

Tourismusentwicklungskonzept

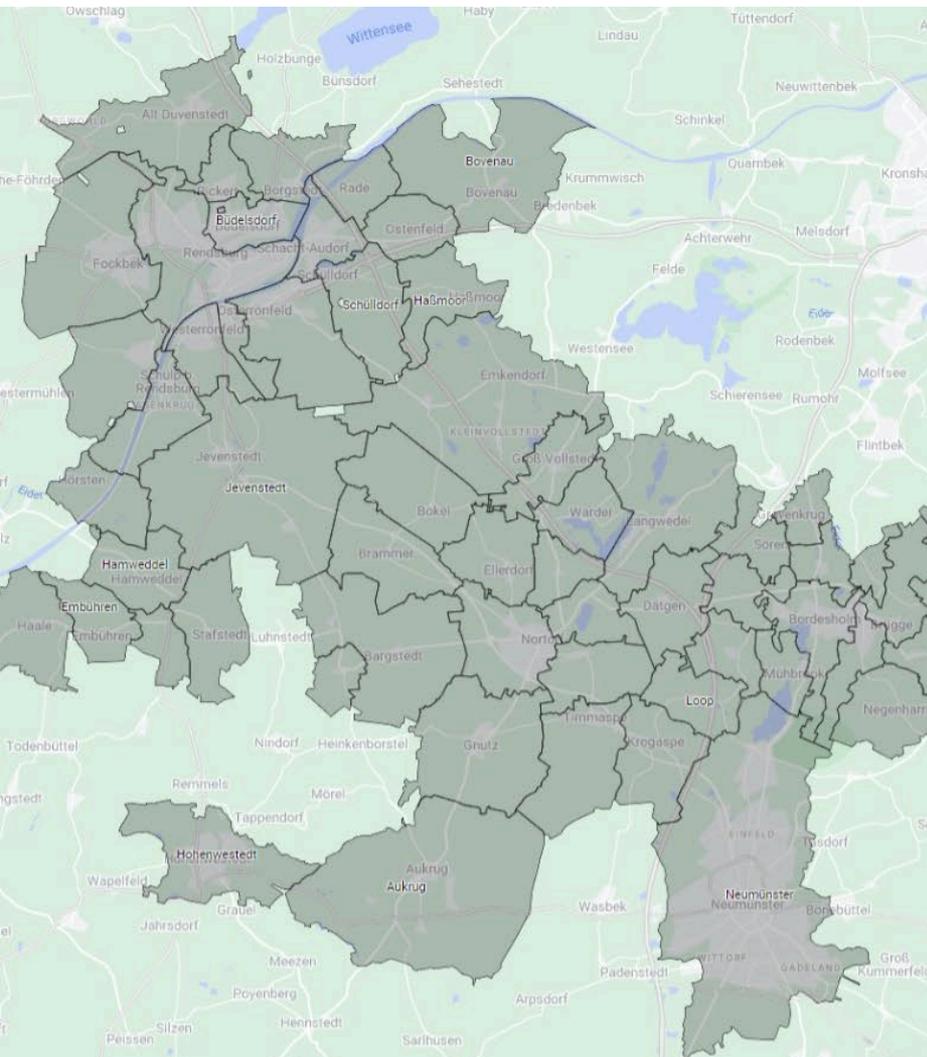
Mittelholstein

Westerröfeld, 15. Mai 2024
Heiko Müller | Mittelholstein Tourismus e. V.



Vorstellung der LTO Mittelholstein

Verein und Gebietskulisse



4 Städte und 57 Gemeinden

- Entwicklungsagentur für den Lebens- und Wirtschaftsraum Rendsburg AÖR
- Amt Nortorfer Land
- Amt Bordesholm
- Stadt Neumünster
- Gemeinden: Aukrug, Beldorf, Bornholt, Bovenau, Brinjahe, Embühren, Haale, Hamweddel, Hanerau-Hademarschen, Haßmoor, Hohenwestedt, Hörsten, Osterfeld, Rade b. Rendsburg, Stafstedt, Steinfeld
- 43 private & institutionelle Mitglieder

Nachhaltige Vermarktung des Tourismus in der Region

- Entwicklung touristischer Angebote
- Förderung der Tourismusedwicklung
- Marketingaktivitäten
- Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
- Interessenvertretung u.a. gegenüber Land und Regionalverband
- Koordination der touristischen Belange
- Fördermittelmanagement und -aquire
- Fortschreibung eines Tourismuskonzeptes

Hauptamtliche Geschäftsstelle in Rendsburg

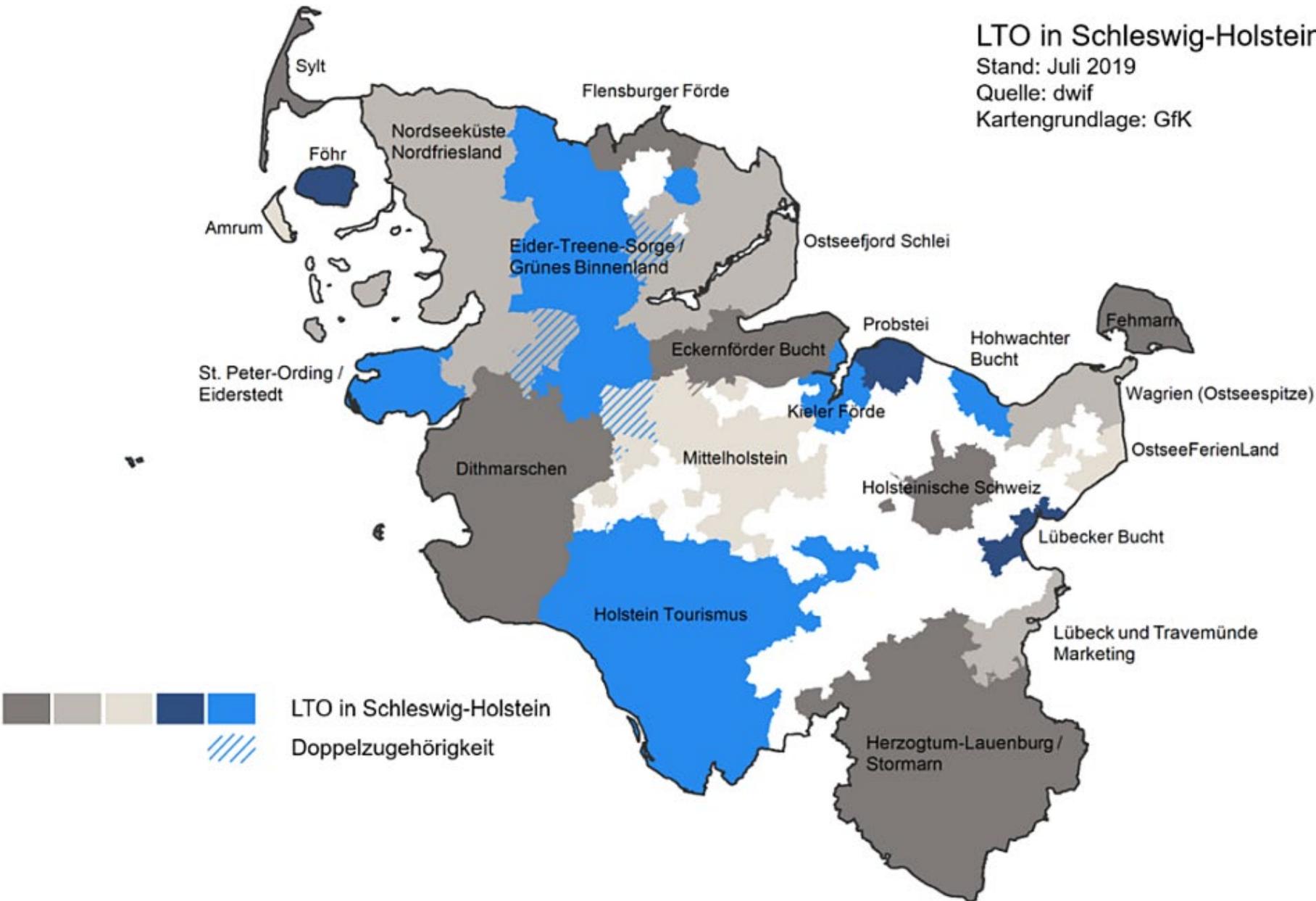
- 5 Mitarbeiter*innen
- Gesamthaushalt rund 600.000 €
- Davon ca. 320.000 € kommunale Mitgliedsbeiträge
- zusätzlich ca. 460.000 € jährlich vermittelter Buchungsumsatz
- Mitglied im Binnenlandverband (SHBT)
- Geschäftsstelle der Touristischen Arbeitsgemeinschaft Nord-Ostsee-Kanal e. V. (TAG NOK)

LTO in Schleswig-Holstein

Stand: Juli 2019

Quelle: dwif

Kartengrundlage: GfK



Legend:
LTO in Schleswig-Holstein
Doppelzugehörigkeit

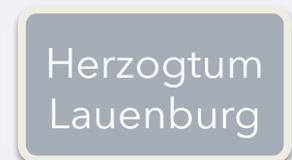
Vorstellung der LTO Mittelholstein

Struktur im Schleswig-Holstein Tourismus

Landesebene



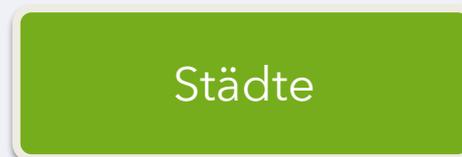
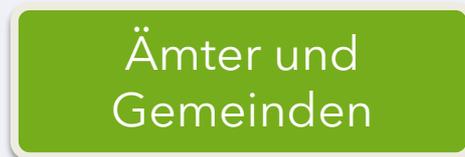
Regionalebene



Lokalebene



Ortsebene



Pflicht-Förderkriterien für touristische Fördermittel

- **Einbettung in die Struktur:**
Einbindung in das touristische System
- **Strategien:**
Lokale Strategien müssen auf
- übergeordnete Strategien und Ziele einzahlen

Vorstellung der LTO Mittelholstein

Strategien für den Tourismus in Schleswig-Holstein



Tourismus-
Entwicklungs-
Konzept

Mittelholstein

Ergebnispräsentation

PROJECT

PROJECT M GmbH
Steinhöft 9
20459 Hamburg



Peter C. Kowalsky
Senior Consultant
Tel. 040.419 23 96 16
peter.kowalsky@
projectm.de



Jenny Meyer
Junior Consultant
Tel. 040 2022 8888 17
jenny.meyer@
projectm.de



Kreis
Rendsburg-Eckernförde

Gefördert durch:



Bundesministerium
für Wirtschaft
und Klimaschutz

aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages



Schleswig-Holstein
Ministerium für Wirtschaft,
Verkehr, Arbeit, Technologie
und Tourismus

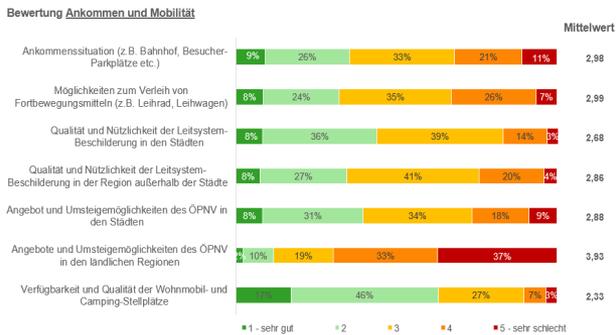
Umfassendes Beteiligungsverfahren



4x Lenkungsgruppe + 3x Expert:innen-Gespräche

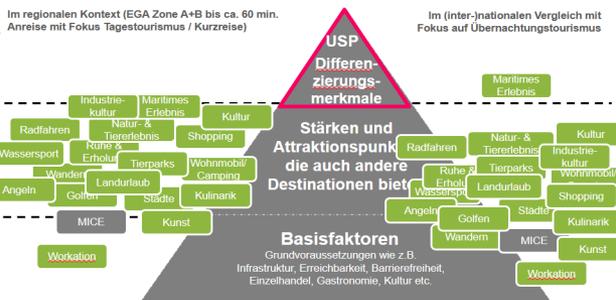


Nutzer:innen-Befragung + Leistungsträgerbefragung



Benchmark & Analyse

Einordnung der Erlebnisangebote von Mittelholstein (Ist-Situation).



Bestandsaufnahme vor Ort



Weitere Vermittlung



In drei Phasen zum Tourismusedwicklungskonzept

Februar bis September 2023



Analyse

Ausgangssituation in
Relation zum Wettbewerb



Konzeption

Ausarbeitung der
Positionierungsstrategie



Umsetzungsplan

Handlungsfelder
Maßnahmen
Umsetzungsstrategie

- ✓ **Kick-Off**
- ✓ Nachfrage- / Markt- und Trendanalyse
- ✓ Analyse & Bewertung der tour. Angebote, des tour. Beherbergungsangebots und -qualität
- ✓ Analyse & Bewertung der Marktbearbeitung
- ✓ **Leistungsträger-Befragung**
- ✓ Vertiefung Bewertung Organisations- und Kooperationsstrukturen
- ✓ **Lenkungsgruppe #1**
- ✓ SWOT-Analyse
- ✓ **Fachgespräche mit Expert:innen**

- ✓ **Mitgliedereinbindung #1**
- ✓ Vision und Mission-Statement
- ✓ Leitlinien und Leitziele
- ✓ Ausarbeitung Erlebnisversprechen
- ✓ **Lenkungsgruppe #2**
- ✓ **Nutzer:innen-Online-Befragung (Bevölkerung & Gäste)**
- ✓ Marken- und Positionierungsstrategie
- ✓ Ausarbeitung von strategischen Handlungsfeldern
- ✓ **Lenkungsgruppe #3**
- ✓ **Digitale Vermittlung an kommunale Vertreter:innen**

- ✓ Clusterung und Konkretisierung von Kernaufgaben / Maßnahmen
- ✓ Herausarbeitung von Schlüsselmaßnahmen
- ✓ Umsetzungsplanung und Monitoringkonzept
- ✓ Wirtschaftsfaktor Tourismus
- ✓ **Lenkungsgruppe #4**
- ✓ **Mitgliedereinbindung #2**
- ✓ Formulierung Ergebnisbericht
- ✓ **Politische Gremien**

DEHOGA RD-ECK

AktivRegion Rendsburg

Amt Nortorfer Land

AktivRegion Mittelholstein

Naturpark Westensee

IHK zu Kiel

WFG RD-ECK

DEHOGA Neumünster

Rendsburg
Tourismus + Marketing

Naturpark Aukrug

Entwicklungsagentur für den Lebens-
und Wirtschaftsraum Rendsburg

Amt Jevenstedt

Tourismusverein
Nortorfer Land

Amt Eiderkanal

Stadt Neumünster

Amt Bordesholm

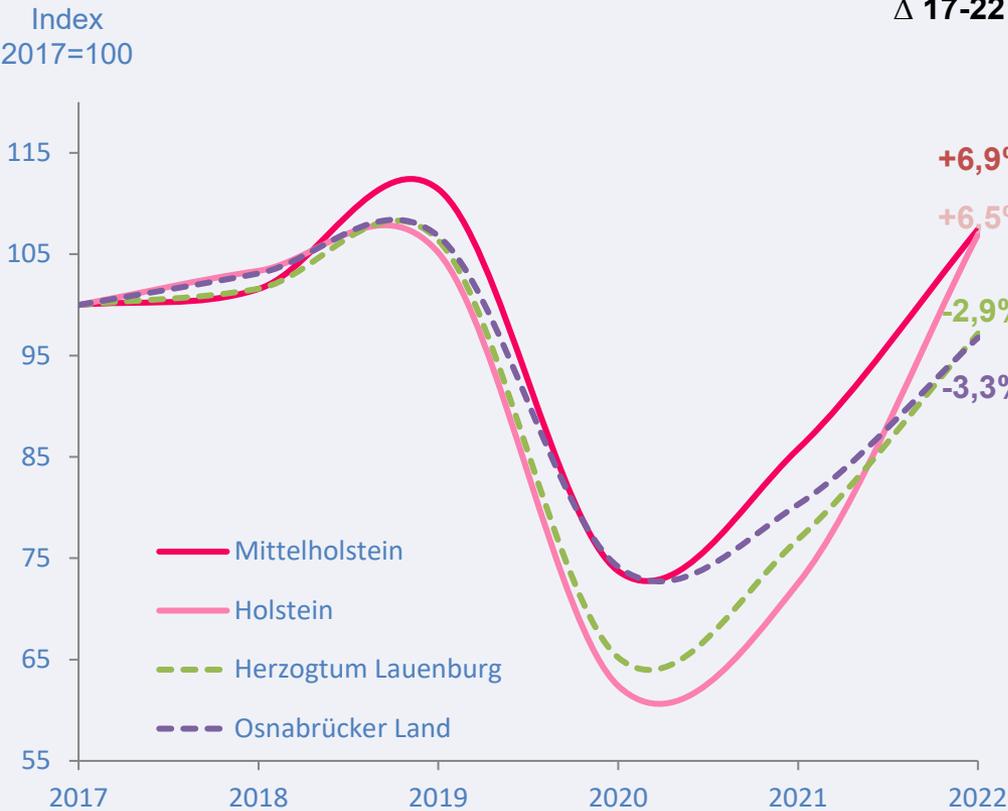
Tourismus
Hanerau-Hademarschen

Tourismusverein Bordesholmer Land

Gemeinde Steinfeld

Gemeinde Hohenwestedt

Gute Ausgangswerte



Übernachtungsentwicklung 2017-2022¹

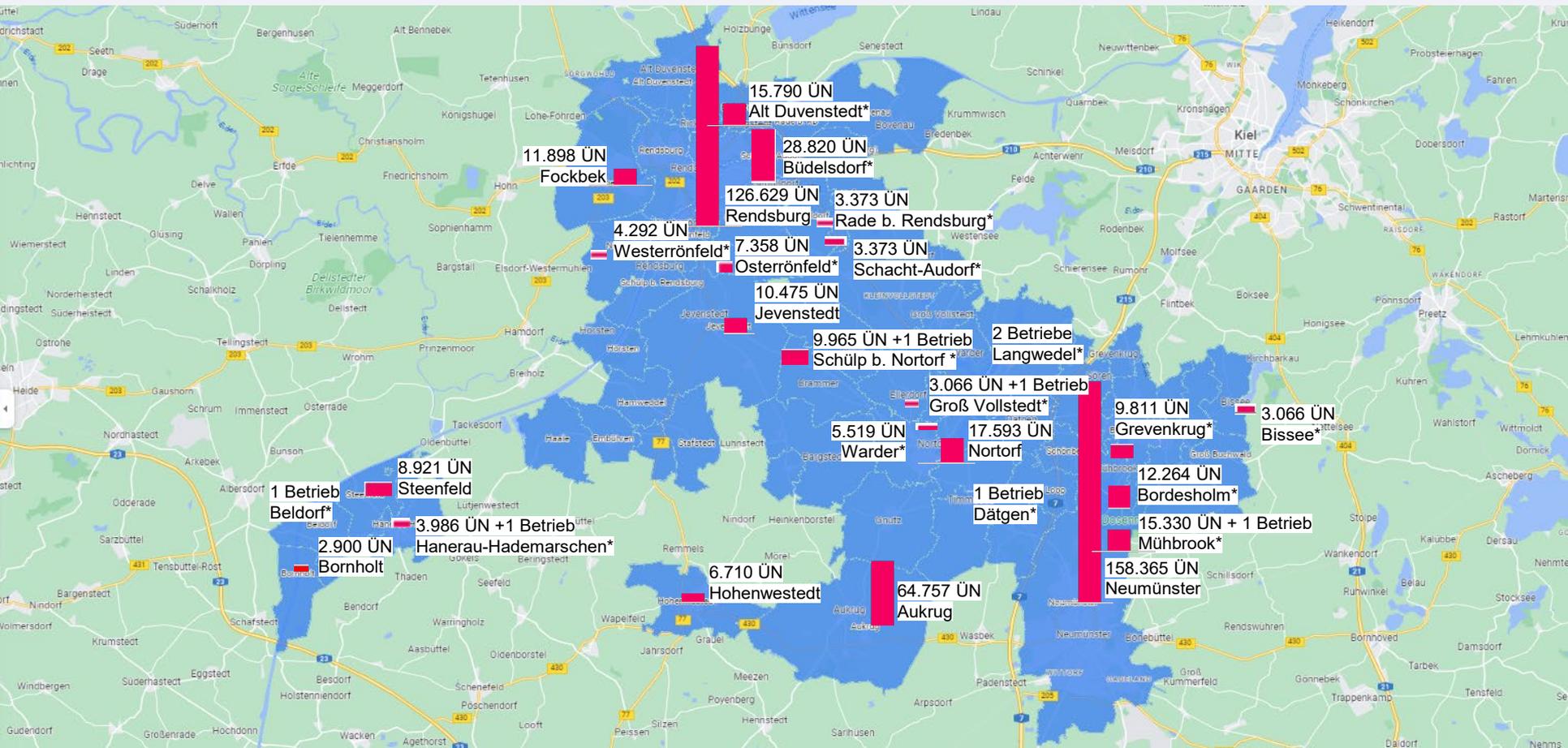
	2017	2018	2019	2021	2022	Δ absolut 2017- 2022	CAGR* 2017- 2022
Mittelholstein	552.648	561.325	615.725	474.136	593.897	+41.249	+1,2%
Holstein	512.176	529.426	538.521	371.595	547.849	+35.673	+1,1%
Herzogtum Lauenburg	664.373	674.982	706.549	510.737	645.634	-18.739	-0,5%
Osnabrücker Land	1.696.505	1.749.257	1.811.489	1.352.712	1.641.807	-129.386	-0,7%

Hinweis: ¹ Beherbergungsbetriebe mit mind. 10 Betten (ohne Camping)
*CAGR = durchschnittliche jährliche Wachstumsrate
Übernachtungen

Quelle: Landesamt für Statistik Niedersachsen (2017-2022)
Statistikamt Nord (2017-2022)

Das Wachstums- und Wertschöpfungspotenzial ist aber noch nicht gehoben!

über 1/4 der statistisch erfassten Übernachtungen in der Region Rendsburg





über
,07
Tagesgäste

593897
Übernachtungen

3897
Nachtungen

rund
239

Mio. €
Gesamtumsatz durch Tourismus

Echte Wertschöpfung in Mittelholstein

und
39
Mio. €
Umsatz durch Tourismus

davon rund
113
Mio. €
Umsatz im Tourismus

4
Ø Print

Echte Wertschöpfung
in Mittelholstein

n rund

13

io. €

ca.

4.056

Ø Primäreinkommen

4,5

Steuere

a
056
Einkommen



STÄRKEN

**gute Erreichbarkeit
(auch mit ÖPNV)**

**ländliches
Radwegenetz**

**Naturerlebnis mit hoher
Qualität und Natürlichkeit**

**landschaftliche
Vielfalt**

regionale Gastronomie

naturnahe Seen und Badestellen

Tiererlebnisse

Eiderkanal

Fern- und Themenradwege

Hofcafés mit

regionalen Produkten

**Museumsangebot
und Vielseitigkeit**

Nord-

Naturparke

**herausragende
Radprodukte**

**Ostsee-
Kanal**

**überregional bekannte
Kulturveranstaltungen &
-angebote**

**vorhandener (Frei-)Raum
für neue Entwicklungen**

Unterkünfte mit klarem Profil

**Planung neuer
Beherbergungsbetriebe**

**individuell geführte Betriebe
mit hoher Qualität**

**Kampagnen-
beteiligung bei
Partnern**

**Zusammenarbeit mit
Regionalentwicklung und
Wirtschaftsförderung**



SCHWÄCHEN



**Lücken & Qualität
Radwegenetz**

Wegweisung zu den
POIs (digital & analog)

**Unklares Profil
/kein Image**

Begleitinfrastruktur
Rad- und Wanderwege

wenig Zielgruppenfokus

fehlende Marken & -architektur

**Nutzungskonflikte
zwischen
Anspruchsgruppen**

Nachfolgeproblematik
in Betrieben

Sichtbarkeit
im SHBT

**Erlebnisinfrastruktur
Inszenierung der
Angebote**

verschiedene Tourismus-
organisationen im Vereinsgebiet

**Ressourcenknappheit &
Ressourceneffizienz
(Personal und Budget)**

fehlende gemeinsame
Identität der tour. Akteure

**Binnenmobilität /
Erreichbarkeit
POIs mit ÖPNV**

„Schilderdschungel“

Barrierefreiheit
veraltete

Beherbergungsangebote

geringe

**Beherbergungs-
kapazität**

fehlende Angebots-
verknüpfungen

**fehlende Online-
Buchbarkeit**

Angebot & Qualität
Gastronomie in der Fläche
Online-Sichtbarkeit der Angebote

Social Media Aktivitäten

**fehlende Identität mit der
Region (B2B Ebene)**

**Tourismus-
bewusstsein**



**natürlich
echt**

**regional
verankert**

**kulturell
verbindend**

Vision 2030

Profilierung der Marke und des „Erlebnis Mittelholstein“



**Mittelholstein bietet ganzjährig
interaktives Entdecken im Binnenland
und verbindet authentisches Genießen
von echt norddeutschen Landschafts-,
Kultur- und Stadterlebnissen
auf Top-Niveau.**

Mission-Statement

Gemeinsam für mehr Mehrwerte

**Wir machen Mittelholstein
zur Vorzeigeregion für
nachhaltigen Qualitätstourismus
im Binnenland des echten Nordens.**

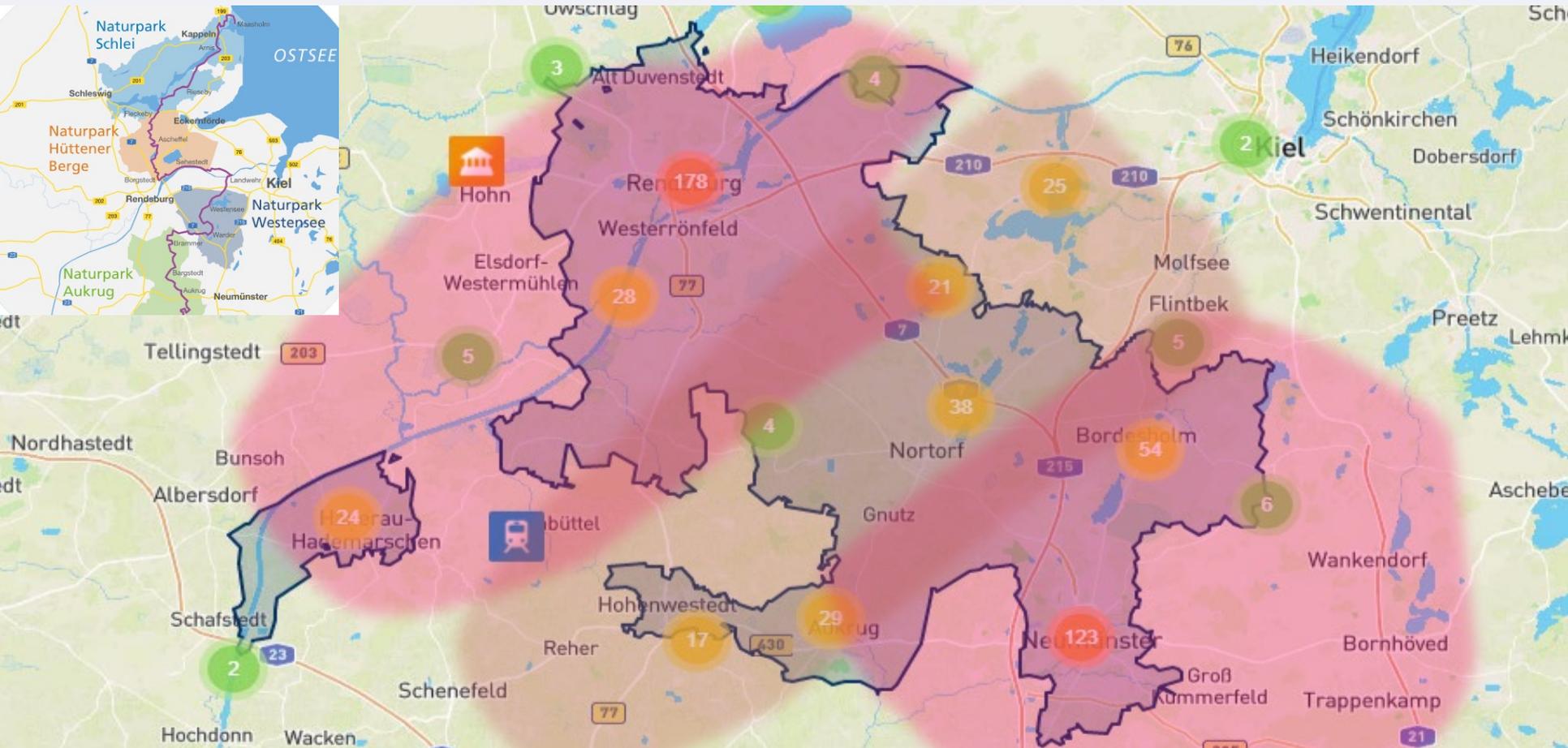


Mittelholstein



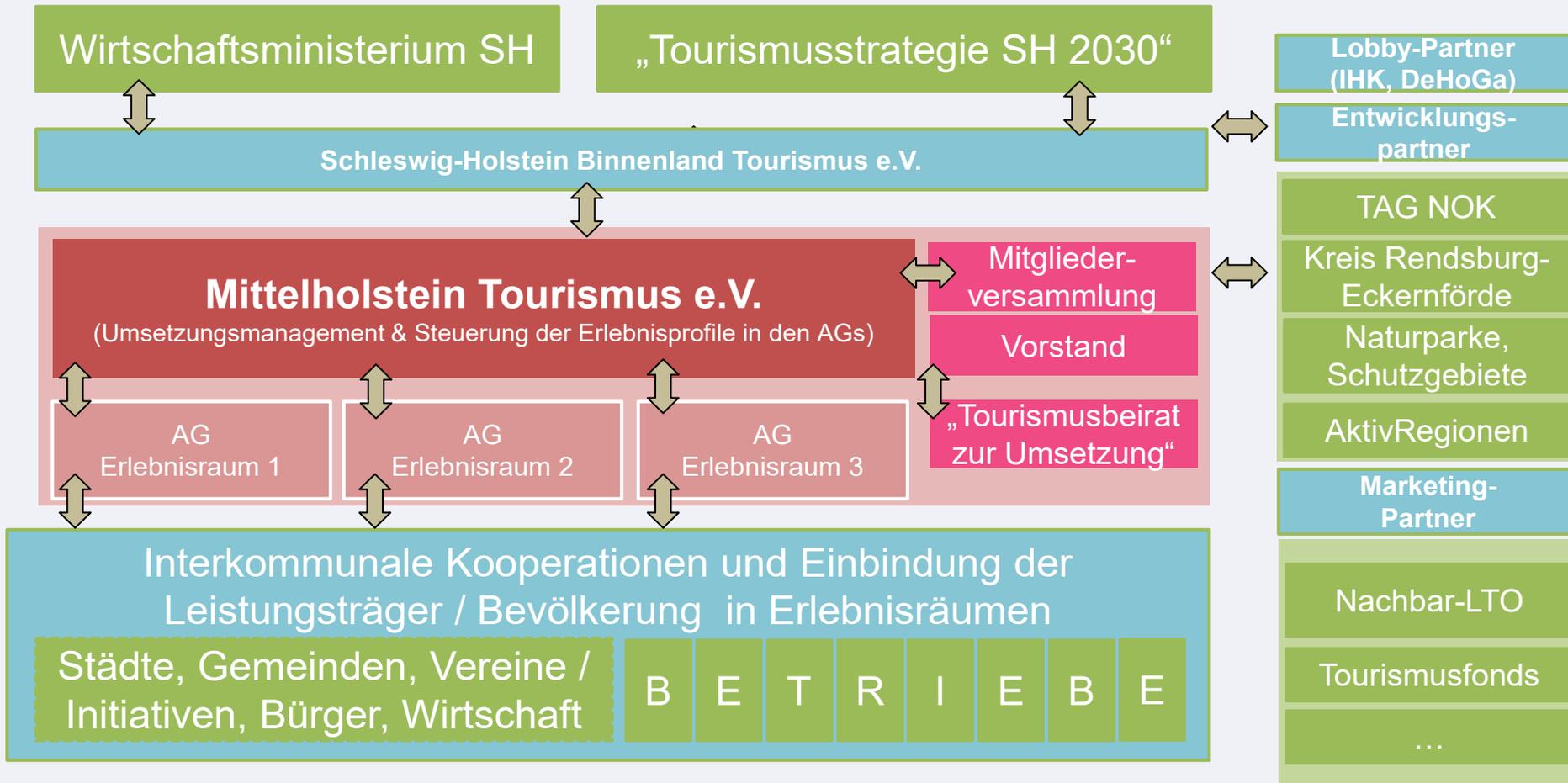
Arbeitsgemeinschaften in den Erlebnissräumen

Stärkung der regionalen Effizienzpotenziale



Quelle: www.mittelholstein.de

Planungen zur Zusammenarbeit und Organisation



Strategische Leitziele

für den Mittelholstein Tourismus bis 2030



Profil

Steigerung der Marken- und Themenkompetenz



Wertschöpfung

Steigerung der touristischen Wertschöpfung



Ökologie

Zertifizierungsprozesse und Zertifizierungen
Nachhaltiges Reiseziel Mittelholstein und nachhaltige Tourismusbetriebe



Qualität & Soziales

Steigerung von Qualität
(Gästezufriedenheit, Tourismusbewusstsein / -akzeptanz, Zertifizierungen)



Effektivität

Steigerung der Zufriedenheit zur
Zusammenarbeit im touristischen Netzwerk und der Effektivität

HF		14 Schlüsselprojekte für das TEK Mittelholstein	
Prozesse	1.1	Entwicklungsplan LTO Mittelholstein-Tourismus e.V. als LTO-Steuerungskompetenz – Synergien aus Führung & Mitwirkung der Mitglieder/Kooperationspartner (Ressourcenbündelung nach LTO-Prozess) inkl. LTO Struktur-/Gebietsoptimierung und Prozess zur wirkungsstarken LTO-Erweiterung	
	1.2	Einrichtung eines TEK-Umsetzungsmanagements bei MHT – inkl. Konstitution eines Begleitgremiums für das Monitoring der Tourismusentwicklung (z.B. Tourismusbeirat aus Vertreter:innen der Erlebnisprofile, Mischung aus Leistungsträgern / Kommunen)	
	1.3	Aufbau „Produktmanagement“ (inkl. Benennung Produktmanager:innen und Kompetenzteam) – pro Erlebnisprofil zur strategischen Entwicklung des jeweiligen Profils und Förderung von Angebotskompositionen um die Leitprodukte	
	1.4	Weiterentwicklung nachhaltiges Finanzierungskonzept inkl. Anpassung Finanzierungsschlüssel für den Mittelholstein Tourismus – inkl. EU-beihilferechtlicher Begutachtung	
Mensch	2.3	Aktionen zur Steigerung von Tourismusakzeptanz und -bewusstsein – in den politischen Gremien durch regelmäßige Berichte seitens der LTO MHT in den politischen Ausschüssen	
	2.4	Stärkung der Synergien zwischen Tourismus und Stadt-/Regional- und (Kreis)entwicklung – Einbringung touristischer Belange über die LTO als Träger öffentlicher Belange in Kreis-/Kommunalentwicklung	
Wertigkeit	3.1	Ausarbeitung der Tourismusmarke Mittelholstein – inkl. Ausarbeitung der Werte und Eigenschaften der Tourismusmarke und Leitfaden für Leistungsanbieter zur Übersetzung ins Service- und Erlebnisdesign	
Ausstattung	4.1	Entwicklung Mittelholsteins zur Radregion (Pilot SH nach RAD.SH) – Qualitativer Ausbau von prägenden Themenwegen der Erlebnisprofile, infrastrukturelle Aufwertung, Lückenschließung touristischer Radrouten	
	4.6	Entwicklungskonzept Freizeit- und Erlebnisinfrastruktur – zur strategischen (Weiter-)Entwicklung von Freizeit- und Erlebnisangeboten (insb. Bestandsentwicklung und Qualifizierung neuer Angebote)	
Produkt	5.1	Qualifizierung NOK-Route – Optimierung der baulichen Route(-nführung) nach Befahrungsbericht (u.a. Verkürzung bzw. Einführung von Schleifen in Orte, Verbesserung der Qualität (v.a. Infrastruktur, Wegebeschaffenheit)) und der Erlebnisinszenierung entlang der Strecke inkl. digitalem Ausbau und Inszenierung mittels Augmented Reality, Infostelen, QR-Codes etc. entlang des Weges	
	5.14	Natur-Entdeckertouren und Inwertsetzung / Weiterentwicklung des Naturpark(wander)wegs als verbindender Naturerlebnisweg drei zwischen den Naturparks – Entwicklung Entdeckeretappen, Qualifizierung Erlebnisstationen und Etablierung nach Naturparke ³	
Vermarktung	6.1	Ausarbeitung Tourismusmarke Mittelholstein als Markenleitbild – Markenbotschaften, Kernwerte im Service- und Erlebnisdesign, neue Wort-Bild-Marke, Nutzungsleitlinien inkl. Leitfaden für Leistungsanbieter	
	6.2	Update/Ausarbeitung einer Contentstrategie als roter Faden der Markenkommunikation – Erarbeitung von Kampagnennarrativen, Identifikation relevanter Kommunikationskanäle und Erstellung geeigneten Contents für die Zielgruppen	
Vertrieb	7.3	Aufbau eines Erlebnisshops mit Online-Reservierungssystem – inkl. Verfügbarkeitsübersicht, Filtermöglichkeit, Bewertungen und Preisangaben (Bsp. Bookingkit, Regiondo etc.)	

Die Umsetzung hat bereits begonnen.

Klare Positionierung für die Marke der Destination Mittelholstein

→ schafft einen gemeinsamen Fokus, gibt Orientierung für den Gast, Investitionssicherheit für die Betriebe und führt zu mehr Effektivität

7 konkrete Handlungsfelder

→ machen die Positionierungs- & Entwicklungsziele systematisch umsetzbar

14 konkrete Schlüsselprojekte

→ definieren Zuständigkeiten und strukturieren den Umsetzungsstart

„räumliche Arbeitskreise & gemeinsames Umsetzungsmanagement“

→ als Grundsatz für den gemeinsamen Erfolg

→ und die Einbindung der Leistungsträger in die strategische Produktentwicklung sowie eine strategische, beteiligungsfähige Marketingplanung

Weiterentwicklung der Organisation & Tourismusfinanzierung

→ schafft mehr Kompetenz beim Mittelholstein Tourismus e.V. und damit mehr Wirkung und mehr Effizienz für alle Partner:innen



Die Umsetzung
hat begonnen.

mittelholstein.de/partner

Save the date

Einladung zum

Tourismus-Netzwerktreffen

Mittwoch, 25. September 2024



mittelholstein.de



mht.sh/partner



mht.sh/linkedin



mht.sh/facebook



mht.sh/instagram



Heiko Müller
Geschäftsführer

Tel. 04331/ 6 96 38 46

mueller@mittelholstein.de

Mittelholstein Tourismus e. V.
Jungfernstieg 2, 24768 Rendsburg

**mittel
holstein** 
Mitten im echten Norden