

Tourismuskonzept Mitteldithmarschen

Zentrale Ergebnisse

Auftraggeber: Amt Mitteldithmarschen
Auftragnehmer: inspektour GmbH

Zugehörige Dokumente:

- Anhang 1: Analyse und Herleitung sowie umfassende Darstellung
- Anhang 2: Steckbriefe der einzelnen Kommunen und Ergebnisse der Bürgermeisterbefragung

Wir fördern den ländlichen Raum



Landesprogramm ländlicher Raum: Gefördert durch die Europäische Union – Europäischer Landwirtschaftsfonds für die Entwicklung des ländlichen Raums (ELER) und das Land Schleswig-Holstein
Hier investiert Europa in die ländlichen Gebiete



- Findet **in der Fläche** statt, mit einer Konzentration auf den Zentralorten Meldorf und Albersdorf sowie in den küsten- und NOK-nahen Orten
- Touristen:
 - Übernachtungsgäste im Amt (in ca. 120 Betrieben)
 - Tagesausflügler vom Urlaubsort v.a. aus Büsum und Friedrichskoog
 - Tagesgäste vom Wohnort v.a. Itzehoe, Pinneberg, Hamburg
- Abwechslungsreiche und thematisch unterschiedliche Angebote durch das Zusammenspiel von Dörfern und Zentralorten vorhanden
- Kleinstrukturiert
- Kein touristisches Highlight, aber **Herausstellungsmerkmale**, siehe rechts unten
- Thematische Verknüpfung zwischen allen Kommunen:
 - Landschaft zwischen Küste und Nord-Ostsee-Kanal
 - Radfahren und Wandern
 - Bauernkultur/[Hügelgräber]
- Zielgruppen und Themen von Dithmarschen Tourismus als übergeordneter Destinationsmarketingorganisation passen gut zu Mitteldithmarschen
- Entsprechend der infrastrukturellen Voraussetzungen und der Investitionsbereitschaft/-möglichkeiten kommunaler Träger liegen **Vermarktungspotentiale** in einer **Qualitätsverbesserung des vorhandenen Angebots, einer größeren Zielgruppenorientierung und in einer besseren Verknüpfung**



Wirtschaftliche Effekte des Tourismus in Mitteldithmarschen

- **Tourismus in Dithmarschen als „unverzichtbarer ökonomischer Basissektor“** (TID IV, S. 27); er trägt mit knapp 6% zum Volkseinkommen bei
- Profitierende Branchen:
 - Gastgewerbe
 - Tourismusrelevante Dienstleister wie Verkehr, Kultur
 - Einzelhandel
 - Zulieferbetriebe (Handwerker, Banken etc.)
- Effekte des Tourismus:
 - Einkommens- und Beschäftigungs-Effekte, nicht nur für die nicht unmittelbar im Tourismusgewerbe Tätigen, auch für Zulieferer (Handwerker, Einzelhandel, Landwirte bei Direktvermarktung regionaler Produkte etc.)
 - Steuerliche Effekte für kommunale Haushalte
 - Nicht-monetäre positive Effekte zur Stabilisierung der Regionalentwicklung (Erhöhung Bekanntheitsgrad, positiver Imagefaktor, Stärkung der regionalen Identität, Aktivierung lokaler Akteure)



Eigene Darstellung nach
Entwicklungspotenziale und Handlungsempfehlungen zur Stärkung des Binnenland-
tourismus in Schleswig-Holstein, tourismus plan B, 2019 sowie TID IV, NIT 2019

Wichtige Wechselwirkung zwischen Regionalentwicklung und Tourismus

Tourismus als Schwungrad für die Daseinsvorsorge in strukturschwachen Regionen



STÄRKEN

- Vielfältige, idyllische Natur- und Kulturlandschaft von der Nordsee über Marsch und Geest bis zum Nord-Ostsee-Kanal bzw. der Eider
- Vielfalt vorwiegend kleiner, aber authentischer Angebote, verteilt über das gesamte Amtsgebiet
- Räumlich auf Albersdorf und Meldorf konzentriertes breites Kultur- und Veranstaltungsangebot (inkl. Museen)
- Ausgebautes Kreis-Radwegenetz (mit 11 Themen-Radrouten) als verbindendes Angebotselement
- Grundsätzlich gute Verkehrsanbindung, in kleineren Orten ausbaufähig
- Einzelne qualitäts- und innovationsbewusste Betriebe/Leistungsträger
- Vermarktung unter dem Dach und den Themen von Dithmarschen Tourismus
- Tendenziell steigende Übernachtungszahlen, viele Stammgäste, kein Massentourismus
- Steigende Nachfrage nach Urlaubsaktivitäten, die in Mitteldithmarschen gut möglich sind! (Naturerlebnis, Radfahren etc.)
- Übertragung Aufgabe Tourismus von allen Kommunen ans Amt

SCHWÄCHEN



- Kaum Hotels im Amtsgebiet, keine Kapazitäten für Busgruppen
- Touristische Basis-Infrastruktur in teilweise mangelhaftem Zustand (Überalterung, Lücken)
- Kaum innovative, herausstechende touristische Angebote; Alleinstellungsmerkmale fehlen
- Kaum Schlecht-Wetter-Angebote, wenig Angebote für Kinder und Jugendliche
- Wenig Sichtbarkeit der Angebote vor Ort, Ausschilderung nicht einheitlich
- Wenig Dynamik/kaum Weiterentwicklungsprojekte im Amt
- Vernetzungen fehlen, u.a. zwischen Küste und küstenfernen Gebieten
- Tourist-Information Meldorf mit Platzmangel und optisch „überladen“
- (Zu) viele und stark unterschiedliche Internetauftritte mit touristisch relevanten Informationen
- Rückgang Anzahl Beherbergungsbetriebe
- Besucherpotenzial aus Büsum und Friedrichskoog wird nicht ausgeschöpft
- Tourismusstruktur im Amt verbesserungswürdig



CHANCEN

- Digitalisierung der Angebote und Prozesse
- Klare touristische Strategie
- Verankerung der Nachhaltigkeit
- Reisetrends hin zu Entschleunigung, Regionalität, Outdoor-Aktivitäten und nachhaltigem Reisen
- Optimierung der Infrastrukturen durch konsequente Ausrichtung auf die wesentlichen Zielgruppen, Themen und auf Qualität
- Stärkung des touristischen Bewusstseins und der Identität als eine Gästeregion, Suche nach Ruhe und Abstand durch Pandemie verstärkt
- Stärkere und fokussierte Kommunikation und Kooperation
- Entwicklungspotentiale im Amt: Nord-Ostsee-Kanal, Speicherkoog, Steinzeithaus, Museen, Dom

RISIKEN



- Demografischer Wandel
- Schlechte politische Rahmenbedingungen und unsichere Förderkulisse
- Durch fehlende Investitionen Rückgang der touristischen Aufenthalts- und Angebotsqualität → Sanierungsstau
- Steigender Wettbewerbsdruck der Tourismusdestinationen, zu wenig Marken- und Vertriebsorientierung der Leistungsträger
- Krisenanfälligkeit
- Ökologische Veränderungen bedrohen die Landschaft/Natur als Tourismusbasis in Mitteldithmarschen

Fazit Stärken-Schwächen-Chancen-Risiken-Analyse:

- ➔ Chancen und Rahmenbedingungen für Tourismus in Mitteldithmarschen sind außergewöhnlich gut
- ➔ Angebote und -smöglichkeiten in Mitteldithmarschen entsprechen dem, was viele Gäste suchen
- ➔ Nordsee, Büsum und Friedrichskoog als bekannte Destinationen, von deren Gästen Mitteldithmarschen profitieren kann (v.a. als Tagesgäste)
- ➔ Erforderlich sind mehr Qualität, mehr Zusammenarbeit und mehr Ideen!

Mitteldithmarschen – eine attraktive Urlaubsregion an der Nordsee für Übernachtungs- und Tagesgäste

Vision/Leistungsversprechen
[nach außen]

Wir bieten Ruhe und Entschleunigung in einer abwechslungsreichen Landschaft von Marsch und Geest bis hin zum Nord-Ostsee-Kanal. Wir sind ein entspanntes und entspannendes Reiseziel und idealer Ausgangspunkt für attraktive Ausflüge.

Bei uns kann der Gast Weite und Natur genießen - beim Radfahren, Wandern oder Spazieren, Baden oder Wassersport. Er kann Kultur erleben – von der Steinzeit bis heute.

Unsere Beherbergungs-, Gastronomie- und Freizeitangebote bedienen Gästewünsche und weisen eine hohe Qualität auf. Wir sind stolz auf unsere regionalen Produkte und wollen auch unsere Gäste für sie begeistern.

Vision/Tourismusbewusstsein
[nach innen]

Wir in Mitteldithmarschen begreifen uns als eine gemeinsame touristische Einheit und unterstützen, professionalisieren und entwickeln den Tourismus als bedeutenden Wirtschaftszweig gemeinsam weiter.

Zusammenfassung strategische Ausrichtung

Was sind unsere Haupt-
Urlaubsthemen?

Erholung -
Entschleunigung -
Natur

Was sind unsere
Unterthemen?



Radfahren



Strand/Baden



Kultur
Kernthemen



Kulinarik/Regionalität



ländlicher Urlaub



Wandern



Reiten

— Potentialthemen —

Was wollen
und müssen
wir
verbessern?

Infrastruktur

Qualität und Service

Vernetzung

Was wollen wir
erreichen?



Wertschöpfungssteigerung

Zusammenhalt/Einheit

Effizienz

Natur- und Landschaftsschutz

- Passend zu den Zielen und der Strategie Festlegung der wichtigsten Projekte für das gesamte Amtsgebiet:

Leit-Infrastrukturprojekte und Schlüsselprojekte

- **Leit-Infrastrukturprojekte** beziehen sich auf die aus touristischer Sicht wichtigsten Angebotselemente Mitteldithmarschens, auf die Herausstellungsmerkmale
- Sie sind von übergeordneter, kreisweiter Bedeutung und laufen bereits
- Amt Mitteldithmarschen ist bei der Bearbeitung/Umsetzung unterstützend tätig, jedoch nicht in der Hauptverantwortung

- **Schlüsselprojekte** als wichtige Projekte mit amtsweiter Bedeutung
- Sie sind – in unterschiedlichem Maße - für alle Kommunen relevant und decken das gesamte Spektrum der touristischen Weiterentwicklung ab
- Entsprechend der Notwendigkeiten lassen sich die Schlüsselprojekte der nachhaltigen touristischen Infrastrukturentwicklung oder der Verbesserung der externen Kommunikation zuordnen
- Schlüsselprojekte wurden gewichtet nach Priorität A und B
- Barrierefreiheit und Nachhaltigkeit stellen keine eigenen Schlüsselprojekte dar, sind aber als übergeordnete Ziele bei jeder Projektumsetzung anzustreben

- Jedes Schlüsselprojekt wird anschließend mit möglichen Beispielen auf Ortsebene unterfüttert; diese Beispiele sind nicht gewichtet!

Leit-Infrastrukturprojekte:

- A. Weiterentwicklung Steinzeitpark
- B. Entwicklung Speicherkoog
- C. Entwicklung Museen

Schlüsselprojekte:

- Rad- und Wanderwegeinfrastruktur
- Stärkung regionale Produkte
- Stärkung touristische Infrastrukturen
- Optimierung Beschilderung
- Optimierung online-Auftritt
- Nachhaltige touristische Mobilität
- Förderung Beherbergung/Gastronomie
- Verbesserung Ortsbilder
- Vernetzung Kommunen

**Berücksichtigung der Grundsätze
Barrierefreiheit und Nachhaltigkeit**

Priorität A

Priorität B

Nachhaltige touristische Entwicklung

Schlüsselprojekt	Priorität	
Optimierung Rad-/Wanderwegeinfrastruktur und begleitender Angebote:	A	Beispiele auf Ortsebene
<ul style="list-style-type: none"> - Lückenschlüsse von Rad-/Wanderwegen, ggf. Neuausweisung von Wegen 		<ul style="list-style-type: none"> - Durch die Windberger Niederung zwischen Krumstedt, Wolmersdorf, Windbergen [und Süderhastedt] - Von Barlt Richtung Gudendorf - Wanderwegeverknüpfung zwischen Albersdorf und dem Riesewohld
<ul style="list-style-type: none"> - Sanierung und Pflege der Rad-/Wanderwege 		<ul style="list-style-type: none"> - Zwischen Wolmersdorf und Meldorf (Marschstraße) - Zwischen Nordermeldorf und dem Speicherkoog - Zwischen Bargenstedt (Nordring) und Sarzbüttel (südwestlich)
<ul style="list-style-type: none"> - Optimierung bzw. Neueinführung der Beschilderung 		<ul style="list-style-type: none"> - Herausstellung und Stärkung Verbindung Albersdorf – Meldorf - Für Radfahrer in Meldorf aus dem Speicherkoog kommend bis zum Dom - Beschilderung Wanderwege im Barlter Kleve
<ul style="list-style-type: none"> - Werbung für die Zertifizierung von Bett& Bike-Betrieben 		<ul style="list-style-type: none"> - In allen Kommunen
<ul style="list-style-type: none"> - Rast-, Radverleih-/Servicestationen 		<ul style="list-style-type: none"> - Überdachung im „Schulwald“ Windbergen anbieten
Stärkung regionaler Produkte und Betriebe:	A	Beispiele auf Ortsebene
<ul style="list-style-type: none"> - Bessere Sichtbarkeit für den Gast - Stärkung Wertschöpfungsketten/Einbindung Gastronomie - Lokale und regionale Aktionen 		<ul style="list-style-type: none"> - Schild zur Meierei Sarzbüttel an der Landesstraße - „Dörfermarkt“ abwechselnd in allen Dörfern einführen, regionale Produkte und (Kunst-)Handwerk, Kenntnisse über den ländlichen Raum vermitteln, Verknüpfung mit Mitmach-Aktionen - Amtsweite Absprache von Öffnungszeiten der Dorfgasthöfe (Jeden Tag ein anderer Gasthof geöffnet) - Weiterentwicklung „So schmeckt Dithmarschen“ – Schlemmerkorb für Touristen anbieten

Nachhaltige touristische Entwicklung

Schlüsselprojekt	Priorität	
Stärkung kommunaler touristischer Infrastrukturen:	A	Beispiele auf Ortsebene
<ul style="list-style-type: none"> - TI Mitteldithmarschen 		<ul style="list-style-type: none"> - Optimierung Erscheinungsbild
<ul style="list-style-type: none"> - Anlage/Verbesserung von Sport-/Freizeiteinrichtungen 		<ul style="list-style-type: none"> - Kontinuierliche Attraktivierung der Schwimmbäder in Bunsloh, Schafstedt, Albersdorf, Meldorf - Modernisierung Badestellen im Speicherkoog
<ul style="list-style-type: none"> - Attraktivierung von Park-/Grünanlagen 		<ul style="list-style-type: none"> - Albersdorf: Attraktivierung des Kurparks und bessere Integration in den Ort, inhaltliche und räumliche Verbindung mit Brahmekampgärten herstellen? - Schafstedt: Aufwertung des Rosengartens und Einfügen in den Ort (Beschilderung, Parkplatzsituation) - Bargesstedt: barrierefreier oder -armer Zugang zu Denkmal und Park herstellen
<ul style="list-style-type: none"> - Inwertsetzung von Landschaftsräumen 		<ul style="list-style-type: none"> - Erschließung Windberger Niederung - Offenbüttel: Weiterentwicklung Offenbütteler Moor - Immenstedt: Inwertsetzung Moor
<ul style="list-style-type: none"> - Schaffung öffentlicher WCs - Optimierung/Schaffung von Spielplätzen 		<ul style="list-style-type: none"> - In allen Kommunen, bes. entlang wichtiger Radrouten und gekoppelt an touristische Einrichtungen

Externe Kommunikation

Schlüsselprojekt	Priorität	Beispiele auf Ortsebene
Optimierung Beschilderung:	A	Beispiele auf Ortsebene
<ul style="list-style-type: none"> - Aktualisierung/Überarbeitung der touristischen Informationen (Schaukästen etc.) vor Ort, dabei möglichst als optische und inhaltliche, mitteldithmarschenweite Einheit 		<ul style="list-style-type: none"> - In allen Kommunen - Gemeinsame Entwicklung
<ul style="list-style-type: none"> - Hinweisschilder auf das Amt und angrenzende Orte an „neuralgischen“ Punkten 		<ul style="list-style-type: none"> - Am NOK verbesserte Hinweise auf das Offenbütteler Moor, Wennbüttel, Schafstedt und Albersdorf - Im Speicherkoog Hinweis auf das Amt und auf Meldorf - In den Zentralorten Hinweise auf die Umgebung und ihre sehenswerten Punkte
<ul style="list-style-type: none"> - Überprüfung der vorhandenen Beschilderungen/ Informationen im Ort, Hinweise auf interessante Punkte im Ort 		<ul style="list-style-type: none"> - In nahezu allen Kommunen notwendig: optisch einheitliche Gestaltung, klare, gut erkennbare Struktur, Hinweise auf sehenswerte Punkte, auf die besondere Lage oder auf Rad-/Wanderwege in umgebende Landschaften ergänzen - Z.B. in Wennbüttel auf den NOK, in Osterrade auf die Eider, in Odderade auf den Riesewohld
Verbesserung online-Auftritt	A	Beispiele auf Ortsebene
<ul style="list-style-type: none"> - Optimierung der touristischen Inhalte verschiedener Internetseiten, Zusammenführung auf echt-dithmarschen.de - Festlegung der Zuständigkeiten - Verstärkung Social Media, Suchmaschinenoptimierung - Verbesserte Darstellung der Kommunen und Leistungsträger 		<ul style="list-style-type: none"> - Optimierung/Aktualisierung und Verknüpfung z.B. der Tourismuseiten des Amtes, der Stadt Meldorf, Albersdorf und Schafstedt sowie weiterer Kommunen, des Vereins region: meldorf aktiv, des Kommunalunternehmens Tourismusförderung Speicherkoog - Zusammenführung auf echt-dithmarschen.de von Dithmarschen Tourismus

Nachhaltige touristische Entwicklung

Schlüsselprojekt	Priorität	
<p>Nachhaltige touristische Mobilität:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Entwicklung von Mobilitätsknotenpunkten - Netz von E-Ladestationen und Verleihstationen - Verbesserung touristische ÖPNV-Anbindung 	B	<p>Beispiele auf Ortsebene</p> <ul style="list-style-type: none"> - Weiterentwicklung Bahnhöfe Meldorf und Albersdorf - E-Bike-Ladestationen und E-Ladesäulen an sinnvollen Standorten; vernetzen
<p>Förderung Beherbergung/Gastronomie:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Unterstützung der Ansiedlung neuer Betriebe und der qualitativen und quantitativen Erweiterungen bestehender Betriebe - Unterstützung der Weiterbildung - Einbindung Gastgeber in Aktionen 	B	<p>Beispiele auf Ortsebene</p> <ul style="list-style-type: none"> - Z.B. Unterstützung entsprechender Vorhaben in Barlt, in Schafstedt, in Meldorf und im Speicherkoog - Weiterbildung und gemeinsame Aktionen aller Gastgeber
<p>Verbesserung Ortsbilder</p> <ul style="list-style-type: none"> - Freundliche Ortsbildgestaltung/Begrünung - Beseitigung baulicher Missstände - Aufwertung zentraler Plätze und ihrer Aufenthaltsqualität, z.B. über Spiel- und Sitzmöglichkeiten 	B	<p>Beispiele auf Ortsebene</p> <ul style="list-style-type: none"> - In allen Kommunen

Externe Kommunikation

Schlüsselprojekt	Priorität	
Vernetzung der Kommunen:	B	Beispiele auf Ortsebene
<ul style="list-style-type: none"> - Verknüpfung über eine gemeinsame Ausrichtung und Aktionen, Themen oder die Kombination unterschiedlicher Themen - Gebündelte Vermarktung durch die TI 		<ul style="list-style-type: none"> - Projektidee „Dorfgeheimnisse“: in jeder Kommune Definition eines besonderen Ortes auf Gemeindegebiet (pikante?! Dorfgeschichte, Geheimtipp der Einwohner o.ä.), Geschichte basteln, besonderen Ort aufwerten (Information, Rastmöglichkeiten, Alleinstellungsmerkmal, z.B. schönste Schaukel Mitteldithmarschens) und Orte auffindbar machen (Beschilderung/App), online-Vermarktung, ggf. Verknüpfung mit Aktionen entlang der Strecke - Projektidee „Eine Woche Mitteldithmarschen“: Zwischen mehreren benachbarten Kommunen in einem bestimmten Zeitraum Abstimmung von Öffnungszeiten und besonderen Angeboten/Aktionen; Unterschiedliche Themenbausteine miteinander kombinieren (z.B. Natur und Kultur, Natur und Kulinarik)



Beispiel „Eine Woche Mitteldithmarschen“:

Mittwoch

- Offene Kirche in Barlt und Ausstellung einer besonderen Devotionalie
- Zugänglichkeit des „Roland“ in der Gastwirtschaft von Windbergen, dazu einen günstigen „Roland-Mehlbeutel“ o.ä.
- Angebot Landschaftsführung durch den Barlter Kleve inkl. Russendenkmal nach Gudendorf
- „Mittwochskaffee“ im Gänsemarkt

Zusätzlich zu den Schlüsselprojekten wird eine amtsweite Verbesserung der Strukturen und der Zusammenarbeit im Tourismus empfohlen:

1) Festigung der Zuständigkeiten im Amt

- Ungünstige auf zu viele Personen verteilte Zuordnung des Tourismus im Amt Mitteldithmarschen durch die Amts-Neustrukturierung verbessert; nun fokussiert sich der Aufgabenbereich auf zwei Personen
- Absprache der Aufgabenteilung mit den Mitarbeiterinnen der TI Mitteldithmarschen
- Notwendig ist nun eine deutliche Kommunikation der Ansprechpartner und ihrer Zuständigkeiten nach außen

2) Verbesserung und Festigung der internen Kommunikation und Zusammenarbeit | Stärkung Tourismusbewusstsein (Priorität A)

- Aufgabe, die „langen Atem“ und engagierte Überzeugungsarbeit erfordert
- Mehrere Vorschläge, wie kurz- und mittelfristig die Kommunikation – insbesondere mit den Kommunen – gestärkt werden kann:
 - Definition und Kommunikation Arbeitsteilung zwischen allen touristischen Ebenen
 - Besserer Informationsaustausch und bessere Vernetzung zwischen Amt/TI und Kommune

3) Überprüfung und ggf. Neuaufstellung der Tourismus-/Gästeservices vor Ort (Priorität B)

- Prüfung der Möglichkeiten für eine Modernisierung der TI Mitteldithmarschen u.a. in Zusammenhang mit dem Steinzeithaus
- Aufgliederung Arbeitspakete und Überprüfung der Verlagerung von Arbeitsschwerpunkten der Mitarbeiterinnen
- In Abstimmung mit Dithmarschen Tourismus Prüfung und ggf. Neuaufstellung der lokalen Tourismusservices

Tourismus in Mitteldithmarschen: Klare Struktur und klare Arbeitsteilung



Fazit Aufgabenteilung:

➔ Dithmarschen Tourismus e.V. gibt den inhaltlichen/strategischen Rahmen vor, an dem sich Amt, Kommune und Leistungsträger ausrichten sollen!

➔ Jeder Akteur hat wichtige Aufgaben!

Definition der „Aufgabe Tourismus“

... das Amt setzt touristische Ziele und Themen und damit einen Rahmen für die Tourismusarbeit im Amt; durch diese Profilierung/Positionierung (über das Tourismuskonzept) profitieren die einzelnen Orte.

... das Amt betreibt stellvertretend eine gemeinsame Tourist-Information, über welche der einzelne Ort vertreten wird und deren Leistungen für alle Orte und ihre Leistungsträger dort erbracht werden.

... das Amt nimmt den Kommunen die gesamte notwendige Kooperations- und Netzwerkarbeit ab (z.B. Zulieferung Inhalte Dithmarschen Tourismus, Information und Betreuung der örtlichen Leistungsträger, Teilnahme Arbeitskreise o.ä.).

... die Tourist-Information kann jede einzelne Kommune bei ihren individuellen Marketingaktivitäten unterstützen (z.B. Plakate für Dorffeste, thematische Flyer etc.).

Was heißt „Übertragung der Aufgabe Tourismus an das Amt“?

...die Kommunen müssen sich nicht selbständig um die oben genannten Aufgaben kümmern.

...richtige, wichtige und langfristig zu tragende Entscheidung der Kommunen: Im Sinne eines großen Ganzen ist dadurch eine bessere Bündelung der Angebote möglich und damit eine größere Präsenz innerhalb Dithmarschens und auf dem touristischen Markt („Gemeinsam ist man stärker! – Und kann dem Gast auch mehr bieten!“).

...es verbleiben immer noch wichtige Aufgaben bei den Kommunen! Der touristische Erfolg ist auch von der lokalen Zuarbeit abhängig!

Empfehlungen zur besseren Vernetzung zwischen Amt und Kommune

- Um wieder eine touristische Austauschplattform zwischen dem Amt/der TI und den einzelnen Kommunen im Amtsgebiet zu schaffen, **Reaktivierung des Arbeitskreises Tourismus**
- Fokus jedoch statt auf reinen Informationsaustausch auf Projektarbeit legen: gemeinsame Erarbeitung von Projekten und Projektinhalten durch die interessierten Kommunen!
 - Anlassbezogene, nicht per se regelmäßige Einladung durch das Amt
 - Freiwillige Teilnahme interessierter Ortsvertreter
 - **Projektbezogene Intensivierung der Absprachen mit den Kommunen**
 - **Initiierung als Aufgabe des Amtes!**
 - **Nach und nach Regelmäßigkeit einführen**
- Nochmaliger Versuch, einen **Tourismusverantwortlichen je Kommune** zu bestimmen; im Regelfall ist dies der Bürgermeister, es ist jedoch sinnvoll, bei Gastgebern (z.B. Gastwirt) mit einem gewissen Eigeninteresse nachzuhaken, inwieweit sie als Tourismusverantwortliche einbezogen werden könnten
 - **Initiative als Aufgabe des Amtes**
 - **Regelung auf Ortsebene als Aufgabe der Bürgermeister**
- Verbesserung **Infoaustausch** innerhalb der Strukturen
 - Bessere Infoweitergabe vom Amt an TI über Hintergründe, Projektentwicklungen/-anträge etc.
 - Bessere Information TI an das Amt über die ausgeführten/auszuführenden Tätigkeiten
 - Bessere Information der Kommunen über die Tourismusarbeit im Amt: z.B. „Jahresbericht Tourismus“ an die Bürgermeister
 - Bessere Abstimmung TI Albersdorf und TI Meldorf
 - **Aufgabe des Amtes**

Handlungsempfehlungen für das Amt Mitteldithmarschen

Aufgaben/Personaleinsatz:

- Stärkere strategische Steuerung der Region, mehr Initiierung der Angebots- und Produktentwicklung als bisher ermöglichen und als Aufgabe wahrnehmen:
 - Prüfung, wie sich Aufgabenverteilung/Zuständigkeiten zwischen Amt und TI optimieren lässt, ggf. Aufgabenverschiebung in der TI hin zu mehr Koordinierung und Entwicklung (Angebots- und Produktentwicklung, sowie Vernetzung)
 - Aktive Einbindung und Nutzung des ehrenamtlichen Engagements in den Tourismusvereinen auch für konkrete Einzelprojekte
 - Es braucht einen Ansprechpartner für Kommunen, der weiterentwickelt!
- Verfassen eines jährlichen Tätigkeitsberichtes und Versand an die Bürgermeister
- Regelmäßiger Evaluation von Maßnahmen einen größeren Stellenwert einräumen

Miteinsatz:

- Personalkosten für die Wahrnehmung aller Aufgaben als dauerhaft größter Posten
- Finanzielle Unterstützung von Projekten mit amtsweiter Bedeutung (vernetzende Aktivitäten!) als deutliches Signal anstreben; Bewertung möglicher Projekte nach touristischem Nutzen, Anzahl beteiligter Kommunen, Umsetzungsstand und -willen etc.
- Lieber weniger Gießkannen- und mehr Leuchtturmprinzip bei Verteilung der knappen Ressourcen
- Keine eigenständige Markenbildung, aber klarere Positionierung und Einbindung in Dithmarschen Tourismus

Zusammenarbeit:

- Außerhalb der Amtsausschüsse aktives Zugehen auf die Bürgermeister aller amtsangehörigen Gemeinden mindestens einmal im Jahr

Nächste Schritte:

- Unmittelbar nach dem Beschluss über das Tourismuskonzept Anstoß für ein gemeinsames, vernetzendes Projekt
 - Beginnen mit relativ leicht, schnell und günstig umsetzbaren Ideen, wo augenscheinlich in vielen Kommunen Bedarf herrscht!, z.B. einheitliche Infotafel, Optimierung Internetseiten
 - Arbeitsschritte:
 - Auswahl Projektidee
 - Aufruf zu einer projektbezogenen Arbeitskreissitzung an die Kommunen
 - Klärung Zuständigkeiten, Verteilung Arbeitspakete und Finanzierung
 - Umsetzung

Handlungsempfehlungen für die Tourist-Information

Aufgaben/Personaleinsatz:

- In Absprache mit dem Amt Schwerpunkt stärker auf koordinierende/kooperative Tätigkeiten legen
- Beschränkung (der Herstellung) eigener Printmedien auf das Nötigste, Digitalisierung vorantreiben
- Bei allen Veröffentlichungen Anwendung eines einheitlichen Corporate Designs im Sinne von Dithmarschen Tourismus
- Regelmäßige Kommunikationsaktivitäten über verschiedene Medien (z.B. Internet/Intranet, Newsletter) lancieren, (ungestörte) Sprechzeiten für Leistungsträger anbieten
- Öffnungszeiten beibehalten und eher noch stärker an die Gäste anpassen - durch Schließtage in der Nebensaison, dafür Sonntags im Sommer öffnen

Optimierung Angebot und Erscheinungsbild im jetzigen Rahmen:

- Informationsmöglichkeit im Außenbereich schaffen
- Inhalte und Angebote Mitteldithmarschens optisch in der Tourist-Information deutlicher herausstellen und Themenschwerpunkte von Mitteldithmarschen stärker in der Dekoration der Tourist-Information aufgreifen
- Ausweitung des Shop-Bereiches um regionale Produkte

Nächste Schritte:

- Kurzfristige Verbesserung des Erscheinungsbildes
 - Klare Strukturierung, Schwerpunkte setzen (z.B. Vielzahl an Infomaterial eher ins Backoffice, nur sehr ausgewählte Informationen ins Schaufenster)
 - Ggf. Anschaffung eines Displays/Bildschirms
- Langfristig
 - Auf Initiative und Aktivität des Amtes Suche eines neuen Gebäudes mit barrierefreiem Zugang und größerem Platzangebot, möglichst bei Erhalt der jetzigen optimalen Lage am Dom

Grundsätzlich soll nach Aussage von Dithmarschen Tourismus das vorhandene CD-Manual einschließlich der Logo-Familie der LTO Dithmarschen bis zum Frühjahr 2021 erneuert werden.

Ein Umzug oder größere Umbaumaßnahmen sollten daher vorher nicht in Angriff genommen werden, aber kleinere Maßnahmen zur Verbesserung des Erscheinungsbildes sind zeitnah anzuraten.

Handlungsempfehlungen für die Kommunen im Amtsgebiet

Aufgaben:

- Themenfeld Tourismus nicht völlig außer Acht lassen: Mitteldithmarschen ist eine Tourismusregion und die Gäste sind auch in jeder Kommune vor Ort!
- Sich der eigenen touristischen „Perlen“ bewusst sein und sie zugänglich und auffindbar machen! – sich mal mit den Augen eines Gastes durch die Gemeinde bewegen
- Überzeugungsarbeit in der Gemeindevertretung

Miteinsatz:

- Ziel muss es sein, das Vorhandene qualitativ zu stärken, zielgruppen- und themenorientiert zu erweitern und besser zu verknüpfen.
- Dauerhafte Finanzierung des Tourismus im Amt sicherstellen
- Investitionen und Erhalt/Pflege der Infrastrukturen gemäß der Schlüsselprojekte

Zusammenarbeit:

- Dithmarschen Tourismus als übergeordnete Vermarktungsorganisation für das Amt Mitteldithmarschen, hält die entsprechenden Strukturen und Möglichkeiten bereit, grundsätzlich Orientierung an deren Themen!
- Beratung und Unterstützung zu touristischen Themen über die Tourist-Information (operative Ebene, Information/Medien/Veranstaltungen) oder beim zuständigen Ansprechpartner im Amt Mitteldithmarschen (Kooperationsprojekte, Fördermanagement) einfordern
- Im Gegenzug aber auch verlässliche Zuarbeit bei Bedarf geben!
- Sich als eine Einheit, eine Region und damit auch zu Meldorf und Albersdorf zugehörig empfinden: Zentralorte brauchen das Umland, um das eigene Angebot abzurunden und umgekehrt genauso!

Nächste Schritte:

- Meldung der kommunalen Bedarfe und Ideen
- Einbringen in Projekte

Handlungsempfehlungen für die touristischen Leistungsträger

Aufgaben:

- Austausch mit den touristischen Akteuren auf allen Ebenen: Holen Sie sich regelmäßig Informationen ein, geben Sie aber auch Ihre Wünsche, Ideen und Anregungen weiter: das ist hilfreich für alle Akteure!
- Angebotsqualität und Auffindbarkeit im Internet sind heute entscheidend: Betrachten Sie Ihr Angebot und den Weg bis zur Buchung einmal mit den Augen eines Gastes und versuchen Sie, Ihrem Gast das Besondere zu bieten (Überraschungsqualität)!
- Zertifizierungen helfen dem Gast bei der Orientierung und machen Ihr Angebot noch einmal in anderer Form für den Gast sichtbar. Nutzen Sie diesen Vorteil!
- Regionale Produkte spielen auch bei Touristen eine wachsende Rolle und das Angebot in Mitteldithmarschen ist groß: vorhandene regionale Produkte und Dienstleistungen für das eigene Angebot nutzen und dies dem Gast zeigen!

Mitteleinsatz:

- Investitionen in Qualität und Angebotserweiterungen - am Besten passend zu den Themen und Zielgruppen, die für Dithmarschen wichtig sind

Zusammenarbeit:

- Dithmarschen Tourismus gibt den übergeordneten Rahmen für den Tourismus in Mitteldithmarschen: Orientieren Sie sich an den gesetzten Zielen, Themen und Zielgruppen! Die touristische Marke, unter der Sie sich positionieren sollten, ist Dithmarschen!
- Ihr erster Ansprechpartner für alle touristischen Fragestellungen ist die Tourist-Information Mitteldithmarschen.
- Holen Sie auch Ihre Gemeinde „ins Boot“!
- Eine Verknüpfung der Tourismusangebote einer Region erreicht man auch durch gegenseitige (Weiter-)Empfehlungen

Tourismuskonzept

... als strategische Arbeitsgrundlage für die weitere touristische Entwicklung des Amtes Mitteldithmarschen

... muss im nächsten Schritt von den Akteuren in operative Arbeitsschritte heruntergebrochen werden

... setzt über die Handlungsfelder und Schlüsselprojekte drei inhaltliche Schwerpunkte:

- Optimierung der Arbeitsstrukturen und -prozesse
- Weiterentwicklung der vorhandenen Infrastrukturen
- Förderung einer stärkeren touristischen Profilierung der Region

... ist dynamisch und muss im Zeitverlauf angepasst werden



Ansprechpartner

Für Projektideen, strategische Fragen, Unterstützung bei der Fördermittelakquise

Amt Mitteldithmarschen
Britta Peters
Tel.: 04832/95 97 173
Mail: b.peters@mitteldithmarschen.de

Für Unterstützung beim Marketing (z.B. für Dorffeste und -angebote), Vermieterberatung, Veranstaltungskalender

Tourist-Information Mitteldithmarschen
Brigitte Friedrichs und Silke Schernewski
Tel.: 04832/97 800
Mail: b.friedrichs@mitteldithmarschen.de
s.schernewski@mitteldithmarschen.de

DISCLAIMER COPYRIGHT – Alle Rechte vorbehalten

Das vorliegende Dokument stellt die Arbeitsergebnisse des Tourismuskonzeptes Mitteldithmarschen für das Amt Mitteldithmarschen dar. Stand der Analysen ist, wenn nicht anders vermerkt, September 2020.

inspektour übernimmt keine Verantwortung oder Haftung für die Vollständigkeit und Richtigkeit der Daten, sowie für Folgeschäden oder Verluste, die aus diesem Konzept resultieren könnten.

Die Inhalte des Dokuments sind geistiges Eigentum des Auftraggebers und der beteiligten Lenkungsgruppe sowie von inspektour. Die verwendeten Bilder dienen lediglich Illustrationszwecken. Sie stehen nicht zur Publikation frei. Fotos ohne Quellenangabe sind entweder Creative Commons (www.pixabay.de, www.freepik.com) oder gehören der inspektour GmbH.

inspektour GmbH
Tourismus- und Regionalentwicklung
Katrín Kotschner
Osterstraße 124
20255 Hamburg

Telefon: 040 4143887416
Telefax: 040 414388744
Mail: katrin.kotschner@inspektour.de
Internet: www.inspektour.de