

Zukunftskonzeption Speichersee Geeste

Ergebnispräsentation | PROJECT M
Geeste | 21.06.2022

PROJECT  M

PROJECT^M

GRÜNDUNGSJAHR: 1998 · **GESCHÄFTSFÜHRUNG:** Dipl.-Kaufm. Cornelius Obier
Mitglieder der Geschäftsführung: Detlef Jarosch, Peter C. Kowalsky



CONSULTING

für die Tourismus- und Freizeitwirtschaft: Strategie- und Markenmanagement, Organisationsentwicklung, Infrastrukturentwicklung, Marktforschung und Analyse, Gesundheitstourismus



INTERDISZIPLINÄR

mit über 20 festen und 12 freien Mitarbeitern in einem praxisorientiertem Team (Betriebswirte, Touristiker, Marktforscher, Stadt- und Regionalplaner, Architekten...)



STARKE BASIS

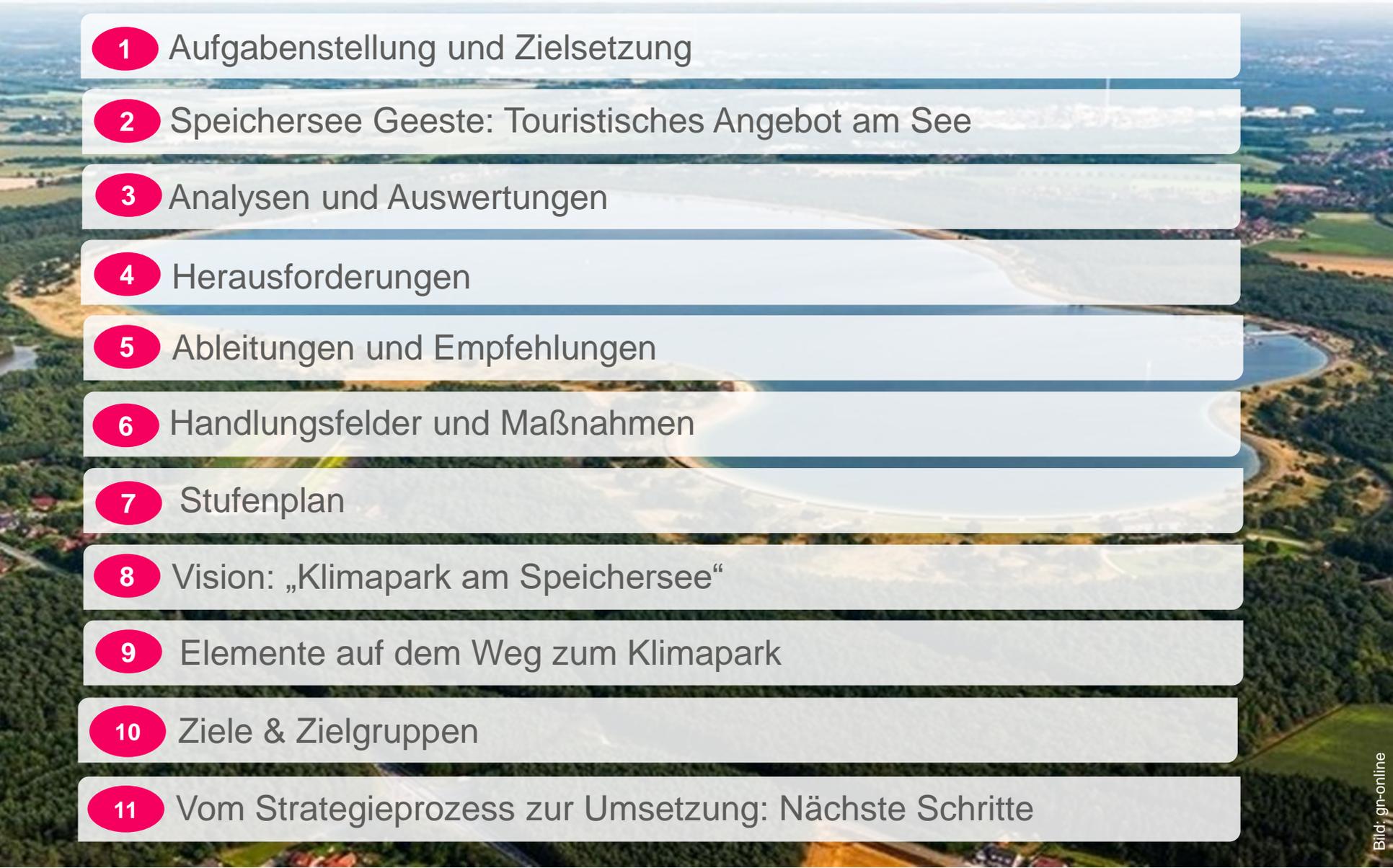
Wissenschaftliche Verankerung über die Wissenschaftliche Leitung: Prof. Dr. Heinz-Dieter Quack, Ostfalia Hochschule Braunschweig-Salzgitter



STANDORTE

Hamburg
München



- 
- 1 Aufgabenstellung und Zielsetzung
 - 2 Speichersee Geeste: Touristisches Angebot am See
 - 3 Analysen und Auswertungen
 - 4 Herausforderungen
 - 5 Ableitungen und Empfehlungen
 - 6 Handlungsfelder und Maßnahmen
 - 7 Stufenplan
 - 8 Vision: „Klimapark am Speichersee“
 - 9 Elemente auf dem Weg zum Klimapark
 - 10 Ziele & Zielgruppen
 - 11 Vom Strategieprozess zur Umsetzung: Nächste Schritte

Aufgabenstellung und Zielsetzung

PROJECT 

Zielsetzung und Aufgabenstellung (1/2)

Zielsetzung

- ✓ **Nachqualifizierung** der Tourismuskonzeption zur umfangreicheren touristischen Nutzung des Speichersees Geeste
- ✓ **Fokussierte Entwicklungsstrategie** zur Entwicklung qualitativ hochwertiger Erlebnis- und Lebensräume am Speichersee Geeste

Aufgabenstellung

Entwicklung ...

- eines tragfähigen **Entwicklungsleitbildes**
- einer **Destinationsstrategie** mit Eckpunkten zur künftigen Vermarktung
- dazu passender **Angebote** mit **Umsetzungsfahrplan**.



Zielsetzung und Aufgabenstellung (2/2)

Nötig: Konkretisierung, wie der Speichersee im Hinblick auf **infrastrukturelles Angebot**, **Produktangebot**, **organisatorisches Umfeld** und schließlich auch für eine ziel- und zukunftsorientierte **Vermarktung** weiterentwickelt werden soll.

Dabei sind folgende **Handlungsfelder** zu berücksichtigen:

- Natur / Erholung
- Industrie / Energie (technische Bauwerke)
- Business / Seminare (Gastronomie Deichkrone)
- (Wasser-)Sport
- Wohnen (Ferienpark / Hotel / Jugend(gäste)haus / Jugendzeltplatz / Wohnmobilstellplatz / Glamping)

Ziele und Effekte der touristischen Weiterentwicklung am Speichersee

**Verbesserung der Infrastruktur,
Lebensqualität und des
Gästeangebots**

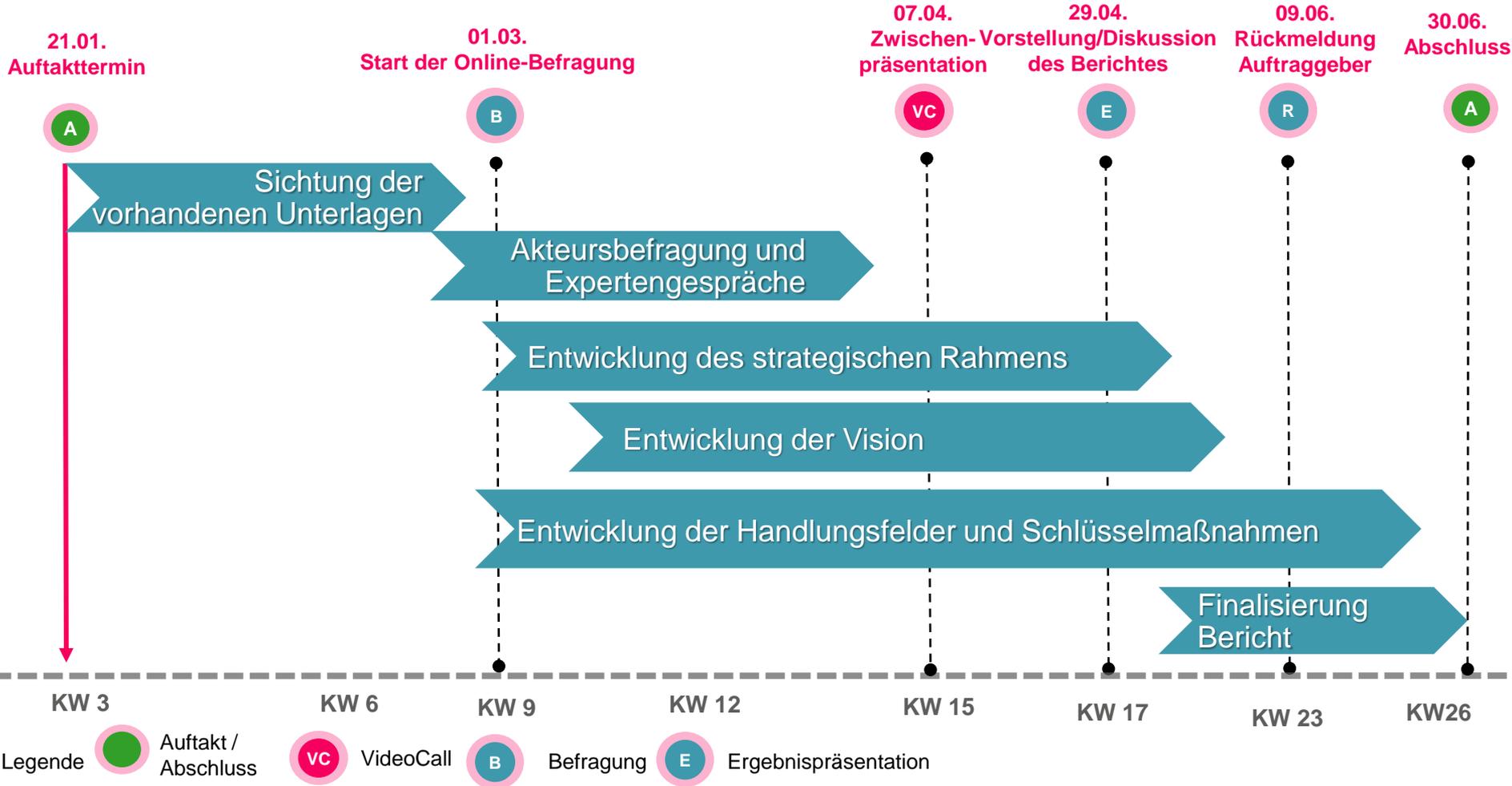
Steigerung von

- Sichtbarkeit
- Bekanntheit
- Nachfrage
- Übernachtungen in der Region
- Touristischer Wertschöpfung

Positive Effekte auf

- Standortfaktoren (Attraktivität und Ansiedlung, Industrie und Gewerbe)
- Einwohner- und Gästezufriedenheit
- Attraktivität für (weitere) Investitionen

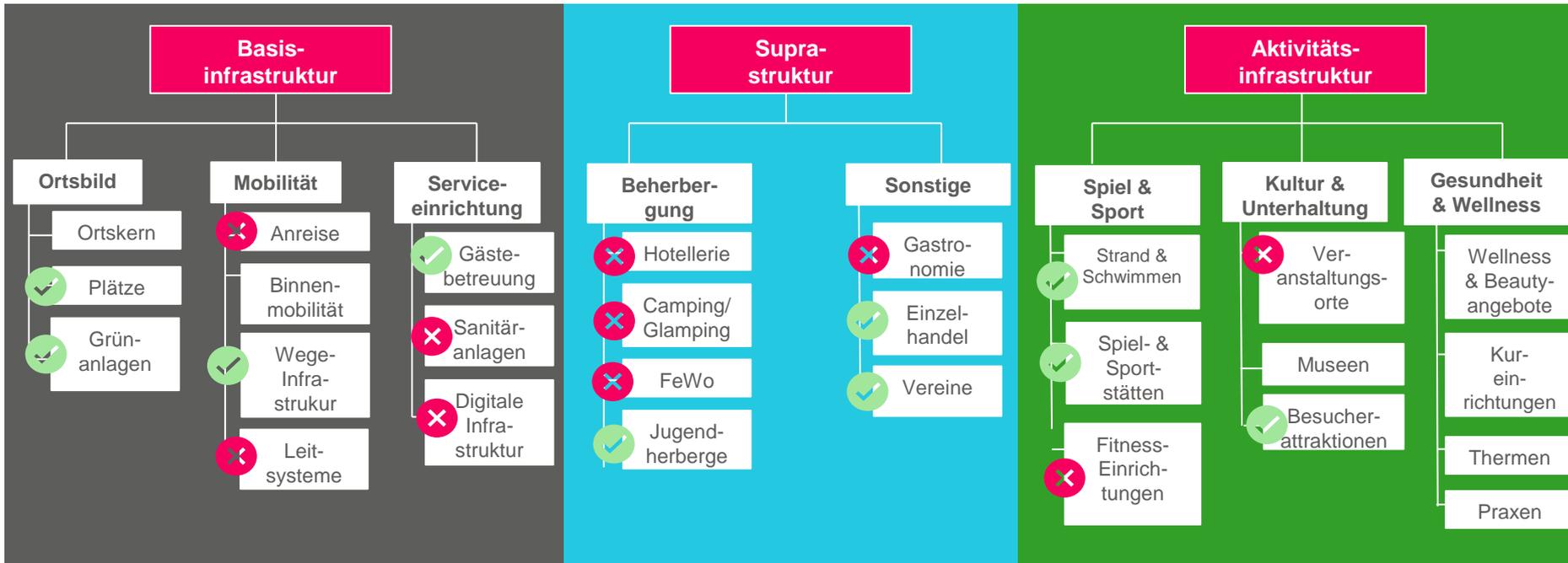
Prozessverlauf und –termine im Jahr 2021



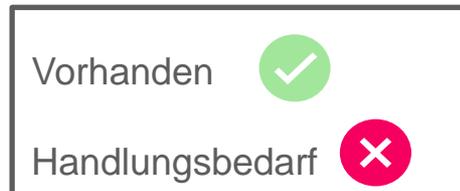
Speichersee Geeste: Touristisches Angebot am See

PROJECT 

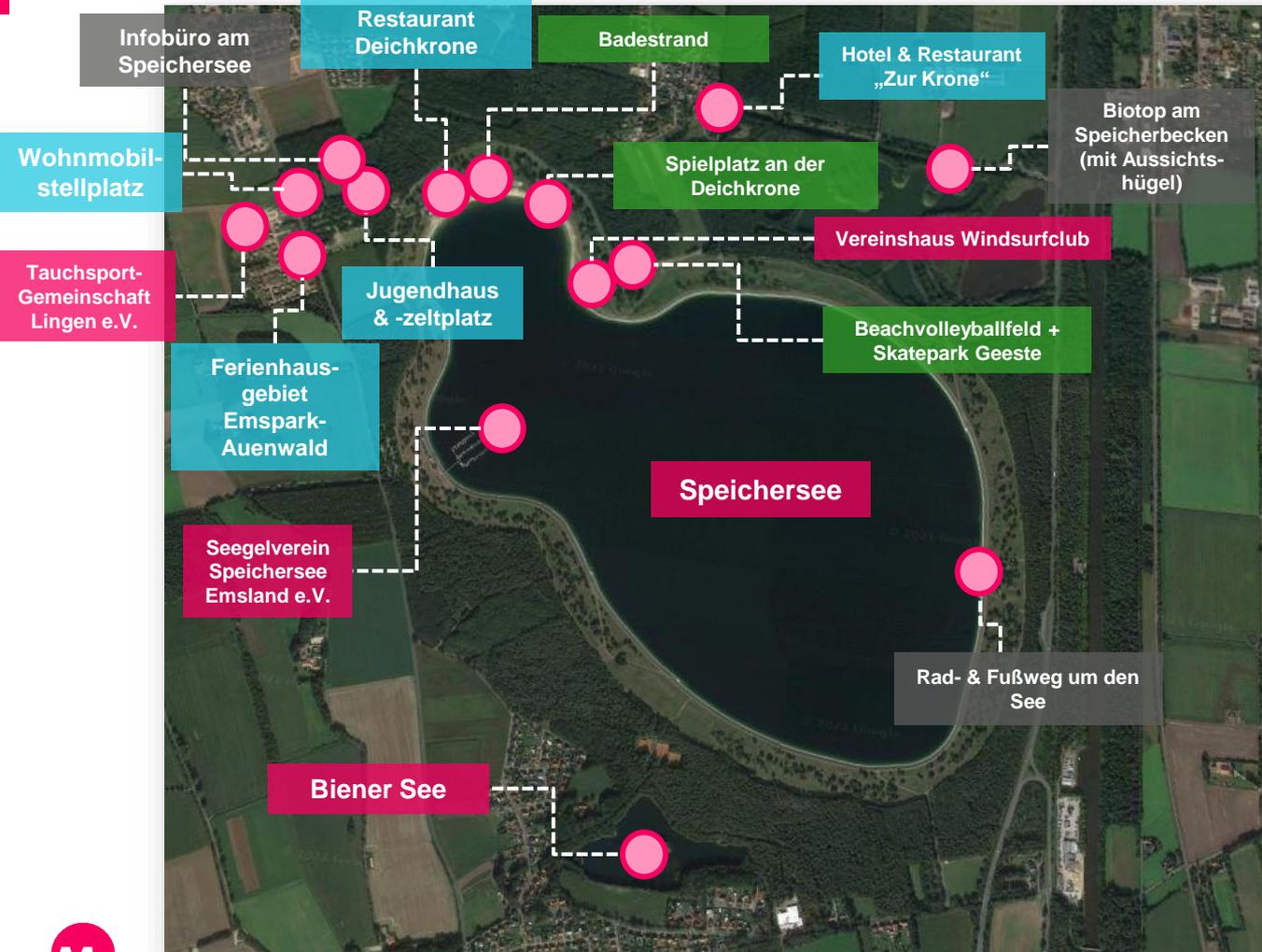
Systematisierung des freizeittouristischen Angebotes am See mit Handlungsbedarf



Anzahl, Qualität, Funktion und Gestaltung der (freizeit)touristischen Infrastruktur ist abhängig von den jeweiligen Potenzialen sowie dem angestrebten Markenprofil des Standortes !



Speichersee Geeste: Freizeittouristisches Angebot am See (Überblick)



Vielfältiges Angebot mit unterschiedlichen Nutzungsmöglichkeiten

- Sport und Aktivangebote
- Kinder und Jugendangebote (Jugendhaus)
- Rad und Wandern
- Wassersport und Baden
- Beherbergung
- Gastronomie
- Wohnmobilmutzung
- Serviceeinrichtungen
- Naturbeobachtung

Analysen und Auswertungen

PROJECT 



STÄRKEN

(Auszug Akteursbefragung März 2021)

Das Gefühl von Meer

Atmosphäre

Idyllische Lage, Erholung
in der Natur

Barrierefreies
Gesamtangebot

Wege zum Spazieren, Joggen
und Radfahren

Weitläufigkeit

Potential für Aktivitäten
auf dem Wasser

Restaurant Deichkrone

Spielplatz am
Speichersee

Vielfalt des Sees

Anbindung,
Parkplätze,
Zugänge zum See

Shanty Festival

Freizeitangebot im
Umfeld

Übernachtungs-
möglichkeiten
(Angebots-Vielfalt)



© Deichkrone Restaurant



© Outdoor-Active



© Jugendhaus-Geeße



© Tr'n-Wasser-Erlebnis-Platz



Fehlendes Tagungshotel (in Restaurantnähe)

Sanitäre Anlagen

Zu wenig Wassersportangebot

Zufahrt zum Speichersee aus der Gemeinde Geeste

Fehlen einer einheitlichen Vermarktung der Angebote

Eventmarketing (Flyer, ...)

Angebote konzentrieren sich auf nur eine Seeseite

SCHWÄCHEN

(Auszug Akteursbefragung März 2021)

Fehlende Übernachtungsmöglichkeiten (Hotellerie)

Parkplatzsituation am Restaurant

Beschilderung zum See

Abstellmöglichkeiten für Fahrräder

Fehlende Erlebnisse auf den Wegen zum See

Angebote für Kinder am Wasser

Gutachterliche Einschätzung

- **Angebot:** Das Angebot ist vielfältig, wirkt genau dadurch und auf Grund **fehlender Profilierung** des Sees als Destination *diffus*
- **Ausgeschilderte Radwege und Entwicklung Wanderangebot:** **Fehlender „roter Faden“**, der den See einbindet und sicht- und erlebbare Verknüpfungen vom See in die Umgebung schafft.
- **Engagement:** Gute Ausgangsbasis für eine zielorientierte Destinationsentwicklung, gesteigertes **Bewusstsein für Qualität, Trends und Ansprüche** der potenziellen Gäste notwendig
- **Customer Journey:** Die inhaltliche Aufbereitung von online und offline zur Verfügung gestellten Informationen ist gut. Die **Gästeansprache über die gesamte Customer Journey** hinweg ist **unzulänglich**.

Für eine deutlich verstärkte **Sichtbarkeit am Markt** und eine zukünftige **Konkurrenzfähigkeit** auf dem Spielfeld der Destinationen eine klare Profilierung und ein stringent geführter Prozess hin zu einer **physisch und emotional wahrnehmbaren Destination** nötig, in der Tourismus ein **relevanter Wirtschaftsfaktor** ist!



Herausforderungen

PROJECT 

Zentrale Herausforderungen

- **Unterschiedliche Anspruchsgruppen:** Vielzahl an Aktivitäten und Angeboten rund um den See, für unterschiedliche Zielgruppen; Entwicklung für Einheimische *und* Gäste
- **Vielfältiges und kleinteiliges Angebot:** Herausforderung in Vermarktung und Verwaltung
- **Unschärfes Profil:** Das Besondere am Speichersee Geeste von außen nicht sichtbar
- **Organisationsstruktur und Verantwortlichkeiten:** Aufgabenbereiche und -abgrenzungen vor dem Hintergrund der neuen organisatorischen Einheit „südliches Emsland“ zu prüfen und zu optimieren
- **Geschäftsreisefokus der Hotellerie:** Schwache Ausprägung des Engagements der lokalen Hoteliers im Segment der touristischen Übernachtungen
- **Aufgabenteilung und Priorisierung von Vertrieb und Marketing:** Unterschiedliche Gewichtung von den Tourismusverantwortlichen; (Neu-)Profilierung des Speichersees bedeutet auch eine (Neu-)Positionierung des "neuen Produktes"
- **Ausgeprägte Saisonalität:** Angebot rund um den Speichersee jahreszeitlich stark begrenzt, es gilt, Angebote zu entwickeln, die die Saison verlängern und die wirtschaftlich tragfähig sind

Ableitungen und Empfehlungen

PROJECT M

Zentrale Ableitungen aus den Analysen und Auswertungen

- Der Speichersee Geeste ist zu einem **zusammenhängenden Erlebnisraum für Gäste und Einheimische** zu qualifizieren.
- Die **Organisationsstruktur** muss gemäß der damit verbundenen Aufgaben angepasst werden.
- Eine klare Definition und Priorisierung von **Handlungsfeldern** und **Schlüsselmaßnahmen** ist die Grundvoraussetzung für den Eintritt in weitere Prozesse.
- Der Speichersee hat das Potenzial, mit einer **klaren Vision** zu einem **touristischen Leuchtturm** und zu einem Vorzeigeprojekt im Bereich „klimafreundliches Reisen und ganzheitliche Regionalentwicklung mit **Fokus Energiewende**“ zu werden.



EXKURS: Das übergeordnete Leitbild als Ausgangspunkt für das Leistungsversprechen: Warum entscheide ich mich als Gast für den Speichersee?

Customer Journey

(Planung >> Aufenthalt >> Nachsorge)

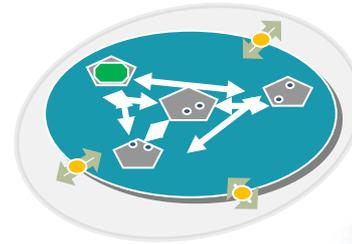


„Roter Faden“
(Orientierung und Führung der Gäste)



Erlebnisraum

(thematisch & optisch in sich geschlossen)



VISION



Gemeinsames Verständnis

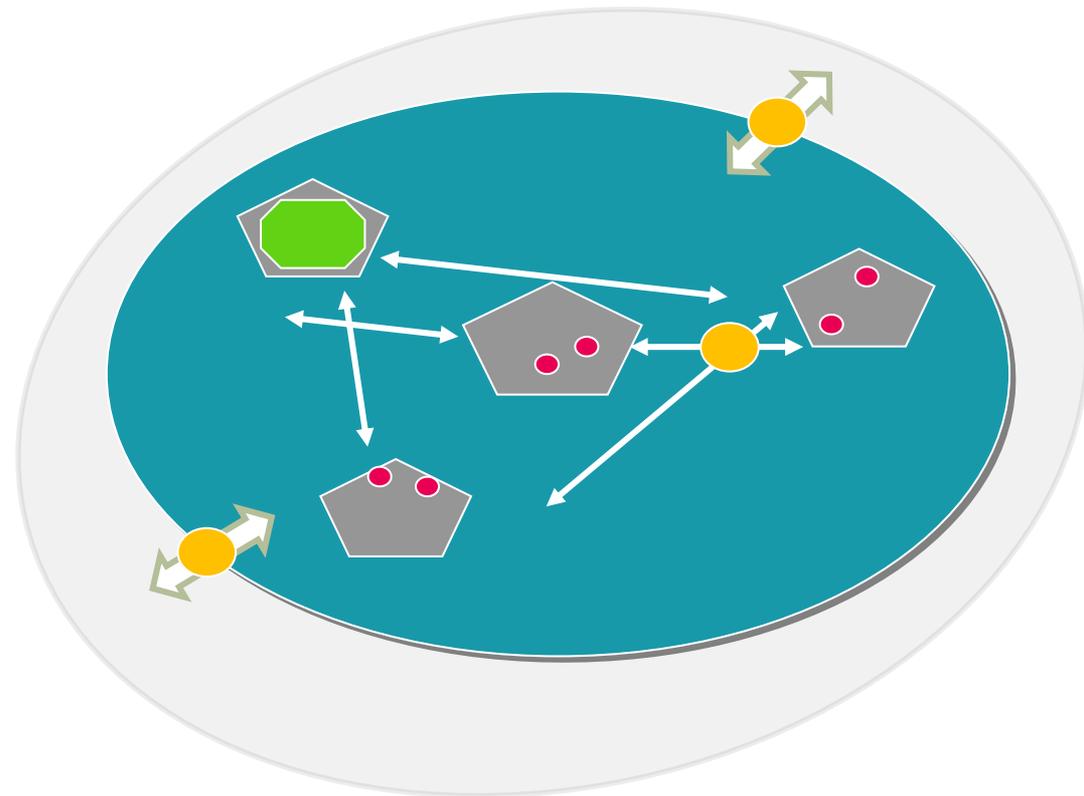
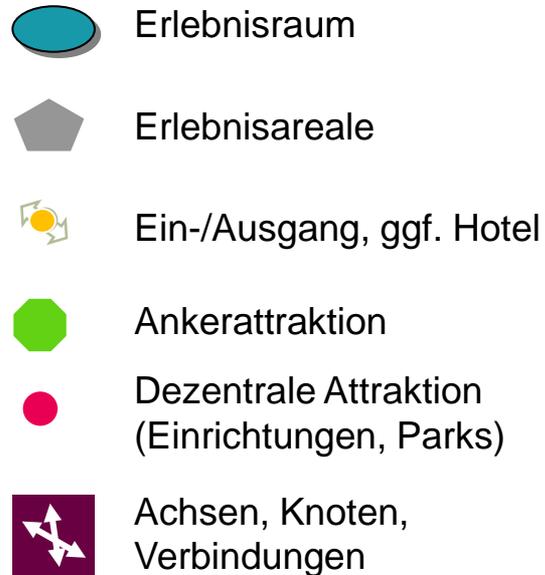
(gemeinsames Commitment & Qualitätsversprechen)



Gestaltungsleitlinie

(einheitliche Linie im gesamten öffentlichen Raum)

EXKURS: Erlebnisraumdesign und Herausarbeiten von Erlebnisarealen, und deren bestmögliche Vernetzung



Herausforderung: Bilden von Schnittstellen und Verknüpfungen mit dem direkten Umfeld („Außenwelt“) und der anliegenden Infrastruktur um effektive Synergien zu schaffen !

Empfehlungen für das konkrete Vorgehen

- **Commitment für eine Vision**, die den Speichersee und sein Umland attraktiv macht für weitere Angebotsentwicklung, Investitionen und bezuschusste Projekte
- **Stufenmodell** für den schrittweisen Ausbau von Infrastruktur und Angebot am Speichersee

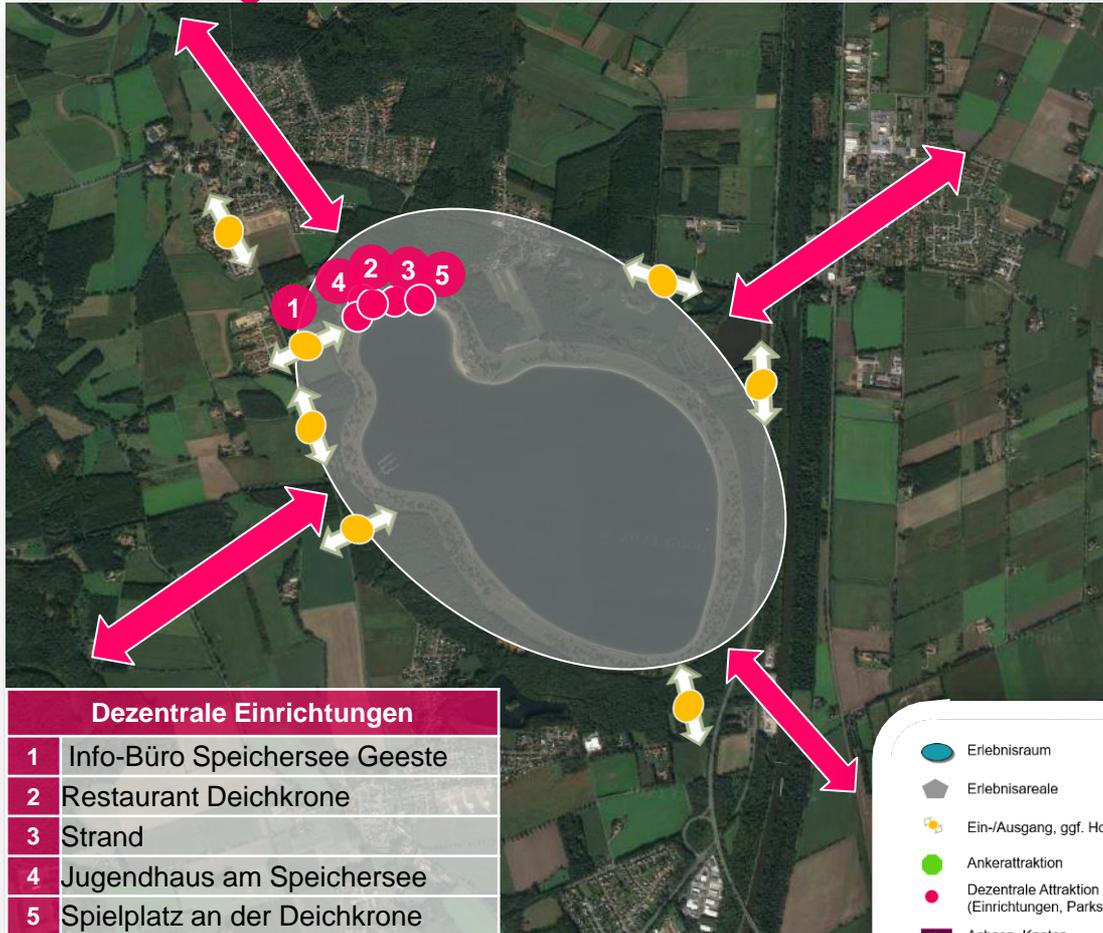
Hieraus sind die entsprechenden **Handlungsfelder**, **Schlüsselmaßnahmen** und **Priorisierungen** abzuleiten, wofür folgende Aufgabenbereiche zu Beginn der Umsetzungen prioritär zu behandeln sind:

Basisinfrastruktur – Organisationsstruktur – Markenprozess

**PLACE MAKING
PLACE BRANDING**

**emotionale
Erlebnisreise**

Speichersee Geeste – Mobilisierung des Potentials durch stärkere Verbindungen des Sees ins Umland



Kooperation und Kommunikation des Sees nach innen und nach außen mit **wechselseitigen Effekten**:

- Attraktivierung des Erlebnisareals Speichersee zur neuen **Ankerattraktion** mit **Leuchteffekt** für die **Region**
- Erzielen von **Synergieeffekten** für das **Umland**

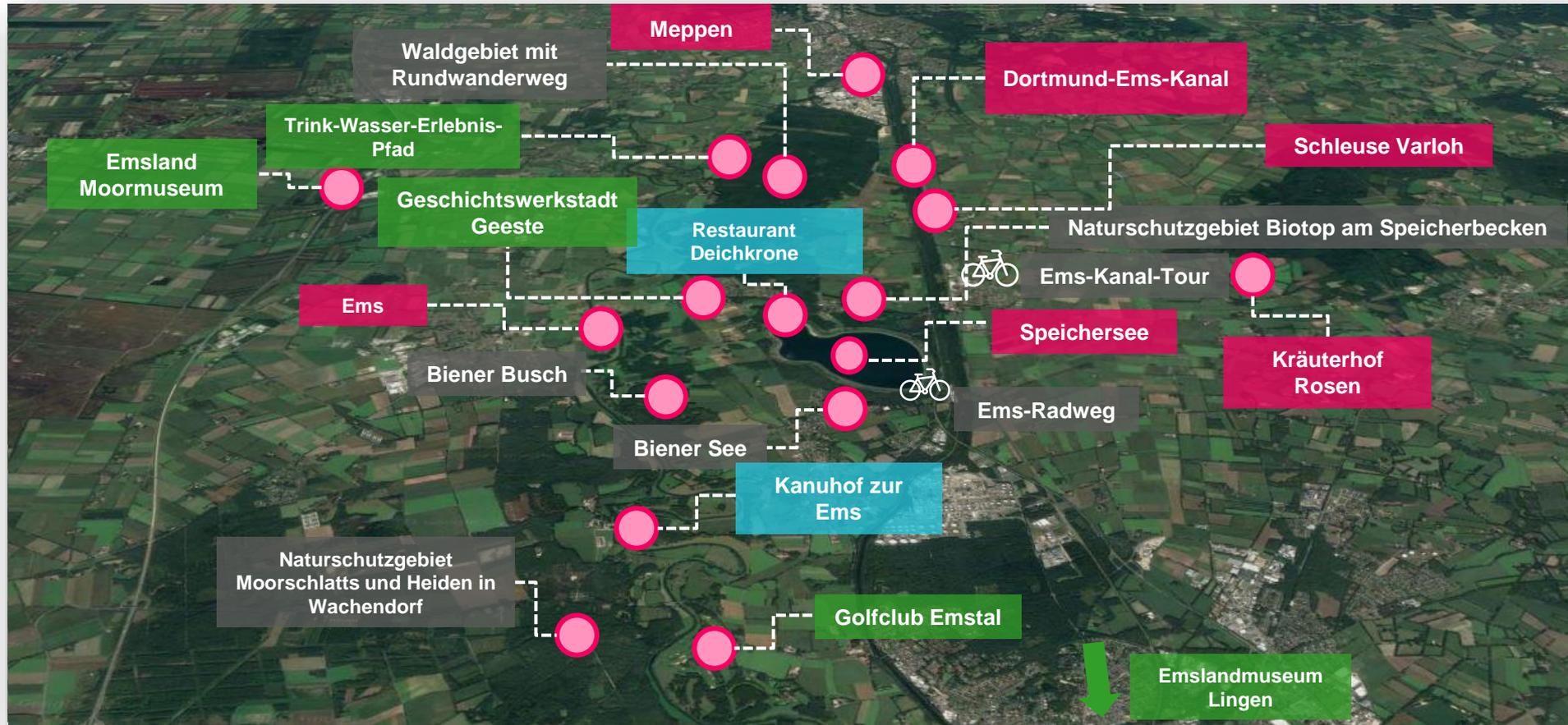
Best Practice: Brombachsee – Erfolgreiche Arealentwicklung am Reißbrett



- **Geplant** als **neues fränkisches Seenland** in den 1970er Jahren
- **Touristisches** und **wasserwirtschaftliches Projekt** zugleich
- Entwicklung zum Seenland in nur 30 Jahren
- **Heute** mit vielfältigen Freizeitangeboten eine **Hauptattraktion** der Region



Erlebnisareal Speichersee Geeste und sein Angebot im näheren Umfeld



Übertragung des Erlebnisraumdesigns auf den Speichersee Geeste und sein Umfeld

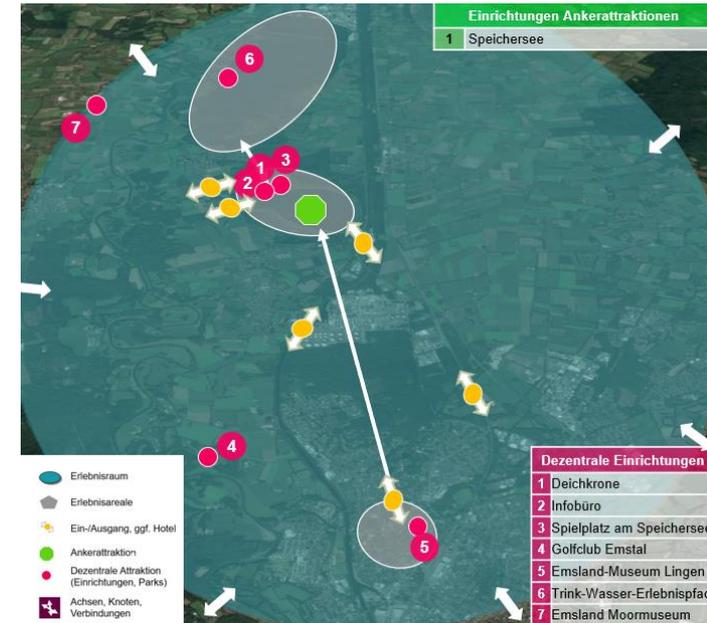
- **Speichersee Geeste:** Erlebnisareal innerhalb des vom Gast wahrgenommenen Gesamterlebnisraumes zwischen Meppen und Lingen
- In einer **ganzheitlichen Systematisierung** ruft der **Erlebnisraum** bei seinen Nutzern **zentrale Emotionen und Erlebnisse hervor**

Erlebnisareale:

- Der Speichersee ist **Erlebnisareal** mit dem **Potential einer Ankerattraktion**
- Altstadt Lingen
- Varloher Waldgebiet mit Rundwanderweg und Trink-Wasser-Erlebnispfad

Dezentrale Einrichtungen:

- Deichkrone
- Infobüro
- Spielplatz am Speichersee
- Golfclub Emstal
- Emsland-Museum Lingen
- Trink-Wasser-Erlebnis-Pfad
- Emsland Moormuseum



Handlungsfelder & Maßnahmen

PROJECT 

Stufenplan



1. Stufe

Naherholungsgebiet Speichersee

- >> Fokus: infrastrukturelle Weiterentwicklung • Optimierung des vorhandenen Angebotes
- >> ZG: Einheimische und Tagesgäste aus dem Nahbereich

2. Stufe

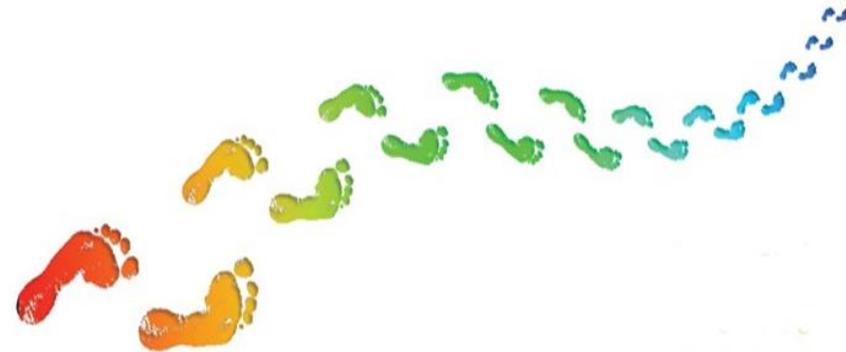
Touristische Weiterentwicklung und Profilierung

- >> Fokus: Entwicklung neuer touristischer Produkte und Angebote (u.a. Vermittlung, (Natur-)Erlebnis, Kultur) • Erweiterung des Beherbergungsangebotes • Intensivierung der Marketingaktivitäten
- >> ZG neu: Kurzurlauber

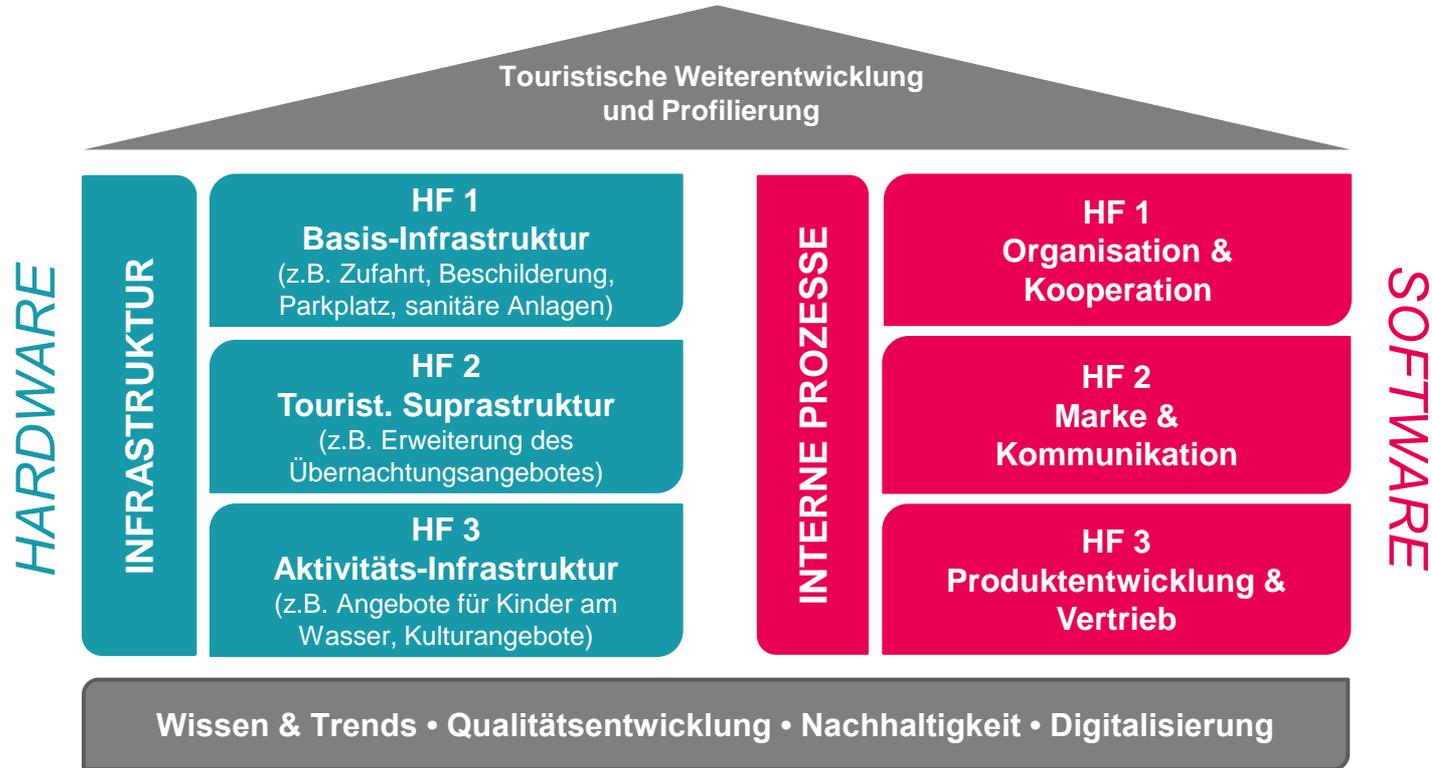
3. Stufe

Destination "Speichersee Geeste"

- >> Fokus: Gesamtkonzept inkl. strukturgebender Zonierung des Sees • umfangreiche touristische Nutzung • Markenführung und stringente Weiterentwicklung von Angeboten und Kommunikationsmaßnahmen
- >> ZG neu: Gäste aus neuen Quellgebieten + Steigerung der Wiederkehrbereitschaft



Ableitung relevanter Handlungsfelder auf Basis der künftigen Ziele und Anforderungen an den Speichersee Geeste



Maßnahme 1: Umsetzungs- und Netzwerkmanagement

	HF 1 Organisation & Kooperation	HF 2 Marke & Kommunikation	HF 3 Produktentwicklung & Vertrieb
	Maßnahme 1: Umsetzungs- und Netzwerkmanagement		
INTERNE PROZESSE	Erläuterung	Ziele	Wer?
	<ul style="list-style-type: none"> Aufbau einer tragfähigen Organisationsstruktur Klare Rollen- und Aufgabenverteilung, Klärung der Verantwortlichkeiten direkt am See (Bewirtschaftung, Information) Projektplanung und -steuerung 	<p>Primärziele</p> <ul style="list-style-type: none"> Fachlich starke Organisation als Grundlage der angestrebten Entwicklung Klärung der Verantwortlichkeiten am See <p>Sekundärziele</p> <ul style="list-style-type: none"> Aufbau einer langfristigen handlungsfähigen und effizienten Organisationsstruktur 	<p>Hauptverantwortlicher</p> <ul style="list-style-type: none"> Gemeinde Geeste, Stadt Lingen > initial, dann Übergang in dezidiertes Umsetzungsmanagement <p>Weitere Akteure</p> <ul style="list-style-type: none"> Externer Dienstleister, Fokus: Change-Prozesse in tourist. Destinationen Tourist. Partner im Emsland und (später) darüber hinaus (?) RWE

Maßnahme 2: Markenentwicklung und Corporate Design (inkl. Design Handbuch)

	HF 1 Organisation & Kooperation	HF 2 Marke & Kommunikation	HF 3 Produktentwicklung & Vertrieb	
	Maßnahme 2: Markenentwicklung und Corporate Design (inkl. Design Handbuch)			
INTERNE PROZESSE	Erläuterung	Ziele	Wer?	
	<ul style="list-style-type: none"> Entwicklung eines „roten Fadens“ für Kommunikation und Marketing Entwicklungsprinzipien für neue Produkte u. Angebote (hierunter auch Guideline für bauliche Maßnahmen) 	<p>Primärziele</p> <ul style="list-style-type: none"> Klares Profil, nach innen und außen Design-Manual & Leitfaden für Produkt- und architektonische Entwicklung <p>Sekundärziele</p> <ul style="list-style-type: none"> Erhöhung der Sichtbarkeit und Stärkung der Mikrodestination Speichersee <p>Perspektivisch</p> <ul style="list-style-type: none"> Ein sicht- und spürbarer Erlebnisraum 	<p>Hauptverantwortlicher</p> <ul style="list-style-type: none"> Umsetzungsmanagement <p>Weitere Akteure</p> <ul style="list-style-type: none"> Externer Dienstleister mit Expertise „(tourist.) Markenentwicklung“ <p><i>Im Laufe des Prozesses einzubeziehen:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> Emsland Touristik „Südl. Emsland“ Tourist. Akteure Naturpark Moor 	<p>Start: Q3-Q4/2021 Hohe Priorität !</p> <p>1. Schritt: Ziele-Commitment & Ausschreibung (!) Querschnittsaufgabe Digitalisierung berücksichtigen</p> <p><i>Der Markenprozess ist die Eintrittskarte für die Entwicklung der touristischen Suprastruktur und der Aktivitäts-Infrastruktur, für Kommunikation und Marketing sowie für jegliche Produkt- und Angebotsentwicklung. Nur mit einer von Anfang an stringenten Markenführung wird eine klar erkennbare Profilbildung Speichersee möglich sein.</i></p>

Maßnahme 3: Optimierung der Erschließung des Erlebnisraums Speichersee

	HF 1 Basis-Infrastruktur	HF 2 Touristische Suprastruktur	HF 3 Aktivitäts-Infrastruktur
Maßnahme 3: Optimierung der Erschließung des Erlebnisraums Speichersee			
INFRASTRUKTUR	Erläuterung	Ziele	Wer?
	<ul style="list-style-type: none"> Zonierung des Sees gemäß künftiger Nutzungsvorhaben Optimierung der Parkplatzsituation Optimierung der Zuwegung(en) Beschilderung und Vermittlung zum und am See Errichtung weiterer sanitärer Anlagen Bereitstellung von temporären Parkplätzen für Veranstaltungen 	<p>Primärziel</p> <ul style="list-style-type: none"> Optimierung der notwendigen Basis-Infrastruktur zugunsten von guter Erreichbarkeit und Besucherlenkung und -freundlichkeit <p>Sekundärziel</p> <ul style="list-style-type: none"> Schaffung einer attraktiven Basis für die weitere Entwicklung 	<p>Hauptverantwortlicher</p> <ul style="list-style-type: none"> Umsetzungsmanagement <p>Weitere Akteure</p> <ul style="list-style-type: none"> Gemeinde Geeste Stadt Lingen Tourist. Leistungsträger am See Ggf. Vereine am See



Maßnahme 4: Digitalisierungs- und Kommunikationskonzept

	HF 1 Organisation & Kooperation	HF 2 Marke & Kommunikation	HF 3 Produktentwicklung & Vertrieb
Maßnahme 4: Digitalisierungs- und Kommunikationskonzept			
INTERNE PROZESSE	Erläuterung	Ziele	Wer?
	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Konzept, das für möglichst viele Partner umsetzbar ist und die Region digital fit macht für ihre (neuen) Gäste ▪ Grundlagen für eine verbesserte Erreichbarkeit von Informationen und Buchungsprozessen ▪ Aufbau einer Kommunikation, die auf das Ziel „ein zusammenhängender Erlebnisraum“ einzahl 	<p>Primärziele</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Erfolgreiche Digitalisierungsoffensive in der gesamten Customer Journey ▪ Zielgerichtete markenbasierte Kommunikation (intern/extern) <p>Sekundärziele</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Steigerung der Sichtbarkeit am Markt ▪ Steigerung der Benutzerfreundlichkeit (möglichst) aller Betriebe u. Angebote 	<p>Hauptverantwortlicher</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Umsetzungsmanagement <p>Weitere Akteure</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Externer Dienstleister mit Fokus (Online-) Kommunikation (im Tourismus) ▪ Sämtliche touristische und weitere in die Entwicklung am See und in der näheren Umgebung einbezogene Partner
			<p>Start: 2022</p> <p>1. Schritt: Vorliegen der neuen Markenidentität & des Design Manuals</p> <p><i>Der Prozess hin zu einer starken digitalen und medialen Präsenz wird idealerweise von vielen Partnern getragen und umgesetzt. Um eine breite Akzeptanz und Anwendung der neuen Kommunikationsprinzipien zu erlangen, ist ein strategisch-technischer Prozess nötig, der die Markenwerte/-grundlage mit den Produkten und Angeboten sowie den Zielen von Region und Partnern in einen zukunftsorientiert-stimmigen Einklang bringt. Eine begleitende und den Prozess sichtbar machende (B2B-) Kommunikation wird empfohlen.</i></p>

Maßnahme 5: Masterplan Beherbergung und Gastronomie – Bestand und Neuansiedlungen

				HF 1 Basis-Infrastruktur	HF 2 Touristische Suprastruktur	HF 3 Aktivitäts-Infrastruktur
				Maßnahme 5: Masterplan Beherbergung und Gastronomie – Bestand und Neuansiedlung		
INFRASTRUKTUR	Erläuterung	Ziele	Wer?	Anmerkungen & Empfehlungen		
		<ul style="list-style-type: none"> Bedarfsermittlung Übernachtung und Gastronomie für Geeste und Lingen Entwurf eines Masterplans für die Weiterentwicklung des Bestandsangebots, für neue Einheiten und die Ansiedelung neuer Partner/Investoren – auf Basis der definierten Markenwerte und des künftigen Profils 	<p>Primärziel</p> <ul style="list-style-type: none"> Valide Grundlage für den Ausbau von Beherbergung und Gastronomie <p>Sekundärziel</p> <ul style="list-style-type: none"> Konzept zur Steigerung der touristischen Wertschöpfung in der Region durch Übernachtung und Gastronomie <p>Perspektivisch</p> <ul style="list-style-type: none"> Neuansiedlung 	<p>Hauptverantwortlicher</p> <ul style="list-style-type: none"> Umsetzungsmanagement <p>Weitere Akteure</p> <ul style="list-style-type: none"> Externer Dienstleister >> Erarbeitung des Masterplans auf Basis von Bestand, Potenzial und Markenkünftigem Profil Gemeinde Geeste, Stadt Lingen Partner aus Gastronomie und Beherbergung 	<p>Start: 2022</p> <p>1. Schritt: Ziel-Commitment und, davon abgeleitet, Ausschreibung des Masterplans</p> <p><i>Insbesondere vor dem Hintergrund der aktuell untergeordneten Rolle des Freizeittourismus in der Gästeansprache der Bestandsbetriebe ist das Potenzial für weitere Investitionen in Beherbergung und Gastronomie kritisch zu prüfen und zu bewerten. Erst ein solcher Masterplan wird die gezielte Weiterentwicklung – auch auf Basis der bis dahin erarbeiteten Markenwerte – und fundierte Ansprache potenzieller Investoren u. Betreiber ermöglichen.</i></p>	

Maßnahme 6: Qualitätsoffensive in der gesamten touristischen Leistungskette auf Basis Marke und Design

HF 1
Organisation & Kooperation

HF 2
Marke & Kommunikation

HF 3
Produktentwicklung &
Vertrieb

Maßnahme 6: Qualitätsoffensive in der gesamten touristischen Leistungskette auf Basis Marke und Design

INTERNE PROZESSE

Erläuterung

- Aufnahme des Status Quo in der Qualität in Angebot und Gästeansprache
- Erarbeitung von auf die Region angepassten Qualitätskriterien für die gesamte Customer Journey
- Etablierung der neuen Qualitätsstandards inkl. Unterstützung der Betriebe

Ziele

Primärziele

- Umsetzung eines einheitlichen Qualitätsversprechens im Angebot und im Gästekontakt

Sekundärziele

- Steigerung der Attraktivität der Region für weitere Investitionen
- Image-Verbesserung

Wer?

Hauptverantwortlicher

- Umsetzungsmanagement

Weitere Akteure

- Externer Dienstleister, Fokus: Qualitätsentwicklung in tourist. Destinationen
- Ggf. weitere Partner wie z.B. IHK

Anmerkungen & Empfehlungen

Start: Winter 2022/2023

1. Schritt: Vorliegen von Markenwerten und Design Manual & erste Ergebnisse aus dem Masterplan Beherbergung und Gastronomie (siehe Maßnahme 5)

*Zu einem als einheitlich wahrnehmbaren Erlebnisraum gehört auch die Verständigung auf **Qualitätsstandards**. Diese – nach einer validierten Bestandsaufnahme und unter Berücksichtigung der Marken- und Designvorgaben – definierten Standards umzusetzen, ist für eine mittel- bis langfristig erfolgreiche Entwicklung hin zu einer Leuchtturm-Destination unerlässlich.*

Maßnahme 7: Weiterentwicklung der Aktivitäts-Infrastruktur mit Machbarkeitsprüfungen und Finanzierungskonzepten

	HF 1 Basis-Infrastruktur	HF 2 Touristische Suprastruktur	HF 3 Aktivitäts-Infrastruktur
	Maßnahme 7: Weiterentwicklung der Aktivitäts-Infrastruktur mit Machbarkeitsprüfungen und Finanzierungskonzepten		
INFRASTRUKTUR	Erläuterung	Ziele	Wer?
	<ul style="list-style-type: none"> Prüfung bereits vorliegender Ideen auf Machbar- und Stimmigkeit hinsichtlich der zukünftigen Ausrichtung der Destination Speichersee Erarbeitung eines Maßnahmenkatalogs Umsetzungsbegleitung, unter Berücksichtigung der übergeordneten Destinationsziele sowie von Marke und Design Finanzierungskonzept 	<p>Primärziele</p> <ul style="list-style-type: none"> Steigerung der Angebotsattraktivität Ansprache neuer Zielgruppen <p>Sekundärziele</p> <ul style="list-style-type: none"> Schaffung eines USP für die Destination Speichersee Stetige Weiterentwicklung hin zu einem zusammenhängenden Erlebnisraum 	<p>Hauptverantwortlicher</p> <ul style="list-style-type: none"> Umsetzungsmanagement <p>Weitere Akteure</p> <ul style="list-style-type: none"> Gemeinde Geeste, Stadt Lingen Externer Dienstleister >> Gesamtkonzept, Machbarkeitsstudien Tourist. Partner und Vereine am See Weitere Leistungsträger mit relevanten Angeboten
			<p>Start: ab Winter 2021/2022</p> <p>1. Schritt: Ziel-Commitment</p> <p><i>Um vorhandene und künftige Angebote auf attraktiv-stimmige Weise zu präsentieren, ist eine Steuerung der Weiterentwicklung gemäß Ziel-Commitment und Markenwerten/Design nötig. Es wird in einem frühen Stadium z.B. um eine sinnvolle Zonierung des Sees (vgl. Maßnahme 3) gehen und um die grundsätzliche mittel- bis langfristige Ausrichtung. So können innerhalb dieser Maßnahme kurz- bis mittelfristig weitere Angebote entstehen, die den Erlebnisraum Schritt für Schritt füllen.</i></p>

Maßnahme 8: Produktentwicklung

	HF 1 Organisation & Kooperation	HF 2 Marke & Kommunikation	HF 3 Produktentwicklung & Vertrieb
	Maßnahme 8: Produktentwicklung		
INTERNE PROZESSE	Erläuterung	Ziele	Wer?
	<ul style="list-style-type: none"> Erarbeitung von Grundsätzen und Handreichungen für die (Weiter-) Entwicklung tourist. Produkte u. Angebote Prozess zur Implementierung erster beispielhafter Produkte in unterschiedlichen Kategorien und Dimensionen Breit angelegte Initiative zur Produktentwicklung (möglichst) aller tourist. Akteure 	<p>Primärziele</p> <ul style="list-style-type: none"> Steigerung der Attraktivität der Region Wahrnehmbarkeit des Erlebnisraums <p>Sekundärziele</p> <ul style="list-style-type: none"> Steigerung der Aufmerksamkeit auf die Region Image-Gewinn Stärkung des tourist. Wir-Gefühls <p>Perspektivisch</p> <ul style="list-style-type: none"> Marktpräsenz durch immer neue Produkte 	<p>Hauptverantwortlicher</p> <ul style="list-style-type: none"> Umsetzungs-/ Destinationsmanagement <p>Weitere Akteure</p> <ul style="list-style-type: none"> Tourist. Akteure Externer Dienstleister mit Fokus „Marke & Produkt“, u.a. für Moderation und Workshops Ggf. Vertreter anderer Good Practice-Destinationen

Maßnahme 9: Marketing- und Vertriebsoffensive

	HF 1 Organisation & Kooperation	HF 2 Marke & Kommunikation	HF 3 Produktentwicklung & Vertrieb
Maßnahme 9: Marketing- und Vertriebsoffensive			
INTERNE PROZESSE	Erläuterung	Ziele	Wer?
	<ul style="list-style-type: none"> Konzept zum Launch des neuen Erlebnisraums, der neuen Destination „Klimapark Speichersee“ Ggf. langfristige prozessbegleitende Kommunikationsstrategie, die in diesen Launch mündet Definition neuer Kanäle und Ansprachen für Vertrieb und Marketing Marketing-Kampagne 	<p>Primärziel</p> <ul style="list-style-type: none"> Sichtbarmachung der neuen Destination <p>Sekundärziele</p> <ul style="list-style-type: none"> Steigerung der Ankünfte und Übernachtungen Erreichen neuer Kundengruppen Generierung von Aufmerksamkeit für weitere Kommunikation, z.B. via Journalisten 	<p>Hauptverantwortlicher</p> <ul style="list-style-type: none"> Umsetzungs-/Destinationsmanagement <p>Weitere Akteure</p> <ul style="list-style-type: none"> Externer Dienstleister mit Fokus Marketing Alle touristisch relevanten Akteure der Region Ggf. Medienpartner

Maßnahme 10: Evaluierung und Weiterentwicklung

	HF 1 Organisation & Kooperation	HF 2 Marke & Kommunikation	HF 3 Produktentwicklung & Vertrieb
	Maßnahme 10: Evaluierung und Weiterentwicklung		
INTERNE PROZESSE	Erläuterung	Ziele	Wer?
	<ul style="list-style-type: none"> Definition von Meilensteinen Regelmäßige Überprüfung von Projektfortschritt und Zielerreichung Ggf. Anpassungen in der Projekt- und Prozesssteuerung Permanente Weiterentwicklung auf Basis von Evaluierung und Gesamtkonzept/Ziel 	<p>Primärziel</p> <ul style="list-style-type: none"> Erreichen und Einhalten der gesetzten Meilensteine und Ziele <p>Sekundärziele</p> <ul style="list-style-type: none"> Effiziente Prozessführung Möglichkeit zu bedarfsweisen zielorientierten Anpassungen Garantie der stetigen Weiterentwicklung 	<p>Hauptverantwortlicher</p> <ul style="list-style-type: none"> Umsetzungsmanagement <p>Weitere Akteure</p> <ul style="list-style-type: none"> Weitere an den einzelnen Prozessen beteiligte Akteure Externer Dienstleister, begleitend (Fokus: Gesamtkonzept und Change Management im Tourismus)

Von den Handlungsfeldern zum Stufenplan

Die notwendigen Maßnahmen auf dem Weg zu einer touristischen „Destination Speichersee“ erfordern ein stringentes, auf mehrere Jahre angelegtes **Umsetzungsmanagement**:

Stufe 0, 2021:

Aufbau des Entwicklungsprozesses: Ziel- und Maßnahmen-Commitment • Förderoptionen für Schlüsselprojekte • Interimsstruktur für Projektverantwortung • Vorarbeiten für Folgeprozesse

Stufe 1, 2021/22:

HF-Fokus: Basis-Infrastruktur • Organisationsstruktur • Marke & Kommunikation

Stufe 2, 2022/23:

HF-Fokus: Suprastruktur • Produktentwicklung & Vertrieb • Aktivitätsinfrastruktur
→ erste Evaluierung

Stufe 3, 2024/25:

HF-Fokus: Suprastruktur • Produktentwicklung & Vertrieb • Aktivitätsinfrastruktur • Marke & Kommunikation
→ Evaluierung, Folgestrategie, Anpassung der Organisationsstrukturen

Querschnittsthemen:

- Nachhaltigkeit
- Digitalisierung
- Qualität
- Wissen und Trends

Stufenplan

PROJECT 



Stufenplan



2. Stufe

Touristische Weiterentwicklung und Profilierung

>> Fokus: Entwicklung neuer touristischer Produkte und Angebote (u.a. Vermittlung, (Natur-)Erlebnis, Kultur) • Erweiterung des Beherbergungsangebotes • Intensivierung der Marketingaktivitäten
>> ZG neu: Kurzurlauber

1. Stufe

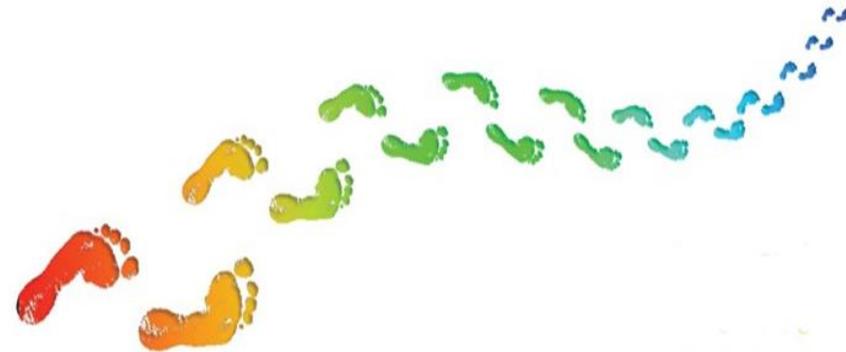
Naherholungsgebiet Speichersee

>> Fokus: infrastrukturelle Weiterentwicklung • Optimierung des vorhandenen Angebotes
>> ZG: Einheimische und Tagesgäste aus dem Nahbereich

3. Stufe

Destination "Speichersee Geeste"

>> Fokus: Gesamtkonzept inkl. strukturgebender Zonierung des Sees • umfangreiche touristische Nutzung • Markenführung und stringente Weiterentwicklung von Angeboten und Kommunikationsmaßnahmen
>> ZG neu: Gäste aus neuen Quellgebieten + Steigerung der Wiederkehrbereitschaft



Vom Stufenplan zur Vision: Teilziele

Stufe 1:

Der Speichersee Geeste ist eine **attraktive Mikrodestination** für aktive **Natur- und Kulturinteressierte**, die jenseits von Ferienparks Erholung suchen und gleichzeitig offen sind für neue emotionale Erlebnisse, bevorzugt am Wasser.

Stufe 2:

Der Speichersee Geeste ist ein **Naherholungsgebiet**, das **Einheimische und Gäste** gleichermaßen anspricht und durch seine Anlagen, seine **architektonischen Elemente** und seine **Angebote als *ein* zusammenhängender Erlebnisraum** wahrgenommen wird, dessen **Fokus auf dem sanften Natur- und Kulturerlebnis** liegt, gepaart mit einer stringenten Umsetzung nachhaltiger Ansätze.

Stufe 3:

Der Speichersee Geeste wird zu einem **national und international anerkannten Besuchermagnet** und **Vorzeigebispiel** für den **Wandel vom Kernenergie-Standort zur klimaneutralen Destination**: Ein **Energie- und Klimapark** wird der neue **Leuchtturm im Emsland**, flankiert von klimaneutralen Übernachtungsangeboten und einer ganzheitlichen vom See ausgehenden Vermittlung.

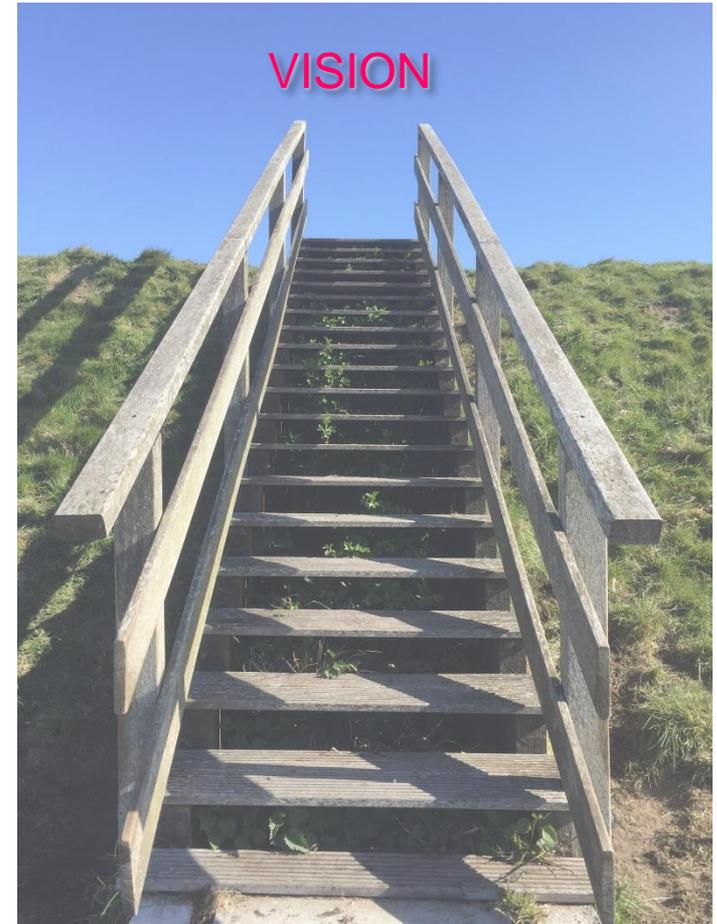
**Vision:
„Klimapark am
Speichersee“**

PROJECT 

Die Vision „Klimapark am Speichersee“ (Arbeitstitel) in aller Kürze

Der künftige „Klimapark Speichersee“ ist ein als zusammenhängend wahrnehmbarer Erlebnisraum, der

- Einheimische und Gäste gleichermaßen anspricht
- die Schwerpunktthemen Natur, (Industrie-)Kultur und Energie/Nachhaltigkeit konsequent bedient
- in seiner Ganzheitlichkeit zu einem Vorzeigebispiel für zukunfts-, standort- und klimaorientierte Regionalentwicklung wird
- für permanente Weiterentwicklung und innovative Ansätze bekannt ist
- durch neue Kooperationen, z.B. mit Forschung, Wissenschaft und Wirtschaft, auch im B2B-Segment erstarkt
- zur Wiederkehr, auch jenseits der klassischen Hauptsaison, einlädt und anregt.



Vision „Klimapark am Speichersee“: Warum?

- Ein **“Klimapark Speichersee” (Arbeitstitel)** bündelt die für die Region definierten Themenschwerpunkte und macht sie sicht- und erlebbar
- Eine **ganzheitliche Ausrichtung & permanente Weiterentwicklung von Produkten** schafft neue Reise- und Kommunikationsanlässe
- Eine **realistisch-ehrgeizige Vision ist Grundlage weiterer Ansiedlung und Investition**, sowohl als Erweiterung des bestehenden Angebots bereits ortsansässiger Akteure
- **Ansprache neuer Investoren und Gründer** (z.B. Kooperationen mit Hochschulen und Designbüros, Aufbau eines Gründer-/InnovationLabs zur Erhöhung der Sichtbarkeit der Region) **wird gefördert**
- **Elemente aus Wissenschaft und Forschung als Ausbaustufe** denkbar, etwa in Kooperation mit anderen “good practice“-Orten, mit Hochschulen und/oder in der Bereitstellung von Räumlichkeiten für Workshops, Konferenzen und Entwicklung

Weil Energiegewinnung und Klimathemen zwischen Vergangenheit und Gegenwart eine große Rolle hier in der Region spielen ...

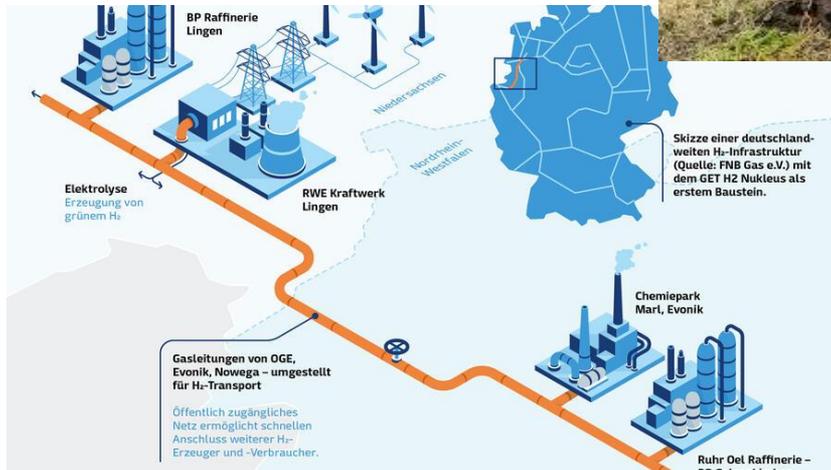
Trink-Wasser-Erlebnis-Pfad



Torfgewinnung



Ölförderung & Erdöl- Erdgas-Museum in Twist



RWE und der grüne Wasserstoff in Lingen

Günstige Vorzeichen für einen „Klimapark am Speichersee“

- **Klimaneutrales Reisen** gewinnt an Stellenwert. Schon jetzt richten einzelne Destinationen ihr Handeln und ihr künftiges Profil nach größtmöglicher Nachhaltigkeit aus.
- Der Trend zur **Individualreise** ist durch die Covid 19-Pandemie verstärkt worden.
- Es wächst die Neugier auf **alternative Übernachtungsangebote** wie z.B. Glamping.
- **Naturerlebnisse** „vor der eigenen Haustüre“ haben wieder an Bedeutung gewonnen.
- Trends wie **Staycation** und **Workation** verändern die Ansprüche an die touristische Infrastruktur.
- Dem Gast von heute sind **Transparenz und Vertrauen** wichtig.
- Rund um den Speichersee kann/können „**echte Geschichte/n**“ erzählt werden, weil die der weiteren Entwicklung zugrunde liegenden Themen ihren Ursprung in der Natur, Kultur und Historie der Region haben.
- Der künftige Erlebnisraum lädt zum **Entdecken** ein.

Elemente auf dem Weg zum Klimapark

PROJECT 

Mögliche Elemente auf dem Weg zum „Klimapark am Speichersee“

Ein „Klimapark am Speichersee“ ist ein ganzheitlicher Ansatz, der kurz- bis langfristig eine stringent thematische Entwicklung ermöglicht, die **natürliche, historische und kulturelle Besonderheiten der Region** mit dem **Energie-, Klima- und Nachhaltigkeitsthema** verknüpft.

Beispiele für Elemente, die auf dem Weg zum „Klimapark am Speichersee“ entstehen können:

- **Experimentarium** am See und weitere Stationen entlang der Rad- und Wanderwege
- Thematisch angelegte **Spielplätze**
- Thematisch angelegte **Fitness-Stationen**
- **Action-Parcours** am und auf dem Wasser, der mit den Elementen spielt
- **Klimafreundliche und -neutrale Übernachtungseinheiten**, die mit natürlichen Materialien erstellt werden und ggf. regionstypische Merkmale widerspiegeln

Weitere Elemente auf dem Weg zum „Klimapark am Speichersee“

Ein „Klimapark am Speichersee“ öffnet auch neue Möglichkeiten der

- Verbindung des Sees ins **Umland**
- Verbindung von See und **Industrie**(kultur)
- Kooperation mit beispielsweise anderen **Klimazentren und -parks**, mit **Wissenschaft, Forschung, Design und Architektur**
- Kooperation im Bereich „**klimaneutrale Mobilität**“ zum und am Urlaubsort
- Schaffung neuer **Konferenz- und Workshop-Locations**, um auch für Partner aus Wirtschaft, Wissenschaft und Forschung ein „place to be“ zu werden.

(!) Rolle der RWE und des Energiewandels in der Region



Ziele & Zielgruppen

PROJECT 

Zielgruppen

Das Emsland bearbeitet zwei Zielgruppen:

- **Paare ohne Kinder**
- **Familien mit Kindern**



Diese Zielgruppen bilden also auch die Basis der Marktbearbeitung rund um den Speichersee. Gleichzeitig geht es in der Entwicklung der Destination speziell in den ersten beiden Stufen auch um

- **Einheimische**
- **Tagesgäste** aus der näheren Umgebung
- **Kurzreisende.**

Dies ist hinsichtlich der Kommunikation und auch hinsichtlich der Angebotsentwicklung zu berücksichtigen.

Zielgruppen: Chancen

„Die Urlaubsreisenden bleiben neugierig und flexibel, erfahren, anspruchsvoll und multi-optional.“

(ReiseAnalyse 2021)

- Mit der Entwicklung hin zu einem „Klimapark am Speichersee“ eröffnen sich weitere **Möglichkeiten** in der **gezielten Gästeansprache**
- **Trends** wie **Workation** und **Urlaub im eigenen Land** bieten **Chancen in der Produktgestaltung** und in der **Kommunikation**, wie der empfohlene Fokus „Klima/Energie/Natur/Nachhaltigkeit“
- Das schon **heute vielfältige Angebot** erreicht ein **breites Spektrum an Gästen**: Aktive in der Natur, Erholungssuchende, Kulturinteressierten & Multioptionale aller Altersklassen
- Auch hier ist es wieder wichtig, für die **einzelnen Abschnitte in der Destinationsentwicklung** genau zu **definieren**, welche Ziele mit welchen Maßnahmen erreicht und **welche Gästegruppen** vorrangig **bedient werden sollen**

*Eine regelmäßige klare **FOKUSSIERUNG** ist angesichts der Angebotsvielfalt und unter Berücksichtigung weiterer touristischer Trends und Tendenzen für den gesamten Prozess der Destinationsentwicklung unabdingbar!*



Vom Strategieprozess zur Umsetzung: Nächste Schritte

PROJECT 

Schlüsselmaßnahmen, Vision und nächste Schritte

- Die skizzierten Schlüsselmaßnahmen bilden den **essentiellen Rahmen** für eine **mittel- bis langfristige Entwicklung** am und um den Speichersee Geeste hin zum „Klimapark Speichersee“. Der Fokus liegt auf Maßnahmen, die **ab sofort und bis 2023** begonnen werden können und sollten, um die Vision „Klimapark Speichersee“ in die Wirklichkeit zu überführen.
- Der „**Klimapark Speichersee**“ mag ein Fernziel sein, doch ist jeder Schritt **ab Projektphase 0** ein zentraler, mit Blick auf das übergeordnete Ziel eines **thematisch und visuell zusammenhängenden Erlebnisraumes**.
- Die **zehn Schlüsselmaßnahmen** können als Arbeitspakete gesehen werden, innerhalb welcher **weitere konkrete Aufgaben** zu definieren sind.
- Essentiell zu Beginn: **Ziel-Commitment, Aufbau des Umsetzungsmanagements** und Start eines **Markenprozesses**

Die nächsten vorrangigen Aufgaben nach dem Strategieprozess

Um zügig von der Strategie zur Handlung zu kommen, sollte der Fokus der internen Arbeit zunächst auf der skizzierten **Stufe 0** liegen. Es geht hier um

- ein **Commitment für das Ziel** auf politischer Ebene
- den Aufbau eines **interimistischen Umsetzungsmanagements**
- die **Vorbereitung von Folgeprozessen**
- die **budgetäre Grundlage inklusive Förderoptionen.**

Die priorisierten Aufgaben hiernach – und damit in **Stufe 1** – sind

- Aufbau des **Umsetzungsmanagements** (HF „Organisation & Kooperation“)
- **Markenprozess** (HF „Marke & Kommunikation“)
- **erste Infrastrukturmaßnahmen am See** (HF „Infrastruktur“).



***Vielen Dank für Ihre
Aufmerksamkeit!***

Kurze Feedbackrunde



Disclaimer

Aus Lesbarkeitsgründen wird im vorliegenden Dokument die männliche Sprachform verwendet. Hiermit ist keine Benachteiligung des weiblichen Geschlechts verbunden. Die sprachliche Vereinfachung ist als geschlechtsneutral zu verstehen.

Sämtliche von PROJECT M erarbeiteten Konzepte und sonstige Werke und damit auch sämtliche Nutzungsrechte erbrachter Leistungen bleiben bis zur Abnahme und Honorierung durch den Auftraggeber Eigentum von PROJECT M. Weitergabe und Vervielfältigung (auch auszugsweise) sind bis dahin lediglich mit schriftlicher Einwilligung von PROJECT M zulässig.

Soweit Fotos, Grafiken u.a. Abbildungen zu Layoutzwecken oder als Platzhalter verwendet wurden, für die keine Nutzungsrechte für einen öffentlichen Gebrauch vorliegen, kann jede Wiedergabe, Vervielfältigung oder gar Veröffentlichung Ansprüche der Rechteinhaber auslösen.

Wer diese Unterlage – ganz oder teilweise – in welcher Form auch immer weitergibt, vervielfältigt oder veröffentlicht, übernimmt das volle Haftungsrisiko gegenüber den Inhabern der Rechte, stellt die PROJECT M GmbH von allen Ansprüchen Dritter frei und trägt die Kosten der ggf. notwendigen Abwehr von solchen Ansprüchen durch die PROJECT M GmbH.

