



N 54°28'
E 9°50'

Eckernförde

O S T S E E B A D *Lebensfreude wie Sand am Meer!*

Eckernförde Touristik & Marketing GmbH

Tourismusentwicklung im Ostseebad Eckernförde

Gegenüberstellung der Tourismuskonzeption aus dem Jahr 2007 und dem aktuellen Stand im Jahr 2017

Eckernförde Touristik & Marketing GmbH
Am Exer 1
24340 Eckernförde
Telefon: 04351/71790
Fax: 04351/6282

Geschäftsführer: Stefan Borgmann
Aufsichtsratsvorsitzender: Jörg Sibbel
Registergericht Kiel
Handelsregister-Nr.: HRB 74 EC
Steuernr.: 15 294 087 12

Bankverbindung:
Bank: Förde Sparkasse
IBAN: DE 40 2105 0170 0000 1134 15
BIC: NOLADE 21 KIE

www.eckernförderbucht.de

Inhalt

03 - Ausgangslage

03 - Betrauung durch die Stadt Eckernförde

04 - Dynamische Entwicklung

04 - Fortschreibung des Tourismuskonzeptes

05 - Ergebnisse der Analyse - Tourismuskonzept 2007

07 - Ergebnisse der Analyse - Unterkünfte

08 - Ergebnisse der Analyse - Gastronomie

10 - Ergebnisse der Analyse - Veranstaltungsangebot

11 - Ergebnisse der Analyse - Gruppenangebote

12 - Ergebnisse der Analyse - Wertschöpfung

14 - Tourismuskennzahlen

15 - Ergebnisse der Analyse - Fazit

16 - Entwicklungskonzept

18 - Entwicklungskonzept - Anspruch

19 - Entwicklungskonzept - Zielgruppen

20 - Entwicklungspfade

23 - Entwicklungspfade - Meer Stadt

24 - Entwicklungspfade - Meer Kultur

25 - Entwicklungspfade - Meer Leben

26 - Entwicklungspfade - gemeinsam Meer

27 - Umsetzungskonzept

29 - Umsetzungskonzept - Was bisher nicht realisiert wurde

31 - Zusammenfassung der Gegenüberstellung

36 - Fazit der Gegenüberstellung

38 - Mögliche Form der Bürgerbeteiligung

Ausgangslage

Im Frühjahr 2007 wurde durch die Firma PROJECT M GmbH ein Tourismuskonzept für die Stadt Eckernförde erstellt.

Die übergeordneten Zielsetzungen der Konzeption lauteten:

- Das Tourismuskonzept entwirft die gewünschte Zukunft der Stadt Eckernförde.
- Das Tourismuskonzept ist die Grundlage für eine klare Positionierung und Imagebildung.
- Das Tourismuskonzept entwirft den Handlungsrahmen für die touristischen Aktivitäten der Stadt Eckernförde und zeigt die Schnittstellen zum Stadtmarketing auf.
- Das Tourismuskonzept ermöglicht Koordination, Umsetzungs- und Verhaltenssteuerung und gibt Hinweise auf die notwendige Organisation der Aufgaben.
- Das Tourismuskonzept wirkt als Motivation für das Erreichen gemeinsamer Ziele.

Ergänzend zu der Erstellung der neuen Tourismuskonzeption wurde die bestehende Eckernförde Touristik GmbH um das Geschäftsfeld Stadtmarketing erweitert. Die somit neu aufgestellte Eckernförde Touristik & Marketing GmbH (ETMG) übernahm ab dem Jahr 2008 die nebenstehenden Zielsetzungen als allgemeine Arbeitsgrundlage.

Betrauung durch die Stadt Eckernförde

Die Stadt Eckernförde hat die ETMG offiziell mit der Aufgabe „Sicherstellung des Betriebs der Kureinrichtungen und -anlagen, der Tourismusförderung und des Stadtmarketings im Stadtgebiet von Eckernförde und den Umlandgemeinden“ betraut. Es handelt sich hierbei um die Erbringung von Dienstleistungen von allgemeinem wirtschaftlichen Interesse.

Die Stadt Eckernförde trägt im Bereich der Daseinsvorsorge im Rahmen ihrer Leistungsfähigkeit zu einem vielfältigen, wirtschaftlichen, sozialen und kulturellen Angebot für die Bevölkerung bei und fördert damit das Wohl ihrer Einwohnerinnen und Einwohner. Die Betrauung deckt die Aufgaben der ETMG Geschäftsfelder ab.

Dynamische Entwicklung

Der Tourismus im Ostseebad Eckernförde hat seit der Erstellung der Tourismuskonzeption eine sehr dynamische Entwicklung erfahren. Alle touristischen Kennwerte haben sich um ein Vielfaches gesteigert. Die Zuwächse bei Übernachtungs- und Tagesgästen werden derzeit allerdings nicht von allen Bürgerinnen und Bürgern Eckernfördes positiv eingestuft.

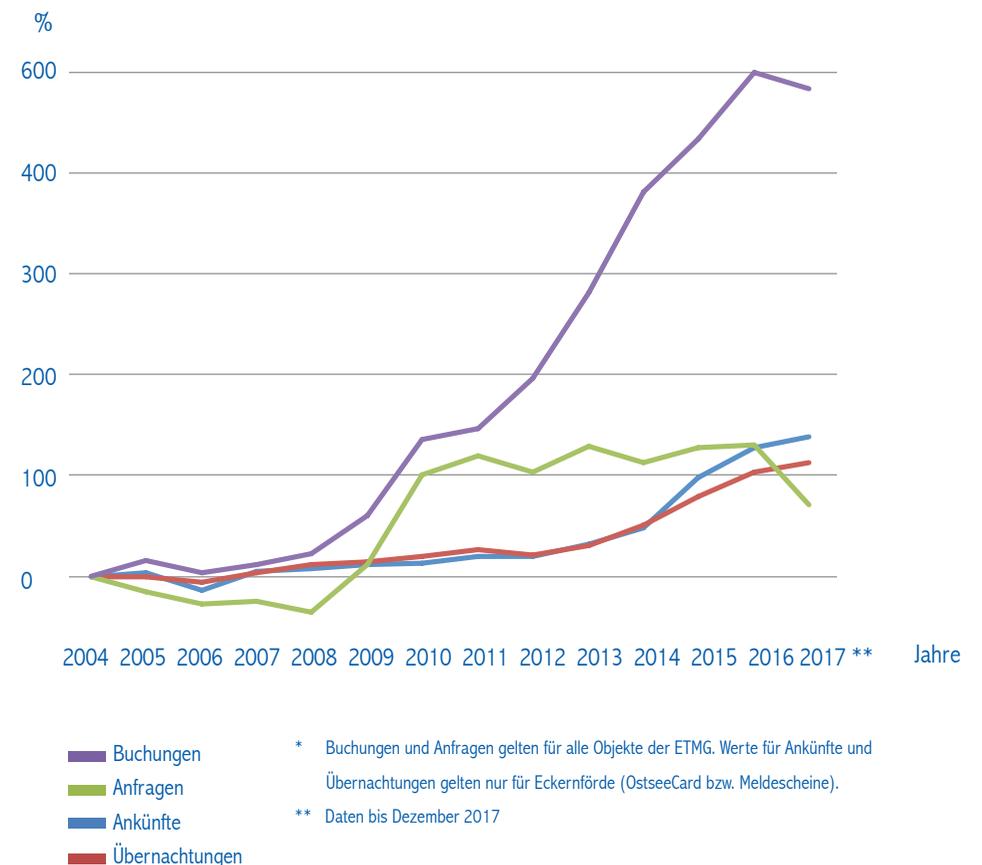
Fortschreibung des Tourismuskonzeptes

Die Ratsversammlung der Stadt Eckernförde hat im September 2017 die Fortschreibung des Tourismuskonzeptes beschlossen. Ziel der Fortschreibung soll es sein, unter breiter Bürgerbeteiligung den Stellenwert des Tourismus neu zu bewerten, die Aufgaben zu definieren und die zukünftig gewünschte strategische Ausrichtung festzulegen. Unter Einbeziehung von externen Beratern, den Bürgern, der Politik, der Unternehmer und der ETMG soll die Konzeption zur touristischen Entwicklung der Stadt Eckernförde fortgeschrieben werden.

Es folgt die Gegenüberstellung der Inhalte der Tourismuskonzeption aus dem Jahr 2007 mit den Daten aus dem Jahr 2017.

Touristische Entwicklung Ostseebad Eckernförde 2004 - 2017*

(Darstellung ETMG 2017: 2004 als Ausgangswert = 100%)



* Buchungen und Anfragen gelten für alle Objekte der ETMG. Werte für Ankünfte und Übernachtungen gelten nur für Eckernförde (OstseeCard bzw. Meldescheine).

** Daten bis Dezember 2017

Ab 2014 mit den Daten des Apartmenthauses Hafenspitze.

Ab 2015 mit dem Wohnmobilstellplatz am Noor plus Segler.



N 54°28'
E 9°50'

Eckernförde

OSTSEEBADE *Lebensfreude wie Sand am Meer!*

Eckernförde Touristik & Marketing GmbH

Ergebnisse der Analyse - Tourismuskonzept 2007

Eckernförde Touristik & Marketing GmbH
Am Exer 1
24340 Eckernförde
Telefon: 04351/71790
Fax: 04351/6282

Geschäftsführer: Stefan Borgmann
Aufsichtsratsvorsitzender: Jörg Sibbel
Registergericht Kiel
Handelsregister-Nr.: HRB 74 EC
Steuernr.: 15 294 087 12

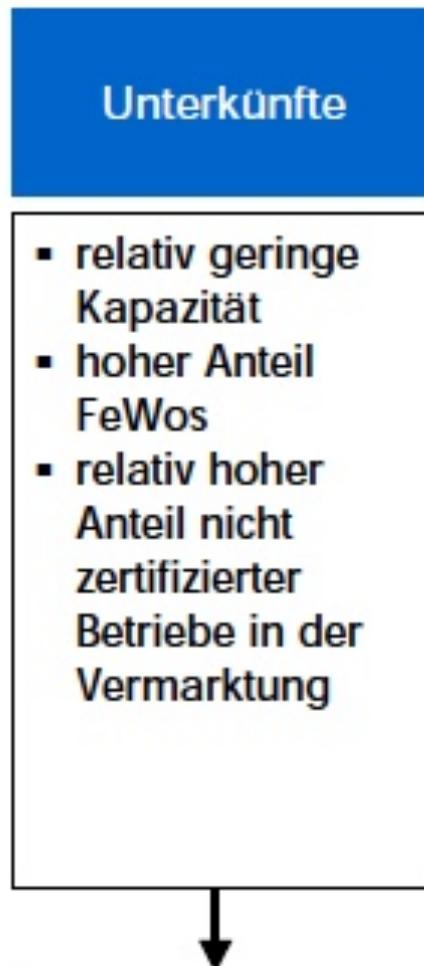
Bankverbindung:
Bank: Förde Sparkasse
IBAN: DE 402 105 017 00000 113 415
BIC: NOLADE 21 KIE

Ergebnisse der Analyse - Tourismuskonzept 2007

Geringe Kapazitäten - kein verlässliches Qualitätsversprechen möglich



Ergebnisse der Analyse Tourismuskonzept 2007



Unterkünfte Aktueller Stand 2017

Kapazitäten: 2005 wurden über die Eckernförde Touristik GmbH 314 Betriebe vermarktet. 198 Betriebe davon waren in Eckernförde angesiedelt. Im Jahr 2017 werden aktuell 681 Betriebe über die ETMG vermarktet. 357 dieser Betriebe liegen im Eckernförder Stadtgebiet. Die ehemals geringen Kapazitäten haben sich dementsprechend deutlich erhöht.

Hoher Anteil FeWos: Der Anteil der FeWos lag 2007 bei ca. 71% aller Betriebe. Dieser Wert wird 2017 mit ca. 73% noch übertroffen. Diese sehr kleinteilige Beherbergungsstruktur ist typisch für Schleswig-Holstein und somit kein reines Eckernförde-Problem (Quelle: Sparkassen Tourismusbarometer SH 2016). Dennoch wird hier deutlich, dass es in Eckernförde weiterhin an großen Hotelbetrieben mangelt.

Zertifizierung: 219 der aktuellen 357 Betriebe in Eckernförde sind nicht zertifiziert. Das entspricht einem Wert von ca. 61%. 2007 lag dieser Wert mit ca. 22% deutlich niedriger als 2017.

Wandel zur Online-Buchbarkeit: War 2007 die Zertifizierung ein wichtiges Kriterium in der Vermarktung, so ist es mittlerweile die Online-Buchbarkeit. Ca. 72% der Betriebe in Eckernförde sind entsprechend direkt im Internet buchbar.

Ergebnisse der Analyse Tourismuskonzept 2007



Gastronomie Aktueller Stand 2017

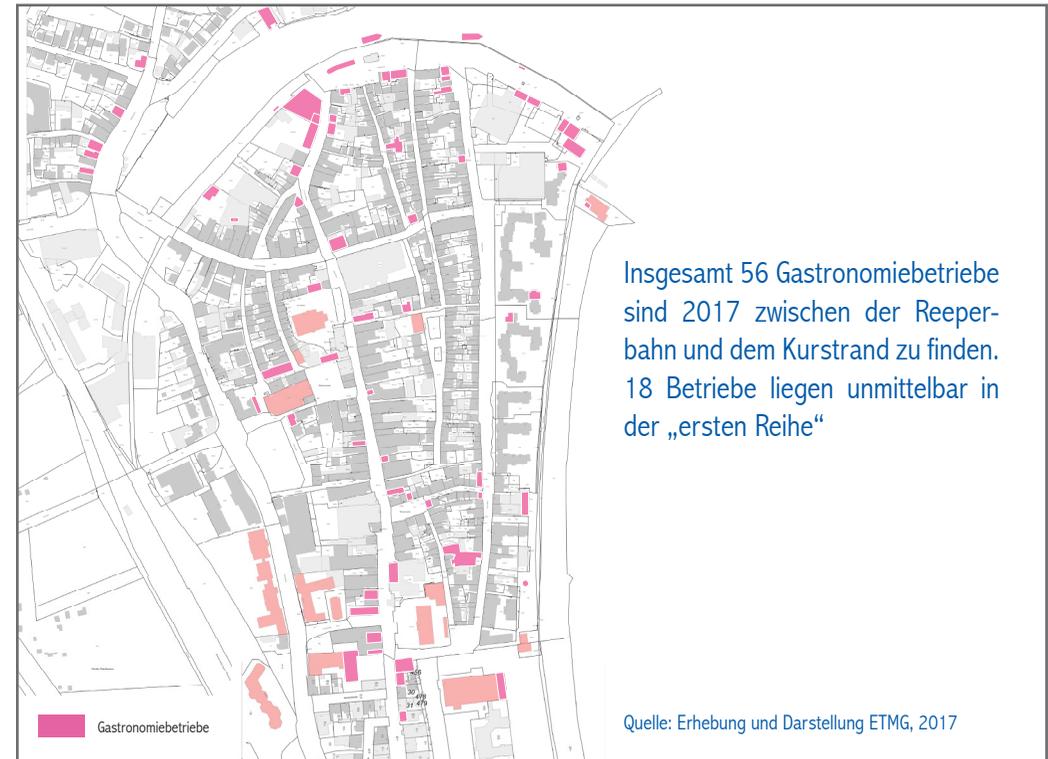
Konzentration zwischen Reeperbahn und Kurstrand: In der Analyse 2007 wurde festgestellt, dass nahezu keine gastronomischen Betriebe in der „ersten Reihe“ angesiedelt waren. Die Stadt Eckernförde hat im Jahr 2009 ein Konzept zur Strandversorgung verabschiedet. Hierdurch konnten diverse gastronomische Betriebe direkt an der Strandpromenade angesiedelt werden. Im Jahr 2018 wird ein weiterer hochwertiger Betrieb an der Strandpromenade errichtet. Die Entwicklung der Hafenspitze und der Ausbau der Frau-Clara-Straße haben die Anbindung zwischen der Innenstadt und dem Hafen begünstigt und so die Ansiedlung von zahlreichen, neuen Betrieben in „erster Reihe“ bewirkt.

Hoher Anteil von Imbiss- und Bistrogastronomie: Die Ansiedlung von hochwertigen Unterkünften (z.B. an der Hafenspitze) hat eine neue zahlungskräftige Gästegruppe in das Ostseebad geführt. Als Folge haben sich zahlreiche, hochwertige Handels- und Gastronomiebetriebe überwiegend im Übergansbereich von Hafen und Innenstadt angesiedelt. Der Anteil von Imbiss- und Bistrogastronomie konnte dementsprechend optimiert werden.

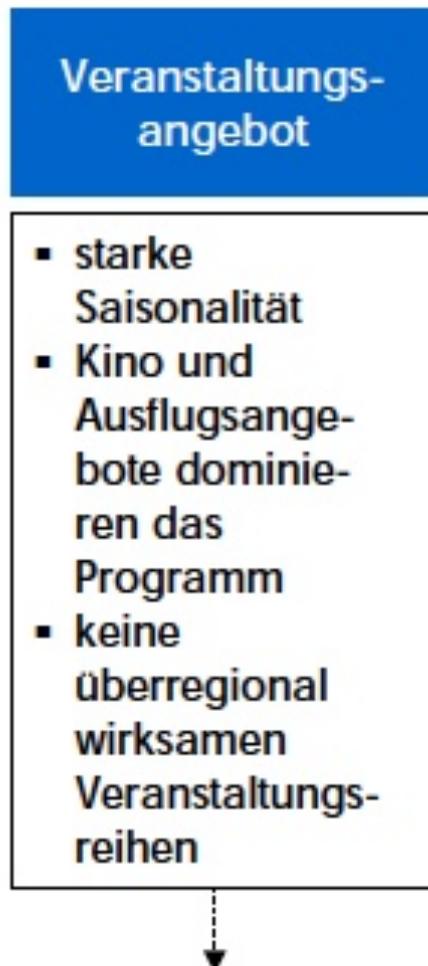
Ergebnisse der Analyse Tourismuskonzept 2007



Gastronomie Aktueller Stand 2017



Ergebnisse der Analyse Tourismuskonzept 2007



Veranstaltungsangebot Aktueller Stand 2017

Saisonalität: Das grundsätzliche Ziel, Eckernförde als eine ganzjährig attraktive Tourismusdestination aufzustellen, wird unter anderem durch die Ausweitung des Veranstaltungsangebots erreicht. Veranstaltungen wie z.B. das Green Screen Naturfilm Festival und Events im Carls Show Palast sowie der Stadthalle sorgen für die entsprechende Saisonverlängerung.

Veranstaltungsvielfalt: Eckernförde erfreut sich 2017 über eine sehr hohe Vielfalt an Veranstaltungen. Allerdings wird die Quantität der Events vor allem in der Saison zunehmend als Belastung für die Bürger empfunden. Aus diesem Grund sollten hier zukünftig mehr qualitative Veranstaltungen im Fokus stehen.

Kino: Bereits seit ca. vier Jahren gibt es kein kommerzielles Kino in Eckernförde mehr. Ein entsprechendes Angebot wäre für Bürger und Gäste sehr wünschenswert.

Überregionale Veranstaltungen: Mit Veranstaltungen wie dem Green Screen Naturfilm Festival, den Südstrand Open Airs, dem Piratenspektakel, den Sprottentagen, Vegan Summer und der Aalregatta finden gleich mehrere, überregionale Veranstaltungen in Eckernförde statt.

Ergebnisse der Analyse Tourismuskonzept 2007



Gruppenangebote Aktueller Stand 2017

Adäquate Angebote: Die Analyse der Tourismuskonzeption hat aufgrund der schlechten Ergebnisse in den Bereichen Unterkünfte, Gastronomie und Veranstaltungen ausgeschlossen, dass Eckernförde für Gruppen interessant sein könnte. Der Stand 2017 hat in allen drei Kategorien gezeigt, dass sich die Voraussetzungen erheblich verbessert haben. Zudem konnten touristische Betriebe wie das Ostsee Info-Center, die Alte Fischräucherei, die Bonbonkocherei und die Clara Hof Destillerie angesiedelt werden. Das Ostseebad Eckernförde ist mittlerweile ein ganzjährig beliebtes Ziel von zahlreichen Bustouren sowie Kreuzfahrtschiffen.

Kaum Betriebe mit ausreichender Kapazität: In Eckernförde gibt es im Jahr 2017 insgesamt 14 Hotels, Pensionen und Gästehäuser. Das Stadthotel ist mit 65 Zimmern der größte Betrieb. Alle anderen Betriebe liegen zwischen 4 und 47 Zimmern. Nahezu alle Betriebe verfügen ganzjährig über eine gute bis sehr gute Auslastung. Gruppen- und Busreisende finden hier jedoch nur selten ausreichende Übernachtungskapazitäten. Es fehlt demzufolge ein großer Hotelbetrieb im Stadtgebiet.

Ergebnisse der Analyse Tourismuskonzept 2007

Umsatzsteigerungen können im wesentlichen durch den Ausbau des Tagestourismus generiert werden

Berechnete Umsätze im Tourismus*	Status Quo (2005)	Prognose	
		Steigerung der Übernachtungen um 2%	Steigerung der Tagesausflügler um 10%
Ausgaben Übernachtungsgäste	6,86 Mio. €	7,00 Mio. €	6,86 Mio. €
Ausgaben Tagesgäste	23,88 Mio. €	23,88 Mio. €	26,17 Mio. €
GESAMT (Bruttoprimärumsatz)	30,74 Mio. €	30,88 Mio. € (+ 0,14 Mio. €)	33,05 Mio. € (+ 2,17 Mio. €)
Nettoprimärumsatz	27,00 Mio. €	27,12 Mio. €	29,00 Mio. €
Nettosekundärumsatz	18,27 Mio. €	18,34 Mio. €	19,68 Mio. €
Nettogesamtumsatz	45,27 Mio. €	45,46 Mio. €	48,70 Mio. €
Arbeitsplatzäquivalent	632	635	677

* Parameter: Einwohner, Übernachtungen (deutschlandweite Vergleichswerte)
Quelle: Datenbasis: DWIF, Eckernförde Touristik GmbH, eigene Berechnung PROJECT M

Tourismus Wertschöpfung Aktueller Stand 2017

Grundlagen für die Berechnung: Die Berechnungen in der Analyse von 2007 basieren auf den Eckernförder Tourismuskennzahlen aus dem Jahr 2005. Bei den Ausgaben pro Übernachtungen wurde von einem Wert von ca. 60,40€ ausgegangen. Die Preissteigerungsraten in den letzten Jahren haben diesen Wert auf ca. 105,70€ ansteigen lassen (Quelle: Sparkassen Tourismus Barometer 2014). Ähnliches gilt für die Ausgaben der Tagesgäste.

Mehr Urlaubs- und Tagesgäste: Den Tabellen auf Seite 14 kann man entnehmen, dass sich die touristischen Kennzahlen für Ankünfte, Übernachtungen und Buchungen seit 2005 erheblich gesteigert haben. Trotz der teilweisen Vervielfachung dieser Werte ist deutlich festzuhalten, dass der Anteil der Tagesgäste mit mittlerweile ca. 2 Millionen weiterhin deutlich höher ist als die ca. 76.000 Übernachtungsgäste aus dem Jahr 2016. Der Grund hierfür liegt unter anderem in dem natürlich begrenzten Stadtgebiet und den damit einhergehenden geringen Bettenkapazitäten.

Mehr Wertschöpfung: Mehr Gäste bedeuten eine zunehmende Wertschöpfung. Gegenüber den Werten von 2007 konnte die Wertschöpfung aus dem Tourismus in Eckernförde mehr als verdoppelt werden.

Ergebnisse der Analyse Tourismuskonzept 2007

Berechnete Umsätze im Tourismus*	Status Quo (2005)
Ausgaben Übernachtungsgäste	6,86 Mio. €
Ausgaben Tagesgäste	23,88 Mio. €
GESAMT (Bruttoprimärumsatz)	30,74 Mio. €
Nettoprimärumsatz	27,00 Mio. €
Nettosekundärumsatz	18,27 Mio. €
Nettogesamtumsatz	45,27 Mio. €
Arbeitsplatzäquivalent	632

* Parameter: Einwohner, Übernachtungen (deutschlandweite Vergleichswerte)
Quelle: Datenbasis: DWIF, Eckernförde Touristik GmbH, eigene Berechnung PROJECT M

Tourismus Wertschöpfung Aktueller Stand 2017

Berechnete Umsätze im Tourismus**	Status Quo (2017)
Ausgaben Übernachtungsgäste	25,1 Mio. €
Ausgaben Tagesgäste	48,2 Mio. €
GESAMT (Bruttoprimärumsatz)	73,3 Mio. €
Nettoprimärumsatz	61,6 Mio. €
Nettosekundärumsatz	41,7 Mio. €
Nettogesamtumsatz	103,3 Mio. €
Arbeitsplatzäquivalent	1.442



** Parameter: 223.946 Übernachtungen und 1,7 Mio. Tagesgäste in Eckernförde
unter Verwendung der gleichen Rechenwege wie 2007, Quelle: DWIF, ETMG, 2017

Fazit Wertschöpfung: Die tatsächlich realisierten Werte übersteigen die vorsichtigen Prognosen aus dem Jahr 2007 um ca. 40 Mio €.

Tourismusentwicklung im Ostseebad Eckernförde

Gegenüberstellung der Tourismuskonzeption aus dem Jahr 2007 und dem aktuellen Stand im Jahr 2017

Quelle: Erhebung und Darstellung ETMG, 2017
(1) Diese Kennzahlen beziehen sich auf alle Gastgeber der Region, (2) Diese Kennzahlen beziehen sich nur auf die Gastgeber im Stadtgebiet Eckernförde (Ostsee Card)

Anfragen / Optionen ⁽¹⁾	
2004	1.990
2005	1.696
2006	1.435
2007	1.484
2008	1.280
2009	2.200
2010	3.980
2011	4.350
2012	4.067
2013	4.548
2014	4.241
2015	4.536
2016	4.573
2017	3.398

Buchungen ⁽¹⁾	
2004	878
2005	1.012
2006	904
2007	987
2008	1.070
2009	1.403
2010	2.068
2011	2.156
2012	2.608
2013	3.355
2014	4.235
2015	4.685
2016	5.267
2017	5.129

Ankünfte ⁽²⁾	
2004	33.514
2005	34.670
2006	28.946
2007	35.088
2008	36.013
2009	37.421
2010	38.006
2011	40.328
2012	40.072
2013	44.355
2014	49.687
2015	61.224
2016	68.736
2017	72.693

Übernachtungen ⁽²⁾	
2004	114.120
2005	113.540
2006	106.802
2007	119.050
2008	126.551
2009	130.176
2010	136.022
2011	143.642
2012	138.083
2013	150.251
2014	173.132
2015	205.215
2016	224.301
2017	238.285

Fazit - Ergebnisse der Analyse Tourismuskonzept 2007

Im Rahmen der dargestellten Analyseergebnisse wurden Schwächen bei den touristischen Basisleistungen ermittelt (siehe auch Seite 32).

Festgestellt wurde, dass

- die ansprechende maritime Kulisse noch nicht ausreichend durch adäquate Dienstleistungen und Veranstaltungen in Wert gesetzt wird.
- die touristischen Aktivitäten insgesamt zu wenig an den tatsächlichen Potenzialen der Stadt Eckernförde ausgerichtet sind.
- die Ausrichtung der touristischen Arbeit nur wenig konsequent ist.
- Eckernförde sich fälschlich als „klassisches“ Ostseebad versteht.
- eine klare Positionierung mit einem eindeutigen Handlungsrahmen für die Entwicklung des Geschäftsfeldes „Tourismus“ fehlt.
- keine Strategien und keine Ziele vorhanden sind.
- keine Vernetzungen in der Stadt und mit der Region vorhanden sind.

Fazit - Ergebnisse der Analyse Tourismuskonzept 2007

Zudem wurden für das Ostseebad Eckernförde Potenziale identifiziert.

Chancen für die touristische Entwicklung ergeben sich durch

- die sehr attraktive Lage an der Ostsee bzw. dem Meer.
- das entsprechende maritime Ambiente.
- das Potenzial durch Tagestouristen im Radius von bis zu zwei Stunden.



N 54°28'
E 9°50'

Eckernförde

OSTSEEBADE *Lebensfreude wie Sand am Meer!*

Eckernförde Touristik & Marketing GmbH

Entwicklungskonzept - Tourismuskonzept 2007

Eckernförde Touristik & Marketing GmbH
Am Exer 1
24340 Eckernförde
Telefon: 04351/71790
Fax: 04351/6282

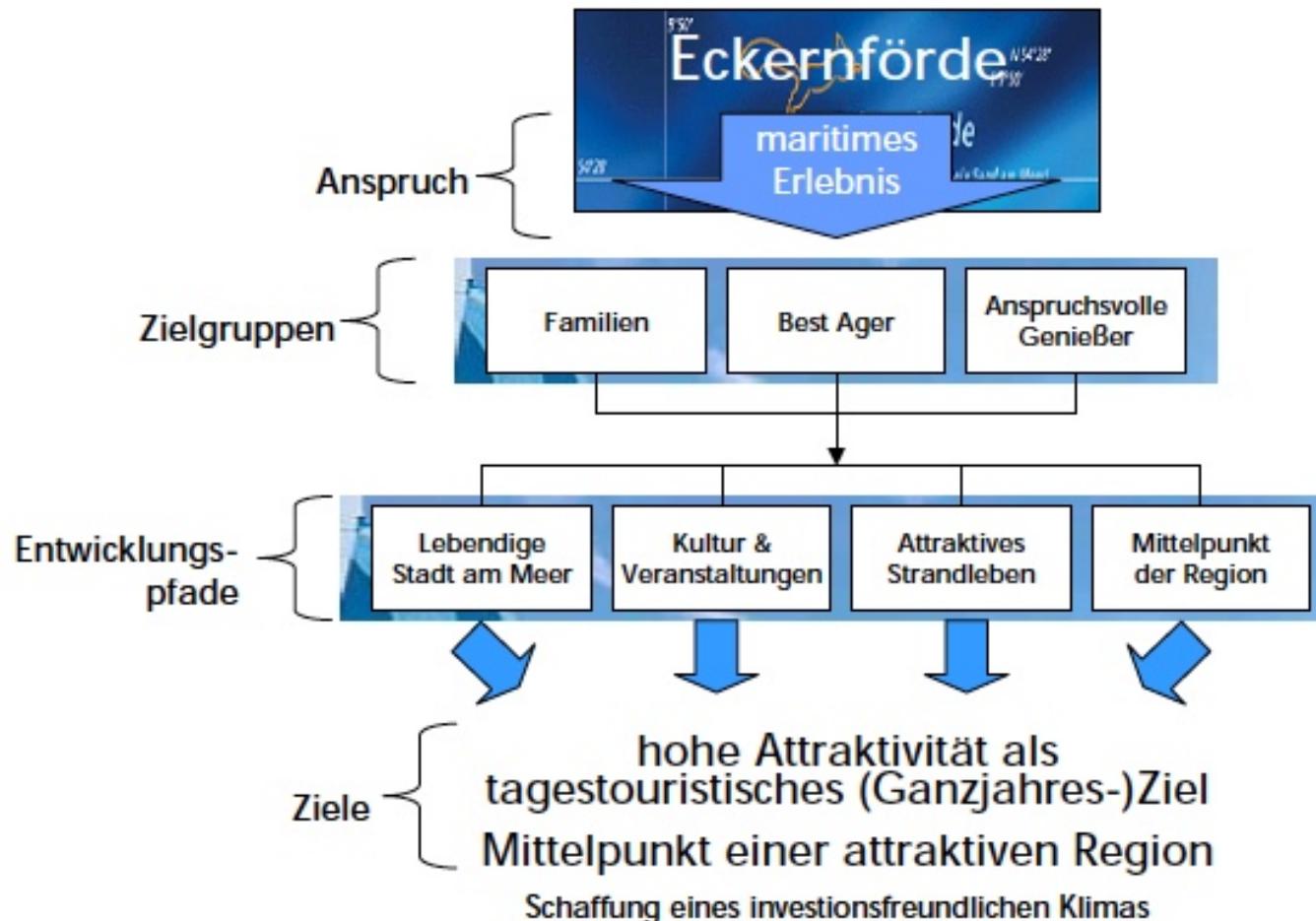
Geschäftsführer: Stefan Borgmann
Aufsichtsratsvorsitzender: Jörg Sibbel
Registergericht Kiel
Handelsregister-Nr.: HRB 74 EC
Steuernr.: 15 294 087 12

Bankverbindung:
Bank: Förde Sparkasse
IBAN: DE 402 105 017 00000 113 415
BIC: NOLADE 21 KIE

www.eckernförderbucht.de

Entwicklungskonzept - Tourismuskonzept 2007

Profilierende Inwertsetzung und Nutzung des maritimen Erbes



Profilierende Inwertsetzung und Nutzung des maritimen Erbes



Anspruch Tourismuskonzept 2007

Eckernförde positioniert sich als maritime Stadt mit dem Anspruch weit mehr Erlebnis zu bieten, als ein klassisches „Strand- & Bade“ – Ostseebad. Die Positionierung fußt auf dem maritimen Erbe der Stadt, das profilierend in Wert zu setzen ist. Kurz- bis mittelfristige Zielsetzung ist das Erreichen einer hohen Attraktivität als tagestouristisches Ganzjahresziel. Dabei sind die Potenziale der Region für Eckernförde zu nutzen. Grundsätzlich ist über die Attraktivierung ein investitionsfreundliches Klima zu schaffen, von dem auch Impulse in den Übernachtungssektor ausgehen.

Die Entwicklung orientiert sich an den vom Land Schleswig-Holstein für Schleswig-Holstein im Landestourismuskonzept 2006 identifizierten Zielgruppen. Die vier Entwicklungspfade beschreiben die touristisch relevanten Handlungsfelder.

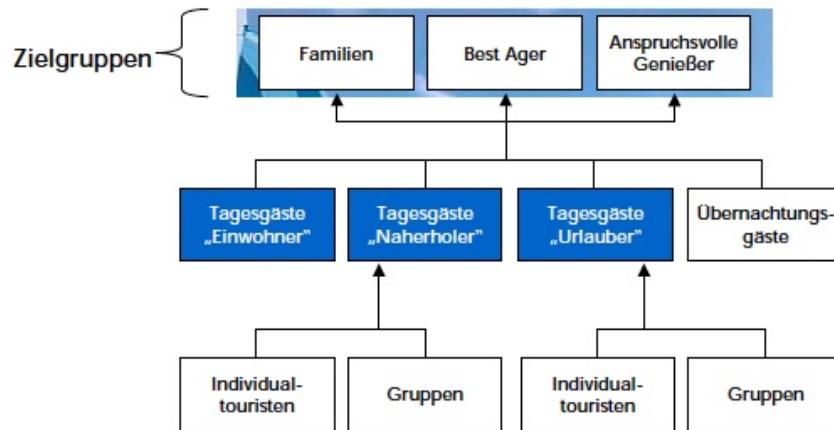
Anspruch Aktueller Stand 2017

Mehr als ein klassischer Badeort: Eckernförde ist eine Stadt am Meer, die im Gegensatz zu vielen anderen Tourismusorten eine attraktive und umfassende urbane Infrastruktur bietet. Zahlreiche Angebote aus den Bereichen Kultur, Einkaufen, Gastronomie und Freizeit sind lokal und auch überregional attraktiv und gefragt.

Ganzjahresziel für Tagestouristen: Mittlerweile suchen ca. 2 Millionen Tagesgäste das Ostseebad Eckernförde auf. Die oben aufgeführten Aspekte unterscheiden Eckernförde von den „normalen“ Urlaubsorten im Land. Selbst in der Nebensaison ist die Innenstadt Eckernfördes gut frequentiert. Angebote, wie z.B. die kostenfreie Nutzung des Strandes für alle oder die zahlreichen inhabergeführten Geschäfte tragen zur Attraktivität der Stadt maßgeblich bei.

Zielgruppen des Landes: Während in der Tourismusstrategie des Landes aus dem Jahr 2006 (Roland Berger Studie) nur drei Zielgruppen im Fokus standen, hat sich dies aktuell deutlich verändert. Die neue Tourismusstrategie Schleswig-Holstein 2025 konzentriert sich auf fünf Zielgruppen und sieben Themenfelder. Die ETMG fokussiert sich dementsprechend auf die passenden aktuellen Zielgruppen und Themen (siehe S. 19).

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



Zielgruppen Tourismuskonzept 2007

Gemäß der Tourismuskonzeption 2007 sollte sich die Stadt Eckernförde kurz- bis mittelfristig auf die Tagestouristen konzentrieren. Dies war allerdings keinesfalls als „Absage“ an den Übernachtungstourismus oder die Zielgruppen des Landes zu verstehen.

Ziel war es, den effizientesten Weg zu wählen, um mehr Wertschöpfung mit dem gegenwärtig vorhandenen Angebot zu generieren.

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

Quelle: Ministerium für Wirtschaft, Arbeit, Verkehr und Technologie des Landes Schleswig-Holstein, 2014

Zielgruppen Aktueller Stand 2017

Die ETMG verfolgt den gewählten Ansatz aus der Tourismuskonzeption 2007. Während der Hauptfokus auf den Tagesgästen liegt, werden zudem die neuen Zielgruppen des Landes über die sinnvollen Themen für den Übernachtungsgast angesprochen. Dies sind aktuell die Zielgruppen Natururlauber, Familien, Entschleuniger und Neugierige. Als Themenschwerpunkte werden die Felder Natur, Familienurlaub, Strand und Radfahren bearbeitet. Mit Städtereisenden spricht die Studie nur die Großstädte und Oberzentren an. Daher passt dies nicht zum Mittelzentrum Eckernförde.



N 54°28'
E 9°50'

Eckernförde

OSTSEEBADE *Lebensfreude wie Sand am Meer!*

Eckernförde Touristik & Marketing GmbH

Entwicklungspfade - Tourismuskonzept 2007

Eckernförde Touristik & Marketing GmbH
Am Exer 1
24340 Eckernförde
Telefon: 04351/71790
Fax: 04351/6282

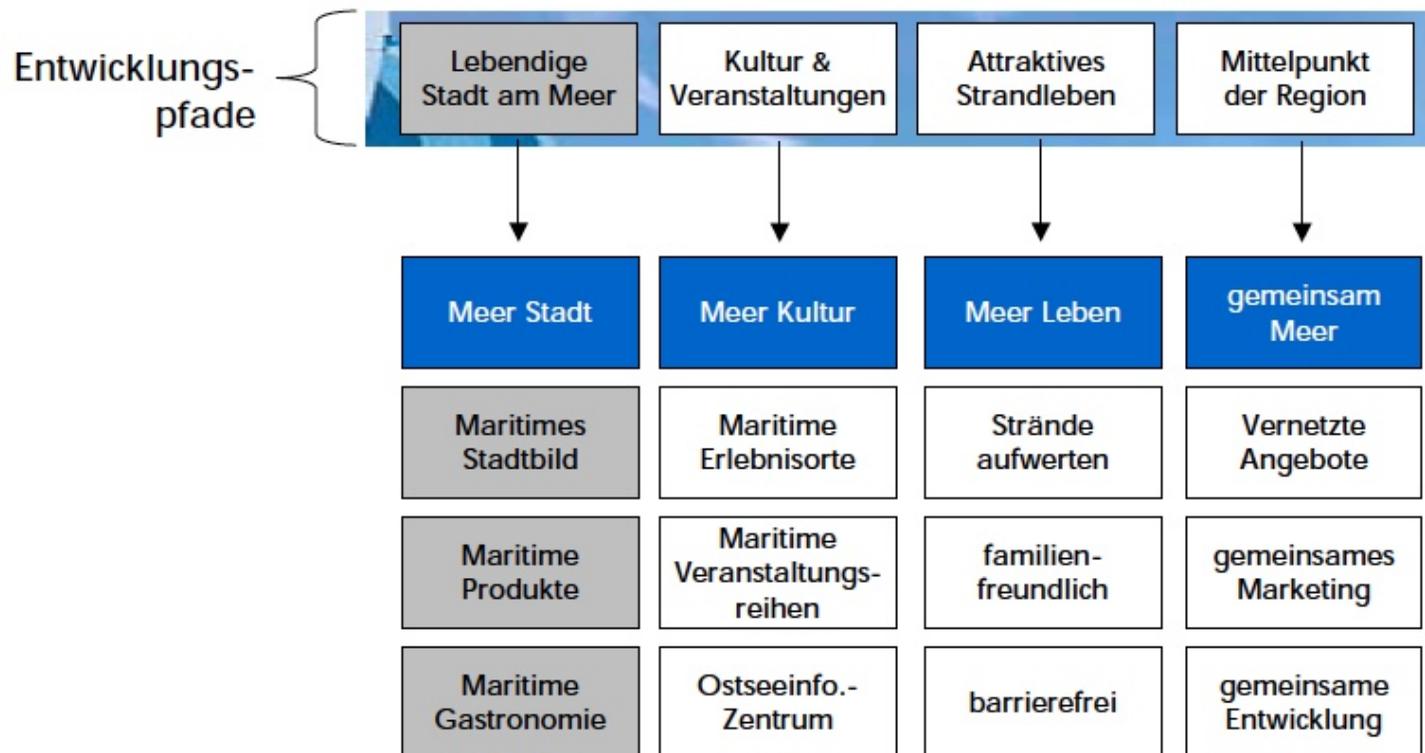
Geschäftsführer: Stefan Borgmann
Aufsichtsratsvorsitzender: Jörg Sibbel
Registergericht Kiel
Handelsregister-Nr.: HRB 74 EC
Steuernr.: 15 294 087 12

Bankverbindung:
Bank: Förde Sparkasse
IBAN: DE 402 105 017 00000 113 415
BIC: NOLADE 21 KIE

www.eckernförderbucht.de

Entwicklungspfade - Tourismuskonzept 2007

Hauptsache Meer!



Entwicklungspfade Tourismuskonzept 2007

Vier Entwicklungspfade beschreiben in der Tourismuskonzeption 2007 die touristisch relevanten Handlungsfelder und auf welchen Wegen die Ziele erreicht werden sollen.

Projekte und Maßnahmen zeigen auf, mit welchen Mitteln die Wege zu beschreiten sind.

Für alle Entwicklungspfade wurden Leitprojekte definiert.

Die Entwicklungspfade sind mit maritimen „Slogans“ bezeichnet, die verdeutlichen, dass das Thema „Meer“ als Basisthema allen Handlungsfeldern zugrunde liegen sollte.

Es bestehen grundsätzlich Verzahnungen zwischen den Handlungsfeldern.

Entwicklungspfade Aktueller Stand 2017

Arbeitsgrundlage: Die Entwicklungspfade mit den dazu gehörigen Handlungsfeldern und Leitprojekten bilden die Basis der Arbeit der ETMG. Das Basisthema „Meer“ bzw. das maritime Erbe der Stadt Eckernförde wird in allen Projekten und Veranstaltungen der ETMG stets berücksichtigt.

Einbindung und Sensibilisierung der Akteure: Die ETMG transportiert die Inhalte der Entwicklungspfade lokal und regional. Indem zahlreiche Akteure in Veranstaltungen und Projekte eingebunden werden, können automatisch die entsprechenden Ziele und Werte weitergegeben werden. Über die Sensibilisierung der Akteure werden Multiplikatoren generiert, die bei der Umsetzung der Strategie unterstützen.

Verzahnung der Geschäftsfelder: Bei der Ausgestaltung der Entwicklungspfade treten immer wieder beabsichtigte Überschneidungen innerhalb der unterschiedlichen Handlungsfelder auf. Hierdurch entstehen wertvolle Synergieeffekte. Der umfassende Handlungsansatz sorgt für mehr Transparenz und Akzeptanz bei den einzubindenden Akteuren.

Entwicklungspfade Tourismuskonzept 2007



Entwicklungspfad - Meer Stadt Aktueller Stand 2017

Meer Stadt: Das Leitprojekt „Zurückholen der Sprotte“ wird im Stadtbild, in der Vermarktung und in den touristischen Angeboten umgesetzt. Die Themen „Fisch“ und „Fischerei“ sind zentrale Marketingelemente und werden z.B. bei den Sprottentagen, über den Sprottenpfad, maritime Stadtführungen usw. transportiert.

Stadtbild: die städtische Corporate Identity (CI) ist flächendeckend im Einsatz und findet in zahlreichen Gestaltungselementen Anwendung. Beispiele hierfür sind die Stadteingangstafeln, das Wegeleitsystem in der Innenstadt sowie die Flyer, Broschüren, Schilder und Merchandising-Artikel der Stadt und der ETMG.

Produkte: Das maritime Ambiente der Stadt ist einer der Hauptreiseanlässe für die Gäste Eckernfördes. Zahlreiche Unternehmen haben dies erkannt und bieten diverse maritime Produkte und Speisen an. Zudem werden die Schaufenster regelmäßig maritim gestaltet.

Gastronomie: Es ist unter anderem in der Altstadt und an der Hafenspitze Eckernfördes gelungen, hochwertige Gastronomie mit lokaler und maritimer Speisekarte anzusiedeln.

Entwicklungspfade Tourismuskonzept 2007



Entwicklungspfad - Meer Kultur Aktueller Stand 2017

Meer Kultur: Das Leitprojekt „Vernetzung des Ostsee Info-Centers (OIC) mit den maritimen Erlebnisorten“ hat sich etabliert. Das OIC wird jährlich von ca. 40.000 Gästen genutzt, die die zahlreichen „Mitmach-Angebote“ in Anspruch nehmen. Über die Einbindung der lokalen Fischer und anderer Akteure ist die Vernetzung des OIC sehr weitreichend gelungen.

Erlebnisorte: Neben dem OIC ist das tägliche, maritime Treiben im regen Eckernförder Hafen ein echtes Erlebnis für Bürger und Gäste. Die Möglichkeit, den fangfrischen Fisch vormittags am Hafen zu kaufen, ist für viele Urlauber sehr attraktiv. Man kann zudem mit dem Fischkutter auf Tour gehen, die Alte Fischräucherei aufsuchen oder an einer maritimen Stadtführung teilnehmen.

Veranstaltungsreihen: Die maritimen Großveranstaltungen sind in Eckernförde die Sprottentage und die Aalregatta. Hier werden die Themen „Fisch“, „Fischerei“ und „Segeln“ in den Fokus gestellt. Die Vernetzung zur Kieler Woche konnte bezüglich der Aalregatta wiederhergestellt werden, so dass auch die überregionale Ausstrahlung gegeben ist.

Entwicklungspfade Tourismuskonzept 2007



Entwicklungspfad - Meer Leben Aktueller Stand 2017

Meer Leben: Das Leitprojekt „barrierefreie Stadt am Meer“ wurde 2011 mit dem goldenen Rollstuhl ausgezeichnet. Die Stadt Eckernförde hat gemeinsam mit dem Beirat für Menschen mit Behinderung und der ETMG viele Barrieren in der Öffentlichkeit abgebaut und zusätzliche Freizeit-Infrastruktur errichtet.

Strände: Der Hauptstrand Eckernfördes wurde durch diverse Maßnahmen wie z.B. die Errichtung von Spielschiffen, Turn- und Spielgeräten sowie barrierefreien Bohlenwegen und Terrassen aufgewertet. Zudem wurden ein Kleingolfplatz und ein Generations-Fitnessgeräte-Park hergestellt.

Familien: Zahlreiche Familien nutzen die oben dargestellten Strandangebote gerne. Die barrierefreien Strandzugänge kommen auch Familien mit Kinderwagen zu Gute. Serviceangebote für Familien werden kaum nachgefragt und daher auch nicht angeboten.

Barrierefrei: Alle Maßnahmen zum Thema Barrierefreiheit werden mit dem städtischen Beirat für Menschen mit Behinderung abgestimmt. So ist eine zielgruppengerechte Umsetzung gewährleistet.

Entwicklungspfade Tourismuskonzept 2007



Entwicklungspfad - gemeinsam Meer Aktueller Stand 2017

gemeinsam Meer: Das Leitprojekt „verstärkte Einbindung der Leistungsträger“ erfolgt auf lokaler und regionaler Ebene. Bei der gemeinsamen touristischen Arbeit sind vor allem die Kooperationen im Rahmen der LTO Eckernförder Bucht GmbH (LTO) sowie in der AktivRegion Eckernförder Bucht hervorzuheben.

Angebote: Die LTO bündelt alle Angebote der Region und vermarktet diese zentral über zahlreiche moderne Medienkanäle.

Marketing: Das vernetzte Marketing basiert auf der regionalen Abstimmung „auf Augenhöhe“. Die 33 kooperierenden Kommunen bündeln ihre Marketingmittel, um eine attraktive Region mit dem Zentrum Eckernförde zu bewerben.

Entwicklung: Die Abstimmung auf der LTO- und AktivRegions-Ebene sichert die aufeinander abgestimmte touristische Entwicklung von Infrastrukturmaßnahmen. Zudem können Synergieeffekte genutzt werden.



N 54°28'
E 9°50'

Eckernförde

OSTSEEBADE *Lebensfreude wie Sand am Meer!*

Eckernförde Touristik & Marketing GmbH

Umsetzungskonzept - Tourismuskonzept 2007

Eckernförde Touristik & Marketing GmbH
Am Exer 1
24340 Eckernförde
Telefon: 04351/71790
Fax: 04351/6282

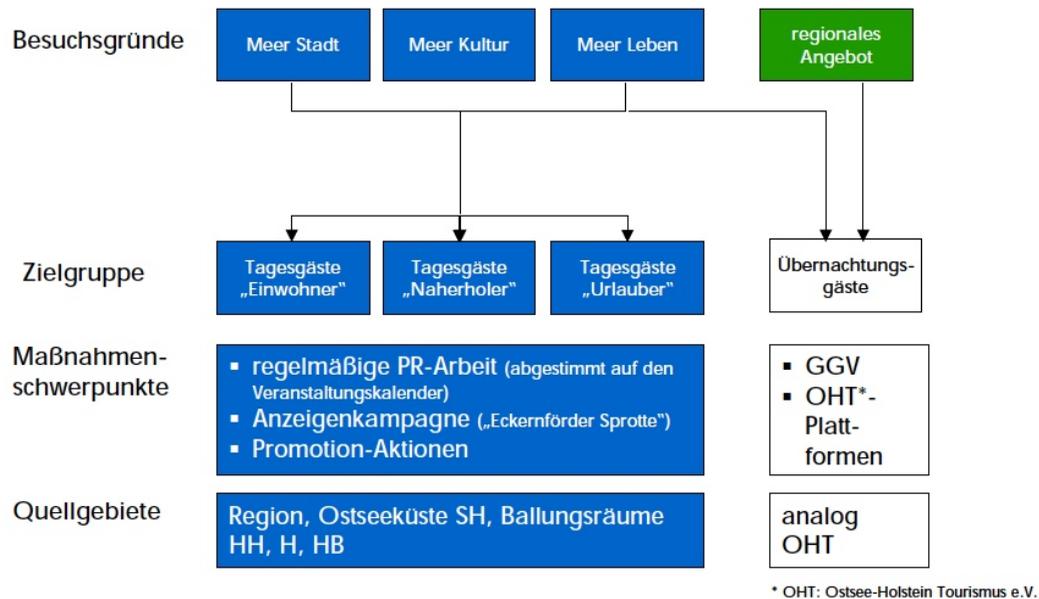
Geschäftsführer: Stefan Borgmann
Aufsichtsratsvorsitzender: Jörg Sibbel
Registergericht Kiel
Handelsregister-Nr.: HRB 74 EC
Steuernr.: 15 294 087 12

Bankverbindung:
Bank: Förde Sparkasse
IBAN: DE 402 105 017 00000 113 415
BIC: NOLADE 21 KIE

www.eckernförderbucht.de

Umsetzungskonzept Tourismuskonzept 2007

Konsequente Ansprache von Tagesgästen
Ansprache von Übernachtungsgästen nur im regionalen Verbund



Umsetzungskonzept Aktueller Stand 2017

Besuchsgründe: Die vier Entwicklungspfade stehen inhaltlich für die Hauptbesuchsgründe bzw. Reiseanlässe für die Stadt Eckernförde. Die ETMG setzt die Umsetzung der Leitprojekte und Handlungsfelder konsequent um.

Zielgruppen: Die Ansprache der Zielgruppen (siehe Seite 19) erfolgt über alle modernen Medienkanäle. Im Fokus stehen die Tagesgäste. Die entsprechenden PR-Aktionen finden in den Haupt-Quellgebieten statt: Nordrhein-Westfalen, Hamburg, Niedersachsen und Schleswig-Holstein.

Maßnahmenswerpunkte: Neben der klassischen PR- und Marketing-Arbeit schafft die ETMG verstärkt Reiseanlässe für die Stadt Eckernförde. Dies erfolgt durch die Durchführung von überregional relevanten Veranstaltungen sowie in der Etablierung attraktiver Freizeit-Infrastruktur.

Vernetzung: Die ETMG ist über die LTO mit zahlreichen Ebenen vernetzt. Dies ist die regionale Ebene in der Eckernförder Bucht, die Verbandsebene über den OHT sowie die Landesebene über die TASH und den Tourismus Steuerungskreis des Landes.

Umsetzungskonzept Was bisher nicht realisiert wurde

Im Tourismuskonzept 2007 gibt es neben den vorab dargestellten Inhalten auch Aspekte, die bisher nicht realisiert wurden. Im Folgenden werden diese benannt und bewertet.

Visitor Welcome Center im Ostsee Info-Center (OIC): Im Tourismuskonzept wird der Standort des Ostsee Info-Centers als möglicher Tourist Info Punkt vorgeschlagen, um Gäste über das regionale Angebot zu informieren. Dies wurde nicht umgesetzt und wird aktuell auch nicht durch die ETMG oder durch das OIC angestrebt. Der Grund dafür ist die erfolgreiche Umsetzung des Tourist Info Punktes in der Kieler Straße.

Thema „Segeln“ auf der Tourismus Verbandsebene (OHT): Das Thema „Segeln“ wurde vom Ostsee Holstein Tourismus e.V. vor der Roland Berger Studie neben den Themen „Radfahren“ und „Wandern“ als zentrale Kampagne bearbeitet. Mit dem Wandel in der Tourismusstrategie des Landes SH vom Themen- zum reinen Zielgruppenmarketing sind diese Kampagnen in den Hintergrund getreten. Zudem ist festzustellen, dass das Thema „Segeln“ in Eckernförde von Touristen als Urlaubsaktivität kaum nachgefragt wird. Angebote wie „Schnuppersegeln“ gibt es nahezu nicht.

Maritimes Handwerk: Es ist bisher nicht gelungen maritimes Handwerk anschaulich und touristisch nutzbar in Eckernförde anzusiedeln oder zu präsentieren. Das Ziel einer „gläsernen Werft“ wurde zwar zwischenzeitlich bearbeitet, aber nicht erfolgreich umgesetzt.

Urlaubsbegleitservice: Im Tourismuskonzept wird ein Begleitservice für Gäste mit Behinderung vorgeschlagen. Die Betreuung sollte die Inhalte „Hilfe bei der Planung des Aufenthaltes“, „Empfang“ und „Betreuung“ beinhalten. Die Umsetzung des Begleitservices wurde bisher nicht umgesetzt, da der Gast dies nicht nachfragt. Zudem hat die Marktforschung des Nordeuropäischen Instituts für Tourismusforschung (NIT) ergeben, dass Zielgruppen wie Menschen mit Behinderung, Senioren usw. nicht als solches im Urlaubs angesprochen werden wollen. Die Gäste möchten alle gleich als Urlauber adressiert werden und sich nicht kategorisieren oder im Handeln eingeschränken lassen. Die ETMG verwendet daher den Begriff „Urlaub für alle“.

Eltern-Kind-Angebote: Für die Zielgruppe Familie mit Kindern sah die Tourismuskonzeption einen umfangreichen Service für Eltern mit Kindern vor. Das Angebot sollte vom Babysitter-Service über den Verleih von Buggys bis hin zur kindesärztlichen Betreuung reichen. In Eckernförde gibt es keine strandnahen Räumlichkeiten für ein entsprechendes Angebot. Es ist zudem davon auszugehen, dass das Angebot eher nicht kostendeckend angeboten werden kann.

Umsetzungskonzept Was bisher nicht realisiert wurde

Südstrand als Wassersportzentrum: Der Südstrand hat grundsätzlich die richtigen Infrastrukturvoraussetzungen für Wassersport. Neben einem sehr großen Strandabschnitt und der Wassersportnutzfläche auf dem Wasser gibt es viele Parkplätze, genügend Platz zum Materialaufbau, Toiletten, Duschen und Gastronomie. Die Erfahrungen der letzten Jahre zeigen allerdings, dass der Südstrand nicht ausreichend von Urlaubs- und Tagesgästen frequentiert wird, die an Wassersport interessiert sind. Die ETMG hat daher den Standort der Wassersportstation an den Hauptstrand verlegt. Hier ist die benötigte Frequenz vorhanden und ein wirtschaftlicher Betrieb für den Anbieter möglich.



N 54°28'
E 9°50'

Eckernförde

OSTSEEBADE *Lebensfreude wie Sand am Meer!*

Eckernförde Touristik & Marketing GmbH

Zusammenfassung der Gegenüberstellung

Eckernförde Touristik & Marketing GmbH
Am Exer 1
24340 Eckernförde
Telefon: 04351/71790
Fax: 04351/6282

Geschäftsführer: Stefan Borgmann
Aufsichtsratsvorsitzender: Jörg Sibbel
Registergericht Kiel
Handelsregister-Nr.: HRB 74 EC
Steuernr.: 15 294 087 12

Bankverbindung:
Bank: Förde Sparkasse
IBAN: DE 402 105 017 00000 113 415
BIC: NOLADE 21 KIE

www.eckernförderbucht.de

Zusammenfassung der Gegenüberstellung

Maritimes Ambiente, aber wenig authentische Inhalte, deutliche Schwächen bei den touristischen Basisleistungen

Stärken

- maritimes Erbe, historisches Ambiente
- lebendige Stadt
- Vernetzung Stadt – Strand
- gute Veranstaltungsmöglichkeiten
- hohes (noch steigerungsfähiges) Tagesgästekommen
- Mittelpunkt einer attraktiven Region

Schwächen

- **keine klare Positionierung => fehlende Strategie**
- unklare Aufgabenteilung
- starke Saisonalität
- wenig marktgerechte Beherbergungsstruktur
- wenig profilierendes Veranstaltungsangebot
- nicht optimale Vernetzung mit der umliegenden Region
- kaum maritime Gastronomie
- ungünstig gelegene TI
- Internetauftritt

Eckernförde ist kein typisches Ostseebad

Stärken und Schwächen Tourismuskonzept 2007

Die Tourismuskonzeption 2007 hat die Ergebnisse der Analyse anhand einer Stärken und Schwächen Übersicht zusammengefasst.

Als Stärken wurden vor allem die Aspekte „maritimes Erbe“, „historisches Ambiente“ und „lebendige Stadt“ identifiziert.

Als maßgebliche Schwächen wurden dagegen die fehlende klare Positionierung, die fehlende Strategie und die deutlichen Schwächen bei den touristischen Basisleistungen festgestellt.

Die Kernaussage der Tourismuskonzeption 2007 lautete daher, dass Eckernförde kein typisches Ostseebad ist.

Nachfolgend werden die Ergebnisse von 2007 zusammenfassend mit dem aktuellen Stand 2017 dargestellt.

Zusammenfassung der Gegenüberstellung

Unterkünfte: Das Angebot der touristischen Leistungsträger hat sich sowohl qualitativ als auch quantitativ erheblich verbessert. Die Struktur der Unterkünfte ist weiterhin sehr kleinteilig. Es fehlen größere Hotels in Eckernförde. Die ETMG fungiert als zentraler Multiplikator für die Gastgeber. Diese Funktion beinhaltet die Information über aktuelle Trends, Rahmenbedingungen im Tourismus sowie die Sensibilisierung für spezielle Zielgruppen. Ein Ziel ist z.B. der Ausbau der barrierefreien Unterkünfte.

Gastronomie: Durch die Neuansiedlung diverser Gastronomiebetriebe in den Bereichen Hafen und Strandpromenade konnte die Attraktivität Eckernfördes gesteigert werden. Um wirtschaftlich agieren zu können, benötigen die Betriebe ganzjährig Frequenz. Dies ist vor allem durch die zahlreichen Tages- und Urlaubsgäste der Stadt gewährleistet. Das Gastronomieangebot der Stadt ist vielfältig und auf einem guten bis hochwertigen Niveau. Durch den schon geplanten Ausbau der Strandgastronomie wird diese Entwicklung weitergeführt.

Veranstaltungsangebot: Das umfangreiche Veranstaltungsangebot der Stadt Eckernförde ist ein ganzjähriges Aushängeschild für Bürger und Gäste. Eine strukturierte und einheitliche Veranstaltungsorganisation sollte im Stadtgebiet dafür sorgen, dass Termine effektiv abgestimmt und ein Überangebot vermieden wird. Veranstaltungen und Wohnen müssen auch zukünftig im Einklang stehen. Bei der Planung und Durchführung von städtischen und externen Veranstaltungen sollten daher die Belange des Umweltschutzes und der Freizeitlärmrichtlinie stets Berücksichtigung finden. Die Ansiedlung eines neuen Kinos in Eckernförde ist dringend erforderlich.

Gruppenangebote: Busreisegruppen spielen für die Unterkünfte im Stadtgebiet eine untergeordnete Rolle. Dies wird sich ohne die Ansiedlung größerer Hotelbetriebe nicht ändern. Gruppenreisen finden in Eckernförde eine Vielzahl von attraktiven Angeboten für einen Tagesaufenthalt. Dies gilt für Busreisen als auch für Kreuzfahrtanläufe. Die entsprechende Infrastruktur für Busstellplätze und im Hafengebiet ist vorzuhalten.

Stärken und Schwächen: Die Übersicht auf Seite 34 zeigt, dass es gelungen ist Stärken auszubauen und Schwächen abzubauen. Im Rahmen einer neuen strategischen Ausrichtung muss definiert werden, welchen Stellenwert der Tourismus in Eckernförde haben soll.

Zusammenfassung der Gegenüberstellung

Wertschöpfung: Die Wertschöpfung Eckernfördes durch den Tourismus hat sich seit 2007 mehr als verdoppelt. Mit einer jährlichen Wertschöpfung von ca. 65 Millionen Euro und ca. 1.300 Arbeitsplatzäquivalenten stellt der Tourismus einen maßgeblichen Wirtschaftsfaktor für die Stadt dar. Es gibt nur sehr wenige Unternehmen im Stadtgebiet, die nicht mindestens indirekt durch den Tourismus profitieren.

Tourismuskennzahlen: Durch modernes Marketing und eine umfassende regionale Vernetzung konnten die Tourismuskennzahlen in allen Bereichen gesteigert werden. Obwohl die Werte für Ankünfte und Übernachtungen ca. verdoppelt werden konnten, liegt der Schwerpunkt Eckernfördes im Tagestourismus. Die Zahl der Tagesgäste lag 2016 bei ca. 2 Millionen.

Anspruch: Die Schwächen im Bereich der touristischen Basisleistungen aus dem Jahr 2007 wurden größtenteils abgebaut. Das maritime Ambiente wird authentisch und modern präsentiert. Der Anspruch des Tourismus im Ostseebad sollte den aktuellen Entwicklungen angepasst werden. Eckernförde soll für die Einwohner lebens- und für die Gäste lebenswert bleiben.

Zielgruppen: Die grundsätzlichen touristischen Zielgruppen sind durch die Tourismusstrategie des Landes definiert. Für Eckernförde ist die Fokussierung auf Schwerpunkt-Zielgruppen erforderlich. Anhand von Persona-Profilen sollten das Verhalten und die Ansprüche der Zielgruppen näher erfasst werden.

Meer Stadt: Die maritimen Themen „Sprotte“, „Fisch“ und „Fischerei“ haben sich für Eckernförde bewährt und sollten beibehalten werden. Die städtische CI ist weit verbreitet und von vielen Akteuren akzeptiert.

Meer Kultur: Die bestehenden kulturellen Erlebnisorte sind Teil der touristischen Basisleistung. Ziel sollte es sein, dass entsprechende Angebot noch weiter auszubauen. Ein Fokus sollte hier auf Ganzjährigkeit und Wetterunabhängigkeit liegen.

Meer Leben: Die Stadt Eckernförde spricht mit dem Ausbau der Barrierefreiheit sowohl Bürger als auch Gäste an. Die geschaffene Infrastruktur erhöht die Aufenthaltsqualität für alle.

Gemeinsam Meer: Eckernförde ist aktuell umfassend mit allen touristischen Ebenen vernetzt.

Umsetzung: Die konsequente Umsetzung der Tourismuskonzeption ist die Grundlage für die dargestellte positive Entwicklung im Ostseebad Eckernförde.

Zusammenfassung der Gegenüberstellung

Das Ostseebad Eckernförde bietet authentische Inhalte und moderne, touristische Basisleistungen

Stärken

- maritimes Erbe & historisches Ambiente profilierend in Wert gesetzt
- lebendige, dynamische Stadt
- Vernetzung Stadt, Strand, Hafen
- attraktiv für Urlaubs- und Tagesgäste
- vernetzter Mittelpunkt einer attraktiven Region
- Mitglied der LTO Eckernförder Bucht & der AktivRegion Eckernförder Bucht
- moderne Unterkünfte
- überregional bedeutende Veranstaltungen
- gute touristische Infrastruktur
- klare Aufgabenstruktur
- modernes Marketing
- gute Marktpositionierung

Schwächen

- zu kleinteiliges Beherbergungsangebot
- kein großer Hotelbetrieb
- zu wenig zertifizierte Unterkünfte
- kein kommerzielles Kino
- zu wenig qualitativ hochwertige Veranstaltungen
- stark steigende Grundstückspreise
- Bedarf an mehr Parkplätzen bei Großveranstaltungen

Die Frage ist, ob Eckernförde ein typisches Ostseebad sein möchte

Stärken und Schwächen Aktueller Stand 2017

Die dargestellte Gegenüberstellung der Tourismuskonzeption aus dem Jahr 2007 und dem aktuellen Stand im Jahr 2017 zeigt deutlich, dass die Stadt Eckernförde eine dynamische Tourismusentwicklung erfahren hat.

Das Entwicklungskonzept, die Entwicklungspfade und das Umsetzungskonzept der Tourismuskonzeption wurden stringend verfolgt und nahezu vollständig umgesetzt. Das Ostseebad Eckernförde hat die touristischen Basisleistungen ausgebaut und modernisiert. Zeitgleich wurden das maritime Erbe und das historische Ambiente profilierend in Wert gesetzt.

Durch die intensive Vernetzung innerhalb der Region und mit den übergeordneten touristischen Ebenen, hat sich Eckernförde schlagkräftig aufgestellt. Eckernförde agiert im Tourismus mit einer klaren Struktur, einem modernen Marketing und hat sich so eine gute Position im Markt gesichert.

Die Stadt Eckernförde erfüllt somit die grundsätzlichen Voraussetzungen für ein typisches Ostseebad. Im Rahmen der Fortschreibung der Tourismuskonzeption muss nun festgelegt werden, ob Eckernförde diese Funktion auch zukünftig ausfüllen soll.



N 54°28'
E 9°50'

Eckernförde

OSTSEEBAD *Lebensfreude wie Sand am Meer!*

Eckernförde Touristik & Marketing GmbH

Fazit der Gegenüberstellung

Eckernförde Touristik & Marketing GmbH
Am Exer 1
24340 Eckernförde
Telefon: 04351/71790
Fax: 04351/6282

Geschäftsführer: Stefan Borgmann
Aufsichtsratsvorsitzender: Jörg Sibbel
Registergericht Kiel
Handelsregister-Nr.: HRB 74 EC
Steuernr.: 15 294 087 12

Bankverbindung:
Bank: Förde Sparkasse
IBAN: DE 402 105 017 00000 113 415
BIC: NOLADE 21 KIE

www.eckernförderbucht.de

Fazit der Gegenüberstellung

Bedeutung der Tourismuskonzeption: Die Tourismuskonzeption 2007 war die Grundlage für die positive Tourismusentwicklung der Stadt Eckernförde. Durch die externe, professionelle Begleitung konnten neue Impulse für die touristische Zukunft gewonnen werden. Die dargestellte Analyse mit dem abgeleiteten Entwicklungskonzept und den Entwicklungspfaden bildeten konkrete Handlungsempfehlungen für die Stadt bzw. die ETMG. Grundsätzlich beschreiben die Inhalte der Entwicklungspfade weiterhin den wesentlichen Kern Eckernfördes. Sinnvoll ist es allerdings neue Leitprojekte zu benennen und auch die Handlungsempfehlungen den aktuellen, konkreten Bedingungen anzupassen.

Stadtentwicklung: Die umfangreichen Investitionen der Stadt in die Infrastruktur beeinflussen die Tourismusentwicklung zudem maßgeblich. Die Neugestaltungen der Hafen- und Strandpromenaden sowie die Umgestaltung diverser Straßenzüge in der Innenstadt haben das Ortsbild der Stadt erheblich attraktiviert. Zahlreiche weitere touristische Baumaßnahmen sorgen für mehr Gäste, können aber zudem auch von den Bürgern der Stadt genutzt werden.

Tourismus und Ortsbildgestaltung: Das Zusammenspiel von Tourismuskonzeption und Infrastruktur wird durch die Gegenüberstellung deutlich. In der Tourismuskonzeption 2007 wurden allerdings keinerlei Zusammenhänge aufgezeigt. Dies sollte in einer Fortschreibung der Tourismuskonzeption berücksichtigt werden.

Erlebnisorte vs. Erlebnisräume: Während in der Tourismuskonzeption 2007 auf einzelne Erlebnisorte eingegangen wird, fehlt eine generelle räumliche Zuordnung. Für den zukünftigen Stellenwert des Tourismus in Eckernförde sollte definiert werden, in welchen Stadtbereichen touristische Entwicklungen stattfinden soll und in welchem Umfang.

Einbindung in den touristischen Entwicklungsprozess: Die Vernetzung der touristischen Akteure sollte sich zukünftig noch mehr auf eine breite Bürgerbeteiligung ausweiten. Hierfür sollte ein Prozess für die Identifikation der Bevölkerung mit den Zielen der Tourismusentwicklung gestartet werden. Das Motto „Eckernförde - lebenswert für Bürger und lebenswert für Gäste“ sollte von möglichst vielen Akteuren getragen werden. Ziel ist es, einen unbeschwerten Tourismus in Eckernförde für alle zu schaffen.

Fortschreibung: Eine Neuausrichtung des Tourismus Eckernfördes sollte umfassend und strategisch in den Gesamtzusammenhang der Stadtentwicklung eingeordnet werden. Die Einbindung von externen Profis kann dem Tourismusprozess neue Impulse geben.

Mögliche Form der Bürgerbeteiligung

Um die Bürger der Stadt Eckernförde umfangreich in die Fortschreibung der Tourismuskonzeption oder die Erstellung eines Tourismus Masterplans zu beteiligen, schlägt die ETMG folgende Bausteine vor. Der dargestellte Ansatz basiert auf den bereits gemachten Erfahrungen aus Tourismusorten wie Timmendorf, Travemünde und St. Peter-Ording.

Bausteine der Bürgerbeteiligung:

- Erstellung der „Gegenüberstellung der Tourismuskonzeption aus dem Jahr 2007 und dem aktuellen Stand im Jahr 2017“ durch die ETMG
- Vorstellung und Diskussion der „Gegenüberstellung“ im Aufsichtsrat der ETMG
- Vorstellung und Diskussion der „Gegenüberstellung“ in den städtischen Gremien (Wirtschafts- und Finanzausschuss und Ratsversammlung)
- Beauftragung eines externen Fachbüros für die Moderation der Einwohnerversammlungen und der Workshops sowie eines Experten für die Erstellung der Fortschreibung der Tourismuskonzeption bzw. des

- Durchführung einer ersten Einwohnerversammlung in der Stadthalle auf Augenhöhe und mit externer Begleitung. Inhalte: Vorstellung der „Gegenüberstellung“ und Information über den weiteren geplanten Ablauf (erste Möglichkeit der breiten Bevölkerung Anregungen zu geben).
- Durchführung Workshop(s) mit der Fach-Öffentlichkeit. (zweite oder mehrfache Möglichkeit breit ausgewählter Gruppen der Bevölkerung Anregungen zu geben)
- Durchführung einer zweiten Einwohnerversammlung in der Stadthalle auf Augenhöhe und mit externer Begleitung. Inhalt: Vorstellung der Ergebnisse aus dem oder den Workshop(s) Fach-Öffentlichkeit (dritte Möglichkeit der breiten Bevölkerung Anregungen zu geben)
- Erstellung der Fortschreibung der Tourismuskonzeption bzw. des Masterplans Tourismus durch das externe Fachbüro
- Vorstellung, Diskussion und Beschluss der Ergebnisse des externen Fachbüros in den städtischen Gremien (Aufsichtsrat der ETMG, Wirtschafts- und Finanzausschuss und Ratsversammlung)
- Während des kompletten Prozesses: Begleitung durch die Presse sowie über die Medienkanäle der ETMG, öffentliche Dokumentation auf einer Extra-Unterseite der ETMG Homepage



N 54°28'
E 9°50'

Eckernförde

OSTSEEBADE *Lebensfreude wie Sand am Meer!*

Eckernförde Touristik & Marketing GmbH

Erstellung der Gegenüberstellung

Die Gegenüberstellung der Tourismuskonzeption aus dem Jahr 2007 und dem aktuellen Stand im Jahr 2017 wurden durch den Geschäftsführer der Eckernförde Touristik & Marketing GmbH, Stefan Borgmann, im Oktober 2017 erstellt.

Eckernförde Touristik & Marketing GmbH
Am Exer 1
24340 Eckernförde
Telefon: 04351/71790
Fax: 04351/6282

Geschäftsführer: Stefan Borgmann
Aufsichtsratsvorsitzender: Jörg Sibbel
Registergericht Kiel
Handelsregister-Nr.: HRB 74 EC
Steuernr.: 15 294 087 12

Bankverbindung:
Bank: Förde Sparkasse
IBAN: DE 40 2105 0170 0000 1134 15
BIC: NOLADE 21 KIE

www.eckernförderbucht.de



www.eckernförderbucht.de