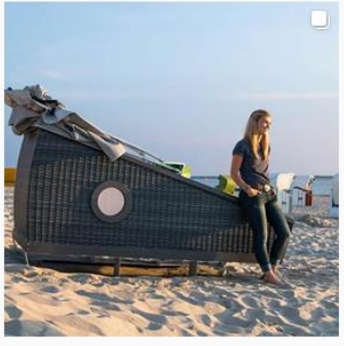
Föhr – Update Tourismuskonzept 2021*

***Ergänzung zum Tourismuskonzept 2019**

Schlüsselprojekte April 2021



Hinweis: Aus Lesbarkeitsgründen wird in vorliegender Präsentation die männliche Sprachform verwendet. Hiermit ist keine Benachteiligung des weiblichen Geschlechts verbunden. Die sprachliche Vereinfachung ist als geschlechtsneutral zu verstehen.

Impressum „Update Schlüsselprojekte 2021“

Auftraggeber

Stadt Wyk auf Föhr

Der Bürgermeister

Hafenstraße 23

25938 Wyk auf Föhr

Erstellt durch

PROJECT M GmbH
Büro Hamburg

Gurlittstraße 28
20099 Hamburg

E-Mail: hamburg@projectm.de
www.projectm.de

Projektteam

Peter C. Kowalsky, Dr. Gina Wagener

Inhaltsverzeichnis

1. Einführung
2. Leitziele, Leitlinien und Positionierungsstrategie
3. Ausgewählte Schlüsselprojekte 2019
4. Erweiterung der Schlüsselprojekte 2021
   - 4.1 Inwertsetzung Mittelbrücke in Wyk
   - 4.2 Digitale Info-Stelen (Neues Services-Design)
   - 4.3 Ausbau & Förderung klimafreundlicher Mobilitätsangebote
   - 4.4 Touristische Inwertsetzung des Hafenquartier-Westkaje
   - 4.5 Erlebnisinszenierung „Mühle in Wrixum“
   - 4.6 Insulare Kulturförderung
5. Umsetzungsprozess

Quelle: PROJECT M

1 Einführung

Quelle: PROJECT M

Anlass für die Erweiterung der Schlüsselprojekte 2021.

Die Nordseeinsel Föhr verzeichnete bis zum Eintreten der Corona-Pandemie 2020 eine sehr erfolgreiche Tourismusentwicklung und positive Wachstumsdynamik bei den Gäste- und Übernachtungszahlen. Entsprechend gestiegener Anforderungen im Bereich **digitale Services und Erlebnisse**, einem veränderten **nachhaltigen Reisebewusstsein** erfolgte im Tourismuskonzept 2019 die **Ausrichtung als nachhaltige Reisedestination** und Entscheidung, sich **als bewusste, qualitätsorientierte Entschleunigungsdestination zu profilieren**. Mit Blick auf die nachhaltige Steigerung der regionalen Wertschöpfung und einer moderaten Steigerung der Gäste- und Übernachtungszahlen in den Saisonnebenzeiten fokussierte das **Update 2019 des Tourismuskonzeptes Föhr** die …

- **Neuausrichtung der Marke „Föhr“** unter Berücksichtigung Evaluierung der Tourismusstrategie Schleswig-Holstein 2018/19 und der Einbindung der **Nachhaltigkeitsinitiative Föhr green**,
- **Nachjustierung der Entwicklungsziele** sowie die Schärfung von prägenden **Themenprofilen** und **Zielgruppen**,
- Aufstellung von Handlungsfeldern, Maßnahmen und Impulsprojekten für **mehr nachhaltige Qualität und Wertschöpfung**,
- Erstellung eines fokussierten Handlungsplans, mit **Schwerpunkten auf eine nachhaltige Tourismusentwicklung**.

Update 2021: Die Effekte der Corona-Pandemie haben das Nachfrageverhalten der Gäste und die Anforderungen an den Tourismus insbesondere im digitalen Service und Erlebnisinfrastruktur deutlich verändert. Die Zunahme an innerdeutschen Reisen zur Hauptsaison (Urlaub im eigenen Land) sowie das weiterhin klimabedingte Nachfragewachstum in der Nebensaison erfordern eine erneute Überprüfung und Nachjustierung der Leitziele, Handlungsfelder und Schlüsselprojekte. Zentrale Einfluss- und Erfolgsfaktoren, wie Digitalisierungskompetenz, Besucherlenkung und nachhaltige Mobilitätskonzepte, noch stärkerer Qualitätswettbewerb sowie einer der Erhalt des nachhaltigen Lebens- und Erlebnisraumes für Gäste und Einheimische müssen neu bewertet werden. Insbesondere die definierten Schlüsselprojekte der Strategie 2019 wurden daher kritisch reflektiert, wo erforderlich weiterentwickelt und auch neue Schlüsselprojekte zur nachhaltigen Entwicklung der Insel definiert. In diesem Update 2021 / Anlage zum Tourismuskonzept 2019 werden nach Abstimmung mit der Stadt Wyk auf Föhr und der Föhr Tourismus GmbH (FTG) die Anpassungsbedarfe an die Leitziele und Handlungsfelder des Konzeptes 2019 kompakt bewertet und neue Schlüsselprojekte zur qualitativen und wettbewerbsfähigen Weiterentwicklung des Tourismus ergänzt. Weitere Veränderungen der Einflussfaktoren und der Rahmenbedingungen für den Tourismus können in den nächsten Jahren weitere Anpassungen des Tourismuskonzepts und die Definition neuer Schlüsselprojekte erforderlich machen.

2 Leitziele, Leitlinien und Positionierungsstrategie

Quelle: PROJECT M

Die definierten Leitziele für den Tourismus haben während bzw. nach der Corona-Pandemie bestand. Nachhaltigkeit gewinnt weiter an Bedeutung.

Profilierungsziele (Nachhaltigkeit)

- **Nachhaltige Reisedestination und Tourismusentwicklung**
  - Übernahme einer Vorreiterrolle im Bereich Nachhaltigkeit CO_2-Neutralität/nachhaltige Mobilität (Anreise/Vor Ort)
    # Nachhaltigkeitszertifizierung
    # CO_2-Ausstoßmessung
  - Platz 1 bei Nachhaltigkeitswahrnehmung der Gäste im SH-Vergleich

- **Profilierung als Entschleunigungs-destination**
  - Mit hohem Erholungswert („raus aus dem Alltag“)
  - Mit herausragenden Aktiv-Naturerlebnissen
  - Mit genussvoller Entspannung und Regeneration

Ökonomische Ziele

- **Nachhaltige Steigerung der regionalen Wertschöpfung**
  - Steigerung der Nutzung nachhaltiger Angebotsformen
  - Höhere Wertschöpfung in allen touristischen Segmenten

- **Ausweitung der Saisonzeiten**
  - Bessere Auslastung in der Nebensaison
  - Gini-Koeffizient von Föhr von 2018 0,40 → Zielwert: 0,36

- **Moderate Steigerung der Gäste- und Übernachtungszahlen**
  - Neues Ziel: 2,0% p.a. nach Neueröffnung AQUAFÖHR (3,5% September – April; 3,0% im Mai / Juni; kein Wachstum Juli / August)
  - Moderater Ausbau und Diversifizierung des Angebots durch markenkonforme, neue Hotelkonzepte / AQUAFÖHR
  - Erhöhung der Zimmerauslastung in der Nebensaison

Qualitätsziele

- **Steigerung einer markenkonformen Service- und Erlebnisqualität an allen Kontaktpunkten des Gastes**
  - Verbesserung von Inspiration und abgestimmter Kommunikation
  - Optimierung von Anreisequalität / Binnenmobilität
  - Optimierung der Erlebniseinrichtungen / Wellnessangebote
  - Umsteigemöglichkeiten auf nachhaltige Verkehrsangebote
  - Verbesserung der Kundenbindung

- **Steigerung der Qualität des Beherbergungsangebotes**
  - Steigerung des Trust-Scores von 88,6 (2018) auf 90 Punkte

- **Schaffung ökologisch nachhaltigerer Angebote**
  - Plastikfreie Beherbergung / Gastronomie
  - Steigerung des Angebots und der Nutzung von Sharing-Angeboten / E-Mobilität

Zusammenarbeit und Lebensraummanagement werden zu immer wichtigeren Leitlinien für die nachhaltige Tourismusentwicklung und Inselentwicklung.

Mehr Fokussierung

- **Gemeinsame Ausrichtung aller Gemeinden in der Marktbearbeitung** auf Leitzielgruppen und Profilthemen
- **Fokussierung der Marktbearbeitung** der FTG auf ausgewählte Quellmärkte (Abstimmung mit NTS)
- **Optimierung der Einbindung des nachhaltigen Markenprofils** in die Markenarchitektur und Markt-bearbeitung der NTS & TA.SH

Zusammenarbeit, Organisation und Kommunikation

- **Tourismuskonzept** als **Grundlage** für eine inselübergreifende strategische Destinationsentwicklung
- **konsequente Mitwirkung an der Markenerlebbarkeit** (gemeinsam, motiviert, engagiert, professionell)
- **Transparenter, dialogorientierter** und kontinuierlicher **Umsetzungsprozess in gemeinsamer Verantwortung**
- **Verbesserung** der internen **Kommunikations- und Informationsqualität** (digitale Schnittstellen und Informationssysteme) zwischen den Gemeinden, der Stadt Wyk und FTG sowie Einbindung der Betriebe.
- **Verbesserung des Austausches** mit den übergeordneten und benachbarten Tourismusorganisationen

Positionierungsstrategie der Insel Föhr bleibt unverändert und fokussiert die Profilierung als nachhaltige Entschleunigungsdestination.

Das Markendach „Föhr“ und das besondere Leistungsversprechen an den Gast fokussiert weiterhin die Aufladung der Profilthemen „Aktives Naturerleben“ und „Gesundes Genießen“. Sie bilden das Fundament der themenspezifischen Ausrichtung der Insel und entsprechend dem Corona-bedingt gestiegenen Trend nach aktiver Erholung in der Natur und der Notwendigkeit nach Regeneration vom gestiegenen Alltagsstress. Durch die bereits initiierte Nachhaltigkeitsinitiative „FÖHRgreen“ wird das ökologische Bewusstsein und Erlebnis einer nachhaltig agierenden Insel an allen Kontaktpunkten des Gastes spürbar und wirkt sich besonders auch auf die Authentizität und Glaubwürdigkeit der Destination aus.

Die Themen „Radfahren“ sowie „Strand und Wattenmeer“ sowie „Wellness“ und „Erholen“ jeweils die prägenden Profilspitzen. Mit der Fokussierung soll eine starke, qualitative und nachhaltige Differenzierung erreicht werden.

Die weiteren Angebotsthemen innerhalb der Profilbereiche, deren Bedeutung lokal stark variieren kann, werden in der Marktbearbeitung nicht übergreifend fokussiert bzw. es erfolgt keine hervorgehobene Position im übergreifenden Marketing.

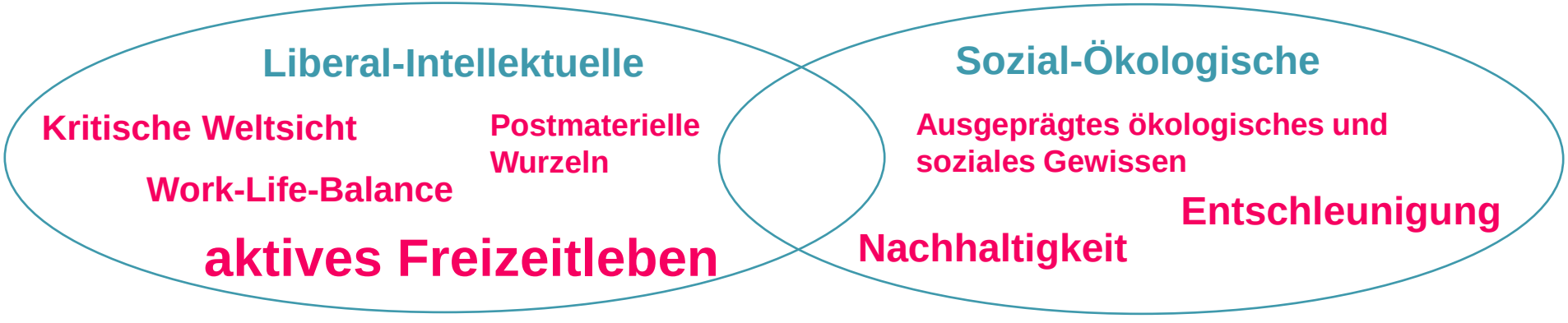
Eine Top Service- und Erlebnisqualität im analogen wie digitalen Bereich sowie ein konsequenter Fokus auf Nachhaltigkeit bilden die essentielle Grundlage für eine erfolgreiche Tourismusentwicklung. Eine Reihe an weiteren Basisthemen runden das Angebot ab, ohne dass sie in der Kommunikation in den Vordergrund gestellt werden.

Quelle: Positionierungsstrategie Föhr (2019)

Drei Zielgruppen für die Ausgestaltung der Kommunikation sowie die Entwicklung von Angeboten, Produkten und Begleitinfrastruktur.

- **Familien mit Kindern**
  (Kinder im Alter von 0-2 | 3-5 | 6-14 Jahren)
- **Singles und Paare im mittleren Alter**
  (45-65 Jahre) (Empty Nester)
- **Singles und Paare ab 65+** (Best Ager)

Insbesondere für die Marketingkommunikation nach „außen“ empfiehlt sich die Anwendung werte- und lebensstilorientierter Zielgruppensystematiken, wie die der Sinus-Milieus, für eine noch effektivere Zielgruppenansprache.



- Anspruch an Qualität von Essen und Trinken
- Höherer Bildungsabschluss
- Durchschnittliches bis überdurchschnittliches Einkommen
- Freizeitinteresse: Sport (Rad fahren), gut Essen gehen, Zeit in der Natur / mit der Familie verbringen

Quelle: https://www.sinus-institut.de/sinus-loesungen/sinus-milieus-deutschland/

In der Umsetzung liegt der Fokus auf Schlüsselprojekte, die entscheidende Impulse und Mitnahme- / Wirkungseffekte für den Umsetzungsprozess leisten.

1. Schlüsselprojekte müssen einen **erheblichen Beitrag für die Erreichung der Ziele** des Tourismuskonzeptes leisten. Sie sollen für die zukünftige Ausrichtung des Tourismus und der nachhaltigen Inselentwicklung ein sichtbares Zeichen setzen.
2. Schlüsselprojekte sollen mit ihrer Wirkung **mehrere Handlungsfelder positiv beeinflussen** und infolge der Auswirkungen der Corona-Pandemie, **richtungsweisende Impulse für** den **Tourismus und** die **Tourismuswirtschaft** setzen
3. Die durch die Schlüsselprojekte ausgelösten Wirkungen und **Impulse sollen über kurzfristige Effekte hinausgehen** und eine **große Mobilisierungswirkung** auslösen.
4. Schlüsselprojekte müssen nach Beschlusslage durch die kommunalen Gremien **ohne große Hürden** und **zügig umsetzbar** sein.
5. **Erfolg und Wirksamkeit** eines Schlüsselprojektes müssen **definierbar** sein und später **gemessen werden können.**
6. Die Auswahl der Schlüsselprojekte muss eine angemessene **Aktivierung und Mitwirkung aller am Tourismus Beteiligten sicherstellen.**

3 Ausgewählte Schlüsselprojekte (2019)

Quelle: PROJECT M

14 Maßnahmen leisten einen besonders großen Beitrag zu den Leitzielen. Diese stehen im Mittelpunkt der Umsetzungsplanung des ersten Jahres.

SP	Schlüsselprojekte 2019	HF 1 Infrastruktur-verbesser-ung	HF 2 Nachhaltig keit	HF 3 Angebots-ausbau	HF 4 Marketing- und Vertriebs-planung	HF 5 Qualitäts-standards	HF 6 Organisations -entwicklung
SP1*	Neues AQUAFÖHR	+++ *	++	+++	++	+++	-
SP2	Sandaufspülung	+++ *	+	+++	++	+++	-
SP3*	Revitalisierung Historischer Nordsee-Kurpark Wyk	+++ *	+	+++	++	+++	-
SP4*	Optimierung Radinfrastruktur	+++ *	++	++	+	+++	-
SP5	Ausbau des WLANs	+++ *	+	+++	++	++	-
SP6	Incentives für nachhaltige Anreise	+	+++ *	+	+++	+	-
SP7*	Strategie & begleitende Kommunikation FÖHRgreen	++	+++ *	++	+++	+++	+
SP8*	Moderater Ausbau Hotelkapazität	+++	++	+++ *	++	+++	-
SP9*	Neues Nationalparkhaus	+++ *	++	+++	++	+++	-
SP10	Optimierung / Weiterentwicklung Themenrouten	++	++	+++ *	++	++	-
SP11	Neuausrichtung Content-Strategie	-	++	++	+++ *	++	+++
SP12	Kommunikationskonzept für eine Profilspitze	+	+	++	+++ *	++	+
SP13	Kommunikationskonzept der Themenwege	+	++	+	+++ *	+	++
SP14*	Aufbau Produktmanagement	+	+	+++	++	++	+++ *

*weiter für den Start bereits als Eckpunkte ausgearbeitete Schlüsselprojekte

(-) kein Wirkungsbeitrag, (+) geringer Wirkungsbeitrag, (++) mittlerer Wirkungsbeitrag, (+++) großer Wirkungsbeitrag; (*) zentrales Handlungsfeld des Schlüsselprojektes

Für den Start der Maßnahmen- und Umsetzungsplanung wurden für sieben Schlüsselprojekte bereits erste Schritte zur Umsetzung ausgearbeitet (1/2).

Schlüsselprojekte	Beitrag zur Zielerreichung
Neues AQUAFÖHR	▪ Verbesserung der Qualität des Wellness- und Gesundheitsangebots ▪ Attraktive Angebote für die Nebensaison ▪ Neue Angebote für alle Zielgruppen, insbesondere für Familien und Best Ager ▪ Profilierung als Entschleunigungsdestination ▪ Professionelle Angebote zur Profilspitze „Wellness“
Revitalisierung Historischer Nordsee-Kurpark Wyk	▪ Revitalisierung des historischen Nordsee-Kurparks als Ort für Begegnung, Gesundheit, Kultur und Wissenschaft ▪ Ausbau von Gesundheitsangeboten rund um Meeresheilkunde, Luftkuren, Klimatherapie und Bio-Klimatischer Forschung im Kurpark-Veranstaltungszentrum ▪ Schaffung von Kunst und Kulturprogrammen auf einer Freilichtbühne im Park ▪ Erhöhung des Freizeitwertes für Anwohner, Tages- und Übernachtungsgäste ▪ Profilierung als Entschleunigungsdestination
Optimierung Radinfrastruktur	▪ Optimierung der Attraktivität des touristischen Radwegenetzes und der radtouristischen Infrastrukturqualität: einheitliche, gut lesbare und saubere Beschilderung, Bänke und Tische entlang der Wege, guter Straßenbelag, ausreichende Straßenbreite, keine Lärm- / Staubbelästigung / Kfz-Verkehrsbelastung, Infotafeln, Fahrradständer, Schutzhütten, gelungene Themenwege ▪ Verbesserung der Binnenmobilität und dadurch Schaffung von Anreizen ohne Auto anzureisen ▪ Ausbau der nachhaltigen Angebote / Freizeitgestaltungsmöglichkeiten ▪ Gewährleistung eines optimalen Vor-Ort-Erlebnisses für Radtouristen ▪ Prüfung und Ausarbeitung von Maßnahmen auf Basis des bestehenden ADFC-Prüfberichtes „RadReiseRegion“
Moderater Ausbau Hotelkapazität	▪ Erweiterung und Verbesserung der Qualität des Unterkunftsangebots ▪ Ausweitung der Vielfalt des Unterkunftsangebots ▪ Schaffung neuer Anziehungspunkte in der Nebensaison und damit Ausweitung der Saisonzeiten ▪ Neue Angebote für alle Zielgruppen, insbesondere für Familien und Empty Nester ▪ Steigerung der Gäste- und Übernachtungszahlen ▪ Schaffung ökologisch nachhaltigerer Unterkunftsangebote

Für den Start der Maßnahmen- und Umsetzungsplanung wurden für sieben Schlüsselprojekte bereits erste Schritte zur Umsetzung ausgearbeitet(2/2).

Schlüsselprojekte	Beitrag zur Zielerreichung
Planung und Bau neues Nationalparkhaus	▪ Diversifizierung und Verbesserung der Qualität des Angebots ▪ Erhöhung des Freizeitwertes und der Erlebnisqualität für Anwohner, Tages- und Übernachtungsgäste ▪ Schaffung neuer Anziehungspunkte in der Nebensaison (Ausweitung der Saisonzeiten) ▪ Schaffung nachhaltiger Angebote (Gebäude mit besserer Energiebilanz) ▪ Schaffung neuer Bildungsangebote, insbesondere für Familien
Strategie & begleitende Kommunikation FÖHRgreen	▪ Wahrnehmung Föhrs als nachhaltige Destination in allen relevanten Quellmärkten. ▪ Förderung der nachhaltigen Tourismusentwicklung ▪ Ansprache neuer und umweltbewusster Zielgruppen → zur Steigerung wertschöpfungsstarker Gäste- und Übernachtungszahlen → umweltschonenderes Verhalten der Gäste bei der Anreise und vor Ort ▪ Beitrag zum Klimaschutz zur Sicherung des eigenen Angebots und der Wettbewerbsfähigkeit
Aufbau Produktmanagement	▪ Qualifizierung einzelner Produktkategorien, u. a. das Stranderleben: Angebotsentwicklung und Qualitätssicherung ▪ Strategische Bearbeitung der einzelnen Profilthemen (Zielgruppendefinition, Quellmärkte, Unterthemen etc.) ▪ Beitrag zur Positionierung durch gezieltes Storytelling / Content-Entwicklung ▪ Steigerung der Service- und Erlebnisqualität an allen Kontaktpunkten des Gastes ▪ Klare Aufgabenzuordnung innerhalb der FTG ▪ Ansprechpartner für Leistungsanbieter und weitere touristische Akteure

Umsetzungsfahrplan

4Q19	bis 1Q20	bis 2Q20	bis 3Q20	bis 4Q20	bis 1Q21	ab 2Q21
Architektur-Wettbewerb	Ausschrei-bungen	Zukunfts-konzept	Genehmigungs planung	Ausschrei-bungen	Ausführungs-planung	Baubeginn & Baubegleitung

Federführung

- Wyk auf Föhr Touristik GmbH

Partner

- Föhr Tourismus GmbH
- Stadt Wyk auf Föhr

Kurzinformation

Das derzeitige AQUAFÖHR ist nicht mehr wettbewerbsfähig und bedarf einer komplett Überholung im Sinne eines modernen, energieeffizienten Neubaus. **Mit dem Neubau des AQUAFÖHRS** wird eine deutliche Attraktivitätssteigerung des Wellness-, SPA und Gesundheitsangebots sowie Freizeit-angebotes erreicht, auf der eine zielgruppenorientierte Angebotsgestaltung aufbauen kann. Mit nach-haltiger Bauweise und effizienten Betriebskonzepten können zudem die Energie- und Betriebskosten im Sinne der Nachhaltigkeit und passend zu den Qualitätsmerkmalen „FÖHR“green deutlich optimiert werden. Durch die Umsetzung erhält die gesamt Region eine neue Wellness- & Freizeitattraktion.

Zielsetzung der Maßnahme

- Neues Wellnesshighlight und Entschleunigung für Familien und Best Ager
- Verbesserung der Qualität des Wellness-, SPA und Gesundheitsangebots
- Erhöhung des Freizeitwertes für Anwohner, Tages- und Übernachtungsgäste
- Gezielte Steigerung der Attraktivität und Angebotsqualität in der Nebensaison
- Profilierung als hochwertige Entschleunigungsdestination über professionelle Angebote zum Profilthema „Gesundes Genießen“ und den Profilspitzen „Wellness“ und „Erholung“

Übergeordnet: *Positionierung Föhrs als nachhaltige und entschleunigende Destination mit einem ganzheitlichen und professionellen Wellness- und Gesundheitsangebot, das auf verschiedene Zielgruppenanforderungen ausgerichtet ist.*

Monitoring

- Gästebewertungen und -befragungen
- Besucherzahlenmessung
- Zahl gebuchter Anwendungen (eigene Gäste / Angebotspakete)

Neues AQUAFÖHR

Quelle: PROJECT M

Budget (Kostenschätzung)

Planung	**Vorprüfungen /-planungen** 30T €- 60T € **bis Ausführungsplanung:** 50T €- 100T €
Investition Investitionsspanne Laufende Kosten p.a.	**Investive Maßnahmen:** 40 – 45 Mio. je nach Gesamtkonzept / Baukosten inkl. Inselzulage **Lfd. Kosten:** je nach Konzept (s. Machbarkeit)
potenzielle Förderwege	**Eigenbeteiligung** ▪ Stadt Wyk auf Föhr **Förderung / Kooperationen** ▪ Europäischen Fonds für regionale Entwicklung(EFRE) ▪ Investitionsbank Schleswig-Holstein (IB.SH) ▪ Investor (Planung/ Umsetzung) Hotelneubauten

Neues AQUAFÖHR

Konkrete Maßnahmenbeschreibung

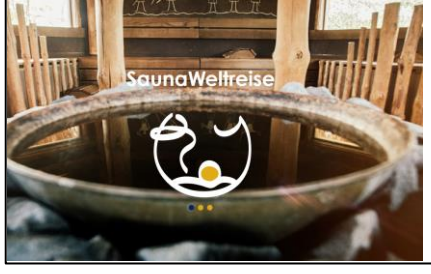
Konzeption:

- **Ausarbeitung eines Zukunftskonzeptes** basierend auf der vorliegenden Machbarkeitsstudie
- **Konkretisierung eines Flächennutzungskonzepts** des künftigen Gebäudezuschnitts / der künftigen Gebäudefläche auf Grundlage der Grobkonzeption der verschiedenen Bereiche (Sauna, Schwimmbad, SPA-Bereich, Gastronomie etc.) – Anbindung an Hotelentwicklung
- **Vertiefendes Konzept zu Architektur & Gestaltung** der einzelnen Bereiche (Sauna, Schwimmbad, SPA-Bereich, Gastronomie etc.)
- **Tourist-Information:** Integrierter Gestaltungsentwurf entsprechend verfügbarer Serviceleistungen
- **Wirtschaftlichkeitsberechnung** des Projektvorhabens über eine Kostenkalkulation sowie einer Prognose zu möglichen Einnahmen

Umsetzung:

- **Erstellung und Abstimmung der Grobkonzeption** unter Partnereinbindung sowie Prüfung der Förderfähigkeit
- **Beauftragung der Machbarkeitsstudie** entsprechend der Eckpunkte im Unterpunkt Konzeption; inkl. Wettbewerbsvergleich und Finanzierung
- **Einwerben von Mitteln** / Sicherung der Finanzierung über öffentliche Mittel sowie private Investoren
- **Ausschreibung für Architekten**
- **Ausschreibung für Betreiber** innerhalb des AQUAFÖHRS (Gastronomie)
- Planung und Durchführung der **Baumaßnahmen**
- **Eröffnung** verbunden mit einem Eröffnungsevent und PR- sowie Marketingbegleitung durch Betreiber

Best Practices mit Kurzbeschreibung



Dünentherme SPO

- Freizeit- / Erlebnisbad, Saunalandschaft, Wellness, Gesundheitszentrum
- Sanierung 2012 – 2014
- Verbindung zum Hotel Strandgut Resort

www.st-peter-ording.de/duenentherme.html

HolstenTherme

- Erlebnisbad, Sauna, Solebecken, Kurse, Fitness, Wellness, Warmwasserfreibad
- Eröffnung 1991
- Verbindung zu Hotel Dreiklang Business & Spa Resort, Campingplatz

www.holstentherme.de

5-Punkte Plan für den Start

1. **Zukunftskonzept parallel zu laufendem Architektenwettbewerb**
2. **Konkretisierung eines Flächennutzungskonzepts** des künftigen Gebäudezuschnitts / der künftigen Gebäudefläche auf Grundlage der Grobkonzeption der verschiedenen Themenbereiche (Sauna, Schwimmbad, SPA-Bereich, Gastronomie etc.)
3. **Vertiefendes Konzept zu Architektur & Gestaltung** der einzelnen Bereiche (Sauna, Schwimmbad, SPA-Bereich, Gastronomie etc.)
4. **Tourist-Information:** integrierter Gestaltungsentwurf entsprechend verfügbarer Serviceleistungen
5. **Wirtschaftlichkeitsberechnung** des Projektvorhabens über eine Kostenkalkulation sowie einer Prognose zu möglichen Einnahmen

Revitalisierung Historischer Nordsee-Kurpark Wyk

Umsetzungsfahrplan

4Q19	1Q20	bis 3Q20	1Q21	2Q22	Bis 2Q24
Ausschreibung Landschafts-architekturbüro/ Holzgutachten Blockhäuser	Beschluss Gesamtkonzept/ Auswahl Landschafts-architekturbüro/ Zweitgutachten Blockhäuser	Parkvermessung/ Baumgutachten Kostenermittlung für Blockhaus-sanierung/ Beantragung Fördermittel	Detailplan Parkgestaltung/ Detailplan Parknutzung/ Start Blockhaus-sanierung/ Start Parksanierung	Wiedereröffnung medizinisch-meteorologische Wetterstation /Sanierungsbeginn/ Aufstiegs mauerwerk	Eröffnung Dokumentations-zentrum/ Abschluss Parksanierung/ Abschluss Blockhaus-sanierung

Federführung

Nordsee-Kurpark e.V.

Partner

Stadt Wyk auf Föhr, Landesamt für Denkmalpflege, Forschungsges. f. Atemwegserkrankungen, Nordwind e.V., Ferring-Stiftung, Friesen-Museum

Kurzinformation

Der historische Nordsee-Kurpark mit ursprünglich zehn Blockhäusern wurde im Jahr 1900 als Teil von Dr. Gmelins Nordsee-Sanatorium angelegt und soll nun revitalisiert werden. Als Ort für Gesundheit (Liegehallen, Wandelbahnen), Kultur (Musikpavillon), Begegnung (Café) und Wissenschaft (Bio-Klimatische Forschung) war der Park einzigartig in seiner Art und deutschlandweit bekannt.

Zielsetzung der Maßnahme

- Revitalisierung des historischen Nordsee-Kurparks als Ort für Begegnung, Gesundheit, Kultur und Wissenschaft
- Ausbau von Gesundheitsangeboten rund um Meeresheilkunde, Luftkuren, Klimatherapie und Bio-Klimatischer Forschung im Kurpark-Veranstaltungszentrum
- Schaffung von Kunst und Kulturprogrammen auf einer Freilichtbühne im Park
- Erhöhung des Freizeitwertes für Anwohner, Tages- und Übernachtungsgäste
- Profilierung als Entschleunigungsdestination

Übergeordnet: *Profilierung Föhrs als entschleunigende und nachhaltige Destination mit einem attraktiven Angebot für Familien und ruhesuchende Naturliebhaber.*

Monitoring

- Besucheranzahl Dokumentationszentrum
- Anzahl der Abrufe / Besucher Bioklima-Website
- Besucheranzahl Nordsee-Kurpark Kultur-Events
- Bekanntheit und Bewertung des Nordsee-Kurparks in Gästebefragungen

Budget (Kostenschätzung)

Planung	80T € (Holz-, Sanierungs-, Baumgutachten, Vermessung, landschafts-architektonische Studie)
Investition Investitionsspanne	1,5 – 2 Mio. €
potenzielle Förderwege	▪ AktivRegion „Uthlande“ ▪ Deutsche Stiftung Denkmalschutz ▪ Förderkreis Nordsee-Kurpark e.V. ▪ Projektpartner ▪ Private Förderer ▪ Stadt Wyk

Revitalisierung Historischer Nordsee-Kurpark Wyk

Konkrete Maßnahmenbeschreibung

Konzeption:

- **Evaluierung der Rahmenbedingungen** mit dem Landesamt für Denkmalpflege
- **Recherche und Sichtung des historischen Erbes** mit Friesen-Museum und Ferring-Stiftung
- **Ausarbeitung Gesamtkonzept Park** mit allen Beteiligten
- **Holzgutachten und Sanierungsplanung** für die historischen Blockhäuser
- **Baumgutachten, Vermessung und landschaftsarchitektonisches Gutachten** für den Park
- **Erstellung eines Park-Nutzungskonzepts** mit allen Beteiligten

Umsetzung:

- **Akquise von Projektpartnern** für die Nutzungskonzeptbereiche Kultur, Gesundheit und Wissenschaft
- **Detaillierte Ausarbeitung des Nutzungskonzeptes** mit Projektpartnern und lokalen Museen (MKdW, Friesenmuseum, SH-Musikfestival, Forschungsges. f. Atemwegserkrankungen, Nordwind e.V.)
- **Erstellung eines Implementationsplanes** für Park- und Blockhaussanierung
- **Beantragung von Fördermitteln**
- **Umsetzung des Implementationsplans** begleitet von Öffentlichkeitsarbeit
- **Begleitende Dokumentation** (Buch, Ausstellungskatalog, Foto, Film)
- **Schrittweiser Start der Parknutzung** in Abstimmung mit der Fertigstellung einzelner Projektphasen.

Best Practices mit Kurzbeschreibung

Historischer Waldpark Dresden

- Revitalisierung durch Verschönerungsverein
- Geprägt durch Lahmann-Sanatorium - Nutzung als Kurpark
- Konzept: Kultur (hist. Konzertmuschel mit Kinoleinwand) & Gesundheit

5-Punkte Plan für den Start

1. **Evaluation der Rahmenbedingungen** mit dem Landesamt für Denkmalpflege
2. **Recherche und Sichtung des historischen Erbes** mit Friesen-Museum und Ferring-Stiftung
3. **Ausarbeitung Gesamtkonzept Park** mit allen Beteiligten
4. **Kulturwissenschaftliche Kooperation** für den Aufbau des Dokumentationszentrums (Univ. Tübingen)
5. **Ausarbeitung verschiedener Gutachten** als Vorbereitung der Umsetzung

Optimierung Radinfrastruktur

Umsetzungsfahrplan

4Q19	bis 1Q20	bis 2Q20	bis 3Q20	bis 4Q20	bis 1Q21	2Q21
Bestands-optimierung	Bestands-optimierung	Inszenierungs-konzept	Ausplanung Erlebnisrouten	Content-produktion	Start Optimierung	Fortlfd. Check & Optimierung

Federführung

- Stadt Wyk
- Gemeinden

Partner

- Föhr Tourismus GmbH
- Gastronomiebetriebe
- Unterkunftsanbieter insb. Bed and Bike Betriebe
- Busunternehmen

Kurzinformation

Die gesamte Radinfrastruktur muss einen einheitlich hohen Standard erhalten, um Föhr als beliebtes Radreiseziel zu positionieren und eine umweltfreundliche Binnenmobilität zu fördern. Insbesondere entlang von Themenrouten / Hauptrouten ist eine hohe Qualität zu gewährleisten. Alle Beschädigungen der Radwege müssen hierzu ausgebessert werden. Es bedarf v. a. einer dauerhaften Qualitätssicherung der Radwege und Radwegebeschilderung und eines Ausbaus des thematischen Begleitmobiliars entlang der Hauptwege / Themenrouten, die die Attraktivität einer Radtour steigern.

Zielsetzung der Maßnahme

- Optimierung der Attraktivität des touristischen Radwegenetzes und der Infrastrukturqualität
- Gewährleistung eines optimalen Vor-Ort-Erlebnisses für Radtouristen durch Themenrouten
- Verbesserung der Binnenmobilität und dadurch Schaffung von Anreizen ohne Auto anzureisen
- Ausbau der nachhaltigen Angebote / Freizeitgestaltungsmöglichkeiten

Übergeordnet: *Positionierung Föhrs als bekannte Radreisedestination mit ausgezeichneter Qualität der radtouristischen Infrastruktur und der Begleitangebote für eine insgesamt hohe Erlebnisqualität.*

Monitoring

- ADFC Prüfberichte
- Gästebewertung
- Einträge/Bewertungen auf Social Media Kanälen o.ä.

Quelle: PROJECT M

Budget (Kostenschätzung)

Planung	**Prüfbericht und Inszenierungskonzept** 10-15 T€
Investition Investitionsspanne Laufende Kosten p.a.	**Investive Maßnahmen:** je nach Konzept Ausbau der Themenrouten **Lfd. Kosten:** mind.100 T€ p.a. je nach Instand-haltungsplan
potenzielle Förderwege	**Eigenbeteiligung** ▪ Stadt Wyk auf Föhr ▪ Gemeinden Föhr **Förderung / Kooperationen** ▪ LEADER-Förderung für Prüf- / Inszenierungskonzepte sowie Umsetzung von Themenrouten

Optimierung Radinfrastruktur

Konkrete Maßnahmenbeschreibung

Konzeption:

- Ausarbeitung einer **inselübergreifenden Fahrradstreckenplanung** (welche Strecken sollen befahrbar sein, Fokus Auto, Rad oder Fußgänger)
- **Konzeption der radtouristischen Infrastruktur** (Anzahl erforderlicher Bänke und Tische, Distanzen zwischen sanitären Einrichtungen etc.)
- **Vergleich Soll- / Ist-Situation** und Identifikation des Handlungsbedarfs auf Basis des ADFC-Prüfberichtes „RadReiseRegion“
- **Finanzierungsplanung** (verschiedene Szenarien der Umsetzung: minimal Anforderungen bis ideale Umsetzung)
- **Priorisierung der erforderlichen Maßnahmen** (Welche Maßnahmen sind unabdingbar, um die Attraktivität des Angebots zu erhalten?)
- **Zeitplan zur Umsetzung**

Umsetzung:

- **Detaillierte Analyse** der aktuellen Infrastruktur anhand der Vorgaben des ADFCs (einheitliche, gut lesbare und saubere Beschilderung, Bänke und Tische entlang der Wege, guter Straßenbelag, ausreichende Straßenbreite, keine Lärm- / Staubbelästigung / Kfz-Verkehrsbelastung, Infotafeln, Fahrradständer, Schutzhütten, gelungene Themenwege etc.)
- **Identifikation der Strecken / Punkte mit akutem Handlungsbedarf**
- **Ausarbeitung gezielter Maßnahmen** zur Problembehebung
- **Akquise von Fördermitteln**
- **Angebotseinholung** und Angebotsvergleich für die einzelnen Bereiche
- **Beauftragung einzelner Dienstleister** zur Instandsetzung der Straßen und dazugehörigen Infrastruktur

Best Practices mit Kurzbeschreibung

Fanö – die Fahrradinsel

- Sehr gut ausgebaute Radwege auf der ganzen Insel
- Fast keine Höhenunterschiede
- Befahrbarer Strand
- Sehr gute Ausschilderung
- Umfassendes Informationsmaterial / Broschüren

http://visitfanoe.dk

5-Punkte Plan für den Start

1. **Inselübergreifenden Fahrradstreckenplanung** (welche Strecken sollen befahrbar sein, Fokus Auto / Rad / Fußgänger)
2. **Konzeption der radtouristischen Infrastruktur** (Anzahl erforderlicher Bänke und Tische, Distanzen zwischen sanitären Einrichtungen etc.)
3. **Vergleich Soll- / Ist-Situation** und Identifikation des Handlungsbedarfs
4. **Finanzierungsplanung** (verschiedene Szenarien der Umsetzung: minimal Anforderungen bis ideale Umsetzung)
5. **Priorisierung der erforderlichen Maßnahmen** (Welche Maßnahmen sind unabdingbar, um die Attraktivität um die Attraktivität des Angebots zu erhalten?)

Umsetzungsfahrplan

bis 1Q20	bis 2Q20	bis 3Q20	bis 4Q20	bis 1Q21	bis 2Q21	ab 3Q21
Grob-konzeption der Marke	Feinkonzeption (Stakeholder)	Interner Rollout der Marke	Gremienarbeit	Ausbau FÖHRgreen	Content- / Redaktionsplan	Binnen- & Außenkommunikation

Federführung

- Föhr Tourismus GmbH

Partner

- Leistungsanbieter / Markenpartner
- Wyk und Gemeindevertretungen
- NTS
- TA.SH

Kurzinformation

Mit der Marke "FÖHRgreen" möchte die Föhr Tourismus GmbH aktiv Verantwortung dafür übernehmen, dass Föhr als einzigartiger Natur- und Lebensraum im Herzen des Weltnaturerbes Wattenmeer wertgeschätzt wird und langfristig erhalten bleibt. Nachhaltigkeit soll mit FÖHRgreen zum zentralen Positionierungsthema werden.
Die neue Marke FÖHRgreen muss auf der Insel eine Impulsfunktion für eine nachhaltigere Angebotsgestaltung übernehmen. Alle Maßnahmen im Bereich Nachhaltigkeit und das Engagement der Akteure vor Ort müssen gleichzeitig öffentlichkeitswirksam sichtbar werden.

Zielsetzung der Maßnahme

- Erhaltung der intakten Natur Föhrs durch aktiven Umweltschutz
- Sicherung des sozialen, ökologischen und ökonomischen Gleichgewichts
- Nachhaltige Verwendung der bestehenden Ressourcen & aktive Vermeidung von Müll, sowie von nicht erneuerbaren Energien und Rohstoffen
- Bewusstseinsschaffung für ein umweltschonenderes Verhalten der Gäste bei der Anreise und im vor Ort Erlebnis → Außenwahrnehmung Föhrs als DAS nachhaltige Reiseziel in der Nordsee
- Binnenentwicklung - Förderung der nachhaltigen Tourismusentwicklung sowie Stärkung des Bündnis für Nachhaltigkeit

Übergeordnet: *Motivation aller Stakeholder im Tourismus und in anderen Branchen, Nachhaltigkeit in ihr alltägliches Wirtschaften zu integrieren.*

Monitoring

- CO_2-Ausstoßmessung
- Gäste- und Bevölkerungsbefragung zum Image der Insel
- Analyse des Reiseverhaltens / Nachfrage nach nachhaltigen Angeboten / Anreisemodalität etc.

Strategie & begleitende Kommunikation FÖHRgreen

Budget (Kostenschätzung)

Planung	**Projektsetup / Ideenentwicklung** 10-12 T€ **Begleitende Kommunikation** 10-12 T€
Investition Investitionsspanne Laufende Kosten p.a.	**Investive Maßnahmen:** 50 T€ **Lfd. Kosten** 0,25 VZÄ
potenzielle Förderwege	**Eigenbeteiligung** ▪ FTG **Förderung / Kooperationen** ▪ LEADER-Förderung ▪ Kooperationen mit TA.SH oder NTS ▪ Bündnis der Betriebe Nachhaltigkeitsbündnis

Strategie & begleitende Kommunikation FÖHRgreen

Konkrete Maßnahmenbeschreibung

Konzeption:

- Erarbeitung von **Markenstrategie**, Markenkonzeption und Markenkern
- Integration der Stakeholder in die **Feinkonzeption** der Marke
- Definition von **Markendesign** und Markenkommunikation / Etablierung der Marke auf Föhr (**Binnenfokus**)
- **Gremienarbeit und Lobbyarbeit** (Zweckverband etc.)
- Definition einzelner **inhaltlicher Schwerpunkte** für die Kommunikation (z. B. die Initiative Plastikfrei, FÖHRgreen, ADAC-Tourismuspreis, Ziel stromautarke Destination, Anreise wird kompensiert falls Buchung über FTG)
- Erstellung eines **Content-/ Redaktionsplans** (ggf. mit Agentur-unterstützung), Einbindung Partnerthemen (MRH / Tagesreisen, TA.SH)
- **Konzeption einzelner Beiträge:** Detailrecherche und Content-Aufbereitung

Umsetzung:

- Projektmanagement: Sicherstellung der Marken**-Umsetzung und Steuerung.** Festlegung von Ansprechpartnern und Schnittstellen zur Einbindung der Stakeholder / Markenpartner.
- **Prüfung zusätzlicher Fördermöglichkeiten & Partnereinbindung**
- Projektmanagement: Sicherstellung der **Umsetzung und Steuerung.** Festlegung von Ansprechpartnern und Schnittstellen zum Akteurs-Netzwerk.
- **Zielgruppenspezifische Detailausarbeitung des Markenkonzepts und eines Content-Media-Konzepts**, durch Agentur-Unterstützung (Content & Budgetplanung als Grobkonzept)
- Begleitende **Kommunikation / Öffentlichkeitsarbeit**

Best Practices mit Kurzbeschreibung

Slovenia Green

- Nachhaltige Dachmarke in vier Kategorien: Destination, Hotel, Park und Reiseveranstalter
- Unter dem Schirm der nachhaltigen Strategie der nationalen Tourismusorganisation

www.slovenia.info

Quelle: green-travel-blog.com/de/ik-buen-juist-kampagne-nachhaltigkeit/

Juist – „Ik bün Juist“ #ikbünjuist

- Kampagne zum Thema Nachhaltigkeit im Jahr 2018
- Imagefilm mit friesisch-ehrlichen Geschichten von echten Juistern zu ihrem nachhaltigen Alltag
- Ziel: klimaneutral bis 2030

5-Punkte Plan für den Start

1. **Grobkonzept der Marke FÖHRgreen ausarbeiten und Agentur-Auswahl zur Ausarbeitung des Markenkerns**
2. **Identifikation passender Kriterien für die einzelnen Stakeholder**
3. **Ausarbeitung des Feinkonzepts für die Marke FÖHRgreen und Erstellung eines Maßnahmenplans für die Etablierung der Marke**
4. **Gremienarbeit und Lobbyarbeit** (Zweckverband etc.)
5. **Kommunikationsschwerpunktsetzung ausarbeiten** (z. B. die Initiative Plastikfrei, Föhrgreen, ADAC-Tourismuspreis, Ziel stromautarke Destination, Anreise wird kompensiert falls Buchung über die FTG)

Moderater Ausbau Hotelkapazität

Umsetzungsfahrplan

bis 1Q20	bis 2Q20	bis 3Q20	bis 4Q20	bis 1Q21	bis 2Q21	ab 3Q21
Beherbergungs masterplan	Beherbergungs masterplan	Standort Identifikation	Investoren-ausschreibung	Konzept-Entwicklung inkl. Machbarkeit	Planungs-verfahren / Wettbewerbe	Realisierungs-planung / Start

Federführung

- Wyk auf Föhr
- Gemeinde Nieblum

Partner

- Föhr Tourismus GmbH
- Private Investoren

Kurzinformation

Für die gezielte **Angebotserweiterung und Saisonausweitung bedarf es neuer Beherbergungs-angebote in der Hotellerie.** Im Kontext der Realisierung des neuen AQUAFÖHRs bietet sich zum einen ein integriertes Wellnesshotelkonzept an sowie in anderen Lagen der Insel Themenhotels, die z.B. am Hafen oder mit Bezug zu anderen Inselangeboten, wie einem möglichem Golfhotel in Nieblum, neue Segmente und Zielgruppen erschließen und ebenso das saisonunabhängige Angebot stärken. Die bisherige Infrastruktur und Auslastung zeigt, dass sich hierdurch keine Kannibalisierungseffekte ergeben, sondern eher eine qualitative Entwicklung durch Angebotsdifferenzierung erfolgt.

Zielsetzung der Maßnahme

- Diversifizierung und Verbesserung der Qualität des Unterkunftsangebots bei stetiger Berücksichtigung bestehender identitätsstiftender Beherbergungsangebote
- Moderate Steigerung der Gäste- und Übernachtungszahlen durch Schaffung neuer Anziehungspunkte in der Nebensaison (Ausweitung der Saisonzeiten)
- Berücksichtigung neuer Angebote für Zielgruppen, insbesondere für aktive Best Ager und Empty Nester (Singles und Paare im mittleren Alter)
- Schaffung ökologisch nachhaltigerer Unterkunftsangebote

Übergeordnet: *Föhr kann durch eine Diversifizierung des Unterkunftsangebots neue Zielgruppen ansprechen und gleichzeitig die Saisonzeiten verlängern sowie die Klimabilanz optimieren.*

Monitoring

- Monitoring von Betrieben, Anzahl an Betten und Auslastungszahlen
- TrustYou / Bewertungen der Gäste

Quelle: PROJECT M

Budget (Kostenschätzung)

Planung	**Beherbergungs-masterplan / Machbarkeitsstudien** 10-15 T€
Investition Investitionsspanne Laufende Kosten p.a.	**Investive Maßnahmen:** je nach Konzept / privates Investment **Lfd. Kosten:** je nach Konzept / privates Investment
potenzielle Förderwege	▪ Private Investoren

Moderater Ausbau der Hotelkapazität

Konkrete Maßnahmenbeschreibung

Konzeption:

- **Ausarbeitung eines Beherbergungsmasterplans** auf Basis der aktuellen Bestandsentwicklung sowie vorliegender Hotelentwicklungsvorhaben
- Erarbeitung und Abstimmung von **Nachhaltigkeitsauflagen**
- **Ausarbeitung passender Standorte und möglicher Hotelkonzepte** (z.B. Hafen in Wyk, Standort AQUAFÖHR, Nieblum etc.)

Umsetzung:

- **Ausschreibung für Investoren und Betreiber** (bevorzugt keine großen internationalen Ketten, sondern regionale Betreiber und kleinere Anbieter)
- **Erstellung und Abstimmung der Grobkonzeption**
- **Beauftragung Machbarkeitsstudie (Investor)** entsprechend der Eckpunkte; inkl. Wettbewerbsvergleich und Finanzierung
- **Businessplan / Wirtschaftlichkeitsberechnung** des Projektvorhabens über eine Kostenkalkulation sowie einer Prognose zu möglichen Einnahmen
- **Individuelle Hotelkonzeptentwicklung** (Frage nach Zielgruppen, Preispolitik, Quellmärkten, USPs, Abgrenzung zum derzeitigen Unterkunftsangebot), **Klärung Planungsrecht**
- **Konkretisierung eines Flächennutzungskonzepts** des künftigen Gebäudezuschnitts / der künftigen Gebäudefläche
- **Beschlussfassung** in verschiedenen Gremien und unter Einbeziehung aller touristischen Entscheider
- **Ausschreibung eines Architekturwettbewerbes durch den Investor**
- Durchführung der **Baumaßnahmen**

Best Practices mit Kurzbeschreibung

Hotelentwicklung Sankt-Peter Ording

- Strandgut Resort, Beach Motel und Zweite Heimat
- Deutliche Qualitäts- und Attraktivitätssteigerung des Unterkunftsangebots für verschiedene Zielgruppen

https://www.beachmotel-spo.de/
www.hotel-zweiteheimat.de
www.strandgut-resort.de

5-Punkte Plan für den Start

1. **Ausarbeitung eines Hotelmasterplans** auf Basis der aktuellen Bestandsentwicklung sowie vorliegender Hotelentwicklungsvorhaben
2. **Identifikation passender Standorte** (z.B. Hafen in Wyk, Standort AQUAFÖHR, Nieblum etc.)
3. **Ausschreibung für Investoren und Betreiber** (bevorzugt keine großen internationalen Ketten, sondern regionale Betreiber und kleinere Anbieter)
4. **Erstellung und Abstimmung der Grobkonzeption**
5. **Beauftragung Machbarkeitsstudie (Investor)** entsprechend der Eckpunkte; inkl. Wettbewerbsvergleich und Finanzierung

Neues Nationalparkhaus

Umsetzungsfahrplan

bis 1Q20	Ab 4Q20	ab1Q21	1Q23			
Architekten-planung	Ausschreibung	Maßnahmen-beginn	Fertigstellung			

Federführung

- Städtischer Liegenschaftsbetrieb

Partner

- Nationalparkservice gGmbH
- Schutzstation Wattenmeer e.V.

Quelle: Städtischer Liegenschaftsbetrieb

Kurzinformation

Für die gezielte **Verbesserung der touristischen Infrastruktur und Steigerung der Attraktivität nebensaisonstarker Angebote**, wird ein **neues Nationalparkhaus in Wyk** gebaut, das eine neue moderne Ausstellung umfassen wird. Die Darstellung und Einbeziehung des Weltnaturerbes Wattenmeer als Lebensraum einer einzigartigen Tierwelt stehen im Zentrum der Ausstellung. Neue Trends im Bereich Digitalisierung und Edutainment kommen dabei zum Einsatz.

Zielsetzung der Maßnahme

- Diversifizierung und Verbesserung der Qualität des Angebots
- Erhöhung des Freizeitwertes und der Erlebnisqualität für Anwohner, Tages- und Übernachtungsgäste
- Schaffung neuer Anziehungspunkte in der Nebensaison (Ausweitung der Saisonzeiten)
- Schaffung nachhaltiger Angebote (Gebäude mit besserer Energiebilanz)
- Schaffung neuer Bildungsangebote, insbesondere für Familien

Übergeordnet: *Durch ein neues modernes Nationalparkhaus kann sich Föhr noch stärker als nachhaltige und gleichzeitig erlebnisreiche Insel positionieren, die der besonderen Schutzbedürftigkeit des Wattenmeers Rechnung trägt.*

Monitoring

- Gästebewertungen und -befragungen
- Besucherzahlenmessung
- Zahl gebuchter Führungen

Budget (Kostenschätzung)

Planung	**Vorprüfungen /-planungen** 10-15 T€
Investition Investitionsspanne Laufende Kosten p.a.	**Investive Maßnahmen:** je nach Konzept **Lfd. Kosten:** je nach Konzept
potenzielle Förderwege	▪ Eigenbeteiligung Stadt Wyk ▪ EFRE ▪ MELUND

Neues Nationalparkhaus

Konkrete Maßnahmenbeschreibung

Konzeption:

- **Ausarbeitung eines zukunftsfähigen Konzeptes** basierend auf Machbarkeitsstudien und neuen digitalen Trends
- **Konkretisierung eines Flächennutzungskonzepts** des künftigen Gebäudezuschnitts / der künftigen Gebäudefläche
- **Konzeption und Planung** der einzelnen Bereiche durch Architekturbüro
- **Auswahl neuer Technologien** (z. B. augmented Reality), die dauerhaft installiert werden sollen
- **Wirtschaftlichkeitsberechnung** des Projektvorhabens über eine Kostenkalkulation sowie einer Prognose zu möglichen Einnahmen

Umsetzung:

- **Erstellung und Abstimmung der Grobkonzeption** unter Partnereinbindung
- **Einwerben von Mitteln** / Sicherung der Finanzierung über öffentliche Mittel (Stadt Wyk), Fördergelder sowie ggf. private Investoren
- **Ausschreibung für Architekten**
- Planung und Durchführung der **Baumaßnahmen** unter Berücksichtigung der Aspekte der Nachhaltigkeit und Energieeffizienz
- **Marketing**: Ausarbeitung Preispolitik, konkrete buchbare Angebote / Führungen, Kommunikationsmaßnahmen, Vertriebskanäle
- **Eröffnung** verbunden mit einem Eröffnungsevent und PR- sowie Marketingbegleitung durch Betreiber

Best Practices mit Kurzbeschreibung

Nationalparkhaus Sankt-Peter Ording

- interaktive Modelle zur Erkundung der Naturkräfte Wind, Sand und Flut
- Nationalpark-Kino mit vier Kurzfilmen zum Wattenmeer
- elf Meerwasser-Aquarien
- Strandfunde bestimmen mit dem „BeachExplorer“

https://www.schutzstation-wattenmeer.de/stationen/st-peter-ording/nationalpark-haus-spo/

5-Punkte Plan für den Start

1. **Recherche und Analyse aktueller Best Practice Beispiele** und Umsetzungsmöglichkeiten neuer technologischer Trends
2. **Ausarbeitung eines zukunftsfähigen Konzeptes** basierend auf Machbarkeitsstudien und neuen digitalen Trends
3. **Ausschreibung für Architekturen**
4. **Konkretisierung eines Flächennutzungskonzepts** des künftigen Gebäudezuschnitts / der künftigen Gebäudefläche
5. **Konzeption und Planung** der einzelnen Bereiche durch Architekturbüro

Aufbau Produktmanagement

Umsetzungsfahrplan

4Q19	bis 1Q20	bis 2Q20	bis 3Q20			
Aufgaben-definition	Beschluss Zweckverband /Gesellschafter	Ausschreibung	Besetzung der Stelle			

Federführung

- Föhr Tourismus GmbH

Partner

- Stadt Wyk auf Föhr
- Gemeinden Föhr
- Zweckverband „Tourismusverband Föhr“

Kurzinformation

Innerhalb der FTG sollen Produktmanager für die Profilthemen „aktiver Natururlaub“ und „gesundes Genießen“ aufgebaut werden. Produktmanager sind für die Produktentwicklung (Angebote, Qualität, Impulsgebung, Wissensmanagement, Netzwerkarbeit etc.), die Content-Produktion für die verschiedenen Kommunikationskanäle, thematisch passende Marketingprodukte und Strategieentwicklung verantwortlich. Zudem fungieren sie als Ansprechpartner gegenüber Leistungsträgern und anderen touristischen Akteuren und bringen neue Impulse ins Netzwerk.

Zielsetzung der Maßnahme

- Strategische Bearbeitung der einzelnen Profilthemen (Zielgruppendefinition, Unterthemen etc.)
- Steigerung der Service- und Erlebnisqualität an allen Kontaktpunkten des Gastes
- Qualifizierung einzelner Produktkategorien, u. a. das Stranderleben: Angebotsentwicklung und Qualitätssicherung sowie Beitrag zur Imageentwicklung über gezielte Content-Entwicklung
- Ansprechpartner für Leistungsanbieter und weitere touristische Akteure.

Übergeordnet: *Gesamtheitliche und professionelle Bearbeitung einzelner Profilthemen für eine Verbesserung der Angebotsqualität und Stärkung des Images.*

Monitoring

- Analyse des Images und der Nachfrage
- Website / Social media Analysen
- Produktbewertungen (aus Sicht des Gastes)

Budget (Kostenschätzung)

Planung	**Begleitung Personalausschreibung** Eigenleistung
Investition Investitionsspanne Laufende Kosten p.a.	**Investive Maßnahmen:** 10 T€ / Arbeitsplatz **Lfd. Kosten** 1 VZÄ (0,5 VZÄ je Profilthema)
potenzielle Förderwege	▪ Eigenleistung

Aufbau Produktmanagement

Konkrete Maßnahmenbeschreibung

Konzeption und Umsetzung:

- **Antrag für neue Personalstellen** (sowohl Vollzeit als auch Teilzeit)
- **Definition der einzelnen Themenbereiche** in Anlehnung an die Positionierung und die Profilthemen
- **Aufgabendefinition** (Produktentwicklung, Storytelling, Content, Printprodukte, Ansprechpartner für Leistungsträger, Strategieentwicklung, Onlinemarketing,…)
- **Ausarbeitung der Stellenbeschreibung** (Qualifikation, Aufgaben, Stellenumfang / Stundenzahl, Budgetierung)
- **Stellenausschreibung** auf Basis der erarbeiteten Stellenbeschreibung
- **Stellenbesetzung** (Bewerbungen sichten, Bewerbungsgespräche, Auswahl, Einstellung)

Aufgaben des Produktmanagers:

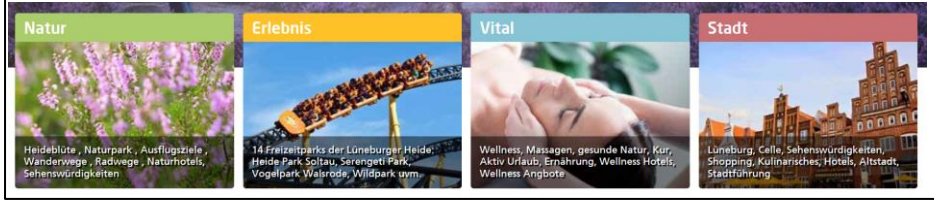
- **Koordinator** und Taktgeber für die kontinuierliche Weiterentwicklung des thematisch eingegrenzten touristischen Angebots
- **Marktbeobachtung** (Trends, Wettbewerber, Best Practice; Zielgruppenentwicklung)
- **Laufende Geschäftsfeldbetreuung** (Marketing-Pläne, operative Umsetzung, Weiterentwicklung)
- **Schnittstelle in das Destinationsmarketing** und in den Vertrieb
- **Vorbereitung und Unterstützung bei der Entwicklung von neuen Ideen und der Markteinführung neuer Produkte**
- Ansprechpartner bei Unterstützungsbedarfen und Weitervermittlung
- **Produktcontrolling** (Auswertungen, Wirkungsbilanz / Effizienzen, ggf. Budgetierungen)

Best Practices mit Kurzbeschreibung

Lüneburger Heide

- Produktmanager für die Profilthemen Natur, Vital und Erlebnis
- Aufgaben: Produktentwicklung, Storytelling, Content, Printprodukte, Ansprechpartner, Strategieentwicklung

https://www.lueneburger-heide.de/



5-Punkte Plan für den Start

1. **Definition der Anforderungsprofile** in Anlehnung an die Positionierung und die Profilthemen
2. **Prüfung der ggf. Förderfähigkeit** und dauerhaften Verankerung der Personalstelle
3. **Aufgabendefinition** (Produktentwicklung, Storytelling, Content, Printprodukte, Ansprechpartner für Leistungsträger, Strategieentwicklung, Onlinemarketing)
4. **Ausarbeitung der Stellenbeschreibung** (Qualifikation, Aufgaben, Stellenumfang / Stundenzahl, Budgetierung)
5. **Definition der organisatorischen Verankerung** innerhalb der Föhr Tourismus GmbH

4 Erweiterung der Schlüsselprojekte 2021

Quelle: PROJECT M

6 Schlüsselprojekte ergänzen die Schlüsselprojekte aus 2021

SP	Schlüsselprojekte 2021	HF 1 Infrastruktur-verbesser-ung	HF 2 Nachhaltig keit	HF 3 Angebots-ausbau	HF 4 Marketing- und Vertriebs-planung	HF 5 Qualitäts-standards	HF 6 Organisations -entwicklung
SP15	Inwertsetzung Mittelbrücke in Wyk	+++	++	+++	+	+++	-
SP16	Digitale Info-Stelen (Neues Services-Design)	+++	+++	+	+++	+++	++
SP17	Ausbau & Förderung klima-freundlicher Mobilitätsangebote	+++	+++	++	+	++	+
SP18	Touristische Inwertsetzung des Hafenquartier-Westkaje	+++	++	+++	+	++	-
SP19	Erlebnisinszenierung „Mühle in Wrixum“	+++	++	+++	+	+	-
SP20	Insulare Kulturförderung	+++	+++	+++	+	+	-

*weiter für den Start bereits als Eckpunkte ausgearbeitete Schlüsselprojekte

(-) kein Wirkungsbeitrag, (+) geringer Wirkungsbeitrag, (++) mittlerer Wirkungsbeitrag, (+++) großer Wirkungsbeitrag; (*) zentrales Handlungsfeld des Schlüsselprojektes

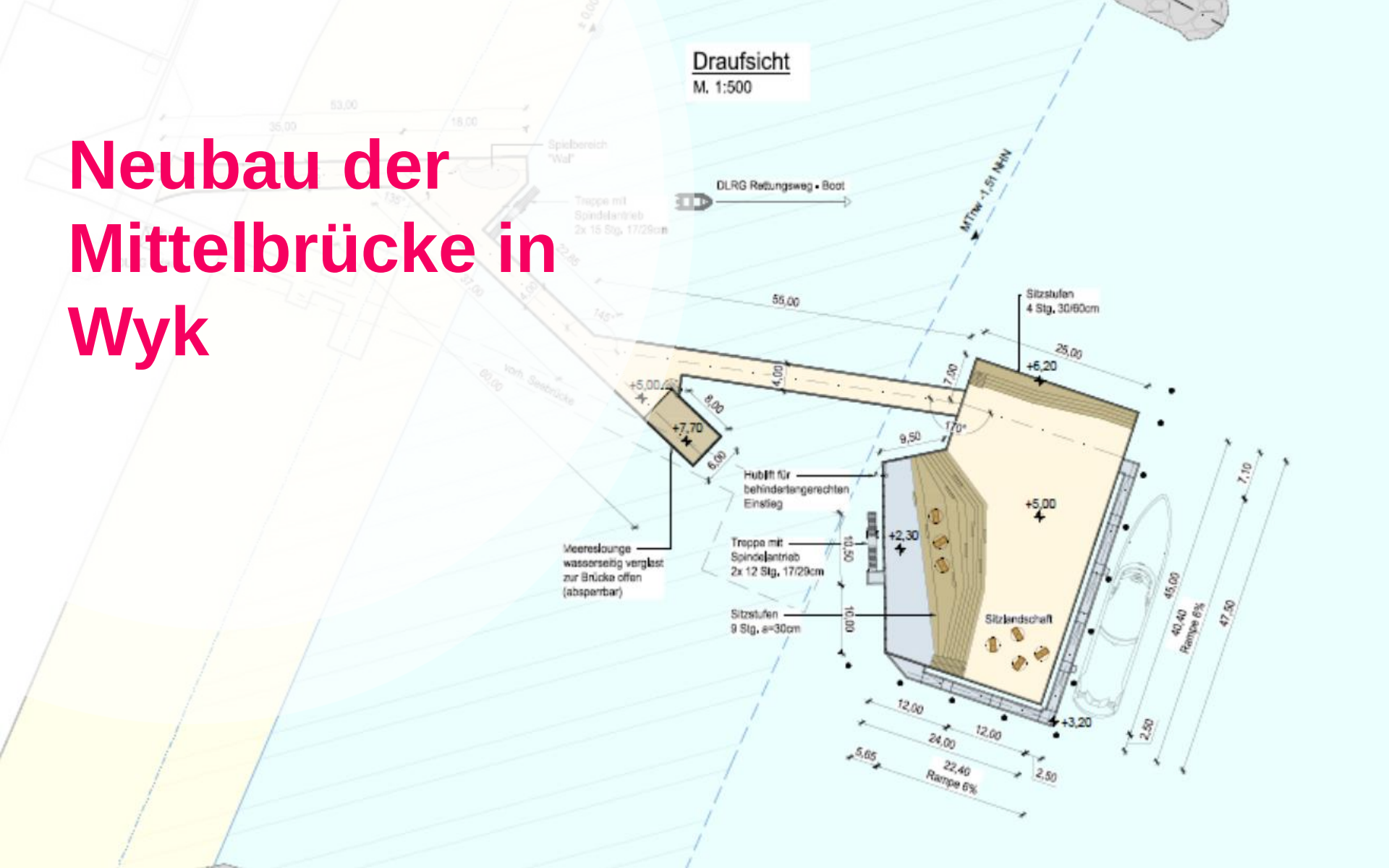
Ergänzende Schlüsselprojekte als Reaktion auf das durch die Pandemie veränderte Nachfrageverhalten und die Anforderungen an den Tourismus (1/2).

Schlüsselprojekte	Beitrag zur Zielerreichung
Inwertsetzung Mittelbrücke in Wyk	▪ Stärkung des Wirtschaftsfaktors Tourismus ▪ Neue Angebotsqualität und Erlebnisinfrastruktur ▪ Nachhaltige Erlebnissteigerung für Gäste und Einheimische ▪ Verbesserung der Aufenthaltsqualität am Strand und Ausweitung barrierefreier Angebote ▪ Profilierung als nachhaltig entschleunigende Destination (Verbesserung Wettbewerbsposition) ▪ Stärkung der beiden Profilspitzen „Strand & Wattenmeer“ und „Erholung“ ▪ Steigerung der markenkonformen Service- und Erlebnisqualität
Digitale Info-Stelen (Neues Services-Design)	▪ Profilierung als nachhaltige Destination → Reduzierung von Print Produkten und Übertragung der Informationen auf digitale Stelen; Verweis auf nachhaltige Freizeit- und Mobilitätsangebote ▪ Steigerung der markenkonformen Service- und Erlebnisqualität (Verbesserung der Inspiration und Kommunikation) ▪ Stärkere Digitalisierung des touristischen Angebots und barrierefreier Informationszugang
Ausbau & Förderung klimafreundlicher Mobilitätsangebote	▪ Übernahme einer Vorreiterrolle im Bereich nachhaltige Mobilität ▪ Verbesserung der Mobilitätsangebote für Gäste und Einwohner ▪ Steigerung der Angebote und der Nutzung von Sharing-Angeboten und E-Mobilität ▪ Nachfrageorientierte Optimierung des ÖPNV-Angebots (auch Rufbus / -taxi) ▪ Steigerung der markenkonformen Service- und Erlebnisqualität → Optimierung von Binnenmobilität / Anreisequalität / Umsteigemöglichkeiten auf nachhaltige Verkehrsangebote
Touristische Inwertsetzung des Hafenquartier-Westkaje	▪ Stärkung des Wirtschaftsfaktors Tourismus ▪ Neue Angebotsqualität und nachhaltige Erlebnissteigerung für Gäste und Einheimische ▪ Steigerung der markenkonformen Service- und Erlebnisqualität ▪ Profilierung als Entschleunigungsdestination durch neue Erlebnisbereiche am Wasser

Ergänzende Schlüsselprojekte als Reaktion auf das durch die Pandemie veränderte Nachfrageverhalten und die Anforderungen an den Tourismus (2/2).

Schlüsselprojekte	Beitrag zur Zielerreichung
Erlebnisinszenierung „Mühle in Wrixum“	▪ Steigerung der Wertschöpfung aus dem Tourismus ▪ Angebot zur Ausweitung der Saisonzeiten ▪ Optimierung kultureller Erlebnisangebote / Erhalt von Inselkultur und Baukultur ▪ Moderate Steigerung der Gäste- und Übernachtungszahlen ▪ Steigerung der markenkonformen Service- und Erlebnisqualität
Insulare Kulturförderung	▪ Steigerung der Wertschöpfung aus dem Tourismus ▪ Angebot zur Ausweitung der Saisonzeiten ▪ Ausweitung der Saisonzeiten durch kulturelle Events in der Nebensaison ▪ Sicherung der Inselkultur durch lokale Veranstaltungen, u. a. von lokalen Künstlern ▪ Steigerung der markenkonformen Service- und Erlebnisqualität

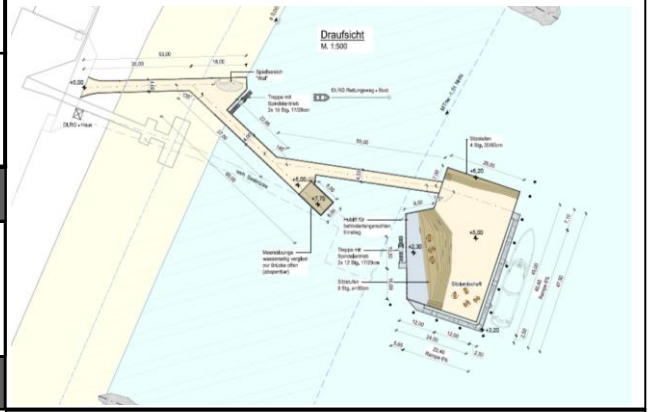
Neubau der Mittelbrücke in Wyk



Neubau der Mittelbrücke in Wyk

Umsetzungsfahrplan

1Q21	bis 2Q21	bis 3Q21	bis 4Q21	bis 1Q22	bis 2Q22	bis 3Q22
Erster Planungs-entwurf	Detailplanung	Detailplanung	Abriss der alten Brücke	Bauphase	Fertigstellung	



Federführung

- Städtischer Hafenbetrieb der Stadt Wyk auf Föhr

Partner

- Föhr Tourismus GmbH
- Zweckverband „Tourismusverband Föhr“

Kurzinformation

Die bestehende Mittelbrücke in Wyk auf Föhr ist in einem sehr schlechten baulichen Zustand, was auf das Material und die natürlichen Witterungsbedingungen zurückzuführen ist. Der Abriss und Neubau der Brücke ist unumgänglich und wichtiger Teil der Erneuerung der touristischen Infrastruktur in Wyk. Die neu geplante barrierefrei zugängliche Brücke wird 155 – 175 m lang und soll neben einer Anlegestelle für kleine Schiffe auch zwei Badestege umfassen. Bänke und Stufen zum sitzen sorgen gleichzeitig für eine höhere Aufenthaltsqualität. Durch den Einsatz von Stahlpfählen und eine Erhöhung um 1,5 m ist die Brücke deutlich robuster und witterungsbeständiger als ihr Vorgänger und wird eine deutlich längere Nutzungsdauer aufweisen können.

Zielsetzung der Maßnahme

- Stärkung des Wirtschaftsfaktors Tourismus
- Neue Angebotsqualität und Erlebnisinfrastruktur
- Nachhaltige Erlebnissteigerung für Gäste und Einheimische
- Verbesserung der Aufenthaltsqualität am Strand und Ausweitung barrierefreier Angebote
- Profilierung als nachhaltig entschleunigende Destination (Verbesserung Wettbewerbsposition)
- Stärkung der beiden Profilspitzen „Strand & Wattenmeer“ und „Erholung“
- Steigerung der markenkonformen Service- und Erlebnisqualität

Übergeordnet: *Positionierung Föhrs als attraktive Stranddestination mit hohem Erholungswert.*

Monitoring

- Gästezahlen
- Gästebefragungen
- Social Media Analyse

Budget (Kostenschätzung)

Planung	**Bereits erfolgt**
Investition Investitionsspanne Laufende Kosten p.a.	**Baukosten inkl. Nebenkosten:** 5-6 Mio. € **Instandhaltung und Wartung**: 7,5 – 10 T€ p.a.
potenzielle Förderwege	▪ Landesförderung SH / GRW-Mittel

Neubau der Mittelbrücke in Wyk zur Stärkung der nachhaltigen Angebots- und Erlebnisqualität.

Konkrete Maßnahmenbeschreibung

Konzeption:

- **Analyse der Ausgangssituation / Erfassung des Handlungsbedarfs**
- **Grobkonzeption der neuen Brücke** (Merkmale und Besonderheiten der Brücke, Nutzungsmöglichkeiten und Infrastrukturanforderung: Badebrücke, Anlegestelle, Aufenthaltsorte, LED-Beleuchtungskonzept etc.)
- **Konkretisierung der Nutzergruppen** (Ansprüche, Verhaltensweisen etc.)
- **Ausarbeitung Lichtkonzept** (ganzjährige Beleuchtung in den Abendstunden, insb. auch in der Nebensaison)
- **Detaillierte Baubeschreibung der Brücke** (Baumaterialien, Bemaßung, Ausstattungsmerkmale etc.)
- **Gesamtkostenkalkulation**
- **Erarbeitung von Finanzierungslösungen und Fördermöglichkeiten**

Umsetzung:

- **Finale Abstimmung des Konzepts**
- **Politischer Beschluss zum Abriss und Neubau der Mittelbrücke**
- **Öffentliche Ausschreibung des Auftrags**
- **Beantragen der Fördermittel**
- **Auftragsvergabe**
- **Bau der neuen Mittelbrücke**
- **Begleitende Kommunikationsmaßnahmen** (Websites, Social Media, Pressemeldungen etc.)
- **Öffentlichkeitswirksame Eröffnung der Brücke**

Best Practices mit Kurzbeschreibung

„Fischkopf Seebrücke“ Niendorf

- Neue Seebrücke in Niendorf als Nachfolge der traditionsreichen Holzbrücke
- Fischförmiger Brückenkopf
- Kinderspielgerüst
- Hydraulischer Badesteg kann ins Wasser abgesenkt werden

https://www.ostsee.de/timmendorfer-strand/seebruecke-niendorf.html

Seebrücke Timmendorfer Strand

- Neue Seebrücke mit LED-Leuchtstreifen
- Inkl. Veranstaltungsfläche

https://www.mopo.de

5-Punkte Plan für den Start

1. **Erfassung des Zustands der bestehenden Brücke**
2. **Ableitung des Handlungsbedarfs und Benchmark neuer Seebrücken**
3. **Grobkonzeption der neuen Brücke** unter Berücksichtigung der neuen Positionierung und der Profilthemen
4. **Konkretisierung der Nutzergruppen** und ihrer individuellen Bedürfnisse (barrierefreier Erlebnisraum, Nutzeransprüche /-konflikte etc.)
5. **Prüfung der Förderfähigkeit** (insb. des Landes Schleswig-Holstein) und der jeweiligen Förderkriterien

Neue digitale Info-Stelen

Quelle: www.neusta-ds.de

Umsetzungsfahrplan

1Q21	bis 2Q21	bis 3Q21	bis 4Q21	bis 1Q22	bis 2Q22	bis 3Q22
	Bedarfs-/Standort Analyse	Detailplanung / Angebots-einholung	Beauftragung	Umsetzungs-planung	Umsetzung	

Federführung

- Föhr Tourismus GmbH

Partner

- Wyk und Gemeindevertretungen
- Zweckverband

Kurzinformation

Außerhalb der Tourist-Informationen gibt es derzeit auf der Insel Föhr kaum Möglichkeiten sich umfassend und übersichtlich über touristische Angebote zu informieren. An touristischen Hotspots der Insel sollen daher im Außenbereich digitale Informationsstelen aufgestellt werden, die rund um die Uhr ein umfassendes Informationsangebot bieten. Als Standorte stehen zu Beginn die touristisch besonders frequentierten Orte Wyk, Nieblum und Utersum im Fokus. Eine datengestützte Informationsaufbereitung ermöglicht zudem die Individualisierung der Inhalte sowie die Ausspielung der Informationen auf z.B. Smartphones der Gäste oder auch innerhalb der Systeme der Hotellerie. Für Gäste ohne Mobiltelefon soll es zudem eine Anruffunktion und /oder Notruf-Funktion geben, um einen barrierefreien Informationszugang zu sichern. Durch WLAN Services und /oder Audio Erlebnisinszenierung „Insel-Geschichten“ lassen sich mittels der Stelen auch Besucherströme lenken und über WLAN / Daten- Zugriffe auch Frequenzmessungen / ein Besuchertracking aufbauen.

Zielsetzung der Maßnahme

- Profilierung als nachhaltige Destination → Reduzierung von Print Produkten und Übertragung der Informationen auf digitale Stelen; Verweis auf nachhaltige Freizeit- und Mobilitätsangebote
- Steigerung der markenkonformen Service- und Erlebnisqualität (Verbesserung der Inspiration und Kommunikation)
- Stärkere Digitalisierung des touristischen Angebots und barrierefreier Informationszugang

Übergeordnet: *Verbesserung der Zugänglichkeit von touristisch relevanten Informationen auf der ganzen Insel und verstärkte Nutzung digitaler und nachhaltigerer Informationsangebote.*

Monitoring

- Nutzerzahlen
- Gästebefragungen

Neue digitale Info-Stelen

Budget (Kostenschätzung)

Planung	**Konzeption**: 10.000 €
Investition Investitionsspanne Laufende Kosten p.a.	**Installationskosten:** 30 T€ - 50 T€ je nach Anzahl **Instandhaltung von Hardware und Software:** 5T€ – 10T€ p.a.
potenzielle Förderwege	▪ Free Wifi ▪ IKU – Investitionskredit Kommunale und Soziale Unternehmen ▪ IKK – Investitionskredit Kommunen ▪ IB.SH digital ▪ Werbe- / Sponsoringpartner

Neue digitale Info-Stelen für mehr Gästeservice und moderne Besucherlenkung / -tracking.

Konkrete Maßnahmenbeschreibung

Konzeption:

- **Nachfrage- / Nutzeranalyse** (welche Informationsbedarfe bestehen wann und von wem, an welcher Stelle und zu welcher Zeit)
- **Erstellung eines standortbezogenen Anforderungsprofils** (Was müssen die Stelen leisten?)
- **Detailplanung** (Welche Informationen sollen angeboten werden? Welche Zusatz-Funktionen sollen eingebaut werden? Storytelling-Ansätze etc.)
- **Vergleich und Auswahl von Technologie und Systemanbieter** (Material, Witterungsbeständigkeit, Funktionen, Datennutzung, Einsatz von KI, Gesichtserkennung, Big-Data-Software o.Ä.)
- **Auswahl passender Standorte** (Gästefrequenzmessung, Berücksichtigung Naturschutz, mobiles Internet oder freies WLAN)
- **Kostenkalkulation für Förderung / Umsetzungsplanung**

Umsetzung:

- **Prüfung von Fördermöglichkeiten** (foerderwegweiser-tourismus.de)
- **Politischer Beschluss zum Bau der neuen Stelen**
- **Beantragen der Fördermittel**
- **Ausschreibung des Auftrags**
- **Auftragsvergabe**
- **Bau der Stelen und Schaffung entsprechender technischer Schnittstellen**
- **Begleitende Kommunikationsmaßnahmen** (Websites, Social Media, Pressemeldungen etc.)

Best Practices mit Kurzbeschreibung

Info-Stelen auf Fehmarn seit 2020

- Digitale Touchpoints im Außenbereich
- Tipps für Ausflüge, Restaurants, Historie, Angebote von Leistungsträgern und Veranstaltungen in der Region
- Text, Bild und Film bieten Informationen über das Urlaubsziel

https://www.ohaktuell.de/kreisgeschehen/5997-aimo-die-digitale-info-stele-auf-fehmarn-19563

Barrierefreie Info-Stelen in Puderbach

- Konzeption berücksichtigt ausreichende Barrierefreiheit, die Säulen sind unterfahrbar

https://www.puderbach.de/aktuelles/2020/november/digitale-infosaeule-im-puderbacher-rathaus/

5-Punkte Plan für den Start

1. **Empirische Erhebung zur standort- und Zielgruppenspezifischen Nachfrage** nach Informationen während des Aufenthalts
2. **Definition des Handlungsbedarfs**: Wo werden Stelen benötigt? Welche Informationen werden gebraucht?
3. **Analyse von Best Practices** zur Umsetzung der Informationen
4. **Auswahl geeigneter Technologien** (Wie kommen Informationen auf das Smartphone? Einsatz von KI, Gesichtserkennung, Big-Data-Software etc.)
5. **Prüfung weiterer Fördermöglichkeiten** und der jeweiligen Kriterien

Nachhaltige Mobilitätslösung

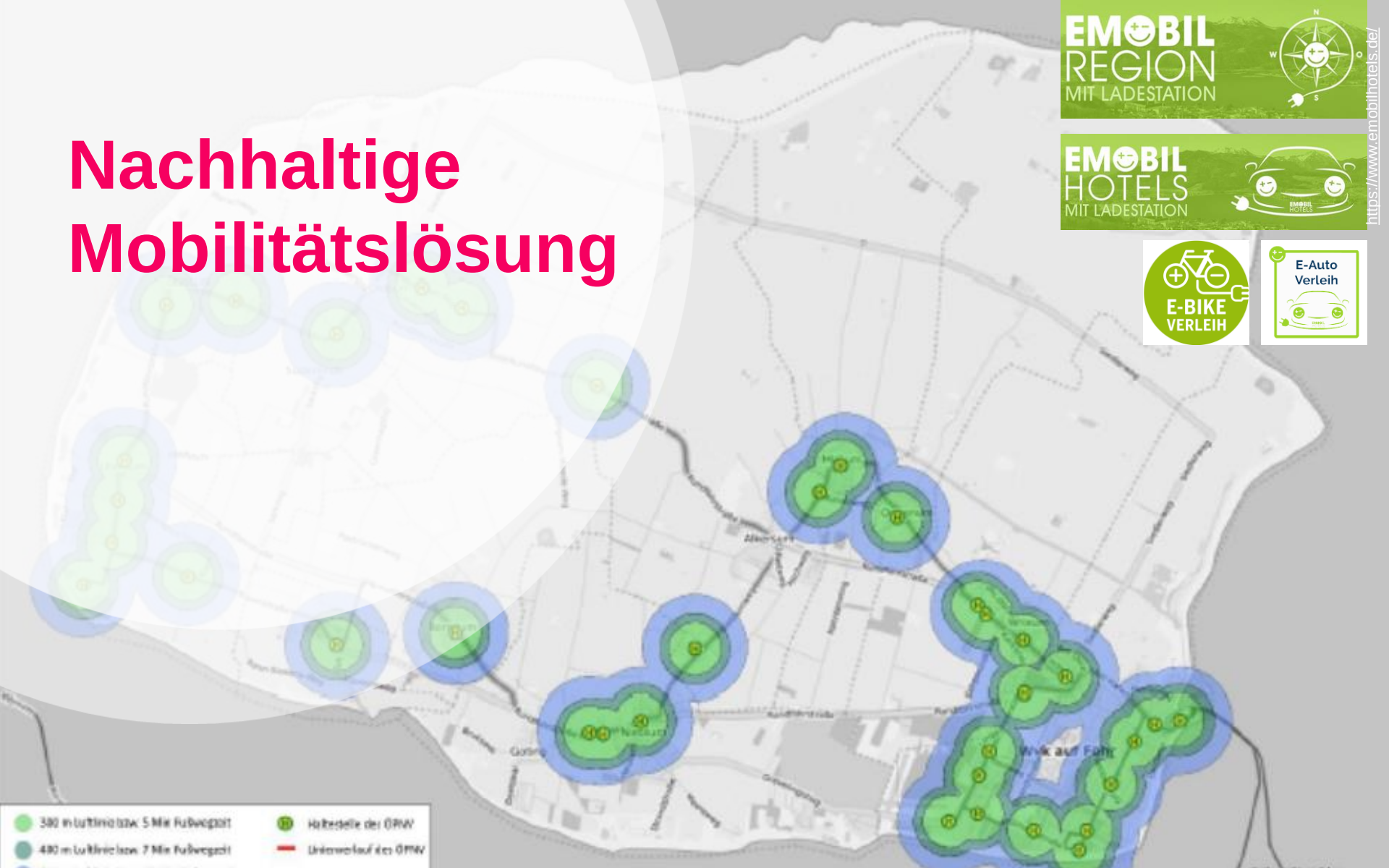
EMOBIL REGION MIT LADESTATION

EMOBIL HOTELS MIT LADESTATION

https://www.emobilhotels.de/

E-BIKE VERLEIH

E-Auto Verleih



Umsetzungsfahrplan

1Q21	bis 2Q21	bis 3Q21	bis 4Q21	bis 1Q22	bis 2Q22	bis 3Q22
	Fertigstellung Mobilitäts-konzept	Dialog mit Partnern zur Umsetzung	Weiter-entwicklung E-Mobilität	Beantragung Fördermittel	Umsetzung	Umsetzung

Federführung

- Stadt Wyk auf Föhr
- Gemeinden

Partner

- Föhr Tourismus GmbH
- Unterkünfte und Gastronomie
- W.D.R.
- Busunternehmen

Kurzinformation

Aktuell wird auf Föhr ein neues Verkehrs- und Mobilitätskonzept erarbeitet, welches einen besonderen Fokus auf die Verbesserung der Bedingungen für den Fahrradverkehr setzt. Hierbei werden auch E-Bike Fahrer berücksichtigt, die neben einer guten Wegequalität auch Ladestationen benötigen. Generell muss für Radfahrer neben einem komfortableren Aufenthalt vor Ort auch die An- und Abreise mit dem Rad vereinfacht werden und der ÖPNV nachfrageorientiert optimiert werden, sodass mehr Gäste ohne Auto anreisen und der Individualverkehr reduziert wird. Insgesamt muss die Mobilitätsentwicklung als Teil des Lebensraummanagements gesehen werden, sodass Gäste und Einwohner gleichberechtigt als Zielgruppe betrachtet werden. Ziel muss eine nachhaltige gesamtheitliche / gesamtinsulare Mobilitätslösung sein, die vor allem klimaschonende Mobilität fördert.

Zielsetzung der Maßnahme

- Übernahme einer Vorreiterrolle im Bereich nachhaltige Mobilität
- Verbesserung der Mobilitätsangebote für Gäste und Einwohner
- Steigerung der Angebote und der Nutzung von Sharing-Angeboten und E-Mobilität
- Nachfrageorientierte Optimierung des ÖPNV-Angebots (auch Rufbus / -taxi)
- Steigerung der markenkonformen Service- und Erlebnisqualität → Optimierung von Binnenmobilität / Anreisequalität / Umsteigemöglichkeiten auf nachhaltige Verkehrsangebote

Übergeordnet: *Schaffung eines ganzheitlichen, gesamtinsularen und innovativen Mobilitätsangebots auf der Insel, das sowohl Einwohnern als auch Gästen zu Gute kommt.*

Monitoring

- Nutzerzahlen
- Gästebefragung
- Einwohnerbefragung

Nachhaltige Mobilitätslösung

Budget (Kostenschätzung)

Planung	**Konzepterstellung**: E-Mobilregion / Insel Föhr 25 T€ – 30 T€
Investition Investitionsspanne Laufende Kosten p.a.	**Investitionskosten:** ergeben sich aus dem Konzept
potenzielle Förderwege	▪ LEADER-Förderung ▪ Förderprogramm Elektromobilität (FEM) – Umweltbonus ▪ Klimaschutz durch Radverkehr (BMU)

Nachhaltige Mobilitätslösung im Sinne einer ganzheitlichen, klimaschonenden Insel-Mobilität

Konkrete Maßnahmenbeschreibung

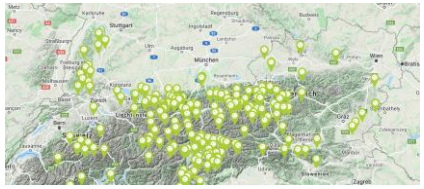
Konzeption:

- **Erfassung aller Mobilitätsangebote und Mobilitäts-Infrastrukturen** (Fokus auf E-(Bike-)Infrastruktur und ÖPNV)
- **Verifizierung des Nachfragebedarfs** (Befragung der Gäste und Einwohner, Erfassung der Verkehrsbelastung etc.)
- **Entwicklung neuer Maßnahmen zur Verbesserung der Binnenmobilität und der An- und Abreise Mobilität** (Projektskizzen, Fokus auf Umstieg E-Mobilität / E-Bike / ÖPNV / gesundes Genießen / E-Erlebnismobilität, enge Abstimmung mit Leistungsanbietern)
- **Entwicklung ganzheitliches Umsetzungskonzept** (Fokus auf Umsteigemöglichkeiten, öffentliche / private Investitionserfordernisse für ganzheitliche Inselmobilität und Service, Vergabe von Zuständigkeiten,
- **Kostenkalkulation** für die einzelnen Maßnahmen und Zeitplanung

Umsetzung:

- **Dialog mit verantwortlichen Akteuren** (Wyk und Gemeinden, Verkehrsunternehmen) zur Vorstellung des Konzepts und gemeinsamen Umsetzungsplanung
- **Detailplanung und Konkretisierung Umsetzungsplan**
- **Erfassung des jeweiligen Förderbedarf** und Prüfung von Fördermöglichkeiten (foerderwegweiser-tourismus.de)
- **Beantragen der Fördermittel**
- **Beauftragung einzelner Dienstleister** zur Umsetzung der Maßnahmen
- **Begleitende Kommunikationsmaßnahmen** (Websites, Social Media, Pressemeldungen etc.)

Best Practices mit Kurzbeschreibung



Emobil Region

- Darstellung aller Hotels mit E-Lademöglichkeit in einer Region zur einfachen Orientierung
- E-Auto Verleih-Angebote in mehreren Hotels

https://www.emobilhotels.de/

5-Punkte Plan für den Start

1. **Bewertung aller aktuellen Konzepte und Pläne** zur Weiterentwicklung der klimaschonenden Binnenmobilität und An- und Abreise
2. **Erfassung aller Mobilitätsangebote und Mobilitäts-Infrastrukturen** (Fokus auf E-Infrastruktur für klimaschonende Mobilität)
3. **Verifizierung des Nachfragebedarfs** (Befragung der Gäste und Einwohner, Erfassung der Verkehrsbelastung etc.)
4. **Einbindung von Best Practices zur kundenfreundlichen und betriebswirtschafltichen Umsetzung**
5. **Entwicklung neuer Maßnahmen zur Verbesserung der Binnenmobilität und der An- und Abreise Mobilität** (Projektskizzen, Fokus auf Umstieg E-Mobilität / E-Bike / ÖPNV / gesundes Genießen / E-Erlebnismobilität, enge Abstimmung mit Leistungsanbietern)

Entwicklung Hafenquartier-Westkaje

Entwicklung Hafenquartier-Westkaje

Umsetzungsfahrplan

1Q21	bis 2Q21	bis 3Q21	bis 4Q21	bis 1Q22	bis 2Q22	bis 3Q22
Voranalysen	Ausschreibung Entwicklung Hafenkonzept	Analyse der Ausgangs-situation	Entwicklung Hafenkonzept	Entwicklung Hafenkonzept	Politische Beschluss-fassung	Ausschreibung für Investoren

Federführung

- Stadt Wyk auf Föhr
- W.D.R.

Partner

- Föhr Tourismus GmbH
- Investoren

Kurzinformation

Der Hafen von Wyk ist das Entree der Nordseeinsel Föhr und hat als wichtige Visitenkarte und Einstieg in das touristische Erlebnis als auch als eigenständiger Erlebnisraum zwischen Stadt und Marina herausragende Entwicklungspotenziale. Mit einer attraktiven Nutzungsmischung aus Beherbergung, Kulinarik, Handel und Hafenerlebnis als auch durch eine hochwertige Gestaltung des öffentlichen Raumes (Beleuchtung, Relief, Bodenbeläge, maritime Stadtmöblierung) soll die Wertigkeit des Entrees gesteigert werden. Ein Hotelneubau mit Hafenflair, maritime Gastronomie, Aufenthalts-möglichkeiten am Wasser gehören zu den Ideen sowie auch eine kleine Marina sodass mehr private Schiffe anlegen können und der Sportboothafen sinnvoll erweitert wird. Bei der Umsetzungsplanung sollen maritime Geschichtsinszenierungen des Ortes mit berücksichtigt werden.

Zielsetzung der Maßnahme

- Stärkung des Wirtschaftsfaktors Tourismus
- Neue Angebotsqualität und nachhaltige Erlebnissteigerung für Gäste und Einheimische
- Steigerung der markenkonformen Service- und Erlebnisqualität
- Profilierung als Entschleunigungsdestination durch neue Erlebnisbereiche am Wasser

Übergeordnet: *Gesamtheitliche Entwicklung des Hafens in Wyk zu einem neuen Attraktionspunkt von Föhr.*

Monitoring

- Gästezahlen
- Gästebefragung
- Bewertungen auf Social Media

Budget (Kostenschätzung)

Planung	**Masterplan / Hafenkonzepterstellung**: 50 T€ – 75T€ **Erlebnisraumkonzept** 25 T€
Investition Investitionsspanne Laufende Kosten p.a.	**Baukosten:** ergeben sich aus dem Konzept
potenzielle Förderwege	▪ GRW-Mittel ▪ Vorhabenträger /Private Investoren

Entwicklung Hafenquartier-Westkaje

Konkrete Maßnahmenbeschreibung

Konzeption:

- **Voranalysen / Erfassung der Ausgangssituation**
  Voruntersuchungen Baugrund, Hochwasserschutz, Nutzungsbereiche etc.
- **Entwicklung eines ganzheitlichen Hafenkonzepts inkl. Flächennutzungskonzept (Masterplan)**
- **Machbarkeit / Wirtschaftlichkeitsberechnung** des Projektvorhabens über eine Kostenkalkulation
- **Inszenierung / Erlebnisraumkonzept** räumlich / inhaltliche Gestaltung des Erlebnisraumes
- **Konzeption einzelner Bereiche,** die auf die neue Positionierung der Insel einzahlen (u. a. Prüfung der Maßnahme Hotelneubau, Ausbau Sportboothafen, Entwicklung einer Marina mit Gastronomie und Einzelhandel, neue Wohnungen, Inszenierung Tradition & Geschichte)

Umsetzung:

- **Beschlussfassung** in verschiedenen Gremien und unter Einbeziehung aller touristischen Entscheider
- **Ausschreibung für Investoren** (bevorzugt keine großen internationalen Ketten, sondern regionale Betreiber und kleinere Anbieter)
- **Erfassung des jeweiligen Förderbedarfs** und Prüfung von Fördermöglichkeiten
- **individuelle Hotelkonzeptentwicklung** (Frage nach Zielgruppen, Preispolitik, Quellmärkten, USPs, Abgrenzung zum derzeitigen Unterkunftsangebot)
- Durchführung der **Baumaßnahmen**

Best Practices mit Kurzbeschreibung

Neustadt in Holstein

- Hafencharakter und historisches Panorama
- Gastronomische Vielfalt vom Fischkutter bis HafenRestaurant
- Modernität trifft Geschichte
  https://www.luebecker-bucht-ostsee.de/neustadt-in-holstein

5-Punkte Plan für den Start

1. **Voranalysen / Erfassung der Ausgangssituation**
2. **Klärung des Themas „Hochwasserschutz“** mit der Stadt Wyk und dem Land SH
3. **Vorgespräche mit potenziellen Vorhabenträgern**
4. **Entwicklung eines ganzheitlichen Hafenkonzepts inkl. Flächennutzungskonzept (Masterplan)**
5. **Touristisches Inszenierung / Erlebnisraumkonzept**

Inwertsetzung und Erlebnis-Inszenierung der Mühle Wrixum

www.andreas-doelz.de

Inszenierung Mühle in Wrixum

Umsetzungsfahrplan

1Q21	bis 2Q21	bis 3Q21	bis 4Q21	bis 1Q22	bis 2Q22	bis 3Q22
		Gespräche mit relevanten Stakeholdern	Konzept-erstellung	Konzept-erstellung	Förderung	Umsetzung

Federführung

- Gemeinde Wrixum

Partner

- Wrixumer Mühlenverein e. V.
- Weitere Investoren

Kurzinformation

Die Wrixumer Mühle gehört mit zu den attraktivsten historischen Sehenswürdigkeiten auf Föhr. Die Gemeinde Wrixum hat bereits mit Hilfe des Wrixumer Mühlenvereines das Reetdach, die Mühlenkappe und die Windrose saniert. Im Inneren der Mühle herrscht jedoch noch ein sehr schlechter baulicher Zustand, völlig ungeeignet, um den Betrieb als Windmühle wieder aufzunehmen. Es bedarf einer grundsätzlichen Sanierung, damit die Wiederbelebung des geschichtsträchtigen Bauwerks mittels einer Erlebnisinszenierung möglich wird. Geschichte, Handwerk und Tradition der Mühle sollen für Gäste auf einfache aber nachhaltige Weise erlebbar gemacht werden. Hierzu eignen sich neben baulichen Ausstellungsbereichen und Lichtinstallationen z.B. der Aufbau einer digital inszenierten und virtuell begehbaren Erlebnisbäckerei. Über Augmented Reality oder Holografie können den Gästen der originalgetreue Betrieb und individuelles Storytelling aufbereitet werden.

Zielsetzung der Maßnahme

- Steigerung der Wertschöpfung aus dem Tourismus
- Angebot zur Ausweitung der Saisonzeiten
- Optimierung kultureller Erlebnisangebote / Erhalt von Inselkultur und Baukultur
- Moderate Steigerung der Gäste- und Übernachtungszahlen
- Steigerung der markenkonformen Service- und Erlebnisqualität

Übergeordnet: *Wiederbelebung und Ausbau der Wrixumer Mühle zu einer für Einwohner und Gäste attraktiven Erlebniswelt, die zeitgemäße Einblicke in das Handwerk des Bäckers und die Geschichte und Tradition der Mühle gewährt.*

Monitoring

- Gästezahlen
- Gästebefragung / Bewertungen auf Social Media

Budget (Kostenschätzung)

Planung	**Konzepterstellung / Erlebnisraumdesign**: 40 T € **Instandhaltungsplan / Baugutachten:** 25 T€
Investition Investitionsspanne Laufende Kosten p.a.	**Baukosten:** ergeben sich aus dem Konzept **Technische Inszenierung:** 25 – 40 T€, je nach Standard
potenzielle Förderwege	▪ Förderung der integrierten ländlichen Entwicklung (ELER) ▪ GRW (Verbesserung der regionalen Wirtschaftsstruktur) ▪ EFRE ▪ Denkmalpflegeprogramm „National wertvolle Kulturdenkmäler”

Inwertsetzung und Erlebnis-Inszenierung der Mühle in Wrixum

Konkrete Maßnahmenbeschreibung

Konzeption:

- **Aktuelle Bestandserfassung und Potenzialanalyse** / Erfassung der Ausgangssituation und Dialog mit Stakeholdern
- **Prüfung der Anforderungen des Denkmalschutzes und weiterer rechtlicher Bestimmungen**
- **Konzeptentwicklung:** Erlebnisbäckerei mit direkter Einbindung der Gäste, Einsatz neuer Technologien wie AR, Storytelling, digitale Einblicke in die Geschichte, Fokus auf Nachhaltigkeit in der Umsetzung etc. → Entwicklung und Vergleich verschiedener Varianten
- **Kostenkalkulation für die einzelnen Varianten**
- **Wahl einer Variante und weitere Ausarbeitung der konkreten Umsetzung** (Wahl geeigneter Technologien, Beleuchtungsmöglichkeiten, Produktauswahl für den Vertrieb vor Ort)

Umsetzung:

- **Austausch und Abstimmung mit Partnern / Bäckereien**
- **Beschlussfassung** der relevanten Entscheider
- **Suche nach Investoren und Fördermöglichkeiten**
- Durchführung der **Baumaßnahmen**
- **Begleitende Kommunikation** über die Sozialen Medien und Website
- **Wiedereröffnungsevent** der Mühle und der angeschlossenen Erlebnisbäckerei

Best Practices mit Kurzbeschreibung

Wilhelm Busch Mühle

- Auch Max-und-Moritz-Mühle genannt
- Historische Wassermühle wird als Mühlenmuseum betrieben (Werk Wilhelm Busch, Mahltechnik, Gebäudegeschichte und Leben im 19. Jahrhundert)
- Hochzeitslocation

www.wilhelm-busch-muehle.de

Digitale Inszenierung

- Verbindung aus Touchpoints und Infos
  https://www.bte-tourismus.de/wp-content/uploads/2020/10/Veroeffentlichung_Webinar-4.pdf

5-Punkte Plan für den Start

1. **Erfassung des Renovierungsbedarfs** (Fußboden, Flachdach, Fenster, Türen, Blitzschutz und technisches Equipment wie Elevator, Zahnräder und Mühlensteine etc.)
2. **Prüfung der Anforderungen des Denkmalschutzes und weiterer rechtlicher Bestimmungen**
3. **Austausch mit der Gemeinde und dem Wrixumer Mühlenverein zum geplanten Vorgehen.**
4. **Konzeptentwicklung** Erlebnisbäckerei mit direkter Einbindung der Gäste, Einsatz neuer Technologien wie AR, Storytelling, digitale Einblicke in die Geschichte, Fokus auf Nachhaltigkeit in der Umsetzung etc.) → Entwicklung und Vergleich verschiedener Varianten
5. **Kostenkalkulation für die verschiedenen Varianten**

Insulare Kulturförderung

Insulare Kulturförderung

Umsetzungsfahrplan

1Q21	bis 2Q21	bis 3Q21	bis 4Q21	bis 1Q22	bis 2Q22	bis 3Q22
	Erfassung bestehender Flächen und Räume	Flächen-evaluation und Auswahl	Konzeption	Kosten-kalkulation	Umsetzung	Umsetzung

Federführung

- Föhr Tourismus GmbH

Partner

- Stadt Wyk auf Föhr
- Gemeinden
- Investoren / Veranstalter

Kurzinformation

Derzeit gibt es auf Föhr bereits verschiedene Künstler und Musiker, denen gute Räumlichkeiten fehlen. Der Nationalparkhalle kommt für das künstlerische Angebot auf der Insel eine besondere Bedeutung zu, da hier große Veranstaltungen stattfinden und bekannte Künstler auftreten können. Um das sowohl für Einwohner als auch für Gäste wichtige Kulturangebot zu erhalten und auszubauen, müssen Veranstaltungsräume und -flächen erhalten und auch neue geschaffen werden. Hierbei sollen neben größeren Veranstaltungen stärker Kulturschaffende auf der Insel einbezogen werden, um die lokale bildende Kunst, Lesungen und kleinere ausgewählte Veranstaltungen stärker zu entwickeln. Der Erhalt der Inselkultur muss zukünftig noch stärker im Fokus stehen.

Zielsetzung der Maßnahme

- Steigerung der Wertschöpfung aus dem Tourismus
- Angebot zur Ausweitung der Saisonzeiten
- Ausweitung der Saisonzeiten durch kulturelle Events in der Nebensaison
- Sicherung der Inselkultur durch lokale Veranstaltungen, u. a. von lokalen Künstlern
- Steigerung der markenkonformen Service- und Erlebnisqualität

Übergeordnet: *Durch den Ausbau von attraktiven Veranstaltungsflächen für Künstler und kulturelle Veranstaltungen kann die Attraktivität von Föhr für die Bevölkerung und für Gäste insb. auch in der Nebensaison deutlich gesteigert und die Inselkultur erhalten werden.*

Monitoring

- Gästezahlen
- Anzahl / Angebot an hochwertigen Kulturveranstaltungen
- Gästebefragung

Budget (Kostenschätzung)

Planung	**Konzepterstellung Nationalmarkthalle** 30 T- 40 T € **Konzept Inselkulturspots** 25 T€
Investition Investitionsspanne Laufende Kosten p.a.	**Baukosten:** ergeben sich aus dem Konzept
potenzielle Förderwege	▪ Private und öffentliche Investoren / Veranstalter ▪ IKU – Investitionskredit Kommunale und Soziale Unternehmen

Insulare Kulturförderung

Konkrete Maßnahmenbeschreibung

Konzeption:

- **Erfassung technischer / baulicher Bedarf Nationalparkhalle** Technik / Beleuchtung, Raumkonzeption innen / außen
- **Erfassung und Evaluation potenzieller Veranstaltungsräume und -flächen der Insel** (siehe Strandkonzept, Hafen / Güterschuppen, etc.)
- **Identifikation passender Künstler, insb. direkt auf Föhr**
- **Auswahl passender Flächen mit Entwicklungspotenzial** (Fokus auf ausgefallene Orte / naturnahe Veranstaltungsflächen unter Berücksichtigung des Umweltschutzes)
- **Konzeptentwicklung Inselkulturspots (Locations / Flächen)** (Nutzungsmöglichkeiten, Raumkonzept, Zielgruppen, Veranstaltungsformate, technische Ausstattung etc.)
- **Machbarkeitsstudie Nationalparkhalle**

Umsetzung:

- **Prüfung der Förderoptionen zur Optimierung der Nationalparkhalle**
- **Prüfung der Voraussetzungen zur Nutzung der gewählten Räume** (Nutzungsrechte, Brandschutz etc.)
- **Suche nach Investoren / Veranstaltern zur Inszenierung und Betrieb neuer Veranstaltungsräume und -flächen**
- **Konzeption konkreter Veranstaltungsformate, die zu den Locations passen**
- **Prüfung der Einrichtung eines touristischen Kulturfonds zur Akquisition hochwertiger Kulturangebote**

Best Practices mit Kurzbeschreibung

Kühlhaus in Flensburg

- Ehemaliges Kühlhaus zur Obst- und Kühllager am Flensburger Güterbahnhof
- bietet Platz für große Open Air Events wie das Open Air Kino
- Anlaufstelle für Kultur jeglicher Art

https://kuehlhaus.net/kuehlhaus-geschichte.php

Pumpwerk Wilhelmshaven

- Ehemaliges Entwässerungswerk
- Heute überregional bekanntes und attraktives Kulturzentrum
- U. a. Auftritt vieler bekannter Künstler

https://www.pumpwerk.de

5-Punkte Plan für den Start

1. **Bedarfsermittlung an Kultur-Veranstaltungslocations**
2. **Erfassung potenzieller Veranstaltungsräume und -flächen der Insel**
3. **Identifikation passender Künstler, insb. direkt auf Föhr**
4. **Prüfung insb. aktueller Potenziale des Güterschuppens** (ggf. Nutzung als Club oder Bistro)
5. **Evaluation der Flächen** (Sanierungsbedarf inkl. grober Kostenschätzung, Verfügbarkeit bzw. Nutzungsrechte, Nutzungsmöglichkeiten, Berücksichtigung des Naturschutzes etc.)
6. **Auswahl passender Flächen** auf Basis der Evaluation
7. **Konzeptentwicklung für einzelne Locations**

Kontakt für Rückfragen.

www.projectm.de

www.tourismusperspektive.com

www.corona-navigator.de

www.kompetenzzentrum-tourismus.de

www.destinationquality.de

www.gesundheit-tourismus-blog.com

PROJECTM.Tourismusinnovation

www.xing.com/companies/projectmgmbh

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

Dr. Gina Wagener
Tel. 040.419 23 96 24
gina.wagener@projectm.de

PROJECT M GmbH
Gurlittstraße 28
20099 Hamburg

Disclaimer

Sämtliche von PROJECT M erarbeiteten Konzepte und sonstige Werke und damit auch sämtliche Nutzungsrechte erbrachter Leistungen bleiben bis zur Abnahme und Honorierung durch den Auftraggeber Eigentum von PROJECT M. Weitergabe und Vervielfältigung (auch auszugsweise) sind bis dahin lediglich mit schriftlicher Einwilligung von PROJECT M zulässig.

Soweit Fotos, Grafiken u.a. Abbildungen zu Layoutzwecken oder als Platzhalter verwendet wurden, für die keine Nutzungsrechte für einen öffentlichen Gebrauch vorliegen, kann jede Wiedergabe, Vervielfältigung oder gar Veröffentlichung Ansprüche der Rechteinhaber auslösen.

Wer diese Unterlage – ganz oder teilweise – in welcher Form auch immer weitergibt, vervielfältigt oder veröffentlicht, übernimmt das volle Haftungsrisiko gegenüber den Inhabern der Rechte, stellt die PROJECT M GmbH von allen Ansprüchen Dritter frei und trägt die Kosten der ggf. notwendigen Abwehr von solchen Ansprüchen durch die PROJECT M GmbH.