



Moderation der Entwicklung der touristischen Marketingorganisation auf den Halligen

Aufaktmoderation | Husum, 08.05.2015 | Protokoll

Stand: 12.05.2015

Institut für Tourismus- und Bäderforschung in Nordeuropa GmbH (NIT)	Fleethörn 23 D-24103 Kiel	Tel.: (+49) 431 666 5670 Fax: (+49) 431 666 56710	info@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

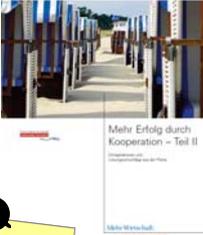
Ausgangslage und Vorgaben





↔







+ 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!

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

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

Nötige Schritte

Gruppierte Abfrageergebnisse



Nötige erste Schritte zur Organisationsentwicklung (freie Abfrage)

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

© 2015 NIT
Tourismusorganisation Halligen | Mai 2015
7

Sorgen / Befürchtungen

Gruppierte Abfrageergebnisse



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

© 2015 NIT
Tourismusorganisation Halligen | Mai 2015
8



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-/Gästepflegeprogramm, 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