BERICHT
zur Strukturdiskussion Nordsee

im Ausschuss für Wirtschaft und Tourismus am 21.02.2019

Nordsee, Jade, Weser
URLAUBSLAND WESERMARSCH

Zur Erinnerung:

- Vorstellung des Prozesses im Ausschuss am 14.11.18
  - Positive Kenntnisnahme des Prozesses durch die Ausschussmitglieder
  - Bestätigung der Handlungsvollmacht zur weiteren Ausgestaltung des Prozesses
- Ziele:
  - Regionales Tourismus-Marketing weiterentwickeln zu überregionalem Lebensraum-Management
  - Auflösung von Doppelstrukturen
  - Gründung eines „Haus des Tourismus“

Sachstand (seit November):

- Mehrere Abstimmungsgespräche, u.a. Landrätekonferenz
- Vorstellung des aktuellen Zwischenstandes beim Nordsee-Tourismustag. Hier positive Aussagen zum Prozess von den Landkreisen Wittmund, Friesland und Stadt Wilhelmshaven
- Vorschlag: Umfirmierung der Ostfriesland Tourismusgesellschaft (OTG) zu einer Destinationsmanagementorganisation (DMO)

→ Die Weichen werden jetzt gestellt

Drei-Ebenen-Modell:

LMO

- Beispielhafte Aufgaben:
  - Aufbau Zukunftsmärkte
  - Tourismuspolitik

DMO

- Beispielhafte Aufgaben:
  - Marketing und Organisation
  - Infrastrukturförderung
  - Ansiedlungsmanagement
  - Mobilität
  - Regionalmanager als Vermittler

Ort

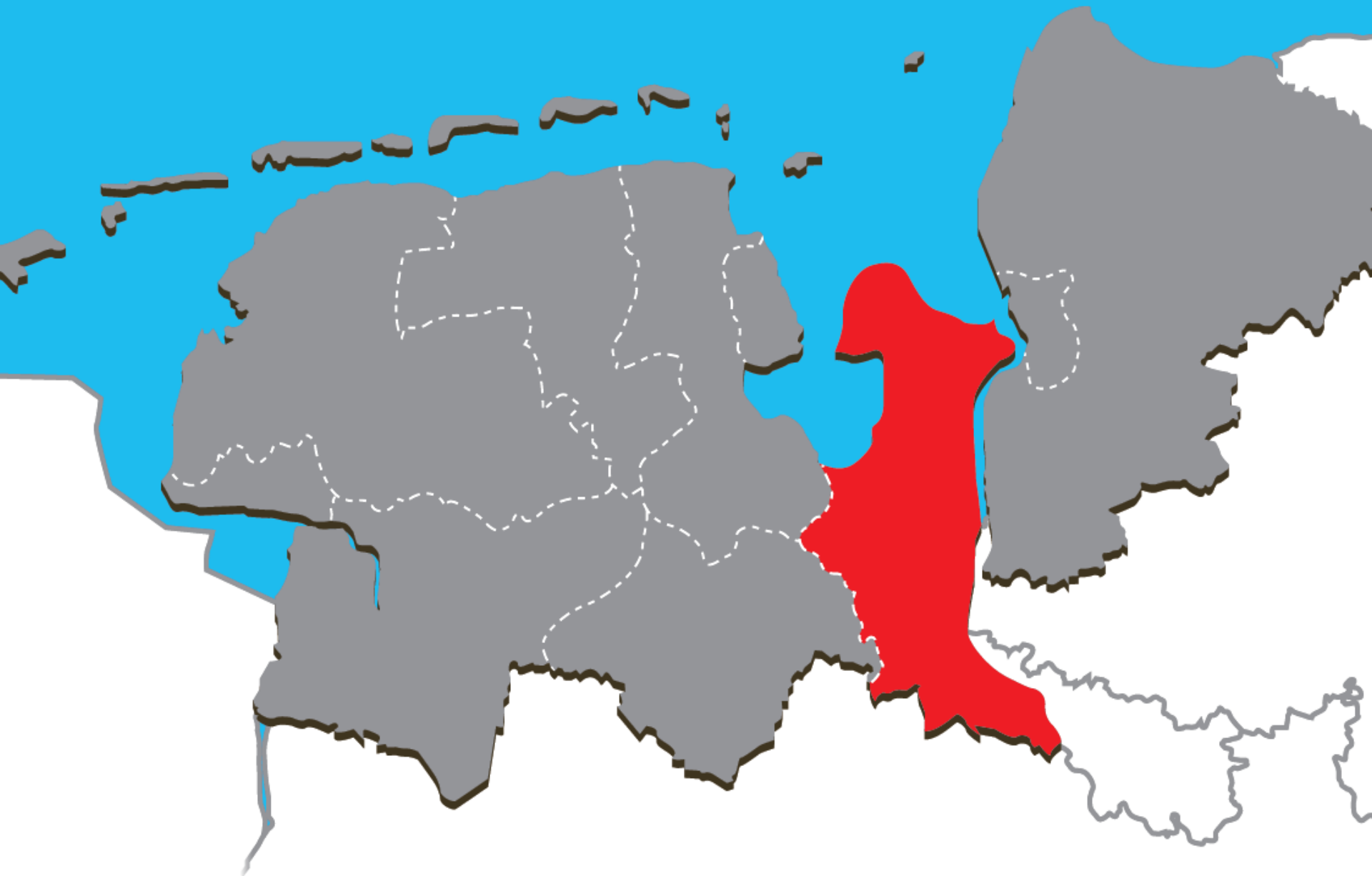
- Beispielhafte Aufgaben:
  - Gästeservice
  - Veranstaltungsorganisation

Regionalbüro

Beispielhafte Aufgaben:

- Wissensvermittlung zwischen DMO und Ort
- Durchführung landkreisweiter Projekte
- Vertreter der Marke Wesermarsch

Die Wesermarsch im Verbandsgebiet



Wie holen wir **das Beste für die Wesermarsch** raus?

Nordsee, Jade, Weser
URLAUBSLAND WESERMARSCH

Mögliche Varianten Struktur:

Reinstruktur	Parallelstruktur	Regionalbüro
• Auflösung der TGW • Wissensvermittlung zwischen DMO und Ort durch externen Regionalmanager	• Erhalt TGW mit eigenen Projekten • Wissensvermittlung zwischen DMO und Ort durch externen Regionalmanager	• Regionalbüro im Namen der DMO, aber in der Wesermarsch angesiedelt • interner Mittler zwischen DMO und Ort • eigene Projekte möglich
+ geringe Kosten + schlanke Hierarchien - keine Marke Wesermarsch - Durchführung landkreisweiter Projekte schwierig, da kein Ansprechpartner - Orte müssen viel Energie aufbringen um sich durchzusetzen	+ Marke Wesermarsch vertreten + normale Durchführung landkreisweiter Projekte - doppelte Kosten - Aufbau Doppelstruktur - Abstimmungsprobleme durch parallele Strukturen	+ Marke Wesermarsch vertreten + Durchführung landkreisweiter Projekte + Höhere Qualität + Keine Doppelstruktur +/- Geringere Kosten als bei der Parallelstruktur, aber höher als bei der Reinstruktur

Unsere Empfehlung:

- Variante 3 mit einem starken Regionalbüro unter dem Dach der neuen Gesellschaft:
  - Wesermarsch als Marke wird weiterhin vertreten
  - Durchführung von eigenen, landkreisweiten Projekten
  - Alle Kommunen werden mitgenommen
  - keine uneffektiven Doppelstrukturen / Aktivitäten
  - einheitliche Qualität

Nächste Schritte:

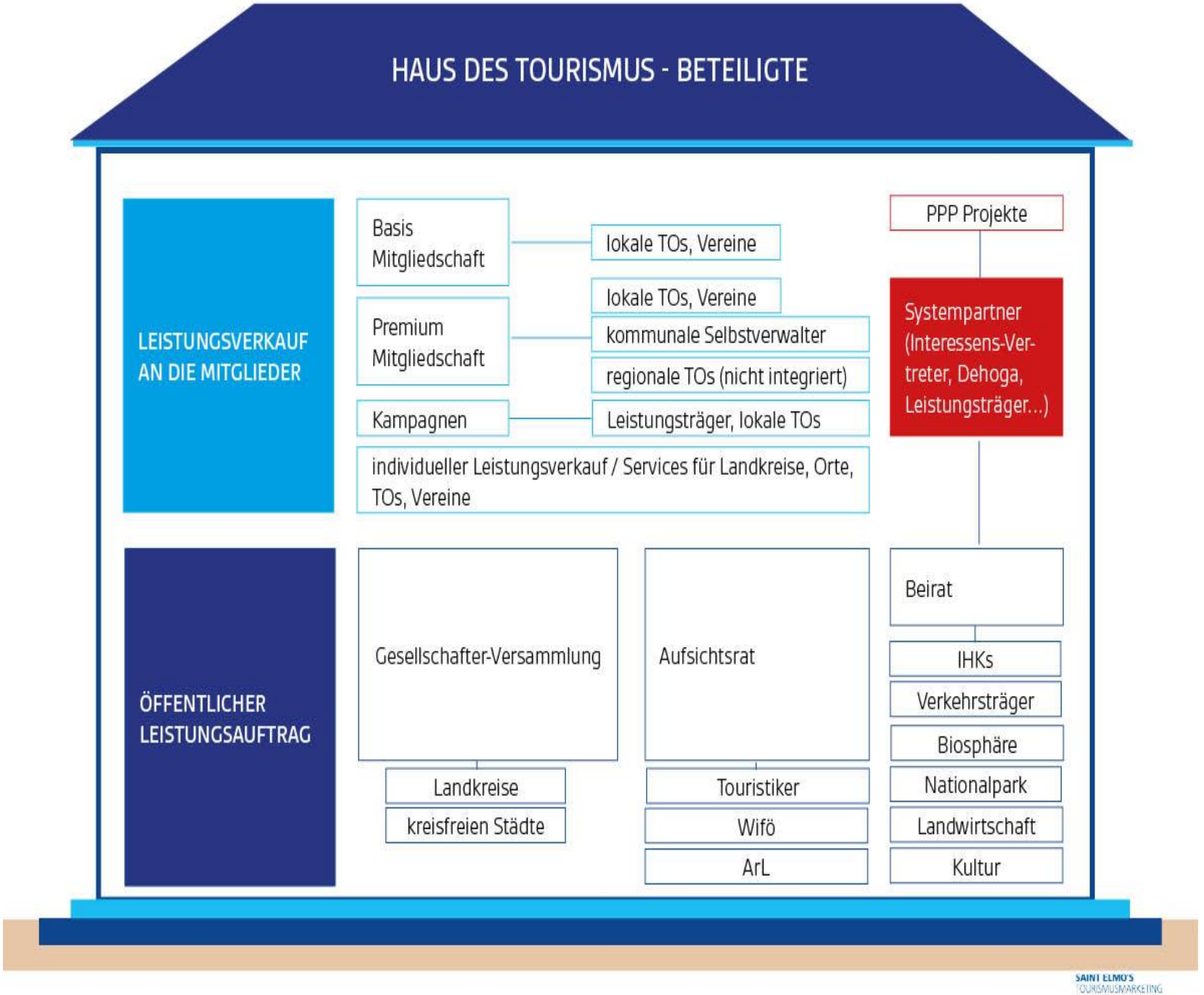
- Auf Verbandsebene:
  - Prüfung und ggf. Umwandlung der OTG in eine neue DMO„Nordsee Niedersachsen“ am 02.03.19, danach zeitnahes Gespräch mit den Vertretern vom LK Cux, LK Wsm und Stadt Bremerhaven
  - Finanzierungsschlüssel definieren
  - Entwicklung eines Zeit- und Maßnahmenplans zur Umsetzung der Ergebnisse
- Auf Wesermarsch-Ebene:
  - Abstimmung in den politischen Gremien des Landkreises und der Gemeinden
  - Finanzierung sicherstellen ab 2020
  - Überführung der TGW in die neue DMO-Struktur

→ Start der neuen Gesellschaft: voraussichtlich 01.04.2020

VIELEN DANK FÜR IHRE AUFMERKSAMKEIT

Touristikgemeinschaft Wesermarsch
Tina Tönjes
Max-Planck-Straße 4 I 26919 Brake
Tel. 04401 856110 I toenjes@wesermarsch.de
www.nordseejadeweser.de

Nordsee, Jade, Weser
URLAUBSLAND WESERMARSCH


HAUS DES TOURISMUS - BETEILIGTE
LEISTUNGSVERKAUF AN DIE MITGLIEDER
Basis Mitgliedschaft
lokale TOs, Vereine
Premium Mitgliedschaft
lokale TOs, Vereine
kommunale Selbstverwalter
regionale TOs (nicht integriert)
Kampagnen
Leistungsträger, lokale TOs
individueller Leistungsverkauf / Services für Landkreise, Orte, TOs, Vereine
PPP Projekte
Systempartner (Interessens-Vertreter, Dehoga, Leistungsträger...)
ÖFFENTLICHER LEISTUNGSAUFTRAG
Gesellschafter-Versammlung
Landkreise
kreisfreien Städte
Aufsichtsrat
Touristiker
Wifö
ArL
Beirat
IHKs
Verkehrsträger
Biosphäre
Nationalpark
Landwirtschaft
Kultur

HAUS DES TOURISMUS - FINANZIERUNG
LEISTUNGSVERKAUF AN DIE MITGLIEDER
Basis Mitgliedschaft
MAFO
Premium Mitgliedschaft
Marketingpaket
Teilnahme am Marketingbeirat
Vergünstigung bei Kampagnen
Kampagnen
Kooperations-Kampagnen
Ausgelagertes Marketing, Services Projekte für Landkreise (Projekte OTG, Cuxland, Wesermarsch, Nordsee) / Orte / TOs
PPP Projekte
Systempartner (Interessens-Vertreter, Dehoga ...) Leistungsträger
Sponsoring
ÖFFENTLICHER LEISTUNGSAUFTRAG
Basisfinanzierung
Sockelbeitrag
variabler Beitrag
Projektförderungen
Wirtschaftsförderungen
Sonderfinanzierungen
Landesförderungen
EU-Förderungen
Crowdinvest
Gästebeitrag

VARIANTE 3 A: HAUS DES TOURISMUS (GMBH NEU AUS UMGRÜNDUNG DER OTG)

Umfirmierung OTG zu neuer DMO mit neuen Gesellschaftern, Start mit neuen Aufgaben, Übernahme Aufgaben TO der LKs

INTEGRIEREN	GESELLSCHAFTER	ERWEITERUNG	SYSTEMPARTNER	WIRTSCHAFTS-PARTNER
TV Nordsee Niedersachsen Ostfriesland Touristik Ostfriesland Tourismus Cuxland Tourismus Nordsee Gmbh TG Wesermarsch Grünes Ostfriesland Friesland Touristik Nordseeküste Südliches Ostfriesland Ammerland Touristik Ostfriesische Inseln GmbH	Aurich Wittmund Leer Ammerland Friesland Wesermarsch Cuxhaven Emden Bremerhaven Wilhelmshaven	mögliche Gesellschafter: Oldenburg Bremen Stade Rotenburg Osterholz ...	IHKs, lokale Tourismusorganisationen, kommunale Selbstverwalter, Verkehrsträger (Fähren, DB Regio, Airlines, Fernbus, Mietwagen, Carsharing, eMobility-Anbieter, Radverleiher, Taxi-Unternehmen, ÖPNV), Nationalpark-, Biosphären-Verwaltung, Dehoga, Landfrauen, Kulturnetzwerke, TMN, DTV, DZT	touristische Leistungsträger-tourismusaffine Unternehmen (Handel, Handwerk, Kultur, Bäder, Verkehrsträger, ...)

PRO

- Neustart ohne Vorbehalte mit Transparenz und Kompetenz = VERTRAUEN!!!
- Neue Anteile = Verpflichtungen und Commitment – starker Moment
- TVN, andere Organisationen mit unterschiedlichen Geschwindigkeiten integrieren
- 3-Ebenen Modell: effektives Handeln, effizienter Mitteleinsatz, Kompetenzbündelung
- Konzentration von Marktmacht, ein Ansprechpartner, Bestehendes/Erfolgreiches wird fortgeführt
- hohe Regionalkompetenz durch Regionalbetreuungs-/regionaler Marketingkoordinations-System

KRITISCHE PUNKTE

- Prozessverzögerung / -gefährdung durch Integrations-Verweigerer im Tourismussystem
- Private Leistungsträger nur über bis zu 20% Anteil möglich
- LOIs nötig, "frische" Budgetmittel zur Finanzierung der neuen Aufgaben durch Gesellschafter erforderlich

Haus des Tourismus

Handlungsfelder

1. Produkt und Angebotsentwicklung
2. Erreichbarkeit und Mobilität vor Ort
3. Finanzierung & Daseinsvorsorge
4. Erlebnis-Gestaltung und Erlebnis-Qualität
5. Alleinstellungsmerkmale & Markenführung
6. Kommunikation, Vertrieb & Marketing
7. Lebensraum- und Wissens-Management

LEISTUNGSVERKAUF AN DIE MITGLIEDER

ÖFFENTLICHER LEISTUNGSAUFTRAG

SAINT ELMO'S TOURISMUSMARKETING

Organisationsfunktionen

Organisation	Strategie	Content / Daten	Finanzierung	Personal	Prozess / Change

Öffentlicher Auftrag: Lebensraummanagement & Tourismusentwicklung

Qualität: Die DMO als Qualitäts- und Wissensmanager	Regionale Interessens-vertretung: Die DMO als Netzwerker und Interessensvertreter	Kommunikation: Die DMO als Inspirator in der Kommunikation	Vertrieb: Die DMO als Unterstützer und Partner im Vertrieb	Infrastruktur: Die DMO als Impulsgeber für Infrastrukturprojekte	Produkt: Die DMO als Produkt und Innovationsmanager	Marke: Die DMO als Botschafter der Marke

Leistungsverkauf an Mitglieder:

Marktforschung (Studien & Auswertungen)	Kampagnen-Beteiligungen (Basic & Premium)	Vertrieb und Marketing (ausgelagert an die DMO)	taktische Beratungen (Tourismusmanagement)

Aufgabenschwerpunkte und Aufbauorganisation