

nordsee

Masterplan 2024–2030

**Kompakt auf
einen Blick.**

Schleswig-Holstein. Der echte Norden.

Wichtige Kennzahlen auf einen Blick

Angebots- und Nachfragevolumen Reisegebiet Nordsee Schleswig-Holstein

- Angebotsvolumen: 1.396 gewerbliche Beherbergungsbetriebe mit 89.448 Betten (ca. 50 % der Gesamtkapazität im Tourismus unter Berücksichtigung weiterer Beherbergungsangebote), 47 Campingplätze mit 4.689 Touristik-Stellplätzen (ohne Dauercamping-Stellplätze)
- Nachfragevolumen: 13 Mio. Übernachtungen jährlich laut amtlicher Statistik in sog. gewerblichen Betrieben, wobei das Gesamtvolumen inklusive des sog. grauen Beherbergungsmarktes, der Zweitwohnsitze und der Verwandten-/Bekanntebesuche etc. das 1,4-fache des amtlichen Wertes ausmacht sowie
- Jährlich 13 Mio. Tagesreisen (Wohnortausflüge)

Der Tourismus ist einer der regionalwirtschaftlich bedeutsamsten ökonomischen Sektoren im Reisegebiet Nordsee Schleswig-Holstein. Er ist von entscheidender beschäftigungspolitischer Bedeutung.

- Jährlicher Bruttoumsatz: 1,7 Mrd. €
- Anteil Übernachtungstourismus am Umsatz: 79 %
- Anteil Tagestourismus am Umsatz: 21 %
- Von 1,7 Mrd. € Umsatz bleiben 830 Mio. € für Löhne, Gehälter und Gewinne
- Anteil am Volkseinkommen: 35 % (Durchschnitt Schleswig-Holstein: 6 %)
- Beschäftigungsäquivalenz (Vollzeit): Lebensunterhalt für 35.800 Personen
- Regional gebundene Arbeitsplätze: nicht in Niedriglohn-Gebiete verlegbar

Sozioökonomische Bedeutung des Tourismus im Reisegebiet Nordsee Schleswig-Holstein: Der Tourismus und die Gäste prägen die Westküste Schleswig-Holsteins auch gesellschaftlich.

- Tourismusintensität (sog. gewerbliche Übernachtungen je Einwohner): Dithmarschen 15, Nordfriesland 65, Schleswig-Holstein: 13
- 40 % der Einwohnerschaft hat einen wirtschaftlichen Bezug zum Tourismus.
- Tourismus steigert die Lebensqualität.
- Freizeitwert für die Einwohnerinnen und Einwohner steigt durch Freizeiteinrichtungen, Events, Restaurants/Cafés.
- Tourismus ist für die Aufrechterhaltung vieler Einrichtungen der Daseinsvorsorge unverzichtbar.
- 58 % der Einwohnerinnen und Einwohner im Reisegebiet Nordsee Schleswig-Holstein sehen überwiegend positive oder eher positive Auswirkung des Tourismus auf den eigenen Wohnort im Reisegebiet.

nordsee Masterplan 2024–2030 **Navigation in unruhigen Gewässern |** **Kurskorrekturen wagen**

Der Tourismus ist nach wie vor einer der wichtigsten Wirtschaftsfaktoren für die Westküste Schleswig-Holsteins. Das Interesse der Deutschen an Küstenreisezielen ist stabil und der Deutschlandtourismus ist nach Aussage wichtiger Trendanalysen auch zukünftig eine beständige Größe.

Zudem ist die Destination *nordsee Schleswig-Holstein* reich an hoch engagierten Akteurinnen und Akteuren auf der Ebene der Unternehmen, der Kommunen, der Kommunalpolitik und der örtlichen und überörtlichen Tourismusorganisationen, die unermüdlich an der Entwicklung des touristischen Produkts „Nordseetourismus“ arbeiten. Dies ist auch nötig. Denn: Der Erfolg des Tourismus und die mehrheitliche Offenheit für diesen Wirtschaftssektor an der Westküste Schleswig-Holsteins sind keine Selbstverständlichkeit. Sie müssen immer wieder neu erarbeitet werden.

Den Rahmen dafür schafft der *nordsee* Masterplan 2024–2030.

- ✓ Er ist nicht nur eine Beschreibung und Bewertung der Ausgangslage des Tourismus an der Nordsee Schleswig-Holstein.
- ✓ Er stellt den Handlungsrahmen bis 2030 sowohl der Tourismuswirtschaft der Destination insgesamt als auch der Nordsee-Tourismus-Service GmbH, kurz: NTS, als zentraler Marketingorganisation der Destination dar.
- ✓ Er beinhaltet daraus abgeleitet die Markenstrategie der NTS für die Destination, benennt nötige Entwicklungsrichtungen und umfasst das Aufgaben- und Maßnahmenraster der NTS.
- ✓ Zusätzlich benennt er zentrale, sich allein zwar der Handhabe einer Marketingorganisation entziehende, aber gemeinschaftlich mit allen Akteurinnen und Akteuren im Tourismus zu bearbeitende Maßnahmenbedarfe und Kurskorrekturen.
- ✓ Wir, die Nordsee-Tourismus-Service GmbH, stellen uns im Rahmen unserer Möglichkeiten als aktive Partnerin für diese gesamtgesellschaftlichen Herausforderungen an der Nordsee Schleswig-Holstein als destinationsweite Stimme des Tourismus zur Verfügung.



Frank Ketter,
Geschäftsführer der NTS

Hinweis:

Diese Übersicht ist ein Auszug aus dem aktuellen Masterplan 2024–2030. Sie finden die umfassende Ausgabe unter www.nordseetourismus.de/masterplan zum Download.

Legende



**Zahlen, Daten und
Fakten**



**Angestrebte Richtungen
und Rollenverteilung**



**Instrumente und
Maßnahmen**

2. Ausgangslage

Destinationsmarke *nordsee Schleswig-Holstein* | Hoher und stabiler Markenwert

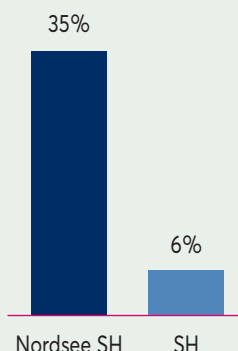
Die *nordsee Schleswig-Holstein* ist neben der Ostsee im Wettbewerb der Destinationsmarken die treibende Kraft für den Schleswig-Holstein-Tourismus. Der Bekanntheitsgrad der Destination insgesamt ist nicht steigerbar, wohl aber die Attraktivität für jüngere Gäste unter 30 Jahren. Eine „Bank“ sind Gäste im Alter 50+.



Die *nordsee Schleswig-Holstein*: eine erfolgreiche Destination mit landesweiter Bedeutung für den echten Norden



Anteil des Tourismus am Volkseinkommen



Leitökonomie Tourismus in der Destination *nordsee Schleswig-Holstein* | Existenzieller Einkommensanteil

Der Tourismus in der Destination *nordsee Schleswig-Holstein* ist aus regionalwirtschaftlicher Sicht eine unverzichtbare Leitökonomie an der Westküste des Landes. Befragungen ergaben, dass fernab des Einkommensanteils 40 % der Einwohnerinnen und Einwohner einen wirtschaftlichen Bezug zum Tourismus haben.

Entwicklung der Beherbergungsbetriebe mit zehn Betten und mehr an der Nordsee Schleswig-Holstein

Im sogenannten gewerblichen Unterkunfts Bereich hat sich das Reisegebiet enorm entwickelt. Die Kapazität wuchs deutlich (2022: ca. 89.500 Betten), die Nachfrage ebenso (2022: 11,5 Mio. Übernachtungen). Hinzu kommt neben dem Camping die statistisch nicht erfasste Zahl an privat vermieteten Kapazitäten sowie die Zweitwohnsitze und auch die Tagesreisen.



Kapazitätswachstum 2013–2022:

Gewerbliche Betriebe	+30%
Hotellerie	+10%
Ferienwohnungen/-häuser	+44%
Übernachtungen gesamt	+49%



Positive Effekte des Tourismus an der Nordsee SH

Befragungen zeigen, dass die Einwohnerinnen und Einwohner immer noch positive Effekte des Tourismus auf ihren Wohnort sehen, z.B. in den Aspekten Förderung der lokalen Wirtschaft, Schaffung von Arbeitsplätzen, positives Image, vielfältigeres Angebot an Gastronomie, Nahversorgung, Freizeitangeboten und Freizeitinfrastruktur, Ortsbildverschönerungen und Kulturerhalt.

2. Ausgangslage

Die persönliche Wahrnehmung des Tourismus an der Nordsee SH ist nicht mehr überall identisch positiv, sondern in manchen Orten „netto“ negativ.

Mit der touristischen Entwicklungsdynamik in der jüngeren Vergangenheit ist es an einigen Standorten dazu gekommen, dass ein großer Teil der Einwohnerinnen und Einwohner die Auswirkungen des Tourismus auf sich persönlich sehr kritisch sehen. Hier zeigt sich in vieler Hinsicht Handlungsbedarf.



Die Offenheit für den Tourismus in der Destination nordsee Schleswig-Holstein muss in einigen Orten zurückgewonnen werden

Wahrgenommene negative Effekte | Fehlender Dauerwohnraum, Verkehrsdruck, Fachkräftemangel

Negative und positive Wahrnehmungen des Tourismus unterscheiden sich in den Nordseezielen u.a. zwischen Ortslagen (Zentrum, Strandnähe, reine Wohngebiete, Außenbereiche), touristisch wirtschaftlich involvierten und „anderen“ Personen, Personen mit Erst- und Zweitwohnsitz, „Alt-“Einwohnerinnen und „Alt-“Einwohnern und Neubürgerinnen und Neubürgern usw. Die zentralen Konfliktthemen hängen dabei zusammen und betreffen die Verfügbarkeit von Dauerwohnraum, zunehmende Verkehrsbelastungen auch für die Bevölkerung und die Arbeitskräfte sowie resultierend der Arbeitskräftemangel in allen Branchen gepaart mit einer Schiefelage der demografischen Zusammensetzung im Ort.



Ziele der Destination nordsee Schleswig-Holstein | Neue Maßstäbe setzen

Die regionalökonomische und beschäftigungspolitische Bedeutung des Tourismus erfordert, dass die Wertschöpfung im Tourismus an der Westküste des Landes abgesichert wird. Aber die teils gravierenden negativen Wahrnehmungen der Auswirkungen des Tourismus müssen zu neuen Maßstäben des touristischen Erfolgs führen. Ziel ist die Verbesserung der Aufenthaltsqualität für alle, für die Einwohnerinnen und Einwohner ebenso wie für die Gäste. Die Rolle der NTS: Initiierung, Kommunikation und fachliche Begleitung gesamtheregionaler Projektentwicklungen im Binnenmarketing entsprechend dieser neuen Maßstäbe.



Verbesserung der Aufenthaltsqualität für alle

Instrumente und Maßnahmen – Örtliche und gesamtheregionale Handlungsbedarfe

Grundsätzlich sind Maßnahmen gefragt, die die Ansprüche der Einwohnerinnen und Einwohner und diejenigen der Tourismuswirtschaft wieder mehr in Einklang bringen. Die Offenheit für Tourismus darf nicht verloren gehen. Hier gibt es auf der einen Seite intensiven Bedarf der Kommunikation und der Moderation hinsichtlich touristischer Fragen. Aber es muss auch handfeste Entscheidungen geben. So kommt gesamtheregional

(mit teilräumlichen Ausnahmen) der Entwicklung der Bettenkapazitäten nur noch geringe Bedeutung zu. Ein bedarfsgerechter Ausbau der Anzahl an Hotelbetten scheint noch vorstellbar. Was Ferienhäuser/-wohnungen angeht, ist es unabdingbar, konkurrenzfähig zu bleiben. Hier geht es zur Schonung des Dauerwohnraums in den Orten der Destination nur noch um Ersatz-, aber nicht um Neuinvestitionen in die Kapazität.

3. Institutioneller Rahmen

Strategischer Rahmen ist die Tourismusstrategie SH 2030.

Die Strategie formuliert für den Tourismus in Schleswig-Holstein die Vision „Vorreiter und Vorbild für nachhaltigen, verantwortungsbewussten Qualitätstourismus im deutschsprachigen Raum“ zu werden. Kernziele: qualitatives Wachstum, eine nachhaltige Entwicklung sowie Offenheit für den Tourismus („Akzeptanz“) und Zufriedenheit der Mitarbeitenden im Tourismus. Dadurch wird die bisherige Fokussierung auf ökonomische Ziele im Sinne des Drei-Säulen-Modells der Nachhaltigkeit erweitert.



Schleswig-Holstein: nachhaltiger, verantwortungsbewusster Qualitätstourismus



Die nordsee Schleswig-Holstein ist seit vielen Jahren Vorreiterin im nachhaltigen Tourismus, authentisch Trägerin der Landesstrategie ...



... und zudem fest im sog. Vier-Ebenen-Modell des SH-Tourismus verankert



Die Nordsee-Tourismus-Service GmbH (NTS): gesamtsregionale Marketingorganisation und gemeinsame Stimme der Destination nordsee Schleswig-Holstein

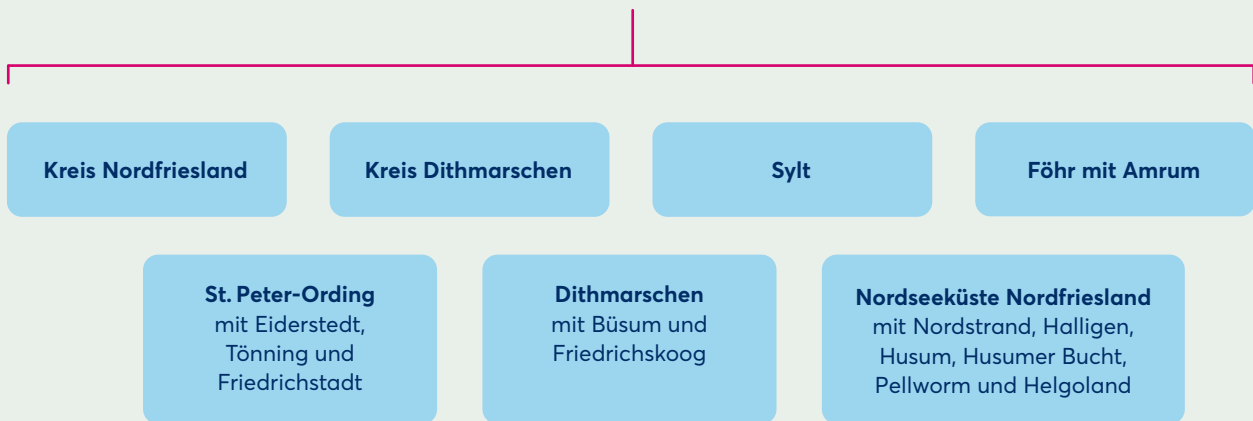


Tourismusindustrie (Buchungsportale etc.)

3. Institutioneller Rahmen

NORDSEE-TOURISMUS-SERVICE GMBH (NTS)

7 GESELLSCHAFTER



Vereinfachte Darstellung der Gesellschafterstruktur der NTS | Enge Kooperation mit den Reisezielen der Destination über den Marketingbeirat und Strategiekreis

Ziele, aktuelle Kernaufgaben der NTS und zukünftige Aufgabenerweiterung

Kernaufgaben der NTS sind das Marketing und die Förderung des Vertriebs mit dem Ziel der Neukundengewinnung und langfristigen Stammkundenbindung für die Destination *nordsee Schleswig-Holstein* – zukünftig zunehmend unter Ausnutzung der Chancen der Digitalisierung, unter Berücksichtigung der Anforderungen der Nachhaltigkeit und der Sorge um die Offenheit für den Tourismus in der Gesellschaft an der Nordsee Schleswig-Holstein.



Kernaufgaben: Marketing und Vertrieb plus Förderung der Nachhaltigkeit und Offenheit für den Tourismus



Effizienz, Austausch, Abstimmung und Kommunikation

Arbeitsprinzipien der NTS

- Schlanke, effiziente Struktur der Geschäftsstelle
- Aufgabenteilung und Abstimmung mit den Gesellschaftern
- Gewinnung des Rückhalts für eine nachhaltige Finanzierung des gesamtheregionalen Marketings
- Regelmäßiger Austausch mit den Orts- und Inselfpartnern und -partnerinnen
- Überprüfung der Arbeit der NTS durch externe Prüfung
- Bei Bedarf Begleitung organisatorischer Entwicklungen auf örtlichen Ebenen
- Kommunikation im Sinne des Tourismus in der Destination selbst im Binnenmarketing mit den Zielgruppen Einwohnerinnen und Einwohnern, Kommunen, Kommunalpolitik, Unternehmen

4. Marktrahmen



Worum geht es in der Destination und im Tourismusstandort Nordsee Schleswig-Holstein in der Zukunft bis 2030 in Bezug auf die Gesellschaft und Ökonomie?

- Angestrebt wird die Einkommenssicherung im Tourismus mit Erhaltung der mehrheitlichen Offenheit für den Tourismus vor Ort.
- Ökonomische und gesellschaftliche Wirkungen des Tourismus sind v. a. lokal sichtbar. Auch ihre Gestaltbarkeit liegt v. a. bei den Kommunen und örtlichen Tourismusorganisationen.
- Die Arbeit der NTS im Tourismusmarketing hat positive „Nebenwirkungen“ im Bereich des Standortmarketings für den Wohn- und Arbeitsstandort Nordsee Schleswig-Holstein. Hier wird die NTS noch wichtiger.



Einkommenssicherung und
Offenheit für den Tourismus



Positive Auswirkung des
Tourismusmarketings auf
das Standortmarketing



Destinationsweites
Nachhaltigkeitsmanagement

Worum geht es in der Destination und im Tourismusstandort Nordsee Schleswig-Holstein in der Zukunft bis 2030 in Bezug auf Nachhaltigkeit?

- Nachhaltigkeit ist angebots- und nachfrageseitig im Tourismus angekommen, Nachhaltigkeitsmanagement soll destinationsweit gefördert werden.
- Nachhaltigkeit ist auf allen Handlungsebenen – betrieblich, kommunal, regional – zu berücksichtigen.
- Für die NTS wird die Nachhaltigkeitsorientierung in ökologischer, sozialer und ökonomischer Sicht die übergeordnete Leitmaxime ihres Wirkens in der/für die Destination *nordsee Schleswig-Holstein* sein.



Nachhaltigkeitsorientierung als
übergeordnete Leitmaxime

4. Marktrahmen

Worum geht es in der Destination und im Tourismusstandort Nordsee Schleswig-Holstein in der Zukunft bis 2030 in Bezug auf den Wettbewerb?

- Die Konkurrenzfähigkeit der Destination (Ausstattung, Qualität, Preis) soll nicht nur beim Wettbewerb um die Gäste, sondern auch um Unternehmen und Arbeitskräfte besser werden.
- Der Wettbewerb um Gäste, Unternehmen und Fachkräfte ist eine gesamtregionale Aufgabe. Die NTS ist hier in ihrer Kommunikationsrolle relevant.



Verbesserung der Konkurrenzfähigkeit



Wettbewerb als gesamtregionale Aufgabe



Unterstützung der Marketingorganisationen

Worum geht es in der Destination und im Tourismusstandort Nordsee Schleswig-Holstein in der Zukunft bis 2030 in Bezug auf das Destinationsmanagement?

- Marketingorganisationen, deren eigentliche Aufgaben die Kommunikation und der Vertrieb im Tourismus unter Einsatz aktuellster Technologien sind, werden zunehmend im Bereich der Nachhaltigkeit und der Interaktion mit gesellschaftlichen Anspruchsgruppen gefordert. Darin sollen sie unterstützt werden.



Die NTS als Informations- und Netzwerkplattform sowie als Impulsgeberin

- Destinationsmanagement auf der regionalen wie auch auf der lokalen Ebene wird als Prozess verstanden. Insofern sind Maßnahmen der Organisationsentwicklung jeweils nötig, v. a. im Hinblick auf die Digitalisierung, Nachhaltigkeit und Einbindung in die Gesellschaft. Die NTS übernimmt die Rolle einer überörtlichen, regionalen Informations- und Netzwerkplattform und Impulsgeberin.

Worum geht es in der Destination und im Tourismusstandort Nordsee Schleswig-Holstein in der Zukunft bis 2030 in Bezug auf die Infrastruktur?

- Die Wettbewerbsfähigkeit der touristischen Infrastruktur und des Beherbergungsangebots ist auch in Zukunft das Ziel. Für den Lebens- und Arbeitsstandort Nordsee Schleswig-Holstein ist die Förderung der Daseinsvorsorge-Infrastruktur, insbesondere Dauerwohnen und Mobilität von überlebenswichtigem Stellenwert.
- Infrastrukturentwicklung ist ein kommunales Thema.
- Als Netzwerkpartnerin drängt die NTS auf eine nachhaltige und markenaufladende Infrastruktur für alle gesellschaftlichen und touristischen Zielgruppen.



Hoher Stellenwert: Förderung der Daseinsvorsorge-Infrastruktur



Nachhaltige Infrastruktur für alle Zielgruppen

Dreh- und Angelpunkt | Marke nordsee Schleswig-Holstein



Markenstrategie
der nordsee
Schleswig-Holstein



■ Markenessenz ■ Markenwerte ■ Markenstil

Typisch Nordsee SH

rau und herb

... wie das Klima und die Natur

dickköpfig, stolz, ehrlich

... wie die Menschen, die hier leben

befreiend

... Rad fahren, Surfen, Spazieren, Kultur genießen

lebendig

... wie die Region durch die vielen Freizeitangebote und Events

Unsere Werte: Was uns wichtig ist ...

Die nordsee Schleswig-Holstein bietet den höchsten Urlaubs- und Erholungswert in Deutschland. Urlaub bei uns stärkt Körper, Kopf und Seele. Die nordsee Schleswig-Holstein ist eindeutiger Qualitätsführer für nachhaltigen Urlaub an der See.



Strategie der Werte:
Qualität, Authentizität und Nachhaltigkeit stehen an oberster Stelle.

Unsere Kompetenz: Was wir besser können als andere



Die Marke nordsee Schleswig-Holstein bietet einen Nutzen für viele



Marke als Mittel
zum Zweck

- Die touristischen Akteurinnen und Akteure profitieren von der Anziehungskraft der Marke nordsee Schleswig-Holstein.
- Durch die Einbindung der Marke in die Kommunikation der Regionen, Orte und Inseln bis auf die Ebene der Unternehmen und Leistungsträgerinnen und Leistungsträger werden durch die hohen Bekanntheits- und Sympathiewerte der Marke nordsee Schleswig-Holstein bei den Kunden positive Emotionen ausgelöst und Vertrauen geschaffen.

5. Strategie

Leuchttürme – touristische Ziele mit leuchtender Strahlkraft, von der umliegende kleinere Partnerinnen und Partner profitieren

Sylt	Amrum	Föhr	St. Peter-Ording
Büsum	Helgoland	Die Halligen	



Leuchtturmstrategie der nordsee Schleswig-Holstein

Profilthemen – laden die Marke emotional auf, wecken Bilder und bestätigen Assoziationen mit der Marke

Markenessenz: Wir sind die Nordsee. Urlaub bei uns stärkt Körper, Kopf und Seele.			
Kultur · Brauchtum · Kulinarik			
Strand und Baden	Natur erleben	Gesundheit/Thalasso/Erholung	Aktiv am Land und am Wasser



Profilthemenstrategie der nordsee Schleswig-Holstein

Zielgruppen und Milieus – Menschen, die ihre Urlaubsmotive, Werte, Aktivitätsprioritäten in den Orten und Themen der Nordsee Schleswig-Holstein erfüllt sehen



Natururlauber

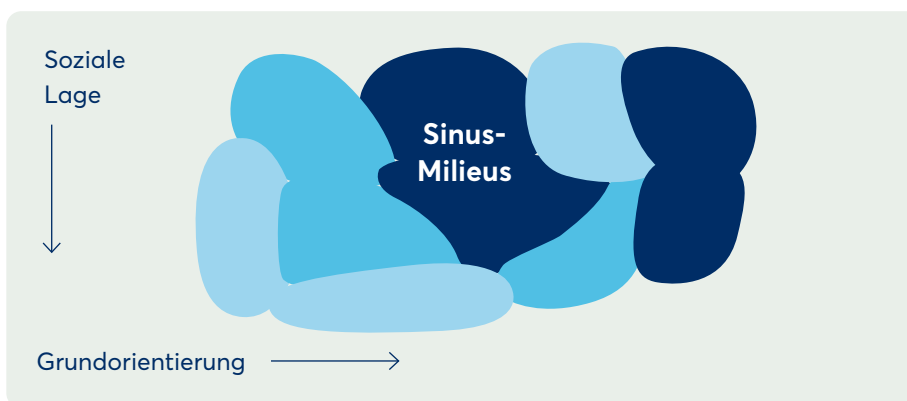
Familien

Entschleuniger

Neugierige



Zielgruppen der nordsee Schleswig-Holstein, Sinus-Milieus...



- Aktuelle Gäste der Nordsee SH: häufig konservativ-gehobenes, postmaterielles und nostalgisch-bürgerliches Milieu.
- Wertebasiert ist für die zukünftige Positionierung als ökologisch und sozial nachhaltige Destination der Fokus auf das sog. postmaterielle Milieu, expeditives Milieu sowie das neo-ökologische Milieu wichtig.

Einwohnerinnen, Einwohner, Unternehmen und Beschäftigte als Zielgruppe des Binnenmarketings für die nordsee Schleswig-Holstein

Die Entwicklung eines wertschöpfungsstarken und nachhaltigen Tourismus im Wohn-, Lebens- und Arbeitsstandort Westküste Schleswig-Holstein gelingt nur mit Betroffenen vor Ort, die „offen“ für den Tourismus sind. Sie sind die Binnenmarketing-Zielgruppen der NTS.



... und die Einwohnerinnen und Einwohner als Binnenmarketing-Zielgruppe



Zentrale Zielsetzungen für die nordsee Schleswig-Holstein

Ziele des nordsee Masterplans

- Sicherung der Markenstärke der Destinationsmarke *nordsee Schleswig-Holstein*
- Stärkung der ökonomischen Nachhaltigkeit des Tourismus (Kapazitätssicherung, Erhöhung der Nachfrage in der Nebensaison zur Stabilisierung des Einkommens- und der Beschäftigungssituation)
- Stärkung der sozialen Nachhaltigkeit (Erhöhung des sog. Tourismusakzeptanzsaldos)
- Stärkung der ökologischen Nachhaltigkeit des Tourismus (z.B. Senkung des CO₂-Fußabdrucks der Nordsee Schleswig-Holstein-Reise)
- Förderung des Nachhaltigkeitsmanagements an der Nordsee SH

Die Zielverfolgung ist durch die Gesamtheit aller Akteurinnen und Akteure abgestimmt zu leisten. Für die NTS als gesamtsregionale, gemeinsame TMO mit dem Fokus auf dem Marketing und Vertrieb können daher keine betrieblichen KPIs abgeleitet werden, wohl kann sie aber entscheidende Beiträge zur Zielerreichung leisten.

Zielsetzungen

Sicherung der Markenstärke
der Destinationsmarke
nordsee Schleswig-Holstein

Stärkung der ökonomischen
Nachhaltigkeit des Tourismus

Stärkung der sozialen
Nachhaltigkeit

Stärkung der ökologischen
Nachhaltigkeit des Tourismus

Förderung des
Nachhaltigkeitsmanagements

Die Spezifikationen zu den Zielen wie

- Kennziffern der Zielerreichung,
- die Verantwortlichkeiten für die Zielerreichung,
- der Beitrag der NTS sowie
- sonstige Erläuterungen

werden im umfassenden Masterplan ab Seite 99 ff ausführlich dargestellt.



Sie finden die umfassende Ausgabe
unter www.nordseetourismus.de/masterplan
zum Download.

7. Maßnahmenumsetzung

Die Leitmaxime „Nachhaltigkeit als neues Normal“ soll mittel- bis langfristig alle operativen Umsetzungen touristischer Aktivitäten der NTS und generell in der Destination prägen.



Eine anspruchsvolle Leitmaxime für die nordsee Schleswig-Holstein

„Nachhaltigkeit ist das neue Normal“ bedeutet, dass Nachhaltigkeit nicht länger als „Ausnahme“ betrachtet wird, sondern sie wird zum grundlegenden Prinzip unseres Handelns und Wirtschaftens. Als Leitmaxime ist dieses Prinzip Aufforderung und Ziel, um ein Umdenken und eine Umgestaltung der Erbringung, der Kommunikation, des Vertriebs und des Genusses touristischer Leistungen zu erreichen.

Umsetzung der Leitmaxime „Nachhaltigkeit als neues Normal“



Leitprojekt zur gesamtregionalen Beförderung der Nachhaltigkeit als neues Normal

Die Entwicklung destinationsweiter Nachhaltigkeitsstrategien sind in zahlreichen touristischen Hochfrequenzregionen im In- und Ausland bereits erfolgreich konzeptioniert und etabliert worden.

Insbesondere an der Nordsee Schleswig-Holstein engagieren sich mehrere Lokale Tourismusorganisationen (LTO) bzw. Destinationen im überörtlichen und auch überbetrieblichen Management in jeweils gebietsangepassten Nachhaltigkeitskonzepten, so z. B. in Dithmarschen, in Husum, auf Föhr, in St. Peter-Ording, auf Sylt.

In einem im Jahr 2024 startenden Leitprojekt kommt die NTS dem Bedarf nach, eine konsequente Nachhaltigkeitsausrichtung im gesamten touristischen System „Tourismus“ an der Nordsee Schleswig-Holstein, d. h. auf allen Handlungsebenen und in Bezug auf alle handelnden Institutionen und Akteursgruppen, weiter zu verankern.



Umsetzung der Markenstrategie der NTS unter der Leitmaxime

Strategie Marke

nordsee

Schleswig-Holstein. Der echte Norden.

Leuchtturm-Strategie

- Sylt
- Amrum
- Föhr
- St. Peter-Ording
- Büsum
- Helgoland
- Die Halligen

Profilthemen

Markenessenz: Wir sind die Nordsee. Urlaub bei uns stärkt Körper, Kopf und Seele.

Kultur · Brauchtum · Kulinarik

Natur erleben	Strand und Baden	Gesundheit/ Thalasso/ Erholung	Aktiv am Land und am Wasser
---------------	------------------	--------------------------------	-----------------------------

Zielgruppen (lt. Tourismusstrategie SH)

- Natururlauberinnen und Natururlauber
- Familien
- Entschleuniger
- Neugierige
- Einwohnerinnen und Einwohner
- Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter

Quellmärkte

Inland
Orientierung an Kaufkraft, Distanzen und Interessentenpotenzial

Ausland
Dänemark, Österreich, Schweiz

7. Maßnahmenumsetzung

Anlass: Die Sicherung der Orte, Städte, Landschaften, Inseln, Halligen an der Nordsee Schleswig-Holsteins als Wohn-, Lebens- und Arbeitsstandorte ist vorrangig eine Aufgabe der Kommunen, Ämter, Kreise und der Landesplanung. Marktmechanismen wie Investorenverhalten etc. spielen ebenfalls eine Rolle, vorrangig im Immobilienbereich, sind dabei nur teilweise, aber nicht vollständig kommunal beeinflussbar.



Wohn-, Lebens- und
Arbeitsstandort Nordsee
Schleswig-Holstein sichern

Handlungs- und Steuerungsbedarf: regionsweit, v. a. in touristischen Hochfrequenzräumen sehr hoch.

Rolle der NTS: Kommunikationsfunktion, Benennung von Lösungsmöglichkeiten und Best-Practices, ggf. fachliche Begleitung von Beteiligungsprozessen.



Nachhaltige Mobilität und
Erreichbarkeit der Nordsee
Schleswig-Holstein entwickeln

Anlass: Die Destination ist jetzt wie auch in Zukunft auf eine hervorragende Erreichbarkeit der einzelnen Zielgebiete für ihre Gäste wie auch die touristischen Fachkräfte angewiesen. Gleiches gilt für die Mobilität vor Ort im Rahmen touristischer Ausflugsverkehre an der Nordsee Schleswig-Holstein.

Handlungs- und Steuerungsbedarf: sehr hoch. Die NTS fordert eine tourismusfördernde Verkehrspolitik inklusive der nötigen Infrastrukturinvestitionen im Bereich der Straßen und Schienen.

Rolle der NTS: Die NTS fördert die Realisierung dieser Forderungen im Rahmen ihrer Handlungsmöglichkeiten in ihrem landesweiten Netzwerk.

Anlass: Die Wiedergewinnung der mehrheitlichen Offenheit für den Tourismus ist in den Hotspots des Tourismus nötig. Teilweise sind auf der Planungsebene „harte“ Entscheidungen mit der Prioritätensetzung pro Einwohnerschaft, ggf. contra Gäste- und Zweitwohnsitzinteressen erforderlich.

Handlungs- und Steuerungsbedarf: regionsweit, v. a. in touristischen Hochfrequenzräumen sehr hoch.

Rolle der NTS: Kommunikationsfunktion und Impulsgeberin für einen mehrheitlich akzeptierten Tourismus sowie Rolle einer örtlich „neutralen“ Institution in Beteiligungsprozessen.



Offenheit für den Tourismus
an der Nordsee Schleswig-Holstein
stärken



Klimaschutz und
Klimawandelanpassung
im Tourismus an der
Nordsee Schleswig-Holstein
schaffen

Anlass: Die Priorisierung des Klimaschutzes in der gesamten Leistungskette des Tourismus an der Nordsee Schleswig-Holstein und die Adaption und Anwendung verfügbarer Strategien der Klimawandelanpassung im Tourismus vor Ort sind zentrale Zukunftsprojekte für den Tourismus in der Küstendestination.

Handlungs- und Steuerungsbedarf: sehr hoch.

Rolle der NTS: Die Verantwortung für den Klimaschutz liegt bei vielen „touristisch“ Beteiligten, den Kommunen, KMU, Verkehrsträgern, Marketingorganisationen und letztlich auch dem Gast. Signal der NTS „nach außen“: Priorisierung klimafreundlicher Unterkünfte, der Bahnreise mit der Kampagnenkonzentration auf Quellgebiete mit Bahnreisemöglichkeit.

7. Maßnahmenumsetzung

Anlass: Eine gleichermaßen positiv bewertete Aufenthaltsqualität in der Destination sowohl für die Einwohnerinnen, Einwohner, Unternehmen und Mitarbeitenden wie auch für die Gäste muss das Ziel an der Nordsee Schleswig-Holstein sein.

Handlungs- und Steuerungsbedarf: regionsweit, v.a. in touristischen Hochfrequenzräumen sehr hoch.

Rolle der NTS: Lediglich Kommunikationsfunktion und Impulsgebung. Denn: Die Sicherung der Lebensstandort- und Aufenthaltsqualität ist nur gemeinsam durch alle vor Ort gestaltenden Akteurinnen und Akteure möglich, also die Kommunen, KMU, Verkehrsträger, touristischen Managementorganisationen und letztlich die Einwohnerinnen und Einwohner („Willkommenskultur!“) sowie die Gäste (Verhalten vor Ort in der Destination) selbst.



Aufenthaltsqualität
an der Nordsee
Schleswig-Holstein
für alle, auch für die
Gäste, bieten



Starker Rückhalt
in Politik und
Verwaltung für den
Tourismus an
der Nordsee
Schleswig-Holstein
ist nötig

Anlass: Der Tourismus an der Nordsee Schleswig-Holstein ist in fast allen Handlungsbereichen, angefangen von sozioökonomischen Ausgangsbedingungen, der Wohn- und Arbeitsstandorte, der Fachkräfteproblematik, der nachhaltigen Regionalentwicklung, der Finanzierung bis hin zur Mobilität usw. von der Politik und Verwaltung abhängig. Der Rückhalt für den Tourismus an der Nordsee Schleswig-Holstein in Politik und Verwaltung, v.a. auf der Landes- und der Bundesebene, muss noch größer sein.

Handlungs- und Steuerungsbedarf: sehr hoch.

Rolle der NTS: Die NTS unterstützt ausdrücklich die Forderungen der Tourismuswirtschaft an die Landes- und Bundespolitik u.a. bezüglich der Punkte (Auswahl):

- Angemessene Berücksichtigung des Tourismus bei allen Entscheidungen der Landesregierung
- Angemessene Berücksichtigung der touristischen Belange in der Wirtschafts-, Verkehrs-, Gesundheits-, Umwelt-, Naturschutz-, Sozial-, Finanz-, Wohnungs- und Schulpolitik
- Stärkung der Eigenfinanzierungskraft der Tourismuskommunen durch Optimierung von Finanzierungsinstrumenten, Schaffung von Rechtssicherheit (Kommunalabgabengesetz) etc.
- Verbesserung der Mobilitätsinfrastruktur für den Tourismus
- Bezahlbaren Wohnraum für Mitarbeitende im Tourismus
- Vorantreiben des Bürokratieabbaus
- Entzerrung der Sommerferienregelung in den deutschen Bundesländern

Anlass: Die NTS sieht sich in der Pflicht, selbst konkrete Projektvorhaben umzusetzen, um die zentralen Anliegen des *nordsee* Masterplans 2024-2030 auf den Weg zu bringen. Daher gehen umgehend zwei Vorhaben in die direkte Umsetzung.

- 1.) NTS-Binnenmarketing | Fokus Offenheit für Tourismus
- 2.) Beförderung der gesamtregionalen Umsetzung der Leitmaxime „Nachhaltigkeit ist das neue Normal“

Handlungs- und Steuerungsbedarf: sehr hoch.

Rolle der NTS: Projektinitiierung und Projektsteuerung



Leitprojekte der NTS |
Kurzfristige Initiierung

Impressum

Herausgeber

Nordsee-Tourismus-Service GmbH (NTS)
Zingel 5 · 25813 Husum
Telefon +49 (48 41) 89 75 0
info@nordseetourismus.de
www.nordseetourismus.de

Die Arbeiten für den Masterplan wurden von der Geschäftsstelle der Nordsee-Tourismus-Service GmbH, NTS, Husum als Herausgeberin initiiert und gesteuert. Die Inhalte sind durch die Diskussion der Textentwürfe im Marketingbeirat der NTS partizipativ erarbeitet worden und werden vom Marketingbeirat der NTS mehrheitlich mitgetragen. Die redaktionelle und gutachterliche Begleitung der Inhalte des Masterplans leistete das Institut für Tourismus- und Bäderforschung in Nordeuropa GmbH, NIT, Kiel.

Hinweis: Diese Übersicht ist ein Auszug aus dem aktuellen Masterplan 2024–2030. Sie finden die umfassende Ausgabe unter www.nordseetourismus.de/masterplan zum Download.



Gestaltung

Strandgut GmbH, Kiel
www.strandgut-werbung.de

Druck

Grafik + Druck, Kiel
Der Masterplan wurde klimaneutral
auf recyceltem Papier gedruckt.



Fotos

Titelbild www.shutterstock.com/JennySturm
Carlos Arias Enciso S. 10 r; Oliver Franke/TMS Büsum GmbH
S. 11 2. von l; Oliver Franke/Nordsee-Tourismus-Service GmbH,
S. 10 2. von l, S. 10 2. von r, S. 11 l, Seite 11 2. von r und r;
Oliver Franke/TZ SPO S. 4; Ann-Kathrin Meierhof S. 10 l.

Alle Beiträge, Fotos und Abbildungen
sind urheberrechtlich geschützt.

© 2024 Nordsee-Tourismus-Service GmbH