



**Wirtschaftsförderungsgesellschaft
Nordfriesland**

Tourismusbericht 2005

Husum, Juni 2006

www.wfg-nf.de



Inhaltsverzeichnis

1. Zentrale Daten	4
1.1 Tourismus in Deutschland	4
1.2 Tourismus in Schleswig-Holstein.....	8
1.3 Tourismus in Nordfriesland.....	10
2. Umsetzung des Tourismuskonzeptes Nordfriesland	12
2.1 Entwicklungsprojekte unter Trägerschaft der WFG.....	12
2.1.1 Modellprojekt „Badestellen der Zukunft“	12
2.1.2 Strategisches Erfolgskennziffersystem im Tourismus (S.E.T.)	12
2.1.3 Qualitätsmessung des Beherbergungsangebotes in Nordfriesland	13
2.1.4 Gesundheitstourismus	14
2.1.5 Informations- und Reservierungssystem (IRS).....	14
2.1.6 Sonstige Maßnahmen	15
2.2 Entwicklungsprojekte unter Trägerschaft des NBV	16
2.2.1 Natur und Tourismus / Naturerlebnis Wattenmeer im touristischen Angebot	16
2.2.2 Fahrradtourismus	17
2.3 Auftragsprojekte und Umsetzungsmaßnahmen der NTS	18
2.3.1 Online - Marketing.....	18
2.3.2 Anzeigenschaltung.....	18
2.3.3 Pressearbeit	18
2.3.4 Nordsee Urlaubsmagazin 2006.....	18
2.3.5 Projekt Kurzreisen.....	18
2.3.6 Projekt Grenzüberschreitender Tagestourismus.....	19
2.4 Weitere Projekte und Umsetzungsmaßnahmen im Kreis Nordfriesland	20
2.4.1 Kommunale und privatwirtschaftliche Investitionsprojekte mit touristischer Bedeutung.....	20
2.4.2 Kultur und Tourismus	21
3. Zusammenfassung und Ausblick	22
4. Literaturverzeichnis	23

Vorwort

Der vorliegende Bericht gibt einen kurzen Überblick zu touristischen Entwicklungen 2005 im Kreis Nordfriesland, in der Destination Nordsee Schleswig-Holstein, im Bundesland Schleswig-Holstein sowie in Deutschland. Zudem stellt der Tourismusbericht neben den Ausführungen auf Grundlage von statistischem Material einige ausgewählte wichtige Projekte vor, die für die Destination Nordsee-Schleswig-Holstein mit dem Schwerpunkt auf Nordfriesland konzipiert und initiiert wurden und sich heute in der Umsetzungsphase befinden. Diese Projekte haben eine Zielsetzung: Sie sollen gemäß den vorliegenden Konzepten und Handlungsempfehlungen zu einer Verbesserung der Wettbewerbsfähigkeit des Tourismus beitragen.

Die Tourismusintensität zeigt, wie stark eine Region vom Tourismus geprägt ist und liefert Anhaltspunkte für dessen wirtschaftliche Bedeutung. Dabei wird die Zahl der Übernachtungen mit der Einwohnerzahl ins Verhältnis gesetzt. Pro Einwohner sind im Reisegebiet Nordsee jedes Jahr 67 Übernachtungen zu verzeichnen. Der Bundesdurchschnitt liegt bei nur vier Übernachtungen pro Einwohner und der Schleswig-Holsteins bei sieben. Der Tourismus stellt in der ländlich geprägten Region einen immens wichtigen Wirtschaftsfaktor dar, der die Regionalentwicklung des Kreises maßgeblich beeinflusst. 37,5 % des Volkseinkommens an der Westküste stammen aus dem Tourismus. Von den 110.900 Einwohnern im Reisegebiet Nordsee bestreiten 41.600 Personen ihren Lebensunterhalt durch den Tourismus und erwirtschaften jährlich einen Umsatz von 1,5 Milliarden Euro. Zwei Drittel dieses Umsatzes stammen aus dem Übernachtungstourismus, ein Drittel aus dem Tagestourismus. Allerdings sind die Übernachtungszahlen seit 1996 von 8,2 Millionen Übernachtungen in gewerblichen Betrieben auf 7,4 Millionen im Jahr 2005 kontinuierlich zurückgegangen. Das Sparkassentourismusbarometer prognostiziert in einem langfristigen Trendszenario sogar einen Rückgang auf 6,8 Millionen Übernachtungen im Jahr 2015. Angesichts der großen wirtschaftlichen Bedeutung des Tourismus für die Region eine sehr bedrohliche Vorstellung. Kaum eine andere Branche ist in ähnlich vielfältiger und enger Art mit den sie umgebenden Rahmenbedingungen verwoben wie die Tourismusbranche. Allgemein Rahmenbedingungen wie Globalisierung, wirtschaftliche, politische und technische Entwicklungen spielen dabei ebenso eine Rolle wie gesellschaftliche Rahmenbedingungen, zu denen demographische Veränderungen, Gesundheit, Bildung und das Verhältnis von Arbeit und Freizeit gehören. Die Folgen dieser Veränderungen rechtzeitig zu erkennen und bei zukünftigen Planungen zu berücksichtigen hat daher neben der Förderung und Weiterentwicklung des Tourismus höchste Priorität.

Husum, im Juni 2006

1. Zentrale Daten

1.1 Tourismus in Deutschland

Der Tourismus hat in Deutschland eine hohe wirtschaftliche und gesellschaftliche Bedeutung. Nach einer Zusammenstellung des Deutschen Tourismusverbandes (DTV/2005), liegt die Gesamtzahl der Beschäftigten in den unmittelbar und mittelbar dem Tourismus zugeordneten Bereichen (zum Beispiel Einzelhandel, Verkehrsmittel) inklusive Teil- und Saisonarbeitskräften bei rund 2,8 Millionen, das sind ca. 8 % an der Gesamtbeschäftigung in Deutschland (vgl. DTV, 2005).

Zwei Wachstumsmotoren gab es im Jahr 2005 für den Deutschlandtourismus: Zum einen stiegen die Übernachtungszahlen der ausländischen Gäste deutlich an, zum anderen boomte der Städtetourismus. Über 120,6 Millionen Gäste aus dem In- und Ausland verbrachten 2005 344 Millionen Nächte in den rund 54.000 gewerblichen Unterkünften und auf über 3.600 Campingplätzen. Zusätzlich wurden fast 3,2 Milliarden Tagesausflüge und Tagesgeschäftsreisen in Deutschland unternommen (vgl. DTV, 2005). Trotz des positiven Fazits ist festzustellen, dass die Wettbewerbsintensität weltweit mit Auswirkungen auf Deutschland weiter zugenommen hat und auch zukünftig die Tourismuswirtschaft in Deutschland vor neue Herausforderungen stellen wird. Der Ausbau der Angebots- und Servicequalität im Deutschlandtourismus zahlt sich im internationalen Wettbewerb aus und hat daher auch in den nächsten Jahren hohe Priorität.

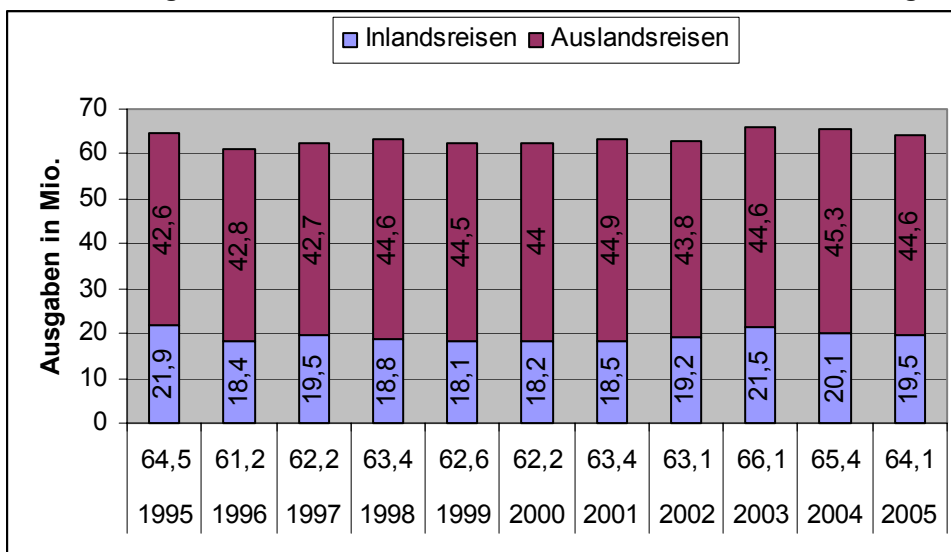
Reiseausgaben gestiegen

Insgesamt wurden bei jeder Tagesreise im Durchschnitt 28,50 EUR ausgegeben (vgl. dwif 2005). In Deutschland werden in gewerblichen Beherbergungsbetrieben mit neun und mehr Betten im Durchschnitt 93,30 EUR pro Kopf und Tag für Unterkunft und Verpflegung im Gastgewerbe, Einkauf, Freizeit/Unterhaltung, lokalen Transport und Dienstleistungen ausgegeben. In Privatquartieren mit bis zu acht Betten 48,30 EUR. Campinggäste geben auf Touristik-Stellplätzen durchschnittlich 26,90 EUR aus.

Die **In- und Auslandsreisen der Deutschen mit mindestens einer Übernachtung** führten zu einem Ausgabevolumen von insgesamt 122 Mrd. EUR (Plus 2 %). Davon profitierte das Inland mit 58 Mrd. EUR und das Ausland mit 64 Mrd. EUR (vgl. IPK International, 2006).

Bei **Urlaubsreisen (In- und Ausland) mit mindestens vier Übernachtungen** wurden im Jahr 2005 durchschnittlich 833 EUR ausgegeben. Das sind 112 EUR mehr als in 1995. Bei Urlaubsreisen mit inländischen Zielen gaben die Deutschen in 2005 517 EUR aus, mit ausländischen Zielen 917 EUR (vgl. F.U.R. Reiseanalyse 1995 - 2006).

Abb. 1: Ausgaben bei Urlaubsreisen mit mindestens vier Übernachtungen



Quelle: Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen (2006)

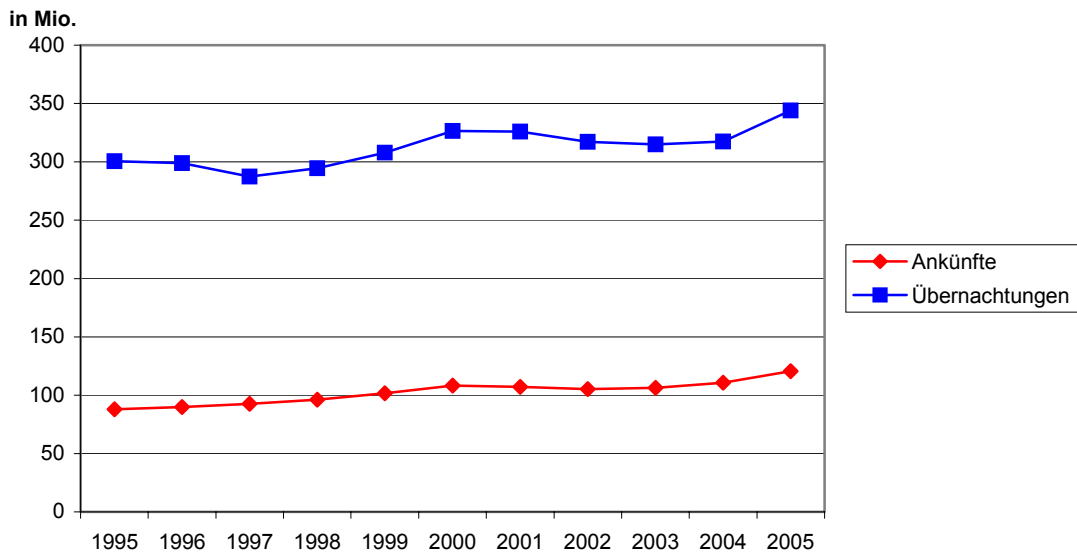
Reisedauer

Die Durchschnittsdauer sämtlicher Urlaubsreisen ist seit 1995 deutlich von 14,1 auf 12,5 Tage gesunken. Urlaubsreisen zu inländischen Destinationen hatten eine Dauer von durchschnittlich 10,6 Tagen, zu ausländischen Reisezielen 13,4 Tage (vgl. F.U.R. Reiseanalyse 1995 - 2006). Der klassische Familienurlaub: „in den Sommerferien drei Wochen an einem Ort“ wird immer seltener. Dies liegt zum Einen an dem sich wandelnden Reiseverhalten aber auch an der demographischen Entwicklung, die dazu führt, dass es immer weniger Familien mit Kindern in Deutschland gibt. Folglich wird auch die Zahl der Kurzurlaubsreisen (zwei bis vier Tage) in den nächsten Jahren weiter zunehmen. Von 2003 bis 2015 ist eine Steigerung von bis zu 45 % möglich (vgl. N.I.T., 2004).

Zuwächse bei Ankünften und Übernachtungen

Das Jahr 2005 brachte dem deutschen Beherbergungsgewerbe einen neuen Höchststand: In den berichtspflichtigen Betrieben wurden 120,6 Mio. Gäste begrüßt. Dies bedeutet einen deutlichen Zuwachs von 3,6 % gegenüber dem Vorjahr. Die Zahl der Übernachtungen erhöhte sich im Vergleich zu den Steigerungen bei den Ankünften lediglich unterproportional um 1,6 % von 317,4 Mio. auf 344,0 Mio. Dies findet seine Begründung im Wesentlichen in der bereits angesprochenen kürzeren Reisedauer.

Abb. 2: Ankünfte und Übernachtungen (in Betrieben mit mehr als 8 Betten) 2005



Quelle: Statistisches Bundesamt (2006)

Bedeutendes Marktsegment der Tagesreisen

Von großer Bedeutung für die Tourismuswirtschaft in Deutschland mit positiven Impulsen auf die gesamte Volkswirtschaft ist der Tagesreiseverkehr. Rund 3,3 Mrd. Tagesausflüge und Tagesgeschäftsausflüge unternehmen die Deutschen jährlich ins In- und Ausland. 95 % aller Tagesreisen führen in deutsche Destinationen. Die Großstädte sind dabei die mit Abstand beliebtesten Tagesreiseziele. Bei fast jedem zweiten Ausflug (47,9 %) ist eine Stadt mit mehr als 100.000 Einwohnern das Hauptziel. Tagesreisen generieren jährlich Bruttoumsätze in Höhe von rund 87,5 Mrd. EUR am Zielort.

Deutschland weiterhin beliebtestes Reiseziel

Trotz eines leichten Rückgangs um 0,4 Prozentpunkte gegenüber dem Vorjahr ist Deutschland mit einem Marktanteil von 30,4 % weiterhin mit großem Abstand das beliebteste Reiseziel der Deutschen. Insgesamt verbrachten die Deutschen im Jahr 2005 rund 19,5 Mio. Urlaubsreisen im Heimatland. Allerdings ist dies ein Rückgang von 600.000 Reisen gegenüber dem Jahr 2004. Spitzenreiter bei den Inlandsreisezielen bleibt trotz Einbußen Bayern (7,2 %) gefolgt von Mecklenburg-Vorpommern auf dem zweiten Rang (4,7 %) und Schleswig-Holstein mit 4,2 % auf dem dritten Rang (vgl. F.U.R, 2005).

Die beliebtesten Reiseziele im Ausland sind wie in den Jahren zuvor Spanien, Italien, Türkei und Österreich. Der anhaltende Trend – „traditionelle“ Destinationen wie Spanien, Italien und Österreich verlieren, „neue Ziele“ wie die Türkei, Kroatien und Reisegebiete in Osteuropa gewinnen Marktanteile – setzte sich fort (vgl. F.U.R, 2006).

Einzelne Segmente im Deutschlandtourismus

Bei den Gästen der **Heilbäder und Kurorte** ist ein Anstieg von 2,4 % auf 17,6 Millionen zu verzeichnen. Die Übernachtungen sanken jedoch im gleichen Zeitraum um 0,9 % auf 97,7 Millionen. Nur noch 10 % der Gäste unterziehen sich am Kurort einer mehrwöchigen Therapiemaßnahme, die von den Krankenkassen finanziert wird (vgl. DHV, Bonn 2006).

Im **Touristkamping** verzeichnete die Campingbranche im Jahr 2005 ein Plus von 1,5 % auf 21,7 Mio Übernachtungen. Der Gesamtumsatz der deutschen Campingindustrie lag 2005 mit einem Umsatzplus von 10,8 % erstmals bei über 5 Mrd. EUR (vgl. CIVID, Frankfurt 2006).

Die Bruttoumsätze im Campingtourismus belaufen sich jährlich auf insgesamt mehr als 9,5 Mrd. EUR. Sie resultieren aus Ausgaben am Aufenthaltsort (3,47 Mrd. EUR), Ausgaben für die Fahrt (3,10 Mrd. EUR) und Ausgaben für die Ausrüstung (2,95 Mrd. EUR) (vgl. DTV, Bonn 2004).

Der **Fahrradtourismus** hat auch 2005 wieder zugelegt. 45,4 % aller Deutschen nutzen das Fahrrad im Urlaub. 14,3 % von ihnen sogar „häufig“ bis „sehr häufig“. 2 Mio. Deutsche planen in den nächsten drei Jahren „ziemlich sicher“ mindestens eine Radreise mit vier Übernachtungen (vgl. ADFC, Bremen 2006).

Ausgewählte Nachfragetrends im deutschen Reisemarkt

Die „neuen Alten“ kommen

Die über 50-jährigen werden den Reisemarkt der Zukunft entscheidend prägen. Ihr Reiseverhalten unterscheidet sich dabei von den vorherigen Senioren generationen. Die „neuen Alten“ sind Reise erfahren, verfügen über relativ viel Geld und erwarten dafür Qualität.

Qualität und gutes Preis-Leistungs-Verhältnis

Die Urlauber werden zunehmend preisbewusster und möchten nicht mehr zahlen als notwendig. Dies bedeutet aber nicht zwangsläufig billig: 35 – 40 % der deutschen Urlauber bevorzugen eine gehobene Qualität zu einem angemessenen Preis. 40 – 50 % der Urlauber suchen eher preisgünstige Angebote mit guter Qualität (vgl. N.I.T. 2004).

Informieren und buchen im Internet

Urlaubsinteressierte wünschen sich einen möglichst unkomplizierten Zugang zu Reiseangeboten. Hierzu bietet das Internet ideale Voraussetzungen. In den letzten Jahren hat es als Informations- und Buchungsmedium enorm an Bedeutung gewonnen, und für die kommenden Jahre wird von einer weiteren starken Zunahme ausgegangen (vgl. N.I.T. 2004).

1.2 Tourismus in Schleswig-Holstein

Nachdem sich Schleswig-Holstein noch bis August bei den Übernachtungen in der Verlustzone aufhielt, haben die letzten vier äußerst erfolgreichen Monate des Jahres 2005 das Blatt mit einem Wachstum von 1,0 % zum Positiven gewendet. Auch die Zahl der Ankünfte lag Ende 2005 um 3,7 % höher als im Vorjahr. Insgesamt wurden zum Jahresende in den gewerblichen Betrieben mit mindestens neun Betten 5,06 Millionen Ankünfte und 22,36 Millionen Übernachtungen registriert. Mit dem Plus von 1,0 % liegt Schleswig-Holstein im bundesweiten Vergleich jedoch nur noch im hinteren Mittelfeld und konnte von den Wachstumsmotoren des Deutschlandtourismus – Boom des Städtetourismus und des Incoming-Tourismus – kaum profitieren. Die Städte Berlin und Hamburg belegen mit Wachstumsraten von 10,3 % und 8,2 % die Plätze eins und zwei.

Deutliches Plus bei Ankünften und leichtes Plus bei Übernachtungen

Der negative Trend des Jahres 2004, bei dem die Beherbergungsstätten mit neun und mehr Betten einschließlich Campingplätze in Schleswig-Holstein einen Verlust von 4,9 % bei den Übernachtungszahlen und von 2,8 % bei den Ankünften hinnehmen mussten, konnte gestoppt werden. Die folgende Abbildung zeigt die Entwicklung aufgeschlüsselt nach Reisegebieten.

Abb. 3: Positiver Saldo in allen Reisegebieten Schleswig-Holsteins

Reisegebiet	Ankünfte		Übernachtungen		Ø Aufenthaltsdauer in Tagen
	Anzahl	Veränderung Vorjahr in %	Anzahl	Veränderung Vorjahr in %	
Nordsee	1.213.402	3,5	7.971.759	1,5	6,6
Ostsee	2.333.138	3,8	9.954.364	0,4	4,3
Holsteinische Schweiz	186.069	4,9	820.475	1,6	4,4
Übriges Binnenland	1.325.078	3,6	3.614.957	1,6	2,7
Schleswig-Holstein gesamt	5.057.687	3,7	22.361.555	1,0	4,4

In Betrieben mit 9 und mehr Betten (einschließlich Campingplätze)

Quelle: Statistisches Landesamt (2006)

In den Daten der Statistischen Landesämter und des Statistischen Bundesamtes werden lediglich Übernachtungen in gewerblichen Betrieben ab 9 Betten erfasst. Doch gerade das Beherbergungsangebot in Schleswig-Holstein ist durch einen überdurchschnittlich hohen Anteil des so genannten Grauen Beherbergungsmarktes (z.B. Privatquartiere unter neun Betten, Verwandte-/Bekanntebesuche und Freizeitwohnsitze) geprägt. Diese Betriebe machen ca. 50 % des Übernachtungsvolumens aus.

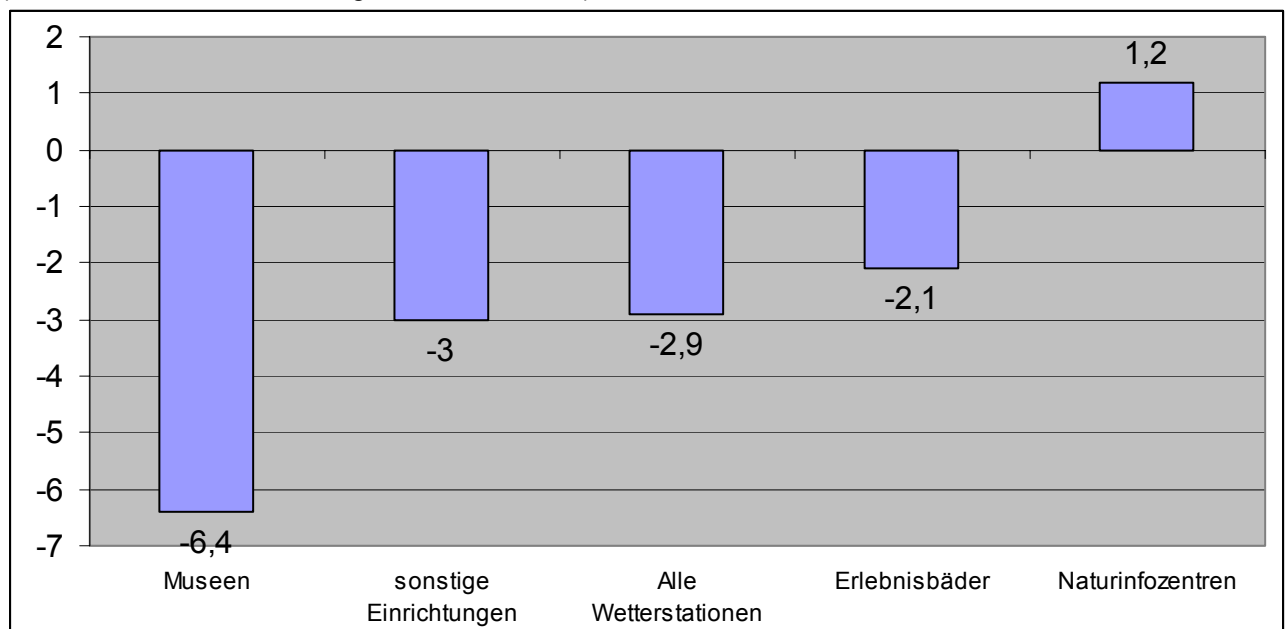
Die **Herkunftsstruktur der Gäste** der Destination Nordsee Schleswig-Holstein stellt sich in den letzten drei Jahren unverändert wie folgt dar: Nordrhein-Westfalen bleibt der wichtigste Quellmarkt vor Niedersachsen, Schleswig-Holstein, Hessen und Hamburg.

Rückläufige Besucherzahlen bei den Freizeiteinrichtungen

Im Gegensatz zur insgesamt positiven Entwicklung des Übernachtungstourismus in Schleswig-Holstein entwickelten sich die Besucherzahlen in den Freizeiteinrichtungen, die im Rahmen des Tourismusbarometers erfasst werden, meistens negativ. Im Durchschnitt gingen die Besucherzahlen um 2,9 % zurück. Die Museen wiesen mit -6,9 % die höchsten Verlusten auf. Lediglich die Naturinfozentren konnten 1,2 % zulegen.

Abb. 4: Touristische Wetterstationen Schleswig-Holstein

(Besucherzahlen 2005 im Vergleich zu 2004 in %)



Quelle: dwif 2006

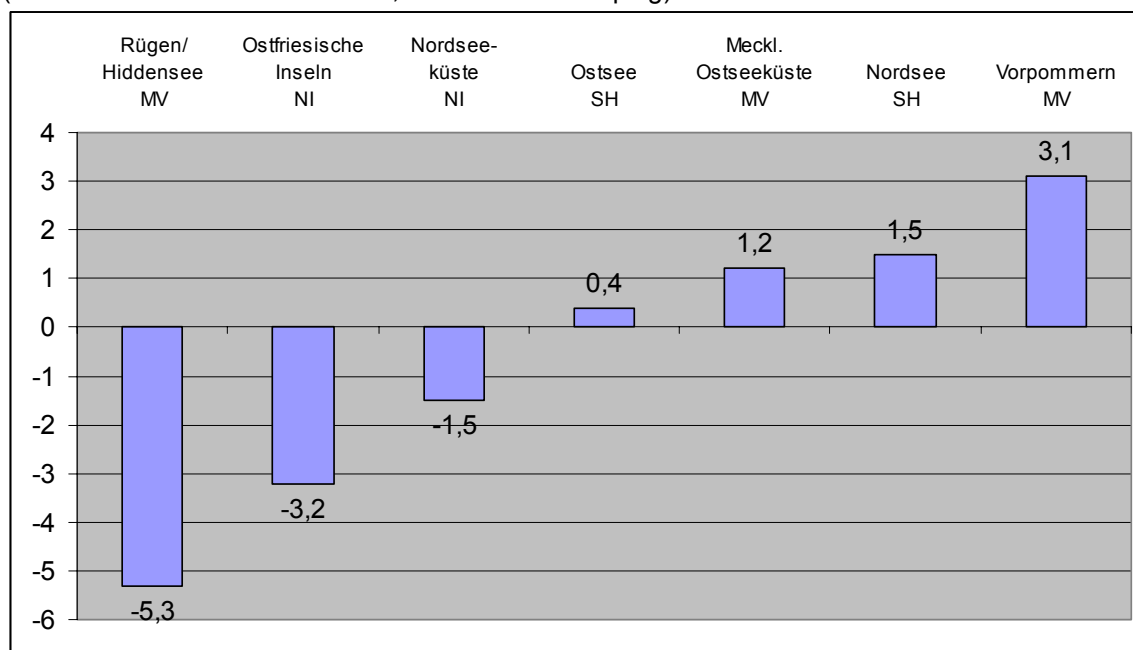
1.3 Tourismus in Nordfriesland

Der überwiegende Anteil des Übernachtungs- und Gästeaufkommens in der Destination Nordsee Schleswig-Holstein entfällt auf den Kreis Nordfriesland. (6.877.204 Übernachtungen Nordfriesland; 1.381.429 Übernachtungen Dithmarschen). Die Rangfolge der besuchten Teilregionen des Kreises ist größtenteils unverändert geblieben. Den ersten Platz belegt Westerland Stadt (1.525.842 Übernachtungen) vor St. Peter-Ording (1.113.538 Übernachtungen) und dann bereits mit großem Abstand Wennigstedt-Braderup (439.276 Übernachtungen). Bei den Übernachtungs- und Gästezahlen im Vergleich zum Jahr 2004 lässt sich kein genereller Trend erkennen. Während Hooge bei den Übernachtungen um 10 % zulegen konnte hat Süderlügum um 26,2 verloren. Insgesamt liegen die Ankunfts zahlen mit 1,5% und die Übernachtungszahlen mit -0,8% unter dem Landesdurchschnitt (vgl. Statistisches Landesamt, 2006).

Beim Vergleich sämtlicher Küstengebiete belegt die Nordseeküste Schleswig-Holstein einen guten zweiten Platz.

Abb. 5: Küstenreisegebiete im Vergleich

Veränderung der Übernachtungen 2005 im Vergleich zum Vorjahreszeitraum
(in % Betriebe mit mind. 9 Betten; inkl. Touristikcamping)



Quelle: Statistisches Landesamt 2006

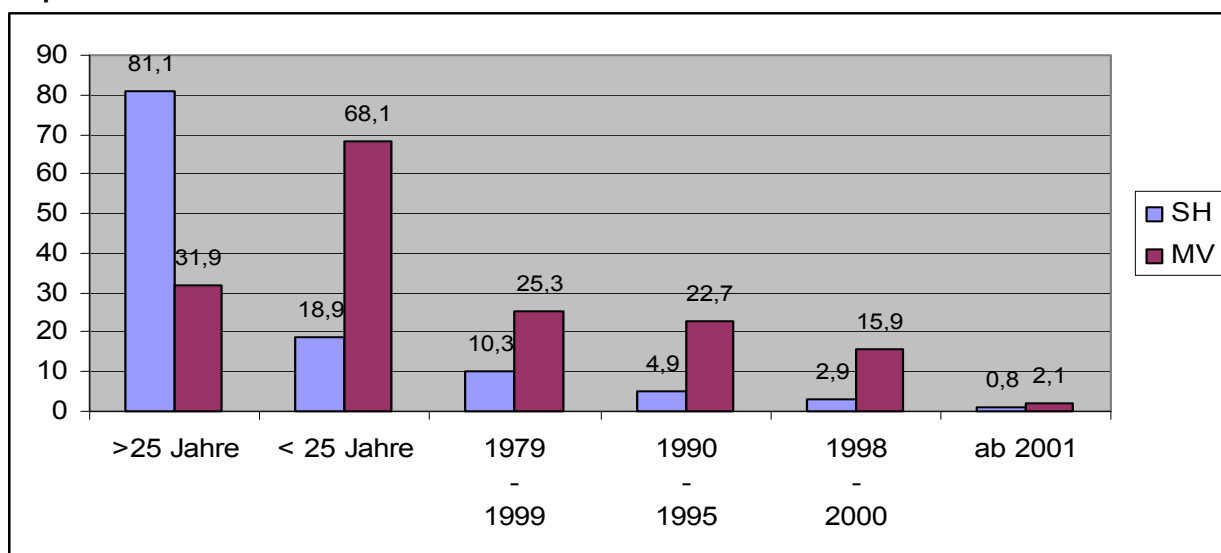
Fazit:

Auch wenn die Zahl der Gästeankünfte im Jahr 2005 wieder leicht zulegen konnte, so sind doch die Übernachtungszahlen weiter rückläufig. Die Touristen kommen nicht mehr automatisch an die Nordsee. Sie sind Reise erfahren und kennen die Qualitätsstandards anderer Destinationen

im In- und Ausland und fordern diese selbstbewusst ein. In vielen Bereichen, sowohl bei den Beherbergungsbetrieben als auch bei der touristischen Infrastruktur vor Ort, sind Modernisierungen dringend geboten. Professor Rasmussen von der FH Stralsund unterstrich dies kürzlich in seinem Vortrag in Husum mit dem Thema: „Was können wir von Mecklenburg-Vorpommern lernen“. Seine vergleichenden Untersuchungen zum Tourismus in Schleswig-Holstein und Mecklenburg-Vorpommern haben ergeben, dass der einzige Unterschied und damit auch die wesentliche Ursache für die bessere touristische Nachfrage in Mecklenburg-Vorpommern in der moderneren Infrastruktur der Beherbergungsbetriebe und touristischen Freizeiteinrichtungen besteht.

Den Altersunterschied belegt auch die nachfolgende Abbildung sehr deutlich.

Abb. 6: Alter der Beherbergungsbetriebe in Schleswig-Holstein im Vergleich zu Mecklenburg-Vorpommern



Quelle: dwif 2004 Betriebsbefragung

Daher wird es auch in den kommenden Jahren weiterhin eine wesentlich Aufgabe der Wirtschaftsförderungsgesellschaft sein, das Bewusstsein bei den touristischen Akteuren für Modernisierungen und Klassifizierungen zu schärfen und mit modellhaften Projekten zu unterstützen. Wer Qualität und Service bietet, kann sich dies auch entsprechend bezahlen lassen. Wichtig ist, dass das Preis-Leistungs-Verhältnis stimmt.

Das gleiche gilt für die Qualifikation der Mitarbeiter im Tourismus. Sowohl bei den Tourismusinformatoren als auch im Hotel- und Gasstättenbereich und ganz besonders auch bei den Privatvermietern besteht ein großer Weiterbildungs- und Qualifizierungsbedarf, wie nicht zuletzt das Modellprojekt zur Bemessung der Qualität im Beherbergungswesen in Nordfriesland gezeigt hat. Aufbauend auf den gewonnen Erkenntnissen über bestehende Defizite werden in den kommenden Jahren gezielt Schulungs- und Weiterbildungsangebote angeboten.

2. Umsetzung des Tourismuskonzeptes Nordfriesland

2.1 Entwicklungsprojekte unter Trägerschaft der WFG

Basierend auf dem konzeptionellen Rahmen für die zukünftig zu verfolgende Entwicklungsrichtung im Bereich des Tourismus hat die WFG auch im Jahr 2005 verschiedene Maßnahmen zur Tourismusförderung durchgeführt. Die Tourismus- und die Gesundheitswirtschaft sind dabei zwei wesentliche Kernbereiche, die im Rahmen der Standortentwicklung zielgruppengerecht und nachhaltig gefördert werden.

2.1.1 Modellprojekt „Badestellen der Zukunft“

Die „Strände“ an der nordfriesischen Nordseeküste sind ein wichtiger Bestandteil des touristischen Angebots der Region. Ziel, des bereits 2003 initiiert Modellprojektes, ist die nachhaltige Sicherung der Badestellen mit touristischem Entwicklungspotenzial und die Steigerung ihrer Attraktivität. Gefördert wird das Projekt durch Mittel aus dem Programm „Zukunft auf dem Land“. Für sechs ausgewählte Badestellen wurde exemplarisch ein modellhaftes Konzept erarbeitet, das Maßstäbe für deren Nutzung definiert, die Anforderungen der touristischen Nachfrage berücksichtigt und diese mit den Erfordernissen des Natur- und Küstenschutzes vereinbart. Des Weiteren sollen von diesem Projekt Impulse für die Umgestaltung der über 80 „Strände“ im Kreis Nordfriesland ausgehen und ein langfristiger Optimierungsprozess initiiert werden. Jedem Ort wurde dabei ein Zielgruppenprofil zugeordnet, z.B. die Ausrichtung auf Familien, Sportler oder Natururlauber. Daneben wurden auch zahlreiche innovative Infrastrukturmaßnahmen entworfen. Die entwickelten Konzepte ermöglichen eine schrittweise Umsetzung einzelner Maßnahmen. Ende 2005 haben sich fünf der sechs Modellorte dazu entschlossen die vorgeschlagenen Konzepte baulich umzusetzen. Der Umsetzungsprozess wird weiterhin von der WFG koordiniert. In einem ersten Schritt wurde ein Leitantrag formuliert, der eine 50 % ige Förderung der Baumaßnahmen zum Ziel hat. Das Gesamtvolumen des Antrags beläuft sich auf ca. 1,7 Mio. EUR.

2.1.2 Strategisches Erfolgskennziffersystem im Tourismus (S.E.T.)

Die WFG beteiligt sich seit 2002 an dem Projekt „Strategisches Erfolgskennziffersystem im Tourismus“ (S.E.T.), mit dem ein geeignetes Instrument zur Erfolgssteuerung und -kontrolle im Tourismus geschaffen werden soll. Bei dem Kennzahlensystem handelt es sich um ein ganzheitlich angelegtes Mess- und Steuerungssystem mit dynamischer Anlage, das Finanz-, Prozess-, Kunden-/Gäste- und Mitarbeiterkennzahlen integriert. Mit Hilfe des S.E.T. werden den touristischen Akteuren betriebswirtschaftliche Zusammenhänge besser als bisher offen gelegt, wodurch zum einen Zielsetzungen und Zielerreichungsgrad einfacher und transparenter zu

messen sind, zum anderen Abweichungen rechtzeitig erkannt werden können und somit die Möglichkeit zum zielgerichteten Gegensteuern eröffnet wird.

Das Projekt wird zu 50 % aus Mitteln des „Regionalprogramms 2000“ gefördert und von der Fachhochschule Westküste unter wissenschaftlicher Leitung von Prof. Dr. Bernd Eisenstein durchgeführt. Kofinanziert wird das Projekt von der WFG und den Orten Friedrichskoog (Modellgemeinde) und Büsum (Vergleichsgemeinde).

2004 erfolgte nach erfolgreicher Implementierung des Kennzahlensystems in den Gemeinden Friedrichskoog und Büsum eine Anwendung des S.E.T. mittels einer wiederholten Prüfung und Messung von Maßnahmen, Zielen, Kennzahlensystem und Sollwerten. Im Rahmen der Messphase wurden beispielsweise auch Gästebefragungen zur Ermittlung der Zufriedenheit der Besucher durchgeführt und in einer abschließenden Evaluation auf Praktikabilität in der Umsetzung bewertet. Diese Ergebnisse wurden Ende 2005 präsentiert. Hierbei hat sich gezeigt, dass die Arbeit mit über 80 Kennziffern für die meisten Tourismusorte zu komplex und die Erhebung der Daten zu zeitaufwendig ist. Daher arbeitet die WFG aktuell gemeinsam mit der FH Westküste an einer Modifikation der Erfolgskennziffern. Ziel ist es mit weniger Erfolgskennziffern, die relativ einfach für die Orte zu erheben sind, dennoch zu aussagekräftigen Ergebnissen zu kommen.

2.1.3 Qualitätsmessung des Beherbergungsangebotes in Nordfriesland

Als weitere konkrete Umsetzungsmaßnahme ist aus dem Projekt „S.E.T.“ eine Studie zur Qualitätsmessung des Beherbergungsangebotes in Nordfriesland einschließlich der Erarbeitung verbessernder Maßnahmen entwickelt worden. Das Projekt unter Trägerschaft der WFG hatte die Qualitätssteigerung des Beherbergungsangebotes in Nordfriesland zum Ziel und richtete sich sowohl an gewerbliche als auch an private Vermieter.

Von 2004 bis 2006 wurden 46 Betriebe von der Inspektour GmbH begleitet und kontinuierlich in ihrer Dienstleistungsqualität gemessen. Im Jahr 2004 wurde eine erste grundlegende Bestandsaufnahme abgeschlossen, zu der neben der schriftlichen Befragung der Betriebe auch eine anonyme Buchungsanfrage gehörte. In persönlichen Gesprächen und in drei Workshops wurden den Teilnehmern Informationen zu verschiedenen touristischen Themen und Problemstellungen vermittelt. Basierend auf den festgestellten Stärken und Schwächen jedes einzelnen Betriebes wurden Handlungsempfehlungen entwickelt und in Einzelberatungen Möglichkeiten zur Qualitätssteigerungen aufgezeigt. Ende 2005 wurde eine zweite schriftliche Betriebsbefragung durchgeführt, um eine möglichst umfassende Übersicht über die Projektergebnisse zu erhalten. Sie nahm Bezug auf die gegebenen individuellen Handlungsempfehlungen und prüfte den Umfang der Bearbeitung sowie den jeweiligen Umsetzungsstand der Einzelmaßnahmen. Ebenfalls Ende 2005 wurde eine zweite anonyme Buchungsanfrage durchgeführt. Als Grundla-

ge diene der bereits während der ersten Anfrage verwendete Gesprächsleitfaden. Damit konnten in der Auswertung die Ergebnisse aus 2004 und 2005 in Relation gesetzt und Veränderungstendenzen aufgezeigt werden.

Auf der Abschlussveranstaltung im März 2006 wurden die Projektergebnisse präsentiert. Es hat sich gezeigt, dass die nordfriesische Beherbergungsstruktur aufgrund ihrer Kleinteiligkeit teilweise noch erhebliche Defizite bei der Anpassung ihrer Angebote an Markterfordernisse aufweist. Das Projekt hat aber auch gezeigt, dass bei einer entsprechenden Anleitung und der Bereitschaft der Vermieter auch in kurzer Zeit viele Schritte zu einer Verbesserung der Servicequalität getan werden können.

2.1.4 Gesundheitstourismus

Nordfriesland verfügt mit seinen naturräumlichen und klimatischen Besonderheiten sowohl im klassischen Gesundheitssektor als auch im Bereich Gesundheitstourismus über vielfältige Potenziale. Vor dem Hintergrund des demografischen Wandels und der Veränderungen auf dem Gesundheitsmarkt eröffnen sich für die Destination Nordsee Schleswig-Holstein viel versprechende Entwicklungschancen.

Das REK Nordfriesland weist insbesondere der Entwicklung des Gesundheitstourismus hohe Priorität zu. Zentrale Ansatzpunkte bilden hier eine zielgruppenorientierte Entwicklung gesundheitsorientierter Produkte und eine professionelle Vermarktung in enger Zusammenarbeit zwischen Tourismus- und Gesundheitswirtschaft. Die WFG hat mit der Einrichtung eines Regionalmanagements „Gesundheitstourismus“ die Voraussetzungen für eine koordinierte Steuerung von Projekten zur Gesundheitswirtschaft und für eine Ausrichtung Nordfrieslands als Gesundheitsregion geschaffen. Aufgabe der WFG ist es, in einem regionalen Netzwerk die vorhandenen Entwicklungsansätze zu erarbeiten und mit den Handlungsbeteiligten abgestimmt weiterzuentwickeln und besser ins Marketing zu bringen. Bezuschusst wird das Regionalmanagement aus dem Regionalprogramm 2000. Als eine der ersten Maßnahmen wurde unter Einbindung der WFG Mitte 2005 ein Projektantrag zur Förderung des gesundheitsorientierten Naturtourismus auf der Halbinsel Eiderstedt (GONTE) erarbeitet, der im Dezember 2005 positiv beschieden wurde. Weitere Projekte sind die „Modellregion Föhr“ sowie „Fit für Senioren“ und „Mutter und Kind Kuren“.

2.1.5 „Optimierung der Vertriebs- und Informationssysteme der Destination Nordsee Schleswig-Holstein“ (IRS)

Seit dem 01.07.2005 liegt die Bearbeitung des IRS-Projektes im Auftrag des Nordseebäderverbands bei der WFG.

Hauptziel dieses Projektes war die Einführung der Internetbuchbarkeit der touristischen Betriebe die auch kurzfristige Buchungen ermöglichen und insgesamt zu einer Professionalisierung des touristischen Services führen sollten. Diese Ziele sind erreicht worden. Insgesamt sind über 500

Betriebe der Projektpartner online buchbar. Der Schwerpunkt im Jahr 2005 lag bei der Weiterbildung der Mitarbeiter der beteiligten Buchungsstellen. Dazu wurden Workshops zum Thema „Online Marketing“, „Telefonmarketing“ und Anwenderschulungen zur verwendeten Software des Projektes durchgeführt.

Weiterhin erfolgte die Einbindung des Teilbereichs „Reisebüro-Vertrieb“ in das bestehende System. Dadurch ist eine direkte Buchung durch die Reisebüros möglich. Die Nordsee Tourismus Service GmbH wird einen eigenen Reisebürobereich unter www.nordseetourismus.de integrieren und die Möglichkeiten dieses Benutzertools bewerben.

2.1.6 Sonstige Maßnahmen

Im Bereich der Tourismusförderung war die WFG im Jahr 2005 zusätzlich zu den beschriebenen Entwicklungsprojekten in weiteren Handlungsfeldern tätig, u.a.:

- Hotelansiedlung und Vermarktung von Standorten im kommunalen Auftrag
- Beratung und Betreuung von Existenzgründern im touristischen Bereich
- Bestandspflege touristischer Betriebe
- Interimsgeschäftsführung NTS/NBV im 1. Halbjahr 2005
- Mitarbeit im Strategiekreis Marketing der NTS
- Mitarbeit im Projekt Natur und Tourismus (u.a. im Projektbeirat)
- Mitarbeit auf Kreis- und Landesebene im Projekt Fahrradtourismus
- Schulungen und Informationsveranstaltungen zur DTV-Klassifizierung
- Begleitung von kommunalen Förderanträgen im Rahmen des Regionalprogramms 2000
- Mitarbeit im Westküstenbeirat
- Mitarbeit Lenkungsgruppe Regionalmanagement Südtondern
- Mitarbeit Beirat der Insel- und Halligkonferenz für die Region Uthlande

2.2 Entwicklungsprojekte unter Trägerschaft des NBV

Auch im Jahr 2005 wurden in enger Zusammenarbeit mit verschiedenen Partnern aus der Region unter Trägerschaft des Nordseebäderverbandes mehrere Entwicklungsprojekte zur Förderung des Tourismus im Kreis Nordfriesland und in der Destination Nordsee Schleswig-Holstein durchgeführt.

2.2.1 Natur und Tourismus / Naturerlebnis Wattenmeer im touristischen Angebot

Die Nordsee Schleswig-Holstein verfügt über ein großes, naturräumliches Angebot zum Thema Natur. Der Nationalpark Schleswig-Holsteinisches Wattenmeer, aber auch über 16 Naturräume in den Kreisen Dithmarschen und Nordfriesland bergen zahlreiche Potenziale für touristische Angebote, die bisher nicht ausgeschöpft werden.

Unter Trägerschaft des NBV wurde gemeinsam mit der NationalparkService GmbH und in enger Zusammenarbeit mit den Kreisen Nordfriesland und Dithmarschen im April 2004 das Projekt „Natur und Tourismus“ gestartet. Hauptziele des Projektes sind:

- Prozesshafte Netzwerkbildung zwischen Natur-, Umwelt- und Tourismusvertretern für ausgewählte Themen, auch unter Einbindung der Verkehrswirtschaft und privater Unternehmer
- Marktgerechte Angebotsentwicklung und Entwicklung von Vermarktungsstrategien zum Thema: „Naturtourismus im Einklang mit den natürlichen Ressourcen“

Die Finanzierung des Projektes erfolgt zu 50 % aus Mitteln des Regionalprogramms 2000 und zu 50 % aus Eigenmitteln, aufgebracht vom Kreis Nordfriesland, der WFG und der Nationalpark Service gGmbH. Das Projektgebiet umfasst die Nordseeküste, die Inseln und Halligen sowie das Landesinnere der Kreise Dithmarschen und Nordfriesland. Der Projektzeitraum erstreckt sich von Anfang 2004 bis Anfang 2007.

Übergeordnete Zielsetzung beider Projekte ist somit eine marktgerechte Angebotsgestaltung im Naturtourismus mit Hilfe der Netzwerkbildung zwischen Natur-, Umwelt- und Tourismusvertretern. Im Jahr 2005 wurden hierzu folgende Veranstaltungen durchgeführt:

- Strategische Produktschmiede „Naturtourismus“ am 24. Februar 2005 mit Vertretern aus den Bereichen Tourismus, Umwelt, Naturschutz
- Angebotsrecherche: Zur Analyse des bestehenden Angebots wurde eine umfangreiche Übersicht über die Naturerlebnisangebote an der Westküste erstellt. Dabei hat sich gezeigt, dass sich die meisten Angebote im Mehrstunden-Bereich bewegen und im Mehrtages-Bereich bislang kaum buchbare Angebote vorhanden sind.
- Fachtagung „Naturerlebnis im touristischen Angebot“ am 19. Oktober in Meldorf

- Arbeitsgruppe Produktentwicklung: Diese hat die Aufgabe, die Vielzahl von Angeboten und Übersichten zu bündeln und zu kategorisieren. Dabei wird das Internet als wichtiges Medium gesehen. Darüber hinaus sollen Highlights geschaffen werden, die sich auch für eine überregionale Vermarktung eignen. Ein Thema das hierfür besonders geeignet scheint ist: „Nordsee bei Nacht“. Zu dem Thema wurden die vorhandenen Angebote gesammelt die dann zu buchbaren angeboten mit Übernachtungsmöglichkeiten kombiniert werden sollen. Ein Problem war dabei bisher, dass nicht genügend Akteure aus unterschiedlichen Teilen der Leistungskette an einen Tisch geholt werden konnten.

2.2.2 Fahrradtourismus

Im ersten Berichtsteil (Kapitel 1.1) wurde bereits auf das hohe Potenzial des Fahrradtourismus hingewiesen (2 Mio. Deutsche planen in den nächsten 3 Jahren ziemlich sicher eine Radreise mit vier Übernachtungen). Das Ziel ist daher die offensive Angebotsentwicklung und Vermarktung fahrradtouristischer Produkte.

Zum 1. August 2005 wurde das aus Mitteln des Regionalprogramms 2000 geförderte Projekt „Koordinierungs- und Informationsstelle für den Fahrradtourismus in der Destination Nordsee Schleswig-Holstein“ abgeschlossen. Mit der Arbeit der Koordinationsstelle wurde modellhaft der Aufbau einer Produktlinie konsequent vorangetrieben. Mittlerweile bietet die Region mit den kreisweiten, ausgeschilderten Fahrradwegenetzen und dem Nordseeküsten-Radweg eine gute Grundinfrastruktur für den Fahrradtourismus. Die Aufgabe der Qualitätssicherung und ggf. Anpassung an Bedürfnisse der Nachfrage wird nun von Bedeutung sein, um das hohe Qualitätsniveau zu erhalten und langfristig den Fahrradtourismus als Marktsegment für die Destination Nordsee Schleswig-Holstein zu sichern.

2.3 Auftragsprojekte und Umsetzungsmaßnahmen der NTS

Die Nordsee-Tourismus-Service GmbH ist für die Vermarktung der Destination Nordsee Schleswig-Holstein zuständig. Zusätzlich zu kommunikationspolitischen Maßnahmen und Tätigkeiten im Vertriebsbereich hat die NTS im Jahr 2005 folgende Projekte durchgeführt.

2.3.1 Onlinemarketing

Im Jahr 2005 wurden erstmalig finanzielle Mittel für Online-Marketing Maßnahmen eingesetzt. Neben der kostenfreien Suchmaschinenoptimierung zur besseren Auffindbarkeit der Nordsee in den relevanten Suchmaschinen (Google, Yahoo...) wurden gezielt Werbemittel auf relevanten Webseiten platziert sowie redaktionelle Einbindungen umgesetzt.

2.3.2 Anzeigenschaltung

Weiterhin ist zu erkennen, dass die Responsezahlen bei Anzeigenschaltungen im Allgemeinen schlechter werden. Dies gilt vor allem für Anzeigen in Printmedien. Die NTS hat daher im Jahr 2005 das Budget für Anzeigen stark reduziert und die zur Verfügung stehenden Mittel zur Neukundengewinnung mittels anderer aktivierender Maßnahmen (z.B. in Online Katalogportalen) eingesetzt.

2.3.3 Pressearbeit

Seit Oktober 2005 arbeitet die „nachrichtenagentur schleswig-holstein“ der TASH. Die NTS hat ihre Pressearbeit an die Nachrichtenagentur abgegeben und arbeitet dieser nun zu.

Informationsveranstaltungen und Workshops zur Pressearbeit haben stattgefunden. Die Kontingente der Orte werden aber nicht optimal genutzt und die Zuarbeit der Orte ist nicht zufriedenstellend. Daher werden zurzeit alternative Formen der Zusammenarbeit mit der „nachrichtenagentur“ erarbeitet.

2.3.4 Nordsee-Urlaubsmagazin 2006

Das Nordsee-Urlaubsmagazin 2006 ist Ende 2005 mit einer Auflage von 80.000 Exemplaren erschienen. Es wurde inhaltlich und gestalterisch weiter entwickelt und im Seitenumfang ausgeweitet. Mit den Schwerpunkten Strand und Baden, Naturerlebnis, Aktivurlaub mit Radfahren, Familie, Gesundheit und Wellness, Kultur/ Brauchtum und Kulinarisches wurden neben den Ortsdarstellungen die Profithemen der Nordsee berücksichtigt.

2.3.5 Projekt Kurzreisen:

Ziele des Projektes war die Neukundengewinnung und Werbung für die Schleswig-Holsteinische Nordseeküste im Bereich Kurzreisen und Tagestourismus. Primär sollte der Bekanntheitsgrad der Nordsee als Kurzreiseziel erhöht werden um vor allem auch eine Belebung der Vor- und Nachsaison zu erreichen. Dazu wurden folgende Marketingmaßnahmen durchgeführt:

- Produktion einer Kurzreisen-Broschüre
- Plakatwerbung in ausgewählten S-Bahnen und Bussen im Großraum Hamburg
- Promotion auf dem Hamburger Hauptbahnhof

- Erweiterung des Internetauftritts der NTS um den Bereich „Kurzreisen“
- Besuch der Messe „Du und Deine Welt“ in Hamburg
- Auslage der Broschüre in verschiedenen Erlebnisbädern

Die Resonanz auf die Marketingmaßnahmen war sehr gut, eine Weiterführung der Bewerbung von Kurzreisen ist daher sinnvoll. Im Rahmen der landesweiten Themenabstimmung mit der Tourismus-Agentur Schleswig-Holstein (TASH) sowie den Regionalverbänden wurde das Thema "Kurzreisen" als Landesthema definiert, das über die TASH in Abstimmung mit den TMO's abgewickelt wird. Daher wird eine Fortführung des Projektes in jedem Fall gewährleistet.

2.3.6 Projekt Grenzüberschreitender Tagestourismus

Aufbauend auf der Untersuchung zum grenzüberschreitenden Tagestourismus aus dem Jahr 2004 zielte dieses Projekt auf eine Erhöhung des Tagesausflugsvolumens in den Kreis Nordfriesland. Die Erhöhung der touristischen Wertschöpfung soll erreicht werden, indem die Tagestouristen zu einem Übernachtungsaufenthalt bewegt werden, die Einkaufstouristen noch stärker für andere Aktivitäten gewonnen werden können und Kulturinteressierte noch stärker zum Einkaufen motiviert werden. Dazu sollte vor allem eine bessere Information der aktiven Tagesausflügler über das touristische Angebot im Kreis Nordfriesland mit Hilfe folgender Maßnahmen stattfinden:

- Produktion einer dänischsprachigen-Broschüre
- Integration eines dänischen Contentbereiches bei der NTS
- Anzeigenschaltung im süddänischen Raum
- Auslage der Broschüre
- Beilage in lokalen Zeitungen
- Pressemeldung über die Nachrichtenagentur* Schleswig-Holstein

Bei Ergebnisbetrachtung müssen die folgenden Punkte kritisch festgestellt werden:

1. Die NTS sieht aktivierende Maßnahmen, die eine Reaktion beim Kunden erfordern, als problematisch. Im Wesentlichen sind die mangelnden Dänischkenntnisse in vielen Tourismusstellen, den Call Centern in der Region und nicht zuletzt beim Vermieter eine starke Barriere. Selbst Englisch als Alternative stellt häufig Schwierigkeiten dar.
2. Buchbare Angebote können zwar dargestellt werden, eine Beratung kann in der Regel jedoch aufgrund der Sprachbarrieren nicht stattfinden.
3. Tagesausflüge inkl. Einkaufen und Essen/ Trinken erfordern für die Dänen einen Währungsaussch. Dieser zusätzliche Aufwand stellt offenbar eine Barriere dar.
4. Die geringe Resonanz dänischer Gäste auf die vorgenommenen Werbemaßnahmen hat gezeigt, dass die Bewerbung des dänischen Marktes zu kostenaufwendig ist. Bei einer Weiterführung der Werbemaßnahmen muss daher das Kosten-Nutzen Verhältnis kritisch betrachtet werden.

2.3 Weitere Projekte und Umsetzungsmaßnahmen im Kreis Nordfriesland

Neben den in den vorherigen Kapiteln vorgestellten Projekten und Umsetzungsbeiträgen mit maßgeblicher Beteiligung von WFG, NBV und NTS sind im Kreis Nordfriesland und der Destination Nordsee Schleswig-Holstein von verschiedenen Akteuren weitere Aktivitäten aus den unterschiedlichsten Handlungsfeldern zur Förderung des Wirtschaftsfaktors Tourismus zu verzeichnen. Diese reichen von Maßnahmen zur Weiterentwicklung basisinfrastruktureller Angebote bis zur zielgruppenorientierten Produktentwicklung oder zur Öffentlichkeitsarbeit. Eine Auswahl an Projekten aus einigen Kategorien wird nachfolgend übersichtsartig vorgestellt.

2.4.1 Lokale kommunale und privatwirtschaftliche Investitionsprojekte mit touristischer Bedeutung

Von großer Bedeutung für den Tourismus ist die Förderung touristischer Infrastruktureinrichtungen. Im Jahr 2005 wurden von der **unteren Bauaufsichtsbehörde des Kreises Nordfriesland** und aus Mitteln des **Regionalprogramms 2000** die nachfolgenden größeren touristischen Projekte bewilligt:

1. Neubau Kurverwaltung St. Peter-Ording in der Böhler Landstraße
2. Kunstmuseum Alkersum/Föhr
3. Umbau Tennishalle Norddorf in Spielscheune
4. Strandversorgungsgebäude am Lister Oststrand
5. Teilweise Neubau Noldemuseum Neukirchen/Seebüll
6. Umbau Fährhaus Schlüttsiel
7. Umbau Jugendherberge Wittdün
8. Nutzungsänderung Rathaus in Kulturhaus in Garding
9. Errichtung einer Bungee/Trampolinanlage in Wyk auf Föhr
10. Nutzungsänderung Lagerhalle in Modellbahnausstellungshalle in Friedrichstadt
11. Umbau Packhaus Tönning in Veranstaltungsräume und Museum
12. Strandcafe mit Surf- und Segelschule Wyk auf Föhr
13. Informationszentrum in Tönning-Olversum am Eingang zum Katinger Watt
14. Umbau und Modernisierung der Veranstaltungssäle des TSW Westerland
15. Campingplatz Tönning
16. Parkdeck am Bahnhof Niebüll
17. Surfpodest St. Peter-Ording

davon wurden aus dem **Regionalprogramm 2000** gefördert:

1. Entwicklungskonzept Dagebüll-Hafen, Innerörtliche Verkehrsberuhigung.
Träger: Gemeinde Dagebüll (Gesamtkosten: 286.200,- €)
2. Studie: „Touristische Entwicklungsperspektiven der Gesundheitswirtschaft Schleswig-Holstein“. Träger: Heilbäderverband SH (Gesamtkosten: 100.00,- €)

3. Projekt: „Kultur und Tourismus“
Träger: Fachhochschule Westküste (Gesamtkosten: 92.000,- €)
4. Erweiterung und Modernisierung der städtischen Jugendherberge in Friedrichstadt Stadt
Träger: Stadt Friedrichstadt (Gesamtkosten: 2.443.700,- €)
5. Neugestaltung der Strandbrücke und der Kurpromenade in St. Peter-Ording Erneuerung der Strandbrücke
Träger: Gemeinde St. Peter Ording (Gesamtkosten: 1.704.900,- €)

Von großer Bedeutung für den Tourismus sind die drei geplanten Hotelneubauten auf Sylt. In **Hörnum** wurde mit dem Abbruch von Gebäuden der ehemaligen Kaserne begonnen. Auf dem Gelände soll ein öffentlicher Naturgolfplatz mit 18 Bahnen und ein 5 Sterne Golfhotel mit etwa 80 Einheiten entstehen. Die Fertigstellung ist für das Jahr 2008 geplant. Die Gesamtkosten belaufen sich auf ca. 30 Mio. EUR.

In **List** ist der Neubau eines A-Rosa Hotels für 360 Gäste und einem 4.000m² großen Wellness-Bereich, der auch für Nicht-Hotelgäste geöffnet werden soll, geplant. Die Fertigstellung ist für die Saison 2008 anvisiert.

Das geplante TUI Dorfhotel auf **Rantum** mit 159 Wohneinheiten und ca. 600 Betten soll bereits für die Sommersaison 2007 für erste Gäste seine Pforten öffnen.

2.4.2 Kultur und Tourismus

Nordfriesland verfügt über reiche kulturelle Potenziale, die professionell vernetzt und vermarktet das Angebotsportfolio der Region bereichern und den Gästen der Destination Nordsee Schleswig-Holstein als attraktive Angebotelemente präsentiert werden können.

Im Rahmen des Projektes „Touristische und Regionale Entwicklung Noldes Landschaft“ wurden in den Jahren 2004 und 2005 verschiedene Maßnahmen und Teilprojekte zur weiteren Aufwertung und (touristischen) Erschließung von „Noldes Landschaft“ umgesetzt, z.B.:

- Durchführung von Gästebefragungen zur Bestimmung des touristischen Marktes
- Entwicklung buchbarer Pauschalangebote
- Durchführung von Öffentlichkeitsarbeit und Präsentationen
- Entwicklung und Veröffentlichung einer Kunst-, Kultur-, Natur-Karte
- Organisation eines Kunst- und Kulturmarktes
- Initiierung des Umbaus und der Neukonzeptionierung des Nolde Museums in Seebüll

Darüber hinaus sind weitere Aktivitäten zur Stärkung und Weiterentwicklung des Angebotsfeldes „Kultur und Tourismus“ zu verzeichnen. Beispiele sind:

- Neukonzeption des „Ludwig-Nissen-Hauses“ in Husum mit Modernisierung der Ausstellung und bauliche Anpassung, parallel dazu Erarbeitung eines Marketingkonzeptes
- Ausbau des Dachgeschosses im Schloss vor Husum mit Einrichtung der Galerie „Kunst der Gegenwart in Schleswig-Holstein“

3. Zusammenfassung und Ausblick

Der Tourismus als bedeutendster Wirtschaftsfaktor des Kreises Nordfriesland steht vor großen Herausforderungen. Die Rahmenbedingungen im Tourismus haben sich in den letzten Jahren gravierend geändert. Die gestiegene Reiseerfahrung der Gäste und die weltweite Konkurrenz der touristischen Destinationen sind die auffälligsten Änderungen. Defizite im Bereich Service und Qualität werden daher stärker wahrgenommen und sind zu einem wesentlichen Entscheidungskriterium für die Wahl der Urlaubsdestinationen geworden. Hier wirkt sich auch der Investitionsstau bei Beherbergungsbetrieben und touristischer Infrastruktur in Nordfriesland negativ aus. Die geographische Randlage, die speziell Kurzreisen und Tagesausflüge erschwert, stellt eine zusätzliche Herausforderung dar. Weitere Veränderungen stehen in den nächsten Jahren und Jahrzehnten vor allem durch den demografischen Wandel der Gesellschaft bevor. Für den Kreis Nordfriesland kommt noch erschwerend die geographische Randlage, die speziell Kurzreisen und Tagesausflüge erschwert, und der Investitionsstau bei Beherbergungsbetrieben und touristischer Infrastruktur hinzu.

Trotz dieser Problembereiche bestehen vor dem Hintergrund der nach wie vor hohen Reiseintensität der Deutschen, der demografischen Entwicklung sowie der sich verschiebenden Zielgruppen und ihrer Bedürfnisse gute Chancen für eine zukunftssträchtige Entwicklung des Tourismus. Die Gegenmaßnahmen sind bereits eingeleitet.

Mit vielen der im Jahr 2005 initiierten, weiterverfolgten und abgeschlossenen Aktivitäten ist die Tourismuswirtschaft im Kreis Nordfriesland auf einem guten Weg. Insbesondere die vielfältigen Maßnahmen zur zielgruppengerechten Angebotsgestaltung im Einklang mit den Potenzialen der Region (z.B. Natur und Tourismus, Gesundheitstourismus) sowie die Aktivitäten zur Steigerung der Angebotsqualität sind wichtige Schritte zur Weiterentwicklung des Tourismus. Als Ergebnis der Projekte zur „Qualitätsbemessung der Beherbergungsbetriebe in Nordfriesland“ und den „Strategischen Erfolgskennziffern“ stehen wichtige Basisinformationen und –daten zur Verfügung, die bereits in weiterführende, konkrete Umsetzungsprojekt und Handlungsempfehlungen eingeflossen sind. Mit dem Projekt „Badestelle der Zukunft“ sind wichtige Anregungen zur Verbesserung der touristischen Infrastruktur gegeben worden, die nun in die Umsetzungsphase treten. Die Basisdaten bilden unter anderem die Grundlage für den zurzeit sich in der Umsetzung befindlichen „Strandfinder“ für die Nordsee. (Projektleitung „Strandfinder“ NTS).

Herausforderung für die Zukunft wird es weiterhin sein, gemeinsam bei klarer Aufgabenteilung und Bündelung der Ressourcen basierend auf den Stärken der Region qualitativ hochwertige Angebote mit Optionsvielfalt für zukunftssträchtige Zielgruppen aufzubauen und diese Angebote professionell auf einem innerdeutsch stagnierenden und zunehmend anspruchsvollerem Markt gegenüber Konkurrenzangeboten wirkungsvoll zu platzieren. Die angestrebten Ziele und die Passfähigkeit der Umsetzungsempfehlungen gilt es im Rahmen dieser Bemühungen laufend zu evaluieren, fortzuschreiben und ggf. an sich verändernde Rahmenbedingungen anzupassen.

Frank Ketter
Fachreferent Tourismusentwicklung

4. Literaturverzeichnis

Allgemeiner Deutscher Fahrradclub (ADFC), Bremen 2006

Caravaning Industrie Verband (CIVID), Frankfurt 2006

Deutscher Heilbäderverband (DHV), Bonn 2006

Deutscher Tourismusverband e.V. (DTV): Grundlagenuntersuchung Wirtschaftsfaktor Camping-tourismus in Deutschland, Bonn 2005

Deutscher Tourismusverband e. V. (DTV): Zahlen, Daten, Fakten: Tourismus in Deutschland 2005, Bonn 2006.

Maschke, Joachim: Tagesreisen der Deutschen, Schriftenreihe des dwif, Heft 50, München 2005.

Nordseebäderverband Schleswig-Holstein e.V. (NBV): Tourismusstatistik 2005, Husum.2006.

Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e.V. (F.U.R): Reiseanalyse RA 1995 – 2006; Kiel 2006.

Institut für Tourismus- und Bäderforschung in Nordeuropa GmbH (N.I.T.): Urlaubsreisetrends 2015 - , ohne Ort 2004.

IPK International, Europäischer Reisemonitor 2005, München 2005.

Raum & Energie: Regionales Entwicklungskonzept Nordfriesland, Handlungsrahmen, Wedel. ohne Ort, 2004

Sparkassen- und Giroverband Schleswig-Holstein (SGVSH) / Tourismusverband Schleswig-Holstein (TVSH): Infobrief Nr. 13, Kiel 2006.

Sparkassen- und Giroverband Schleswig-Holstein (SGVSH) / Tourismusverband Schleswig-Holstein (TVSH): Das Tourismusbarometer Schleswig-Holstein, Jahresbericht 2005, Kiel 2006.

Statistisches Bundesamt: Ergebnisse der monatlichen Beherbergungsstatistik, Dezember und Jahr 2005, Wiesbaden 2006.

Statistisches Bundesamt: Die Tourismusedwicklung in Deutschland im Jahr 2005, Ergebnisse der Beherbergungsstatistik, Wiesbaden 2006.

Impressum

Wirtschaftsförderungsgesellschaft Nordfriesland mbH
Schlossstraße 7
25813 Husum

Telefon: + 49 4841 6685 – 0

Fax: + 49 4841 6685 – 16

E-Mail: info@wfg-nf.de

www.wfg-nf.de