

► Tourismusorganisation Zell (Mosel)

Workshop-
Dokumentation

1. Workshop mit Ergebnisvorstellung Situationsanalyse
und zur Zieldefinition

5. August 2008

Bearbeitung: Jan-F. Kobernuß, Christian Rast

ift GmbH

Goldsteinstraße 87a
50968 Köln

Tel: 0221-98549501

Fax: 0221-98549560

Info@ift-consulting.de

Benkertstraße 13

14467 Potsdam

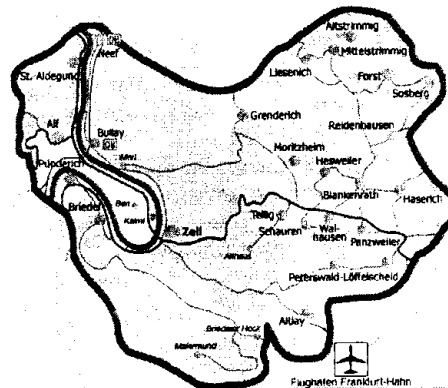
Tel: 0331-2008340

Fax: 0331-2008346

potsdam@ift-consulting.de

► Agenda


- ▶ Einleitung: Herausforderungen aus Sicht Tourismuswirtschaft, Kommunen, Tourismusorganisationen
- ▶ Aufgaben, Zielsetzung, Fragestellungen
- ▶ Ausgangssituation
 - ▶ Geschäftsfeldanalyse
 - ▶ Expertenmeinungen
- ▶ Ableitung von Stärken und Schwächen
- ▶ Definition der Ziele für die künftige Organisation der Aufgaben
- ▶ Entwicklung von Kriterien für Lösungsvorschläge
- ▶ Ausblick und weiteres Vorgehen



ift Freizeit- und Tourismusberatung GmbH

Einleitung: Herausforderungen aus Sicht der Tourismuswirtschaft

- ▶ **Gästeverhalten im Wandel**
 - ▶ Kürzere Aufenthalte
 - ▶ Höhere Ansprüche
 - ▶ Stärkere Differenzierung
- ▶ **Marketinganforderungen höher**
 - ▶ Vielfältigere, schneller wechselnde Motive der Gäste
 - ▶ Kürzere Produktlebenszyklen
 - ▶ Immer mehr Optionen bei Kommunikations- und Vertriebsmaßnahmen
 - ▶ Steigende Marketingkosten
 - ▶ Marketingkooperationen müssen mehr konkreten Nutzen bringen (Buchungen)
- ▶ **Wirtschaftlichkeit problematischer**
 - ▶ Einnahmen stagnieren
 - ▶ Kosten steigen
 - ▶ Ansprüche der Banken steigen (Basel II)
 - ▶ Investitionsfähigkeit gefährdet

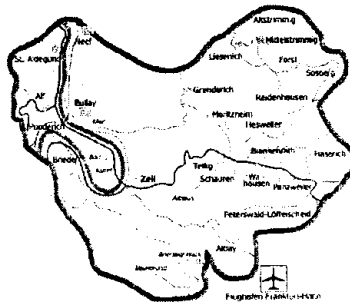



3 Zell (Mosel): Workshop Zieldefinition 5. August 2008 ift consulting.de © 2008

ift Freizeit- und Tourismusberatung GmbH

Einleitung: Herausforderungen aus Sicht der Kommunen

- ▶ **mehr Wettbewerbsdruck**
- ▶ **Haushaltsspielräume stark eingeschränkt**
 - ▶ Hoher Anteil Zahlungsverpflichtungen
 - ▶ Refinanzierung problematischer
 - ▶ Folgen für den Tourismus:
 - ▶ Investitionsstau bei der Freizeleinfrastuktur
 - ▶ Handlungsfähigkeit eingeschränkt
 - ▶ Ressourcen für Marketingaktivitäten begrenzt
 - ▶ Druck, alle Refinanzierungsmöglichkeiten auszuschöpfen
- ▶ **Wandelndes Selbstverständnis**
 - ▶ Umfassendes Standortmarketing
 - ▶ Dienstleister und Partner der Wirtschaft
- ▶ **Folgen:**
 - ▶ touristische Attraktivität in Gefahr
 - ▶ Entstehung von PPP-Modellen und Neuverteilung der Aufgaben im Tourismus

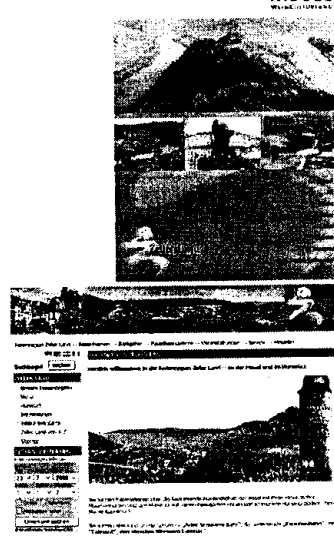
4 Zell (Mosel): Workshop Zieldefinition 5. August 2008 ift consulting.de © 2008

ift Freizeit- und Tourismusberatung GmbH

MOSEL

Einleitung: Herausforderungen aus Sicht der Tourismusorganisationen

- ▶ **Wettbewerbsdruck erhöht sich: „Hyperwettbewerb“**
 - ▶ steigendes Engagement bei Wettbewerbern
 - ▶ neue Markteintritte
 - ▶ neue Technologien
- ▶ **Aufgabenspektrum steigt**
 - ▶ Produktpolitik
 - ▶ Vermarktung
 - ▶ Lobbyarbeit
- ▶ **Refinanzierungsstruktur im Wandel**
 - ▶ Mitglieder wünschen Beitragssenkungen
 - ▶ Anteil selbst erwirtschafteter Mittel steigt

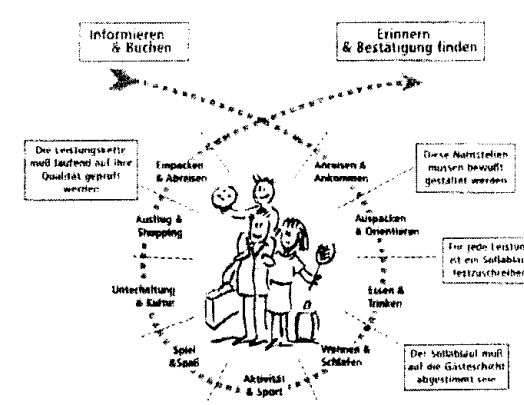


6 Zell (Mosel): Workshop Zieldefinition 5. August 2008 ift consulting.de © 2008

ift Freizeit- und Tourismusberatung GmbH

Einleitung: Herausforderungen aus Sicht der Gäste


- ▶ „Destination“ ist für die Nachfrager das „Reiseziel“, das aufgrund von Attraktionen besucht wird
- ▶ „Destination“ = produktähnliches Ganzes
- ▶ Vielfältige Motive, zunehmende Ansprüche
- ▶ Zahlreiche Entscheidungsoptionen
- ▶ **Service**
 - ▶ Anregung **schneller**
 - ▶ Information **besser**
 - ▶ Buchung **umfassender**
 - ▶ Betreuung **ständig**
 - flexibel**
 - überall**
 - bequem**
 - preiswert**



6 Zell (Mosel): Workshop Zieldefinition 5. August 2008 ift consulting.de © 2008

Einleitung: Zwischenfazit - vom Kleinen zum Ganzen

- ▶ **Handlungserfordernisse**
 - ▶ Tourismuswirtschaft braucht gute Rahmenbedingungen
 - ▶ Standortattraktivität
 - ▶ Betreuung, Beratung, Information
 - ▶ Marketingunterstützung, attraktive Vermarktungsangebote
 - ▶ Kommune(n) müssen Handlungsspielraum haben
 - ▶ Überprüfung der Aufgaben und Ausgabenschwerpunkte
 - ▶ Nutzung von Synergien und Kooperationen
 - ▶ Handlungsfähige Marketingplattformen schaffen
 - ▶ Finanzielle Basis sichern
 - ▶ Erfolgreiche Vermarktung braucht attraktive Produkte
 - ▶ Destinations-, Dachmarken- und Themenmarketing auf dauerhaft wettbewerbsfähiges Niveau bringen
 - ▶ Bündelung zu tatsächlich marktwirksamen Etats und touristischen Dienstleistungszentren



ift
Freizeit- und
Tourismusberatung
GmbH

7 Zell (Mosel): Workshop Zieldefinition 5. August 2008

ift-consulting.de © 2008

Aufgabenstellung und Zielsetzung in Zell

- ▶ **Aufgabenstellung:**
 - ▶ Analyse und Überprüfung der Tourismusorganisation in der Verbandsgemeinde Zell (Mosel)
- ▶ **Zielsetzung:**
 - ▶ Klare und zukunftsorientierte Definition der Aufgaben des Tourismus-Marketing in der Verbandsgemeinde Zell (Mosel)
 - ▶ Neustrukturierung der Tourist-Information

Situationsanalyse

- Geschäftsfeldanalyse
- Expertengespräche

Zieldefinition

Workshop

↓

Konzeptionsphase A

- Drei Lösungsvarianten durch ift

↓

Abstimmung Lösungsvarianten Workshop

↓

Konzeptionsphase B

- Detailausarbeitung der favorisierten Lösungsvarianten
- Präsentation Ergebnisse

↓


Umsetzung

8 Zell (Mosel): Workshop Zieldefinition 5. August 2008

ift-consulting.de © 2008

ift Freizeit- und Tourismusberatung GmbH

Ausgangssituation



- ▶ **Tourismus und Wein sind zentrale Wirtschaftsfaktoren in der Verbandsgemeinde**
- ▶ **Kleinteilige Angebotsstruktur im Tourismus, keine Leitbetriebe, insgesamt rund 500 Betriebe**
 - ▶ Insgesamt wenig klassifizierte Betriebe
 - ▶ Kein 4-Sterne-Hotel
 - ▶ Investitionsstau
 - ▶ Zahlreiche Privatvermieter
 - ▶ Starke Konzentration auf das Moseltal, Hunsrückgemeinden touristisch (bisher) schwach entwickelt
 - ▶ Strukturwandel: kleine Zimmervermieter hören auf, Trend zu Ferienwohnungen (mit Service)
 - ▶ Geringe Beteiligung an Gemeinschaftswerbeaktionen der TI

Gemeinde	gewerbl. Betriebe	Betten
Alf	9	434
Blankenrath	3	98
Briedel	7	405
Bullay	7	508
Liesenich	2	k.A.
Neef	4	268
Pünderich	9	449
Sankt Aldegund	7	284
Zell (Mosel)	17	1.469
Restl. Hunsrück Gemeinden	3	k.A.
VG Zell (Mosel) insgesamt	68	4.121

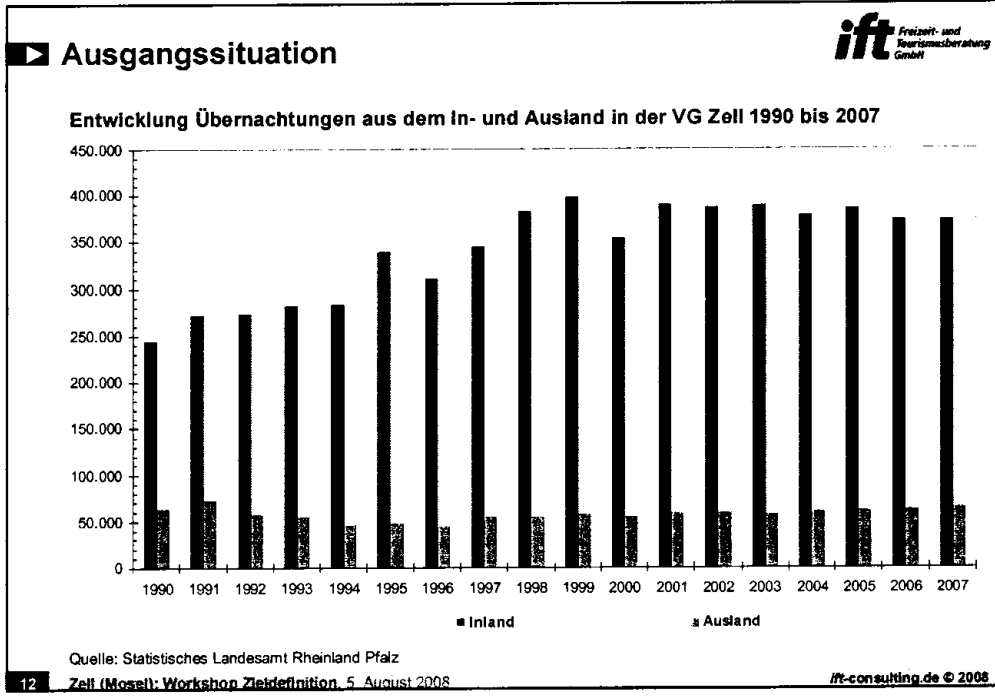
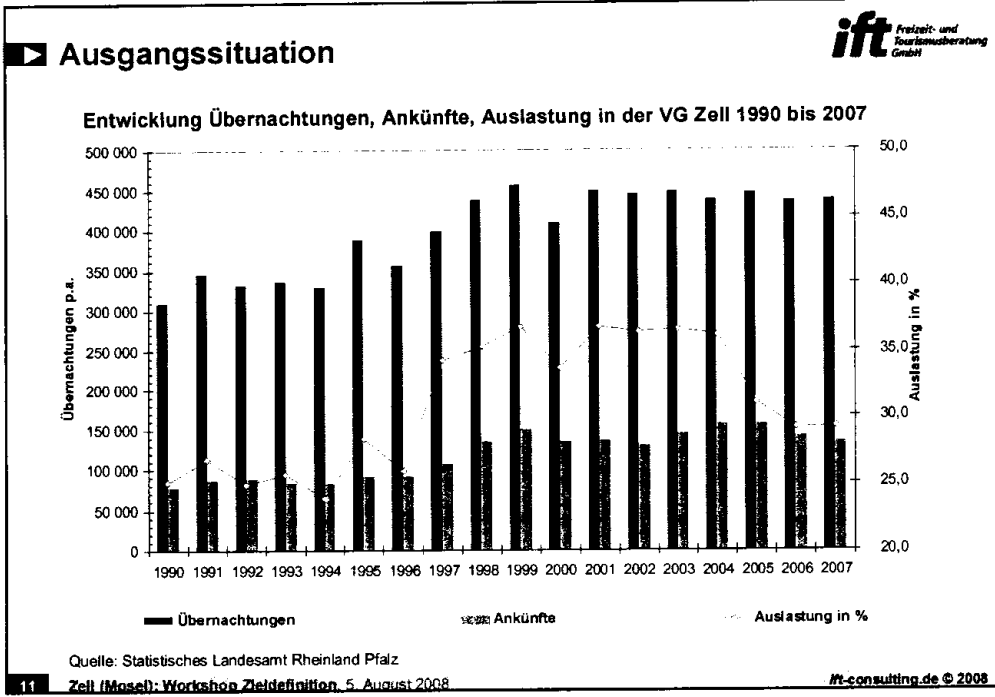
9 Zell (Mosel): Workshop Zieldefinition 5. August 2008 ift consulting.de © 2008

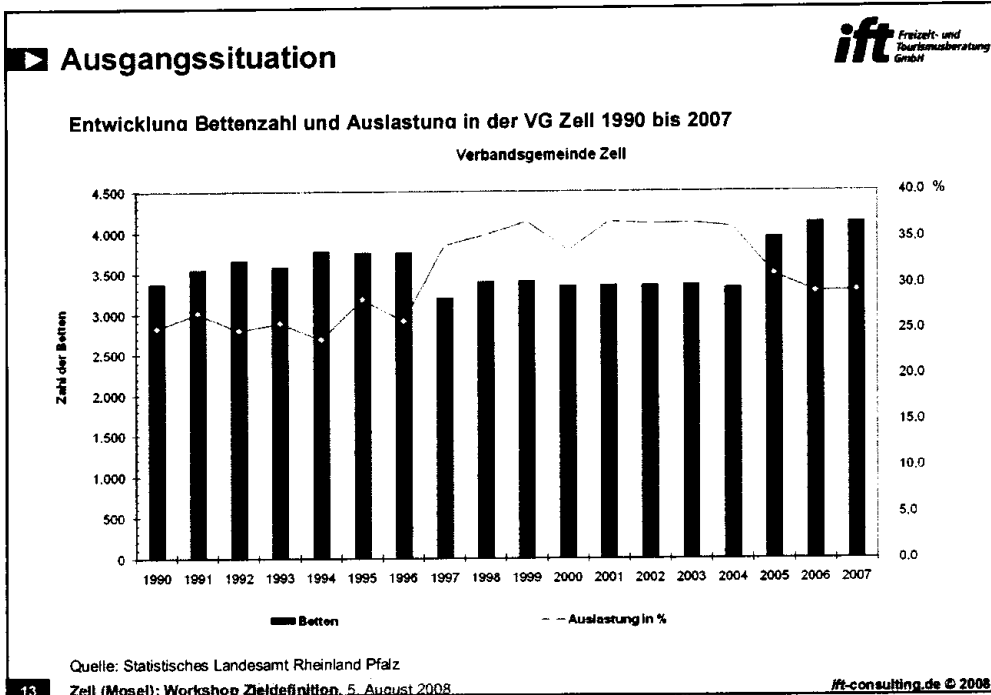
ift Freizeit- und Tourismusberatung GmbH

Ausgangssituation

- ▶ **Verbandsgemeinde Zell (Mosel), Nachfrage in gewerbl. Betrieben (ohne Camping):**
 - ▶ ca. 53.500 Ankünfte
 - ▶ ca. 439.000 Übernachtungen
 - ▶ Stadt Zell: 161.128 Übernachtungen (36,7%)
 - ▶ Alf: 50.771 Übernachtungen (11,6%)
 - ▶ Entwicklung in den 90er Jahren überdurchschnittlich, seit 2000 parallel zur Mosel gesamt
 - ▶ Ausländeranteil stagniert, Belgier nehmen zu
 - ▶ Durch kürzere Aufenthaltsdauer und im langjährigen Vergleich deutlich zunehmende Gästezahl erhöhte Marketingaufwendungen nötig

10 Zell (Mosel): Workshop Zieldefinition 5. August 2008 ift consulting.de © 2008





Ausgangssituation

Aktuelle Maßnahmen (1)

- ▶ **Print**
 - ▶ Gästejournal „Zeller Land“ zweijährig (Image, Unterkünfte, Pauschalen)
 - ▶ VK ZL
 - ▶ Gästezeitung ZL
 - ▶ Stadtplan Zell
 - ▶ Stadtführer
 - ▶ Wanderkarte ZL (ab 8/2008)
 - ▶ Thematische Infoblätter
- ▶ **Internet**
 - ▶ zellerland.de
42.000 Besucher von 1.1.-5.8.2008
 - ▶ zellmosel.de
 - ▶ Weitere Kooperationsauftritte, Veranstaltungsportale
 - ▶ Google-adwords

13 Zell (Mosel): Workshop Zieldefinition, 5. August 2008

ift Freizeit- und
Tourismusberatung
GmbH

Ausgangssituation

- ▶ **Aktuelle Maßnahmen (2)**
 - ▶ **TKN / IRS**
 - ▶ 230 Betriebe
 - ▶ Akquise und Pflege der Daten für die Betriebe, z.T. auch der Kontingente
 - ▶ 2007: 210 T€ Umsatz, 1.080 Buchungen, geringer Internetanteil (suchen Gäste im Internet andere Unterkunftsformen?)
 - ▶ **Flughafen Hahn**
 - ▶ Printerzeugnisse
 - ▶ Messen und Workshops
 - ▶ **PR / ÖA**
 - ▶ Meldungen, Dienst 4x/a.
 - ▶ Online Texte und Fotos
 - ▶ Pressereisen
- ▶ **Arbeitskreise**
 - ▶ Regionen
 - ▶ Themen
 - ▶ Projekte
 - ▶ Veranstaltungen
 - ▶ Betriebe
- ▶ **Innenmarketing**
 - ▶ Politik
 - ▶ Vereine
 - ▶ Betriebe
 - ▶ Veranstaltungen

16 Zell (Mosel): Workshop Zieldefinition 5. August 2008 ift consulting.de © 2008

ift Freizeit- und
Tourismusberatung
GmbH

Ausgangssituation

- ▶ **Vorgenommene Weichenstellungen**
 - ▶ Ausbau Internet, TKN
 - ▶ Qualitätssicherung
 - ▶ **Sterne-Klassifizierungen**
(allerdings geringe Resonanz bei Betrieben, 120 nicht-gewerbl., 3 gewerbl.; Campingplatz Bullay ist klassifiziert; keine G-klassifizierte Betriebe (max. 20 Zi.))
 - ▶ **Servicequalität Q**
(TI Zeller Land, Boemers Landhotel, Alf)
 - ▶ **Qualitätsgastgeber „Wanderbares Deutschland“** (2 Betriebe bisher)
 - ▶ **Weiterbildung:**
u.a. „Akademie der Gastlichkeit“ (geringe Resonanz der Betriebe)
 - ▶ **Gutes Resultat für TI Zeller Land bei Mystery Checks Rh.-Pf. 2006:** Platz 34 von 165
- ▶ **Profilierung**
 - ▶ Eisenbahnhistorischer Kulturweg Bullay-Reil
 - ▶ Kulturweg „Schwarze Katz“
 - ▶ Straße der Römer
 - ▶ Radweg Reil-Zell-Kairmt
 - ▶ Einige Bett & Bike Betriebe
 - ▶ 4 Steganlagen für Wassersportler
- ▶ **Projekte**
 - ▶ Marina Moselschleife (Briedel)
 - ▶ Feriendorf Grenderich
 - ▶ Ausbau Wohnmobilstellplätze
- ▶ **Kommunikation:**
 - ▶ Einheitliche Werbelinie
 - ▶ Gemeinsames Gästejournal Zeller Land ab 2008/2009

16 Zell (Mosel): Workshop Zieldefinition 5. August 2008 ift consulting.de © 2008

ift Freizeit- und
Tourismusberatung
GmbH

▶ Ausgangssituation

Strukturprobleme bei Tourist-Information:

- ▶ **Seit 1989 gemeinsame TI**
(vorher getrennt)
 - ▶ **Leitung TI Mitarbeiterin**
der VG Zell
 - ▶ **Je 2 Mitarbeiter**
Stadt und VG,
gesamt 4 incl. Ltg.,
aktuell Azubi verlängert
 - ▶ **Sachkosten unterschiedlich**
zugeordnet
 - ▶ **Werbemaßnahmen**
erfolgen getrennt
- ▶ **Vorteile**
 - ▶ Synergien
 - ▶ eine zentrale
Anlaufstelle
 - ▶ Koordination
 - ▶ Abstimmung
- ▶ **Probleme**
 - ▶ **Fehlende Rechtspersönlichkeit**
(daraus u.a. steuerrechtliche
Komplikationen, keine einheitliche
Dienstordnung)
 - ▶ **Differierende Interessenlage Stadt
und VG**
(örtlicher Focus, Focus auf Vermarktung
in Ergänzung örtlicher Aktivitäten)
 - ▶ **Parallele und mehrstufige
Entscheidungsprozesse**
 - ▶ **Fehlende Aufgabenzuweisung und
Aufgabenabgrenzung**
(Grundlagenvereinbarung unpräzise,
fehlende Transparenz)
 - ▶ **Knappe Personalbemessung,
zunehmende Aufgaben**
- ▶ **Zu klären:**
 - ▶ **Aufgabenzuschnitt**
 - ▶ **Personalausstattung**
 - ▶ **Rechtliche und finanzielle
Konsequenzen einzelner
Organisationsformen**

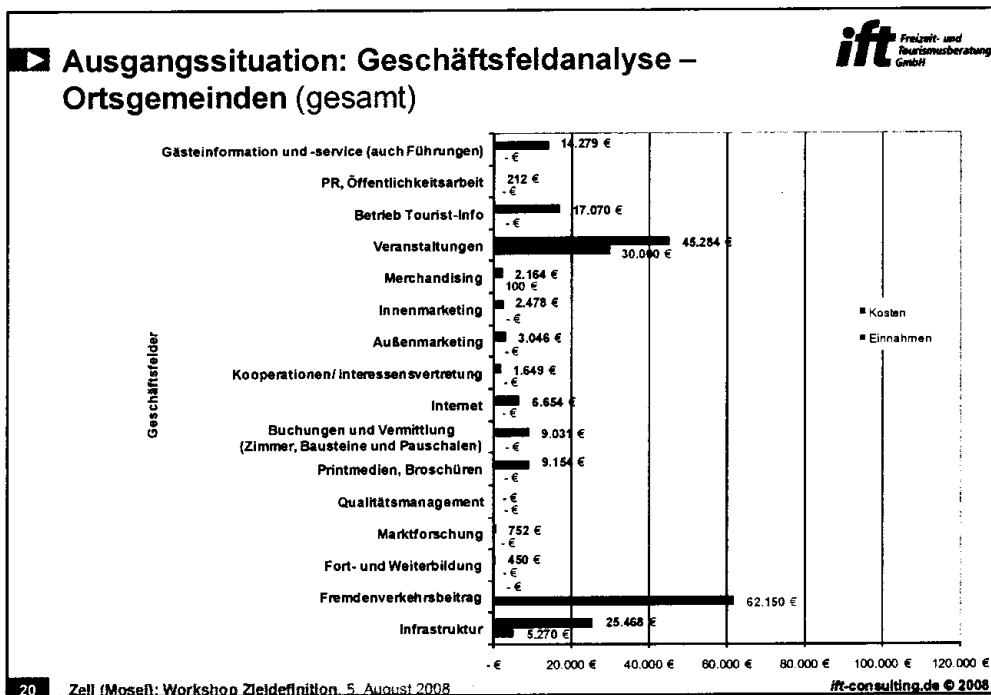
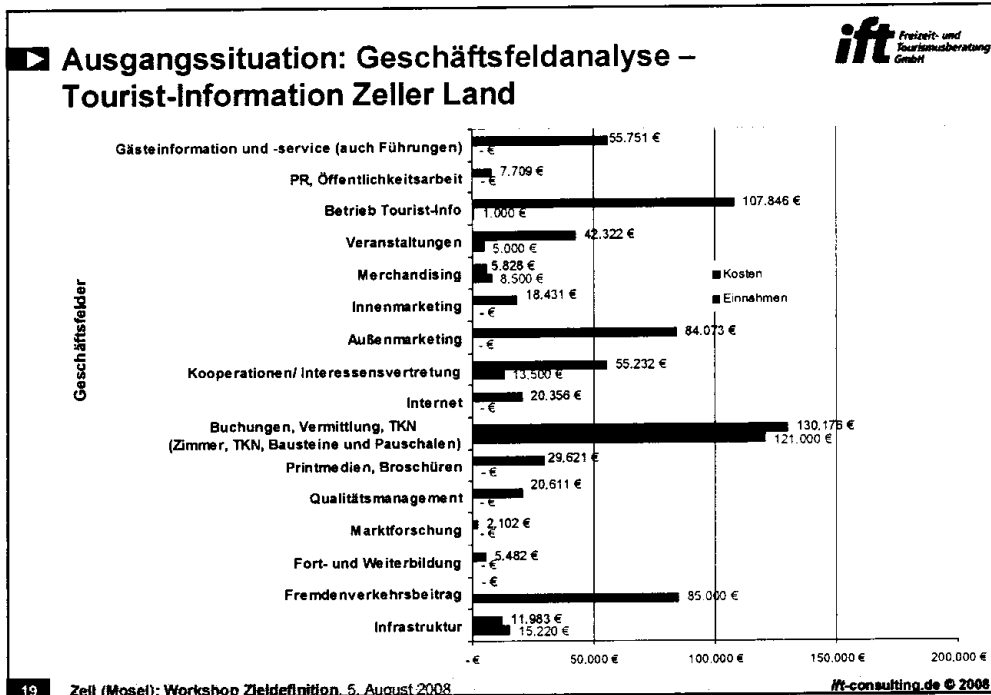
17 Zell (Mosel): Workshop Zieldefinition 5. August 2008 ift-consulting.de © 2008

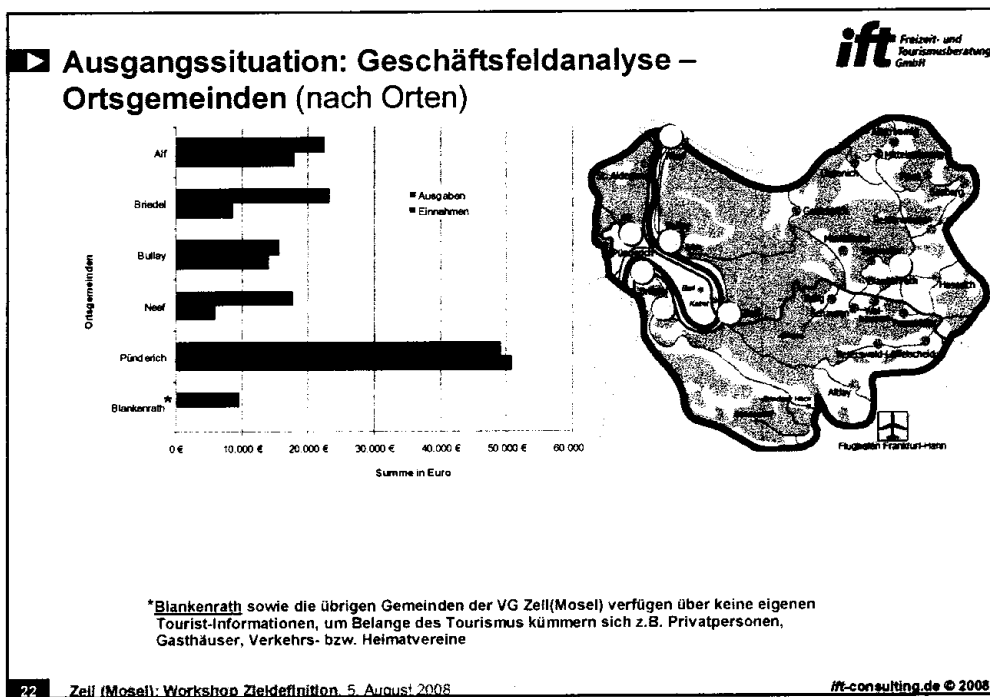
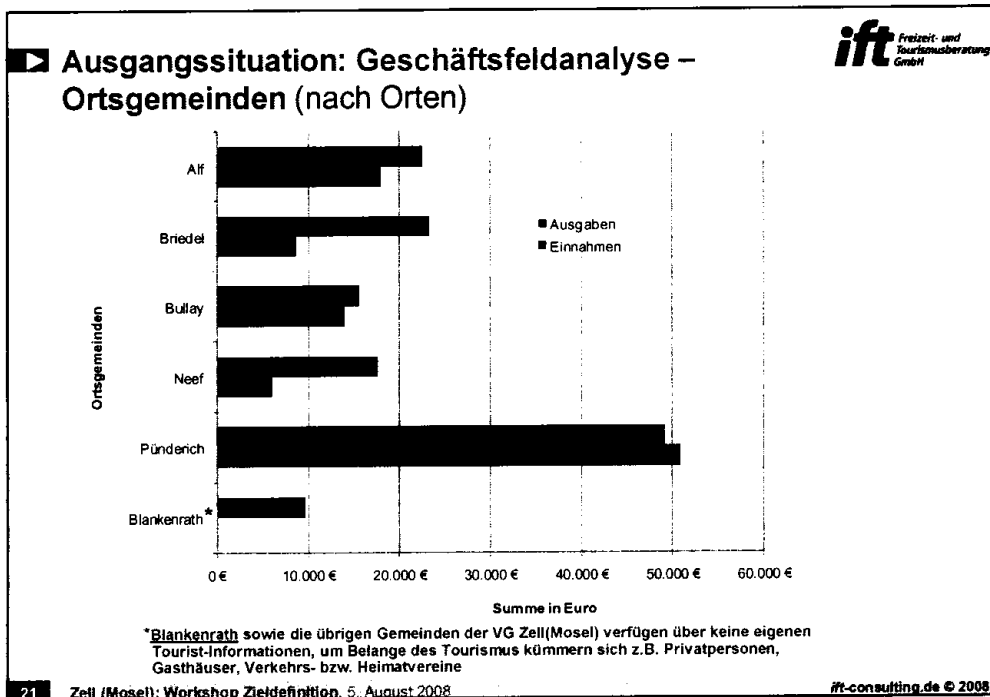
ift Freizeit- und
Tourismusberatung
GmbH

▶ Ausgangssituation: Geschäftsfeldanalyse

- ▶ **Auswertung der Etats und Haushaltspläne**
(Grundlage Haushaltsansätze 2008)
 - ▶ **Tourist-Information Zeller Land (Stadt und VG Zell)**
 - ▶ **örtliche Tourist-Informationen**
- ▶ **Zuordnung von Einnahmen und Ausgaben zu Geschäftsfeldern**
unter Berücksichtigung der Personalkosten

18 Zell (Mosel): Workshop Zieldefinition 5. August 2008 ift-consulting.de © 2008





ift Freizeit- und Tourismusberatung GmbH

➤ Ausgangssituation: Geschäftsfeldanalyse – Überblick

➤ **Ausgaben und Einnahmen der Tourismusorganisationen**

	Einnahmen	Ausgaben	Saldo
Tourist-Information Zeller Land Stadt Zell, VG Zell	249.220 €	597.799 €	- 348.579 €
Ortsgemeinden Alf, Briedel, Bullay, Neef, Pünderich, Blankenrath	97.520 €	137.691 €	- 40.171 €
Gesamt	346.740 €	735.490 €	- 388.750 €

Kennwerte:

- ▶ **1,68 € / Übernachtung** (Benchmark: 1,70 €)
- ▶ **5,37 € / Gast** (Benchmark: 5,50 €)
- ▶ **Kostendeckungsgrad:**
 - ▶ **TI Zell 42%** (Benchmark: 40% - 80%)
 - ▶ **Ortsgemeinden 71%** (Benchmark: 70% - 85%)

23 Zell (Mosell): Workshop Zieldefinition 5. August 2008 ift-consulting.de © 2008

ift Freizeit- und Tourismusberatung GmbH

➤ Ausgangssituation: Fazit Geschäftsfeldanalyse

- ▶ **Insgesamt durchschnittlicher Mitteleinsatz in Stadt und Verbandsgemeinde für Tourismus**
- ▶ **Budgets der Tourismusorganisationen in Stadt und Verbandsgemeinde liegen bei rund 735 T€ € p.a.**
- ▶ **Refinanzierungsquote bei TI Zell ausbaufähig**
- ▶ **Aber: Zentrale Geschäftsfelder nur bedingt refinanzierungsfähig, auch wegen kleinteiliger Betriebsstruktur**
 - ▶ Administration/Betrieb Tourist-Informationen
 - ▶ Gästeservice-/Information
 - ▶ Veranstaltungen (z.B. Weinfeste)
 - ▶ Außenmarketing
- ▶ **Übrige Orte mit geringen Etats**
 - ▶ Schwerpunkt Veranstaltungen sowie Betrieb TI's/Gästeinformation
 - ▶ Außenmarketing unbedeutend
- ▶ **TI Zeller Land ist die zentrale, bedeutende TI, die aber nur geringe Mittel für reines Außenmarketing hat und offenbar zu wenig kommerziell arbeitet**
(trotz guter TKN-Erfolge, 230 Betriebe, 2007: 1.000 Buchungen; 2007: 15.000 Besucher in der TI, 12.000 Telefonanfragen)

24 Zell (Mosell): Workshop Zieldefinition 5. August 2008 ift-consulting.de © 2008

▶ Expertenmeinungen

ift Freizeit- und Tourismusberatung GmbH

- ▶ **Durchführung von leitfadengestützten Einzelgesprächen:**
 - Teilnehmerkreis (Liste im Anhang):
 - ▶ **touristische Leistungsträger** (z.B. Hotellerie, Gastronomie, Winzer, Verkehrsträger)
 - ▶ **Tourismusorganisationen** (z.B. Mosellandtouristik, Hunsrück-Touristik GmbH)
 - ▶ **Verwaltung und Politik** (VG-, Stadt- und Ortsbürgermeister)

- ▶ **Zielsetzung und Inhalte:**
 - ▶ **Bewertung der aktuellen Situation**
 - ▶ **Wünsche und Vorstellungen zur künftigen Ausrichtung**
 - ▶ **Ziele**
 - ▶ **Aufgaben**
 - ▶ **Finanzierung**
 - ▶ **Abgrenzung zu örtlicher und überörtlicher Ebene**
 - ▶ **Ermittlung möglicher Umsetzungshindernisse**
 - ▶ **Gewinnung von Multiplikatoren für Reorganisation**

25 Zell (Mosel): Workshop Zieldefinition 5. August 2008 ift-consulting.de © 2008

▶ Expertenmeinung – Kernergebnisse

ift Freizeit- und Tourismusberatung GmbH

- ▶ **Unzufriedenheit mit Arbeit der TI Zeller Land**
 - ▶ **Außenmarketing**
 - ▶ **Innenmarketing**

- ▶ **Unklare Kompetenzabgrenzungen**

- ▶ **Vielfältige Vorstellungen über künftige Ziele**

- ▶ **Grundsätzliche Kooperationsbereitschaft vorhanden, aber wenig Vertrauen und Unklarheit über mögliche Kooperationsformen**

26 Zell (Mosel): Workshop Zieldefinition 5. August 2008 ift-consulting.de © 2008

Expertenmeinungen - Einzelstimmen

- ▶ **Unzufriedenheit mit derzeitiger Situation**
 - ▶ Schlechtes „Standing“ der TI
 - ▶ TI arbeitet nicht effektiv und effizient genug
 - ▶ Nutzen durch 40% Finanzierungsanteil wird bei der Arbeit der TI Zeller Land nicht entsprechend sichtbar (VG geht immer vor)
 - ▶ Interessen der Stadt Zell und der Gemeinden bleiben auf der Strecke
 - ▶ „Zeller arbeiten nur für sich“
 - ▶ Schlechte Zusammenarbeit der TI mit Leistungsträger und Ortsgemeinden
 - ▶ VG will zu viel an sich ziehen, Information und Betreuung vor Ort wichtig und notwendig
 - ▶ Individualität der Gemeinden geht verloren, Handlungsfreiheit der Gemeinden wird eingeschränkt
 - ▶ Umsetzungsproblematik (Umsetzungsprozesse dauern zu lange, Ideen und Projekte verschwinden in der Senke)
 - ▶ Unklare Kompetenzabgrenzungen mit Verbandsgemeinde

Expertenmeinungen - Einzelstimmen

- ▶ **Unzufriedenheit mit derzeitiger Situation**
 - ▶ Zentraler Ansprechpartner (auch für Leistungsträger) fehlt
 - ▶ Vermarktung und Werbung ist Aufgabe der VG, aber Stadt und Ortsgemeinden dürfen dabei nicht auf der Strecke bleiben
 - ▶ Schlechte Kommunikation zwischen TI, Stadt, Ortsgemeinden und Leistungsträgern
 - ▶ Verbesserungswürdige Presse- und Öffentlichkeitsarbeit (zu wenig Werbung in den Medien, fehlende Werbung am Flughafen Hahn, fehlende Wertung in Quellgebieten, v.a. Skandinavien, NL und B)
 - ▶ Zeller Land Prospekt / Gästejournal nicht vollständig, kann Ortsprospekte und persönliche Betreuung vor Ort nicht ersetzen
 - ▶ Information und Betreuung vor Ort wichtig und notwendig

ift Freizeit- und
Tourismusberatung
GmbH

▶ Expertenmeinungen - Einzelstimmen

- ▶ **Unzufriedenheit mit derzeitiger Situation**
 - ▶ Differenzierte Zielsetzung VG / Stadt
 - ▶ Wir-Gefühl / Teamfähigkeit fehlt
 - ▶ Kooperationsbereitschaft nicht immer vorhanden
 - ▶ Keine Binnenkommunikation
 - ▶ Ortsgemeinden benötigen mehr Unterstützung
 - ▶ Zeller Land zu weit weg von der Ortsebene
 - ▶ Unzufriedenheit der Leistungsträger
 - ▶ Ergebnisse der Tourismusarbeit nicht nach Außen sichtbar
 - ▶ Hauptproblematik: Vermischung der Interessen der VG, die alle 24 Ortsgemeinden zu vertreten hat und den speziellen Interessen der Stadt Zell
 - ▶ Fehlende Aufgabenzuweisung bzw. -abgrenzung
 - ▶ Knappe Personalausstattung
 - ▶ Pauschalen und Bausteine fehlen
 - ▶ Wenig Engagement der Leistungsträger
 - ▶ Zu wenig Betreuung, Vermarktung und Unterstützung der Hunsrückgemeinden
 - ▶ Zukunftsvision fehlt

29 Zell (Mosell): Workshop Zieldefinition 5. August 2008 ift-consulting.de © 2008

ift Freizeit- und
Tourismusberatung
GmbH

▶ Expertenmeinungen - Einzelstimmen

- ▶ **Ziele**
 - ▶ Mehr Gäste, mehr Übernachtungen, mehr Umsatz
 - ▶ Binnenkommunikation verbessern zwischen Leistungsträgern und TI (TI-Mitarbeiter kennen Betriebe nicht, müssten herkommen + Betriebe kennen), zwischen TI und Gemeinden
 - ▶ Mehr Transparenz schaffen
 - ▶ Klare Kommunikationsstruktur, zentraler Ansprechpartner für Zeller Betriebe
 - ▶ Außenmarketing intensivieren (Internet, Prospekte, Messen)
 - ▶ Bessere Vermarktung der Marke Zeller Schwarze Katze
 - ▶ Werbung und Prospekte in Abstimmung mit den Orten verbessern
 - ▶ Produktentwicklung voranbringen
 - ▶ Mehr Unterstützung und Coaching der Leistungsträger
 - ▶ Eigene Zuständigkeitsbereiche für Stadt und Gemeinden
 - ▶ Trennung VG und Stadt Zell – enge Zusammenarbeit VG und Stadt Zell
 - ▶ Kundenorientierte Serviceorientierung auf allen Ebenen
 - ▶ Tagestourismus (Busgruppen) fördern
 - ▶ Verweildauer verlängern

30 Zell (Mosell): Workshop Zieldefinition 5. August 2008 ift-consulting.de © 2008

ift Freizeit- und
Tourismusberatung
GmbH

Ihre Meinung zu Stärken und Schwächen

► **Was sind die Stärken und Schwächen des Tourismus in Stadt und Verbandsgemeinde Zell hinsichtlich:**

- Angeboten
- Vermarktung
- Organisation der Aufgaben

31 Zell (Mosel): Workshop Zieldefinition 5. August 2008 ift-consulting.de © 2008

ift Freizeit- und
Tourismusberatung
GmbH

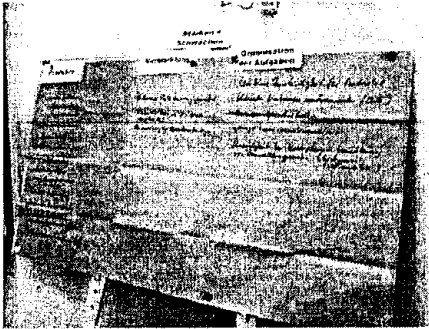
Ist-Situation: Ergänzung Stärken/Schwächen

Workshop-Ergebnis

Produkte

- Infrastruktur, Schwimmbäder,
- Aussichtspunkte
- Themenwanderwege
- Marienburg
- Mosel und Wein

- Marienburg
- zu wenig regional Produkte (moseltypisch)
- Moselkultur erlebbar
- wenig Außengastronomie (insbes. nach 22.00 Uhr)
- Qualität Beherbergung
- Hotels im Qualitätsbereich
- Standortattraktivität für Investoren/Betreiber von außerhalb
- Terminabstimmung Veranstaltungen



32 Zell (Mosel): Workshop Zieldefinition 5. August 2008 ift-consulting.de © 2008

ift Freizeit- und
Tourismusberatung
GmbH

Workshop-Ergebnis

► Ist-Situation: Ergänzung Schwächen

Vermarktung

- „Schwarze Katz“ zu wenig genutzt
- späte Ankündigung der Veranstaltungen
- Bierwerbung bei Weinfestankündigungen

33 Zell (Mosell): Workshop Zieldefinition 5. August 2008 ift-consulting.de © 2008

ift Freizeit- und
Tourismusberatung
GmbH

Workshop-Ergebnis

► Ist-Situation: Ergänzung Schwächen

Organisation

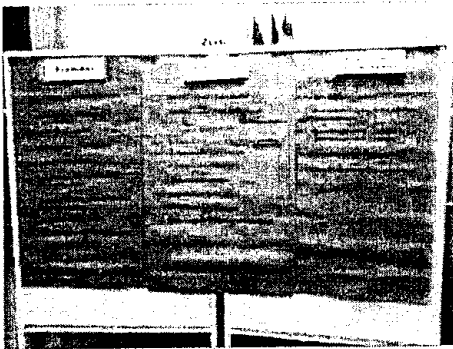
- unklare Zuständigkeit für Betriebe
- fehlendes Vertrauen untereinander (Orte)
- kein geeinigtes Auftreten
- geringes Tourismusbewusstsein
- Uneinigkeit bei Konzeption und Umsetzung von Vermarktungsmaßnahmen (Gästepjournal, Poket Guide Zell)

34 Zell (Mosell): Workshop Zieldefinition 5. August 2008 ift-consulting.de © 2008

Ziele für die künftige Organisation des Tourismus **ift** Freizeit- und
Tourismusberatung
GmbH

- ▶ Welche Ziele müssen künftig verfolgt werden bei
 - ▶ Produkten?
 - ▶ Vermarktung?
 - ▶ Organisation der Aufgaben?

Hinweis: Die Ziele wurden gemeinsam auf Basis der Stärken-Schwächen-Profile erarbeitet. Jeder Workshop-Teilnehmer konnte sechs Prioritäten-Punkte für Ziele vergeben. Dargestellt ist das Bepunktungsergebnis der Teilnehmer.




35 Zell (Mosel): Workshop Zieldefinition 5. August 2008 ift-consulting.de © 2008

Ziele: generell **ift** Freizeit- und
Tourismusberatung
GmbH

Workshop-Ergebnis

Marketing – Produkte, Vermarktung (1)	
▶ „Schwarze Katz stärker nutzen	12 Punkte
▶ Kompetenzen/Alleinstellungsmerkmale in den Mittelpunkt	11 Punkte
<ul style="list-style-type: none"> ▶ Wein, Genuss ▶ Aktiv (Wandern, Rad, Wasser) ▶ Anlässe bieten ▶ Kanonenbahn, Steller Weinberg Europas 	
▶ mehr Professionalität in Betrieben	9 Punkte
▶ Saison verlängern	7 Punkte
<ul style="list-style-type: none"> ▶ Öffnungszeiten, Kultur, Wellness 	
▶ Qualität bevorzugt vermarkten	7 Punkte
▶ Regionalmarke Mosel nutzen	5 Punkte
▶ Angebotsentwicklung gemeinsam umsetzen und professionalisieren	4 Punkte
▶ Standortattraktivität für Investoren verbessern	3 Punkte



38 Zell (Mosel): Workshop Zieldefinition 5. August 2008 ift-consulting.de © 2008

Ziele: generell

ift Freizeit- und
Tourismusberatung
GmbH

Workshop-Ergebnis

Marketing – Produkte, Vermarktung (2)	
▶ Gemeinsames Produktdenken	3 Punkte
▶ Mehr Eventorientierung	3 Punkte
▶ Präsentation der TI vor Ort in Zell verbessern	2 Punkte
▶ Markenbildung „Zell“ betreiben	2 Punkte
▶ Gastfreundschaft verbessern	1 Punkt
▶ Bessere Vernetzung von Angeboten	1 Punkt
▶ Moselkultur erlebbar machen	1 Punkt
▶ Auslandsmärkte gezielt bearbeiten	1 Punkt
▶ Zusammenführung von Einzelinitiativen und deren Umsetzung	0 Punkte
▶ Produkthighlights schaffen	0 Punkte
▶ Professionalität: Gästesicht in den Mittelpunkt	0 Punkte

37 Zell (Mosel): Workshop Zieldefinition 5. August 2008 ift consulting.de © 2008

Ziele: generell

ift Freizeit- und
Tourismusberatung
GmbH

Workshop-Ergebnis

Organisation	
▶ Wir-Gefühl, gemeinsames Vorgehen	25 Punkte
▶ Teamentwicklung betreiben in der Tourismus Information	7 Punkte
▶ Klare Aufgabendefinition – und vermarktung	5 Punkte
▶ Teamentwicklung betreiben in der Tourismus Information	6 Punkte
▶ Tourismusbewusstsein bei Planungen, Bevölkerung, Verwaltung erhöhen	3 Punkte

38 Zell (Mosel): Workshop Zieldefinition 5. August 2008 ift consulting.de © 2008


Ziele: generell

ift Freizeit- und
Tourismusberatung
GmbH

Workshop-Ergebnis

Gesamtranking:

▶ Wir-Gefühl, gemeinsames Vorgehen	25 Punkte
▶ Schwarze Katz stärker nutzen	12 Punkte
▶ Kompetenzen/Aleinstellungsmerkmale in den Mittelpunkt	11 Punkte
▶ Wein, Genuss	
▶ Aktiv (Wandern, Rad, Wasser)	
▶ Anlässe bieten	
▶ Kanonentbahn, Steilster Weinberg Europas	
▶ mehr Professionalität in Betrieben	9 Punkte
▶ Saison verlängern	7 Punkte
▶ Qualität bevorzugt vermarkten	7 Punkte
▶ Teamentwicklung in der TI betreiben	7 Punkte
▶ Klare Aufgabendefinition und -verteilung	6 Punkte



39 Zell (Mosel): Workshop Zieldefinition 5. August 2008 ift-consulting.de © 2008

Kriterien für Lösungsvorschläge

ift Freizeit- und
Tourismusberatung
GmbH

▶ **Was sind die entscheidenden Kriterien, an denen sich Lösungsvorschläge für die künftige Organisation der Aufgaben in Stadt und Verbandsgemeinde Bernkastel-Kues messen lassen müssen?**

40 Zell (Mosel): Workshop Zieldefinition 5. August 2008 ift-consulting.de © 2008

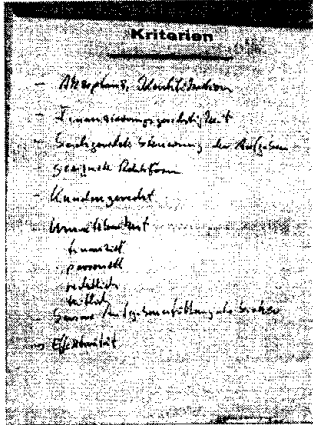
ift Freizeit- und
Tourismusberatung
GmbH

▶ Kriterien für Lösungsvorschläge

Workshop-Ergebnis

Kriterien

- ▶ Akzeptanz, Identifikation
- ▶ Finanzierungsgerechtigkeit
- ▶ Sachgerechte Steuerung der Aufgaben
- ▶ Geeignete Rechtsform
- ▶ Kundengerecht
- ▶ Umsetzbarkeit
 - ▶ finanziell
 - ▶ rechtlich
 - ▶ personell
 - ▶ zeitlich
- ▶ bessere Aufgabenerfüllung als bisher
- ▶ Effektivität



The image shows a handwritten list of criteria on a document titled 'Kriterien'. The criteria listed are: Akzeptanz, Identifikation; Finanzierungsgerechtigkeit; Sachgerechte Steuerung der Aufgaben; Geeignete Rechtsform; Kundengerecht; Umsetzbarkeit (with sub-points: finanziell, rechtlich, personell, zeitlich); bessere Aufgabenerfüllung als bisher; and Effektivität.

41 Zell (Mosel): Workshop Zieldefinition 5. August 2008 ift consulting.de © 2008

ift Freizeit- und
Tourismusberatung
GmbH

▶ Ausblick und weiteres Vorgehen

- ▶ Ausarbeitung von bis zu 3 Lösungsvarianten
 - ▶ Aufgaben
 - ▶ Trägerschaften
 - ▶ Refinanzierung
 - ▶ Rechtsform

42 Zell (Mosel): Workshop Zieldefinition 5. August 2008 ift consulting.de © 2008

