

Tourismusagentur Nordsee (TANO)

Angesichts der enormen Herausforderungen im Tourismus wurde 2017 ein Nordseestrategieprozess gestartet, mit dem Ergebnis, dass es einer gemeinsamen Struktur an der niedersächsischen Nordsee bedarf, um den Tourismus zukunftsfähig aufzustellen: die Tourismus Agentur Nordsee (TANO). Diese soll mit Unternehmenssitz in Wilhelmshaven zum 01. Januar 2022 mit 10 Gesellschaftern aus Landkreisen und kreisfreien Städten des Verbandsgebiets Tourismusverband Nordsee e.V. gegründet werden. Aufgabenbereiche der TANO werden die Entwicklung/das Management sowie das Marketing für die Destinationen Nordsee in Niedersachsen sein, um nicht nur deutschlandweit, sondern auch im Ausland neue Gäste zu gewinnen und die Saison zu verlängern. Nun hat auch der Kreistag des Landkreises Wesermarsch dem Beitritt in die TANO zugestimmt. „Die TANO ist ein Meilenstein der Zusammenarbeit an der niedersächsischen Nordseeküste. Die Positionierung der Wesermarsch innerhalb dieser Gesellschaft schafft für unsere Regionen einen enormen Mehrwert“, so Nils Siemen, Geschäftsführer der Wirtschaftsförderung Wesermarsch GmbH. „Wir erwarten eine deutliche Sichtbarkeit und Wahrnehmung unseres Landkreises, verbunden mit einer Steigerung der Wertschöpfung und Lebensqualität“, ergänzt Julia Bittner, Leiterin der Touristikgemeinschaft Wesermarsch.

Bedeutung für die Wesermarsch

Die aktuelle Organisationsentwicklung hat Auswirkungen auf den Tourismusstandort Wesermarsch. Die neue Gesellschaft TANO erhält ein wesentlich breiteres Aufgabenspektrum als eine reine Marketinggesellschaft. Hier soll ein so genanntes Lebensraum-Management erarbeitet werden, das so bisher in der Wesermarsch nicht praktiziert wird.

Der Schlüssel dazu ist eine Mehrmarkenstrategie gemeinsam mit den touristischen Regionalmarken im Verbandsgebiet. Die erfolgreich eingeführten Regionalmarken werden weitergeführt aber - neu - mit der stärksten und bekanntesten Marke im Verbandsgebiet „veredelt“ und aufgeladen: Die Nordsee.

Am Beispiel Wesermarsch einfach erklärt wie die „Familienmarke“ künftig wirken soll: es gibt weiterhin eine Wesermarsch - Website, Wesermarsch - Werbemittel und Wesermarsch PR. Verstärkend und aus Gästesicht als nutzenstiftende Information wird die Marke Wesermarsch jedoch mit der Ergänzung „Nordsee“ versehen, die eine klare Verortung und Zuordnung bewirkt. Ziel ist für die weniger bekannten Tourismusmarken die existierenden und schon gespeicherten (positiven) Vorstellungsbilder (Markenbekanntheit) der Marke „Die Nordsee“ zu nützen. Vice versa ist die Marke Wesermarsch sehr gut als wichtige Botschaft und Inhalt präsent, wenn Menschen in Kontakt mit der Marke Nordsee kommen. Die Wesermarsch profitiert somit von der heute weit stärkeren Nachfrage nach Reisen / Urlaub an der Nordsee (leicht erkennbar z.B. am organischen Suchvolumen im Web), Geschichten aus der Wesermarsch erhalten eine höhere Aufmerksamkeit, Sichtbarkeit und Präsenz bei potentiellen Gästen und die Wesermarsch-Websites erhalten zusätzlichen Traffic von Usern mit Inhalten, die ansonsten an der Wesermarsch unbemerkt vorbeigesurft hätten.

Mehrwert

Als strategisches Ziel wurde eine Wertschöpfungssteigerung um 2% jährlich bis 2029 (inflationbereinigt) erarbeitet. Steigen die Bruttoumsätze aus dem Übernachtungstourismus, dem Tagestourismus, dem Gastgewerbe, dem Einzelhandel und den sonstigen Dienstleistungsbereichen, also die touristische Wertschöpfung um 2% im Verbandsgebiet, so bedeutet das eine Steigerung von in etwa 7.000.000 € jährliche zusätzliche Einnahmen an Mehrwertsteuer und Einkommenssteuer für

alle Landkreise kumuliert. Für den Landkreis Wesermarsch bedeutet das ein Plus an Steuereinnahmen von über 320.000 Euro jährlich*.

*Steigerung auf Basis DWIF Wirtschaftsfaktor Tourismus Studien bei 2 % Steigerung jährlich im Verbandsgebiet

Ein weiterer Nutzen für die Wesermarsch ergibt sich aus

- einer stärkeren interkommunale Zusammenarbeit und Abstimmung von Projekten für Gäste und Einheimische
- Schaffung / Sicherung Arbeitsplätze, Finanzierung kommunaler Infrastruktur, verbesserte Attraktivität der Region für Betriebsansiedlungen und Investitionen
- Sozial, ökologisch & ökonomisch nachhaltige Investitionen in die touristische Infrastruktur schaffen attraktive Erlebnisräume für Gäste und Einwohner
- Stärkeres Zusammenwirken von Wirtschaftsförderung und Tourismuswirtschaft
- Markterfolg durch einen Ansprechpartner gegenüber EU, Bund und Land

Im Folgenden erfahren Sie Details zu den Hintergründen, zur Struktur und den Aufgabenbereichen der TANO.

Ausgangssituation / Rückblick

Die Region Niedersächsische Nordsee mit ihren Reisegebieten wie Ostfriesische Inseln, Unterelbe-Unterweser, Ostfriesland und der gesamten Nordseeküste einschließlich der Seestadt Bremerhaven zählt mit über 15 Mio. Gästeübernachtungen (LSN, 2020, Datenbasis 2019) jährlich zu einer der bedeutendsten Urlaubsregionen in Deutschland.

Gesellschaftliche Veränderungen, wachsende Gästeansprüche sowie das Fortschreiten von neuen Technologien, stellen die Tourismusorganisationen in Deutschland vor große Herausforderungen. Erhöhte Anforderungen an ein professionelles Destinationsmarketing und -management bei gleichzeitig stagnierenden Budgets verschärfen zusätzlich die ohnehin schon schwierige Wettbewerbssituation. Als Folge der veränderten Markt- und Rahmenbedingungen bedarf es einer konzentrierten Bündelung der finanziellen und personellen Kapazitäten durch eine intelligente Optimierung der Tourismusstrukturen einschließlich des Marketings.

Aktuell stellt sich die Situation an der niedersächsischen Nordsee wie folgt dar: Eine Vielzahl von eigenständigen Organisationen sind verantwortlich für das Destinationsmarketing im Verbandsgebiet. Nur wenige verfügen über eine marktgerechte finanzielle und personelle Ressourcenausstattung. Die Zersplitterung von Tourismusverbänden - mit teilweise überlagernden Aufgaben - steht einem leistungsfähigen Destinationsmarketing für die Nordsee Niedersachsen entgegen. Zudem haben dringend benötigte, jedoch nur zum Teil umgesetzte Investitionen der Betriebe aus dem Gastgewerbe, Tourismusorganisationen und Kommunen in eine marktgerechte Tourismusinfrastruktur, zu einem schleichenden Verlust von Marktanteilen gegenüber den Mitbewerbern im norddeutschen Küstenraum geführt.

Die aktuelle Corona-Krise hat die wirtschaftliche Situation auf betrieblicher Ebene zunehmend verschärft. Damit werden auch die kommunalen Haushalte stärker als zuvor belastet.

Die Region Niedersächsische Nordsee einschließlich der Seestadt Bremerhaven hat sich daher vor etwa vier Jahren auf den Weg gemacht, die touristischen Strukturen in der Region zu optimieren. Der Tourismusverband Nordsee e. V. hat 2018 das Projekt „Initiierung eines touristischen Kooperationsnetzwerkes der Zukunft am Beispiel der Urlaubsregion der niedersächsischen Nordsee“ („**Masterplan Nordsee**“) umgesetzt. Die übergeordnete Zielstellung für den Prozess liegt in der

Sicherstellung der Wettbewerbsfähigkeit der Niedersächsischen Nordseeküste als Tourismusregion und deren erfolgreiche Etablierung als Top-Urlaubsdestination in Europa. Dabei sollen Profil und Authentizität der touristischen Einzelmarken im Verbandsgebiet des Tourismusverbandes Nordsee geschärft werden.

Durch die Entwicklung einer Tourismusstrategie im Sinne einer Unternehmensstrategie für eine neu zu gründende, überregional agierende Destinationsmanagement-Organisation „Niedersächsische Nordsee“ wird angestrebt, die Aktivitäten und Maßnahmen in der Region zu bündeln, Doppelstrukturen in der Marktbearbeitung zu vermeiden, das Tourismusmarketing zu professionalisieren, das Profil und die Authentizität der Region zu schärfen. Der Masterplan Nordsee enthält einen Umsetzungsvorschlag zur künftigen touristischen Zusammenarbeit in der Region. Der Vorschlag wurde seitdem weiterentwickelt und in eine grundsätzliche Organisationsbeschreibung der Tourismusagentur Nordsee (TANO) überführt. Dabei agiert die TANO als eine kompetente, professionelle Vertretung des gesamten Verbandsgebietes und erfüllt wesentliche Aufgaben, die übergeordnet und von keiner anderen Organisation derzeit durchgeführt werden.

Tätigkeitsfeld der TANO

Die Tourismus Agentur Nordsee (TANO) wird in einer Gesellschaft geführt, in der sowohl strategische Willensbildung und Grundsatzentscheidungen im Rahmen des öffentlich-rechtlichen Leistungsbereichs / der Grundaufgaben als auch die operative Tätigkeit (Auftragsdienstleistungen und eigene Geschäfte mit Gewinnerzielungsabsicht) gebündelt werden. Das Tätigkeitsfeld der Gesellschaft umfasst drei Bereiche:

- Bereich Grund-/Kernaufgaben, die gemeinschaftlich von allen Gesellschaftern finanziert werden (In der Gesellschafterversammlung erhält jedes Mitglied bzw. jeder Gesellschafter, unabhängig von Größe und Finanzierungsbeitrag, eine Stimme; Grundsatz ist Einstimmigkeit bei noch zu definierenden Grundsatz- bzw. wichtigen Entscheidungen.),
- privatwirtschaftlicher Bereich mit Gewinnerzielungsabsicht (Entscheidungen nach dem Prinzip „one person, one vote“ in der Gesellschafterversammlung, Entscheidungen fallen mehrheitlich),
- Bereich Auftragsdienstleistungen im Wege der Geschäftsbesorgung (inhaltliche Entscheidungen durch den Auftraggeber entsprechend einem Geschäftsbesorgungsvertrag, Entscheidungen zur Annahme des Auftrags mehrheitlich).

Die TANO ist im Bereich Grund-/Kernaufgaben zuständig für den strategischen Gesamtrahmen des Destinationsmanagements der Nordsee Niedersachsen inkl. der Seestadt Bremerhaven. Die Aufgaben im Bereich Grund-/Kernaufgaben sollen im Gesellschaftsvertrag definiert werden.

Grundlage der Arbeit der TANO ist jeweils der aktuelle Masterplan Nordsee (aktuell Stand 2019) für das Verbandsgebiet des Tourismusverbandes Nordsee e. V. inkl. der Seestadt Bremerhaven bzw. weitere von den Gesellschaftern festgelegte Strategien und Konzepte.

Für die Aufgaben in den beiden Bereichen Privatwirtschaftliche Leistungen mit Gewinnerzielungsabsicht sowie Auftragsdienstleistungen im Wege der Geschäftsbesorgung sollen die Leitplanken im Verlauf des weiteren Organisationsentwicklungsprozesses entwickelt und dann im Zuge der Geschäftstätigkeit der Gesellschaft konkretisiert werden.

Aufgaben und Aufgabenverständnis der TANO (Grund-/Kernaufgaben)

Die TANO gibt Impulse und initiiert Entwicklungsprozesse. Sie vernetzt, koordiniert, orchestriert und moderiert die Aktivitäten der Teilregionen sowie der Tourismusorganisationen auf örtlicher Ebene.

Sie vermeidet hierbei Doppelarbeiten und erleichtert bzw. beschleunigt Prozesse. Vorhandene Kompetenzen, bestehende Systeme und qualifizierte Vorarbeiten werden nach Möglichkeit genutzt. Der TANO geht es somit nicht darum, die o. g. Aufgaben unbedingt selbst durchzuführen. Sie übernimmt vielmehr die Funktion des „Kümmers“, der dafür sorgt, dass die Aufgaben qualifiziert, möglichst flächendeckend und unter Nutzung von Synergien umgesetzt werden. Die Wahrnehmung der benannten Aufgaben erfolgt daher stets koordiniert und vernetzt mit den Teilregionen und den Tourismusorganisationen auf örtlicher Ebene.

Mit diesem Grundverständnis umfassen die Aufgaben der TANO i. E.:

- Markenentwicklung und -management / „Markenwächter“ im Sinne der definierten Mehrmarkenstrategie
- Marketing für die Marke Nordsee
- Strategieentwicklung und -controlling
- Koordination ausgewählter destinationsweiter Entwicklungsthemen, z. B. Demographie, Mobilitätsmanagement, Digitalisierung, Nachhaltigkeitsmanagement
- Interessenvertretung für das Zuständigkeitsgebiet der Gesellschaft
- Fördermittlerschließung und -akquisition
- Innovationsmanagement
- Impulsgeber für Infrastrukturprojekte mit Leuchtturmcharakter
- Ansiedlungsmanagement für Beherbergungs- und Freizeitbetriebe
- Content- / Datenmanagement
- Marktforschung und Wissensmanagement

Organisationsstrukturen der TANO

Die TANO wird als GmbH gegründet. Gesellschafter der TANO werden die beteiligten Landkreise und kreisfreie Städte, die Landkreise Ammerland, Aurich, Cuxhaven, Friesland, Leer, Wesermarsch, Wittmund und die kreisfreien Städte Emden (noch mit ?), Wilhelmshaven sowie die Seestadt Bremerhaven.

Die TANO erhält einen Unternehmenssitz in Wilhelmshaven.

Die TANO führt neben den obligatorischen Organen Gesellschafterversammlung und Geschäftsführung einen Aufsichtsrat und einen Fachbeirat.

Umsetzung / Ausblick

Die TANO wird zum 01.01.2022 gegründet. Nun gilt es, alle vorbereitenden Maßnahmen für diese Neugründung zu treffen.

Sie möchten mehr zur TANO erfahren? Sprechen Sie uns gerne an:

Julia Bittner

(Leiterin Touristikgemeinschaft Wesermarsch bei der Wirtschaftsförderung Wesermarsch GmbH)

Tel. (9-13 Uhr): 04401-856110

E-Mail: bittner@wesermarsch.de