

**Auszug aus „Touristisches Zukunftskonzept Nordsee 2015“
Herausgeber: Tourismusverband Nordsee eV, Jever, 2008**

Das „touristische Zukunftskonzept Nordsee 2015“ enthält folgende wesentliche Aussagen zum „Beherbergungsbereich“:

Beherbergungsangebot:

Die Übernachtungsstruktur der niedersächsischen Nordsee ist unter anderem geprägt durch einen Mangel an Vollhotels, die nicht einmal in der Hotellerie (Hotels, Gasthöfe, Pensionen, Hotels garni) einen Marktanteil von 50 Prozent am Gesamtbettenangebot haben.

Potentialanalyse:

Für die zukünftige Entwicklung des Nachfragepotentials wird der Umfang des quantitativen und qualitativen Angebotsausbaus im Beherbergungsgewerbe die entscheidende Rolle spielen.

Quantitative Anforderungen 2015, eines der Szenarien:

Dem Tourismus wird für die Region „Nordsee“ auf der politischen Ebene oberste Priorität eingeräumt, der Masterplan soll im Rahmen eines professionellen Umsetzungsmanagements konsequent und in weiten Teilen erfolgreich umgesetzt werden.

Insbesondere muss es gelingen, die Beherbergungskapazitäten im gehobenen Segment entsprechend der Zielvorgaben auszubauen.

Strategie:

Zusätzliche Marktanteile nur dann, wenn qualitative hochwertige und authentische Angebote entwickelt werden, die bei den Gästen mit einem guten Preis-Leistungsverhältnis überzeugen.

Konsequentes Zielgruppen- und Themenmarketing umsetzen. Vor allem die Gruppe der „Älteren“ und gesundheitsorientierten Gäste wird in den nächsten Jahren an Bedeutung gewinnen. Nischenmärkte werden wichtiger. Neue Quellgebiete gewinnen.

Mit zeitgemäßen Angeboten und einem konsequenten Zielgruppenmarketing muss es gelingen, mehr Gäste für die Nebensaison zu gewinnen.

Der eigenständige Charakter von Natur und Kultur bildet die (touristische) Existenzgrundlage für die niedersächsische Nordsee. Es gilt nicht nur, die Natur und Kultur zu schützen, sondern diese erlebbar zu machen.

Nicht das vorhandene Angebot, sondern den Gast mit seinen individuellen Vorstellungen und Wünschen in den Mittelpunkt stellen.

Leitlinie (Ansatzpunkte und teilraumspezifische Profilthemen):

Ziele:

Heutige Positionierung als Familienurlaubsregion Nr. 1 an der niedersächsischen Nordsee stärken, weitere Themen entwickeln. Saison durch Kurzurlaubsangebote verlängern.

Konsequenzen:

Innovationen und mehr Qualität

Top-Angebote im Bereich „Baden und Spielen“

Höherer Anteil an Qualitätsferienunterkünften, Ferienhäuser, Ferienwohnungen

Ausbau 4-5 Sterne Hotels mit Zielgruppenangeboten im Bereich Gesundheit und Tagungen

Weiterentwicklung Naturtourismus

Atmosphäre verbessern

Erreichbarkeit verbessern (Anreisezeit, Anreisekosten, Anreisekomfort)

Handlungsempfehlungen:

Die Beherbergungsstruktur muss weiterentwickelt und nachfragegerecht ergänzt werden. Dabei stehen die Ziele Qualitätssteigerung, mehr höherwertige Hotels, größere Hotels und stärkere Zielgruppenfokussierung im Vordergrund.

Ausbau der Kapazitäten im 4-5*-Bereich, hierdurch zusätzliche Übernachtungen im gehobenen Segment und zusätzliche Effekte bei Übernachtungen in Bestandsbetrieben gewinnen.

An der Küste/Inseln: Themencluster erarbeiten und mit Hotelentwicklungen verknüpfen (Gesundheit, Reiten, Golf, MICE – Meetings, Incentives, Conventions, Events).

Ausbau der Beratungs- und Qualifizierungsangebote im Service-Management (Service-Q).