



# Workshop: Zielgruppen & Themen



Tourismuskonzept Eckernförde 2030

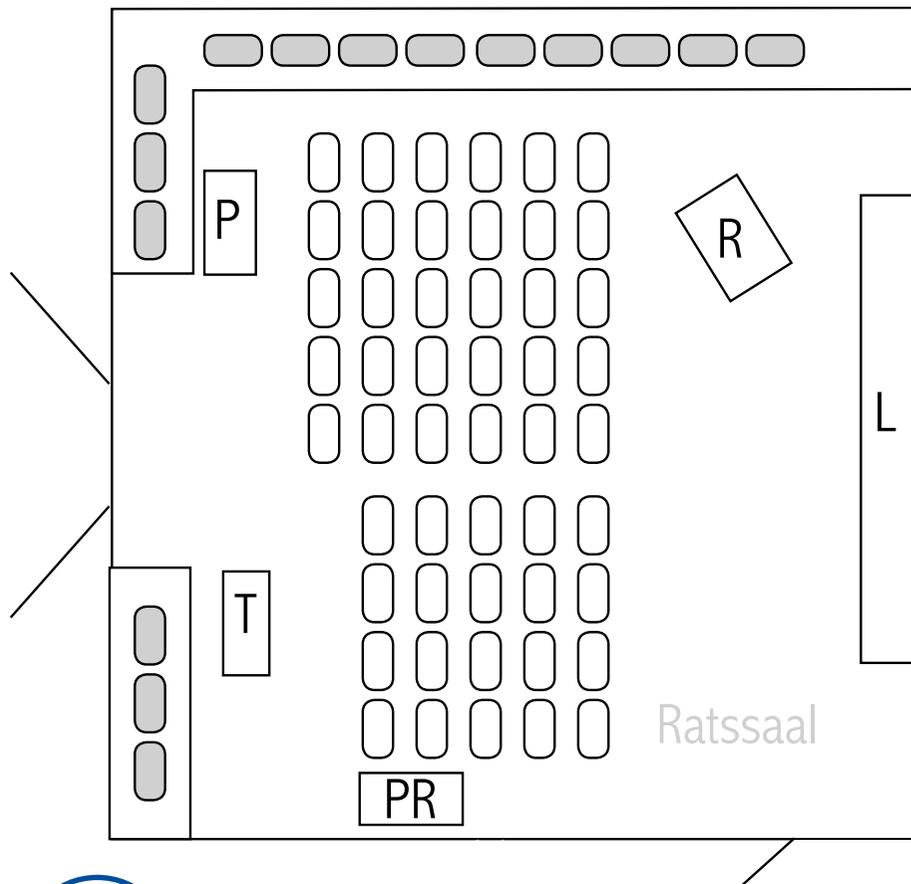
[www.eckernförderbucht.de](http://www.eckernförderbucht.de)

# Workshop Programm



- 01 - Einführung Tourismus Workshops 2019
- 02 - Zielgruppen Tourismuskonzept 2007
- 03 - Zielgruppen & Themen Tourismus SH 2025
- 04 - Zielgruppen & Themen Ostsee SH
- 05 - Wie ist die bisherige Strategie Eckernfördes?
- 06 - Mit welchem Erfolg?
- 07 - Input DWIF & Tourismus Zukunft
- 08 - Aktiv in der Bürgerhalle

# Workshops 2019



## 1 Input im Ratssaal

## 2

## Aktiv in der Bürgerhalle

### Tourismusstrategie SH:

Welche Themen und Zielgruppen hat SH?  
Passt dies zu ECK?

### Ostsee Holstein Tourismus:

Was hat der OHT aus der SH Strategie  
für die Ostsee Region abgeleitet?  
Passt das auch zu ECK?

### Persona:

Was ist das? Welche Persona  
hat der OHT ausgewählt?  
Ist dies für ECK richtig gewählt?

### Customer Journey:

Was ist das?  
Was bedeutet das  
für uns?

### Eckernförde:

Was wollen wir für  
Eckernförde  
umsetzen?



# HERZLICH WILLKOMMEN!

Johannes Böhm

Netzwerkpartner / Berater / Markenexperte



#Marke  
#Strategie

[j.boehm@tourismuszukunft.de](mailto:j.boehm@tourismuszukunft.de)  
+49 176 23873363

# EIN NETZWERK VOLLER ENTHUSIASTEN



# NETZWERK UNTERNEHMEN



- » **13** Experten
- » **13** Standorte
- » Persönlicher Habitus und individuelle Werte relevant
- » Individuelle Schwerpunkte und Kompetenzen

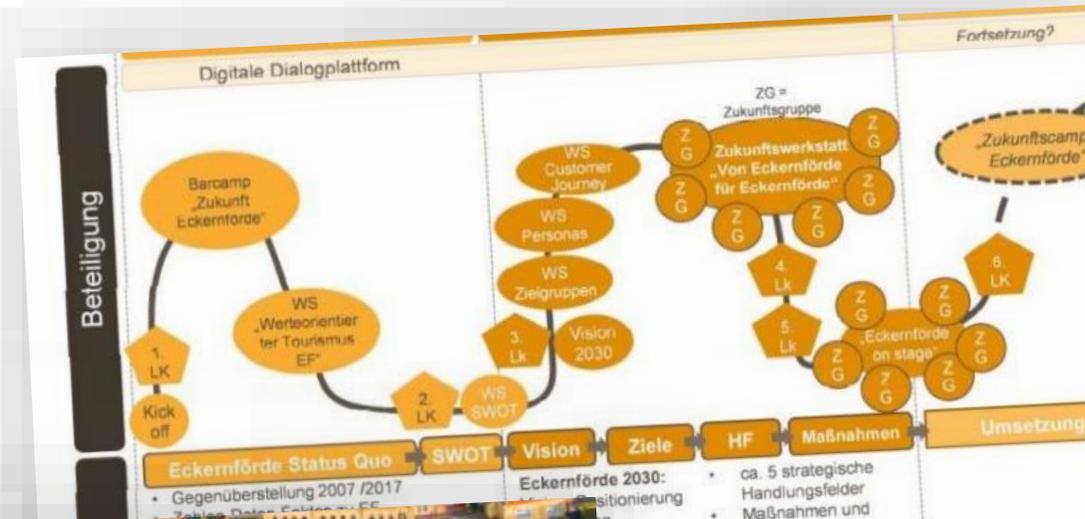
Wir wollen heute die Zielgruppen des OHT für Eckernförde adaptieren und Potentiale für diese Zielgruppen aufdecken.

- Wir wollen eine **Hilfestellung für die praktische Arbeit** erreichen, kein Konzept, das in der Schublade verstaubt.
- Wir wollen, dass die Strategie **von innen heraus** aus der Stadt gelebt und von allen mitgetragen wird.
- Wir wollen durch die Arbeit an und mit der Strategie das **Gästerlebnis verbessern**.

- Wir wollen eine **Hilfestellung für die praktische Arbeit** erreichen, kein Konzept, das in der Schublade verstaubt.
- Wir wollen, dass die Strategie **von innen heraus** aus der Stadt gelebt und von allen mitgetragen wird.
- Wir wollen durch die Arbeit an und mit der Strategie das **Gästerlebnis verbessern.**

# AUF DEM WEG ZUR TOURISMUSSTRATEGIE

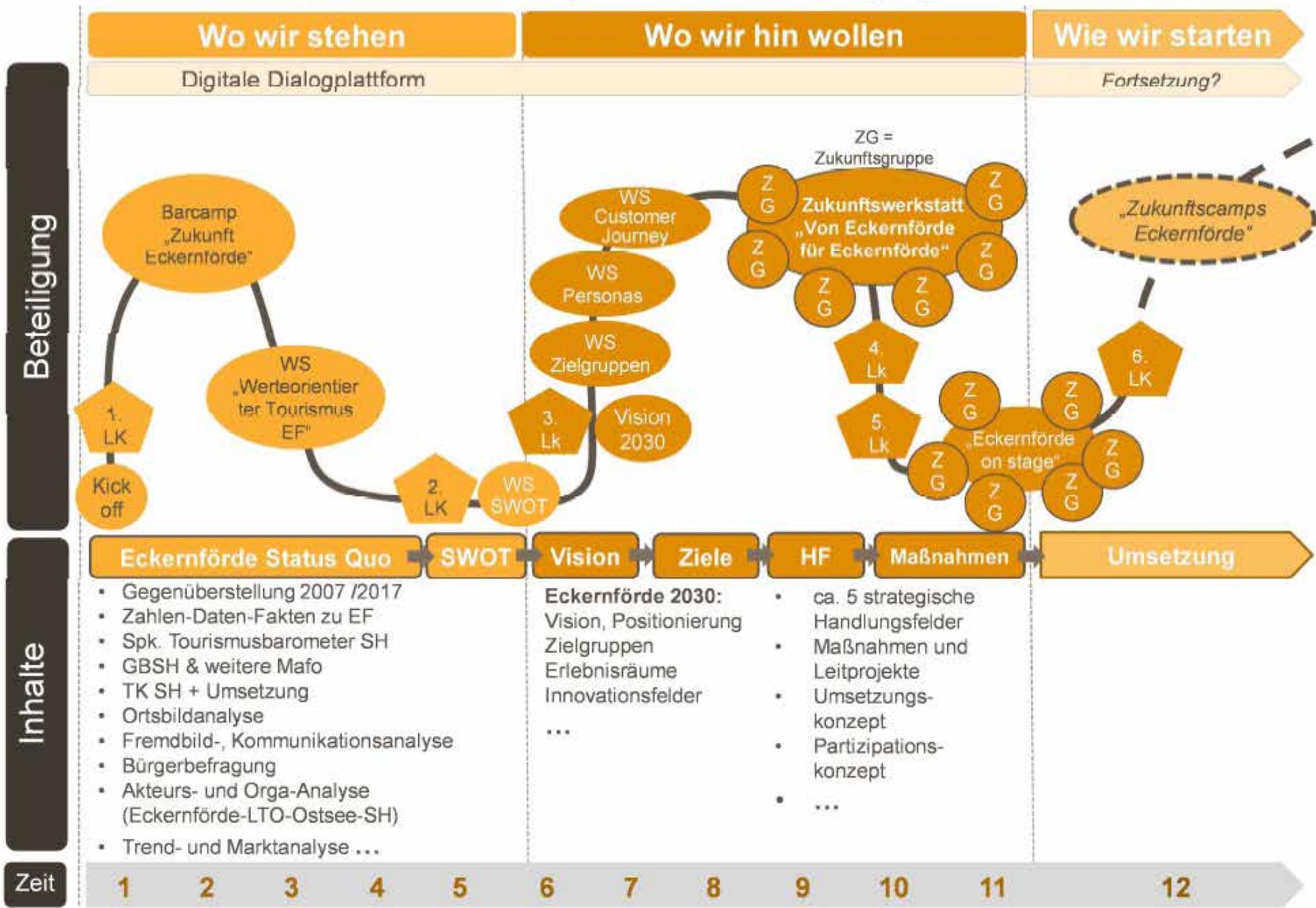
Es wird **immer konkreter!**

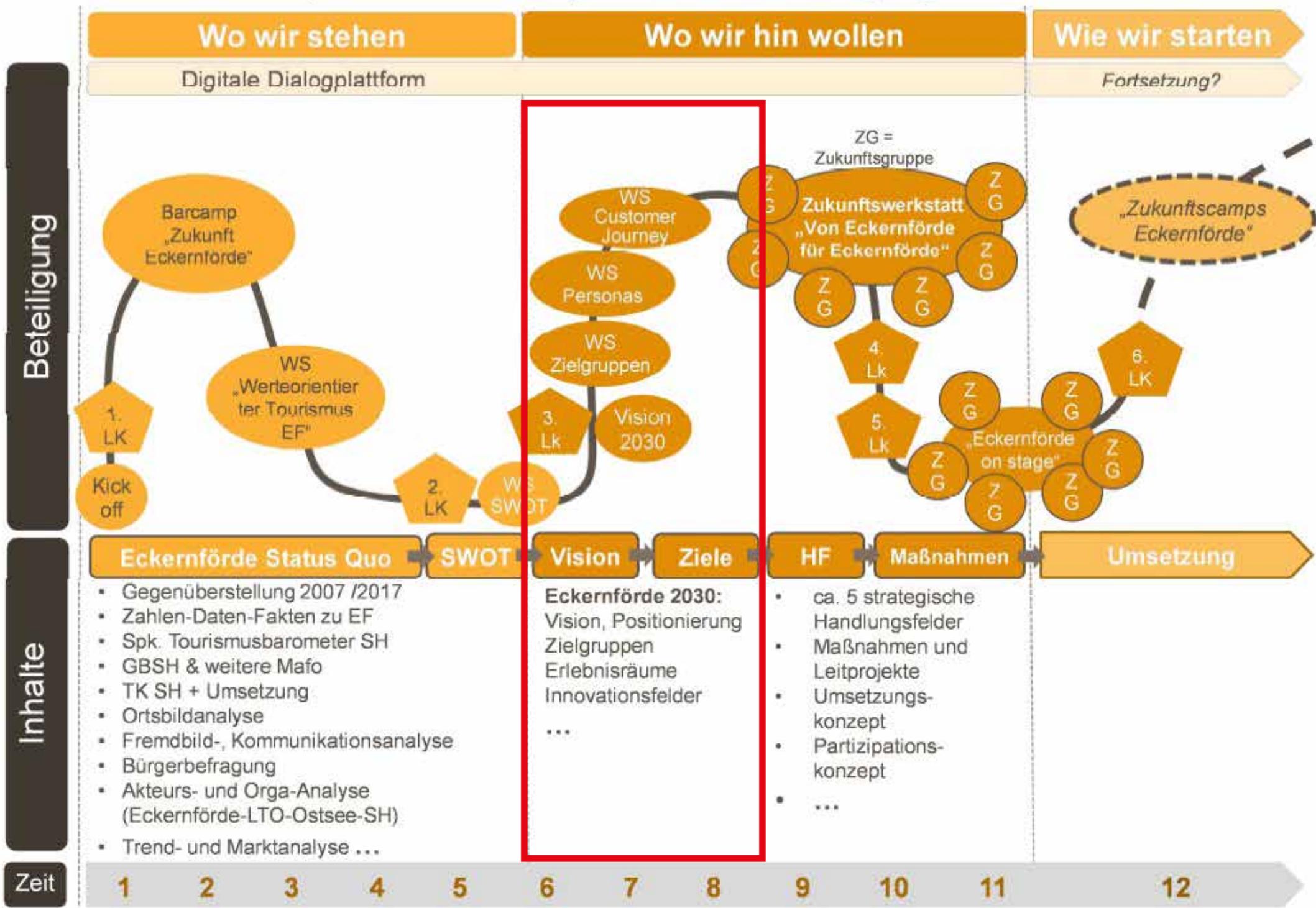


## TOURISMUSKONZEPT ECKERNFÖRDE

Strategieprozess mit der Vision „Eckernförde 2030“

Die Stadt Eckernförde schreibt aktuell das Tourismuskonzept für das Ostseebad fort. Auf diesen Seiten finden Sie alle entsprechenden Informationen, Termine und Inhalte.

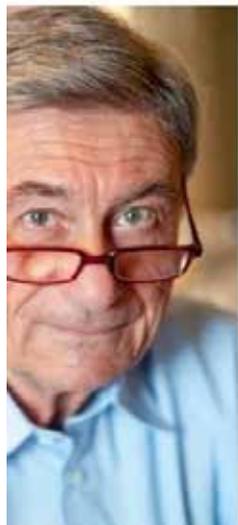




# ABER: WARUM ÜBERHAUPT ZIELGRUPPEN?



# UNTERSCHIEDLICHE MENSCHEN MIT UNTERSCHIEDLICHEN LEBENSENTWÜRFEN...





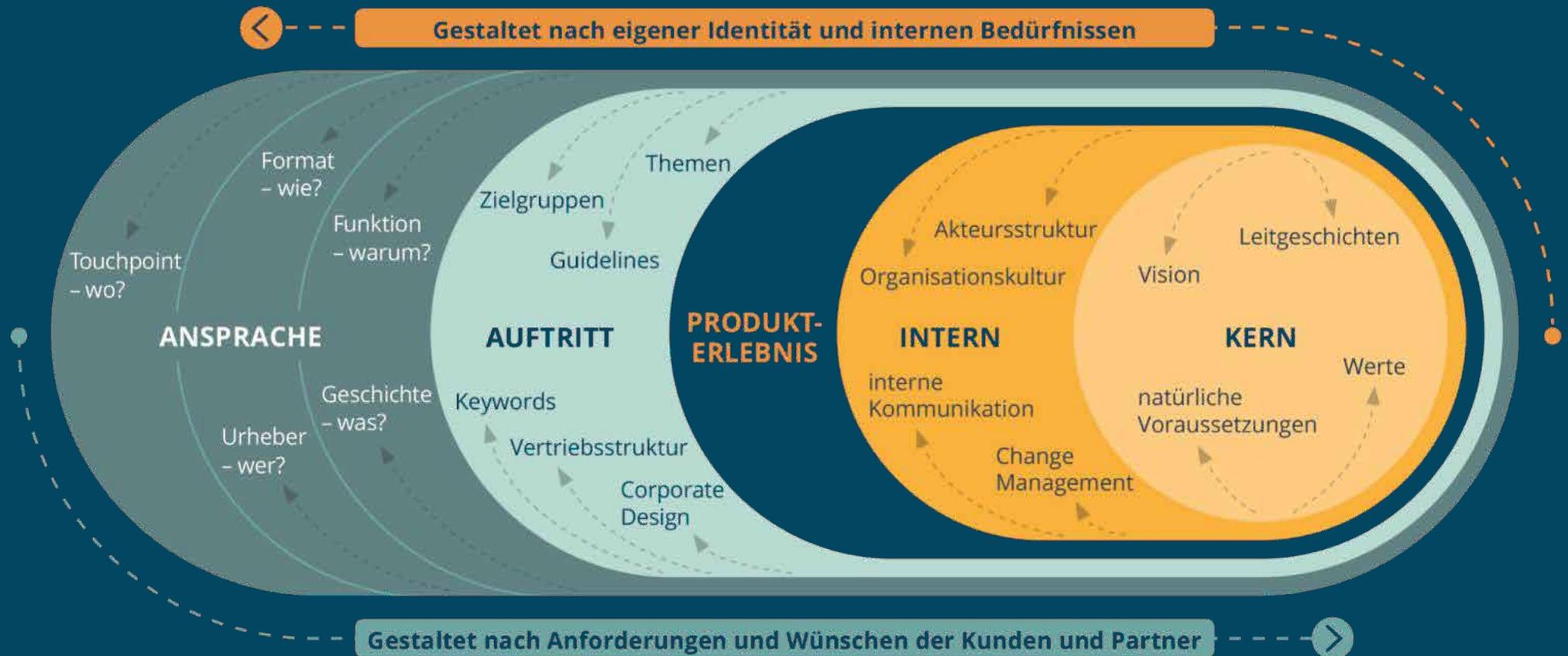
... HABEN UNTERSCHIEDLICHE  
**WÜNSCHE, ERWARTUNGEN**  
UND **BEDÜRFNISSE!**



NEBEN DER EIGENEN IDENTITÄT IST DIE  
**ZIELGRUPPE DER ENTSCHEIDENDE**  
**FAKTOR FÜR DIE AUSRICHTUNG VON**  
**ERLEBNISGESTALTUNG UND**  
**KOMMUNIKATION!**



# ZIELGRUPPEN ALS WICHTIGES STRATEGISCHES INSTRUMENT



# ZIELGRUPPEN ALS WICHTIGES STRATEGISCHES INSTRUMENT



NEBEN DER EIGENEN IDENTITÄT IST DIE  
**ZIELGRUPPE DER ENTSCHEIDENDE**  
**FAKTOR FÜR DIE AUSRICHTUNG VON**  
**ERLEBNISGESTALTUNG UND**  
**KOMMUNIKATION!**



# Ostseebad Eckernförde

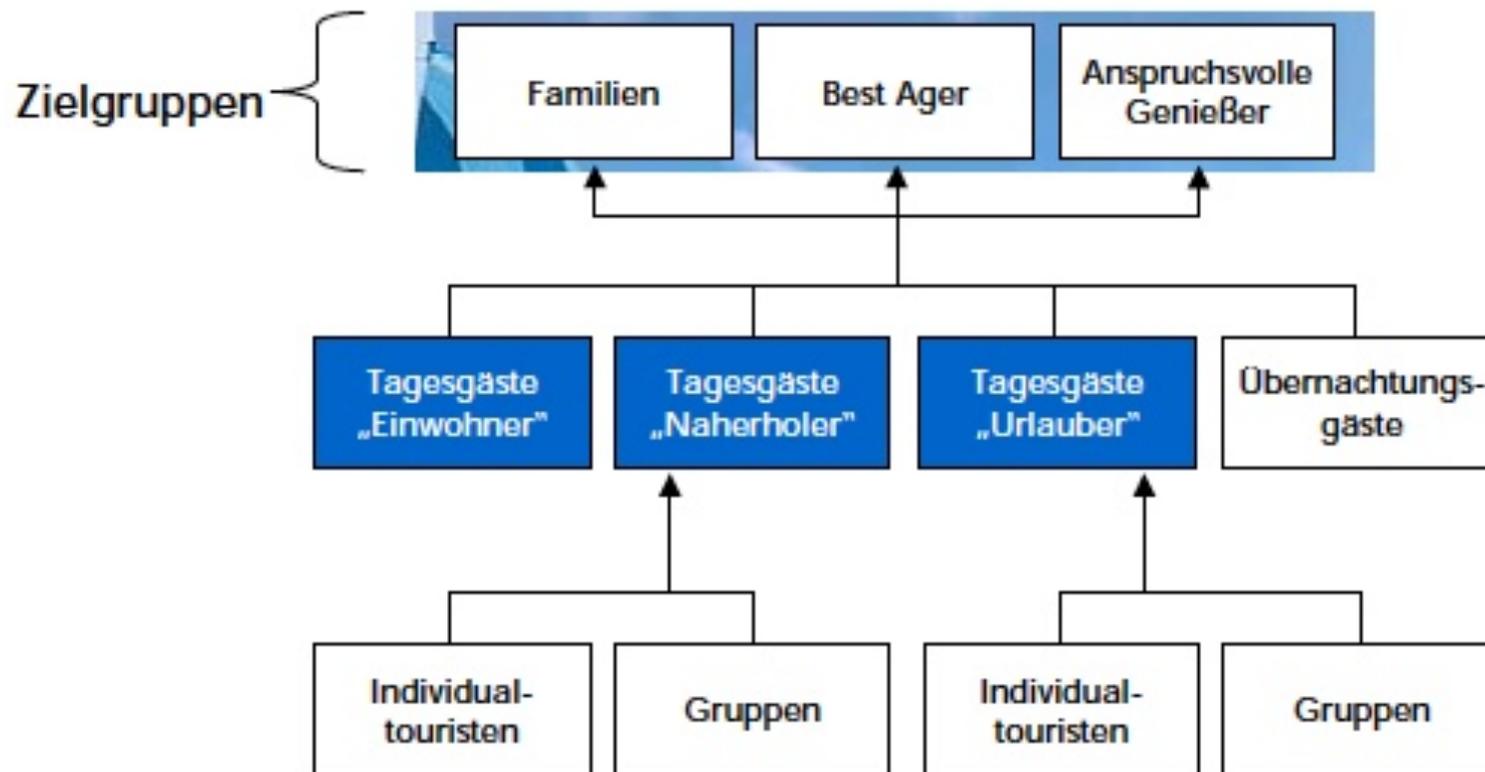


Zielgruppen  
Strategie  
Eckernförde

# Zielgruppen Konzept 2007



## Ansprache der für Schleswig-Holstein identifizierten Zielgruppen - Fokussierung auf Tagestouristen



# Zielgruppen & Themen SH 2025

## Zielgruppen- Themen-Matrix Schleswig- Holstein

Quelle: IMT 2014

	Natur	Familien- urlaub	Strand/ Baden	Rad- fahren	Segeln	Städte- reise	Gesundheits- urlaub
	Kernkompetenzen			Aktivitätsthemen		Entwicklungsthemen	
Natururlauber	●	●	●	●	●		
Familien Wasserratten	●	●	●		●		
Aktivfamilien	●	●	●	●			
Entschleuniger	●	●	●	●	●	●	●
Neugierige	●	●	●	●		●	
Entwicklungszielgruppe Städtereisende	●	●	●	●		●	

# Ostsee Holstein Tourismus (OHT)



# Zielgruppen & Persona OHT



**Die Kampmeiers**

**Aktivfamilien**



**Die Möllers**

**Naturliebhaber &  
Neugierige**



**Sommerburg &  
Beck**

**Neugierige &  
Entschleuniger**

# Themen OHT - Fokus Nebensaison

Themen	Sommersaison	Wintersaison	Faszinationsfelder	Zielgruppen
„Neues“ Strandleben	Strand und Baden	Entschleunigung, Gesundheit, Natur usw.	Unbeschwertes Strandleben	<b>Aktivfamilien (Sommer)</b> <b>Natururlauber (Winter)</b> <b>Entschleuniger (Winter)</b> Neugierige (nachgelagert)
Wassersport			Genussvolle Bewegung/ Natürliche Inspiration/ Buntes Treiben (Veranst.)	Natururlauber (Aktivfamilien) <b>Entschleuniger</b> (Neugierige)
Radfahren		ggf. auch andere Aktivitäten, wie z.B. Wandern	Genussvolle Bewegung	Natururlauber (Aktivfamilien) <b>Entschleuniger</b> <b>(ganzjährig)</b>
Kulinarik		besonders wichtiges Thema für Wintersaison	Kulinarik & Genuss	<b>Natururlauber</b> <b>Entschleuniger</b> <b>Neugierige</b>
Wellness		Gesund am Strand, Natur, i.V.m. Kulinarik	Natürliche Inspiration	Natururlauber <b>Entschleuniger</b> Neugierige

# Ostseebad Eckernförde



Wie ist die bisherige  
Strategie  
Eckernfördes?

# Themen: Maritim & Genuss



*Zielgruppe*

*Aktivfamilie*

# Thema: Radfahren



*Natururlauber*

.....  
*Zielgruppe*

# Themen: unbeschwert & Strand

*Zielgruppe*

.....  
*Entschleuniger* .....



# Ostseebad Eckernförde



Wie werden  
die Zielgruppen  
angesprochen?

# Am Anfang: Inspiration



[www.eckernförderbucht.de](http://www.eckernförderbucht.de)

# Redaktion



ostsee  
Schleswig-Holstein. Der echte Norden.

2019

**Eckernförder Bucht**

Eckernförde - Hüttener Berge - Schwedeneck  
Strände - Dänischer Wohld

TITELTHEMA

Werner Pöttsch lädt regelmäßig zu Stadtführungen der maritimen Art durch seine Heimatstadt Eckernförde ein

Auch in der Eckernförder Fußgängerzone sind die Sprotten omnipräsent

## DIE GANZE WAHRHEIT ÜBER „ECHTE KIELER SPROTTEN“

**Die Schweizer haben einen Kräuterbonbon erfunden. Aber was hat Eckernförde mit „Kieler Sprotten“ zu tun? Auf der urigen Stadtführung von Werner Pöttsch erfährt man es**

**Q** wenn Werner Pöttsch kleine Gruppen von der Holzbrücke am Hafen aus durch Eckernförde führt, dann stiehlt in Fischerhemd, rotem Halstuch und Fischermütze gekleidet. 90 Minuten können die Teilnehmer dann mit dem Stadtführer durch dessen maritime Heimatstadt „auf den Spuren der Sprotte“ wandeln. Denn der heutige idyllische Hafen mit den kleinen bunten

Fischkuttern, die hier zuhause an der Kaimauer festmachen, war früher der wichtigste Wirtschaftsstandort der Stadt – mit Idylle hatte das damals aber nicht viel zu tun.

Um Fisch haltbar zu machen, entstanden um 1830 die ersten Räuchereien – 1950 waren 52 Fischräuchereien in Eckernförde ansässig. Während man also bei einer Stadtführung durch die kleinen, kopfsteingepflasterten Straßen der Altstadt mit den Stockrosen vor den Häusern schlendert, erzählt Pöttsch gern vom damaligen harten Leben: „Die Männer waren die Fischer und fuhren bei Wind und Wetter zur See. Die Frauen waren die sogenannten ‚Aufsteckerinnen‘, die den Fang auf Spießen für die Räucheröfen aufsteckten. Und die Kinder waren als ‚Nadeljungs‘ dafür zuständig, die Kisten mit dem Räucherfisch zuzunageln, um sie verschicken zu können.“

Die Absatzmärkte für die schmackhaften Sprotten fanden sich in ganz Deutschland – aber die Logistik war nicht so einfach. „Eine Bahnlinie gab es nur zwischen Kiel und Hamburg-Altona“, so Pöttsch. Und so wur-

den die fertigen Sprottenkisten mit dem Pferdefuhrwerk nach Kiel gebracht – wo sie für den Versand den Stempel der Bahnstation „Kiel“ bekamen. „Tja, und das ist der Grund, warum die ‚Echten Kieler Sprotten‘ so heißen, obwohl sie eigentlich aus Eckernförde kommen“, klärt der Stadtführer auf.

Der Rundgang führt auch durch die kleinen Gassen, wo früher die Räuchereien „aus Silber Gold“ machten. Heute gibt es in Eckernförde nur noch eine richtige Räucherei – und den Räucherkutter „Capella“. Auf diesem Fischkutter, der mit Räucheröfen, Tischen und Bänken zum Restaurant umgebaut wurde, erhält man von Pöttsch die letzte Lektion des Tages: Wie isst man eigentlich Sprotten? Die ganz Hartgesottenen meinen ja, nur mit „Kopp un Steern“ ist was wert. Aber der Sprotten-Experte beharrt seine Gäste eines Besseren: „Wir Eckernförder essen die kleinen Fische – die übrigens keine Heeringe sind! – so: Kopf und Schwanz abziehen, von unten nach oben vorsichtig am Bauch drücken – und dann einfach die Gräte herausziehen.“ Na dann: Bon Appétit!

Erfreut sich nach wie vor großer Beliebtheit: Die Kieler (oder Eckernförder?) Sprotte

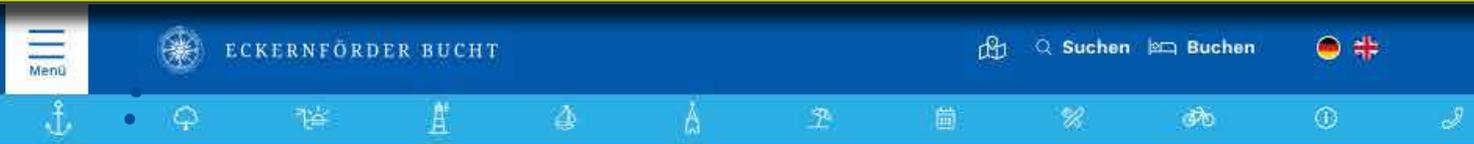
26 **kiel** 04.2018

# Werbung im Quellgebiet



*S-Bahn Düsseldorf*

# Facebook



## SOCIAL MEDIA

*Kanäle*

*auch  
auf der  
Homepage*

@Visit Eckernförde    @Ostseebad Eckernförde    #ostseebadeckernfoerde



Save the dates!  
[www.wikingertage.de](http://www.wikingertage.de)

@Visit Eckernförde | 11.03.2019  
[Post auf Facebook](#)



Am Mittwoch, den 13. März 2019, findet die nächste öffentliche Vermietersversammlung statt. Die Veranstaltung im Stadthallen Restaurant beginnt um 18:00 Uhr. Auf der Tagesordnung stehen: - Rückblick Tourismussaison 2018 - neue Homepage - Buchungssystem - Vertriebskanäle - Tourismuskonzept und - Zulässigkeit von Ferienwohnungen Wer Lust und Zeit hat, darf gerne kommen.

@Visit Eckernförde | 09.03.2019  
[Post auf Facebook](#)



### Eckernförder Bucht entdecken



Der neue SH Guide Eckernförder Bucht ist da! Den Guide gibt es gedruckt in den Tourist-Infos und online hier: <https://sh-guide.de/de/ostsee/eckernfoerd...und-eckernfoerder-bucht/>

@Visit Eckernförde | 07.03.2019  
[Post auf Facebook](#)



- 1 Verwaltungskraft in Teilzeit (Mai bis Oktober)
- 1 Reinigungskraft in Teilzeit (Mai bis Oktober)
- 2 Reinigungskräfte auf 450€ Basis (Mai bis Oktober)
- 1 Strandräucher in Teilzeit (Mai bis Oktober)

Sommerjobs 2019 zu vergeben!  
Die Schwedeneck Touristik bietet 4 Stellen. Schaut mal rein, Bewerbungsfrist ist der 10. März 2019.

@Visit Eckernförde | 17.02.2019  
[Post auf Facebook](#)



# Hier werben wir



Übernachtungsgäste:

Niedersachsen  
ca. 17%

**NRW**  
ca. 27%

Hessen  
ca. 8%



Tages- &  
Übernachtungsgäste:

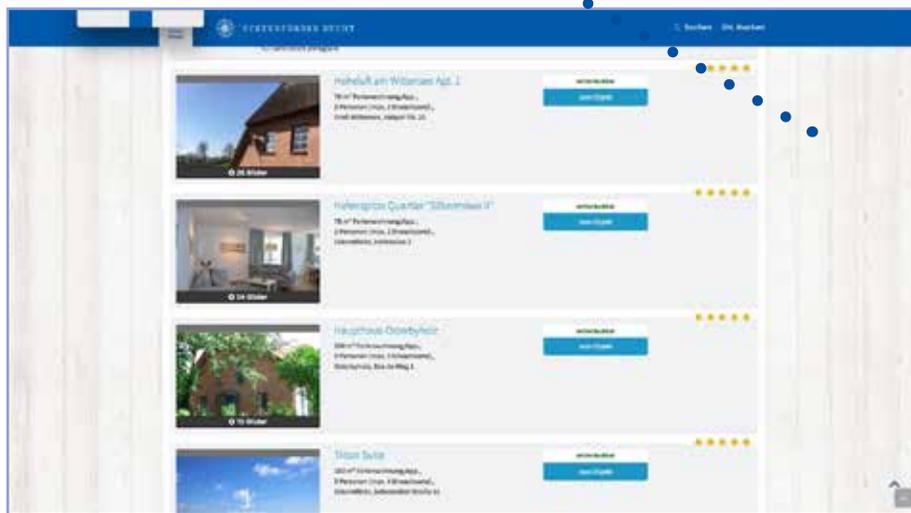
Schleswig-Holstein  
ca. 15%

Hamburg  
ca. 8%

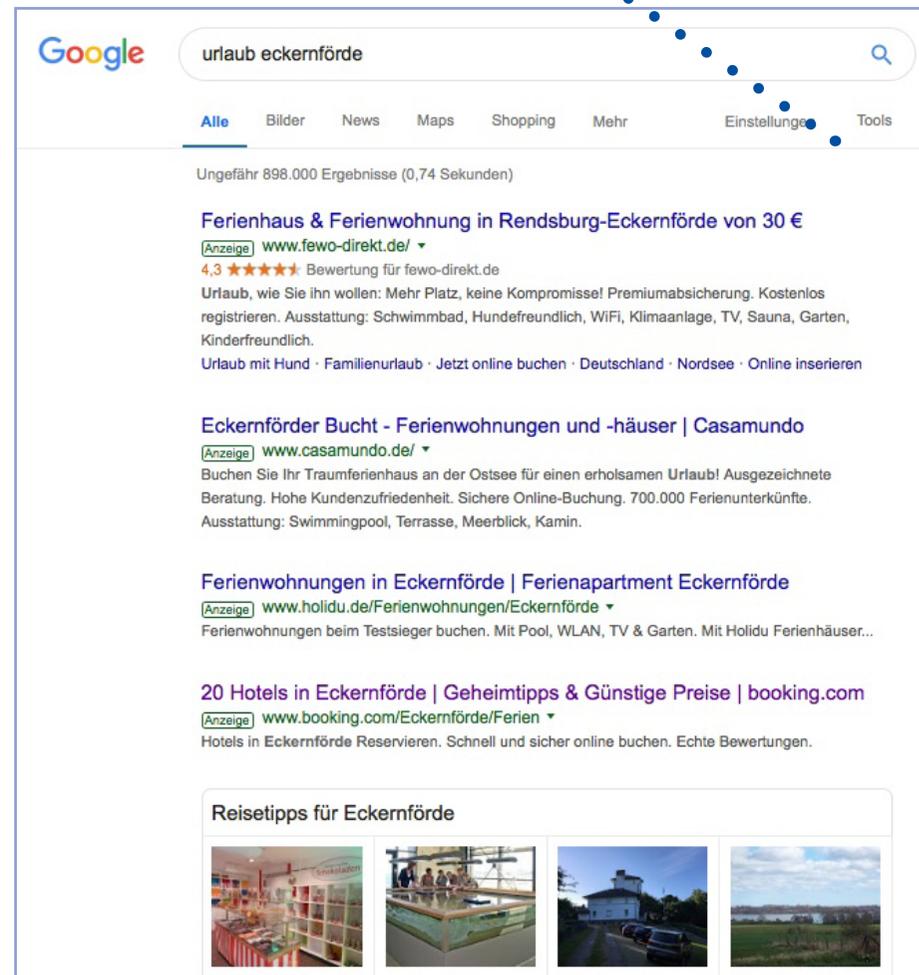
# Ziel stets Homepage



Direkteingabe (Anteil 36%)



Suchmaschinen (Anteil 58%)



2018  
541.154 Besucher <sup>+15%</sup>

Links (Anteil 6%)

# Neue Homepage 2019



Menü



ECKERNFÖRDER BUCHT

Suchen Suchen

*Storytelling*



*saisonal*



Eckernförde



Hüttener Berge



Dänischer Wohld



Strände



Schwedeneck



Gettorf



Strand & Baden



Events



Essen & Trinken



Radfahren



A-Z



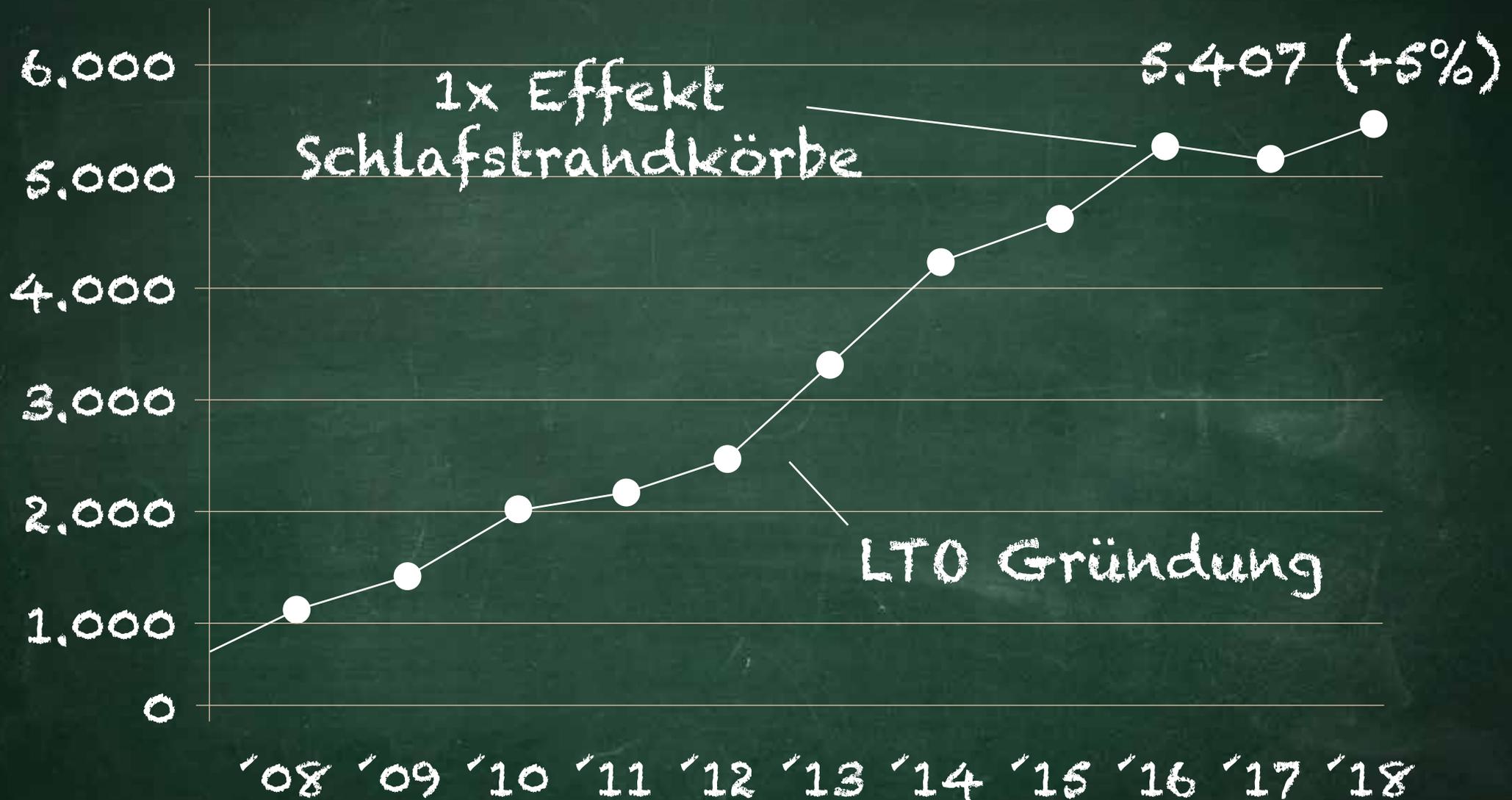
Kontakt

# Ostseebad Eckernförde

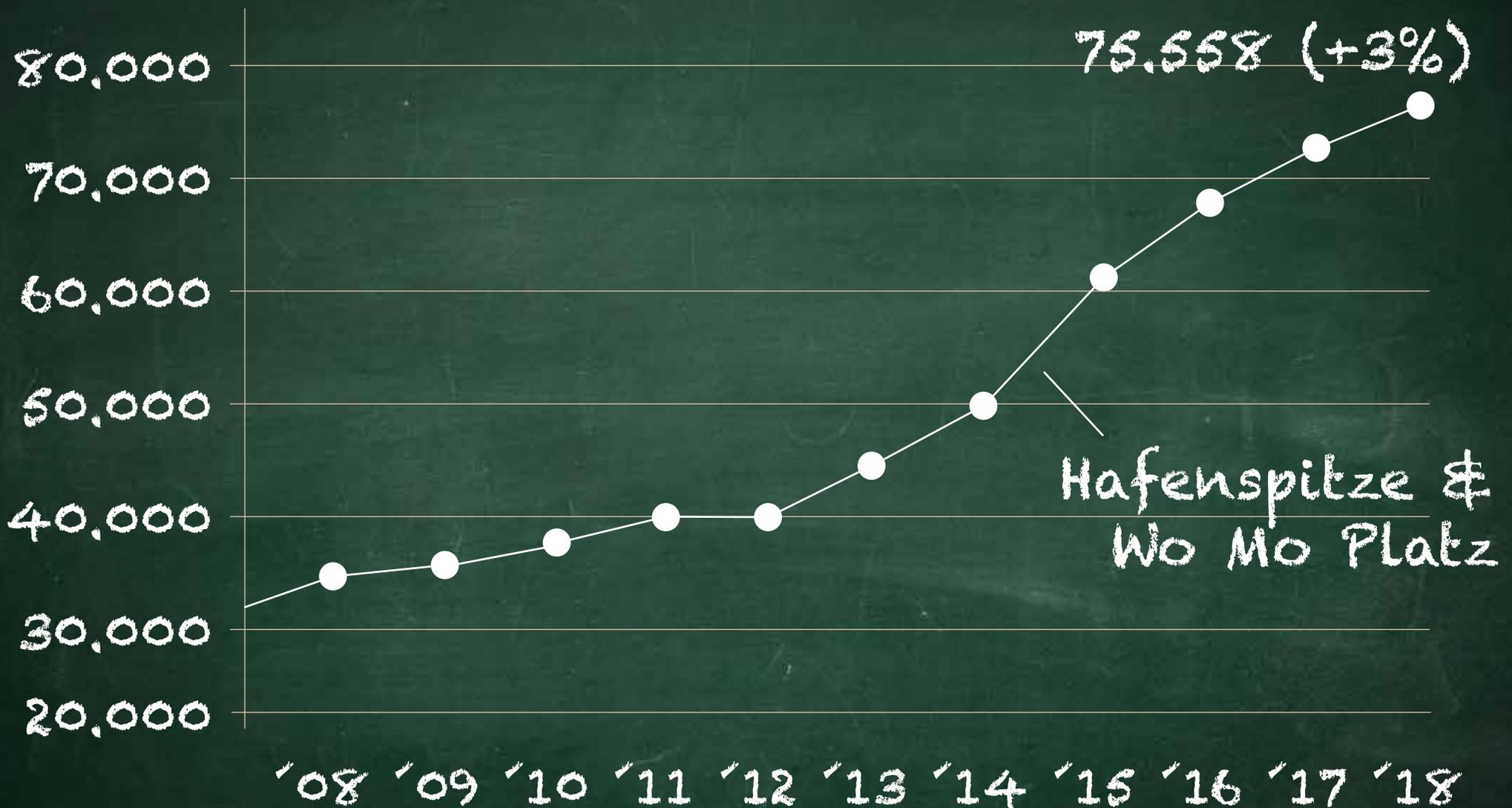


Mit welchem Erfolg  
sprechen wir  
die Zielgruppen an?

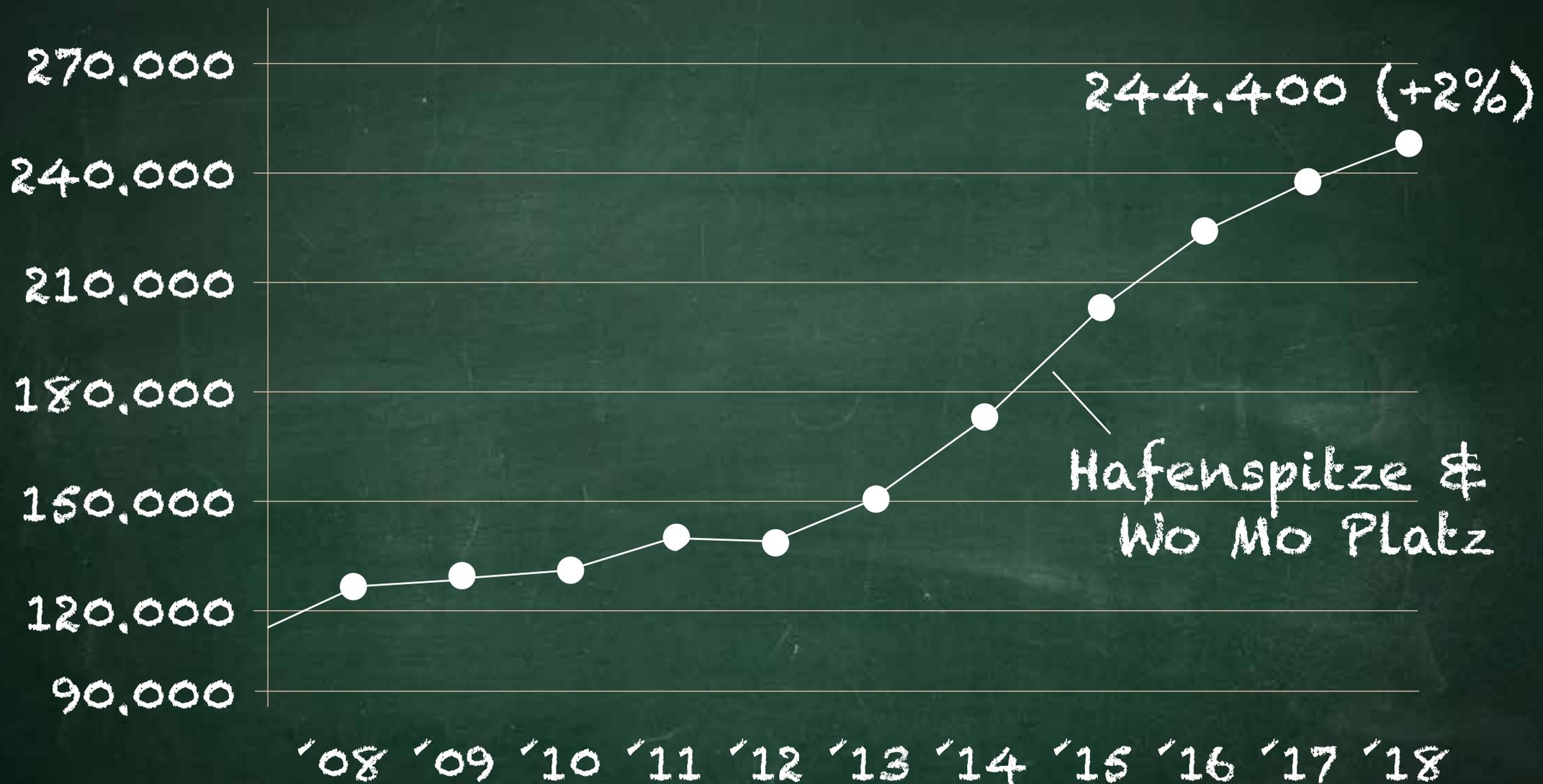
# Buchungen (Eckernförder Bucht)



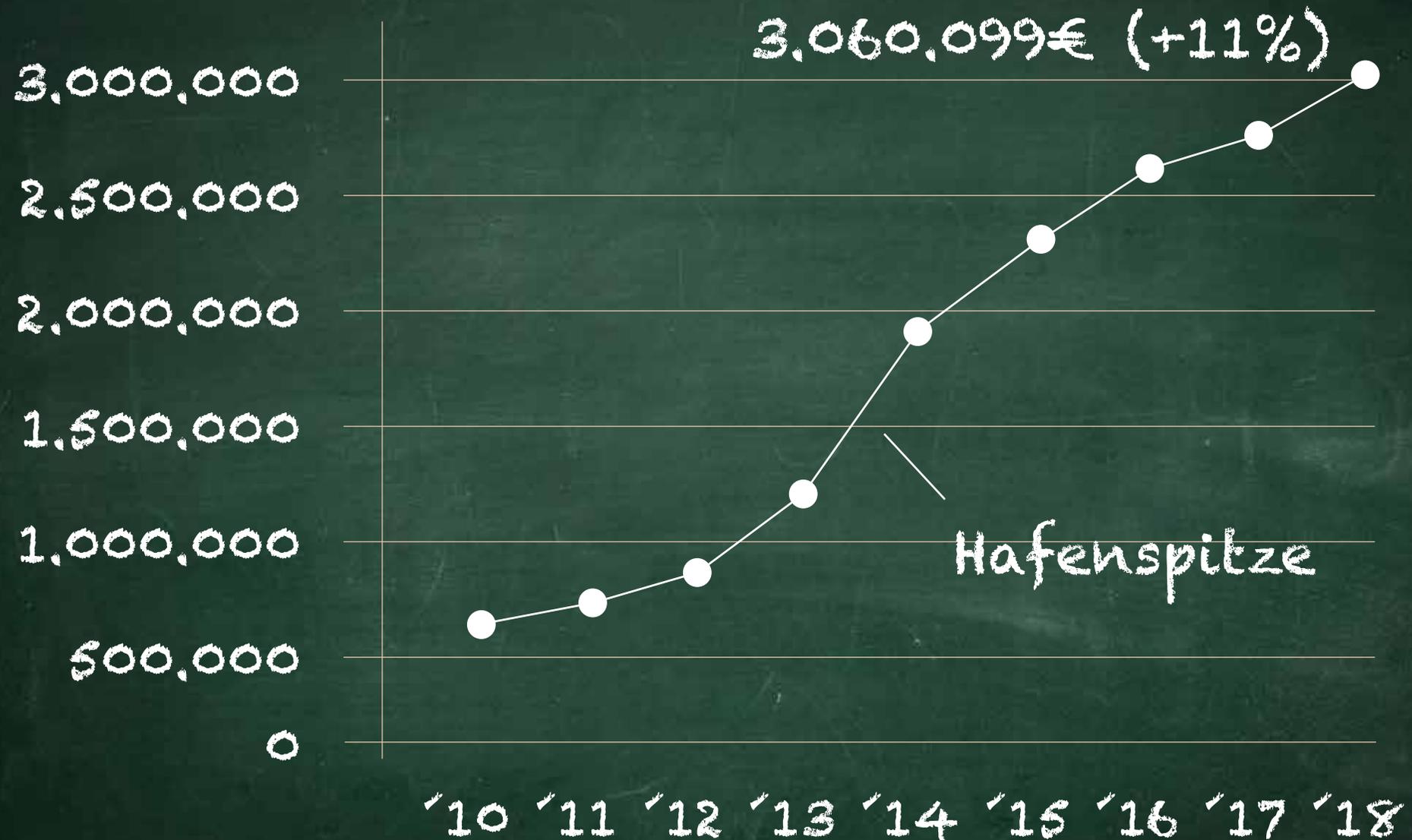
# Ankünfte (Eckernförde)



# Übernachtungen (Eckernförde)



# Umsatz (Eckernförder Bucht)



# Ostseebad Eckernförde



Was hat  
der Bürger  
davon?

# Arbeitsplätze



# Einwohner



# Moderne Infrastruktur



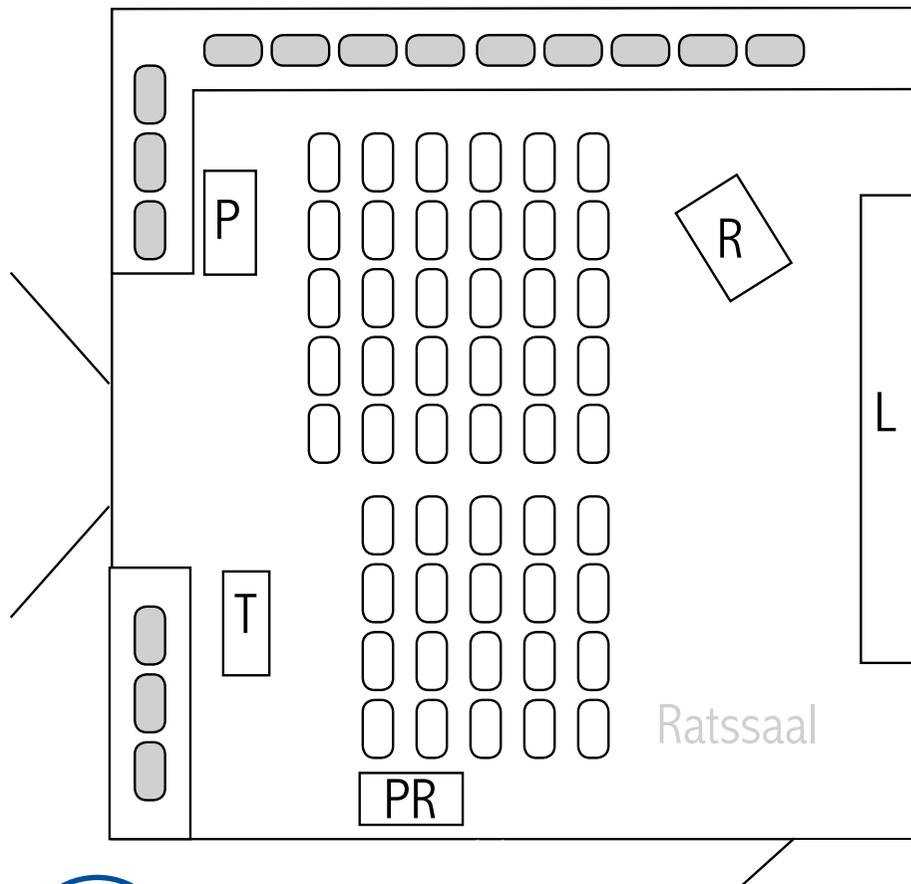
# Vielfältige Unternehmen



# Vielfältige Unterhaltung



# Workshops 2019



## 1 Input im Ratssaal

## 2 Aktiv in der Bürgerhalle

### Tourismusstrategie SH:

Welche Themen und Zielgruppen hat SH?  
Passt dies zu ECK?

### Ostsee Holstein Tourismus:

Was hat der OHT aus der SH Strategie  
für die Ostsee Region abgeleitet?  
Passt das auch zu ECK?

### Persona:

Was ist das? Welche Persona  
hat der OHT ausgewählt?  
Ist dies für ECK richtig gewählt?

### Customer Journey:

Was ist das?  
Was bedeutet das  
für uns?

### Eckernförde:

Was wollen wir für  
Eckernförde  
umsetzen?

In der Bürgerhalle sind **Infostände** aufgebaut. Dort möchten wir an **fünf Stationen** die vorgestellten Inhalte besprechen, von unterschiedlichen Seiten beleuchten und mit Ihnen **diskutieren**.

Ihre geäußerten **Einschätzungen und Ideen** werden wir aufnehmen und in die weitere Ausarbeitung einfließen lassen.

# FRAGESTELLUNGEN FÜR DEN **INTERAKTIVEN TEIL**

- Welche Orte, Angebote, Produkte in Eckernförde passen besonders gut zu den vorgestellten Zielgruppen?
  - Wo, wie und wann ist „Leichtigkeit“ (Leitwert des OHT) in Eckernförde zu erleben?
- Passen die Zielgruppen aus dem Bauch heraus gut zu Eckernförde?
  - Welche besonders gut, welche weniger?
- Welche Ideen, Anregungen und Entwicklungspotentiale sehen Sie für diese Zielgruppen in Eckernförde?

# NOCH EIN PAAR **SPIELREGELN** BEVOR ES LOSGEHT

- Bitte eine offene und konstruktive Atmosphäre wahren
- Bitte Ihre Beiträge alle verschriftlichen

**Wir freuen uns auf spannende  
Gespräche und Anregungen!**



UND:  
WIE  
**UNBESCHWERT**  
IST  
ECKERNFÖRDE?



# WIR FREUEN UNS AUF IHRE **GEDANKEN & IDEEN!**



# Auf Wiedersehen



und denken Sie bitte auch an  
die Workshops  
am 8. & 9. Mai 2019

