


  
**NIT**  
NEW INSIGHTS FOR TOURISM

## Moderation der Entwicklung der touristischen Marketingorganisation auf den Halligen

Auftaktmoderation | Husum, 08.05.2015 | Protokoll

Stand: 12.05.2015

Institut für Tourismus- und Bäderforschung  
in Nordeuropa GmbH (NIT)Fleethörn 23  
D-24103 KielTel.: (+49) 431 666 5670  
Fax: (+49) 431 666 56710info@nit-kiel.de  
www.nit-kiel.de

**Auftrag**

**Moderation einer Auftaktveranstaltung zum Thema: Weiterentwicklung der Kooperation im Rahmen der Tourismusorganisation der nordfriesischen Halligen**

**Ziel der Auftaktveranstaltung ist die (teilweise nochmalige) Erfassung der**

- Motivationen
- Ziele
- nötigen Schritte
- Sorgen & Befürchtungen

**in Bezug auf diese Gründungsabsicht aus der Sicht der teilnehmenden Vertreter der Halligen.**

Motivationen

Ziele

Nötige Schritte

Sorgen / Befürchtungen

© 2015 NITTourismusorganisation Halligen | Mai 20152

## Ausgangslage und Vorgaben





↔








+ aktuelle, laufende Aktivitäten auf den Halligen

© 2015 NIT
Tourismusorganisation Halligen | Mai 2015
3

## Durchführung der Plakatabfrage




**Weiterentwicklung der Kooperation im Rahmen der Tourismusorganisation der nordfriesischen Halligen**


Achtung: Auf jeder Karte nur einen Aspekt nennen!

<b>Motivationen</b>	Plakat 1: Warum ist das aus deiner/Ihrer Sicht nötig?
<b>Ziele</b>	Plakat 2: Was sollen die Ziele der Organisation sein?
<b>Nötige Schritte</b>	Plakat 3: Was ist bei der Gründung praktisch zu tun?
<b>Sorgen / Befürchtungen</b>	Plakat 4: Welches sind deine/Ihre Sorgen im Zusammenhang mit der Gründung?

Hinweis zum Protokoll: Im Rahmen der Moderation fand eine vorläufige Sortierung (Clusterung) der Nennungen statt. Diese wurde im Protokoll im Sinne der besseren Übersicht überarbeitet.


© 2015 NIT
Tourismusorganisation Halligen | Mai 2015
4

Motivationen	Gruppierte Abfrageergebnisse	
<p><b>Cluster 1: „Meta-Ebene“</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>„Nur zusammen kommen wir weiter“</li> <li>„Zusammen sind wir stark“</li> <li>„Alleine gehen wir unter“</li> <li>„Wir Halligen“</li> <li>„Verhandlungsposition stärken (allgemein)“</li> <li>„Es soll uns allen gut gehen“</li> <li>„Ideen austausch“</li> <li>„Gegenseitige Motivation“</li> <li>„... weil wir unsere Stärken bündeln und unsere Schwächen bündeln sollten“</li> <li>„... weil sich langfristig Einzelkämpfer nicht mehr lange (auf dem Markt) halten können“</li> <li>„Kleine Halligen integrieren“</li> </ul> <p><b>Cluster 2: „Außenwirkung/-wahrnehmung“</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>„Gemeinsame Auftritte/Werbung effektiver“</li> <li>„Gemeinsames Auftreten nach Außen hin wichtig“</li> <li>„Tourismuskonzept“</li> <li>„Tourismus voranbringen / stärken“</li> <li>„Gemeinsame Strategien entwickeln“</li> <li>„Bekanntheit der Hallig-Welt steigern“</li> <li>„Marke Halligen / tolle Werbung“</li> <li>...</li> </ul>	<p>...</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>„Gemeinsame Werbung / Moderation erwünscht“</li> <li>„Übersicht für Gäste erhöhen“</li> <li>„Positive Ausstrahlung für Gäste“</li> <li>„Wir werden im Außen oft gemeinsam wahrgenommen“</li> <li>„Gemeinsam ist man stärker (sichtbarer)“</li> <li>„... weil ein gemeinsamer Auftritt eine stärkere Breitenwirkung hat“</li> </ul> <p><b>Cluster 3: „Effizienz/Budget“</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>„Zeit und Geld sparen“</li> <li>„Gemeinsame Ziele finanziell umzusetzen“</li> <li>„Bündelung der Kräfte/Mittel“</li> <li>„Bündelung der Mittel“</li> <li>„Finanzielle Vorteile durch gemeinsames Zusammenarbeiten“</li> <li>„Geldakquise ist einfacher“</li> <li>„Mehr Professionalität“</li> <li>„Effektivere Strukturen“</li> <li>„Synergieeffekte“</li> </ul>	<p>© 2015 NIT</p> <p>Tourismusorganisation Halligen   Mai 2015</p> <p>5</p>

Ziele	Gruppierte Abfrageergebnisse	
<p><b>Cluster 1: „Konzeptionelle Ziele“</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>„Gem. touristisches Leitbild“</li> <li>„Gemeinsames Dach zur Vermarktung“</li> <li>„Das Gemeinsame soll nach Innen strahlen“</li> <li>„Gemeinsames Tourismuskonzept (sanft, nachhaltig, naturmah)“</li> <li>„Gleiche Ziele vor Augen haben“</li> <li>„Stärken-/Schwächenanalyse“</li> </ul> <p>sowie als übergeordnete Entwicklungsziele</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>„Tourismus langfristig erhalten – steigern“</li> <li>„Saisonverlängerung bzw. Abschaffung der Saison“</li> </ul> <p><b>Cluster 2: „Kommunikationsziele“</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>„Halligen als attraktives Urlaubsziel vermarkten“</li> <li>„Stärkung der Marke Halligen“</li> <li>„Gemeinsam stark sein – Außenwirkung“</li> <li>„Halligen bekannter machen“</li> <li>„Stärkung des Auftritts“</li> </ul> <p><b>Cluster 3: „Produkt-Ziele“</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>„Breites/vielschichtiges Angebot“</li> <li>„Qualitätsverbesserung“</li> <li>„Größere Projekte Hallig übergreifender Art (Produkte)“</li> </ul>	<p><b>Cluster 4: „Organisationsziele“ (institutionell)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>„Klare Linien + Strukturen“</li> <li>„Synergien“</li> <li>„Synergien (auch voneinander lernen)“</li> <li>„Gleiche Bedingungen herstellen“</li> <li>„Struktur, die uns nach Außen repräsentiert und trotzdem regionale Besonderheiten im Blick hat“</li> <li>„Mini-LTO verbunden mit Förderung“</li> <li>„Effiziente Zusammenarbeit der TI-Büros“</li> </ul> <p><b>Cluster 5: „Organisationsziele“ (personell)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>„Qualität und Professionalität des Personals bzw. aller Verantwortlichen“</li> <li>„Pro Hallig ein motivierter Koordinator mit Fachkenntnissen + Wille zur Fortbildung“</li> </ul> <p><b>Cluster 6: „Organisationsziele“ (finanziell)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>„Ersparnisse“</li> <li>„Haushalte entlasten“</li> </ul> <p><b>Sonstiges</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>„Gemeinsam statt einsam“</li> <li>„Gemeinsamkeiten herauszustellen“</li> <li>„Auf einen Nenner kommen“</li> </ul>	<p>© 2015 NIT</p> <p>Tourismusorganisation Halligen   Mai 2015</p> <p>6</p>

Nötige Schritte

Gruppierte Abfrageergebnisse




Nötige erste Schritte zur Organisationsentwicklung (freie Abfrage)

<b>„TEK“-Ebene</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• „Beratung/Begleitung“</li> <li>• „Moderation“</li> <li>• „Klare Zielvorgaben formulieren“</li> <li>• „Regeln aufstellen (wer macht was bis wann)“</li> <li>• „Bedingungen erfassen“</li> <li>• „Stärken/Schwächenanalyse“</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• „Gemeinsame Strukturen erfassen und umsetzen“</li> <li>• „Gemeinsame Ziele festlegen“</li> <li>• „Aus alten bereits aufgestellten „Konzepten“ das Beste herausuchen“</li> <li>• „Gemeinsamer Budgetplan“</li> <li>• „Ziel- und Zeitpunkt bestimmen“</li> </ul>
<b>Organisations-ebene</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• „Regelmäßige Fort- und Weiterbildung für alle Verantwortlichen“</li> <li>• „Zusammen arbeiten“</li> <li>• „Mit einander sprechen“</li> <li>• „Mehr fachlicher Austausch“</li> <li>• „Regelmäßige Arbeitstreffen“</li> <li>• „Transparenz untereinander“</li> <li>• „Gelder für Fachkräfte beantragen“</li> <li>• „Innenmarketing“</li> <li>• „Kommunikation mit- und untereinander“</li> <li>• „Gegenseitige kurze Vorträge“</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• „Strukturiert vorgehen“</li> <li>• „Macher benennen“</li> <li>• „Kooperationswege finden“</li> <li>• „Adressenaustausch“</li> <li>• „Einigkeit erarbeiten“</li> <li>• „Gemeinsame Organisation mit gemeinsamen Haushaltsmitteln aufstellen“</li> <li>• „Hallig eine(n) hauptverantwortlichen Kümmerer“</li> </ul>
<b>Ebene der Markt-bearbeitung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• „Bündeln der Werbung“</li> <li>• „Werbung, Werbung“</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• „Kai sagt, wo es langgeht (z.B. Internetseite überarbeiten)“</li> </ul>

© 2015 NIT
Tourismusorganisation Halligen | Mai 2015
7

Sorgen / Befürchtungen

Gruppierte Abfrageergebnisse



<p><b>Fehlende Motivation</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• „Das Motivation nicht gelebt wird!“</li> <li>• „Einsatz unmotivierten Personals“</li> </ul> <p><b>Gegenspieler sein, statt gemeinsam an einem Strang ziehen</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• „Das Umsetzen des Gemeinsamkeitsgefühls“</li> <li>• „Das wir nicht alle „mitnehmen“...“</li> <li>• „Neid“</li> <li>• „Konkurrenzdenken in den Köpfen“</li> <li>• „Egoistisches Denken“</li> <li>• „Versteckte Egoismen“</li> <li>• „Kein Wir-Gefühl auf den Halligen“</li> <li>• „Persönliche Attacken „</li> <li>• „Mangelnde Ehrlichkeit“</li> <li>• „Partikular-/Einzelinteressen gegen das große Ganze“</li> <li>• „Kirchturmdenken“</li> <li>• „Zentralistisches Gehabe“</li> </ul>	<p><b>Lange Diskussionen, keine Taten</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• „Klein-Krämerei“</li> <li>• „Zu lange Diskussionen um Kleinigkeiten“</li> <li>• „Kaum Befürchtungen einfach Taten folgen lassen“</li> </ul> <p><b>Fehlende Verbindlichkeit</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• „Was sagen und dann doch nicht einhalten“</li> <li>• „Das Regeln/Absprachen nicht eingehalten werden!“</li> <li>• „Struktur einhalten“ (Anm.: Keine Sorge, sondern eine positiv gemeinte Anforderung)</li> </ul> <p><b>Und...</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• „Unterschiedliche „Startbedingungen“ auf den Halligen“</li> </ul>
--	---

© 2015 NIT
Tourismusorganisation Halligen | Mai 2015
8





Mehr Erfolg durch Kooperation



Mehr Erfolg durch Kooperation - Teil II


## Mögliche Planungs-Instrumente

© 2015 NIT

Tourismusorganisation Halligen | Mai 2015


9

## TEK



C

### Inhalte eines Tourismuskonzeptes




- ✓ Analyse der touristischen Entwicklung, des Angebotes und der touristischen Nachfrage/Zielgruppen, der Marketingstrukturen, der Organisations- und Kooperationsstrukturen, der Wettbewerbssituation, Zusammenfassung in einer Stärken-/Schwächen-/Chancen-/Risikoprüfung
- ✓ Leitbild für die LTO-Region: Selbstverständnis der Region, klar gegliederte kurz-, mittel- und langfristige touristische Ziele der Kooperationsregion (qualitativ und quantitativ), Strategien, Kooperationskultur und Verhaltensweisen der Kooperationspartner
- ✓ Gemeinsame Positionierung: Alleinstellungsmerkmale, Zielgruppen und Zielmärkte, Angebotsthemen und -schwerpunkte
- ✓ Gemeinsamer Marketing-Mix: gemeinsam zu entwickelnde Angebotsthemen und Qualitätsstandards, gemeinsame Vermarktungs- und Vertriebsaktivitäten, inhaltliche Einbindung auf Landes- und Destinationsebene
- ✓ Gemeinsame Gästeservices: gemeinsames Veranstaltungs-/Gästabereitungsprogramm, Erarbeitung eines Netzwerks der Tourist-Informationen durch Abstimmung Öffnungs-/Erreichbarkeitszeiten und der Vermittlungstätigkeit und Qualifizierung des Personals auf LTO-Beratungsfähigkeit
- ✓ Gemeinsame Organisations- und Kooperationsstrukturen: Stufenkonzept zur Umsetzung der LTO-Organisation
- ✓ Gemeinsame Infrastrukturplanung: Entwicklung der regionsvernetzenden Infrastruktur, Entwicklung der kommunalen ökonomischen Schlüsselinfrastruktur (Bäder, Kurmittelhäuser, Gästebetreuungs- und Veranstaltungseinrichtungen), ggf. Ortsbildentwicklung, gemeinsame Maßnahmen zur Entwicklung privatwirtschaftlicher Infrastruktur
- ✓ Maßnahmen- und Umsetzungsplan: Festlegung erforderlicher Maßnahmen und Projekte, Zeiten, Zuständigkeiten und Prioritäten, Drei Kategorien von Projekten und Maßnahmen: Sofortmaßnahmen, mittelfristige Maßnahmen, langfristige Maßnahmen, Festlegung des Umsetzungscontrollings, Festlegung der Mechanismen zur Fortschreibung des Tourismuskonzeptes

Wunsch:  
Erstellung eines  
„kurzen“ TEKs  
durch das NIT  
auf der Basis  
vorhandener  
Daten zzgl.  
nötiger  
Aktualisierungen

© 2015

10

**Business-Plan** *Nötig? Ggf. später...*




**C**

**Inhalte eines Businessplans**

- ✓ Kooperationsziele und -inhalte: kurze Zusammenfassung der wesentlichen Inhalte des Tourismuskonzeptes, Darstellung des LTO-/Gesellschaftszwecks
- ✓ Organisation und Führung: Institutionalisierung der LTO (Rechtsform, Trägerschaft), Organisation der LTO (Organigramm, Standort(e)), Führung, Schlüsselpositionen (Umsetzungskordinatoren, s. u.) und Management der LTO, Kooperationspartner, Entwicklung der Organisationsstruktur der LTO (detailliertes Stufenkonzept)
- ✓ Aufgaben- und Leistungsportfolio der LTO: wahrgenommene und delegierte Aufgaben in den Bereichen Marketing-Mix, Gästeservices, Infrastruktur
- ✓ Kosten- und Finanzierungsplanung: Investitions-/Abschreibungsplanung, Planung der Gewinn- und Verlustrechnung, Liquiditätsplanung, Finanzbedarf, Finanzierungskonstrukt
- ✓ Maßnahmen- und Umsetzungsplanung: Maßnahmen und Umsetzungsschritte, Zeiten in einem Drei-Jahresplan, Zuständigkeiten, Prioritäten, Umsetzungscontrolling (T-Fis), Festlegung der Mechanismen zur Fortschreibung

© 2015 NIT Tourismusorganisation Halligen | Mai 2015 11

**Marketing-/Mediaplan** *Nötig? Ggf. später...*




**C**

**Inhalte eines Marketing- und Mediaplans**

- ✓ Kurzdarstellung von Positionierung, Zielgruppen, Zielmärkten, Angebotsthemen und -schwerpunkten
- ✓ Gesamtbudget für Marketing (Personal- und Sachkosten) innerhalb der Kooperationsregion und Budget für gemeinsame Maßnahmen der LTO
- ✓ Darstellung des Marketingmix: Angebotsthemen, Qualitätsstandards, Vermarktungs- und Vertriebsaktivitäten, Beteiligungs- und Kooperationsmöglichkeiten
- ✓ Beteiligungsplan für private Leistungsanbieter: beteiligungsfähige Beschreibung jeder Einzelmaßnahme (Ziele, Maßnahmen zur Durchführung, Zeitraum, Ansprechpartner, Erfolgskennzahlen zur Bewertung der Maßnahme)

© 2015 NIT Tourismusorganisation Halligen | Mai 2015 12




## Nächste Schritte

© 2015 NIT

Tourismusorganisation Halligen | Mai 2015

13

**Gegenstand weiterer moderierter Treffen**



**Weiterentwicklung der Kooperation im Rahmen der Tourismusorganisation der nordfriesischen Halligen**

	Gegenstand	Termin	Personelle Verantwortung/ Moderator
1.	Versand der Ergebnisse der Moderation der Organisationsentwicklung im Hallig-Tourismus 2010	11.5.2015	NIT; erledigt
2.	Schaffung eines Konzeptarchivs zum Hallig-Tourismus (Erste Zulieferungen erfolgen in 05/2015 durch das NIT)	Ende 05/2015 (11./12.5.2015)	„Archivar“: Erco Jacobsen (Zulieferung: NIT; läuft)
3.	Terminabstimmung nächster Moderationstermin	Ende 05/2015	Doodle-Umfrage: Erco Jacobsen Terminvorschläge: NIT
4.	Erstellung eines Entwurfs für das Tourismusedwicklungs-konzept (TEK) nordfriesische Halligen auf der Basis des Moderationsergebnisses 2010 sowie 05/2015 (vorab: Angebotserstellung durch das NIT)	Entwurf Ende 06/2015 bis Anfang 07/2015	NIT
5.	Diskussion des TEK-Entwurfs	Termin folgt	Moderation: NIT

© 2015 NIT

Tourismusorganisation Halligen | Mai 2015

14



## Teilnehmerliste

© 2015 NIT

Tourismusorganisation Halligen | Mai 2015

15

### Teilnehmerliste vom 08.05.2015



Name	Kontakt
Alina Ciesielski	info@langeness.de
Fiede Nissen	nissen@langeness.de
Björn Marten Philipps	philipps@langeness.de
Heike Hinrichsen	buergemeisterin@langeness.de
Matthias Plepgras	buergemeister@hooge.de; halligferien@gmx.de
Ruth Kruse	info@norderwarft.de
Armin Jeß	armin.jess@lkn.landsh.de
Henriette Schwartz	hausweitblick@t-online.de
Erco Jacobsen	e.Jacobsen@hooge.de
Gudrun Binge	g.binge@hooge.de
Katja Just	k.just@hooge.de
Außerdem im Protokollverteiler:	
Malte Karau	karau@langeness.de
Britta Johannsen	b.johannsen@langeness.de

© 2015 NIT

Tourismusorganisation Halligen | Mai 2015

16