

KERNAUSSAGEN:

- **Betrachtung des Lebens-, Urlaubs- und Arbeitsraums** Ostsee Schleswig-Holstein, um die Identität zu wahren
- **Regionale Strategie**, die mit lokaler und Landesebene noch konsequenter verzahnt wird.
- **Erschließung der Potentiale des Binnenlandes** zur gegenseitigen **Aufwertung der Marke** Ostsee und der Holsteinischen Schweiz.
- **Fokus Nebensaison**
- **Neuausrichtung des Marketings** auf alle Anspruchsgruppen (neu: Einwohner:innen, Mitarbeitende, Unternehmen und Entscheider)
- **Die Leitprodukte werden ergänzt und überarbeitet:**
 - Das Leitthema Radfahren wird um das Thema Wandern ergänzt.
 - Das Thema Strandleben wird mehr für die Nebensaison gedacht.
 - Das Themenfeld Wellness wird ersetzt durch Entschleunigung.
- **Fokus auf Qualität**, indem die Leitprodukte/Themen qualitativ aufgewertet werden, z. B. Radwegemanagement und Kulinarik (Aufklärung: Fisch)
- **Mobilität ist das Zukunftsthema**
- **Ausrichtung auf Handlungsfelder, Schlüsselprojekte und Maßnahmen** – dadurch erfolgt eine Intensivierung des vernetzten, agileren und fokussierten Arbeitens
- **Konsequenteres Verzahnen von Erfolgskennziffern** über alle Ebenen (Land / TASH / OHT / Mitglieder)
- **Die Aufgaben werden vielschichtiger** (Dimensionen der Nachhaltigkeit, digitale Transformation) und sind fließend zwischen den Ebenen
- **Initiativen und Impulse koordinieren** und steuern

AUF DEN PUNKT

Verträglicher Tourismus unter Berücksichtigung:

- Guter Arbeits- und Lebensbedingungen
- Wahrung der Identität
- Hoher Aufenthalts-Qualität
- Digital und nachhaltig

HANDLUNGSFELDER

Die Säulen der Neuausrichtung sind neun Handlungsfelder. Für die einzelnen Schwerpunkte wurden Zielsetzungen, Aufgaben, Herausforderungen und Startprojekte formuliert, welche detailliert in der Strategie beschrieben werden.



NÄCHSTE SCHRITTE:

- **Kommunizieren der regionalen Tourismusstrategie** der Ostsee Schleswig-Holstein auf allen Ebenen durch alle Multiplikatoren
- **Umsetzung der Strategie**, in dem die Startprojekte in eine inhaltliche und zeitliche Planung überführt werden.
- **Abstimmung** mit dem Land Schleswig-Holstein, anderen Tourismusmarketingorganisationen und Partnern im Land SH.

ostsee
Schleswig-Holstein
Der echte Norden

Ostsee-Holstein-Tourismus e.V.
Am Bürgerhaus 2 | 23683 Scharbeutz
Tel. +49 (0)4503 - 888 50
info@ostsee-sh.de



TOURISMUS- ENTWICKLUNGSKONZEPT

Ostsee Schleswig-Holstein
2030+

Die Strategie ist ein lebendiges, agiles Instrument und steht daher online zur Verfügung. Detaillierte und aktuelle Informationen finden Sie zu jeder Zeit unter:



Schönberger Strand

ostsee
Schleswig-Holstein
Der echte Norden



Großenbrode

UNBESCHWERT, FACETTENREICH UND HERZLICH – DIE NEUE STRATEGIE

Angesichts erheblicher, den Tourismus in der Region Ostsee Schleswig-Holstein umfassend verändernder Markt- und Rahmenbedingungen, schreibt die Region ihre Tourismusstrategie mit Perspektive 2030+ nicht nur fort, sondern kommt zu einer weitreichenden Neuausrichtung.

Die Erarbeitung der Strategieinhalte erfolgte mit den Mitgliedern, vorrangig dem Marketingbeirat, des OHT und stellt einen wichtigen „roten Faden“ für die Arbeit von Mitgliedern und Geschäftsstelle in den nächsten Jahren dar.

2030+

VISION

Im Zuge der Strategiefortschreibung für den Tourismus in der Region Ostsee Schleswig-Holstein wurde eine gemeinschaftliche und von allen Akteur:innen getragene Vision und Mission definiert. Die Vision gibt eine Orientierung in der langfristigen strategischen Ausrichtung des Tourismus, sie lautet:

„Die Region Ostsee Schleswig-Holstein wird bis 2030 zum **Vorreiter** im deutschen Küstenland sowie im gesamten Ostsee-Raum für **verantwortungsvollen, nachhaltigen Tourismus**. Dabei setzen wir gemeinsam unsere einzigartigen Stärken konsequent in Wert, insbesondere in Bezug auf die **Stärkung der Marke „Ostsee Schleswig-Holstein“**, auf die **Verbindung von Küste und Binnenland** und den **Ausbau eines ganzjährigen Qualitätstourismus**.

Die Ansprüche von **Gästen und Einheimischen, Unternehmen und Mitarbeitenden** verknüpfen wir gelungen miteinander. Entscheidungen in **Politik und Verwaltung** orientieren sich an den gemeinsamen Zielen der Region.“



Eckernförde

MISSION

Die Mission beschreibt grundsätzlich, wie die Region Ostsee Schleswig-Holstein die Vision bis 2030 erreichen möchte. Sie ist daher Leitlinie des Handelns für alle Akteur:innen der Region in den kommenden Jahren. Die Mission hebt folgende Punkte hervor:

WIR

- schaffen Grundlagen und Netzwerke für die Entwicklung und das Management der **Lebens- und Erlebnisräume für Gäste, Einheimische und Mitarbeitende**,
- verstehen uns gemeinsam als **Markenfamilie „Ostsee Schleswig-Holstein“**,
- tragen zur **Verstärkung der Identität und Regionalität** unserer Region bei,
- **steigern Wertschöpfung** in unserer Region und bei unseren Betrieben durch die Stärkung bzw. den Ausbau regionaler Wirtschaftskreisläufe,
- **geben Impulse für Innovationen** und bauen die digitale Kompetenz der Region aus,
- **koordinieren und unterstützen die Marktbearbeitung** mittels Angebotsentwicklung, Gäste- und Besuchermanagement sowie Vermarktung und Vertriebsmanagement,
- unterstützen unsere Region und die Leistungsanbieter in den laufenden **Veränderungsprozessen** und **leisten Hilfestellung** in Zeiten von Unsicherheiten und Krisen,
- **vermitteln** die gemeinsamen Ziele und Perspektiven an Entscheider aus Politik, Verwaltung, binden ein und schaffen **gemeinsame Netzwerke** mit Hilfe verzahnter Tourismuskonzepte von OHT und Orten,
- fördern das **Gemeinwohl** durch einen **verantwortungsvollen, nachhaltigen Tourismus** im Sinne der UN-Nachhaltigkeitsziele.