



Agenda für den 04.06.2021

14.00 -14.15 Uhr Begrüßung und Einführung

14.15 – 15.00 Uhr Impulsbeiträge

- Rahmenbedingungen, Trends und Entwicklungen für die künftige touristische Entwicklung der Stadt Otterndorf
- Ausgangssituation der Stadt Otterndorf im Tourismus
- Klärung von Fragen

15.00 – 16.00 Bewertung der Ausgangssituation

- Stärken und Schwächen
- Chancen und Risiken
- Handlungserfordernisse für die künftige Ausrichtung

16.30 – 18.00 Uhr Künftige Ausrichtung (Teil 1)

- Profil, Zielgruppen, Angebotsthemen
- Selbstverständnis, Ziele, Vision, Mission





Agenda für den 05.06.2021

10.00 -10.15 Uhr Einführung und Rückblick auf den Vortag

10.15 – 11.00 Uhr Künftige Ausrichtung (Teil 2)

- Profil, Zielgruppen, Angebotsthemen
- Selbstverständnis, Ziele, Vision, Mission
- 11.00 12.00 Schlüsselprojekte zur Umsetzung (Teil 1)
- 12.00 12.30 Pause
- 12.30 13.30 Schlüsselprojekte zur Umsetzung (Teil 2)
- 13.30 14.00 Zusammenfassung, weitere Vorgehensweise



Vorbemerkung / Lesehinweis



Die vorliegende **Ergebnisdokumentation** bezieht sich auf die **Klausurtagung** zur "**Zukünftigen Ausrichtung des Tourismus im Nordseebad Otterndorf**", welche am **04. – 05. Juni 2021** in Otterndorf stattgefunden hat.

Die eingebrachten Anregungen, Ergänzungen und Hinweise sind als Ergänzung und bei Bedarf mit zusätzlichen Kommentierungen versehen.



Die Ergebnisdokumentation ist ohne ggf. erforderliche mündliche Erläuterungen unvollständig. Für Rückfragen wenden Sie sich bitte an PROJECT M.

Als Ansprechpartner stehen Ihnen gerne zur Verfügung:

Cornelius Obier E-Mail: cornelius.obier@projectm.de, Tel.: 040 419 23 96-0

Stand: 27. Juni 2021



Ergebnisdokumentation (1/X): Grundlagen



TOP 1 Begrüßung und Einführung

- Herr Bürgermeister Thomas Bullwinkel und Herr Stellv. Stadtdirektor Frank Thielebeule begrüßen die Teilnehmenden zur Klausurtagung zur "Zukünftigen Ausrichtung des Tourismus im Nordseebad Otterndorf".
- Diese findet aus Gründen der Corona-Schutz- und Hygienebestimmungen in einem hybriden Format statt.
 Ausgewählte Teilnehmende können der Veranstaltung vor Ort in der Spiel- und Spaßscheune beiwohnen.
 Interessierte können darüber hinaus der Veranstaltung online beiwohnen und über digitale Techniken aktiv mitwirken. Die Moderation der Veranstaltung übernimmt Cornelius Obier, PROJECT M.

TOP 2 Impulsbeiträge

- Zunächst werden zwei Impulsbeiträge präsentiert: Cornelius Obier stellt die "Rahmenbedingungen, Trends und Entwicklungen für die künftige touristische Entwicklung der Stadt Otterndorf" vor. Sabine Gütlein, Fachbereichsleiterin Touristik, stellt die "Ausgangssituation der Stadt Otterndorf im Tourismus" vor. Beide Präsentationen finden sich auf den folgenden charts in Anlage 1 zu dieser Ergebnisdokumentation.
- Bereits in der an die Impulsbeiträge anschließenden Diskussion wird deutlich, dass die zukunftsfähige Ausrichtung Otterndorfs deutlich über ein rein touristisches Konzept hinaus gehen muss. Es geht mit Blick auf die künftige Ausrichtung in starkem Maße auch um die Bedarfe und Bedürfnisse der Bürgerinnen und Bürger, die gleichermaßen als Anspruchs-, wie auch als Zielgruppe in die Zukunftsüberlegungen eingebunden werden müssen. Damit folgt Otterndorf dem Beispiel vieler touristischer Destinationen, nicht zuletzt aus dem alpinen Raum, die schon lange dazu übergegangen sind, keine Tourismuskonzepte, sondern "Lebensraumkonzepte" zu entwickeln.

Ergebnisdokumentation (2/X): Stärken und Schwächen



TOP 3 Bewertung der Ausgangssituation

Im nächsten Schritt widmen sich die Teilnehmenden den Stärken und Schwächen, Chancen und Risiken sowie den hieraus abzuleitenden Handlungserfordernisse für die künftige Ausrichtung. Die in der Diskussion heraus gearbeiteten Stärken und Schwächen Otterndorfs sind (vergleiche auch die Dokumentation der Mentimeter-Abfragen auf den folgenden charts):

Stärken

- besondere Natur und Lagegunst
- schöne Altstadt
- gute touristische Infrastruktur
- hervorragendes Sport-, Freizeit- und Kulturangebot
- ruhig, heile Welt
- Familienfreundlichkeit

Schwächen

- Gastronomisches Angebot
- Einzelhandelsangebot
- Abendangebot
- zu wenig Innovation, zu traditionell
- latenter Generationenkonflikt
- zu geringe Einbindung des ländlichen Raums und der Naturräume sowie der starken Angebote der Samtgemeinde bzw. des Umlands



Ergebnisdokumentation (3/X): Stärken



badesee ebbe und flut schöne umgebung

grossartige naturräume

familienurlaub familienfreundlichkeit klimatische verhältnisse

grünstrand ebbe flut strand und küste finanzielle lage ist gut

> nicht überlaufen historisch altstadt authentizität

> > die altstadt

urlaub lage zwischen cux und hh

historische altstadt

vielf freizeitkulturangeb nordseeselbstrand

vielfältige angebote

altstadt wasser liebreiz lage an der nordsee familienfreundlich

schöne altstadt

gesunde luft

innenstadt

großes indiv sportangebot lage am wasser kultur menschlichkeit elbterrassen

heile welt



Ergebnisdokumentation (4/X): Schwächen



einzelhandel konzeptiosigkeit investitionsstau	mangelnde komr wenig wohnmol	kaum abendverar	
politik überaltert	klassifizierunge entscheidungen z	u langsam	zeitangebo gastronomisches angebot
touris werden bevorzugt bürger am strand nicht e	1.00	nig innovativ	fehlende digitalität wenig teenagerangebote
öpnv und öffnungszeiten zu kleiner campingplatz	A STATE OF THE STA	onomie	entfernung stadt strand fokussierung auf sommer
organisationsstrukturen unwissenheit über gäste		r innenstad	shopping möglichkeiten langsame umsetzung entfernung wasser stadt
fehlende gastronomie lange entscheidungsv	HAVE	adwege enige individuelle läder	entfernung stadtkern
unterkunftsqualität	world un	bürger scheu gebot nach 20 uhr	en veränderun marktbearbeitung
veranstaltur	or entwicklung ngen opnv schlecht	nicht innivativ ge Inovation überalterung	73



Ergebnisdokumentation (5/X): Chancen und Risiken



Fortsetzung: TOP 3 Bewertung der Ausgangssituation

 Die Chancen und Risiken sowie den hieraus abzuleitenden Handlungserfordernisse für die künftige Ausrichtung stellen sich wie folgt dar (vergleiche auch die Dokumentation der Mentimeter-Abfragen auf den folgenden charts):

Chancen

- Nachhaltigkeit / ökologisch und sozial nachhaltige Ausrichtung
- Nutzung der besonderen Regionalität, des ländlichen Raums, der regionalen Angebote und regionaltypischen Produkte
- Naturnahe und Naturerlebnisangebote
- Erhalt des Charakters und der besonderen Aufenthaltsqualität Otterndorfs
- Erschließung neuer Zielgruppen durch Ansiedlung neuer, zeitgemäßer Beherbergungsangebote mit dem Potenzial zur stärkeren Erschließung der Vor-, Nachund Nebensaison

Risiken

- Massentourismus
- Verlust der Identität
- Stillstand, fehlender Mut zur Weiterentwicklung, zu starkes Beharrungsvermögen
- negative Auswirkungen des Tourismus und dadurch fehlende Akzeptanz bei den Bürgerinnern und Bürgern



Nutzung der wassertouristischen Potenziale
 Klausurtagung Nordseebad Otterndorf | © PROJECT M 2021

Ergebnisdokumentation (6/X): Chancen







Ergebnisdokumentation (7/X): Risiken







Ergebnisdokumentation (8/X): Bewertung



Fortsetzung: TOP 3 Bewertung der Ausgangssituation

- In der Diskussion arbeiten die Teilnehmenden wesentliche Grundlagen für die künftige Ausrichtung und Entwicklung Otterndorfs heraus: Das Spannungsverhältnis zwischen Bewahrung der Authentizität und Identität auf der einen Seite sowie Fortschritt, Innovation und Weiterentwicklung ist prägend für Otterndorf.
- Die Herausforderung, diese beiden Pole im Gleichgewicht zu halten, stellt sich stets und dauerhaft. Jede Weiterentwicklung des Ortes muss daher vor dem Hintergrund einer nachhaltigen Entwicklungsperspektive geprüft werden. Es geht dabei um den Erhalt der Natur, die Bewahrung der Identität und der Kultur des Ortes, so dass Otterndorf "sein Gesicht nicht verliert".
- Gleichzeitig ist der Ort essentiell auf Weiterentwicklung, Vergrößerung des Beherbergungsangebots sowie die Erschließung neuer Zielgruppen angewiesen, um die Vor-, Nach- und Nebensaison zu entwickeln. Ein ganzjähriges Angebot wird auf Dauer unabdingbar sein, um v.a. der Gastronomie und auch dem Einzelhandel die erforderlichen ökonomischen Möglichkeiten zur Weiterentwicklung zu bieten.
- Insofern befürworten die Teilnehmenden eine deutliche Weiterentwicklung des Ortes, allerdings mit der erforderlichen Sensibilität und zusätzlich einer systematischen und gezielten Zuwendung zur Nachhaltigkeit.
- Diese Ausrichtung wird auch unterstützt durch die Ergebnisse der Mentimeter-Abfrage danach, wie Otterndorf künftig sein möchte und wie sich Otterndorf nicht entwickeln möchte (siehe folgende charts).



Ergebnisdokumentation (9/X): Wie Otterndorf sein möchte.





angebotsstark familienfreundlich

nordisch vielfältig breit aufgestellt

nachhaltig

zeitgemäß

plattdeutsch

liebenswert innovativ

klein aber fein zukunftsorientiert naturverbunden liebevolle perle

authentisch

offen und freundlich

authentisch aber cool

kinderfreundlich

modern und klassisch



Ergebnisdokumentation (10/X): Wie sich Otterndorf künftig nicht entwickeln möchte.





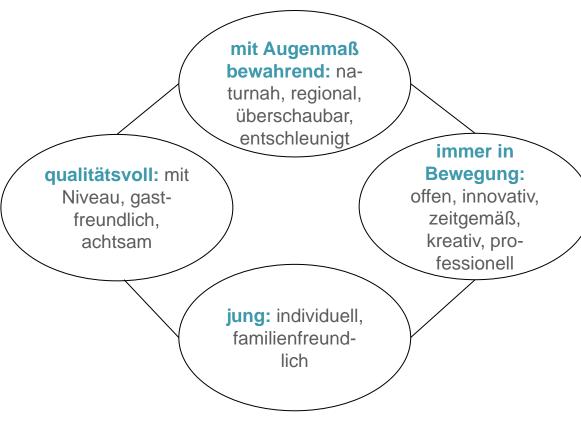




Ergebnisdokumentation (11/X): Künftige Ausrichtung

TOP 4 Künftige Ausrichtung

- Vor diesem Hintergrund arbeiten die Teilnehmenden nebenstehendes Soll-Profil für Otterndorf heraus. Der zentrale Anspruch, der über allem steht, leitet sich aus der Nachhaltigkeit als Verbindung von ökologischer, ökonomischer und sozialer Perspektive ab:
 - Otterndorf ist "mit Augenmaß bewahrend", gleichzeitig aber auch "immer in Bewegung". Der Ort hält sich "jung" und hat einen "qualitätsvollen Anspruch".
 - Otterndorf schafft einen fairen und zukunftsorientierten Ausgleich zwischen den Interessen der Einwohner und der touristischen Entwicklung.





Ergebnisdokumentation (12/X): Künftige Ausrichtung



Fortsetzung TOP 4 Künftige Ausrichtung

- Qualitätsanspruch: Das Qualitätsniveau der Destination Otterndorf als Ganzes wird gegenwärtig mit einem Niveau von 2-3 Sternen beschrieben. Künftig will sich Otterndorf so am Markt ausrichten, dass eine Qualitätsverbesserung um einen Stern auf ein 3-4*-Niveau erreicht wird. Grundlage hierfür ist eine verlässliche Basisqualität (u.a. bzgl. Sauberkeit und Qualität der kommunalen Infrastruktur), aber auch ein Ausbau der Erlebnisqualität im Sinne der künftigen Ausrichtung. Die höherwertigere Ausrichtung soll v.a. zu mehr Wertschöpfung pro Gast und zu einer deutlichen Verstärkung der Vor-, Nach- und Nebensaison führen. Otterndorf stellt sich damit im Sinne eines "nachhaltigen Qualitätstourismus" auf.
- Prädikatisierung: Die Teilnehmenden besprechen u.a. die Frage, ob sich Otterndorf verstärkt im Gesundheitstourismus positionieren soll, indem das Prädikat "Nordseeheilbad" angestrebt wird. Nach intensiver Abwägung der Marktpotenziale des Gesundheitstourismus und der Ausgangssituation Otterndorfs raten die Teilnehmenden von einer Erweiterung des Prädikatisierung nachdrücklich ab. Der Nutzen stellt sich im Vergleich zum Aufwand zu gering dar. Dies gilt insbesondere im Hinblick auf einen Aufwands-/ Nutzenvergleich für die zukünftig umsetzbaren Schwerpunkte (vgl. folgende charts). Hier wird der Nutzen als deutlich größer wahrgenommen.

Ergebnisdokumentation (13/X): Zielgruppen



Fortsetzung TOP 4 Künftige Ausrichtung

- Im Hinblick auf die künftig anzusprechenden Zielgruppen arbeiten die Teilnehmenden die künftige Ausrichtung Otterndorfs aus zwei Perspektiven heraus: Lebensphasen (siehe chart 18), Sinus-Milieus (siehe chart 19). Mit Blick auf die Lebensphasen verorten die Teilnehmenden die künftige Ausrichtung wie folgt:
 - gegenwärtigen Kernzielgruppen: "Familien mit Kindern" sowie "Ältere Mehrpersonenhaushalte"
 - Erschließung in den kommenden fünf Jahren: "Paare" und "Ältere" → besonders auch in der Vor-,
 Nach- und Nebensaison, hierzu bedarf es der Ansiedlung von geeigneten Beherbergungskapazitäten
 - Langfristige Erschließung: "Singles" und "Alleinstehende Senioren"→ hierzu bedarf es zusätzlich zur Ansiedlung von Beherbergungskapazitäten der Entwicklung der Gastronomie und des Abendangebots
- Mit Blick auf die Sinus-Milieus (vgl. zur Erläuterung: https://sevdesk.de/lexikon/sinus-milieus/) werden folgende Zusammenhänge herausgearbeitet:
 - Die bisher durch Otterdorf angesprochenen Milieus entstammen vorwiegend der "Bürgerlichen Mitte", dem Milieu der "Konservativ Etablierten" sowie dem "Traditionellen Milieu".
 - Künftig sollen zusätzlich vermehrt das Milieu der "Adaptiv Pragmatischen" sowie de "Liberal Intellektuellen" angesprochen werden. Besonders das "Sozialökologische Milieu" kann durch regionale und naturnahe Angebote, wie z.B. Naturbeobachtung und die Angebote des Nationalparks angesprochen werden.

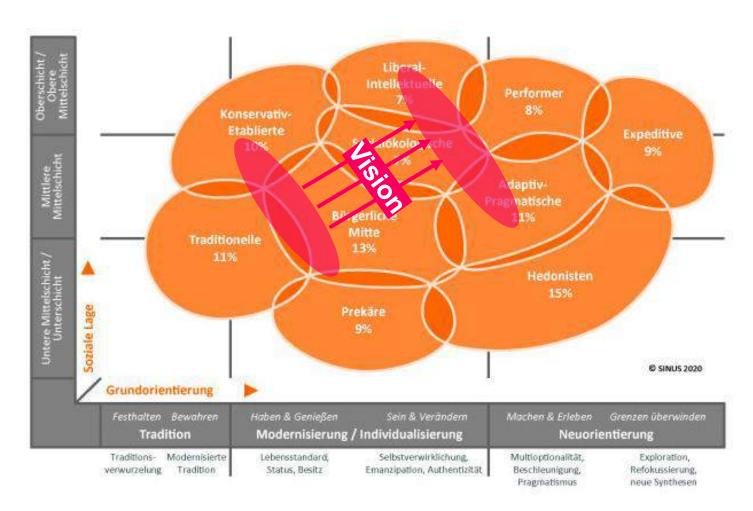


Ergebnisdokumentation (14/X): Lebensphasen

microm Lebensphasen Alleinstehende Ältere Paare Altere Senioren Mehrpersonenhaushalte 18,2% 13,0% 3,1% Singles Familien mit Kind 17,3% 12,9% 21,1% Junge Paare Junge Singles Junge Familien mit Kind 6,3% 4,4% Haushaltsgröße



Ergebnisdokumentation (15/X): Milieus









Fortsetzung TOP 4 Künftige Ausrichtung

- Die Teilnehmenden arbeiten anschließend die dominierenden Angebotsthemen für die künftige Ausrichtung heraus. Bisher bietet Otterndorf folgende Angebotsthemen:
 - Strand & Badeurlaub
 - Auszeit (Wellness, Gesundheit)
 - Aktivurlaub (v.a. Radfahren)
- Zukünftig sollen zusätzlich folgende Themen erschlossen und angeboten werden:
 - Natur und Naturerlebnis
 - Kultur und Kulturgeschichte
 - Regionale Produkte, u.a. Genuss & Kulinarik, erlebbare Landwirtschaft
 - Besondere Anlässe (z.B. Schiff-Spotting...)
- Diese Themen sind künftig profilbildend für Otterndorf.





Ergebnisdokumentation (19/X): Handlungsfelder



TOP 5 Handlungsfelder und Schlüsselprojekte

 Die Teilnehmenden diskutieren die Handlungsfelder und mögliche Schlüsselprojekte für die Umsetzung der künftigen Ausrichtung:

Handlungsfeld 1:

Marke und
Marketing, u.a.
Marken- und Leistungsversprechen des Ortes,
verbindender Content

Handlungsfeld 2:

Tourismusakzeptanz, Identifikation und Mitwirkung der Einwohner

Handlungsfeld 3:

Nachhaltiger
Qualitätstourismus, u.a.
Entwicklung und
Erschließung der
zusätzlichen
Angebotsthemen

Handlungsfeld 4:

Qualifizierung der Anbieter (Gastronomie, Handel, Beherbergung...)

Handlungsfeld 5:

Ausbau des Benerbergungsangebots, u.a. Hotelansiedlung, neue Feriendörfer, Haus-Boote, Tiny Houses, Wohnmobilstellplätze

Handlungsfeld 6:

Weiterentwicklung der touristischen Infrastruktur, u.a. Strandpromenade, Spielund Spaßscheune, Kletterpark

Handlungsfeld 7:

Aufgaben und Strukturen in den Bereichen Tourismus, Kultur und Stadtmarketing

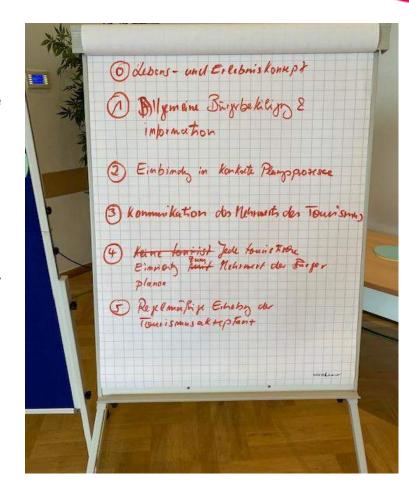


4

Ergebnisdokumentation (20/X): Zusammenfassung, weitere Vorgehensweise

TOP 6 Zusammenfassung, weitere Vorgehensweise

- Um den fairen und zukunftsorientierten Ausgleich zwischen den Interessen der Einwohner und der touristischen Entwicklung zu schaffen, werden eine Reihe von Maßnahmen diskutiert:
 - "Lebens- und Erlebniskonzept" statt "Tourismuskonzept"
 - Bürgerbeteiligung und Information im Hinblick auf die Weiterentwicklung Otterndorfs im Tourismus
 - systematische und greifbare Information des Mehrwerts des Tourismus für Bürgerinnen und Bürger
 - regelmäßige Erhebung der Tourismusakzeptanz
 - Beachtung: Jede touristische Einrichtung wird künftig im Hinblick auf den Mehrwert auch für Bürgerinnen und Bürger entwickelt.
- Die benannten Maßnahmen sind Gegenstand des Handlungsfelds 2 (siehe vorausgehendes chart)



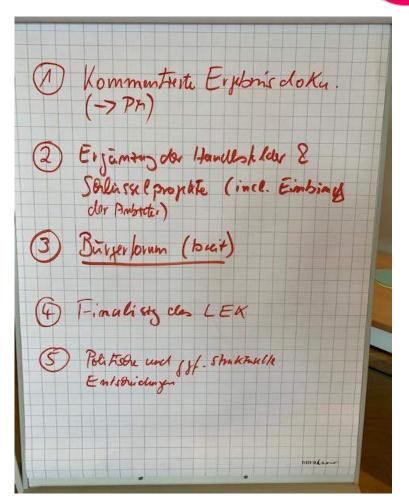


4

Ergebnisdokumentation (21/21): Zusammenfassung, weitere Vorgehensweise

Fortsetzung TOP 6 Zusammenfassung, weitere Vorgehensweise

- Auf der Basis der vorliegenden kommentierten Ergebnisdokumentation soll folgende Vorgehensweise umgesetzt werden:
 - Ergänzung der Handlungsfelder und Schlüsselprojekte gemeinsam mit den touristischen und tourismusrelevanten Anbietern in Otterndorf
 - Breit angelegtes Bürgerforum zur Vermittlung der künftigen Ausrichtung und weiterer Ergänzung der Handlungsfelder und Schlüsselprojekte
 - Finalisierung des "Lebens- und Erlebniskonzepts Otterndorf"
 - Herbeiführung der erforderlichen politischen Entscheidungen und strukturellen Veränderungen







GRÜNDUNGSJAHR: 1998 · GESCHÄFTSFÜHRER: Dipl.-Kaufm. Cornelius Obier Mitglieder der Geschäftsleitung: Johan Schiller Roloff Clausen, Detlef Jarosch, Peter C. Kowalsky



GESCHÄFTSTÄTIGKEIT

Consulting für die Tourismusund Freizeitwirtschaft: Strategieund Markenmanagement, Organisationsentwicklung, Infrastrukturentwicklung, Marktforschung und Analyse, Gesundheitstourismus



PRAXISORIENTIERTES TEAM

Über 20 feste und 12 freie Mitarbeiter mit interdisziplinärer Ausrichtung (Betriebswirte, Touristiker, Marktforscher, Stadtund Regionalplaner, Architekten...)



WISSENSCHAFTLICHE VERANKERUNG

Wissenschaftliche Leitung: Prof. Dr. Heinz-Dieter Quack, Ostfalia Hochschule Braunschweig-Salzgitter



UNTERNEHMENSSTANDORTE

Hamburg, München



Disclaimer

Aus Lesbarkeitsgründen wird im vorliegenden Dokument die männliche Sprachform verwendet. Hiermit ist keine Benachteiligung des weiblichen Geschlechts verbunden. Die sprachliche Vereinfachung ist als geschlechtsneutral zu verstehen.

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.











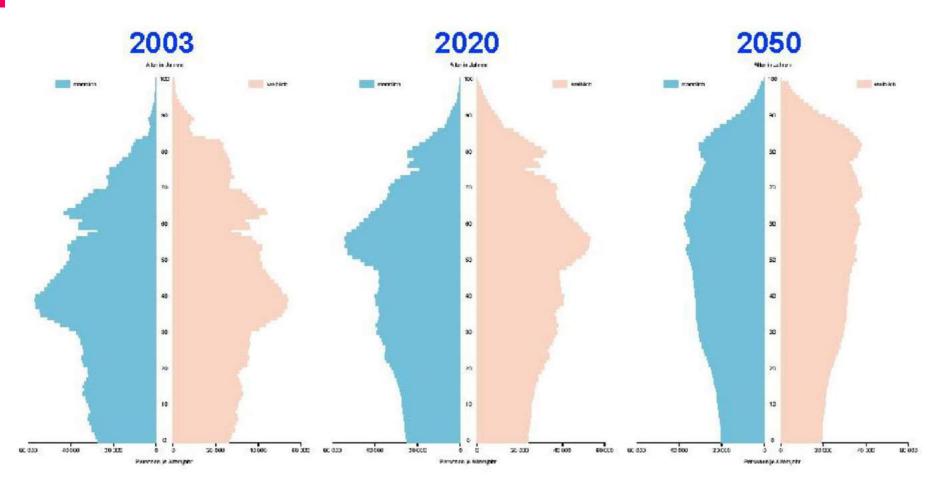


Übersicht

- Demographischer Entwicklung
- Digitalisierung
- Wertewandel
- Entwicklungen nach Corona

TOUR TRIN

Demographischer Wandel





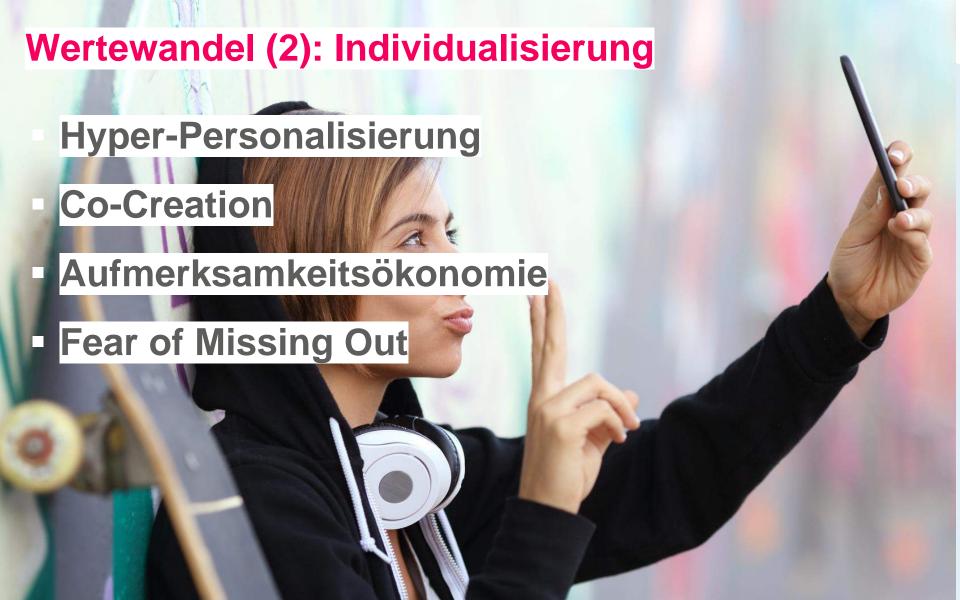
	Maturists (geboren vor 1945)	Baby Boomers (1945 – 1960)	Generation X (1961 – 1980)	Generation Y (1981 – 1995)	Generation Z (nach 1995 geboren)
Prägende Erfahrungen	Zweiter Weltkrieg Rationierungen Starr definierte Geschlechterrrollen Rock'n'Roll Kernfamilie Festgelegtes Frauenbild	Kalter Krieg Wirtschaftswunder Swinging Sixties Mondlandung Jugendkultur Woodstock Familienorientierung Zeitalter der Teenager	Ende des Kalten Kriegs Mauerfall Reagan – Gorbatschow Thatcherismus Live Aid Der erste PC Anfänge mobile Technologie Schlüsselkinder Zunahme von Scheidungen	Terroranschläge 9/11 Playstation Social Media Invasion im Irak Reality TV Google Earth	Wirtschaftlicher Abschwung Erderwärmung Globalisierung Mobile Devices Energiekrise Arabischer Frühling Eigene Medienkanäle Cloud Computing Wikieleaks
Anteil an arbeitender Bevölkerung in % (in UK)	3 %	33 %	35 %	29 %	Teilweise in befristeten Arbeitsverhältnissen oder in Ausbildung
Ziel	Eigenheim	Jobsicherheit	Work-Life-Balance	Freiheit und Flexibilität	Sicherheit und Stabilität
Haltung zu Technologie	Weitgehend uninteressiert	Erste IT-Erfahrungen	Digital Immigrants	Digital Natives	"Technoholics" abhängig von der IT, nur begrenzte Alternativen
Haltung zu Karriere	Lebenslange Jobgarantie	Karriere im Unternehmen, wird von den Angestellten mitgestaltet	Karriere bezieht sich auf den Beruf, nicht mehr auf den Arbeitgeber	Digitale Unternehmer Arbeit "mit" Organisationen, nicht "für" Organisationen	Multitasking-Karriere Übergangsloser Wechsel zwischen Unternehmen und _Pop-up"-Business
Typisches Produkt	Auto	Fernseher	PC	Tablet / Smartphone	Google Glass Nanocomputer 3-D-Drucker Fahrerlose Autos
Medien Kommunikation	Brief	Telefon	E-Mail und	Text oder Social Media	Mobile oder in die Kleidung integrierte Kommunika- tionsmedien
Bevorzugte Kommunikation	Face-to-Face Meetings	Face-to-Face, zudem Telefon und E-Mail	Text Messaging oder E-Mail	Online und Mobile (SMS)	Facetime
INTERNET WORLD Business 22/14	Quelle: Futurebiz				







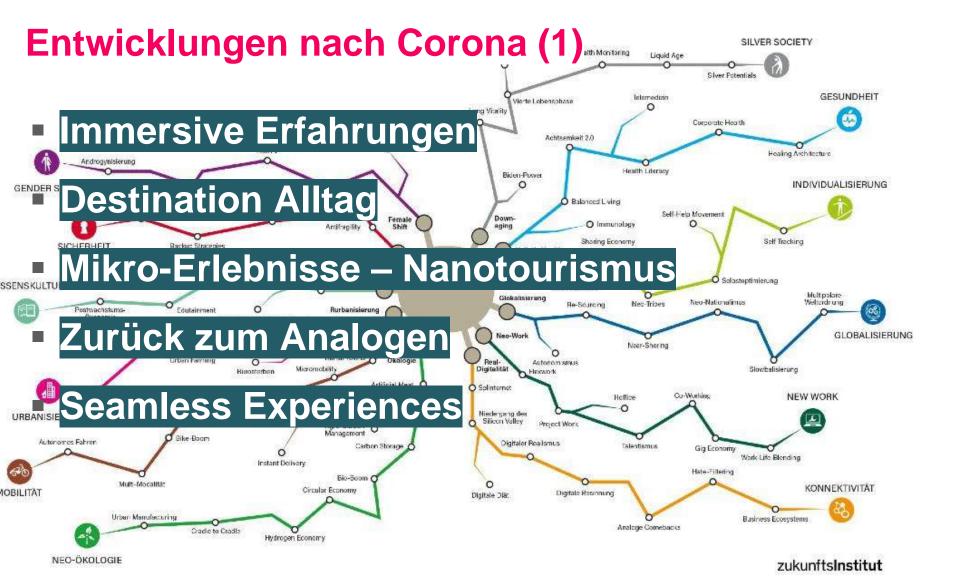


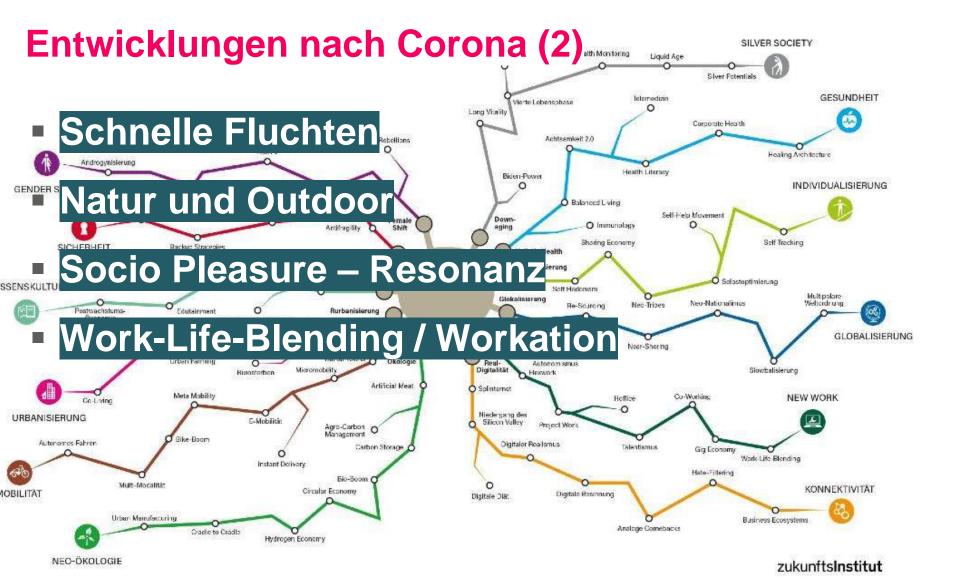


Wertewandel (3): Gesundheit und Sicherheit

- ■Vollkasko-Mentalität
- Hygiene- und Sicherheitsbedürfnisse
- Healthy Lifestyle und Healthy Food







Was bedeutet das für die künftige Ausrichtung Otterndorfs? (1)

- Zielgruppen anders denken: neue Familien, Best Ager, künftige Generationen!
- Digitale Anforderungen berücksichtigen – digitale Destination Otterndorf?
- Soziale und ökologische Nachhaltigkeit in den Fokus rücken!



Was bedeutet das für die künftige Ausrichtung Otterndorfs? (2)

- Weniger Uniformität Authentizität, Regionalität und Individualisierung!
- Hygiene-, Gesundheitsund Sicherheitsbedürfnisse nach Corona neu denken!
- Langfristige Entwicklungen erkennen: Natur, Outdoor, Social Pleasure, Work-Life-Blending ...







Touristische Entwicklung im Nordseebad Otterndorf







1989 Anerkennung als Nordseebad2010 Reprädikatisierung2020 erneute Reprädikatisierung







Unser Otterndorf 2020

2011 wurde ein Leitbildprozess durchgeführt unter Beteiligung von ca. 200 Bürgern mit den Fragestellungen

Wer sind wir?
Wo wollen wir hin?
Wie wollen wir unsere Ziele erreichen?
Welche festen Grundsätze verfolgen wir dabei?





Ergebnisse des Leitbildprozesses

Für den Bereich Tourismus wurde erarbeitet, dass die Mehrheit der Befragten den Tourismus positiv wahrnimmt und als wichtigen Wirtschaftsfaktor ansieht. Die Touristen sind als Gäste willkommen.

Als Wunsch für die Zukunft wurde die Stärkung des Tourismus genannt und die Schaffung hochwertiger Angebote.





Tourismuskonzept 2013 - 2025

2013 wurde ein touristisches Entwicklungskonzept für das Nordseebad Otterndorf vom Rat der Stadt beschlossen





Für den Bereich **Ferienhäuser** wurde festgelegt, dass aufgrund der Nachfrage vorrangig barrierefreie Ferienhäuser entstehen sollen, die sowohl Familien mit kleinen Kindern aber auch für gehbehinderte Gäste und Rollstuhlfahrer mehr Komfort bieten.

Für den Bereich **Hotels** wird vorgeschlagen, auf den stadteigenen Flächen hinter den Seelandhallen Achtern Diek zusätzlich ein Hotel für Familien und Gäste mit Kindern zu konzipieren.





Für den Bereich **Camping** werden mietbare Unterkünfte für Radfahrer und weitere Wohnmobilstellplätze geplant.

Der **Strandbereich** soll mit öffentlichen Toiletten und mobilen Schließfachsystemen ausgestattet werden.

Kap Jakob soll als vollwertiger Badestrand mit DLRG Station und Gastronomie entwickelt werden.





Es wurde festgelegt, dass für den Bereich **Wellness** und **Kultur** weitere hochwertige Beherbergungsangebote geschaffen werden sollen.

Außerdem wurde die Unterkunftsform **Hausboot** als mögliches ergänzendes Element aufgezeigt.





Was haben wir seit 2013 erreicht?

- Erweiterung der Seelandhallen um einen Pavillon
- Ergänzung der Spielgeräte in der Spiel- & Spaß-Scheune, z.B. eine Carrerabahn, Geburtstagstische, Kinderküche
- Renovierung der Alten Feuerwache und Umbau als Tourist Information und Bibliothek
- Modernisierung der Sole-Therme und Erweiterung um ein Kursbecken
- Schaffung von W-Lan Hot Spots in den Seelandhallen, auf dem Campingplatz, in der Tourist Info, auf dem Kirchplatz, am Badesee und am Grünstrand





- Erweiterung des Wohnmobilstellplatzes am Seglertreff
- Bau der Seebühne und Erweiterung des Spielplatzes inkl.
 Lärmschutzwand
- Herrichtung des jetzigen Ankerplatzes
- Bau einer Wetterstation
- Renovierung der Sanitärgebäude auf dem Campingplatz
- Anschaffung eines Mähbootes
- Bau neuer Fußduschen am Grünstrand
- Errichtung neuer Kanuanleger
- Errichtung von Schlaffässern auf dem Campingplatz
- Renovierung des Deichkronenweges
- Einrichtung des Historischen Stadtrundgangs





Private Investitionen im Tourismus

- Bau einer Fussballgolfanlage
- Bau eines Baumhaushotels
- Erweiterung der Wasserskianlage
- Ausbau der Surfstation
- Erweiterung der Gastronomie am Grünstrand inkl.
 Toiletten





Was hat sich auf der Angebotsseite entwickelt?

- Verschiedene thematische Stadtführungen
- Stadtrallye "Detective Trail"
- De Utröper zum Wochenmarkt
- BKK Gesundheitswochen mit Kinderbetreuung
- Online-Buchbarkeit deutlich erhöht, mehr Objekte und mehr Kanäle
- Marketing auf sozialen Kanälen wie Facebook, Instagram, Telegram, Whatsapp-Service





Projekte in der Planung bzw. Umsetzung

- Attraktivierung der Deichpromenade
- Umbau der Spiel- & Spaß-Scheune
- Neues Ferienhausgebiet hinter der Spiel- & Spaß-Scheune
- Hotel bei den Elbterrassen
- Ferienhäuser gegenüber der Dancenter Rezeption
- Neuer Internetauftritt <u>www.otterndorf.de</u>
- Digitale Besucherlenkung
- Erweiterung der Skateranlage
- Tiny House Siedlung
- Hausboote
- Errichtung eines Kletterparks



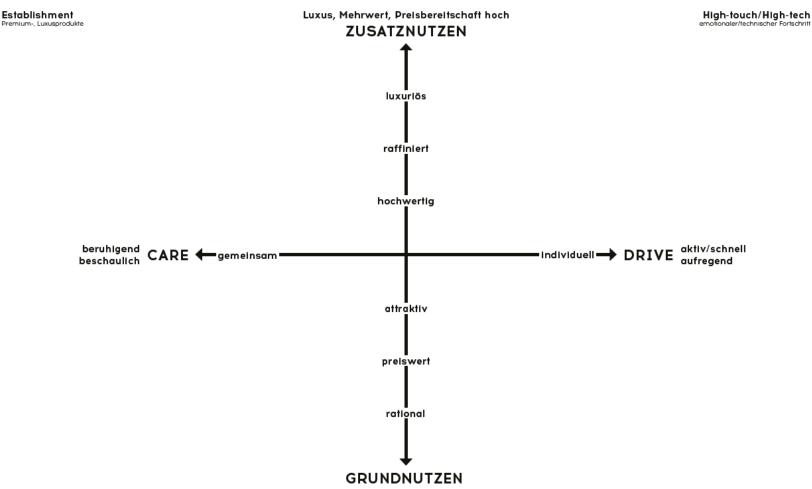




Welches sind die zentralen Handlungserfordernisse, die sich für die künftige Ausrichtung Otterndorfs ergeben?



Wie ist Otterndorf heute positioniert, wie soll es künftig sich positionieren?



Weitere Schlüsselfragen zur Positionierung

- Welche Angebotsthemen will Otterndorf künftig in den Mittelpunkt stellen?
- Welches Qualitätsniveau will Otterndorf anstreben?
- Will Otterndorf auf Wachstum setzen? Wenn ja, in welchen Marktsegmenten?
- ...









GRÜNDUNGSJAHR: 1998 · GESCHÄFTSFÜHRER: Dipl.-Kaufm. Cornelius Obier Mitglieder der Geschäftsleitung: Johan Schiller Roloff Clausen, Detlef Jarosch, Peter C. Kowalsky



GESCHÄFTSTÄTIGKEIT

Consulting für die Tourismusund Freizeitwirtschaft: Strategieund Markenmanagement, Organisationsentwicklung, Infrastrukturentwicklung, Marktforschung und Analyse, Gesundheitstourismus



PRAXISORIENTIERTES TEAM

Über 20 feste und 12 freie Mitarbeiter mit interdisziplinärer Ausrichtung (Betriebswirte, Touristiker, Marktforscher, Stadtund Regionalplaner, Architekten...)



WISSENSCHAFTLICHE VERANKERUNG

Wissenschaftliche Leitung: Prof. Dr. Heinz-Dieter Quack, Ostfalia Hochschule Braunschweig-Salzgitter



UNTERNEHMENSSTANDORTE

Hamburg, München



Disclaimer

Aus Lesbarkeitsgründen wird im vorliegenden Dokument die männliche Sprachform verwendet. Hiermit ist keine Benachteiligung des weiblichen Geschlechts verbunden. Die sprachliche Vereinfachung ist als geschlechtsneutral zu verstehen.

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.

