



Tourismuskonzept Eckernförde 2030



erstellt mit Unterstützung von:

Tourismuszukunft
REALIZING PROGRESS





Vorwort	03
Ausgangssituation	04
Befragung der Einwohner*innen	05
Bestandsaufnahme & SWOT-Analyse ¹	07
SWOT: Bekanntheit & Ortsbild	08
SWOT: Strand, Hafen, Angebot & Events	09
SWOT: Akzeptanz, Barrierefreiheit & Nachhaltigkeit	10
SWOT: Beherbergung & Gastronomie	11
Fazit: 7 Thesen zum Tourismus in Eckernförde	12
Vision Tourismus Eckernförde 2030	14
Ziele Tourismus Eckernförde 2030	16
Instrumente & Messgrößen	17
Zielgruppen	18
Positionierung	19
Maßnahmen & Umsetzung	20
Handlungsfeld 01 - Lebensqualität & Tourismusbewusstsein	21
Handlungsfeld 02 - Qualitätsstrategie	22
Hotelansiedlung auf dem Exer	23
Handlungsfeld 03 - Zielgruppengerechte Entwicklung	25
Handlungsfeld 04 - Image, Profilierung & Kommunikation	27

Erklärung:

SWOT = strengths, weaknesses, opportunities, threats bzw.
Stärken, Schwächen, Chancen, Risiken



Bürgermeister Jörg Sibbel

Die Ratsversammlung der Stadt Eckernförde hat im September 2017 die Fortschreibung des Tourismuskonzeptes beschlossen. Ziel der Fortschreibung ist es, mit umfassender Bürgerbeteiligung den Stellenwert des Tourismus neu zu bewerten, die Aufgaben zu definieren und die zukünftig gewünschte strategische Ausrichtung festzulegen. Unter Einbeziehung von externen Fachleuten, den Bürger*innen, der Jugend, der Politik, den Unternehmungen und der Eckernförde Touristik & Marketing GmbH (ETMG) hat sich die Stadt Eckernförde von Juni 2018 bis September 2019 auf einen dialogorientierten, intensiven und sehr offenen Weg zu einem neuen Tourismuskonzept begeben. In zahlreichen Informationsveranstaltungen und Workshops haben sich die Bürger*innen umfangreich beteiligt. Um die Einwohner*innen von morgen mitzunehmen, wurden diverse Workshops in Eckernförder Schulen mit hunderten von Kindern durchgeführt. Der Stadt Eckernförde war es wichtig zu erfahren, was die Bürger*innen vom Tourismus erwarten. Mit diesem neuen und breiten Ansatz ist es uns gelungen, einen erfolgsversprechenden, innovativen „Roten Faden“ für das Tourismuskonzept Eckernförde 2030 auszulegen.



Geschäftsführer Stefan Borgmann

Der Tourismus hat sich für das Ostseebad Eckernförde im Laufe der letzten Jahre zu einem immer bedeutsamer werdenden Wirtschaftsfaktor entwickelt. Die Stadt Eckernförde hat erheblich in die touristische Infrastruktur investiert und profitiert von den positiven Folgen dieser Entwicklung. Gut besuchte Stadt- und Hafenfeste, volle Einkaufsstraßen und stetig steigende touristische Kennzahlen sind unter anderem wesentliche Indikatoren für diesen Trend. Der Tourismus zieht nicht nur Übernachtungs- und Tagesgäste an, sondern erhält Firmenstandorte und schafft in Eckernförde Arbeitsplätze. Dass der Tourismus somit grundsätzlich für die Interessen der Bürger arbeitet, ist nicht jedem bewusst. Die Erhöhung der Tourismusakzeptanz ist somit eine der wichtigsten Aufgaben der Zukunft. Ich wünsche Ihnen viel Spaß beim Lesen dieser Broschüre und wünsche mir, dass uns die Bürger*innen der Stadt Eckernförde und der Umgebung sowie die Gäste der Region Eckernförder Bucht weiterhin so tatkräftig bei unseren Aufgaben unterstützen und uns weiterhin mit konstruktiver Kritik begleiten.



N 54°28'
E 9°50'

Eckernförde

OSTSEEBAD *Lebensfreude wie Sand am Meer!*
Eckernförde Touristik & Marketing GmbH

Alle Informationen rund um den Strategieprozess Tourismuskonzept Eckernförde 2030 online

Diese Broschüre stellt „nur“ eine Kurzversion des aktuellen Tourismuskonzeptes „Tourismus Eckernförde 2030“ dar. Die ausführliche Version, die dazugehörigen Anhänge und alle anderen Informationen rund um das Konzept, den Tourismus Eckernförde und der Region Eckernförder Bucht haben wir für Sie online bereit gestellt.

Sie finden hier unter anderem:

- das Tourismuskonzept 2007
- die Tourismusbroschüre Eckernförde
- die Tourismus Kennzahlen
- die Organisation des Strategieprozesses
- Informationen zur Lenkungsgruppe
- Präsentationen der Info-Veranstaltungen
- Präsentationen der Workshops
- Fotodokumentation der Workshops
- Ergebnisse der Bürgerbefragung
- Ergebnisse der Fremdbildanalyse

<https://www.ostseebad-eckernfoerde.de/eckernfoerde-2030>

Tourismus weiterentwickeln

Wo steht der Tourismus in Eckernförde aktuell und wie lässt er sich zielgerichtet weiterentwickeln? Nach der Umsetzung zahlreicher Leitprojekte aus dem bisher gültigen Tourismuskonzept aus dem Jahr 2007 befindet sich Eckernförde angesichts der dynamischen Tourismusedwicklung der letzten Jahre an einem entscheidenden Punkt für die touristische Weichenstellung. Wie lassen sich die erreichten Erfolge sichern, ausbauen und so gestalten, dass die Stadt und ihre Bewohner*innen verstärkt und wahrnehmbar davon profitieren?

Umfassende Beteiligung

Im Auftrag der Stadt Eckernförde erarbeiteten dwif und Tourismuszukunft gemeinsam mit politischen Vertreter*innen, Bürger*innen und der Eckernförde Touristik & Marketing GmbH im Zeitraum Juni 2018 bis August 2019 das Tourismuskonzept Eckernförde 2030. Einen wesentlichen Bestandteil bildete von Beginn an die umfassende Beteiligung der Einheimischen im gesamten Prozess. Transparenz und Partizipationsmöglichkeiten bildeten die beiden Leitprinzipien. Die ETMG veröffentlichte auf ihrer Website laufend aktuelle Termine sowie Zwischenergebnisse und ermöglichte es, interaktiv Rückmeldungen abzugeben.

Befragungen & Workshops

Eine telefonische Repräsentativbefragung der Bevölkerung von Eckernförde im Juni 2018 beteiligte die Einheimischen gleich zum Projektauftritt an dem Prozess. Erste Erkenntnisse wurden auf der Einwohner*innenversammlung am 08.11.2018 in der Stadthalle vorgestellt und diskutiert. Eckernförder*innen, Leistungsträger*innen und Politiker*innen bekamen in mehreren Workshops mit verschiedenen thematischen Schwerpunkten die Möglichkeit, ihre Einschätzungen und Wünsche aktiv einzubringen. Ein besonderer Workshop galt den Schüler*innen Eckernfördes, da diese die Zukunft ihrer Stadt aktiv mitgestalten und deren Wünsche und Anforderungen Einzug in das Tourismuskonzept erhalten sollten. Die Presse berichtete über viele dieser Veranstaltungen, so dass man neben den Teilnehmer*innen vor Ort eine größere Öffentlichkeit auf den neuesten Stand bringen konnte.

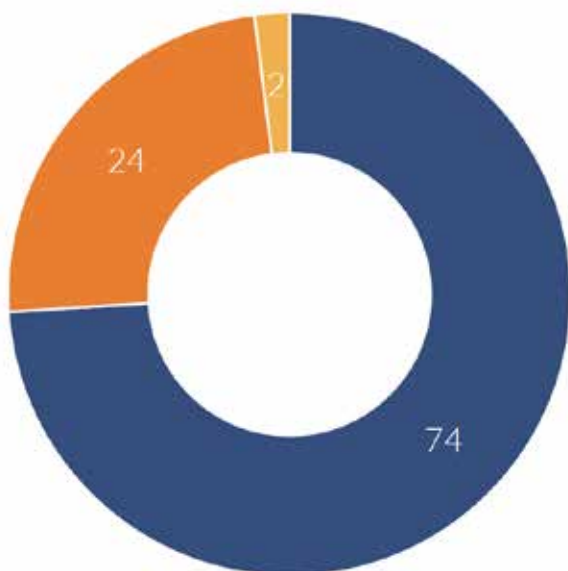








Telefon-Befragung der Bevölkerung

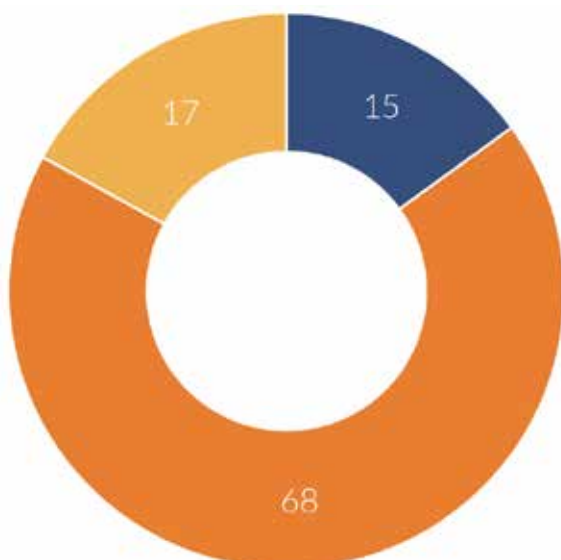
- Telefon-Befragung der Bevölkerung von Eckernförde (ab 18 Jahre)
- Gesamtstichprobe: n=308
- Befragungszeitraum: Juni 2018
- Fragebogenentwurf: dwif-Consulting GmbH in enger Absprache mit der Eckernförde Touristik & Marketing GmbH
- Die Ergebnisse wurden nach der tatsächlichen Verteilung nach Alter und Geschlecht in Eckernförde gewichtet
- Die Werte in der nachfolgenden Auswertung sind gerundet




Welche Bedeutung hat Ihrer Meinung nach der Tourismus für Eckernförde? (%)



-  Große Bedeutung - der Tourismus stellt ein wirtschaftliches Standbein/Aushängeschild für Eckernförde dar.
-  Mittlere Bedeutung – der Tourismus hat keine profilierende Bedeutung für Eckernförde und ist ein Thema neben anderen.
-  Geringe Bedeutung – andere Branchen und Themen sind weitaus bedeutender für Eckernförde.
-  Keine Bedeutung – der Tourismus hat keinerlei Bedeutung für Eckernförde.

Wie soll sich der Tourismus in Eckernförde aus Ihrer Sicht entwickeln? (%)



-  Der Tourismus in Eckernförde soll wachsen.
-  Der Tourismus in Eckernförde soll gleich bleiben.
-  Der Tourismus in Eckernförde soll sinken.

Befragung der Einwohner*innen

Wie soll sich der Tourismus in Eckernförde aus Ihrer Sicht entwickeln?

Die befragten Bürger haben folgende Gründe und Aspekte für ihre Bewertung zur Frage der Tourismusedwicklung genannt:

Einnahmequelle/Arbeitsplätze

Nebensaison/schlechter Sommer
aber nicht so stark wachsen damit junge Leute kommen keine spezielle Begründung Stadt wird attraktiver/lebendiger
bringt nur Vorteile
nur unter bestimmten Voraussetzungen

Die 15% der Befragten, die eine Steigerung der Besucherzahl in Eckernförde wünschen, haben dies primär mit der Schaffung von Arbeitsplätzen und einer lukrativen Einnahmequelle begründet.

zu viele Touristen
Verkehrssituation/Parkplatzsuche
Lebensqualität der Einwohner leidet
Wohnraum wird genommen

68% der Einwohner möchten, dass der Tourismus auf gleichem Niveau bleibt. Als Hauptgründe wurde angegeben, dass das Limit in der Stadt bereits erreicht ist und die Verkehrssituation bzw. die Parkplatzsuche erschwert würden.

Angefahrte verbessern Wohnraum wird genommen ist in Ordnung wie es ist **Limit erreicht** Lebensqualität leidet sonst
Verkehrssituation/Parkplatzsuche Kino fehlt

Die Befürworter*innen eines Rückgangs des Tourismus (17%) merken an, dass die Lebensqualität unter den Tourist*innen leidet und der Wohnraum genommen wird.





Analyse des Status Quo

Die Analyse des Status Quo bildet die Grundlage für die Entwicklung der Strategie. Durch die Auswertung vorliegender Materialien, die Einwohner*innenbefragung, Workshops, Expert*innengespräche, Fremdbildanalyse, Ortsbegehung, Trend- und Marktanalyse sowie die Einwohner*innenversammlung ergibt sich ein aktuelles Bild des Eckernförde Tourismus. Für folgende Themenbereiche werden einzelne SWOT-Analysen dargestellt:

Abb. 1: Themenbereiche der SWOT-Analyse



Quelle: dwif 2019

¹ SWOT - siehe Seite 2 (unten)



SWOT: Lage, Erreichbarkeit & Mobilität

Stärken & Chancen

- Nähe zu Kiel und Hamburg, relative Nähe zu skandinavischen Quellmärkten
- Bahnanbindung im Halbstundentakt
- Ganzjährig kostenfreier Stadtverkehr mit der Ostseecard
- Direkte Lage am Meer, Stadtstrand; Stadt am Meer mit allen urbanen Vorteilen (auch außerhalb der Saison)
- Räumliche Nähe von (Alt-)Stadt, Strand und Hafen
- Naturräumliche- und Aktivangebote in der Umgebung

Schwächen & Risiken

- Volle Zubringer und Staus zu Stoßzeiten (Veranstaltungen, „Strandtage“ und Berufspendler*innen)
- Parkplatzmangel, insbesondere bei Großveranstaltungen
- Kritik an Komfort und Zuverlässigkeit der Bahnanbindung
- Ausbaubare öffentliche Anbindung der Umgebung

SWOT: Bekanntheit & Ortsbild



SWOT: Bekanntheit & touristische Attraktivität

Stärken & Chancen

- Hohe generelle Bekanntheit (Bundeswehr)
- In der Region/SH hohes Ansehen als schöne Stadt am Meer, „Kleinod“
- Kein klassischer Badeort

Schwächen & Risiken

- Geringere überregionale Bekanntheit als touristische Destination
- Ausbaufähige Ausstrahlung außerhalb Schleswig-Holsteins
- Entwicklungsfähiges touristisches Profil



SWOT: Ortsbild & Infrastruktur

Stärken & Chancen

- Attraktive, kleinteilige, lebendige und daher charmante Innenstadt mit neuer Gestaltung; Charme und Attraktivität der Altstadt
- Viele inhabergeführte Einzelhandelsgeschäfte, guter Branchenmix (keine touristische Monostruktur!), kaum Leerstand, attraktiver Wochenmarkt
- Maritimes Flair
- Guter Zustand der Fassaden/Fachwerkhäuser, Sauberkeit
- Ansprechende und einheitliche Gestaltung des Leitsystems
- Positive Impulse durch diverse städtebauliche Aktivitäten

Schwächen & Risiken

- Saisonale Leerstände im Innenstadtbereich (Ferienwohnungen)
- Einzelne Plätze und Bauten mit unattraktivem Erscheinungsbild



SWOT: Strand & Hafen

Stärken & Chancen

- Langer Küstenstreifen, 4 km feiner Sand
- Kostenfreie Strandnutzung
- Alleinstellungsmerkmal Stadtstrand
- Barrierefreie Strandzugänge
- Attraktive Infrastruktur im Strand- und Promenadenbereich
- Unterteilung des Strandabschnitts für verschiedene Zielgruppen
- Anschluss der Innenstadt an die Hafensperrmauer
- Lebendiger Hafen „zum Anfassen“

Schwächen & Risiken

- Ausbaubare Gastronomie am Strand
- Mangelnde Sauberkeit, Zustand und Pflege der Sanitäreinrichtungen
- Gefahr von Zielgruppenkonflikten



SWOT: touristisches Freizeitangebot & Veranstaltungen

Stärken & Chancen

- Attraktive kleinere touristische Angebote
- Wander- und Radangebote in der Umgebung
- Teilweise hochwertige Veranstaltungen, auch durch und für Einheimische
- Stadthalle mit der Kapazität für große Veranstaltungen
- Potenzial des kulturellen Angebotes (Saisonverlängerung)

Schwächen & Risiken

- Wenige Schlechtwetterangebote
- Kein kommerzielles Kino (für Gäste und Einheimische!)
- Ausbaubare Angebote für Zielgruppe Familien, Kinder und Jugendliche
- Sichtbarkeit/Vermarktung des Wassersports
- Teilweise Austauschbarkeit und Niveau der Veranstaltungen
- Belastung der Einwohner durch (Anzahl der lauten Groß-) Veranstaltungen

SWOT: Akzeptanz, Barrierefreiheit & Nachhaltigkeit



SWOT: Tourismusbewusstsein & Tourismusakzeptanz

Stärken & Chancen

Tourismus als Chance für Eckernförde/
Wirtschaftsfaktor: Arbeitsplätze und
Wirtschaftskraft

Positive Grundeinstellung zum Tourismus in
der Politik

Gastfreundschaft und Stolz der Einheimischen
auf ihre Stadt

Generelle Akzeptanz des derzeitigen
touristischen Aufkommens in der Bevölkerung

Schwächen & Risiken

Erste Kritik gegenüber Tourismus in der
Bevölkerung

Temporär hohes (Verkehrs-) Aufkommen in
der Stadt, Störung der Einheimischen in
Spitzenzeiten (Hochsaison,
Großveranstaltungen usw.)

Kritik an/Überlastung durch Kreuzfahrtgäste
in der Bevölkerung

Tagestourismus ist an der Grenze
(sollte aber auch nicht weniger werden)

Wenig ausgeprägtes Bewusstsein für positive
Effekte des Tourismus in der Bevölkerung

Bürger*innenbeteiligung: Wunsch vs.
(wahrgenommene) Wirklichkeit



SWOT: Barrierefreiheit & Nachhaltigkeit

Stärken & Chancen

Starker Ausbau der Barrierefreiheit
(v. a. Innenstadt, Strand: Ostseeterrasse)
und große Auswahl an barrierefreien,
touristischen Angeboten

Fairtrade-Stadt Eckernförde

Nachhaltigkeitsorientierte Veranstaltungen

Gute Ergebnisse in der Nachhaltigkeitsanalyse
in den Bereichen Wirtschaft, Mobilität,
Soziales und Kultur

Schwächen & Risiken

Bisher keine durchgehende Barrierefreiheit

Kein Anbieter nach „Reisen für Alle“ zertifiziert

Widerspruch Nachhaltigkeit vs.
Kreuzfahrtgäste und durchgängige
(ökologische) Nachhaltigkeit im
Eckernförde-Tourismus

Ausbaufähige Nachhaltigkeitsaktivitäten in den
Bereichen Management, Umwelt und
Kommunikation



SWOT: Beherbergung & Gastronomie

Stärken & Chancen

- Dynamische Nachfrageentwicklung
- Steigerung der Qualität bei Ferienwohnungen, zunehmende Zertifizierungen und teilweise moderne Unterkünfte
- Einzelne besondere Übernachtungsangebote
- Zusätzliche attraktive Übernachtungsmöglichkeiten durch Bebauung der Hafenspitze
- Hochwertiger Wohnmobilstellplatz
- Potenziale bei Qualität, Zielgruppenansprache und Wertschöpfung durch zusätzliches, qualitativ hochwertiges Hotelangebot
- Vielfältige Gastronomie mit Angeboten für verschiedene Zielgruppen

Schwächen & Risiken

- Kleinteiligkeit der Beherbergungsstruktur, unterdurchschnittliche Betriebsgröße, geringes Komplementärangebot
- Ausbaubares Qualitätsniveau der (gewerblichen) Beherbergung
- Wenig zielgruppenspezifische Beherbergungsangebote
- Kritik an zu vielen Ferienwohnungen in der Altstadt
- Nur wenig „junge“ oder hochwertige Gastronomie



Fazit: 7 Thesen zum Tourismus in Eckernförde

Kernaussagen der Bestandsaufnahme

Die SWOT-Analyse bildet die Grundlage für die Formulierung der Strategie zur Weiterentwicklung des Tourismus in Eckernförde. Die touristische Bestandsaufnahme für Eckernförde lässt sich in sieben zugespitzten Thesen zusammenfassen, die die Kernerkenntnisse auf den Punkt bringen. Die Symbole beziehen sich auf die dargestellten Themenbereiche der Bestandsaufnahme (siehe auch Seite 07).



Eckernförde ist eine attraktive Stadt mit maritimem Flair, die Einheimische und Tourist*innen gleichermaßen begeistert. Die lebendige Innenstadt, der kostenfreie, feine Sandstrand sowie der authentische Fischerhafen und ihre unmittelbare räumliche Nähe zueinander bilden einen unverwechselbaren „Dreiklang“.



Der Tourismus besitzt eine große Bedeutung für Eckernförde. Dabei wirken sich die dynamische Entwicklung und verstärkte Belastungen in Spitzenzeiten negativ auf die Tourismusakzeptanz aus. Der Tagestourismus scheint zeitweise an Grenzen zu stoßen. Insbesondere Verkehrsprobleme (nicht nur durch Tourist*innen) und Kreuzfahrtgäste stehen in der Kritik.



Die Kleinteiligkeit und die Qualität der Beherbergungsstruktur bewirken, dass Gäste mit hohen Ansprüchen, größere Gruppen oder Tagungsveranstalter*innen in Eckernförde kaum fündig werden. Ferienwohnungen in der Altstadt sind attraktiv für die Gäste, werden in der Bevölkerung jedoch kritisch gesehen (Wohnraum, Leerstände).



In Eckernförde gibt es zahlreiche und vielfältige Gastronomie- und Einzelhandelsbetriebe, aber kaum Leerstand. Jüngere und Feinschmecker*innen finden aber nur wenige passende Angebote.



Mehrere sehenswerte, individuelle touristische Angebote sowie Wander- und Radfahrmöglichkeiten in der Umgebung unterstützen die Attraktivität Eckernfördes. Für Familien und junge Leute sowie insbesondere bei schlechtem Wetter gibt es bisher jedoch relativ wenige Angebote.



Die zahlreichen Veranstaltungen beleben die Stadt und den Hafen, sind jedoch teilweise austauschbar und weniger wertig. Einige Großveranstaltungen belasten die Einheimischen und wirken sich negativ auf die Tourismusakzeptanz aus.



Eckernförde hat in den letzten Jahren viel für (ökologische) Nachhaltigkeit und Barrierefreiheit getan. Diese Aktivitäten lassen sich künftig weiter ausbauen.

Vision Tourismus Eckernförde 2030



**Eckernförde ist
authentisch &
hat einen
besonderen Charakter**



**Eckernförde agiert
zielgruppengerecht
besonders für
Familien & junge Leute**



**Eckernförde setzt auf
Qualität statt Quantität
Wir wachsen
mit Augenmaß**

Eckernförde



Vision 2030



**Eckernförde ist attraktiv
für Bürger & Gäste
und pflegt das
Stadtbild**



**Eckernfördes maritimer
Dreiklang:
Hafen, Strand &
Stadt**



**Eckernförde agiert
nachhaltig &
baut Barrieren ab**



Vision Tourismus Eckernförde 2030

Die Vision 2030 für den Eckernförde Tourismus formuliert die künftige touristische Entwicklungsrichtung der Stadt. Sie ist vorausschauend, anspruchsvoll und langfristig angelegt. Für die Präzisierung der Vision definiert das Tourismuskonzept klare Ziele. Die entsprechende Erarbeitung basiert auf den Ergebnissen der vorangegangenen Analyse. Sie berücksichtigt neben den Entwicklungswünschen der Einheimischen die Expert*innen Einschätzungen sowie die relevanten Trends und Marktentwicklungen.



Eckernförde setzt im Tourismus auf Qualität, ohne dadurch elitär zu werden, und bietet definierten Zielgruppen, darunter ausdrücklich auch Familien und jungen Leuten sowie Tagungsgästen, passende Angebote.



Eckernförde bleibt trotz seines touristischen Erfolges authentisch und bewahrt sich mit dem erlebbaren maritimen Dreiklang seinen besonderen Charakter.



Die Stadt ist für Einheimische und Gäste gleichermaßen attraktiv. Dazu tragen neben der gut ausgebauten, gepflegten Infrastruktur und der generellen Sauberkeit in der Stadt regelmäßige Veranstaltungen bei, die einen gewissen Anspruch haben, zu Eckernförde passen und nicht austauschbar sind. Tourist*innen werden in Eckernförde mit einer ehrlichen Gastfreundschaft empfangen. Gleichzeitig wird darauf geachtet, negative Begleiterscheinungen für die Einwohner*innen so gering wie möglich zu halten.



Eckernförde setzt in der Angebotsentwicklung regelmäßig Akzente bei ökologischer Nachhaltigkeit und Barrierefreiheit.



Der Tourismus in Eckernförde entwickelt sich weiterhin positiv und bildet einen wichtigen Wirtschaftsfaktor, wobei verstärkt Wert daraufgelegt wird, nicht nur quantitative Zuwächse zu erzielen.

Ziele Tourismus Eckernförde 2030

1

Sicherung, Ausbau & Erhöhung der **positiven Auswirkungen** des Tourismus für Eckernförde

2

Vermeidung von **Begleiterscheinungen**

3

Schärfung des touristischen **Profils**

4

Sicherung & Optimierung der **Angebotsqualität** für die definierten **Zielgruppen** und Themenschwerpunkte

5

Schaffung passender **Übernachtungs-** und **Tagungsangebote**

6

Sicherung und Erhöhung der **Qualität** bei **Veranstaltungen**

7

Berücksichtigung von **Nachhaltigkeits-** und **Fairtrade-**Aspekten, weiterer Ausbau der **Barrierefreiheit**

8

Erhöhung des **Übernachtungsaufkommens**, Beibehaltung des **Tagesgästepflichts**

9

Sicherung & Erhöhung der **wirtschaftlichen Effekte** durch den Tourismus



	Ziel	Instrumente & Messgrößen
1	Sicherung, Ausbau und Kommunikation der positiven Auswirkungen des Tourismus für Eckernförde (z. B. Lebensqualität, lebendige Stadt), Ziel: Tourismusakzeptanz	Verbesserte Wahrnehmungen der Einheimischen (Basis: Einwohnerbefragung, Nullmessung 2018)
2	Vermeidung von Begleiterscheinungen	Entwicklung hin zur Ganzjahresdestination („Entzerrung“ der Hauptsaison)
3	Schärfung des touristischen Profils (Herausstellung der Besonderheiten, „maritimer Dreiklang“)	Markentreiberanalyse SH, eigene Imagebefragung
4	Sicherung und Optimierung der Angebotsqualität für die definierten Zielgruppen und Themenschwerpunkte (z. B. Familien, Schlechtwetterangebote, Tagungsteilnehmer*innen)	mindestens ein zusätzliches Schlechtwetterangebot für Familien
5	Schaffung passender Übernachtungs- und Tagungsangebote (zielgruppengerecht und qualitativ hochwertig) für Gäste	Ein passendes (Tagungs-) Hotel (mindestens 4 Sterne)
6	Sicherung und Erhöhung der Qualität bei Veranstaltungen	Entwicklung und Anwendung von Qualitäts- bzw. Ausschlusskriterien für die Veranstaltungen
7	Weitere Berücksichtigung von Nachhaltigkeits- und Fairtrade-Aspekten in der Produktentwicklung, weiterer Ausbau der Barrierefreiheit	Zertifizierung von 10 Betrieben nach „Reisen für Alle“; Umsetzung der Maßnahmen aus dem Nachhaltigkeitscheck und Berücksichtigung der Ergebnisse
8	Erhöhung des Übernachtungsaufkommens, Beibehaltung des Tagesgästepflichtkommens	350.000 Übernachtungen (privat & gewerblich, ohne Camping) in 2030 (d. h. jährliches Plus i. H. v. 3 %) Nullmessung des Tagesgästepflichtkommens erforderlich
9	Sicherung und Erhöhung der wirtschaftlichen Effekte durch den Tourismus (Umsatz, Steueraufkommen, Arbeits- und Ausbildungsplätze)	individuelle Berechnung des Wirtschaftsfaktors Tourismus für Eckernförde erforderlich

Zielgruppen

Kernaussagen der Bestandsaufnahme

Die touristische Landesebene definiert Familien als chancenreichste Zielgruppe für Schleswig-Holstein (mit den Untergruppen Wasserratten und Aktivfamilien), daneben identifiziert die Strategie 2025 auch noch Natururlauber, Entschleuniger und Neugierige als Hauptzielgruppen. Auf regionaler Ebene hat der OHT (Ostsee-Holstein-Tourismus e. V.) darauf aufbauend Personas entwickelt, die für die Zielgruppenausrichtung von dem Ostseebad Eckernförde übernommen werden. Damit setzt Eckernförde seine erfolgreiche bisherige Zielgruppenstrategie grundsätzlich fort. Zu beachten ist hierbei, dass die Personas stetig weiterentwickelt werden, sich der aktuellen Lebenswirklichkeit der Zielgruppen anpassen und auch die Schlüsse daraus stetig auf ihre Aktualität und Zukunftsfähigkeit überprüft werden.

Die Zielgruppen sind in der Tourismusstrategie für die Ostsee Schleswig-Holstein ausführlich dargestellt, hier nur ein kurzer Überblick über die Personas (<https://www.ostsee-schleswig-holstein.de>):

Die Möllers – Naturliebhaber & Neugierige



- bieten hohes Potenzial zum Ausbau der Nebensaison
- Diese Zielgruppe hat verhältnismäßig hohe Ansprüche, hier gilt es, gezielt im Angebot nachzusteuern

Die Kampmeiers – Aktivfamilien



- Für diese Zielgruppe stehen der Strand und das Wasser mit ihren Aktivmöglichkeiten im Vordergrund
- Das sehr eingeschränkte Schlechtwetterangebot ist kritisch für diese Zielgruppe

Sommerburg & Beck – Neugierige & Entschleuniger



- bieten hohes Potenzial zum Ausbau der Nebensaison
- haben unter den drei Zielgruppen die höchste Pro-Kopf-Wertschöpfung
- Speziell für diese Zielgruppe kann die authentische Innenstadt zum echten Alleinstellungsmerkmal mit hohem Potenzial werden



Maritimer Dreiklang

Eckernförde besitzt an der schleswig-holsteinischen Ostseeküste eine einzigartige Positionierung. Als einer der wenigen Orte mit einem intakten und facettenreichen Ortskern bietet sich die Chance einer Profilierung mit hohem Wiedererkennungswert. Denn gemeinsam mit dem Hafen, inkl. aktivem Fischereihafen, und dem Sandstrand bildet die beschauliche und gleichzeitig lebendige Innenstadt einen unverwechselbaren „maritimen Dreiklang“. Ostseestrand und Hafen bilden gleichermaßen die Grundlage, Eckernförde glaubwürdig als Ostsee Destination positionieren zu können, während die Innenstadt ergänzend dazu den insgesamt einmaligen Charakter schafft.

Für alle drei Bereiche gilt die Maxime: erhalten • ausbauen • erlebbar machen

Dieser Dreiklang wird bereits unbewusst in der eigenen Stadt, aber auch aus Gästeperspektive wahrgenommen. Darauf aufzubauen und ihn bewusst ins Licht zu rücken, ist daher sehr vielversprechend.



Handlungsfelder, Maßnahmen & Leitprojekte

Für die Umsetzung der Strategie und das Erreichen der Ziele formuliert das Tourismuskonzept 2030 vier verdichtete Handlungsfelder und untersetzt diese mit konkreten Maßnahmen. Diese resultieren aus dem gesamten Erarbeitungsprozess und berücksichtigen dabei sowohl die Analyseergebnisse als auch die Ergebnisse der Workshops. Entscheidend ist hierbei, sich statt der Bandbreite aller möglichen und generell wünschenswerten Maßnahmen auf diejenigen Schlüsselmaßnahmen und Leitprojekte zu fokussieren, die besonders geeignet sind, die Vision und die mit ihr verbundenen Ziele zu erreichen. Diese werden nachfolgend jeweils dargestellt mit:

- Zuständigkeit
- Priorität: ●○○ mittel ●●○ hoch ●●● sehr hoch
- Ziel, auf das die Projekte einzahlen



Handlungsfeld 1: Lebensqualität & Tourismusbewusstsein

Handlungsfeld 1 zielt darauf ab, die Lebensqualität sowie das Tourismusbewusstsein der Einheimischen zu sichern und zu verbessern. Die Relevanz dieses Handlungsfeldes wird nicht zuletzt durch die Repräsentativbefragung belegt, in der rund 90 % der Einheimischen die Erhöhung ihrer Lebensqualität wünschten. Sie befürchten, dass diese unter einem steigendem Tourismusaufkommen verstärkt leidet. Besonders stört sie hier, dass die Innenstadt und der Strand, die (Zufahrts-) Straßen und die Parkplätze „voll“ sind.

Für die Zukunft der Tourismusentwicklung ist es erforderlich, das Tourismusbewusstsein der Einheimischen zu sichern und zu verbessern, d. h. die Sensibilisierung für die positiven Auswirkungen des touristischen Erfolges der Stadt. Diese werden teilweise bereits wahrgenommen und geschätzt, sind jedoch trotz regelmäßiger Aktivitäten der ETMG noch lange nicht überall verankert. Gleichzeitig gilt es, negative Effekte der touristischen Entwicklung für die Einheimischen zu vermeiden, um die Tourismusakzeptanz nicht zu gefährden.



Leitprojekt: Verbesserung der Verkehrssituation

Die Straßen und Parkplätze im Stadtkern Eckernfördes sollen, auf vielfachen Wunsch der Einheimischen und insbesondere zu Spitzenzeiten, verstärkt entlastet werden. Dazu gehört neben der Verkehrslenkung sowie der Sicherung und Bewirtschaftung der bestehenden Parkplätze die Schaffung attraktiver Alternativangebote:

Zuständigkeit: Stadt Eckernförde

Priorität: ●●●

Ziel: 2,7,8

- Wegfallende Parkflächen kompensieren
- Einrichtung eines intelligenten Parkleitsystems mit Verfügbarkeitsanzeigen
- Lenkung durch Parkplatzbewirtschaftung - höhere Preise im Zentrum, günstiger oder gratis außerhalb
- Fluktuation auf City Parkplätzen erhöhen - Vermeidung von Dauerparker*innen, Ausbau von Kurzparkzonen
- Regulierung der Parkplätze
- Nachhaltige Mobilitätsangebote für eine alternative Fortbewegung
- Großparkplätze am Ortsrand mit Shuttledienst in das Zentrum (Park & Ride)
- Bike- und Carsharing
- Förderung der ÖPNV-Nutzung

Leitprojekt: Regulierung der Ferienwohnungen in der Altstadt

Künftig sollten touristische Unterkünfte so reguliert werden, dass die Interessen der Einheimischen und des Tourismus eine Balance finden. Die unterschiedlichen (Wohn-) Bedürfnisse der dauerhaften Bevölkerung, der Vermietenden und der temporären Gäste sollen miteinander in Einklang gebracht werden. Die Stadt Eckernförde sollte prüfen, inwiefern eine Obergrenze oder gar ein Zweckentfremdungsverbot (neu entstehender) touristischer Wohnformen in bestimmten Innenstadtlagen zielführend und umsetzbar ist, um die Zahl der Ferienwohnungen in Zukunft verstärkt steuern und regulieren zu können.

Zuständigkeit: Stadt Eckernförde

Priorität: ●●●

Ziel: 1,2

Weitere Maßnahmen

Angebote für Jugendliche, z. B. Jugendstrand am Südstrand

Priorität: ●●○

Ziel: 1,2

Weitere Attraktivierung des Hafens

Priorität: ●●○

Ziel: 1,3

Verbesserung der Fahrradfreundlichkeit

Priorität: ●●○

Ziel: 1,2,4,7

Stärkung des Innenmarketings, Beiträge des Tourismus zur Lebens- & Aufenthaltsqualität, wirtschaftliche Bedeutung des Tourismus

Priorität: ●●○

Ziel: 1,2,9

Handlungsfeld 02

Handlungsfeld 2: Qualitätsstrategie

Trotz der insgesamt guten Ausgangssituation reicht es nicht, nur punktuelle Qualitätsverbesserungen anzustreben. Die Qualitätsansprüche der Gäste steigen und Wettbewerbsdestinationen im In- und Ausland schlafen nicht. Auch ohne den selbst gewählten Anspruch, verstärkt auf Qualität zu setzen, wären daher Anstrengungen erforderlich, um den Status quo zu halten. Dies ist umso bedeutender, da Eckernförde künftig mehr mit dem Thema Qualität punkten möchte. Die Steigerung der Qualität bedeutet dabei ausdrücklich nicht, dass sich Eckernförde zu einer Luxusdestination entwickelt.

Leitprojekt: Schaffung eines hochwertigen Hotelangebotes

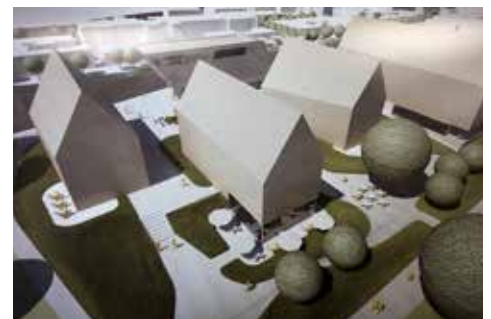
Im Beherbergungsbereich stärkt die Schaffung eines hochwertigen Hotelangebotes nicht nur die Qualität im Eckernförde-Tourismus und schafft Arbeits- und Ausbildungsplätze. Ein zeitgemäßes und nachfragegerechtes Hotelangebot trägt eben auch dazu bei, den Bedürfnissen anspruchsvoller Zielgruppen gerecht zu werden und das bestehende Nachfrageniveau zu sichern. Ein attraktives Hotel kann im Idealfall einen eigenen Reiseanlass darstellen und/oder den Ausschlag für die Destinationsentscheidung geben. Ein breites und nachfragegerechtes Komplementärangebot könnte zugleich dazu beitragen, den Übernachtungstourismus, vor allem in der Nebensaison, auszubauen und zu lenken. Die Ansiedlung eines Hotelbetriebes sollte nachfolgende Kriterien erfüllen:

Zuständigkeit: Stadt Eckernförde, ETMG

Priorität: ●●●

Ziel: 1,4,5,8,9

- Leistungsfähiger Hotelbetrieb, der zu Eckernförde und dem maritimen Dreiklang passt
- Hohe (nicht elitäre) Qualität, 4 Sterne (superior)-Klassifizierung
- Zeitgemäßes (Lifestyle-)Design
- Berücksichtigung der Zielgruppen (Entschleuniger, junge Leute, Aktivfamilien)
- Kapazitäten für Gruppen
- Eher kleinteilig, keine anonyme „Bettenburg“
- Professionelle Multifunktionsräume (Tagungsmöglichkeiten)
- Offen für Einheimische (Strandbar, Rooftop-Bar/Restaurant, Veranstaltungen o. ä.)
- Berücksichtigung von ökologischer Nachhaltigkeit, Barrierefreiheit und der regionalen Baukultur
- Ausreichend Parkmöglichkeiten



Beispielhafte Hotelvarianten für den Exer



Stadtentwicklung und Wirtschaftsförderung

Die Ziele der Stadtentwicklung sind in dem Integrierten Stadtentwicklungskonzept (ISEK, 2006) und dem städtebaulichen Rahmenplan der Stadt Eckernförde aus den Jahren 2008 und 2018 festgehalten. Im Rahmen dieser Planungen wurden die Neugestaltung der Hafenspitze, der Ausbau der Strand- und Hafenpromenaden sowie die Aufwertung von innerstädtischen Straßen (Frau-Clara-Straße, Gerichtstraße, Langebrückstraße usw.) erfolgreich umgesetzt. Ebenfalls im ISEK enthalten ist die Attraktivierung der Geschäftslagen Kieler Straße Süd sowie eine Hotelentwicklung auf dem Parkplatz Exer.

Hotel auf dem Exer soll Aufschwung für die Kieler Straße Süd bringen

Die Diskussion um eine mögliche Ansiedlung eines Hotels auf dem Exer wird aktuell kontrovers und emotional in Eckernförde geführt. Die tatsächlichen Ziele der Stadt Eckernförde lassen sich aber auf das ISEK aus dem Jahr 2006 zurückführen. Ziel einer Hotelansiedlung auf dem Exer ist es, die Gästefrequenz in den Bereichen Exer und Kieler Straße Süd deutlich zu erhöhen. Hierfür wird ein zusätzliches, großes Lifestyle Hotel (siehe Vorseite) benötigt. Die kaufkräftigen Gäste des Hotels erreichen die Innenstadt Eckernfördes über die Kieler Straße und sorgen hier für deutliche Umsatzsteigerungen. Dies sichert Firmenstandorte und Arbeitsplätze. Neuansiedlungen und neue Arbeitsplätze entstehen. Das diese Planung realistisch ist, kann man am positiven Beispiel der Hafenspitze nachvollziehen. Durch die dort geschaffene Frequenz erstrahlen die Geschäftslagen Schiffbrücke und Frau-Clara-Straße in neuem Glanz. Wichtig bei dieser Planung ist, dass zum einen die bisherigen Parkplätze des Exers vollständig vor einem Hotelbau innenstadtnah an anderer Stelle geschaffen werden und zum anderen die Hotelanlage möglichst viele neue und öffentliche Angebote schafft. Die Hotelentwicklung auf dem Exer ist somit eine Planung mit langfristigen positiven Effekten für die Bürger*innen der Stadt Eckernförde.

Hotelansiedlungen an anderen Standorten in Eckernförde sind grundsätzlich auch denkbar. Allerdings haben die angestrebten Synergieeffekte in Bezug auf die Kieler Straße Süd deutliche Priorität.

Impulse für die Stadthalle

Die Stadthalle Eckernförde ist als Veranstaltungsort für Theater, Konzerte, Ausstellungen, Tagungen und Kongresse konzipiert worden. Das Naturfilm Festival Green Screen nutzt z.B. die Stadthalle als Kino, für Workshops und die großen Galas anlässlich der Eröffnungen und Preisverleihungen. Das Festival zieht jedes Jahr zahlreiche Besucher, aber vor allem auch Film-Fachleute aus der ganzen Welt nach Eckernförde. Aktuell ist es kaum möglich die große Anzahl der Besucher angemessen und konzentriert unterzubringen. Für das Festival und viele andere, potenzielle Großveranstaltungen in der Stadthalle ist ein zusätzliches, nahes, modernes Hotel zwingend erforderlich.



Leitprojekt: Steigerung der Qualität im Veranstaltungsbereich

Veranstaltungen, die in Eckernförde stattfinden, sollen künftig gezielter ausgewählt werden. Diese Maßnahme trägt einerseits den Bedürfnissen der Einheimischen Rechnung und stärkt andererseits die touristische Positionierung der Stadt. Nicht die reine Anzahl der Veranstaltungen soll künftig den Maßstab bilden, sondern deren passende und besondere Qualität im Sinne der Strategie. Hierfür sollen Auswahlkriterien entwickelt werden, die sich beispielsweise an den folgenden Fragestellungen orientieren:

Zuständigkeit: ETMG

Priorität: ●●●

Ziel: 1,3,4,6

- Passt die Veranstaltung zum maritimen Dreiklang?
- Überregionale Ausstrahlung: Bekanntheit über die Grenzen der Stadt und Region hinaus?
- Eignung als Reiseanlass?
- Einzigartigkeit/Unterscheidbarkeit?
- Qualitätskriterien für Programm, Gastronomie, Stände?
- Nutzen für Einheimische?
- Minimierung von negativen Begleiterscheinungen?
- Nachhaltigkeit berücksichtigt (z. B. Müllvermeidung)?
- Barrierefreiheit: Ist die Veranstaltung auch für Menschen mit Behinderung erlebbar?
- Ausreichend Parkplätze (z. B. Shuttle Service)?
- Profitieren Einzelhandel und Gastronomie?
- Räumliche Verteilung beachtet?
- Freizeitlärmrichtlinie berücksichtigt?

Weitere Maßnahmen

Mehr Kulturveranstaltungen

Priorität: ●●○

Ziel: 4,6

Aufwertung der Strandpromenaden

Priorität: ●●○

Ziel: 1,3,4

Nachhaltigkeit in der touristischen Entwicklung

Priorität: ●●○

Ziel: 1,2,3,4,7

Weitere wertige und authentische Angebote

Priorität: ●○○

Ziel: 1,3,4,7,9

Qualität und Regionalität in der Gastronomie

Priorität: ●○○

Ziel: 1,3,4,9



Handlungsfeld 3: Zielgruppengerechte Entwicklung

Eckernförde zieht dank seiner Attraktivität viele Tages- und Übernachtungsgäste an. Darunter befinden sich traditionell auch viele Familien, für die das Angebot jedoch weiter ausgebaut werden kann. Das gilt insbesondere für Alternativen bei schlechtem Wetter. Familiengerechte Angebote in Eckernförde kommen ebenso einheimischen Familien oder beispielsweise auch Kindergartengruppen zugute. Darüber hinaus sollen künftig verstärkt Angebote für jüngere Gäste und Bürger*innen geschaffen werden.

Leitprojekt: Schaffung eines attraktiven Schlechtwetterangebotes

Um den Eckernförde-Urlaub auch bei schlechtem Wetter zu einem Erlebnis zu machen sowie Angebote für die Vor- und Nachsaison zu attraktivieren, soll ein neues Schlechtwetterangebot geschaffen werden. Vor allem Familien wünschen sich auch bei schlechtem Wetter Angebote mit Erlebnisqualität. Dies können neu geschaffene Kombinationsangebote aus dem bestehenden Angebot sein (z.B. im Ostsee Info-Center). Die Analyse hat jedoch gezeigt, dass es im Bereich witterungsunabhängiger Infrastruktur noch Lücken gibt. Während Eckernfördes Einwohner*innen sich vor allem ein Kino wünschen, sind aus touristischer Sicht andere Ideen für ein zusätzliches Schlechtwetterangebot gefragt, um Gäste auch außerhalb der Saison anzuziehen.

Zuständigkeit: Stadt Eckernförde, Investoren

Priorität:



Ziel: 4,8,9

Mögliche Schlechtwetterangebote:

- Kino
- Sport- und Freizeitcenter
- Indoor-Spielhalle für Kinder
- In- und Outdoor Sportmix
- Jump House
- Jochen Schweizer Arena (mit stehender Welle „City-Wave“, Bodyflying „Indoor-Skydiving“ usw.)
- Kletter- und Boulder-Zentrum



Zielgruppengerechte Entwicklung

Leitprojekt: Ausbau familiengerechter Angebote

Es gilt, das familiengerechte Angebot in Eckernförde auszubauen. Dabei sind auch die verschiedenen Altersstufen und möglichen Familienkonstellationen (z. B. Patchwork, Alleinerziehende, Großeltern mit Enkelkindern) zu berücksichtigen. Folgende Angebote sind z.B. denkbar:

Zuständigkeit: Stadt Eckernförde, ETMG

Priorität: ●●●

Ziel: 1,3,4,6

- Angebote für aktive Familien mit älteren Kindern sowie Jugendliche
- Aktivitäten im und am Wasser mit Erlebnischarakter, z. B. Unterwasserpark, Schnorchelparcours
- Kostengünstige Spiel- und Freizeitangebote für Jugendliche
- Skatepark
- Sportplätze (Volleyball-, Fußballplatz), Sportangebote draußen/am Strand
- Angebote für Familien mit jüngeren Kindern
- Verleih von Bollerwagen
- Betreuungsangebote
- Ausbau der Spielflächen, mehr Spielplätze und Spielgeräte
- Angebote für alle
- Generationenübergreifende Angebote mit Profilierungscharakter („maritimer Dreiklang“)
- Sportgeräte für alle Generationen
- Geschicklichkeitsspiele
- Kostenfreies WLAN.

Weitere Maßnahmen

Erlebnis- und Aufenthaltsqualität im Kurpark

Priorität: ●●○

Ziel: 1,4,6,7

- Barrierefreier „Spielplatz für Alle“
- Qualitativ hochwertige Sitzmöbel & Liegen, Pavillon
- Höhere Nutzung der Rasenflächen
- Kurkonzerte: „klein aber fein“, Nutzung der Kurmuschel
- Gastronomische Angebote

Ausbau Aktivangebote

Priorität: ●○○

Ziel: 4



Handlungsfeld 4: Image, Profilierung & Kommunikation

Eckernförde besticht durch seine privilegierte Lage direkt am Meer und die unmittelbare räumliche Nähe von lebendiger (Alt-) Stadt, langem Sandstrand und authentischem Hafen. Dieser unverwechselbare „maritime Dreiklang“ aus Altstadt, Strand und Hafen ist bereits charakteristisch. Er stellt die Identität Eckernfördes dar und wird von Bevölkerung und touristischen Akteur*innen getragen und gelebt. Damit verfügt das Ostseebad über eine gute Voraussetzung, eine noch klarere Profilschärfung zu erreichen. Dennoch ist die Attraktivität Eckernfördes im Schleswig-Holstein-Vergleich ausbaufähig.

Leitprojekt: Profilschärfung Fokussierung auf den „maritimen Dreiklang“

Als profilgebend wurde für Eckernförde der „maritime Dreiklang“ aus Strand, Stadt und Hafen identifiziert und festgelegt. Um dies auch in Zukunft konsequent bespielen und kommunizieren zu können, bedarf es einer stringenten Ausrichtung aller Aktivitäten entlang des „maritimen Dreiklangs“. Dies bedeutet zum einen die Entwicklung von Projekten, die auf das Profil abgestimmt sind bzw. die Überarbeitung bestehender Projekte hinsichtlich der Profilkonformität. Passende Erlebnisse für die Kernzielgruppen zu entwickeln lautet dabei die Herausforderung.

Zuständigkeit: ETMG

Priorität: ●●●

Ziel: 3,4,8,9

Erste mögliche Fragen könnten lauten:

- Wird der maritime Dreiklang aus Strand, Stadt und Hafen erlebbar?
- Werden maritime Elemente (Holz, Wasser, Muscheln, Sand, Fisch o. ä.) verwendet?
- Ist der „Einfluss des Meeres“ im Angebot spür- und erlebbar?
- Wird die privilegierte Lage Eckernfördes und die Verbindung zwischen Strand, Stadt und Hafen deutlich?
- Gibt es ausreichend Parkmöglichkeiten?

Weitere Maßnahmen

authentischer Ausbau des maritimen Flairs

Priorität: ●●○

Ziel: 3

Betonung von Natur & Nachhaltigkeit

Priorität: ●●○

Ziel: 3,7

Herausstellung des Green Screen Naturfilmfestivals als Alleinstellungsmerkmal

Priorität: ●○○

Ziel: 3,8,9

Einbringen und Abstimmen der touristischen Belange in weitere städtische Konzepte

Priorität: ●○○

Ziel: 1,3,4

Tourismus Eckernförde 2030

Lebensfreude wie Sand am Meer



**Eckernförde ist
authentisch &
hat einen
besonderen Charakter**



**Eckernförde agiert
zielgruppengerecht
besonders für
Familien & junge Leute**



**Eckernförde setzt auf
Qualität statt Quantität
Wir wachsen
mit Augenmaß**

Eckernförde



Vision 2030



**Eckernförde ist attraktiv
für Bürger & Gäste
und pflegt das
Stadtbild**



**Eckernfördes maritimer
Dreiklang:
Hafen, Strand &
Stadt**



**Eckernförde agiert
nachhaltig &
baut Barrieren ab**