

Anlage zur Sitzung

LTO Nordseeküste Nordfriesland

Kurzübersicht

Sozialausschuss 1.9.2020

Zweck der LTO

Im Vierschichten-Modell der touristischen Organisationen steht die Lokale Tourismusorganisation zwischen der Tourismusmarketingorganisation (TMO) Nordsee SH und den lokalen Tourismusorganisationen im (NFT, Bredstedt und Umland) Verbandsgebiet.

Tourismus SH

TMO Nordsee

LTO Nordseeküste Nordfriesland

lokale Organisationen

Hintergrund

Das Land Schleswig-Holstein erwartet für die Förderfähigkeit von Maßnahmen der touristischen Infrastruktur eine arbeitsfähige LTO.

2011 begannen die Gespräche zur Bildung einer LTO für den Raum Nordfriesland Nordseeküste.

2022 soll die LTO voll arbeitsfähig werden.

Verbandsgebiet

Das Gebiet der LTO Nordseeküste Nordfriesland umfasst:

- Amt Südtondern
- Amt Mittleres Nordfriesland
- Amt Nordsee-Treene
- Stadt Husum
- Husumer Bucht eV
- Nordstrand
- Pellworm

Das Gebiet umfasst etwa 80 Kommunen

Ziele der LTO

Fremdenverkehr in der Region fördern und dadurch die Attraktivität der Region durch Verbesserungen der Infrastruktur erhöhen und Beschäftigungsmöglichkeiten in der Region schaffen und sichern.

Die Aktivitäten des Marketings der LTO werden unter der Dachmarke „Nordsee SH“ geführt.

Wichtig ist ein gemeinsamer Internetauftritt der Region.

Einige Kennzahlen zur Region

80 Kommunen

110.000 Einwohner

Bredstedt 5.500

9.500 Gästebetten

Bredstedt: ?

7,5 Mio. Übernachtungen p.a.

Bredstedt: rd. 10.000

7,2 Mio. Tagestouristen p.a.

Bredstedt: ?

10 Mio. Aufenthaltstage

Bredstedt: ?

Mehrwert für die Region

Durch die LTO wird die Schlagkraft der Tourismusorganisationen gebündelt und dadurch verstärkt. Der Tourismus kann so qualitativ wie quantitativ gesteigert werden.

Die LTO übernimmt

- Strategische Koordination des Marketings
- Außenmarketing
- Innenmarketing
- Onlinemarketing

Kosten

Die LTO wird durch Umlagen finanziert. Dazu soll ein Schlüssel entwickelt werden, der den Nutzen der beteiligten Gebietskörperschaften berücksichtigt. Wie dieser aussehen wird, dass weiß noch niemand.

Zu erwarten ist ein Jahresbudget von über 400.000 Euro. Das wird vom Land als Minimum für eine leistungsfähige LTO angesehen.

Etwa 200.000 Euro sollen für das Onlinemarketing genutzt werden.