

PRESSE-INFORMATION

Der Ostsee-Holstein-Tourismus e. V. denkt den Tourismus neu

An der Ostsee in Schleswig-Holstein stellt der Tourismus eine Branche dar, in der mehr als 83.000 * Personen (*Bezieher:innen eines durchschnittlichen Primäreinkommens) beschäftigt arbeiten. 2022 steht die Entwicklung des Tourismus an einem Wendepunkt- Kreise und Kommunen, Mitglieder im Ostsee-Holstein-Tourismus e. V., haben die neue Richtung bestimmt.

Jetzt werden die Segel neu gesetzt.

1. Juli 2022

Scharbeutz. Auf der diesjährigen Mitgliederversammlung hat der Ostsee-Holstein-Tourismus e. V. sein neues Tourismusedwicklungskonzept vorgestellt und verabschiedet. Kurzum eine neue Strategie für die Ostsee Schleswig-Holstein, die innerhalb eines halben Jahres von den Mitgliedern erarbeitet wurde. Entstanden ist ein Arbeitsleitfaden über neun Handlungsfelder für die nächsten zehn Jahre, in dem die Branche neue Herausforderungen annehmen muss. Mehr Umsicht mit den Ressourcen im Lebens- und Arbeitsraum Ostsee SH, mehr Verantwortung nicht nur von Urlaubern, sondern auch gegenüber Einheimischen und Mitarbeitenden. Im Umkehrschluss heißt das, verträglicher Tourismus mit einem klaren Bekenntnis für mehr Aufenthaltsqualität für alle.

Im Mai wurde erst die neue Landestourismusstrategie für Schleswig-Holstein vom Kabinett in Kiel und insbesondere von den Parteien verabschiedet und gewürdigt. Zu dem Zeitpunkt war auch der OHT bereits auf der Zielgeraden mit seiner Strategie. Bewusst, weil beide Strategien aufeinander einzahlen werden. „Es geht im Tourismus nicht mehr um ein Nebeneinander, sagt der Vorsitzende des Ostsee-Holstein-Tourismus e. V., Jörg Weber, der gleichzeitig Bürgermeister auf Fehmarn ist, sondern um ein klares Bekenntnis füreinander. Einheimische sind wir alle, ob an der Ostsee oder in der Holsteinischen Schweiz und es ist nicht nur eine gemeinsame Frage, wie wir mit und durch den Tourismus leben wollen, sondern auch eine gemeinsame Aufgabe“. Die neue Strategie liefert zum Handlungsfeld Nr.9 Tourismusbewusstsein die Grundlage des Handelns und untergliedert in Aufgaben des Verbandes, aber auch den Aufgaben der einzelnen Mitglieder bzw. Lokalen Tourismus-Organisationen.

Ebendiese haben an der Strategie kräftig mitgearbeitet und beschreiben darin einen Prozess des Zusammenwachsens und Netzwerkens. Neun Handlungsfelder sind entstanden. Dazu zählen:

1. Strategie, Planung und Controlling
2. Identitätsorientiertes Markenmanagement
3. Vermarktung und Vertriebsmanagement
4. Digitales Gäste- und Besuchermanagement
5. Qualität- und Wettbewerbsfähigkeit
6. Investitionen, Infrastruktur und Mobilität
7. Netzwerkmanagement, Innenmarketing und Wissenstransfer
8. Mitarbeiter:innen-Gewinnung und -Bindung

9. Tourismusbewusstsein und -akzeptanz

Allesamt sind mit Starterprojekten unterlegt, die der Strategie eine wichtige Dynamik verleihen.

„Im Zuge des Entstehungsprozesses war klar, dass wir nicht so weitermachen konnten, wie bisher. Die Pandemie hat uns vor Augen geführt, dass ein größer, schneller, weiter nicht mehr der eigentliche Sinn sein kann“, so die Geschäftsführerin Katja Lauritzen. Es bedarf eines grundsätzlichen Wandels, so wie wir ihn auch bereits vor ca. zehn Jahren eingeleitet haben. Damals hatten uns Untersuchungen das Image der Ostsee SH aufgezeigt. Wir galten als verstaubt, langweilig und in anderen Ferienregionen war alles frisch saniert, während bei uns vieles in die Jahre gekommen war. Damals haben wir einen gemeinsamen Turn-Around definiert, der uns 2019 mit einem Übernachtungsvolumen von über 17 Millionen gezeigt hat, was wir erreicht hatten. Heute stehen wir an einer ähnlichen Schwelle, aber diesmal beschreiben wir den Weg zu einer nachhaltigen Urlaubsdestination bzw. zu einem nachhaltigen Lebens- und Arbeits-traum“, so Katja Lauritzen.

Die Marke Ostsee Schleswig-Holstein ist dabei unser Zugpferd, weil viele auch potenzielle Gäste die Küste nicht nur kennen und sympathisch finden, sondern es auch eine große Besuchsbereitschaft gibt. „Hier kommt jetzt die Holsteinische Schweiz“ ins Spiel, so Julia Bünning, Marketingleiterin und stv. GF, „weil sie die Marke Ostsee enorm durch ihre Attraktivität aufwertet. Insofern wollen wir gern helfen, das Profil der Holsteinischen Schweiz weiter zu schärfen. Es dient uns allen und entlastet die stark frequentierten Urlaubsgegenden.“ Das Handlungsfeld Nr.4 Digitales Gäste- und Besuchermanagement setzt auf bestehendem auf, nämlich der ostseecard. Eine seit mittlerweile Jahrzehnten wichtige Gästekarte, mit der wir den digitalen Weg in die Zukunft beschreiben wollen. „Hierzu laufen Abstimmungen und gemeinsame Ansätze zu harmonisieren, um neue Impulse auf den Weg zu bringen“, so Julia Bünning weiter.

Für einige Mitgliedsorte des OHT sind nicht alle Handlungsfelder neu, aber bekommen eine andere Perspektive. „Das Tourismusentwicklungskonzept der Stadt Eckernförde ist bereits auf einer breiten Bürgerbeteiligung entstanden und wir haben z. B. die Gästezielgruppen basierend auf denen des OHT gewählt. Das neue Tourismusentwicklungskonzept der Ostsee ermöglicht uns, nun auch gemeinsam intensiver mit den Anspruchsgruppen zu arbeiten. Das hilft uns, da auch wir Unterstützung im Hinblick auf Mitarbeitende benötigen, welche über das Handlungsfeld Nr.8 Mitarbeiter:innen-Gewinnung und -bindung in den Fokus genommen werden und Initiativen für diese Anspruchsgruppe definiert. Strategisch klug und sinnvoll ist es, dass der OHT für eine Verschneidung zur Landestourismusstrategie zwischen den Ebenen bei diesem Handlungsfeld sorgt“, sagt Stefan Borgmann, Geschäftsführer Eckernförde Touristik & Marketing GmbH und Marketingbeiratsvorsitzender, des OHT.

Die neue Tourismusstrategie setzt den Rahmen zur mehr Identität über Einheimischen und Mitarbeitenden hin zu den Urlaubern. Die Tourismusakteure begrüßen insofern sehr, dass auch der neue Koalitionsvertrag die Landestourismusstrategie SH und das Umsetzungsmanagement einschließt. Die Touristiker im Verbandsgebiet des OHT sind hochmotiviert, in eine baldige Umsetzung zu gehen. Eine Einladung an den neuen Tourismusminister in Kiel ist schon formuliert.

Zitate von Mitgliedern

Landrat Reinhard Sager, Kreis Ostholstein

„Derzeit finden auf vielen Ebenen Veränderungsprozesse statt, auf die wir mit den richtigen Strategien reagieren müssen. Dies gilt für den Kreis OH, z. B. mit Hilfe eines überarbeiteten Klimaschutzkonzeptes, in dem es auch um die Auswirkungen für den Tourismus geht. Genauso wie auf der regionalen Tourismusebene des OHT mit dem neuen Tourismusentwicklungs-konzept. Dabei wird die Wechselwirkung der Konzepte deutlich und wir begrüßen die „Mission der Ostsee Schleswig-Holstein“ ausdrücklich. Es gilt unsere Leistungsanbieter in den laufenden Veränderungsprozessen zu unterstützen und die Wertschöpfung bei unseren Betrieben durch die Stärkung bzw. den Ausbau regionaler Wirtschaftskreisläufe zu steigern.“

Landrätin Stephanie Ladwig, Kreis Plön

„Nachdem das Land SH mit der Landestourismusstrategie in Vorleistung getreten ist, ist das Tourismusentwicklungs-konzept der Ostsee Schleswig-Holstein ein folgerichtiger Schritt zu einem verzahnten Handeln, den wir als Kreis Plön natürlich unterstützen und auch mitgestalten wollen. Verantwortungsvoller, nachhaltiger Tourismus im Sinne der UN-Nachhaltigkeitsziele lässt sich durch neue Impulse für Innovationen und den Ausbau digitaler Kompetenz im Tourismus in der Region erreichen. Mit z. B. digitalen Angeboten gehen wir auf die Ansprüche unserer Gäste ein, die sich nach zwei Jahren Pandemie gewandelt haben. Die formulierte Vorreiterrolle im Küstentourismus ist für uns alle Ansporn und Orientierungspunkt.“

Christian Martin Lukas

Geschäftsführer

Lübeck und Travemünde Marketing GmbH

„Wir freuen uns sehr, dass der OHT e.V. mit der neuen Strategie die aktuellen Themen im Tourismus aufgreift und somit passgenau auch das TEK 2030 für Travemünde unterstützt. Nachhaltigkeit, Digitalisierung, und ein ausgewogenes Lebensraummanagement – um bei den Schwerpunkten zu bleiben – sind zentrale Aufgaben, die nur im Verbund erfolgreich bearbeitet und umgesetzt werden können. Nicht nur im Tourismus sondern branchenübergreifend und ganzheitlich in der Gesellschaft. Von uns allen.“

Manfred Wohnrade

Betriebsleiter

Tourismus-Service Grömitz

„Die neue Strategie des OHTs fügt sich optimal in die bisherigen Erkenntnisse und künftigen Maßnahmen des Grömitzter Ortsentwicklungskonzeptes ein. Ein Kernthema für die Weiterentwicklung von Grömitz und der gesamten Ostseeküste Schleswig-Holstein ist die Mobilität, die wir nur gemeinsam ausbauen und voranbringen können, um unsere Gäste unbeschwert in die Urlaubsregion und vor Ort von A nach B zu bringen. Wir freuen uns auf die weitere, tiefere Verzahnung aller (Marketing-)Maßnahmen, den offenen Austausch und spannende Projekte.“

Oliver Behncke,

Tourismusedirektor

Tourismus-Service Fehmarn

„Die Neuausrichtung der Tourismusstrategie nicht nur des Landes SH, sondern auch des Ostsee-Holstein Tourismus e.V. unterstreicht die permanenten Anstrengungen der Touristiker der Ostsee-Schleswig-Holsteins, auf geänderte Marktsituationen zu reagieren. Das ambitionierte Ziel, letztendlich ostseeweit nachhaltige Lebens- und Erlebnisräume zu schaffen, zahlt exakt auf die Ausrichtung eines nachhaltigen, profilschärfenden und verantwortungsvollen Tourismus auf der Sonneninsel Fehmarn ein. Insbesondere im Hinblick auf die nahenden Herausforderungen durch die Baumaßnahmen im Zusammenhang mit der FFbQ bilden diese überregionalen und gemeinschaftlich beschlossenen Strategien mit Ihren unterschiedlichen Handlungsfeldern eine sehr gute Basis für das noch in diesem Jahr auf Deutschlands drittgrößter Insel zu beauftragende „Tourismusedwicklungskonzept Fehmarn 2030“.

Stefan Borgmann

Geschäftsführer

Eckernförde Touristik & Marketing GmbH

„Der Tourismus in Schleswig-Holstein steht nach sehr erfolgreichen Jahren vor einem massiven Wandel. Neuen Themen wie Klimawandel, Nachhaltigkeit, Fachkräftemangel und Tourismusakzeptanz verdrängen den bisherigen "Höher-Schneller-Weiter" Ansatz. Der Ostsee Holstein Tourismus e.V. hat aufgrund dieser Rahmenbedingungen die Strategie umfassend angepasst. Bürger und Gäste stehen nun neuerdings gleichermaßen im Fokus des OHT. Der Wechsel von einem reinen Marketingverband zu einer Dienstleistungsorganisation ist ein logischer und konsequenter Schritt.“

Caroline Backmann

Leiterin Tourismuszentrale

Holsteinische Schweiz

„Wir begrüßen es sehr, dass die Holsteinische Schweiz in der neuen Ostsee-Strategie noch einmal eine Aufwertung als attraktive Partnerregion (im Binnenland) erfährt. Es ist wichtig, nun auch die Holsteinische Schweiz und die Küsten durch gute Rad- und Wanderwegenetze aber auch ÖPNV-Strecken miteinander zu verbinden.“

Eike H. Doyen

Tourismusleiter

Tourismus-Service Heiligenhafen

„Die ausgearbeiteten Ziele der „Strategie 2030“ verbinden die derzeit wichtigsten Zukunftspunkte für die gesamte Urlaubsregion Ostsee mit den lokalen Ansichten und Zielen Heiligenhafens. Den Fokus gemeinsam auf qualitative und nachhaltige Tourismusgestaltung zu setzen, gute Arbeits- & Lebensbedingungen zu schaffen und dabei die vielen individuellen und einzigartigen Vorzüge der Region Ostsee zu erhalten, schafft zahlreiche Schnittpunkte zwischen sämtlichen Tourismusorganisationen der Markenfamilie „Ostsee Schleswig-Holstein“.“

Ostsee-Tourismus-Service GmbH (OTS)

„Die Ostsee-Tourismus-Service GmbH (OTS) befürwortet die Neu-Ausrichtung auf die wichtigen Themen unserer Zeit: Qualität, Digitalisierung und Nachhaltigkeit. Die Gründung des „Kompetenzzentrums digitale ostseecard“ ist eine wichtige Voraussetzung, um die ehrgeizigen, strategischen Ziele gemeinsam zu erreichen“ so Eileen Schwamborn, Projektmanagerin bei der OTS.

„Seit der Einführung vor einigen Jahren ist der Bekanntheitsgrad der ostseecard stetig gestiegen und es wurden seither über 135 Mio Karten ausgegeben. Als Destinationsklammer verbindet die Kur-, und Gästekarte alle zukünftigen Themen in Marketing und Kommunikation“ konstatiert der Geschäftsführer Uwe Kirchhoff. „Das Kompetenzzentrum bietet zukünftig eine Plattform, um sich mit einem breiten Themenspektrum zu befassen, darunter u.a die digitale Gästekarte, die Vorteilskarte für Einheimische und Mitarbeitende und die nachhaltige Mobilität. Dabei sollen Können und Fachwissen gebündelt werden und Synergien entstehen.“

Links: www.ostseestrategie.de

Mehr Presse-Informationen unter:

Ostsee-Holstein-Tourismus e.V.

Elisabeth Riedel

Am Bürgerhaus 2, 23683 Scharbeutz

Tel.: 04503 / 88 85-13, Fax: 04503 / 88 85-15

E-Mail: presse@ostsee-sh.de

Internet : www.ostsee-schleswig-holstein.de

Der Ostsee-Holstein-Tourismus e.V. (OHT)

ist der offizielle Marketingverbund der Unternehmen, Gemeinden und Städte sowie der Landkreise entlang der Ostseeküste Schleswig-Holsteins von Glücksburg bis Travemünde sowie der Holsteinischen Schweiz. Der OHT und seine mehr als 30 Mitglieder legen hierbei den Fokus auf nachhaltiges Wachstum.