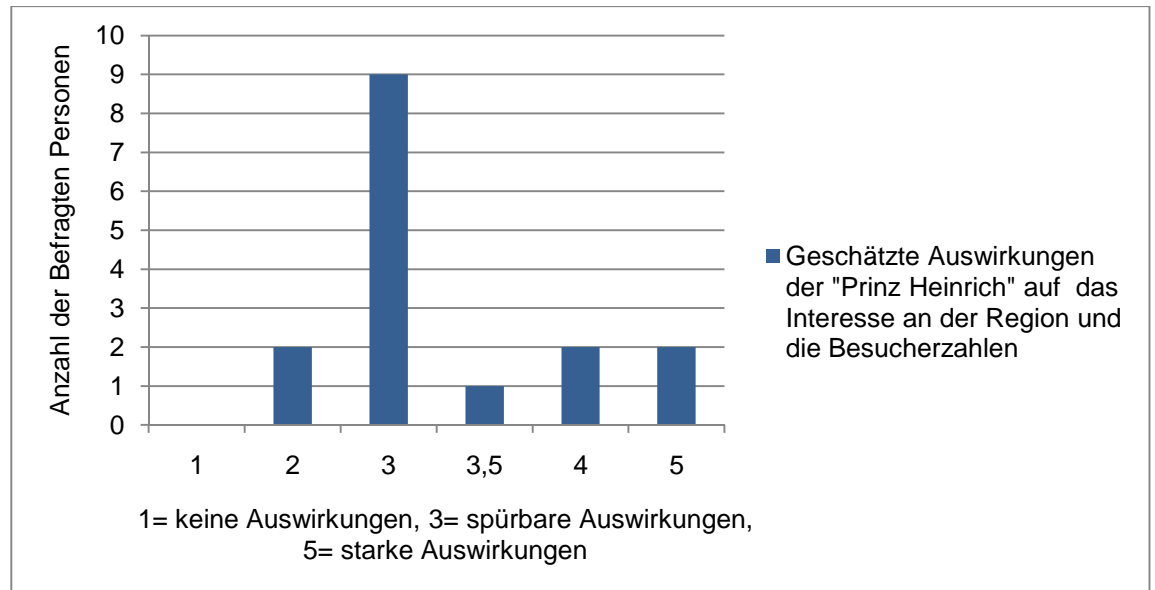


Abb. 9: Geschätzte Auswirkungen der Prinz Heinrich auf das Interesse an der Region und die Besucherzahlen¹²⁵

Im Durchschnitt wurden die langfristigen Auswirkungen auf 3,28 (spürbar) geschätzt.

Frage 4:

In welchem Umkreis sind Ihrer Meinung nach Auswirkungen zu erwarten?

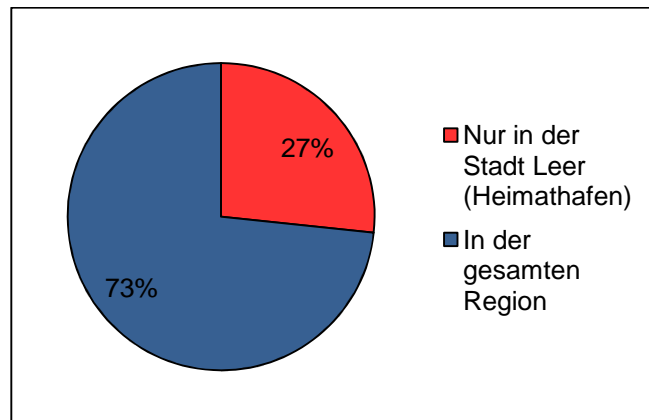


Abb. 10: Reichweite der Auswirkungen der Prinz Heinrich¹²⁶
(Bei einer Enthaltung.)

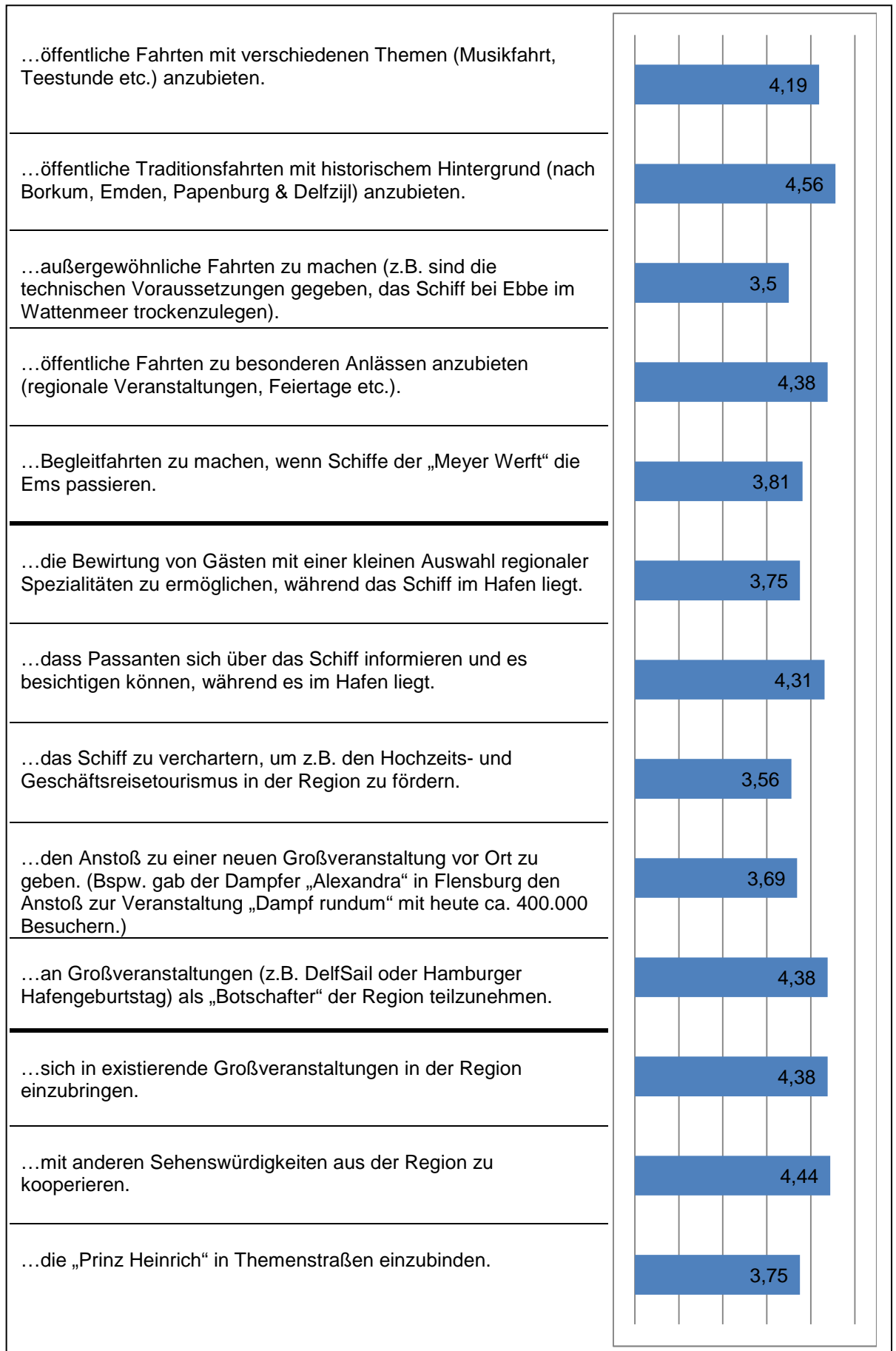
Frage 5:

Bitte bewerten Sie die folgenden Aussagen mit Punkten von 1= ich stimme nicht zu bis 5= ich stimme voll zu:

Um ein optimales Ergebnis für die gesamte Region zu erzielen, muss der TRADITIONSSCHIFF „PRINZ HEINRICH“ E.V. Schwerpunkte darauf legen...

¹²⁵ eigene Darstellung

¹²⁶ eigene Darstellung

Abb. 11: Durchschnittliche Bewertung der Wichtigkeit von Verwendungsmöglichkeiten¹²⁷

11.2 Auswertung der Ergebnisse

Durch die Ergebnisse der Befragung wird klar, dass die Mitglieder der TGSO die Prinz Heinrich als Gewinn für die Region betrachten. 14 von 16 Befragten gehen sogar davon aus, dass der Dampfer zu einem der wichtigsten (kulturellen) Highlights der Region werden kann. Nahezu einig sind sich die Touristiker auch darüber, dass die Prinz Heinrich ein wachsendes Interesse an der Region bewirken wird, welches langfristig gesehen spürbar steigende Besucherzahlen mit sich bringt (s. Abb. 9).

Der TRADITIONSSCHIFF „PRINZ HEINRICH“ E.V. betont immer wieder, dass er das Schiff zum Vorteil der gesamten Ems-Dollart-Region einsetzen will. Bei einer Enthaltung sind ca. drei von vier Befragten davon überzeugt, dass die Auswirkungen der Prinz Heinrich tatsächlich über die Stadtgrenzen des Heimathafens Leer hinaus spürbar sein werden (s. Abb. 10). Um das bestmögliche Ergebnis für die gesamte Region zu erreichen, muss der Dampfer nach Meinung der Mitglieder der TGSO, insbesondere folgendes leisten (s. Abb. 11):

- Öffentliche Traditionsfahrten mit historischem Hintergrund.
- Öffentliche Fahrten zu besonderen Anlässen (regionale Veranstaltungen, Feiertage etc.).
- Teilnahme an Großveranstaltungen (z.B. DelfSail oder Hamburger Hafengeburtstag) als „Botschafter“ der Region.
- Einbringung in existierende Großveranstaltungen in der Region.
- Kooperation mit anderen Sehenswürdigkeiten aus der Region.

Es wurde außerdem darauf hingewiesen, dass der TRADITIONSSCHIFF „PRINZ HEINRICH“ E.V. „Werbemaßnahmen“ einleiten sollte, um in einem größeren Umkreis auf sich aufmerksam zu machen und Mitglieder zu akquirieren. Das würde zu einer höheren Identifikation mit dem Projekt in der Ems-Dollart-Region beitragen. Hintergrund ist, dass, obwohl der Dampfer schon seit gut fünf Jahren in Leer restauriert und regelmäßig in der Presse über ihn berichtet wird, einige der Befragten Touristiker, noch nie von ihm gehört hatten. Begeisterung und der Glaube an den Erfolg des „Projekts“ sind dennoch gegeben.

¹²⁷ eigene Darstellung

12 Stärken, Schwächen und Handlungsempfehlungen für die Ems-Dollart-Region

Die in diesem Teil der Arbeit aufgeführten Stärken, Schwächen und Handlungsempfehlungen können als repräsentativ für den deutschen Teil der Ems-Dollart-Region betrachtet werden.

12.1 Stärken ausbauen, Schwächen abbauen

Unter dem Motto „Zukunftswerkstatt“ wurde von den Touristikern der TGSO gemeinsam mit der G.I.K. GESELLSCHAFT FÜR INFORMATION UND KOMMUNIKATION MBH der Ist-Zustand der Region „Südliches Ostfriesland“ analysiert, um Zielsetzungen für die weitere Entwicklung erarbeiten zu können.

Bei den Überlegungen, welche Stärken und Schwächen die Region „Südliches Ostfriesland“ hat, kamen die Touristiker u.a. zu den folgenden Ergebnissen:

Stärken	Schwächen
Vorhandene Wasserwege: Potenziale im Segment Wassertourismus (Freizeitschiffahrt, Paddel & Pedal, etc.)	Leistungsträger lassen sich oft nur schwer von neuen „Entwicklungen“ überzeugen
Tradition und gelebte, kulturelle Identität (Plattdeutsch, Teetrinken etc.)	Zu wenig Alleinstellungsmerkmale (unterschiedliche Meinungen)

Tab. 7: Stärken und Schwächen der Region „Südliches Ostfriesland“¹²⁸

Durch das Traditionsschiff Prinz Heinrich bietet sich die Chance, vorhandene Stärken auszubauen und vorhandene Schwächen abzubauen:

Potenziale im Segment Wassertourismus:

Die Prinz Heinrich kann dazu beitragen, den Wassertourismus in der Region zu stärken und auszubauen. Sie bereichert den Hafen bzw. das Stadtbild in Leer und stellt als fahrtaugliches Traditionsschiff ein neues Highlight in diesem Tourismus-Segment dar.

¹²⁸ selbst erstellte Tab., vgl. TGSO, Zukunftswerkstatt (Präsentation), S. 45- 59

Tradition und gelebte, kulturelle Identität:

Die Prinz Heinrich hat ihren historischen Ursprung in der Ems-Dollart-Region und war lange Zeit ein wichtiger Bestandteil der Verbindung zwischen dem Festland und Borkum. Sie gehört zur Tradition der Ems-Dollart-Region und ist es, Wert erhalten und der Öffentlichkeit präsentiert zu werden. Die Prinz Heinrich bietet die Chance, Tradition wieder zu einem Teil der gelebten Identität werden zu lassen, die die Region „einzigartig“ macht und von anderen Urlaubsgebieten abhebt.

Zu wenig Alleinstellungsmerkmale:

Die Prinz Heinrich kann, wenn sie richtig vermarktet wird, ein Wahrzeichen und Alleinstellungsmerkmal für die Region werden.

Leistungsträger lassen sich oft nur schwer von neuen „Entwicklungen“ überzeugen:

DER TRADITIONSSCHIFF „PRINZ HEINRICH“ E.V. entwickelt selbst Ideen und ist bereit, die „alte“ Prinz Heinrich für „neue“ Entwicklungen in der Ems Dollart-Region zur Verfügung zu stellen (z.B. für eine neue Großveranstaltung oder Projekte wie die Entwicklung einer neuen Themenstraße).

12.2 Handlungsempfehlungen

Auf Basis von Analysen, Trends, Potenzialen, Rahmenbedingungen, der Wettbewerbssituation, Zielstellungen und Strategien hat der Tourismusverband Nordsee e.V. Leitlinien für die Region entwickelt¹²⁹ und kürzlich das „Touristische Zukunftskonzept Nordsee 2015“ veröffentlicht. Darin sind u.a. folgende Zielvorstellungen und Handlungsempfehlungen enthalten:

Zielvorstellung 2015 für den Bereich Häfen/Marinas:

„Das Erleben des maritimen Erbes und der maritimen Atmosphäre in Form von Hafenanlagen, Arbeitsgeräten und historischen Schiffen gehört zu den beeindruckendsten Urlaubserlebnissen an der niedersächsischen Nordsee.“¹³⁰

¹²⁹ vgl. Tourismusverband Nordsee e.V., Touristisches Zukunftskonzept Nordsee 2015, S. 81

¹³⁰ ebenda, S.110

- ▶ Um dieses Ziel zu erreichen, sollen u.a. Seehäfen, wie Leer einer ist, durch Infrastrukturmaßnahmen und Veranstaltungen zu maritimen Erlebnisräumen weiterentwickelt werden und die Anzahl der Angebote für Urlaubsgäste an Land ausgebaut werden (z.B. Familien-, Kinder-, Mitsegelangebote, thematische Touren).¹³¹

Zielvorstellung 2015 für den Bereich Aktivangebote:

„Erfolgreiche Vermarktung von ‚Top-Angeboten‘ in den Bereichen Rad-, Golf-, und Wassersport (jeweils mindestens ein Angebot) mit nationaler Ausstrahlung. Dabei ausgeprägte Qualitätsorientierung. Angebote, die regionsübergreifend ausgelegt sind und auch Leistungsträger vernetzen.“¹³²

- ▶ Unter den Bereich Wassersport fällt in diesem Fall auch die Handlungsempfehlung neue „Wasser-Kultur-Angebote“ (z.B. historischer Schiffbau), insbesondere im Ems-Jade-Kanal, zu entwickeln.¹³³

Die Prinz Heinrich kann einen wichtigen Beitrag leisten, um die genannten Zielvorstellungen des TOURISMUSVERBAND NORDSEE E.V. zu erreichen.

Auch im Sparkassen Tourismusbarometer 2008 sind Handlungsempfehlungen für Niedersachsen, zur Stärkung des Wirtschaftsfaktors Wassertourismus, enthalten:¹³⁴

- ▶ Auf Fahrgastschiffen (zu denen man in diesem Fall auch Traditionsschiffe zählen kann) sollten Zusatzangebote, wie z.B. verbessertes Gastronomie- und/oder Serviceangebote zur Verfügung stehen.
- ▶ Es sollten weitere Wettbewerbe, Events etc. entwickelt werden.
- ▶ Gebündelte Marketingmaßnahmen, wie z.B. die verstärkte Zusammenarbeit zwischen wassertouristischen Anbietern, Regionen etc. wären wünschenswert.

Auf und mit der Prinz Heinrich können diese Empfehlungen in die Tat umgesetzt werden.

¹³¹ vgl. Tourismusverband Nordsee e.V., Touristisches Zukunftskonzept Nordsee 2015, S. 110

¹³² ebenda, S. 111

¹³³ vgl. ebenda, S. 112

¹³⁴ vgl. Finanzgruppe Sparkassenverband Niedersachsen, Sparkassen Tourismusbarometer 2008, S. 11-12

13 Schlussbetrachtung

Die positive Entwicklung des Deutschland-Tourismus basiert zurzeit primär auf der steigenden Beliebtheit von Kulturreisen und der wachsenden Reiselust der Zielgruppe Best Ager. Der TRADITIONSSCHIFF „PRINZ HEINRICH“ E.V. greift mit dem Erhalt der Prinz Heinrich diese Entwicklung auf. Das Dampfschiff unterstützt, wenn auch nur in kleinem Rahmen, die Wahrnehmung von Deutschland als Kulturreiseziel und spricht, neben Familien mit Kindern, insbesondere die Zielgruppe Best Ager an, welche in der Ems-Dollart-Region einen sehr großen Anteil am Tourismusaufkommen einnimmt. Auch für das Segment Tagestourismus, welches im ostfriesischen Binnenland, im Vergleich zu anderen niedersächsischen Destinationen, relativ schwach ausgeprägt ist, bedeutet die Prinz Heinrich einen Gewinn. Bei der genaueren Betrachtung der für historische Schiffe und die Traditionsschiffahrt relevanten Tourismus-Segmente Wassertourismus und Kulturtourismus wird deutlich, dass das „Projekt“ Prinz Heinrich dem aktuellen Trend entspricht. In Zukunft ist in diesen Bereichen mit einer tendenziell steigenden Nachfrage von Touristen zu rechnen, auf die eingegangen werden sollte.

Die Untersuchung der Referenzprojekte Alexandra und Schaarhörn hat ergeben, dass davon auszugehen ist, dass der TRADITIONSSCHIFF „PRINZ HEINRICH“ E.V. die Prinz Heinrich nur schwer mit den Einnahmen aus öffentlichen und privaten Fahrten selbst finanzieren kann, es aber im Bereich des Möglichen liegt. Erschwerende Faktoren sind insbesondere die begrenzte Anzahl an Personen, die als Besatzung in Frage kommen und die begrenzte Zeit einer ehrenamtlichen Besatzung. Zurzeit ist noch nicht absehbar, wie viele Vereinsmitglieder tatsächlich bereit sind, aktiv bei der Bewirtschaftung der Prinz Heinrich zu helfen. Der FÖRDERVEREIN SALONDAMPFER „ALEXANDRA“ E.V. kann aus den genannten Gründen der Nachfrage, insbesondere nach öffentlichen Fahrten, nicht nachkommen. Tatsache ist, dass das Referenzprojekt Alexandra, welches dem „Projekt“ Prinz Heinrich in vielem sehr ähnlich ist, zeigt, dass die regionale Wirtschaft vom Vorhandensein eines Traditionsschiffes profitieren kann. Zusätzlich wird durch das regelmäßige Erscheinen in den Medien der Standort populärer.

Die Prinz Heinrich bietet ein breites Spektrum an Verwendungsmöglichkeiten. Zusätzlich gibt es unterschiedliche Ideen, in denen das Dampfschiff als Basis für ein größeres Projekt (Großveranstaltung/ Themenstraße) dient. Wenn diese Projekte sich erfolgreich verwirklichen lassen, können dadurch deutlich spürbare Auswirkungen auf den Tourismus in der Region erzielt werden. Charterfahrten haben für die Ems-Dollart-Region die geringsten wirtschaftlichen Auswirkungen, sind jedoch, wenn man auf die Erfahrungen die in den Referenzprojekten gemacht wurden vertraut, die einzige Möglichkeit ausreichend Umsatz zu erwirtschaften, um den Dampfer aus eigener Kraft zu erhalten. Bei den Recherchen hat sich herausgestellt, dass insbesondere die Touristiker in der Region an den Erfolg und die die positiven Auswirkungen vom „Projekt“ Prinz Heinrich glauben. Einige zeigen schon jetzt Interesse an einer Kooperation.

Auch ein kürzlich entwickeltes Zukunftskonzept für das Gebiet entlang der niedersächsischen Nordseeküste sowie erarbeitete Zielsetzungen und Handlungsempfehlungen für die Region fordern, traditionelle Kulturgüter wie die Prinz Heinrich zu wahren und für den Tourismus einzusetzen.

Ich denke die Prinz Heinrich hat das Potenzial ein wichtiger Bestandteil, evtl. sogar ein Wahrzeichen der Ems-Dollart-Region zu werden. Gemessen an den Zukunftsaussichten ist der Erhalt des Dampfers alle Mühen wert. Aufgrund der weitreichenden positiven Auswirkungen hat das „Projekt“ die vollste Unterstützung der Bewohner, Unternehmen und Vereine im Raum der Ems-Dollart-Region verdient. Je mehr Unterstützung das „Projekt“ durch aktive Mitglieder bekommt und je mehr Sicherheit der TRADITIONSSCHIFF „PRINZ HEINRICH“ E.V. in finanzieller Hinsicht erhält, desto erfolgreicher kann die Prinz Heinrich für die Region eingesetzt werden.

Literatur- und Quellenverzeichnis

- Althof, Wolfgang/ Freyer, Walter (Hrsg.),*
Incoming-Tourismus, Oldenbourg Verlag, München 2001, S. 11, 17
- Andritzky, Klaus,*
Die Operationalisierbarkeit von Theorien zum Konsumentenverhalten,
Duncker & Humblot Verlag, Berlin 1976, S. 215
- B&W Projekt Tourismusmarketing,*
Gästebefragung 2006, im Auftrag der TGSO, S. 7-8, 32-33, 85
- Bieger, Thomas,*
Tourismuslehre - Ein Grundriss, Haupt Verlag, Bern 2006, S. 142
- BTE Tourismusmanagement, Regionalentwicklung & dwif Consulting GmbH*
(Grundlagenuntersuchung Wassertourismus in Deutschland),
Grundlagenuntersuchung Wassertourismus in Deutschland: Ist-Zustand
und Entwicklungsmöglichkeiten, Berlin, Mai 2003, S. 6, 31, 38-39, 66, 69-70
- Bünting, Karl D.,*
Deutsches Wörterbuch, Isis Verlag, Chur 1996, S. 94
- Deutsche Zentrale für Tourismus e.V. (DZT) - Niederlande/Amsterdam,*
Marktinformation Niederlande 2009, S. 20
- Deutscher Tourismusverband e.V. (DTV),*
(Tourismus in Deutschland), Zahlen Daten Fakten - Tourismus in
Deutschland 2007, Bonn, Mai 2008, S. 8
- Dreyer, Axel/ Linne, Martin,*
Grundlagen des Kulturtourismus, Studienbrief: 2-080-1131, Service-Agentur
des Hochschulverbund Distance Learning (Online-Studienbrief-Shop:
<http://www.aww-brandenburg.de>) , Brandenburg 2006, S. 40
- dwif Consulting GmbH,*
Tagestourismus in den Reisegebieten Niedersachsens, München, Mai
2006, S. 12, 52-53
- dwif Consulting GmbH & BTE Tourismusmanagement, Regionalentwicklung,*
(Grundlagenuntersuchung Wassertourismus in Deutschland),
Grundlagenuntersuchung Wassertourismus in Deutschland: Ist-Zustand
und Entwicklungsmöglichkeiten, Berlin, Mai 2003, S. 6, 31, 38-39, 66, 69-70

Europäisches Tourismus Institut GmbH an der Universität Trier (ETI),
Touristisches Leitbild und Entwicklungskonzept für den Raum Ostfriesland,
Endbericht, Trier, Mai 2003, S. 1-2

Finanzgruppe Sparkassenverband Niedersachsen,
Sparkassen Tourismusbarometer 2008, Kurzfassung Jahresbericht 2008,
S. 11-12

Flensburger Schiffahrtsmuseum,
Werbebroschüre für die Ausstellung „Von Butterfahrten und Petuhtanten“,
vom 8. Mai bis 28. September 2008

Förderverein Salondampfer „Alexandra“ e.V.,
Fahrplan 2008

Freunde des Dampfschiffs Schaarhörn e.V.,
Satzung des Vereins „Freunde des Dampfschiffs SCHAARHÖRN e.V.“,
Stand 13.7.2004, § 4 Zweck des Vereins

Freyer, Walter (Hrsg.)/ Althof, Wolfgang,
Incoming-Tourismus, Oldenbourg Verlag, München 2001, S.11, 17

Fuchs, Wolfgang/ Mundt, Jörn W./ Zollondz, Hans-Dieter
(Lexikon Tourismus), Lexikon Tourismus: Destinationen, Gastronomie,
Hotellerie, Reisemittler, Reiseveranstalter, Verkehrsträger, Oldenbourg
Verlag, München 2008, S. 89-90, 374

G+J Branchenbild Reisen in Deutschland,
Gruner + Jahr Marktanalyse, Nr. 2, Februar 2008, S. 2-5

G+J Trendanalyse Tourismus
Gruner + Jahr Marktanalyse, Nr. 1, Februar 2008, S. 16

Kloetzing, Dennis,
(Marketing Plan), Das Dampfschiff „Prinz Heinrich“ - Marketing Plan für den
Groninger Markt, als Teil eines Business Plans, „Report“ von 2008, S. 63

Kürten, Niklas,
(Spitzenpolitiker als Imageträger ihrer Partei), Deutsche Spitzenpolitiker als
Imageträger ihrer Partei - Eine kritische Analyse der Möglichkeiten und
Grenzen, Studienarbeit, GRIN Verlag, 2007, S. 4

Landesbetrieb für Statistik und Kommunikationstechnologie Niedersachsen (LSKN), ehemals Niedersächsisches Landesamt für Statistik (NLS),

Gäste und Übernachtungen im Reiseverkehr GIV1 - m 12 / 03, S. 6,
Gäste und Übernachtungen im Reiseverkehr GIV1 - m 12 / 04, S. 6,
Gäste und Übernachtungen im Reiseverkehr GIV1 - m 12 / 05, S. 6,
Gäste und Übernachtungen im Reiseverkehr GIV1 - m 12 / 06, S. 6,
Gäste und Übernachtungen im Reiseverkehr GIV1 - m 12 / 07, S. 8,
Hannover 2004/ 2005/ 2006/ 2007/ 2008

Leverenz, Almut,

(Möglichkeiten der Vermarktung für kulturtouristische Sehenswürdigkeiten und Destinationen), Projektarbeit zum Thema: Möglichkeiten der Vermarktung bzw. Profilierung für kulturtouristische Sehenswürdigkeiten und Destinationen, Juli 2008, S.7-10

Linne, Martin und Dreyer, Axel,

Grundlagen des Kulturtourismus, Studienbrief: 2-080-1131, Service-Agentur des Hochschulverbund Distance Learning (Online-Studienbrief-Shop: <http://www.aww-brandenburg.de>), Brandenburg 2006, S. 40

Maschke, Joachim,

Tagesreisen der Deutschen, Deutsches Wirtschaftswissenschaftliches Institut für Fremdenverkehr e.V. (dwif), München 2005, S. 11-13

Tagesreisen der Deutschen, Teil 3 - Jahr 2006, Deutsches Wirtschaftswissenschaftliches Institut für Fremdenverkehr e.V. (dwif), München 2007, S. 47, 49-51, 60-71

Mundt, Jörn W./ Fuchs, Wolfgang/ Zollondz, Hans-Dieter

(Lexikon Tourismus), Lexikon Tourismus: Destinationen, Gastronomie, Hotellerie, Reisemittler, Reiseveranstalter, Verkehrsträger, Oldenbourg Verlag, München 2008, S. 89-90, 374

Peters, Dirk J.,

Industriearchäologe und Technikhistoriker am Deutschen Schiffahrtsmuseum Bremerhaven, Gutachterliche Stellungnahme zu PRINZ HEINRICH, Bremerhaven, Juni 2005

Reinhardt, Michael (Hrsg.),

Flensburger Dampf Rundum, Werbeflyer 2007, Schirmherren: Stadt Flensburg & Förderverein Salondampfer „Alexandra“ e.V.

Schiefelbusch, Martin (Hrsg.),

(Erfolgreiche Eventverkehre), Erfolgreiche Eventverkehre - Analysen und Fallstudien, Verlag MetaGIS Infosysteme, Mannheim 2004, S. 16-17

- Steinecke, Albrecht*,
(Kulturtourismus), Kulturtourismus: Marktstrukturen Fallstudien
Perspektiven, Oldenbourg Verlag, München 2007, S. 5, 7
- Tourismusverband Nordsee e.V. (Hrsg.)*,
Touristisches Zukunftskonzept Nordsee 2015, (Masterplan Nordsee),
Auftraggeber: Tourismusverband Nordsee e.V., Lindenallee 1, 26441 Jever,
Köln/Jever 2008, S. 81, 110-112
- Touristik GmbH Südliches Ostfriesland (TGSO)*,
(Übernachtungszahlen), Übernachtungszahlen Feriengebiet Südliches
Ostfriesland, 2008;
- Wirtschaftsfaktor Tourismus im Feriengebiet Südliches Ostfriesland 2006,
S. 3;
- Zukunftswerkstatt, Präsentation der G.I.K. Gesellschaft für Information
und Kommunikation mbH, Leer 2008, S. 45- 59
- Traditionsschiff „Prinz Heinrich“ e.V.*,
Vereinssatzung, Stand 03.06.2003
- Mitgliederliste, Stand 31.10.2008
- Zollondz, Hans-Dieter/ Fuchs, Wolfgang/ Mundt, Jörn W*,
(Lexikon Tourismus), Lexikon Tourismus: Destinationen, Gastronomie,
Hotellerie, Reisemittler, Reiseveranstalter, Verkehrsträger, Oldenbourg
Verlag, München 2008, S. 89-90, 374

Internetquellen

Bundesanzeiger Verlagsgesellschaft mbH,

(Absprache), Absprache über die gegenseitige Anerkennung von Zeugnissen für den sicheren Betrieb von Traditionsschiffen in europäischen Gewässern und von Befähigungszeugnissen für Besatzungsmitglieder von Traditionsschiffen, vom 8. Mai 2008, Bundesgesetzblatt Jahrgang 2002 Teil II Nr. 24, <http://frei.bundesgesetzblatt.de/pdf/bgbl2/bgbl202s1563.pdf>, eingesehen am 06.11.2008

Ems Dollart Region (EDR),

Die Region, <http://www.edr.icserver8.de/index.php?id=14>, eingesehen am 28.08.2008

Event-Agentur Reinhardt,

Das Maritime Landesfest - Kiel unter Volldampf, Die Dampferflotte, <http://www.kiel-unter-volldampf.de/die-dampferflotte.php>, eingesehen am 19.12.2008

Förderverein Salondampfer „Alexandra“ e.V.,

Geschichte, Die bewegte Geschichte von Flensburgs schwimmendem Wahrzeichen, http://www.dampfer-alexandra.de/index.php?option=com_content&task=blogcategory&id=16&Itemid=40, eingesehen am 15.07.2008

Freunde des Dampfschiffs SCHAARHÖRN e.V.,

Satzung des Vereins „Freunde des Dampfschiffs SCHAARHÖRN e.V.“ (Stand 13. Juli 2004), <http://www.schaarhoern.de/pdf/SATZFDS2004.pdf>, eingesehen am 23.10.2008

IHK Schleswig-Holstein,

Übernachtungen in Schleswig Holstein, http://www.ihk-schleswig-holstein.de/produktmarken/standortpolitik/konjunktur_statistik/statistik/tourismus/Uebernachtungen.jsp, eingesehen am 01.09.2008

Meyer Werft,

Besucher, Überblick für Besucher, <http://www.meyerwerft.de/page.asp?lang=d&main=5&subs=0&did=647>, eingesehen am 16.12.2008

Niedersächsische Staatskanzlei,

Kreise und Gemeinden, Landkreis Leer, http://www.niedersachsen.de/master/C8548172_L20_D0, eingesehen am 29.11.2008

Noordelijk Scheepvaartmuseum,

Startseite, <http://www.noordelijkscheepvaartmuseum.nl/>, eingesehen am 03.11.2008

Links, <http://www.noordelijkscheepvaartmuseum.nl/>, eingesehen am 03.11.2008

Secretariaat Stichting Dordt in Stoom,

<http://www.dordtinstoom.nl/>, eingesehen am 20.12.2008

Stadt Leer,

Zahlenspiegel, <http://www.stadt-leer.de/> (Die Stadt – Zahlen, Daten & Fakten), eingesehen am 13.08.2008

Veranstaltungen, <http://www.stadt-leer.de/> (Freizeit & Kultur - Veranstaltungen - Treffen Traditionsschiffe unner'd Rathuustoon), eingesehen am 19.12.2008

Statistikamt Nord.

Bevölkerungsentwicklung in Hamburg und Schleswig-Holstein 2007, Nr. 69/2008 [http://www.statistik-nord.de/index.php?id=531&tx_ttnews\[tt_news\]=1736&tx_ttnews\[backPid\]=471&cHash=b29542b100](http://www.statistik-nord.de/index.php?id=531&tx_ttnews[tt_news]=1736&tx_ttnews[backPid]=471&cHash=b29542b100) (Aktuelles – Bevölkerung – Bevölkerung: Stand und Entwicklung), eingesehen am 27.10.2008

Stiftung Hamburg Maritim,

Geschichte, <http://www.schaarhoern.de/Geschichte.htm>, eingesehen am 23.10.2008

Beschreibung, <http://www.schaarhoern.de/beschr.htm>, eingesehen am 23.10.2008

TourismusMarketing Niedersachsen GmbH,

Mittsommernachts-Hochzeit im Otto-Turm, nordsee-netz.de, <http://www.nordsee-netz.de/174/2008-0154/heiraten-pilsumer-leuchtturm-nordsee.html>, eingesehen am 19.12.2008

Tournet Management,

Referenzen, <http://www.tournet-management.de/referenzen.htm>, eingesehen am 17.11.2008

Wachstumsregion Ems-Achse e.V.,

Wachstumsregion Ems-Achse e.V., http://www.emsachse.de/index.php?con_cat=1&con_lang=1&sid=lgu9pd5fhjnbqkiup8tukbtdl6, eingesehen am 20.12.2008

Welt Online,

Experten: Ausbau der Ems führt zu schweren Schäden, Artikel vom 01.07.2008, http://www.welt.de/welt_print/article2164775/Experten_Ausbau_der_Ems_fuehrt_zu_schweren_Schaeden.html, eingesehen am 11.11.2008

Mündliche und schriftliche Auskünfte

Blijdorp-Jonker, Jeannette

Director of Operations DelfSail 2009 & Projectmanager Eems Dollard Havenfestival 2009, Email vom 28.05.2008, gerichtet an Kloetzing, Dennis

Gerdes, Rainer,

Geschäftsführer der Emden Marketing und Tourismus GmbH, Email vom 05.11.2008, gerichtet an Leverenz, Almut

Grobe, Ulrich,

Geschäftsführer der Stiftung Hamburg Maritim, Email vom 12.05.2008, gerichtet an Kloetzing, Dennis

Habben, Corina,

Vorstandsassistentin bei der AG Ems, zuständig für Marketing/ Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, Gespräch geführt von Schreiber, Esther, Emden 28.10.2008

Hofer, Wolfgang,

Erster Vorsitzender des „Traditionsschiff „Prinz Heinrich“ e.V.“,
Gespräche, Leer 08.08.2008 und 27.08.2008,

Schriftstück, (Die Restaurierung der Prinz Heinrich), Die Restaurierung des Historischen Ems-Borkum-Dampfers „Prinz Heinrich“ von 1909, Juli 2008

Niedersächsisches Landesamt für Denkmalpflege,

Brief vom 26.11.2003, geschrieben von Frau Geiger, Vorname unbekannt, gerichtet an den Traditionsschiff „Prinz Heinrich“ e.V.

Porath, Sandra,

Angestellte, Touristeninformation, Flensburg Fjord Tourismus GmbH,
Gespräch, Flensburg 21.08.2008

Schülke, Peter,

Vorstandsmitglied im „Traditionsschiff „Prinz Heinrich“ e.V.“, zahlreiche
Gespräche, Leer, August - Dezember 2008

Seifert, Jürgen,

Erster Vorsitzender des „Freunde des Dampfschiffes SCHAARHÖRN e.V.“
sowie nautischer und technischer Inspektor der „Schaarhörn“, Gespräch,
Hamburg 17.09.2008

Westphal, Jan,

Geschäftsführer der Papenburg Tourismus GmbH,
Email vom 19.09.2008, gerichtet an Leverenz, Almut

Email vom 16.10.2008, gerichtet an Leverenz, Almut

Weyhausen, Wolfgang,

Zweiter Vorsitzender des „Förderverein Salondampfer „Alexandra“ e.V.“ und
Chefkapitän der „Alexandra“, Gespräch, Flensburg 21.08.2008

Anhang

Anhang 1:

Niedersächsisches Denkmalschutzgesetz (NDSchG)¹³⁵
vom 30.Mai 1978
(Nds. GVBl. S.517)

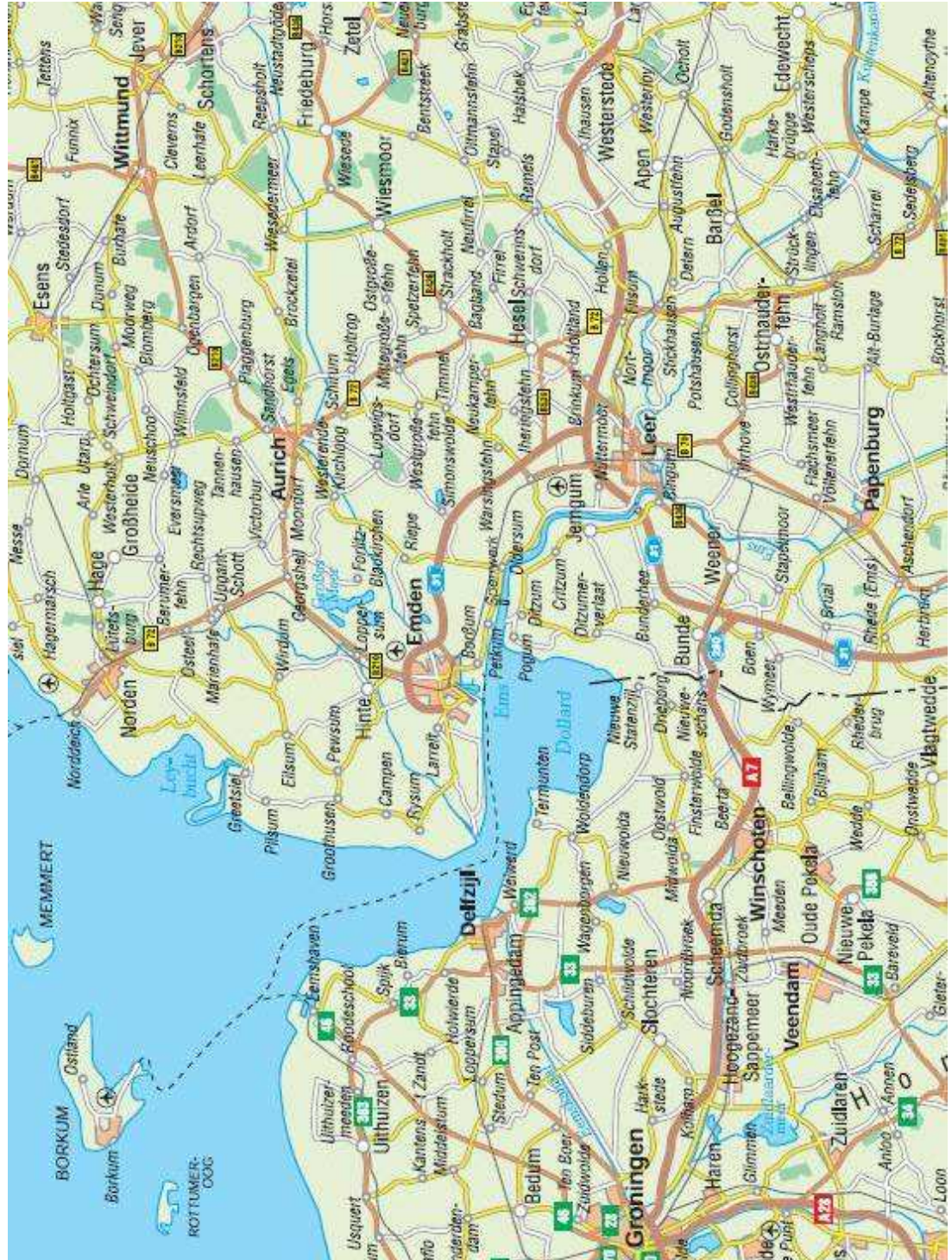
zuletzt geändert durch Artikel 1 des Gesetzes zur Umsetzung der
Verwaltungsmodernisierung im Geschäftsbereich des Ministeriums für
Wissenschaft und Kultur vom 05.11.2004 (Nds. GVBl. S.415)

§ 3 Begriffsbestimmungen

- (1) Kulturdenkmale im Sinne dieses Gesetzes sind Baudenkmale, Bodendenkmale und bewegliche Denkmale.
- (2) Baudenkmale sind bauliche Anlagen (§ 2 Abs. 1 der Niedersächsischen Bauordnung), Teile baulicher Anlagen und Grünanlagen, an deren Erhaltung wegen ihrer geschichtlichen, künstlerischen, wissenschaftlichen oder städtebaulichen Bedeutung ein öffentliches Interesse besteht.
- (3) Baudenkmal ist auch eine Gruppe baulicher Anlagen, die aus den in Absatz 2 genannten Gründen erhaltenswert ist, unabhängig davon, ob die einzelnen baulichen Anlagen für sich Baudenkmale sind. Pflanzen, Frei- und Wasserflächen in der Umgebung eines Baudenkmals und Zubehör eines Baudenkmals gelten als Teile des Baudenkmals, wenn sie mit diesem eine Einheit bilden, die aus den in Absatz 2 genannten Gründen erhaltenswert ist.
- (4) Bodendenkmale sind mit dem Boden verbundene oder im Boden verborgene Sachen, Sachgesamtheiten und Spuren von Sachen, die von Menschen geschaffen oder bearbeitet wurden oder Aufschluss über menschliches Leben in vergangener Zeit geben und aus den in Absatz 2 genannten Gründen erhaltenswert sind, sofern sie nicht Baudenkmale sind.
- (5) Bewegliche Denkmale sind bewegliche Sachen und Sachgesamtheiten, die von Menschen geschaffen oder bearbeitet wurden oder Aufschluss über menschliches Leben in vergangener Zeit geben und die aus den in Absatz 2 genannten Gründen erhaltenswert sind, sofern sie nicht Bodendenkmale sind.

¹³⁵ Quelle: Verband der Landesarchäologen, Niedersächsisches Denkmalschutzgesetz (NDSchG) vom 30.Mai 1978 (Nds. GVBl. S.517), <http://www.landesarchaeologen.de/dschg/DSchG-Niedersachsen.pdf>, eingesehen am 01.08.2008

Anhang 2:

Vergrößerte Karte der Ems-Dollart-Region¹³⁶

¹³⁶ Kartenausschnitt, vgl. Ems Dollart Region (EDR), Die Region, <http://www.edr.icserver8.de/index.php?id=14>, eingesehen am 28.08.2008


Anhang 3:Tourismusaufkommen in Deutschland im Jahr 2007¹³⁷

Deutschland-Tourismus im Jahr 2007	Inlands- Tourismus	Incoming- Tourismus	Gesamt
Urlaubsreisen mit mind. 6 Tagen Aufenthalt	28,9% der Deutschen	k.A.	-
Übernachtungen (in Beherbergungsstätten mit mind. 9 Betten, einschl. Camping)	ca. 307 Mio.	ca. 54,8 Mio.	ca. 361,8 Mio.
Veränderung zum Vorjahr	+3%	+3,4%	+3%
Gäitezahlen (in Beherbergungsstätten mit mind. 9 Betten, einschl. Camping)	ca. 105 Mio.	ca. 24 Mio.	ca. 129 Mio.
Veränderung zum Vorjahr	+3,7%	+3,6%	+3,7%
Durchschnittliche Aufenthaltsdauer	2,9 Tage	2,3 Tage	2,8 Tage

¹³⁷ selbst erstellte Tab., vgl. G+J Branchenbild Reisen in Deutschland, Gruner + Jahr Marktanalyse, Nr. 2, Februar 2008, S.2-3

Anhang 4:

Öffentlicher Fahrplan des Salondampfers „Alexandra“




DAMPFER „ALEXANDRA“
Fördereverein Salondampfer „Alexandra“

Fahrplan 2008

Fahrt-Nr.	Tag-Datum	Ziel / Name der Fahrt	Abfahrt	Ankunft	Fahrpreis Erw. Kinder
Mai 2008					
1	Sa. 03. Mai.	„Rumregatta“	10.30	13.00	17,50 € 10,00 €
2	So. 11. Mai	Pfingstfahrt „Jazz geht's los“ mit „Alexandra's Dampfkapelle“	11.00	13.30	17,50 € 10,00 €
3	So. 18. Mai	„Fördefahrt“	14.00	16.00	10,00 € 5,00 €
4	So. 25. Mai	„Fördefahrt“	14.00	16.00	10,00 € 5,00 €
Juni 2008					
5	So. 01. Juni	Fördefahrt	14.00	16.00	10,00 € 5,00 €
	Fr. 06. Juni	100 Jahre „Alexandra“ Open Ship	11.00	17.00	
	Sa. 07. Juni	100 Jahre „Alexandra“ Open Ship	11.00	17.00	
	So. 08. Juni	Plattdeutscher Gottesdienst Pastor Helge Hand	10.00		
6/7/8	So. 08. Juni	Jubiläumsfahrten	12.00 / 14.00 / 16.00 Uhr		Preis wie 1908
9	Do. 19. Juni	Überführungsfahrt „Kieler Woche“	10.00	16.00	29,00 € 20,00 €
Juli 2008					
10	So. 06. Juli	„Fördefahrt“	14.00	16.00	10,00 € 5,00 €
*11	Do. 10. Juli	„Flensburg-Vejle“ (Dän. Südsee) mit Bus zurück nach Flensburg	08.00 ca. 18.00 18.00 ca. 20.30		49,00 € 30,00 €
*12	14. Juli	mit Bus nach Vejle „Vejle – Flensburg“	08.00 ab ehemaligen Anleger Alex 10.00 ca. 20.00		49,00 30,00 €
13	So. 20. Juli	„Fördefahrt“	14.00	16.00	10,00 € 5,00 €
*14	Sa. 26. Juli	„Shopping Tour nach Sonderburg“ mit 2 Stunden Landgang	10.00 bis 17.30		25,00 € 15,00 €
15	So. 27. Juli	„Langballigau“ zum Hafenfest der DGzRS/Seenotretter	10.00	16.00	17,50 € 10,00 €

weiter auf der Rückseite



August 2008

16	So. 03. Aug.	„Fördefahrt“	14.00	16.00	10,00 € 5,00 €
17	So. 10. Aug.	„Jux und Rhythmus“ Volle Fahrt mit der „Rentnerband“	11.00	13.30	17,50 € 10,00 €
18	Sa. 16. Aug.	„Flensburg Nautic's“ Mit Vollandampf bei den Windjammern	10.00	13.00	17,50 € 10,00 €
19	So. 17. Aug.	„Flensburg Nautic's“ „Windjammer Ahoi und Farewell“	13.00	16.00	17,50 € 10,00 €
20	So. 24. Aug.	„Meer und Melodien“ mit der Partyband „Las Vegas“	11.00	13.30	17,50 € 10,00 €
21	So. 31. Aug.	„Fördefahrt“	14.00	16.00	10,00 € 5,00 €
September					
22	Sa. 06. Sep.	„Riverboatschiffle“ mit „Alexandra's Dampfkapelle“	20.00	22.30	17,50 € 10,00 €
23	So. 14. Sep.	Tag des „offenen Denkmals“	14.00	16.00	10,00 € 5,00 €
24	So. 21. Sep.	„Fördefahrt“	14.00	16.00	10,00 € 5,00 €
25	So. 28. Sep.	„Fördefahrt“	14.00	16.00	10,00 € 5,00 €
26	Sa. 04. Okt.	„Honky Tonk“ Open Ship bis Open End Tickets vom Veranstalter sind Bordkarten			ab 19.00 Uhr
27	So. 05. Okt.	„Saisonabschlussfahrt“ Danke und Tschüss mit „Alexandra's Dampfkapelle“ ab 4 Jahre bis einschl. 12 Jahre gültiger Personalausweis oder Reisepass erforderlich 30 Minuten vor Abfahrt	14.00	16.00	10,00 € 5,00 €

Anmeldung und Reservierung:
 „Alex“-Büro Schiffbrücke 22, 24939 Flensburg
 Telefon 0461 – 21 23 2
 Fax 0461 – 21 24 7
 Mobile 0171 – 31 64 007

Wir übernehmen keinerlei Haftung bei Ausfall der Fahrten durch Schlechtwetter, technische Probleme oder anderen, nicht vorhersehbaren, Umständen.

Änderungen sind nicht geplant, aber vorbehalten !!

Anhang 5:**Chancen für die Ems-Dollart-Region durch den touristischen Wert des Traditionsschiffes „Prinz Heinrich“**

Datum: 10.09.2008

Vielen Dank für Ihre Teilnahme an der Befragung!

Name: _____

Gemeinde: _____

1.	Denken Sie, dass das Traditionsschiff „Prinz Heinrich“ von 1909 eine Bereicherung für die Region ist?
	<input type="checkbox"/> Ja <input type="checkbox"/> Nein
2.	Denken Sie, dass die „Prinz Heinrich“ mit entsprechendem Marketing zu einem der wichtigsten (kulturellen) Highlights der Region werden kann?
	<input type="checkbox"/> Ja <input type="checkbox"/> Nein
3.	Denken Sie, dass die „Prinz Heinrich“ langfristig gesehen ein wachsendes Interesse an der Region und damit steigende Besucherzahlen bewirken kann? Wie würden Sie die Auswirkungen einschätzen? <i>1=keine Auswirkungen, 3=spürbare Auswirkungen, 5=starke Auswirkungen</i>
	<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5
4.	In welchem Umkreis sind Ihrer Meinung nach Auswirkungen zu erwarten?
	<input type="checkbox"/> Nur in der Stadt Leer (Heimathafen) <input type="checkbox"/> In der gesamten Region
5.	Bitte bewerten Sie die Aussagen auf der folgenden Seite mit Punkten von <i>1= ich stimme nicht zu</i> bis <i>5= ich stimme voll zu</i> :

Um ein optimales Ergebnis für die gesamte Region zu erzielen, muss der Traditionsschiff „Prinz Heinrich“ e.V. Schwerpunkte darauf legen...

- ...öffentliche Fahrten mit verschiedenen Themen (Musikfahrt, Teestunde etc.) anzubieten.
- ...öffentliche Traditionsfahrten mit historischem Hintergrund (nach Borkum, Emden, Papenburg & Delfzijl) anzubieten.
- ...außergewöhnliche Fahrten zu machen (z.B. sind die technischen Voraussetzungen gegeben, das Schiff bei Ebbe im Wattenmeer trocken zu legen).
- ...öffentliche Fahrten zu besonderen Anlässen anzubieten (regionale Veranstaltungen, Feiertage etc.).
- ...Begleitfahrten zu machen, wenn Schiffe der „Meyer Werft“ die Ems passieren.

- ...die Bewirtung von Gästen mit einer kleinen Auswahl regionaler Spezialitäten zu ermöglichen, während das Schiff im Hafen liegt.
- ...dass Passanten sich über das Schiff informieren und es besichtigen können, während es im Hafen liegt.
- ...das Schiff zu verchartern, um z.B. den Hochzeits- und Geschäftsreisetourismus in der Region zu fördern.
- ...den Anstoß zu einer neuen Großveranstaltung vor Ort zu geben. (Bspw. gab der Dampfer „Alexandra“ in Flensburg den Anstoß zur Veranstaltung „Dampf rundum“ mit heute ca. 400.000 Besuchern.)
- ...an Großveranstaltungen (z.B. DelfSail oder Hamburger Hafengeburtstag) als „Botschafter“ der Region teilzunehmen.

- ...sich in existierende Großveranstaltungen in der Region einzubringen.
- ...mit anderen Sehenswürdigkeiten aus der Region zu kooperieren.
- ...die „Prinz Heinrich“ in Themenstraßen einzubinden.

- _____

Eidesstattliche Erklärung

Ich versichere hiermit, dass ich die von mir vorgelegte Diplomarbeit selbstständig, ohne Hilfe Dritter und ohne Benutzung anderer als der angegebenen Quellen und Hilfsmittel, angefertigt habe. Alle Textstellen und Informationen, die wörtlich oder sinngemäß veröffentlichten oder nicht veröffentlichten Schriften oder anderen Quellen entnommen sind, habe ich als solche in meiner Arbeit kenntlich gemacht. Diese Arbeit hat in gleicher oder ähnlicher Form noch keiner Prüfungsbehörde vorgelegen.

Ort, Datum

(Almut Leverenz)