

Tourismusausschuss Neustadt in Holstein 24. Mai 2018



Tourismus-Agentur Lübecker Bucht AöR
André Rosinski



Mittwoch, 23. Mai 2018 | Seite 9

OSTHOLSTEIN

Neustädter Tageblatt | Oldenburger Nachrichten | Ostholsteinische Kreis-Rundschau



Zu Besuch in Afrika

Ostholsteiner waren dabei, als in Tansania ein Krankenhaus eingeweiht wurde. **Seite 11**

GUTEN MORGEN



Von Autor Sowiess

Wenn der Nagel die Nadel aussticht

Wann haben Sie das letzte Mal die Stecknadel im Heuhaufen gesucht? Im wörtlichen Sinne wohl kaum. Heuhaufen sind heutzutage Gerat, geschnittenes und getrocknetes Gras kommt üblicherweise in riesigen Rundballen daher. Stecknadeln nutzen zudem die wenigsten von uns. Wer näht seine Kleidung noch selbst? Dabei wären die Nadeln durchaus eine Betrachtung wert.

Stecknadeln sind Kurzwaren. Logisch: Sie sind kurz. Wer aber glaubt, es gäbe sie nur in zwei Varianten – mit rundem, buntem Kopf und mit vollmetallischem Kopf, der irrt. Das heißt wirklich vollmetallisch, zumindest im Fachhandel, wo Stecknadeln unter Nähwerkzeug firmieren und in der vollmetallischen Variante angeboten werden. Die Variante in Eisen-Nickel-Mischung oder in Stahl gehärtet ist aber auch nichts anderes als vollmetallisch, oder?

Die hübschen Nadeln mit den bunten Köpfen heißen übrigens Glaskopf- oder Perlkopfstücknadeln. Es gibt auch noch Plastikkopfstücknadeln. Ist der Kopf nicht rund, sondern herzförmig, sind es Herz-Stecknadeln. Damit ist der Reichtum an Formen und Verwendungen aber noch längst nicht ausgereizt.

Pfingst-Geschäft an der Küste brummt

Nahezu Vollausslastung in Hotels, starkes Geschäft in Cafés, mehrfach besetzte Tische in Restaurants – Tourismuschefs zwischen Fehmarn und Scharbeutz rundum zufrieden

Von Markus Billhardt und Louis Gabler

Ostholstein. Kaum noch freie Betten an der Küste, Hochbetrieb auf den Promenaden, in Restaurants und Cafés – und alles gekrönt von einem prachtvollen Wetter. Kein Wunder, dass die Ostseebäder in der LN-Pfingstbilanz aus dem Jubeln kaum herauskommen.

„Wir hatten eine volle Innenstadt und einen gut besuchten Strand“, sagt Fehmarns Tourismuschef Oliver Behncke. Die Wassertemperatur hätte zwar noch nicht so richtig zum Baden eingeladen, dennoch seien vor allem wieder viele Wassersportler, besonders Kiter, auf die Insel gekommen. Ohne die aktuellen Daten exakt zu wissen, kann er dennoch von einer „hervorragenden Auslastung“ sprechen.

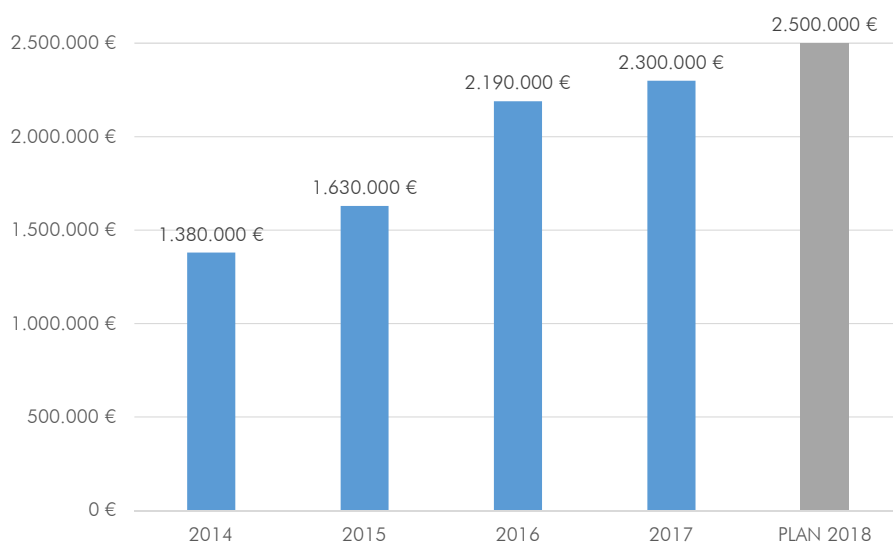
Mit dem Pfingst-Geschäft ist auch David Depenau, Geschäftsführer des Ferienparks Weissenhäuser Strand, mehr als zufrieden. Wir liegen mit dem ganzen Monat Mai 22 Prozent über dem Vorjahresmonat. Das tolle Wetter sei dann noch das i-Tüpfelchen auf die Zahlen gewesen. Ein weiterer positiver Effekt sei auch, dass beispielsweise Nordrhein-Westfalen noch eine ganze Woche Pfingsturlaub habe.



Blauer Himmel und viel Sonnenschein – das lockte über Pfingsten Zehntausende Urlauber an die Küste wie hier in Grömitz.

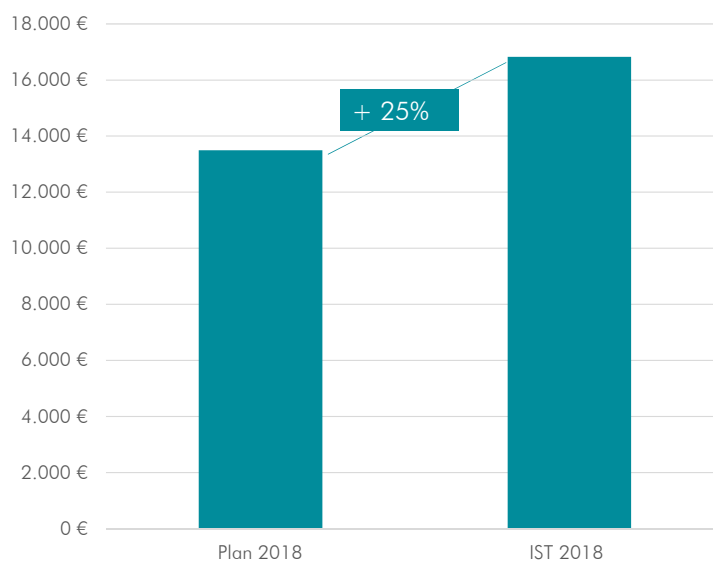
FOTO: GÄBLER

Buchungsumsatz ZZV: 2014 – PLAN 2018



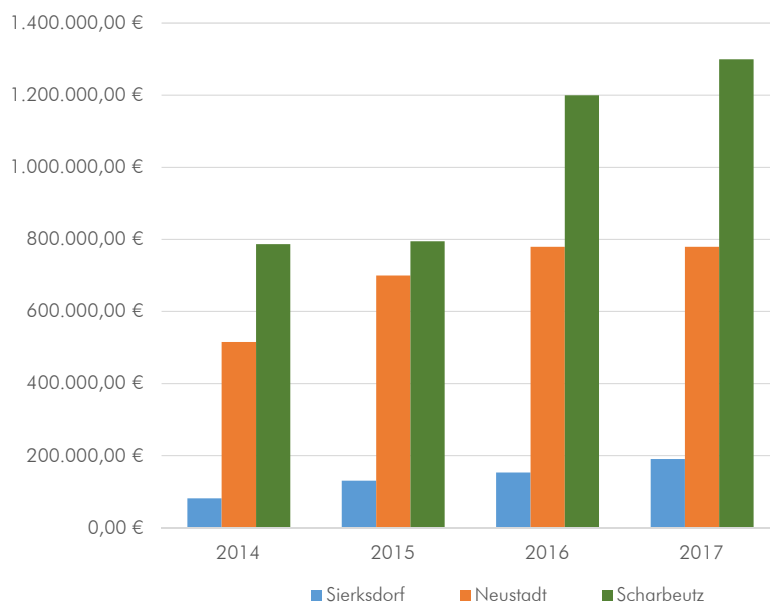
Provisionen ZZV: Plan 2018 – IST 2018

Januar bis einschl. April 2018: 25% über Plan



Buchungsumsatz ZZV: 2014 – 2017

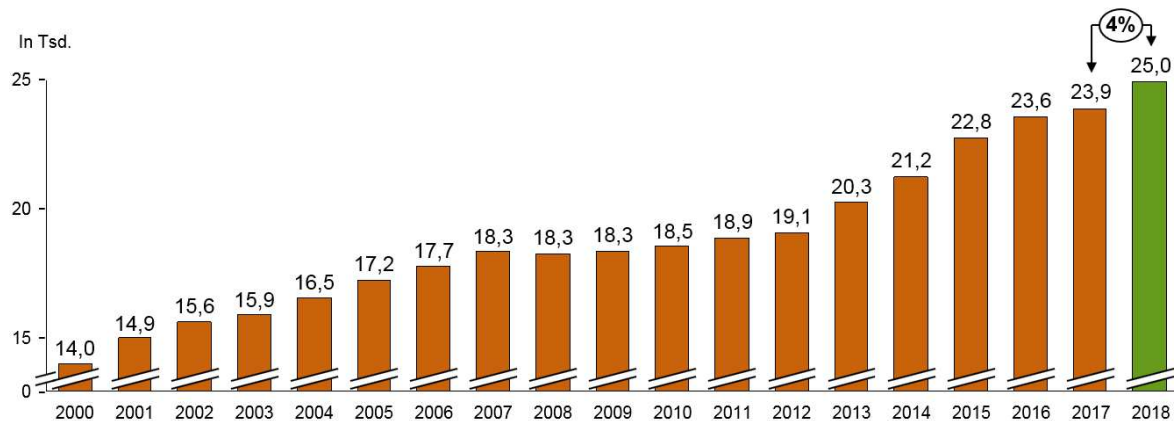
Sierksdorf, Neustadt in Holstein, Scharbeutz



Entwicklung Patientenzahlen Schön Klinik

Neustadt in Holstein

Anzahl stationäre Fälle zzgl. ambulanter OPs (2018 = Plan)



Quelle:

Radtouren Lübecker Bucht

Print-Kartenmaterial:

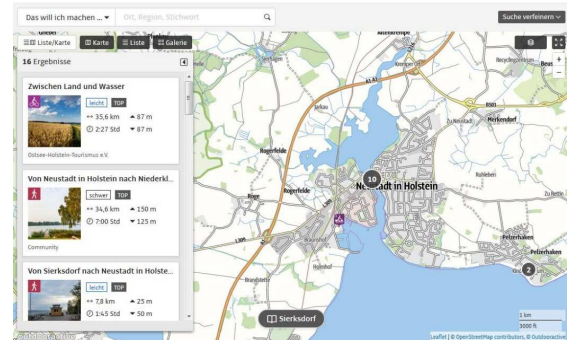
- 5 neue Touren und Radkarten
- Freizeitkarte „Erlebnistouren für Entdecker“ mit 10 Radtouren



Digitale Tourenkarte:

- Integration in Outdoor-Portal
- Übersichtliche Integration in Homepage

Einrichtung von Service Stationen: Bike Friends



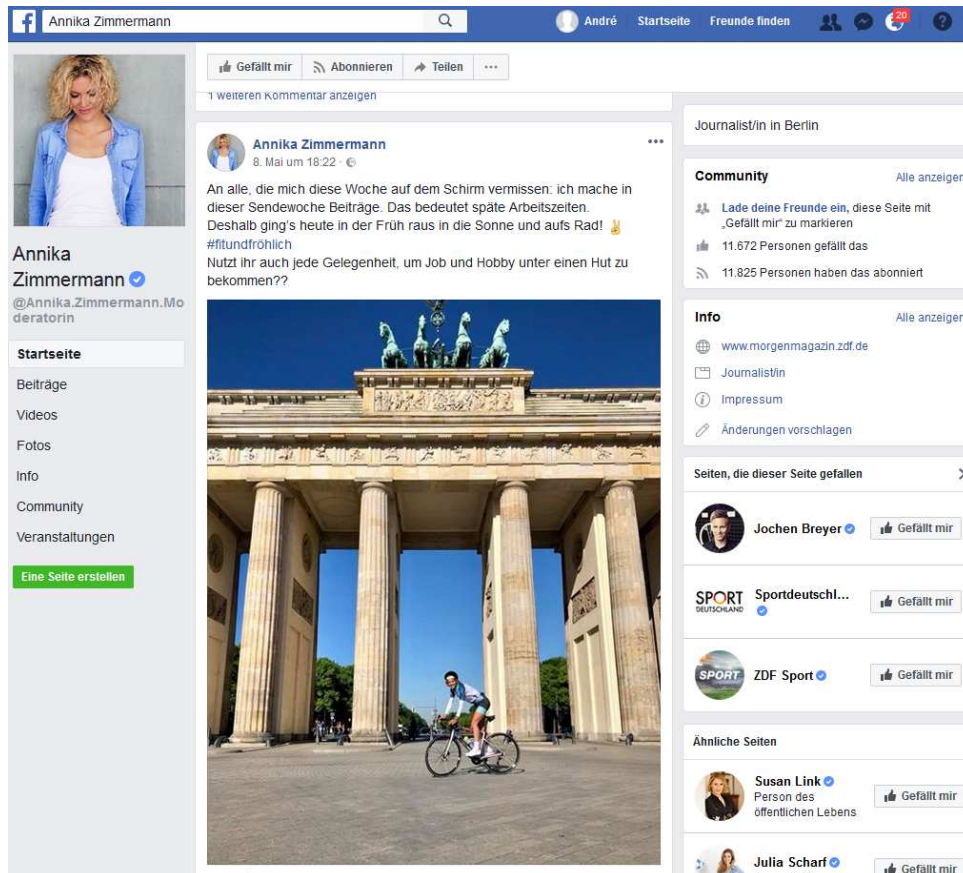
9

Rennradwoche Lübecker Bucht 2018 (5-13 Mai)

- 106 zahlende TeilnehmerInnen (2017: 40 TeilnehmerInnen gesamt)
- Stärkere Einbindung der kulturellen Highlights in der Region
- Angebot eines Paketes mit Übernachtung (Bikers Camp)
- Workshops: Annika Zimmermann (ZDF-Moma-Moderatorin), Prof. Dr. Schwaab (Kardiologe), Dr. Lucia Kühner (Allg. Medizin, Ärztin & Triathletin) und Klaus Kampke (Zahnarzt & Heilpraktiker)



10



E-Mobilität `move next`

Grundlagen:

- move-next ist die erste, integrierte Serviceplattform für kombinierte (intermodale) E-Mobilitätsangebote in Urlaubsdestinationen.
- Über die digitale Plattform werden alle Dienstleistungen angeboten, von der
 - Autovermietung,
 - E-Scooter-Vermietung,
 - Fahrradvermietung,
 - Ladeinfrastruktur und
 - Zusatzleistungen, die den Urlaub noch interessanter machen.

Ökotrend
Alternative Antriebe
Mikromobilität
Nutzen statt besitzen
Staatliche Regulierung
Integrierte Mobilitätsdienstleister
Collaborative Consumption
Downsizing
Mobile Senioren
Autonomes Fahren
Infrastrukturverfall
Neue Bescheidenheit
Güterbahn 2.0
Tempo 30
Selling to the Poor
Neue ÖPNV-Kultur
Neue Energieträger
Street Reclaiming
Bedarfsorientierter ÖPNV
Nutzungshybrid
Multimodalität
Kooperationsparadigma
Telepräsenz
Komplexitätsanstieg
Nutzungskonkurrenz
Ergänzungsmobilität
P2P-Sharing
Entschleunigung
Regionalfokus
Chilled Mobility

E-Mobilität `move next`

Ausstattung zum Sommer 2018 für die Lübecker Bucht:

- Bereitstellung von bis zu 4 Mercedes-Benz Fahrzeugen für die Zeit der Kooperation: Smart, B-Klasse, Plugin Hybrid GLC.
- Bereitstellung von bis zu 5 E-Scootern für den Verleih.
- E-Fahrräder: Kooperation mit Tobi's Fahrspaß.
- Aufbau und Betrieb von bis zu fünf Ladesäulen.

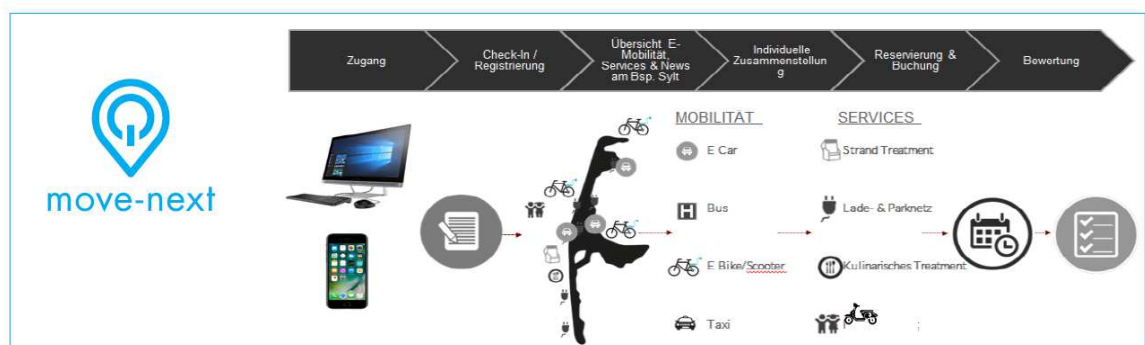


13

E-Mobilität `move next`

Ausstattung zum Sommer 2019 ff:

- Einfache Buchungsoberfläche mit der Abbildung des Angebotes über eine digitale Plattform/Website inklusive der Anbindung an bestehende Angebote, um flexibel im Vorfeld oder spontan die entsprechende Mobilität buchen zu können.
- Kombinierte Zusatzleistungen (z.B. garantierten Strandkorb in der ersten Reihe, Schlafstrandkorb, exklusiven Picknickkorb am Strand, Wellness-Paket, SUP-Boardverleih, Yoga-Kurs)
- Einführung bereits der Plattform 2018, Livegang mit umfangreichen Services: 2019



14

E-Mobilität `move next`

Geschäftsmodell:

- Betrieben wird die Buchungsplattform als Startup durch ACT AGENCY.
- Finanzierung: Markenpartner mit exklusiver Darstellung im Projekt und Werbemittel von move-next (v.a. Buchungsplattform)
- Einbindung Markenpartner: Parkflächen, touristische Flächen, Flächen für Sondernutzungszwecke - in 2018 Nutzung vorhandener Präsentationsmöglichkeiten seitens der Gemeinde (Parkplätze TALB, SUP Worldcup, Promotion, Werbemittel TALB)
- Einnahmen Vermietung: 80% an die TALB – bei move-next verbleibt Vermittlungsprovision von 20%, Einnahmen Verkauf von Zusatzleistungen: Provision für den Betrieb der Plattform (20-25%).
- TALB betreibt das Modell vor Ort
- 2019 ff: TALB repräsentiert den `Lübecker Bucht HUB` für move-next (Ausarbeitung Geschäftsmodell folgt).
- **Zweijährige Aufbauphase** zur Konkretisierung von
 - **Leistungen für TALB:** Verleih, Marketingpakete, Onlinebuchbarkeit, Integration von Partnern und
 - **Gegenleistungen für ACT:** Art und Umfang Werbemöglichkeiten, Provisionszahlungen für beide Seiten.



E-Mobilität `move next`

Vorteile:

- Glaubwürdige Ausweitung des Serviceportfolios
- Überschaubares Investment mit guter Infrastruktur und einer lokalen Buchungsplattform: **bis auf die Provisionen fließt kein Geld!**
- Marketingplattform mit Potenzial
- Hervorragende Networking Basis für
 - potenzielle Industriepartner insbesondere aus den folgenden Branchen: Automotive und Transport/ Verkehr, Energie, Medien, Finanzdienstleister
 - potenzielle lokale Buchungsplattform für alle touristischen Betriebe der Region ohne Zusatzinvestition.

Gegenwert Bartermodell*:
> 50.000 Euro!

*Kalkulationsgrundlage Sachwerte (2 Jahre):

- 4 x BMW I3 (Angebot GMSH vom 18.4.)
- 5 x Scooter Leasing (Annahme Leasing: ca. € 50,- p. Monat)
- Lizenz Buchungsplattform: ca. 8.000 Euro p.a. nicht berücksichtigt:
- Ladesäulen: Investition: ca. 50.000 Euro
- Aufwand für die Entwicklung des Geschäftsmodells, Unternehmerngewinn, etc.

E-Mobilität `move next`

Mögliche Projektentwicklung:



17

Kultur & Tourismus

Hauptziel:

- Kultur- und Kunstanbieter, Initiativen, Vereine und Veranstalter mit den größten ungenutzten touristischen Potenzialen weiterentwickeln und vernetzen um die Wertschöpfung zu erhöhen.
- Das Binnenland mit ihren Anbietern abseits touristischer Zentren soll als Region insgesamt gestärkt und besser in eine touristische Vermarktung eingebunden werden.
- Die Ganzjahresdestination Lübecker Bucht wird gestärkt.

Detailziele:

- Kultureinrichtungen werden fit für die touristische Angebotsentwicklung und Vermarktung gemacht
- Aufbau und Etablierung eines Kompetenznetzwerkes `Kultur(tourismus) neu denken` in der Lübecker Bucht
- Jugendliche einbeziehen (Artistenfestival)
- Passgenaues Destinationsmanagement: Das Aufgabenportfolio rund um das Thema Kultur, erfordert eine Anpassung des Destinationsmanagements der Tourismus-Agentur Lübecker Bucht.

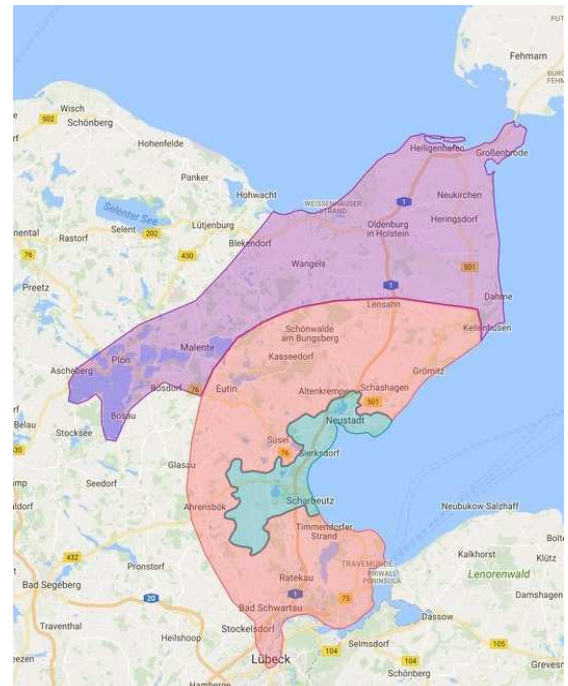


18

Kultur & Tourismus

Projektregion:

- 1. Kern: Wirkungsbereich der Tourismus-Agentur
Lübecker Bucht: Scharbeutz, Sierksdorf, Neustadt in Holstein.
- 2. Kooperationsgebiet: u.a. Timmendorfer Strand, Travemünde, Lübeck, Bad Schwartau, Ostseeferienland mit Grömitz, Dahme und Kellenhusen, Eutin, Schönwalde am Bungsberg.
- 3. Erweitertes Kooperationsgebiet: u.a. Großenbrode, Heiligenhafen, Oldenburg in Holstein.



19

Kultur & Tourismus

Umsetzungsplanung & Budget:

- Förderprojekt: EFRE, Antragsteller: TALB
- Angestrebte Projektlaufzeit: 2018 – 2021
- Schaffung von drei zeitlich befristeten Teilzeitstellen (je rd. 30 Std.), Anstellung bei der TALB
- Beantragung von Sachmitteln
- zu beantragendes Budget gesamt (Laufzeit): rd. T€ 980,- net

Zusätzlich:

- Aufbau einer Stiftung
- Sponsorenmodell

*

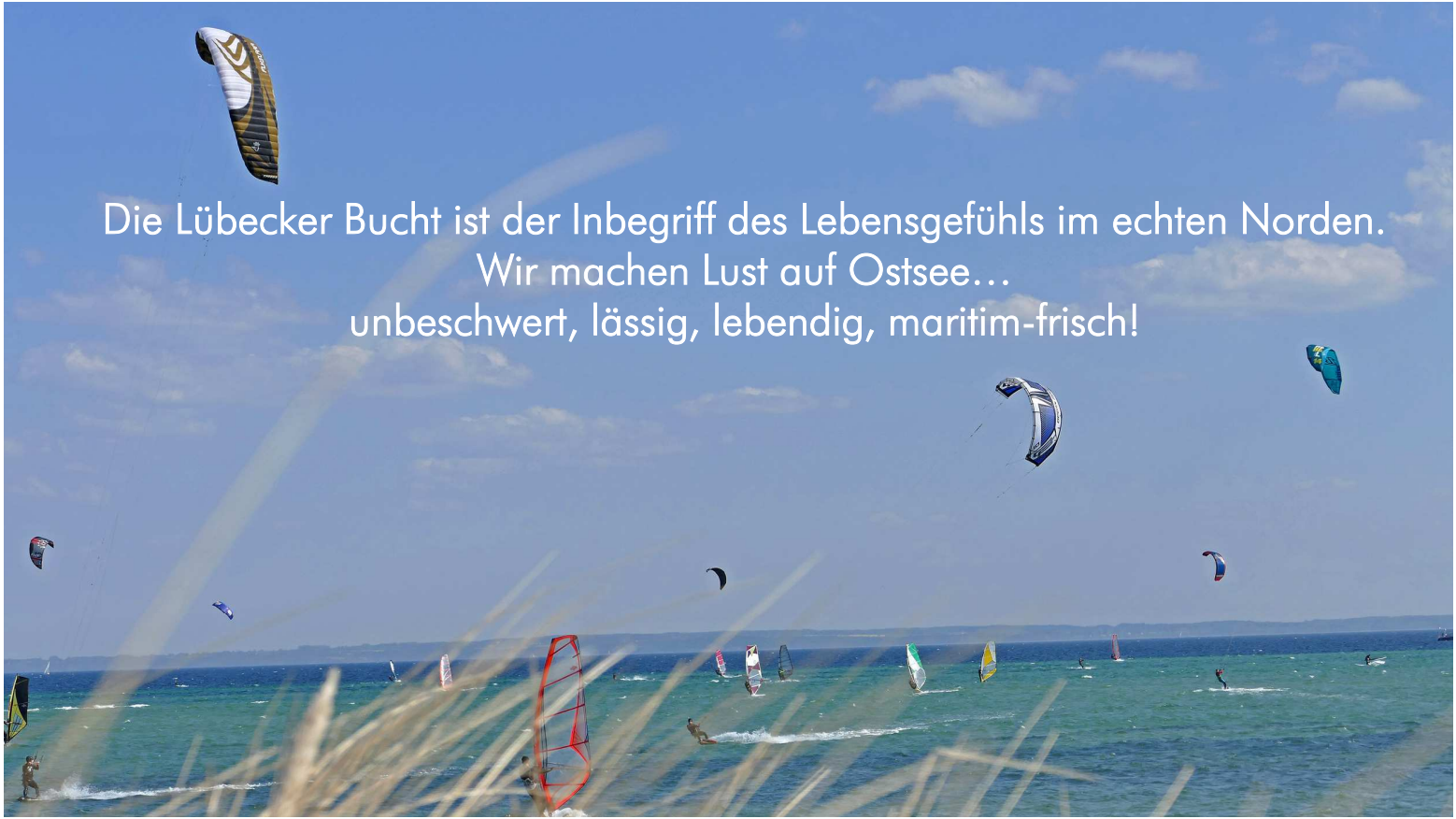
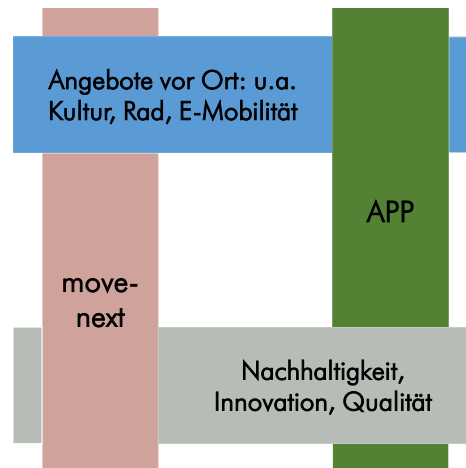


Arbeitspaket	Tage- werke	Kosten Dienstl.	Sachkosten	Gesamtkosten
1: Projektmanagement	283,0	102.650,0	21.000,0	123.650,0
2: Konzept, Leitlinie	181,5	61.500,0	10.000,0	71.500,0
3: Angebote				
3.1 Routen, Touren	137,0	49.250,0	40.500,0	89.750,0
3.2 Kulturfestival	680,5	236.025,0	132.000,0	368.025,0
3.3. Urlaubsangebote	105,5	38.100,0	15.000,0	53.100,0
3.4. Förderung Kulturangebote	107,0	39.400,0	40.000,0	79.400,0
3.5 Nachhaltiges Geschäftsmodell	66,0	24.200	4.000,0	28.200,0
Summe	1.560,5	551.125,0	262.500,0	813.625,0
Nebenkosten, internes Projektmanagement, pauschal 15 Prozent				122.044,0
Reisekosten, pauschal 5 Prozent				40.681,0
Gesamtkosten netto				976.350,0
MwSt. (19%)				185.507,0
Gesamtkosten brutto				1.161.857,0

20

Verzahnung der Projekte

Die Projekte zahlen auf die Strategie ein, erfüllen die Querschnittsziele ideal und sind bestmöglich verzahnt.
Das Urlaubserlebnis in der Region wird entscheidend verbessert = Stärkung der Vermarktungsfähigkeit!



Die Lübecker Bucht ist der Inbegriff des Lebensgefühls im echten Norden.
Wir machen Lust auf Ostsee...
unbeschwert, lässig, lebendig, maritim-frisch!