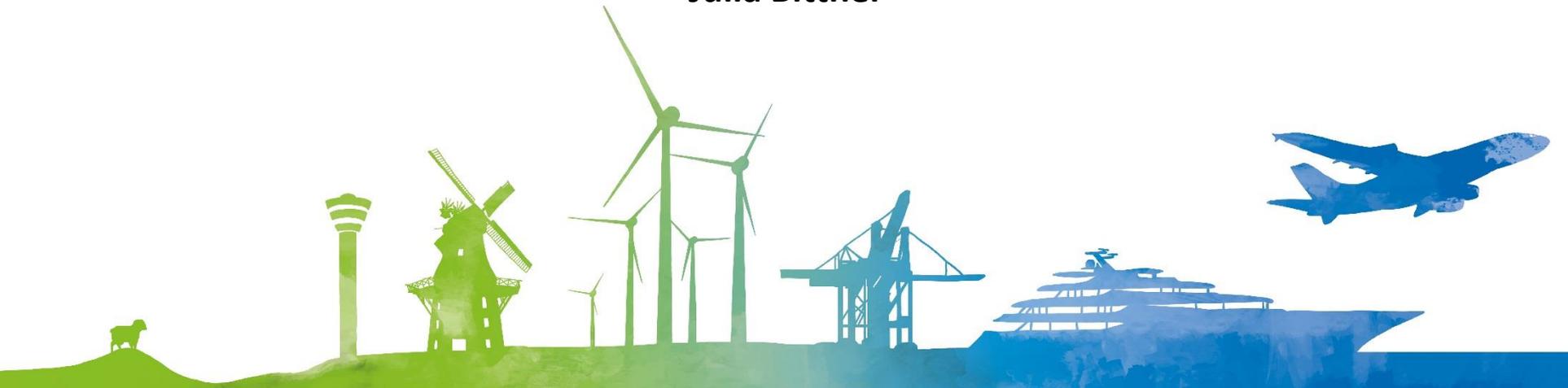

Vorstellung der

Tourismusagentur Nordsee (TANO)

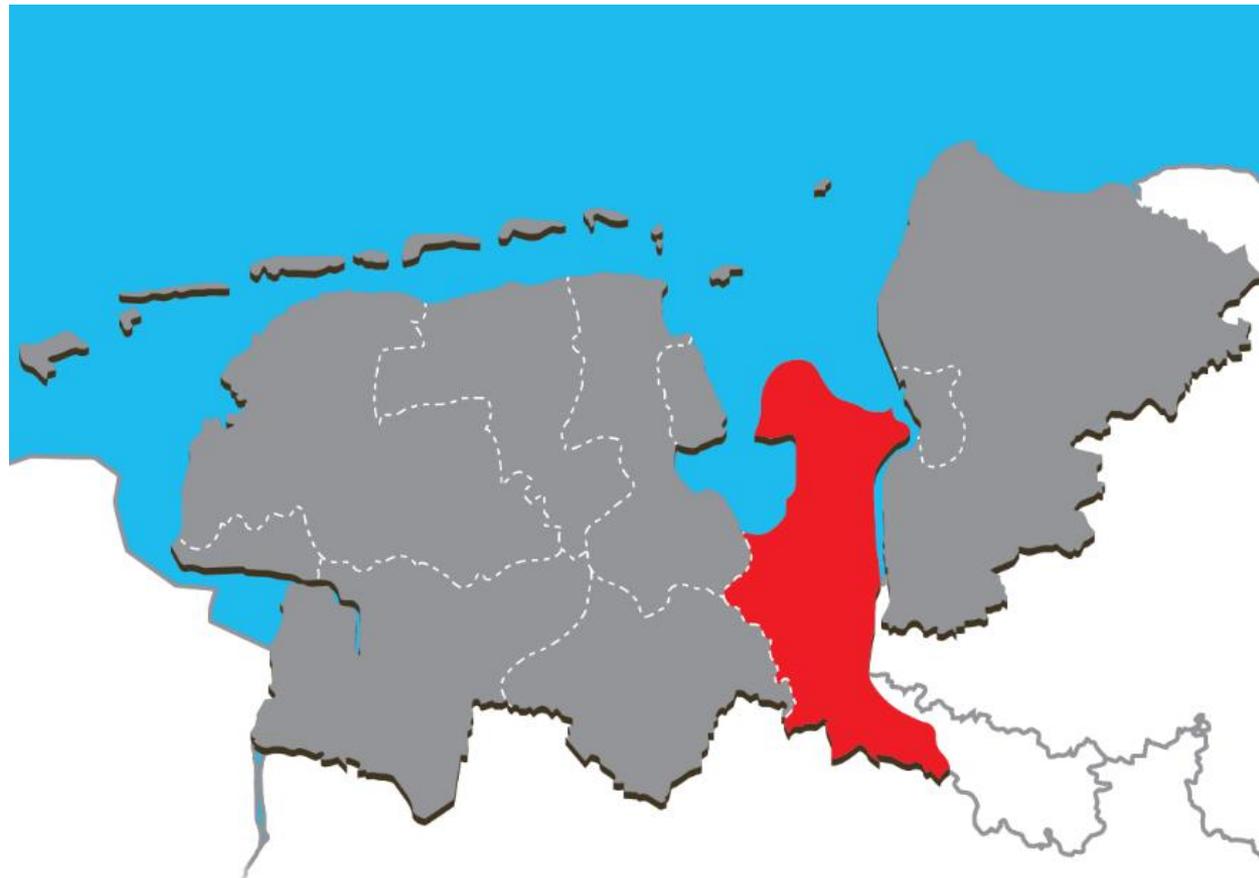
am 01.07.2021 im Ausschuss Tourismus und Marketing
der Gemeinde Ovelgönne

Julia Bittner



Hintergrund

Angesichts der enormen Herausforderungen im Tourismus hat der Tourismusverband Nordsee e.V. 2017 den Nordseestrategieprozess gestartet, mit dem Ergebnis, dass es einer gemeinsamen Struktur bedarf, um den Tourismus zukunftsfähig aufzustellen: die TANO.



- Juristische Prüfung erfolgt
- Konkretisierung der Aufgabenbereiche und Organisationsstrukturen
- Modelle zur Zusammenarbeit mit Teilregionen
- Erarbeitung Finanzierungsmodell
- Grundsatzbeschluss im Kreistag (28.06.) des LK WSM zur Beteiligung an der TANO
- Information an die HVBs zur Finanzierung der TANO im Rahmen der GV Wifö am 29.06.2021 ist erfolgt

Ziel: Gründung TANO zum 01.01.2022

Aufgabenbereiche TANO



Destinations- management

Entwicklung der Destination:
Lebens- und Erlebnisqualität,
Angebot, Innovation, Digitalisierung,
Zusammenarbeit, Know-How,
Kompetenz ...



**Leistungsanbieter,
Unternehmen, Kreise, Städte
und Gemeinden ...**



Destinations- marketing

Marketing für die Destination:
Imageverbesserung, hochwertige
Positionierung, regionale, nationale
und internationale Vermarktung,
Mittelbündelung ...



**Tages- und Übernachtungs-
gäste, Bevölkerung,
Unternehmen ...**

Quelle: ProjectM, Informationsveranstaltung Wesermarsch, 31.03.2021

Abgrenzung zw. TANO und Teilregionen für die jeweiligen
Aufgabenbereiche klar definiert!

Bsp. Marketing-Kampagne

Re-Start Kampagne „KUCK KUCK“

265.000 €
STG Budget (davon 50.000 €
Sonderfördermittel des Landes BW)

ZIELSETZUNG

Awareness (Bekanntheit Schwarzwald steigern) & **Consideration** (Wunsch/Nachfrage nach der Region Schwarzwald als Urlaubsdestination)

ZIELGRUPPE

Sinus Milieus: Liberal-Intellektuelle, Sozialökologische, Performer, Adaptativ-Pragmatische

ZIELMARKT

Deutschland, im Radius von ca. 400 km rund um den Schwarzwald, inkl. Schwarzwald

ZEITRAUM

Ab 28. Mai 2020

KAMPAGNEN SYSTEMATIK

STG ▶ Phase 1 (Image + Inspiration) ▶ Phase 2 (Themen) &
Partner-Beteiligung ▶ Ansprache der interessierten Gäste, die bereits mit der
Kuck Kuck-Kampagne der STG (Phase 1 + Phase 2) interagiert haben

[Mehr Magazine anzeigen](#)



299.000 €
Partner Budget

PARTNER-BETEILIGUNG



Quelle: ProjectM, Informationsveranstaltung Wesermarsch, 31.03.2021

Partner Beteiligung



Systematik: Ansprache Interessierter Gäste, die bereits mit der Kuck Kuck-Kampagne interagiert haben

Zeltraum: seit Ende Juni

Zielsetzung: Image + Performance

Monetäre Beteiligung

- Google Advertising
- Programmatic Advertising
- Social Media
- Programmatic Digital out of Home
- Location Based Marketing
- Netzwerke

über

**82 Mio.
Impressions**

über

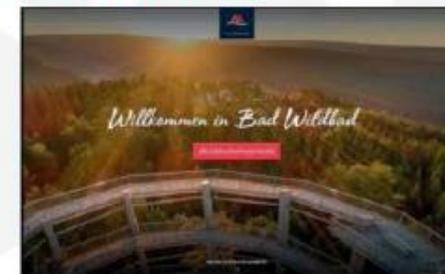
**430.000
Klicks**

Zielmarkt: Deutschland
& Schweiz
(ausgewählte Partner)

Umsetzung am Beispiel Bad Wildbad



ZIELSEITE



Quelle: ProjectM, Informationsveranstaltung Wesermarsch, 31.03.2021

- **Rechtsform:** GmbH
- **Gesellschafter:** Landkreise (Ammerland, Aurich, Cuxhaven, Friesland, Leer, Wesermarsch, Wittmund) und kreisfreie Städte (Emden, Wilhelmshaven, Seestadt Bremerhaven)
- **Unternehmenssitz:** zentral im Verbandsgebiet, bevorzugt Wilhelmshaven

Zusammenwirken der Teilregionen mit der TANO

TANO soll in zwei Stufen umgesetzt werden:

- Stufe 1 (2022-2024):
 - Gründung TANO zum 01.01.2022
 - Verbindliche Kooperationen mit Teilregionen
 - 2024: Evaluation

- Stufe 2 (ab 2025):
 - Integration der Teilregionen: „Integrationsmodell“
 - Gemeinsame Gesellschaft mit drei Geschäftsbereichen:

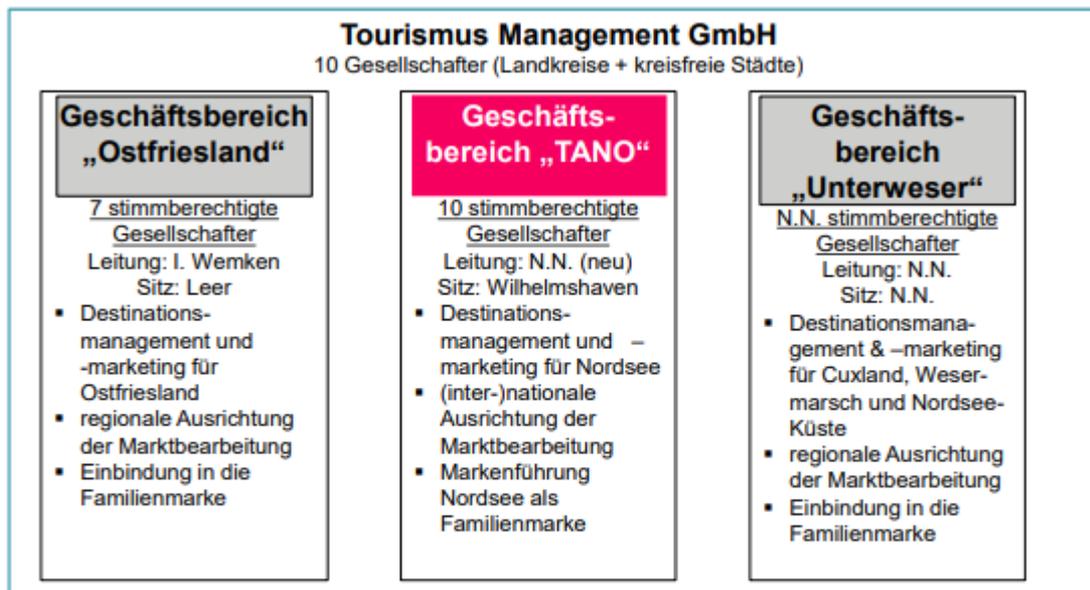


Abbildung 2: Schema für ein mögliches Integrationsmodell zwischen der Tourismus Agentur Nordsee GmbH und den Teilregionen ab 2025, Quelle: PROJECT M 2021

Mehrwerte für die Wesermarsch

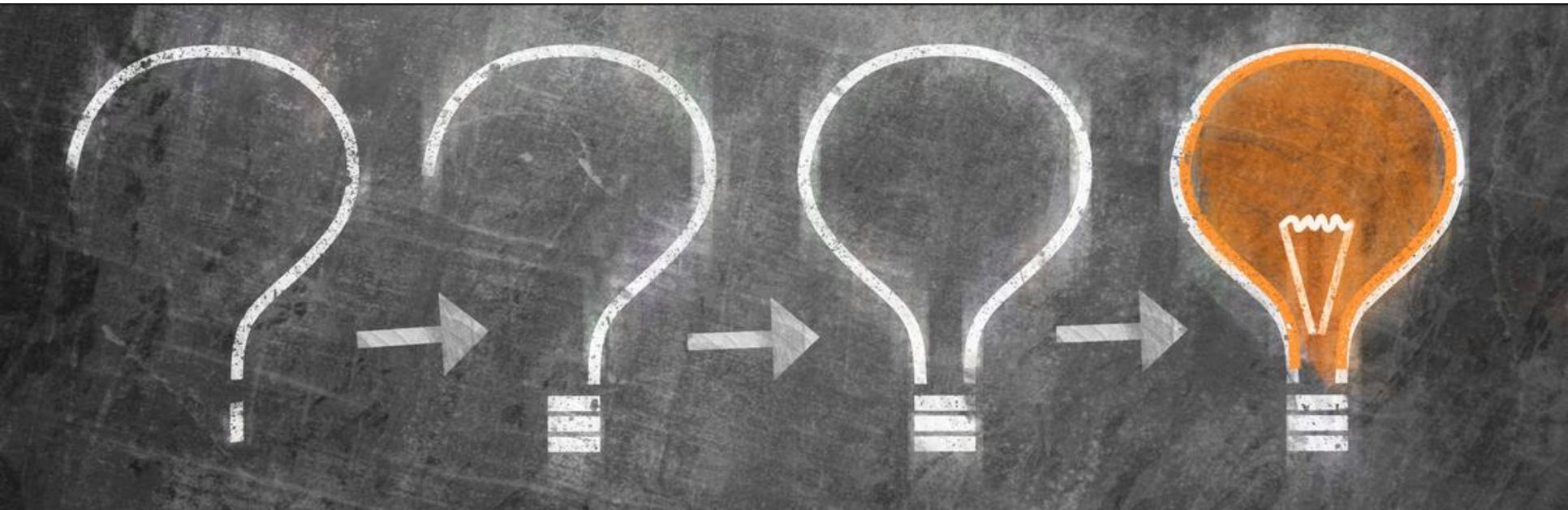
- Steigerung der Wertschöpfung in der Region um 2 % jährlich in den nächsten 10 Jahren (inflationsbereinigt)
- Verbesserung der Marktposition durch Synergien im Zusammenspiel mit der Familienmarke Nordsee
- weg von der starken Hauptsaison-Abhängigkeit
- Veränderung der Gästestruktur: weg von überaltert, traditionell und wirtschaftlich schlechter gestellt
- Verminderung der Abhängigkeit von den Quellmärkten Niedersachsen und NRW
- mehr internationale Gäste
- Schaffung/ Sicherung von qualitativen Arbeitsplätzen
- Ressourcen und Kompetenzen bündeln und neue Aufgaben im Destinationsmanagement erfüllen
- Entwicklung regionsweiter Konzepte für die Daseinsvorsorge, z. B. Mobilitätskonzepte
- Fachkompetenzen bündeln und Vorreiter auf dem Gebiet Wissenstransfer
- Stärkere interkommunale Zusammenarbeit und Abstimmung von Projekten
- Sozial, ökologisch & ökonomisch nachhaltige Investitionen in die touristische Infrastruktur schaffen Erlebnisräume für Gäste und Einwohner
- Stärkere Marktmacht durch einen regionalen Ansprechpartner
- Bewältigung der wirtschaftlichen Probleme in Folge der Corona-Pandemie

Finanzierung

Die finanziellen Beiträge der Gesellschafter gestalten sich auf dieser Grundlage in den ersten vier Betriebsjahren wie folgt:

	Finanzierungsanteil nach Jahren						
	2022	2023	2024	2025			
				Kooperation		Integration	
	absolut	absolut	absolut	absolut	in %	absolut	in %
LK Ammerland	50.000 €	66.793 €	66.858 €	73.273 €	7,8%	64.058 €	8,0%
LK Aurich	93.825 €	159.686 €	159.942 €	185.098 €	19,6%	148.961 €	18,6%
LK Cuxhaven	74.430 €	118.578 €	118.749 €	135.611 €	14,4%	111.388 €	13,9%
LK Friesland	61.601 €	91.383 €	91.499 €	102.874 €	10,9%	86.533 €	10,8%
LK Leer	59.442 €	86.808 €	86.914 €	97.366 €	10,3%	82.351 €	10,3%
LK Wesermarsch	45.278 €	56.786 €	56.831 €	61.226 €	6,5%	54.912 €	6,9%
LK Wittmund	64.108 €	96.698 €	96.824 €	109.272 €	11,6%	91.391 €	11,4%
Stadt Emden	40.280 €	46.192 €	46.215 €	48.473 €	5,1%	45.229 €	5,7%
Stadt Wilhelmshaven	45.450 €	57.150 €	57.195 €	61.664 €	6,5%	55.244 €	6,9%
Seestadt Bremerhaven	48.096 €	62.758 €	62.814 €	68.415 €	7,3%	60.370 €	7,5%
SUMME	582.509 €	842.831 €	843.842 €	943.273 €	100%	800.438 €	100%

Fragen und Anmerkungen



Nächste Schritte

- Konkretisierung der Finanzierung im Rahmen einer Bürgermeisterkonferenz (Termin in Abstimmung)
- Abstimmung zur „Unterweser“-Zusammenarbeit am 06.08.2021 seitens der WSM mit Teilnahme Wifö/TGW und TSB (Kowitz)
- Gründung der TANO zum 01.01.2022

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

Wirtschaftsförderung Wesermarsch GmbH

Touristikgemeinschaft Wesermarsch

Max-Planck-Straße 4

26919 Brake

Tel. 04401/996900

info@wesermarsch.de

www.wesermarsch.de

www.nordseejadeweser.de

„Bei Bedarf“ - Folien

Tätigkeitsbereich TANO

	Tätigkeitsbereich	Inhalte	Finanzierung	Entscheidungen
„Eigelb“	Bereich „Grund-/Kernaufgaben“	strategischer Gesamtrahmen des Destinationsmanagements	gemeinschaftlich von allen Gesellschaftern nach Finanzierungsschlüssel	bei allen wichtigen Fragen einstimmig
„Eiweiß“	Bereich „Privatwirtschaftlicher Leistungsverkauf“	vorgefertigter Leistungskatalog der TANO	Verkauf von Einzelleistungen und Paketen	mehrheitlich, „one person, one vote“
	Bereich „Auftragsdienstleistungen/ Geschäftsbesorgung“	individuelle Vereinbarungen zur Leistungsübernahme	durch den Auftraggeber (Vollkosten)	mehrheitlich zur Annahme des Auftrags

Quelle: ProjectM, Informationsveranstaltung Wesermarsch, 31.03.2021

Bsp. Aufgabenabgrenzung

	TANO	Teilregionen
Bilddatenbank	Entwicklung gemeinsam getragener Bildsprache; Weiterentwicklung bestehender Bilddatenbank-Lösungen zum regionalen Standard	Gemeinsame Bilderdatenbank, die bestehenden Bilderstock gegenseitig nutzbar macht
Routenplaner-Systeme	Zusammenführung der bestehenden Systeme; Nutzung bestehender Ressourcen	Beteiligung und Mitwirkung an den Maßnahmen der TANO
Website	Eigene Website, die auf Websites der Teilregionen verweist; Inspirationsfunktion; Content-Strategie	Vollständige Informationen zum Angebot in den Teilregionen; Bereitstellung von Content
Social Media	Entwicklung eines Themenplans in Abstimmung mit den Teilregionen; z. T. zentrale Abwicklung	Abwicklung der Social Media-Aktivitäten
Digitale Zusammenarbeit / B2B-Websites	Moderation der Partner zur Wahl gemeinsamer Systeme	Verständigung auf gemeinsame Systeme; bestehende Systeme werden bevorzugt

Quelle: ProjectM, Informationsveranstaltung Wesermarsch, 31.03.2021

Die (neue) Rolle der TGW

- Touristische Marke Wesermarsch weiterentwickeln und mit TANO verknüpfen
- Vermittler / Koordinator zwischen TANO und Kommunen
- Ansprechpartner und Organisator für landkreisweite Themen und Projekte
- Gemeinsame Stimme der Wesermarsch gegenüber der TANO und anderen Gremien
- Qualifizierung und Unterstützung der Betriebe, Qualitätsinitiativen
- Touristische Infrastruktur (z.B. Radwege, Wanderwege)

Es gilt der Grundsatz: Doppelstrukturen vermeiden!