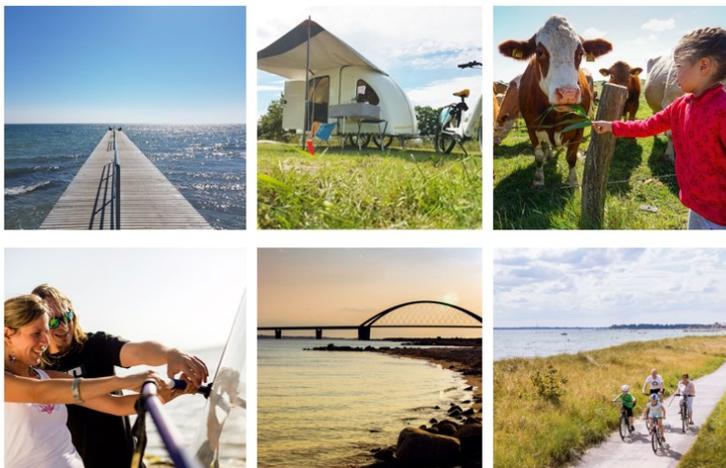


Tourismusentwicklungskonzept Fehmarn 2035

Zusammenfassung

**Geschäftsführer:**

Dipl.-Ing. Peter C. Kowalsky

Dipl.-Kfm. Cornelius Obier

Wissenschaftliche Leitung:

Prof. Dr. Heinz -Dieter Quack

Büro Hamburg

Steinhöft 9

20459 Hamburg

Tel. 040.4 19 23 96 0

hamburg@projectm.de

Büro München

August-Everding-Straße 25

81671 München

Tel. 089.614 66 08 0

muenchen@projectm.de

Kontakt:

Dr. Katja Zielke

Katja.zielke@projectm.de

Dipl.-Ing. Peters Kowalsky

Peter.kowalsky@projectm.de

www.projectm.de

Ort: Hamburg

Datum: 06. August 2024



Impressum

Im Auftrag von

Tourismus-Service Fehmarn
z.Hd. Herr Oliver Behncke, Tourismusdirektor Insel Fehmarn
Zur Strandpromenade 4
23769 Fehmarn
www.fehmarn.de

Erstellt durch

PROJECT M GmbH
Büro Hamburg
Steinhöft 9
20459 Hamburg
Tel. 040.4 19 23 96 0
E-Mail: hamburg@projectm.de
www.projectm.de



www.projectm.de

Projektteam

Peter C. Kowalsky, Dr. Katja Zielke, Marieke Delzer

Fotos Titelseite: Tourismus-Service Fehmarn



1. Zusammenfassung - Eckpunkte des TEK Fehmarn 2035

Der Tourismus ist für Fehmarn ein elementarer Wirtschaftsfaktor und zugleich Motor für Einkommen, Arbeitsplätze, Wohlstand und Lebensqualität. Insgesamt 13% des gesamten Bruttoumsatzes auf der Insel entfallen auf den Tourismus. Die Stärkung des Tourismus sowie kommunale Investitionen in touristische Infrastruktur bringen positive Mehrwerte für Einwohnende, Arbeitnehmende und Unternehmen – auch außerhalb des Tourismussektors.

Vor dem Hintergrund der dynamischen touristischen Entwicklung der vergangenen Jahre, die u.a. durch die Bereiche Camping und Wohnmobilisten stark saisonal bedingt ist, sind zugleich Herausforderungen für die Insel aufgetreten, denen es künftig Rechnung zu tragen gilt. Belastungsspitzen in den Sommermonaten führen z.T. zu kritischen Einstellungen der Einheimischen gegenüber dem Tourismus und zunehmenden Verkehrsbelastungen. Dadurch werden die Sicherung der Tourismusakzeptanz, die Tourismusentwicklung im Einklang mit den Anforderungen der Bevölkerung und die Entwicklung zu einer ganzjährig attraktiven Destination zu zentralen Kernaufgaben. Zudem haben sich die Markt- und Rahmenbedingungen für den Tourismus in den letzten Jahren, nochmals getrieben durch die Corona-Pandemie, substantiell verändert.

Mit dem vorliegenden „Tourismusentwicklungskonzept Fehmarn 2035“, begegnet die Destination Fehmarn den sich stetig veränderten Rahmenbedingungen und neuen Anforderungen und Aufgaben im Tourismus. Die Landestourismusstrategie Schleswig-Holstein 2030 sowie die regionale Strategie der Ostsee Schleswig-Holstein bilden dabei die Anknüpfungspunkte für die inhaltliche Ausrichtung. Im Fokus der im TEK erarbeiteten strategischen Entwicklungslinien steht die nachhaltige, verantwortungsvolle und qualitative touristische Ausrichtung der Insel.

Das vorliegende Konzept wurde in einem beteiligungsorientierten Verfahren unter Einbindung der verschiedenen Akteure und Partner:innen sowie der einheimischen Bevölkerung erarbeitet.

Das gemeinsame anvisierte Zielbild, welches mit der Umsetzung des TEK erreicht werden soll, lautet:

vision für den Fehmarn Tourismus

Fehmarn ist ‘Freiheit fühlen‘:

- **erfrischende** Begegnungen zwischen traditioneller Inselkultur, **maritimen** Flair und intensiven Freizeit- und Aktiverlebnissen in sensibler Natur
- echte Inselgemeinschaft schafft Bewusstsein, animiert zum Mitmachen und ist Leuchtturm für einen nachhaltig verankerten Tourismus
- Fehmarns Freiheitsgefühl ist loslassen, intensiver Genuss rauer Inselnatur und **entspanntes** Inselleben **familiär** genießen

Im Mittelpunkt der gemeinsamen Vision steht das ‘Freiheitsgefühl Fehmarns’. Das Soll-Bild bringt die Vorreiterstellung für Nachhaltigkeit zum Ausdruck.



Um die Vision gemeinsam zu erreichen, wird mit dem Mission-Statement ein gemeinsames (Selbst-)Verständnis geschaffen, wie die Vision für Fehmarn: 'Freiheit fühlen' gemeinsam umzusetzen ist. Im Fokus des Mission-Statement steht das klare Bekenntnis und gemeinsam getragener Anspruch zur echten Nachhaltigkeit und Inselkultur.

Für eine nachhaltige, qualitative Entwicklung des Tourismus auf Fehmarn wurden die folgenden strategischen Leitziele definiert und mit jeweils mit entsprechenden Messindikatoren hinterlegt:

	Profilierung: Steigerung der Markenstärke Fehmarn „Freiheitsgefühl“: Bekanntheit, Sympathie Besuchsbereitschaft, Weiterempfehlung
	Wertschöpfung: Stärkung der Auslastung in der Nebensaison
	Ökologie: Steigerung der klimafreundlichen Mobilität vor Ort / Reduzierung MIV in der Binnenmobilität
	Soziales: Stärkung von Tourismusbewusstsein und -akzeptanz
	Effektivität: Steigerung der Zufriedenheit zur Zusammenarbeit im touristischen Netzwerk

Die Positionierungsstrategie fokussiert insgesamt mit den ausgewählten Erlebnisprofilen und Leitprodukten sowie drei Leitzielgruppen eine starke Passung für Freiheitssuchende und stellt damit die inhaltliche Verknüpfung zur gemeinsamen Vision her:

Fehmarn verfügt mit einem attraktiven Natur-/Küsten- und Wassersportangebot, starken Campingsegment und besonderen Bauernhoferlebnissen über gute Voraussetzungen für die Tourismusentwicklung. Um diese Potenziale künftig zu stärken und eine ganzjährige Attraktivität der Insel zu sichern, werden die Stärken Fehmarns in den Erlebnisprofilen: „Inselkultur“, „Küsten/Natur-(Erlebnis)“ und „InselGenuss (Wellbeing)“ abgebildet. Die Erlebnisprofile bilden mit Blick auf eine nachhaltige, qualitative Positionierung und den Ausbau der Angebote in der Nebensaison die





größten Entwicklungspotenziale für eine starke Differenzierung im Wettbewerb. Diese gilt es, perspektivisch flächendeckend und qualitativ hochwertig auszubauen.

Um die drei Erlebnisprofile passgenau in Produkte, Services, Angebote und Marketingaktivitäten umzusetzen, stehen drei Leitzielgruppen im Mittelpunkt der künftigen Marktbearbeitung und Kommunikation. Diese Leitzielgruppen, die auf soziodemographischen und verhaltensbasierten Merkmalen basieren, werden ergänzt um das Postmaterielle Milieu sowie das Neo-Ökologische Milieu, die aufgrund ihrer Werte und Einstellungen besonders gut zur künftigen Ausrichtung der Insel passen und mit ihrer Fokussierung eine bestmögliche Ansprache und Erlebnisgestaltung ermöglichen.

- **Aktivurlaubende**, die Freiheit aktiv auf und am Wasser spüren
- **Entdeckerfreudige Familien**, die in kleine Familienabenteuer und liebevolle Inselkultur eintauchen
- **Entschleuniger**, die Inselkultur und Küstennatur entspannt entdecken und genießen

Im Rahmen des Prozess wurden 120 Maßnahmen und Projekte in acht Handlungsfeldern entwickelt und ausgearbeitet, die im Schulterschluss mit den touristischen Akteuren und Partner:innen umzusetzen sind. „Nachhaltigkeit als verbindliche Leitlinie für einen qualitativen, verantwortungsbewussten Tourismus im Einklang von Natur, Gästen und Einheimischen“ verdeutlicht den Anspruch an das gemeinsame Handeln im Sinne der Nachhaltigkeit und ist als übergeordneter Grundsatz der Handlungsfelder zu verstehen. Die Querschnittsaufgabe Digitalisierung ist ebenfalls wesentliches Thema, das konsequent in allen Handlungsfeldern zu berücksichtigen ist.



Für den Einstieg in die Umsetzung wurden im Dialog mit der beteiligten Lenkungsgruppe 10 Quick-Wins sowie 15 priorisierte Schlüsselprojekte ausgewählt, die aufgrund ihrer hohen Bedeutung als Schlüsselprojekte herausgestellt wurden, und wesentliche Impulse und Mitnahme/Wirkungseffekte für den Umsetzungsprozess sowie die gesamte Zielerreichung haben.



HF	15 Schlüsselprojekte für die Tourismusedwicklung auf Fehmarn	Lead/ Partner
1.2	Umsetzungskoordination TSF für das TEK 2035: Festlegung der Zuständigkeiten und Einplanung der Ressourcen innerhalb des TSF mit Blick auf die Gesamtkoordination und das Produktmanagement für die Erlebnisräume zur Umsetzung des TEKs 2035, ggf. im Rahmen der organisatorischen Gesamtbetrachtung des TSF	TSF
1.3	Aufbau Kompetenzteams: Erlebnisraumentwicklung: Strategische Entwicklung der Erlebnisräume in puncto teilräumliches Netzwerkmanagement, strategischer Produktentwicklung, Aufbereitung saisonaler Angebotskompositionen um die Leitprodukte	TSF, LT, BG
2.1	Aufbau eines touristischen Leit- und Orientierungssystems: Kombination aus digitaler Information mit persönlicher Information durch TI und Leistungsanbieter:innen sowie Beschilderungssysteme mit markengerechter Signetik zum inselweiten Markenerlebnis	TSF, FHB, AWF
3.2 (Ü)	Erlebnisraumentwicklung: Vertiefung der Erlebnisraumkonzeption, Förderung von Netzwerken sowie zielgerichtete Angebotsgestaltung innerhalb der jeweiligen Räume in enger Abstimmung mit bestehenden Kompetenzteams (Vgl. 1.3)	TSF, LT
3.1 (K)	Küsten-(Natur)-erlebnis: Zielgruppenspezifische Angebotsentwicklung und -ausbau im Bereich "Umweltbildung & Naturerlebnis" zu Themen wie Flora & Fauna, Natur- und Küstenschutz und Geologie, etc. (Erlebnisstationen, Audio-Guides, etc.)	TSF, LT, NABU
3.2 (K)	Küsten-(Natur)-erlebnis: Erlebnisinszenierung der Rad- und Wanderwege: Attraktive Zwischenstopps auf den profilprägenden Rad- und Wanderwegen entlang der Küstenlinie z.B. Lehr- und Erlebnispfade mit digitaler Begleitung u.a. durch Einbindung von AR/VR-Methoden	TSF, LT
3.1 (I)	InselGenuss: Repositionierung / Angebotsausbau FehMare: Ausbau & Inwertsetzung von Angeboten in den Bereichen Gesundheit, Wellness & Spa sowie Verlängerung der Öffnungszeiten im Winter, Modernisierung und Attraktivierung des Bestandes	LT
4.5	Strategische themen- und zielgruppenorientierte Marketingplanung: Erarbeitung eines Marketingkonzepts, Erstellung eines Kommunikationskonzepts sowie jährliche Marketingplanung gemäß den Inhalten und Leitplanken des TEK Fehmarn 2035	TSF
4.6	Update Tourismusmarke Fehmarn: Ausarbeitung der Werte und Eigenschaften der Tourismusmarke, Übersetzung der Markenwerte in allen Marketingmaßnahmen und an allen Markenkontaktpunkten im Service- und Erlebnisdesign (inkl. Markenbooklet)	TSF
5.2	Einwohnerbefragung (Fortsetzung): kontinuierliche Durchführung/ Evaluierung der Einwohnerbefragung zur Erfassung der Perspektive der Einheimischen	TSF,EW
6.1	Aufbau Branchenplattform auf der B2B Seite des TSF: Einbindung DEHOGA/IHK und Wirtschaftsförderung zur Förderung von Austausch und Expertise, Informations- / Vernetzungsplattform der Fehmaraner Leistungsträger	TSF,IHK, Dehoga, LT
7.1	Qualitativer Ausbau der Radwege / Radbegleitinfrastruktur: Schließung von Lücken im touristischen Radwegenetz, Qualitäts- und Attraktivitätssteigerung, inkl. Ausbau Radbegleitinfrastruktur insb. für E-Bike-Wege, u.a. Ausbau Servicestationen & Rastplätze etc.	FHB, SF
8.1	Prüfung Ausbau Veranstaltungskapazitäten: Entwicklung und Bau einer multifunktionalen Veranstaltungshalle: Ausweisung geeigneter Areale bzw. Gewerbeimmobilien, Investoren- und Betreiberansprache ggf. unterstützt durch Standortmanagement	SF, LT, FHB
8.2	Klimafolgenmanagement: Aufstellung verschiedener Maßnahmen für den Fehmarn Tourismus in Anknüpfung an die Klimaziele der Stadt als Anpassungsstrategie an den Klimawandel	SF, UUV, TSF
8.11	Weiterentwicklung und Qualifizierung Beherbergungskonzept: zur qualitativen Bestandsentwicklung sowie zur Diversifizierung des Angebotes	SF, TSF, LT

Für eine erfolgreiche Umsetzung der Positionierung und nachhaltige Tourismusedwicklung braucht es die aktive und abgestimmte Mitarbeit aller beteiligten Akteure und Partner:innen. Um die lokale Zusammenarbeit im Netzwerk sowie den Aufbau von Kompetenzen zu stärken, empfiehlt sich die Einführung von Erlebnisräumen auf Fehmarn. Die zielgruppenspezifischen Erlebnisräume stärken durch die inhaltliche Verknüpfung das Erlebnisversprechen 'Freiheit fühlen' in allen Bereichen der Insel. Für die strukturierte Organisation der Zusammenarbeit in den Teilräumen empfiehlt sich die Etablierung sog. Erlebnisraum AGs, bestehend aus ca. 10-15 Schlüsselakteuren aus dem Teilbereich.

Darüber hinaus ist eine aufgabenadäquate Personal- und Finanzmittelausstattung erforderlich, um u.a. Investitionen in qualifiziertes Personal, Infrastruktur sowie qualitativ hochwertige Inwertsetzung von Erlebnisangeboten zu ermöglichen. Um die Schlüsselprojekte umzusetzen, sind gemeinsame Investitionen in Höhe von mindestens 322.500 Euro an Sachkosten vorgesehen. Diese sollen schrittweise, teilweise unter Nutzung von Förderprogrammen, getätigt werden.

Allerdings ist erkennbar, dass die Investitionen bei einer umfassenden Umsetzung für die gesamte Insel rentabel sind: Im Jahr 2019 generierte der Tourismus auf Fehmarn einen Bruttoumsatz von ca. 226 Mio. Euro aus dem Tages- und Übernachtungstourismus. Dadurch entsteht eine Wertschöpfung von fast 112,7 Mio. Euro.

Durch Investitionen in Qualität, neue Produkte und Marketing sowie die ganzjährige Erhöhung der Übernachtungskapazitäten besteht das Potenzial, den tourismusbedingten Bruttoumsatz, um mindestens weitere ca. 50 - 150 Mio. Euro auf bis zu 383 Mio. Euro p.a. bis zum Jahr 2030 zu steigern.