



Tourismus Eckernförde 2030

Einwohnerversammlung 8. November 2018



www.eckernförderbucht.de

Tourismus Eckernförde 2030



Einwohnerversammlung 8. November 2018

Tagesordnung

Teil 01 - Präsentation & Information

- Begrüßung
- Gegenüberstellung Tourismuskonzeption aus dem Jahr 2007 & aktueller Stand 2017
- Vorstellung der Beratungsfirmen dwif & Tourismuszukunft
- Ergebnisse der telefonischen Bürgerbefragung
- Ergebnisse der Recherche: Eckernförde in der Außenwirkung

Teil 02 - Marktforum im Foyer

- Diskussion, Anregungen und konstruktive Kritik
- Bürgerbeteiligung
- Alle Informationen im Überblick



Gegenüberstellung 2007 - 2017



steht online und gedruckt zur Verfügung


N 54° 28'
E 9° 50'
Eckernförde
OSTSEEBAD *Lebensfreude wie Sand am Meer!*
Eckernförde Touristik & Marketing GmbH

Tourismusentwicklung im Ostseebad Eckernförde

Gegenüberstellung der Tourismuskonzeption aus dem Jahr 2007 und dem aktuellen Stand im Jahr 2017

Eckernförde Touristik & Marketing GmbH
Am Exer 1
24340 Eckernförde
Telefon: 04351/71790
Fax: 04351/6282

Geschäftsführer: Stefan Borgmann
Aufsichtsratsvorsitzender: Jörg Sibbel
Registergericht Kiel
Handelsregister-Nr.: HRB 74 EC
Steuernr.: 15 294 087 12

Bankverbindung:
Bank: Förde Sparkasse
IBAN: DE 40 2105 0170 0000 1134 15
BIC: NOLADE 21 KIE

www.eckernförderbucht.de

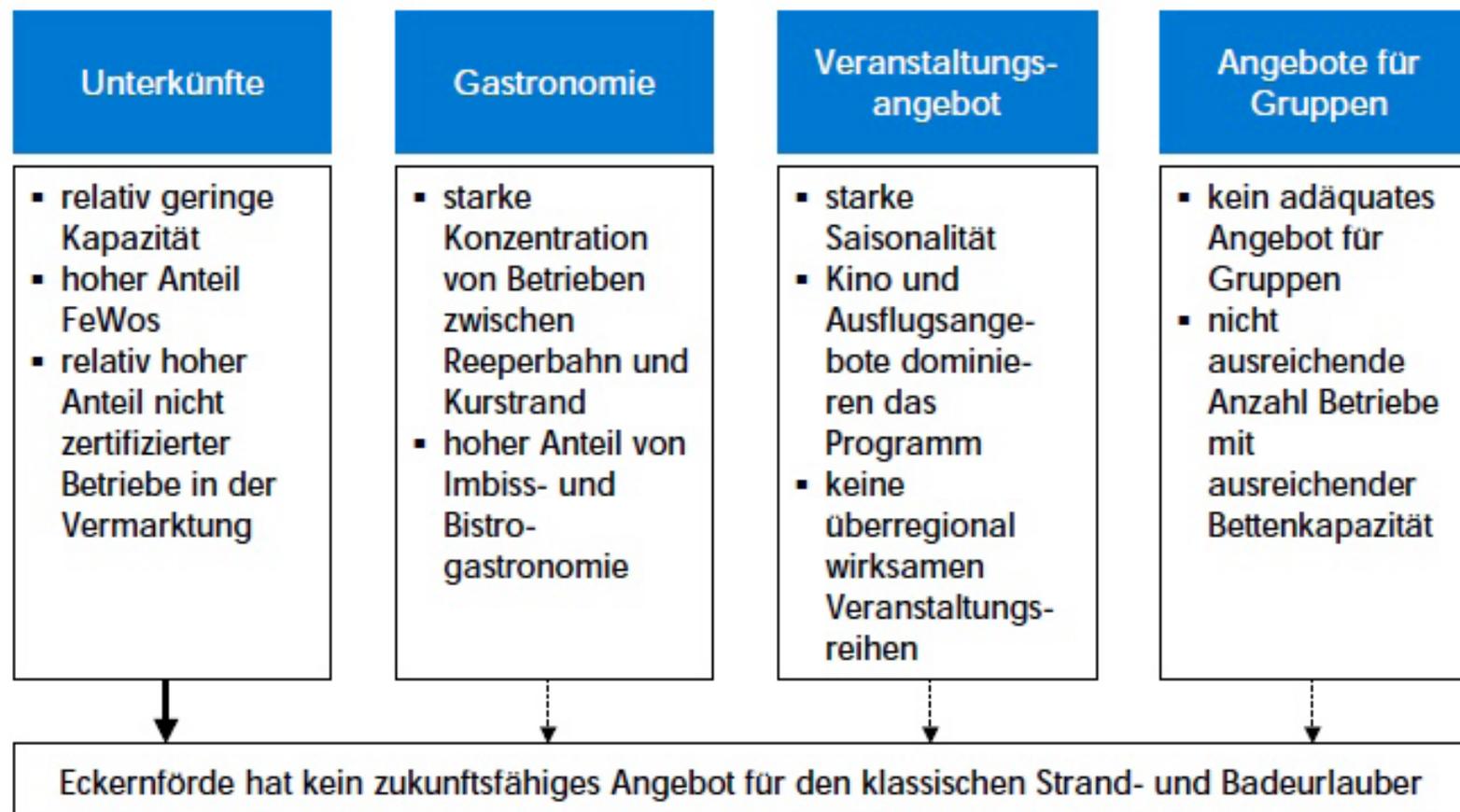
www.eckernförderbucht.de - Eckernförde 2030

Ergebnisse der Analyse



Kernaussage 2007 Eckernförde ist kein typisches Ostseebad

Geringe Kapazitäten - kein verlässliches Qualitätsversprechen möglich



Ergebnisse der Analyse



Unterkünfte

Tourismuskonzept 2007



Aktueller Stand 2017

Kapazitäten

2007: ETMG Gesamt 314 - Eckernförde 198

2017: ETMG Gesamt 681 - Eckernförde 357

Hoher Anteil Ferienwohnungen

Zu wenige und kleine Hotels

2007: 71%

2017: 73%

Zertifizierung

2007: 22% von 198 Objekten

2017: 67% von 357 Objekten

Heute aber wichtiger: Online-Buchbarkeit

72% sind 2017 online buchbar!

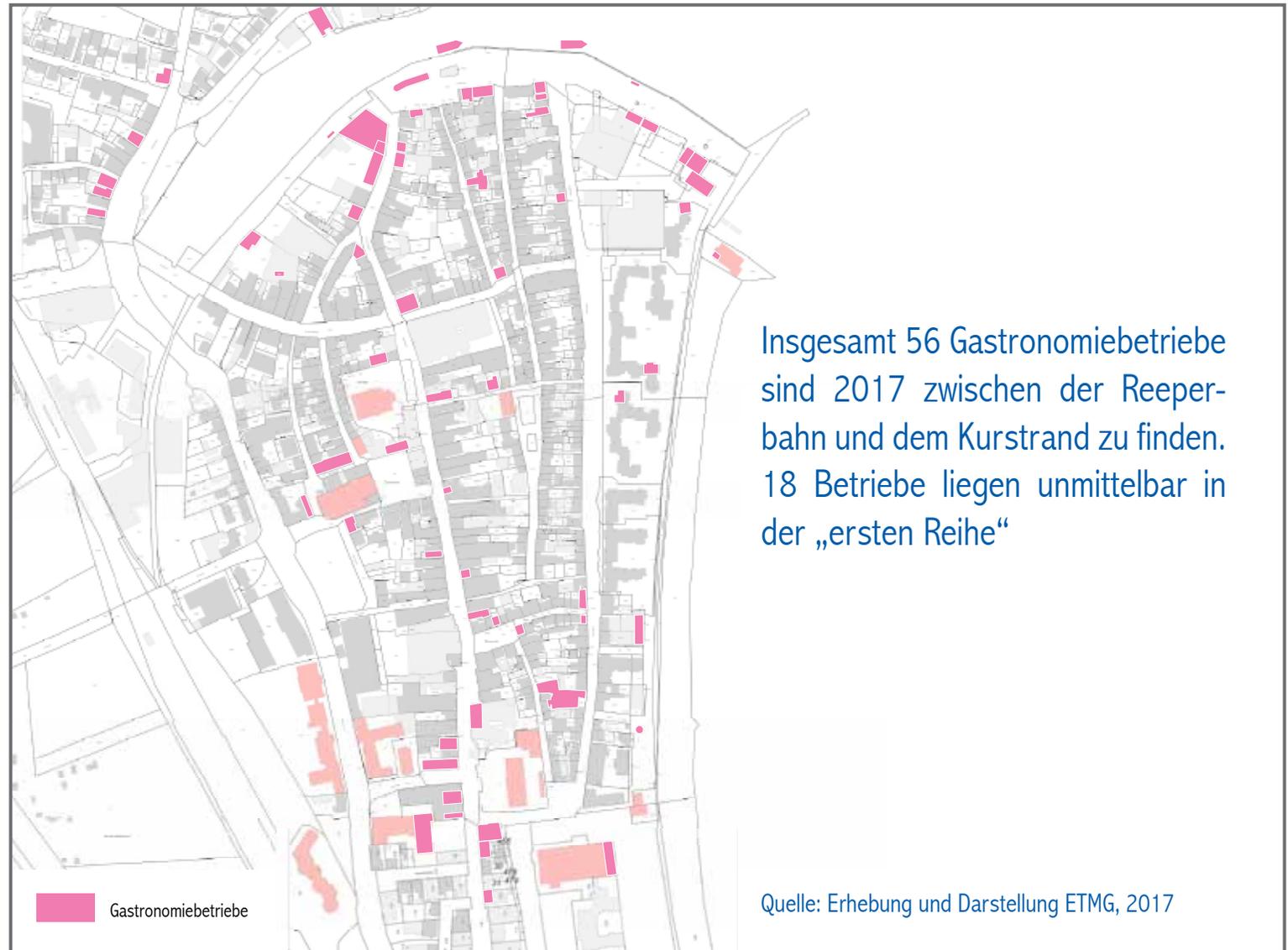
Ergebnisse der Analyse



Gastronomie 2017

Gastronomie

- starke Konzentration von Betrieben zwischen Reeperbahn und Kurstrand ✓
- hoher Anteil von Imbiss- und Bistrogastronomie ✓



Ergebnisse der Analyse



Veranstaltungen

Tourismuskonzept 2007



Aktueller Stand 2017

Saisonalität

- Grundsätzlich für einen Tourismusort normal, aber Eckernförde ist urbaner als andere Orte
- Green Screen, Stadthalle, Carls, Lange Nächte usw.

Kino & Ausflugsprogramm

- Kino: Wird weiterhin dringend benötigt
- Attraktiv für Kreuzfahrer

Überregional

Mit Veranstaltungen wie Südstrand Open Air, Piratenspektakel, Sprottentage, Aalregatta, Green Screen und ab 2019 neu Wikingertage sehr gut aufgestellt.

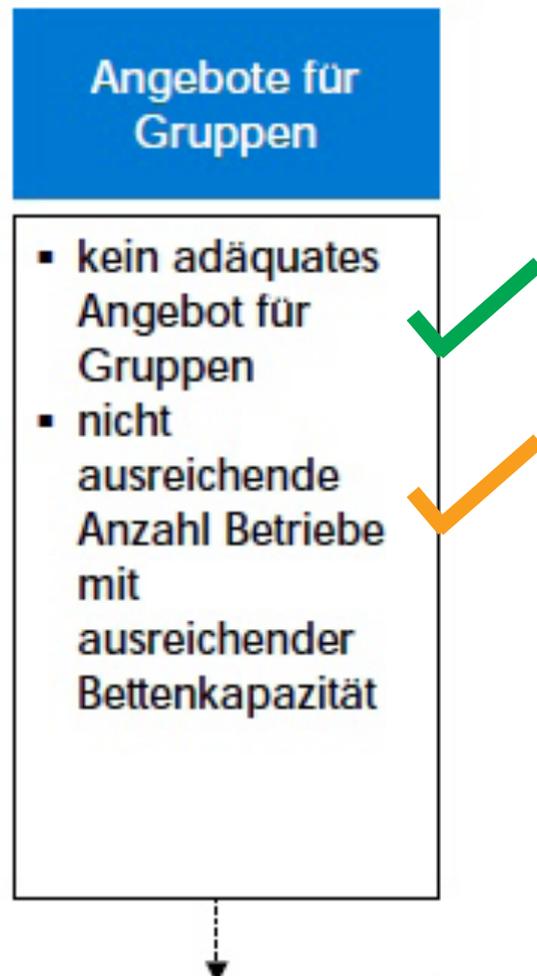
Hier gilt zukünftig Klasse statt Masse!

Ergebnisse der Analyse



Veranstaltungen

Tourismuskonzept 2007



Aktueller Stand 2017

Adäquate Angebote

- Angebote erheblich verbessert
- Ostsee Info-Center, Alte Fischräucherei, Bonbonkocherei, Clara Hof Destillerie....

Anzahl Betriebe/Hotels

- 14 kleine bis mittlere Betriebe
- Ausbau erfolgt (Heldt & Franz)
- Großer Betrieb/Hotel fehlt für Veranstaltungen wie z.B. Green Screen

Zusammenfassung 2007



Maritimes Ambiente, aber viele Schwächen

Stärken

- maritimes Erbe, historisches Ambiente
- lebendige Stadt
- Vernetzung Stadt – Strand
- gute Veranstaltungsmöglichkeiten
- hohes (noch steigerungsfähiges) Tagesgästekommen
- Mittelpunkt einer attraktiven Region

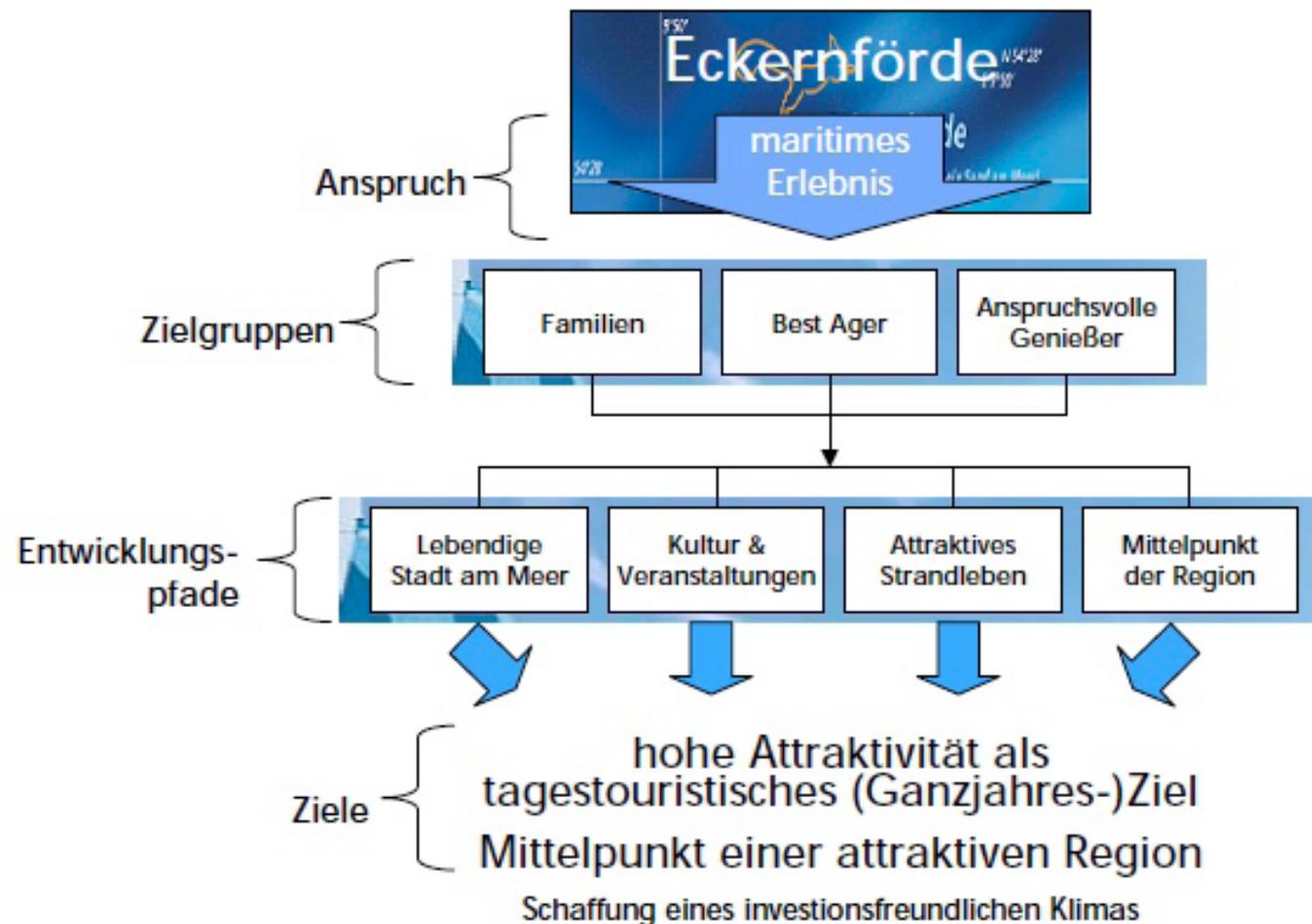
Schwächen

- keine klare Positionierung => fehlende Strategie
- unklare Aufgabenteilung
- starke Saisonalität
- wenig marktgerechte Beherbergungsstruktur
- wenig profilierendes Veranstaltungsangebot
- nicht optimale Vernetzung mit der umliegenden Region
- kaum maritime Gastronomie
- ungünstig gelegene TI
- Internetauftritt

Eckernförde ist kein typisches Ostseebad



Profilierende Inwertsetzung und Nutzung des maritimen Erbes



Entwicklungskonzept



Eckernfördes Tourismus Anspruch



Anspruch 2007

Maritime Stadt am Meer

- Maritimes Erbe in Wert setzen

Tagestouristen

- Ganzjähriges Ziel werden

Regional

- Potenziale des Umlandes nutzen

Aktueller Stand 2017

Stadt am Meer

- Kultur, Handel, Gastronomie sind lokal und überregional sehr gefragt
- Nachfrage ganzjährig

Tagestouristen

- Ca. 2 Millionen im Jahr
- Kostenfreier Strand, attraktive & kleine Geschäfte

Überregional

- Eckernförde nicht nur regional, sondern auch überregional stark vernetzt (LTO, AktivRegion)

Zielgruppen & Themen

- Eckernförde fokussiert aufgestellt

Entwicklungskonzept



Neue Zielgruppen & Themen des Landes SH 2017

Zielgruppen- Themen-Matrix Schleswig- Holstein	Natur	Familien- urlaub	Strand/ Baden	Rad fahren	Segeln	Städte- reise	Gesundheits- urlaub
	Kernkompetenzen			Aktivitätsthemen		Entwicklungsthemen	
Quelle: IMT 2014 Natururlauber	●	●	●	●	●		
Familien Wasserratten	●	●	●		●		
Aktivfamilien	●	●	●	●			
Entschleuniger	●	●	●	●	●	●	●
Neugierige	●	●	●	●		●	
Entwicklungszielgruppe Städtereisende	●	●	●	●		●	

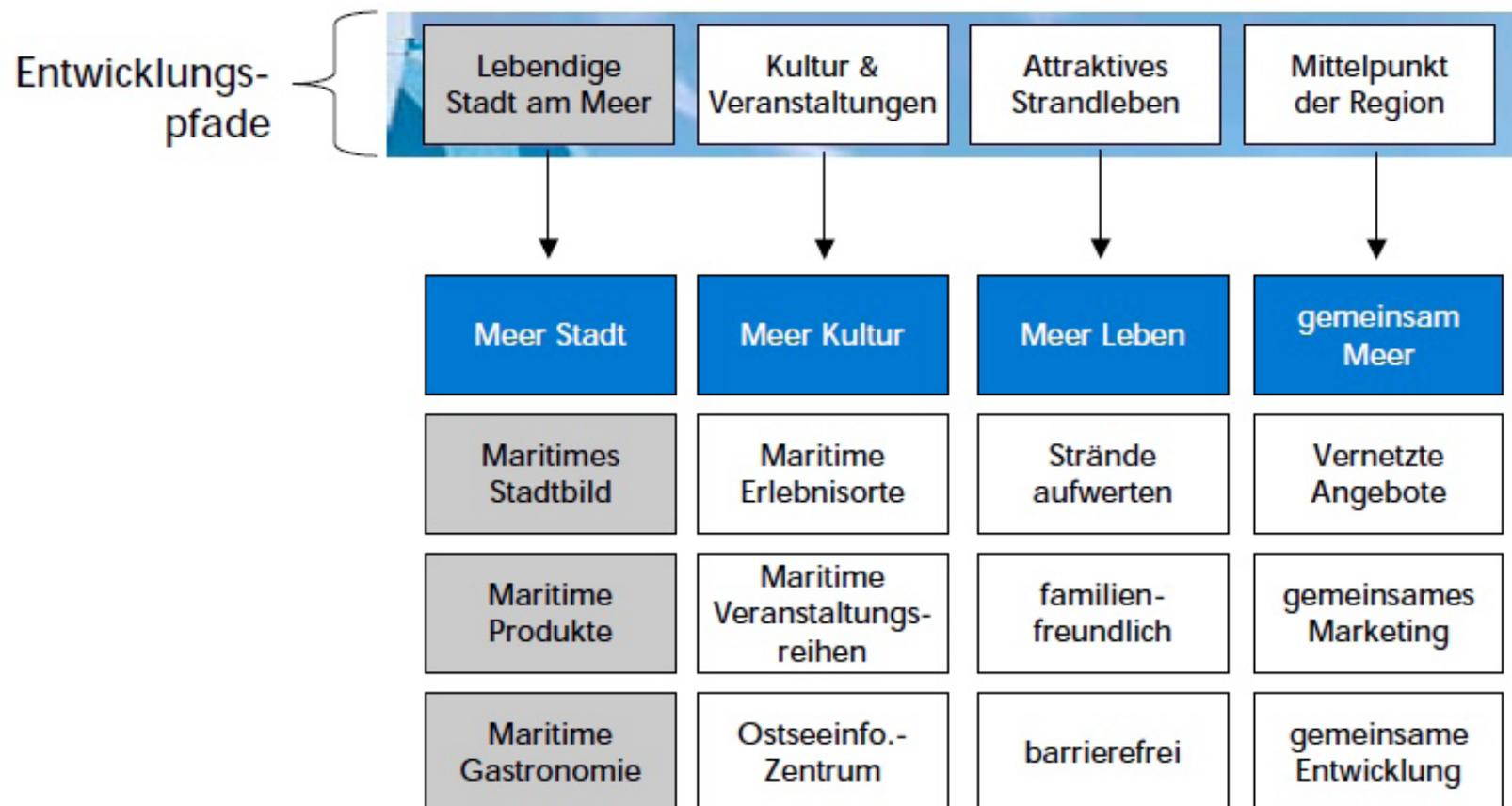
Quelle: Ministerium für Wirtschaft, Arbeit, Verkehr und Technologie des Landes Schleswig-Holstein, 2014

Entwicklungspfade



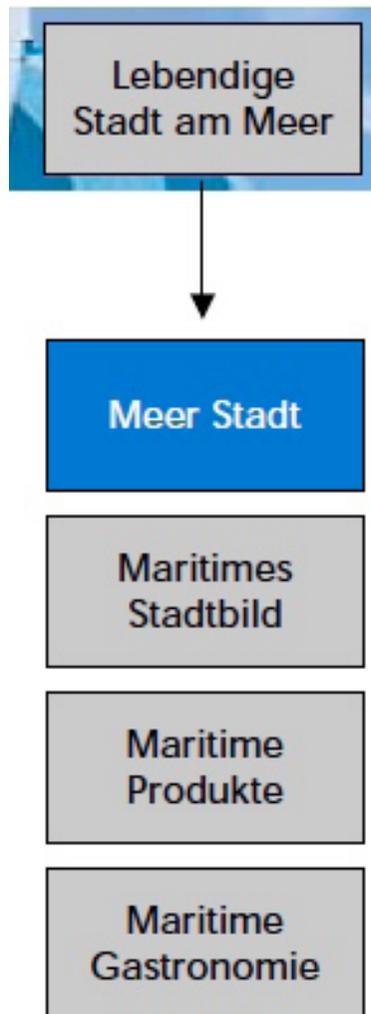
Überblick 2007

Hauptsache Meer!





Tourismuskonzept 2007



Aktueller Stand 2017

Meer Stadt

- Zurückholen der Sprotte in das Stadtbild
- Zentrale Themen Fisch und Fischerei

Stadtbild

- Corporate Design wird flächendeckend eingesetzt

Produkte

Zahlreiche maritime Produkte im lokalen Handel im Einsatz

Gastronomie

Hochwertige Betriebe in der Altstadt und am Hafen



Tourismuskonzept 2007



Aktueller Stand 2017

Meer Kultur

- Das Thema Meer erleben können

Maritime Erlebnisorte

- Erlebnishafen
- Fangfrischer Fisch

Veranstaltungen

- Sprottentage (Fisch, Fischerei)
- Aalregatta (Segeln - Kieler Woche)
- Wikingertage, Piratenspektakel (Seefahrer)

Ostsee Info-Center

- Maritimes Erlebnis Ostsee Info-Center
- Ca. 40.000 Besucher



Tourismuskonzept 2007



Aktueller Stand 2017

Meer Leben

- Urlaub für alle

Strand

- Qualitativ aufgewertet
- Neue, moderne Infrastruktur

Familien

- Spielplätze, Ostseegolf
- Tourismuskirche

Barrierefreiheit

- Ostsee Terrasse, Strandzuwegungen
- Beirat für Menschen mit Behinderung

Entwicklungspfade



Mittelpunkt der Region

Tourismuskonzept 2007



Aktueller Stand 2017

Gemeinsam Meer

- Einbindung möglichst aller Akteure
- AktivRegion und LTO Eckerförender Bucht

Angebote

- Angebotsbündelung über die LTO
- Einsatz moderner Medien & Kanäle

Marketing

- Kooperation „auf Augenhöhe“ mit 33 Kommunen

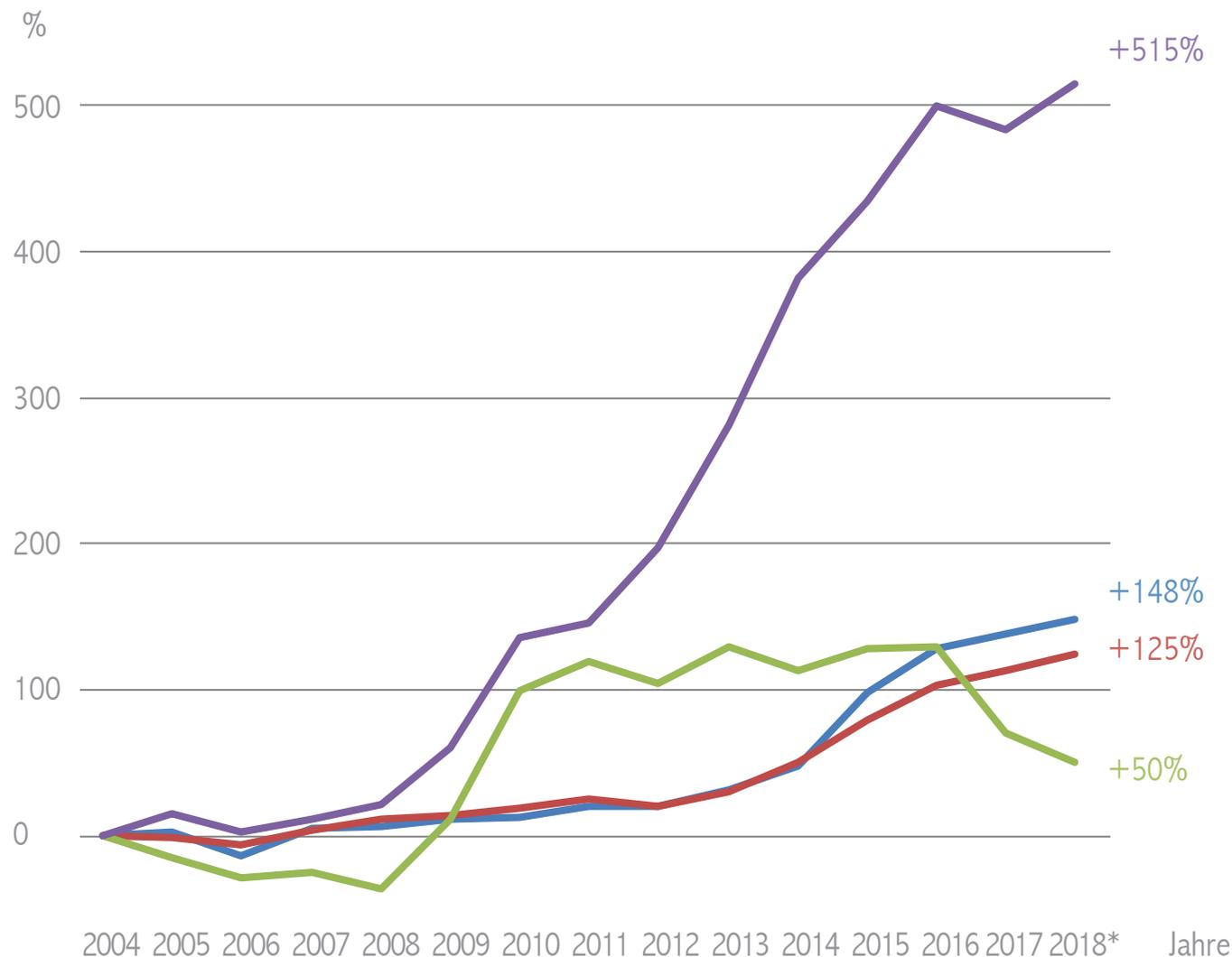
Entwicklung

- Abstimmung auf touristischen Ebenen
- LTO, AktivRegion, Ostsee Holstein Tourismus, TASH und dem Land

Ergebnisse der Analyse



Tourismuskennzahlen 2004 bis 2018 (Prognose)



**Touristische Kennzahlen
Ostseebad Eckernförde 2004 - 2018***
(eigene Darstellung; 2004 als Ausgangswert = 100%)

- Buchungen**
- Anfragen**
- Ankünfte***
- Übernachtungen***

* Prognose für 2018

** Buchungen und Anfragen gelten für alle Objekte der ETMG.

*** Werte für Ankünfte und Übernachtungen gelten nur für Eckernförde (Grundlage Ostseecard bzw. Meldescheine).

Ergebnisse der Analyse



Wertschöpfung 2007 & 2017

Tourismuskonzept 2007



Berechnete Umsätze im Tourismus*	Status Quo (2005)
Ausgaben Übernachtungsgäste	6,86 Mio. €
Ausgaben Tagesgäste	23,88 Mio. €
GESAMT (Bruttoprimärumsatz)	30,74 Mio. €
Nettoprimärumsatz	27,00 Mio. €
Nettosekundärumsatz	18,27 Mio. €
Nettogesamtumsatz	45,27 Mio. €
Arbeitsplatzäquivalent	632

* Parameter: Einwohner, Übernachtungen (deutschlandweite Vergleichswerte)

Quelle: Datenbasis: DWIF, Eckernförde Touristik GmbH, eigene Berechnung PROJECT M

Aktueller Stand 2017

Berechnete Umsätze im Tourismus**	Status Quo (2017)
Ausgaben Übernachtungsgäste	25,1 Mio. €
Ausgaben Tagesgäste	48,2 Mio. €
GESAMT (Bruttoprimärumsatz)	73,3 Mio. €
Nettoprimärumsatz	61,6 Mio. €
Nettosekundärumsatz	41,7 Mio. €
Nettogesamtumsatz	103,3 Mio. €
Arbeitsplatzäquivalent	1.442



** Parameter: 223.946 Übernachtungen und 1,7 Mio. Tagesgäste in Eckernförde unter Verwendung der gleichen Rechenwege wie 2007, Quelle: DWIF, ETMG, 2017

Fazit Wertschöpfung: Die tatsächlich realisierten Werte übersteigen die vorsichtigen Prognosen aus dem Jahr 2007 um ca. 40 Mio €.

Zusammenfassung 2017



Maritimes Ambiente, aber viele Schwächen

Stärken

- maritimes Erbe & historisches Ambiente profilierend in Wert gesetzt
- lebendige, dynamische Stadt
- Vernetzung Stadt, Strand, Hafen
- attraktiv für Urlaubs- und Tagesgäste
- vernetzter Mittelpunkt einer attraktiven Region
- Mitglied der LTO Eckernförder Bucht & der AktivRegion Eckernförder Bucht
- moderne Unterkünfte
- überregional bedeutende Veranstaltungen
- gute touristische Infrastruktur
- klare Aufgabenstruktur
- modernes Marketing
- gute Marktpositionierung

Schwächen

- zu kleinteiliges Beherbergungsangebot
- kein großer Hotelbetrieb
- zu wenig zertifizierte Unterkünfte
- kein kommerzielles Kino
- zu wenig qualitativ hochwertige Veranstaltungen
- stark steigende Grundstückspreise
- Bedarf an mehr Parkplätzen bei Großveranstaltungen

Die Frage ist, ob Eckernförde ein typisches Ostseebad sein möchte

Tourismuskonzept 2030



Stärken stärken, Schwächen abbauen

Schwächen

- zu kleinteiliges Beherbergungsangebot
- kein großer Hotelbetrieb
- zu wenig zertifizierte Unterkünfte
- kein kommerzielles Kino
- zu wenig qualitativ hochwertige Veranstaltungen
- stark steigende Grundstückspreise
- Bedarf an mehr Parkplätzen bei Großveranstaltungen

typisches Ostseebad sein möchte

Fragestellungen im Prozess

Beherbergungsangebot

- Ausbau des Angebotes im privaten und/oder gewerblichen Sektor

Kino

- politische Beschlüsse notwendig

Veranstaltungen

- Klasse statt Masse

Verkehr

- Wie sind die Bedarfe?

Bürger und Gäste

- Wie ist der richtige, gemeinsame Weg



Tourismus Eckernförde 2030

Einwohnerversammlung 8. November 2018



www.eckernförderbucht.de