Tourismusverband Nordsee e.V.

I N F O R M A T I O N

Der Tourismusverband Nordsee e. V. stellt sich vor:

Die niedersächsische Nordsee wird im interkommunalen und politischen Raum durch den Tourismusverband Nordsee e. V. vertreten. Der Verband versteht sich als touristischer Lobbyverband und dient seinen angeschlossenen Mitgliedern als Interessenvertretung, u. a. gegenüber EU, Bund und Land. Der Verband hat seinen Sitz in Jever. Vorsitzender ist Landrat Sven Ambrosy (Landkreis Friesland).

Zweck des Tourismusverbandes Nordsee e. V. ist die allgemeine Förderung des Tourismus im Verbandsgebiet. Abweichend von vielen anderen deutschen Urlaubsregionen wird das Marketing nicht vom Tourismusverband Nordsee e. V. sondern von eigenständigen Marketinggesellschaften durchgeführt. Als regionale Dachmarketingorganisationen sind dies die „Die Nordsee GmbH" mit Sitz in Schortens und die „Ostfriesland Tourismus GmbH" mit Sitz in Leer. Die bedeutenden touristischen Gebiete im Landkreis Wesermarsch werden über die Touristikgemeinschaft Wesermarsch – Wirtschaftsförderung Wesermarsch GmbH – vermarket. Mit Cuxland Tourismus verfügt der Landkreis Cuxhaven ebenfalls über eine eigene Vermarktungsorganisation.

Mitglieder des Tourismusverbandes sind die Landkreise Ammerland, Aurich, Cuxhaven, Friesland, Leer, Wesermarsch und Wittmund; die kreisfreien Städte Emden, Wilhelmshaven und die Seestadt Bremerhaven; die Tourismusmarketinggesellschaften Die Nordsee GmbH und Ostfriesland Tourismus GmbH; die Industrie- und Handelskammern Oldenburg, Ostfriesland-Papenburg und Stade für den Elbe-Weser-Raum sowie die Jade Hochschule, Fachbereich Wirtschaft am Studienort Wilhelmshaven.

Der Tourismusverband Nordsee e. V. ist Mitglied im Tourismusverband Niedersachsen e. V.. Darüber hinaus ist die Nordsee Niedersachsen in der Tourismusversammlung der 100%igen Landesgesellschaft TourismusMarketing Niedersachsen GmbH (TMN) und im Aufsichtsrat vertreten.

Mit rund 15 Mio. Übernachtungen zählt das Verbandsgebiet zu den erstklassigen und bekanntesten Urlaubsregionen in Deutschland.

Tourismusverband Nordsee e.V.

I N F O R M A T I O N

Vorstand:

Landrat Sven Ambrosy, Vorsitzender
Landkreis Friesland

Carola Havekost, stellv. Vorsitzende
Oldenburgische Industrie- und Handelskammer

Landrat Holger Heymann, stellv. Vorsitzender
Landkreis Wittmund

Harald Krebs, Schatzmeister
Landkreis Leer

Weitere Vorstandsmitglieder

Karl-Heinz Bakenhus
Landkreis Aurich

Christine Brandt
Landkreis Cuxhaven

Raymond Kiesbye
Erlebnis Bremerhaven GmbH

Prof. Dr. Enno Schmoll
Jade Hochschule am Studienort Wilhelmshaven

Imke Wemken
Ostfriesland Tourismus GmbH

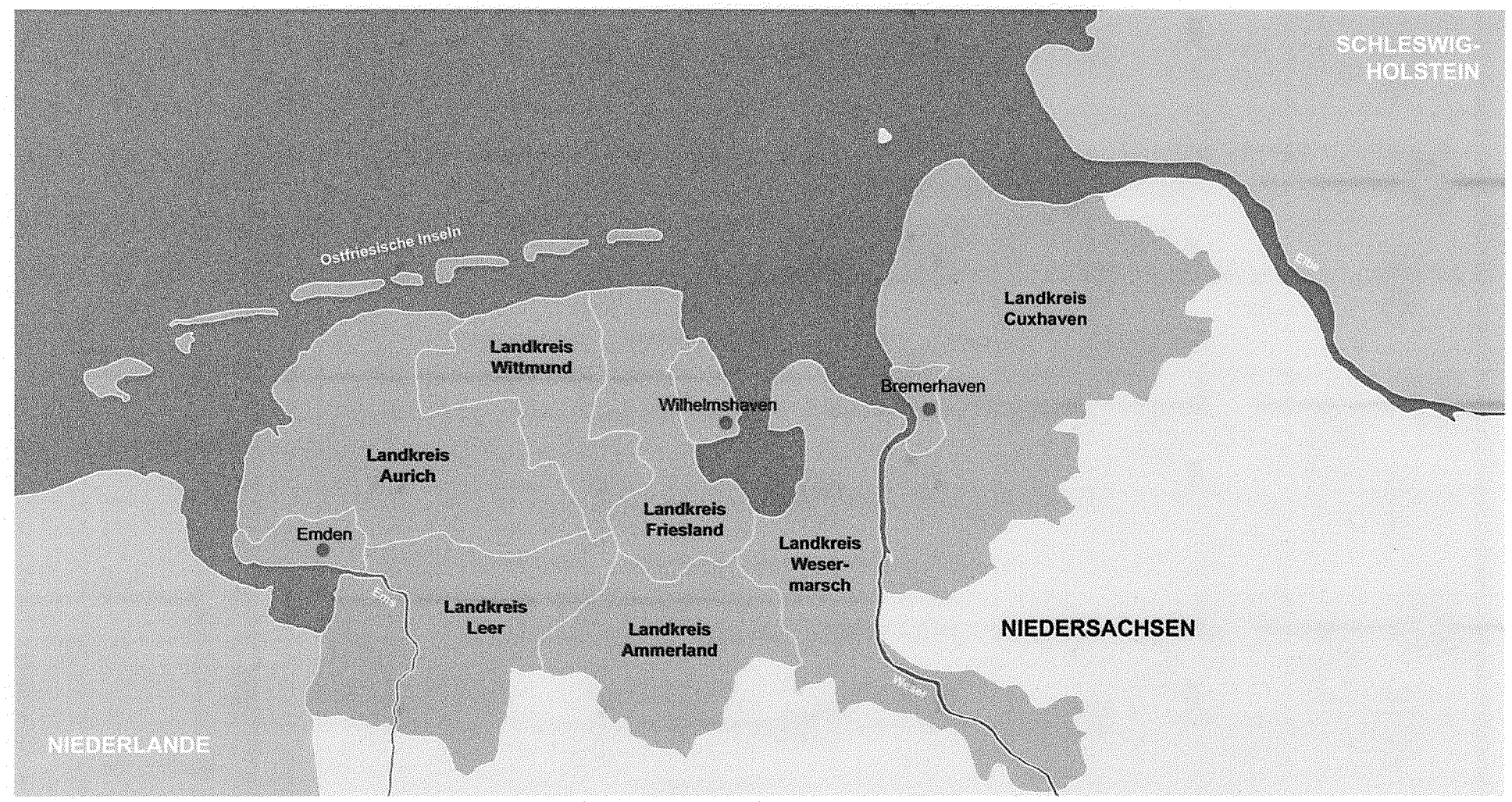
Tina Wulf
Landkreis Wesermarsch

Carolin Wulke
Die Nordsee GmbH

Geschäftsstelle

Tourismusverband Nordsee e. V.
c/o Landkreis Friesland
Lindenallee 1
26441 Jever
Tel. 0 44 61 / 9 19 40 10
Fax. 0 44 61 / 9 19 88 10
Mail. s.janssen@landkreis-friesland.de
Web. www.tourismusverband-nordsee.de

Leitung: Sonja Janßen


SCHLESWIG-
HOLSTEIN
Ostfriesische Inseln
Elbe
Landkreis
Cuxhaven
Landkreis
Wittmund
Bremerhaven
Wilhelmshaven
Landkreis
Aurich
Landkreis
Friesland
Emden
Landkreis
Weser-
marsch
Ems
Landkreis
Leer
Landkreis
Ammerland
NIEDERSACHSEN
Weser
NIEDERLANDE

Tourismusverband Nordsee e.V.

I N F O R M A T I O N

Projektsteckbrief

Initiierung eines Kooperationsnetzwerkes der Zukunft am Beispiel der Urlaubsregion der niedersächsischen Nordsee

Auftraggeber: Tourismusverband Nordsee e. V. , Jever

Auftragnehmer: Saint Elmo´s Tourismusmarketing München/Wien

Fördergeber: Niedersächsisches Ministerium für Wirtschaft, Arbeit, Verkehr und Digitalisierung

Fördersumme: 56.833 €.

Zeitraum: 01/2018 bis 12/2018

Ziele: Die Sicherstellung und der Ausbau der Wettbewerbsfähigkeit der niedersächsischen Nordsee durch eine zukunftsweisende Förderung, Intensivierung und Verstetigung der regionalen und länderübergreifenden Zusammenarbeit zwischen Kommunen, Unternehmen und wirtschaftsnahen Einrichtungen im für die Regionalentwicklung hoch bedeutsamen Handlungsfeld Tourismus.

- Förderung und Realisierung von gemeinsamen Aktivitäten und Maßnahmen zur Verbesserung des touristischen Angebotes und damit Erhöhung der Wertschöpfung
- Professionalisierung des Tourismusmarketings im Interesse wachsender Kundenorientierung
- Förderung der ansässigen KMU
- Schaffung und Erhalt von Arbeitsplätzen
- Erhöhung der Wirtschaftlichkeit der Organisationen durch effizienten und effektiven Mitteleinsatz
- Bündelung der Aktivitäten und Maßnahmen
- Vermeidung von vorhandenen Doppel- oder sogar Mehrfachzuständigkeiten

Tourismusverband Nordsee e.V.

I N F O R M A T I O N

Der Tourismusverband Nordsee e. V. beauftragt die zur Serviceplan Gruppe gehörende Beratungsfirma SAINT ELMO'S TOURISMUSMARKETING mit Sitz in München, für die neu zu gründende Destinationsmanagementorganisation „Niedersächsische Nordsee" innovative Wege zu gehen und eine zukunftsfähige Organisationsstruktur zu entwickeln.

Unter der Überschrift: „Das Ende des Tourismus, wie wir ihn kennen", fand am Dienstag in Horumersiel die Auftaktveranstaltung zur Entwicklung einer zukunftsfähigen Tourismusstruktur im Urlaubsgebiet der niedersächsischen Nordsee statt. Dazu hatte der Tourismusverband Nordsee e. V. als federführende Organisation Vertreter aller Kommunen und Tourismusorganisationen zwischen Emden und Cuxhaven geladen. Finanziell unterstützt wird der Strategie- und Markenprozess vom Niedersächsischen Ministerium für Wirtschaft, Arbeit, Verkehr und Digitalisierung. „Wenn die niedersächsische Nordsee ihren Spitzenplatz im Deutschland-Tourismus halten und verlorengegangene Marktanteile von den Mitbewerbern zurückerobern möchte, müssen wir im Tourismusmarketing und –management neue Wege einschlagen, stellte der Verbandsvorsitzende Sven Ambrosy – Landrat Landkreis Friesland, gleich zu Beginn der Auftaktveranstaltung deutlich heraus.

Im Oktober 2017 hatte der Verband eine Ausschreibung zur Neuaufstellung der Tourismusstrukturen auf den Weg gebracht und verschiedene Beratungsagenturen auf bundesweiter Ebene kontaktiert. Mit der Beauftragung der Tourismus-Experten von SAINT ELMO'S TOURISMUSMARKETING geht der Tourismusverband Nordsee e.V. neue Wege. Das 55-köpfige Team ist mit Vollblut-Touristikern besetzt, die in den letzten Jahren erfolgreich DMOs in Österreich, Deutschland, Südtirol und der Schweiz bei der Neuausrichtung begleitet haben. Betreut werden Marken aus allen Bereichen der touristischen Wertschöpfungskette.

SAINT ELMO'S TOURISMUSMARKETING stellt für die Umsetzung ein interdisziplinäres Team zur Verfügung. Projektleiter ist der erfahrene Tourismusberater und ehemaliger Bereichsleiter und Digital-Chef der Österreich Werbung, Martin Schobert aus Wien. Den Bereich Marktforschung leitet ein Professor der Fakultät für Tourismus der Hochschule München, Dr. Thomas Bausch. Weiteres gehören dem Team eine Marktforscherin, ein Digital-Experte und zwei ehemalige Tourismusdirektoren an. Mit dem Geschäftsführer von SAINT ELMO'S TOURISMUSMARKETING, Hannes Haller, ist einer der erfahrensten Tourismuswerber im deutschsprachigen Tourismus involviert.

Der Projektleiter Martin Schobert beschreibt die Ausgangssituation wie folgt: „Das touristische System an der Nordsee ist verworren. Zwei Bundesländer und ein Fischhändler beanspruchen die Marke ‚Nordsee', ebenso viele Marketingorganisationen ‚rittern' um die Führung der gelernten, attraktiven Begrifflichkeit ‚Urlaub an der Nordsee'. In einem Markt, der geprägt ist vom Kampf vieler Tourismusorganisationen um internationale Aufmerksamkeit. Fragmentiert, teilorganisiert, individuell und vor allem weit unter ihrem Wert schlagen sich daher derzeit die Beteiligten des Tourismus-Systems Niedersächsische

Nordsee durch die Höhen und Untiefen des Tourismus-Marketings und Destinations-Managements".

Martin Schobert ist sich sicher: „**Das Ende des Tourismus, wie wir ihn kennen** ist heute schon Realität". Das gilt für Kopenhagen in gleicher Weise wie für das Allgäu, den Schwarzwald und auch für die **Nordsee in Niedersachsen** (und Schleswig Holstein). Es braucht **Mut zur Veränderung**, um die dringend benötigten neuen Strukturen im Tourismus zu schaffen, die Gemeinsames vor Trennendes stellen. Es benötigt neue Ansätze in der Beratung und Begleitung, Service Design Thinking und gelebte Beteiligung auf Augenhöhe statt Flipchart-Tourismus und allgemeingültige Image-Untersuchungen die eher nivellieren als Alleinstellendes zu finden.

Die Menschen reisen heute zunehmend, ob der Sehnsucht nach Begegnung, Lokalität und dem Erfahren des temporären Gefühls von „Heimat der Menschen, die hier leben" zu verspüren. Diese neue Art und Weise wie wir reisen, verändert derzeit touristische Geschäftsmodelle, Tourismusorganisationen und das touristische Angebot selbst. In den nächsten 5 Jahren werden sich Tourismus-Marketing-Organisationen radikaler wandeln als in den letzten 20 Jahren zuvor. Neue Technologien, das veränderte Verbraucherverhalten und neue disruptive Geschäftsmodelle erlauben kein „weiter so", sondern verlangen nach einem Umdenken und einer grundlegenden Restrukturierung im Marketing: organisatorisch, technologisch und fachlich. Es gibt keine ideale „Blaupause". Ansätze aus unterschiedlichen Branchen lassen aber erkennen, wohin die Entwicklung gehen wird. Es gilt nun die perfekte Organisationsstruktur gemeinsam mit den Akteuren vor Ort zu entwickeln und diese in die Umsetzung zu begleiten.

Neue Wege für die „Niedersächsische Nordsee"

Neben internen und externen Analysen, wird es in den nächsten Wochen Interviews mit den Projektbeteiligten, eine Markenentwicklung und jede Menge Austausch geben. Ambrosy warb dafür, der Agentur Vertrauen entgegenzubringen und sich konstruktiv am Prozess zu beteiligen. Denn das Ziel haben alle gemeinsam vor Augen: die Niedersächsische Nordsee soll fit für die Zukunft gemacht werden.

Über SAINT ELMO'S TOURISMUSMARKETING

Mit Standorten in München, Hamburg und Berlin sowie acht internationale Hubs zur Betreuung von Tourismus-Kunden in Deutschland, Österreich, Südtirol und der Schweiz realisiert SAINT ELMO'S TOURISMUSMARKETING ganzheitliche Kommunikationslösungen für Markt- und Innovationsführer aus dem Tourismus. 55 Tourismusexperten arbeiten an integrierten Konzepten für Kunden wie beispielsweise Europas größter Outdoorpark AREA 47 (Ötztal), Dolomiti Superski, Großglockner Hochalpenstraße, Oberstdorf Kleinwalsertal, Emilia Romagna, Slowenien Tourismus, Sölden, Davos Klosters, Südtirols Süden, die Tirol Werbung und eine Reihe von Top-Hotels. SAINT ELMO'S TOURISMUSMARKETING ist Teil der Serviceplan Gruppe mit Sitz in München, 35 Standorten weltweit und 3.400 Mitarbeitern. Das Leistungsspektrum der Gruppe folgt der Vision „Building best brands" und umfasst alle Kommunikationsdisziplinen: Nach einem einzigartigen, komplett integriert aufgestellten Modell arbeiten Markenstrategen, Digitalexperten und Mediaprofis ebenso Hand in Hand wie CRM-, Content-Marketing-, Sales-, Social-Media- oder PR-Spezialisten.