

11. Januar 2023

Informationsabend für Föhrerinnen & Föhrer Amt Föhr-Amrum und FTG

Tourismuskonzept

FÖHRgreen

Marketing: Presse, Medien, Prospekte & Co.

Veranstaltungen

foehr.de

Tageskurabgabe

Jochen Gemeinhardt

Friesische Karibik



Touristische Kennzahlen

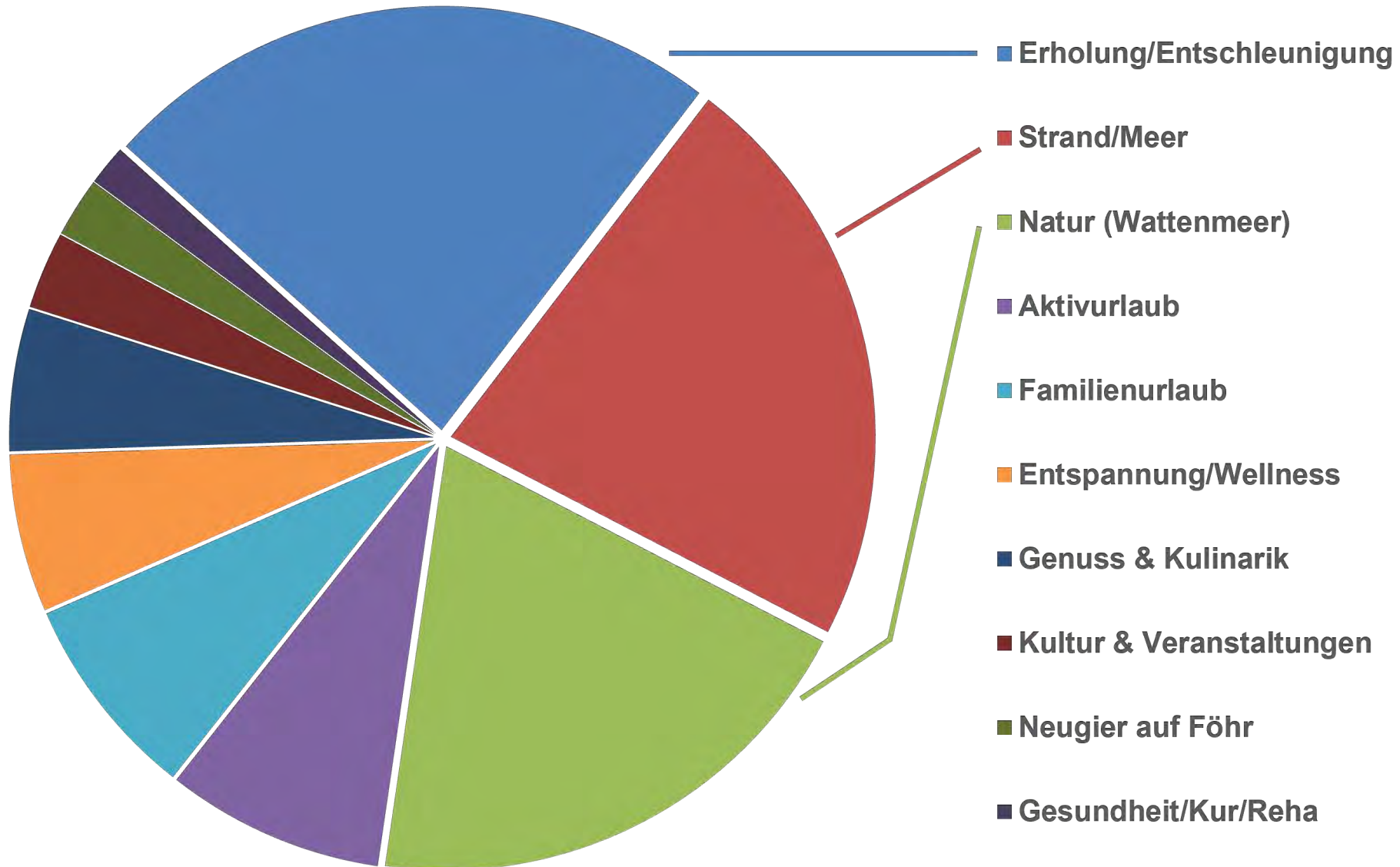
- **1.792.985** Übernachtungen (60 % Wyk // 40 % Föhr-Land)
- **194.648** Gäste (+ ca. 30.000 verkaufte Tagesgästekarten)
- **9,21** Tage ø-Aufenthaltsdauer
- **2.715** Beherbergungsbetriebe
 - Großteil der Unterkünfte nicht gewerblich (<10 Betten)
- **17** Hotels und **8** Pensionen, **1** Jugendherberge
- ca. **20.000** Betten // davon **750** Hotels + Pensionen $\approx$ **3,75 %**

Quellmärkte

Inland	99,05 %
Nordrhein-Westfalen	22,45 %
Schleswig-Holstein	16,19 %
Niedersachsen	14,97 %
Hamburg	8,46 %
Hessen	7,20 %

Ausland	
Schweiz	0,55 %
Österreich	0,18 %
Dänemark	0,05 %
USA	0,03 %
F, Lux., NL	je 0,02 %

Besuchsgründe



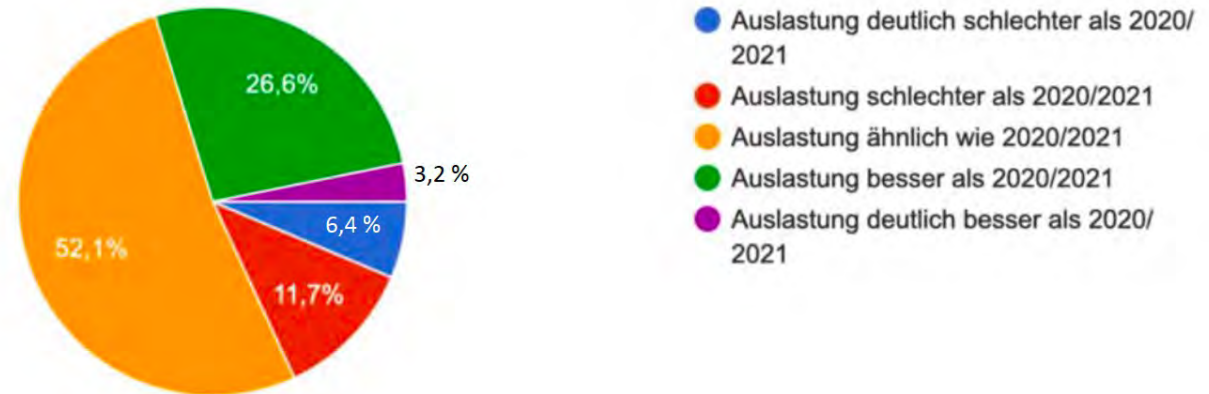
Buchungslage

- Eindrücke aus Buchungsumfrage im Dezember 2022: siehe Grafiken

- Rückmeldung der Agenturen:

- Schwer einschätzbares Jahr
- Manche Phasen besser, manche deutlich schlechter als vor/während der Pandemie
- Für die meisten nicht das beste Jahr...

Wie schätzen Sie die bisherige Saison 2022 im Vergleich zu den Jahren 2020 und 2021 ein?



Wie schätzen Sie die bisherige Saison 2022 im Vergleich zu den Jahren 2018 und 2019 ein?



Drei Leitzielgruppen

● Familien mit Kindern

(Kinder im Alter von 0-2 | 3-5 | 6-14 Jahren)

● Singles und Paare im mittleren Alter

(45-65 Jahre) (Empty Nester)

● Singles und Paare 50+ (Best Ager)



Insbesondere für die Marketingkommunikation nach „außen“ empfiehlt sich die Anwendung werte- und lebensstilorientierter Zielgruppensystematiken, wie die der Sinus-Milieus, für eine noch effektivere Zielgruppenansprache.



Zielgruppen der Nordsee SH



Natururlauber

- Motiv: Ursprünglichkeit & Natur erleben
- viele Paare
- vorwiegend 50 +
- besonders: Aufenthalte in der Natur, Rad fahren, typische Speisen genießen
- auch: Aktivitäten am/im und auf dem Wasser, kulturelle Sehenswürdigkeiten
- Werteorientierung: Verantwortung & Nachhaltigkeit, eher Qualitäts- als Preisorientierung



Familien

- Motiv: Spaß mit der Familie erleben
- mit Kindern
- Zwei Untergruppen
 - a) „Wasserratten“:
fast nur Aktivitäten am/im und auf dem Wasser
 - b) Aktivfamilien: vielseitige Aktivitäten vom Wasser über Erlebniseinrichtungen zum Rad fahren u.v.m.
- Werteorientierung: Vergnügen & Leidenschaft, eher Preis- als Qualitätsorientierung



Entschleuniger

- Motiv: sich verwöhnen lassen, etwas für die Gesundheit tun, abschalten, auch mal Luxus genießen
- vorwiegend Paare
- ab 35 +, sehr viele 50 +
- besonders: Spazieren gehen
- auch: Shopping, Naturaufenthalte, Wellness
- überdurchschnittliche Ausgaben
- Werteorientierung: Frieden & Harmonie, eher Preis- als Qualitätsorientierung



Neugierige

- Motiv: Land & Leute kennenlernen
- vorwiegend Paare, aber auffällig viele Singles, zum Teil auch Gruppen
- ab 35 +, sehr viele 65 +
- besonders: Rad fahren, Veranstaltungsbesuche
- auch: kulturelle Sehenswürdigkeiten, Naturaufenthalte u.v.m.
- überdurchschnittliche Ausgaben
- Werteorientierung: zwischen Preis- und Qualitätsorientierung

Quelle: Nordsee Masterplan, Nordsee-Tourismus-Service. 2017



Zielgruppen

Positionierungsstrategie Föhr

Kernbotschaft &
Qualitätsmerkmal

Profilspitzen

Profilthemen

Basisthemen



FÖHRgreen
(Nachhaltigkeitsbewusstsein & -Erlebnis)

Radfahren



Strand und
Wattenmeer



„Aktives Naturerleben“

Wellness



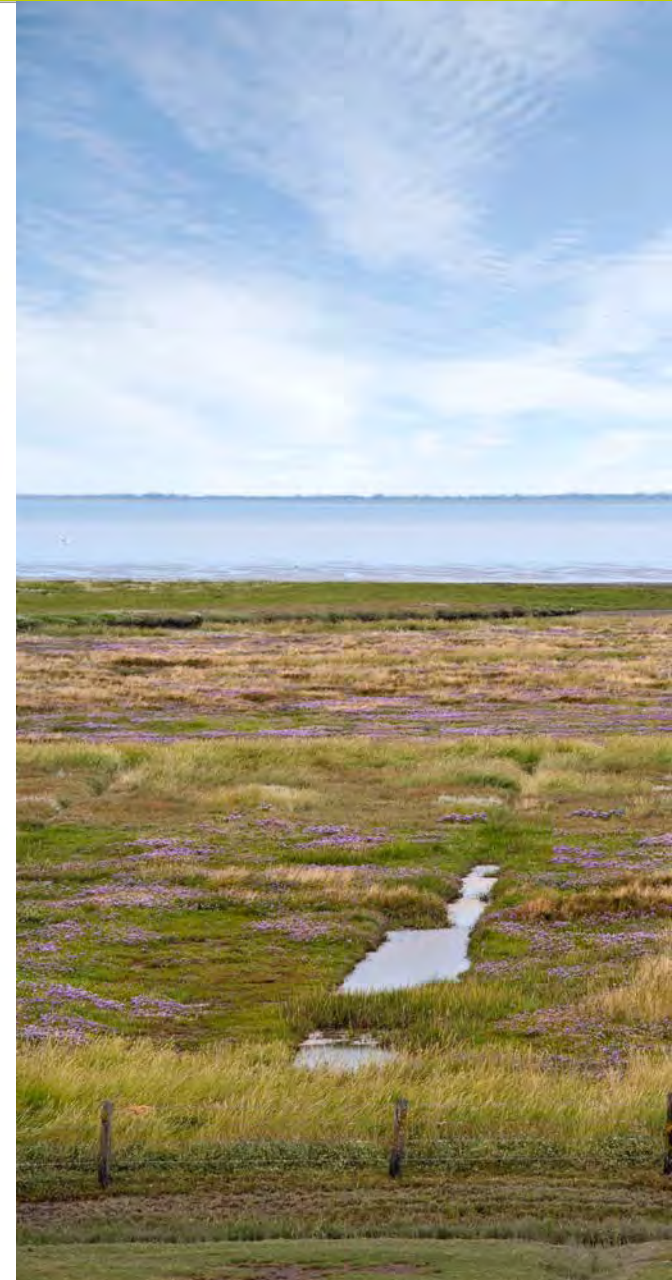
Erholung



„Gesundes Genießen“

Top Service- & Erlebnisqualität (digital und analog)
bei einem konsequenten Fokus auf **Nachhaltigkeit in allen Belangen**

Regionalität und kulturelle Identität (Brauchtümer, Feste), Museen / Kultureinrichtungen,
Kunst- und Kulturevents (regionale Feste und temporäre Inszenierungen),
Einzelhandel, Stadtbild & Architektur, Häfen, regionale Esskultur, Fisch-Gastronomie



- Nachhaltigkeitsinitiative seit Juli 2020



FÖHRgreen & weitere Projekte 2022

04/2022:

Horizonte Föhr 2030

Föhr-Versprechen

05/2022:

2. Auflage Radkampagne

Föhr radelt – „Mit dem Rad zur Arbeit“



08/2022:

Start der Freien Lastenrad Initiative für Insulaner*innen:

Eilun Klipper



09/2022:

Start der FÖHRgreen Stempeltour „green onerwai“

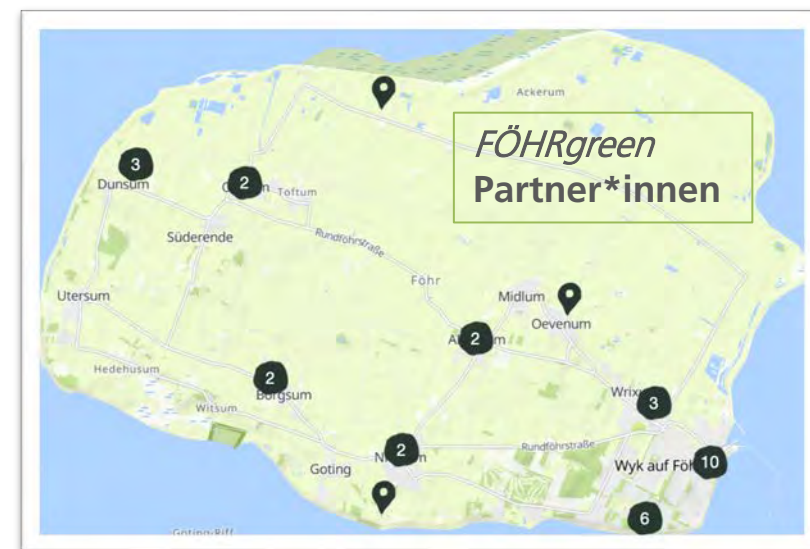
15 Stationen bei FG-Partnern*innen

11/2022:

mit Amt FA: Aufstellung der 2021 beantragten (12) **Radservicestationen** & (569) **Fahrradanlehnbügel**

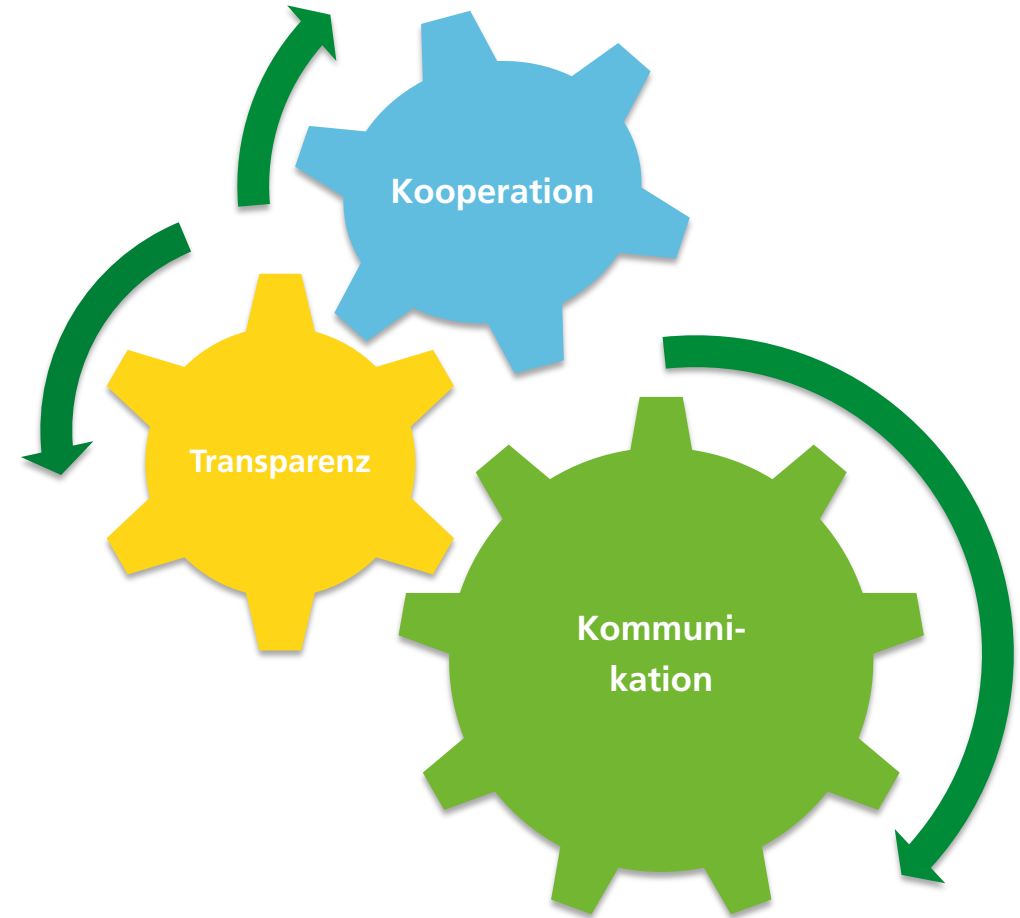
● **Sieben neue FÖHRgreen Partner*innen in 2022:**

- FÖHRgreen Gastronomie: 4
- FÖHRgreen Manufaktur: 2
- FÖHRgreen Erlebnis: 1



Innenmarketing

- Besuche Leistungsträger
- E-Learning-Plattform
- Infoveranstaltungen
- Partner-Newsletter
- ...



Presse, Messen & Promotion

2022

- 57 Pressemeldungen
- 12 x Journalisten-/Bloggerreisen
- 1 Spielfilmproduktion abgeschlossen + 1 Anfrage
- Anzeigen & Advertorials

Ab 2023 wieder verstärkt

- Inlandsmessen
- Auslandsmessen
- Beteiligung Hafengeburtstag
- Beteiligung Fischmärkte
- Promo divers

Weitere Tätigkeiten

- Kooperationen (z.B. Abo-Bonus)
- Journalistenbetreuung (Mediananfragen, Pressebilder, Pressereisen)
- Medienbeobachtung

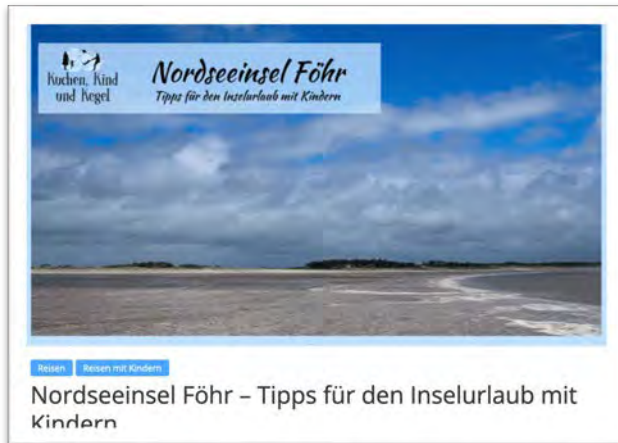


Beispiele Pressereisen

- Wolfgang Stelljes (Pressereise Herbst 2021):
Natur, Tradition, Kultur, Wandern
- 7 Seiten in „Wanderlust“, erschienen Herbst 2022



- Sophie Massalovitch
„Avantage“ – frz. Frauenmagazin
- Bericht über Sylt, Amrum + Föhr



- Bernd Schiller (Pressereise Sommer 2021):
Kultur, Tradition, Nachsaison
- mehrere Berichte in großen Tages-/Wochenzeitungen (u.a. WamS)

- Geneviève Wood,
Hamburger Abendblatt
- 3 ÜN, 6 Artikel



- Familienbloggerin Kati Eiting
„Kuchen, Kind & Kegel“
- Social Media + Blogbeitrag

Doku-/Spielfilmproduktionen

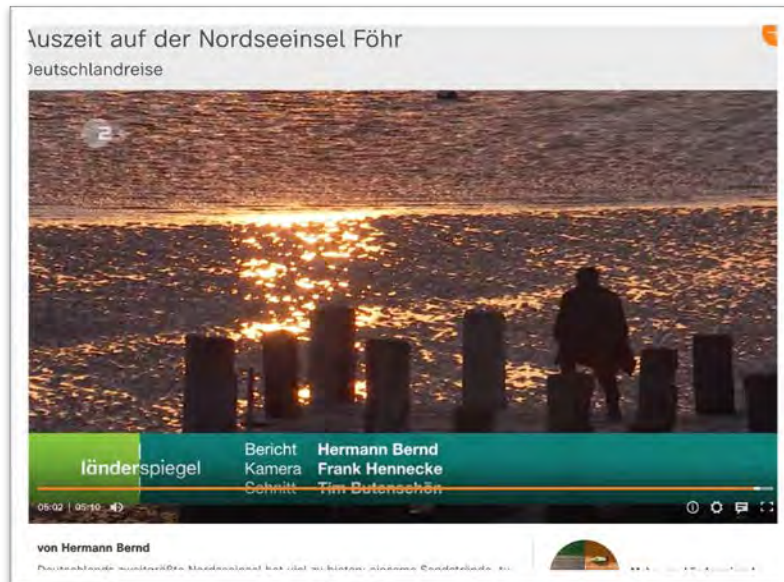
- NDR/WDR „Was kostet... Urlaub auf Föhr?“



- Rai3 (ital. TV-Sender) Reisemagazin „Kilimangiaro“ – Doku über Föhr + Amrum



- ZDF Länderspiegel /phoenix



- Ziegler Film-Produktion: Verfilmung von „Die Therapie“ von S. Fitzek für Amazon Prime



Mediawerbung

Unterschiedliche Inserate, wie z.B.

- WIR Insulaner (regelmäßig)
- sh:z: Magazin „Die Inseln“ | Inselmagazin
- Magazin „bewusster leben“
- Lebensart
- NTS: unterschiedliche Medien
- SH-Guide Husum/Flensburg – eher Tagestourismus
- Social Media: Facebook

Vorzugsweise schalten wir Advertorials
– nur noch selten klassische Anzeigen

2022
37.850 €

Plan 2023
37.850 €



Werbekooperationen

Kooperation mit der SVG Lüneburg Volleyball

- Saisonzeiten: 01.10.2021 bis 30.06.2022 sowie 01.10.22 bis 30.06.23
- Logo auf Einspieltrikots
- Logo auf T-Shirts der Ballroller und Wischer
- Ab 2022/23 LED-Bandenwerbung zusätzlich zwischen dem Ober- und Unterrang
- Ab 2022/23 Internetverlinkung



Werbekooperationen

2022

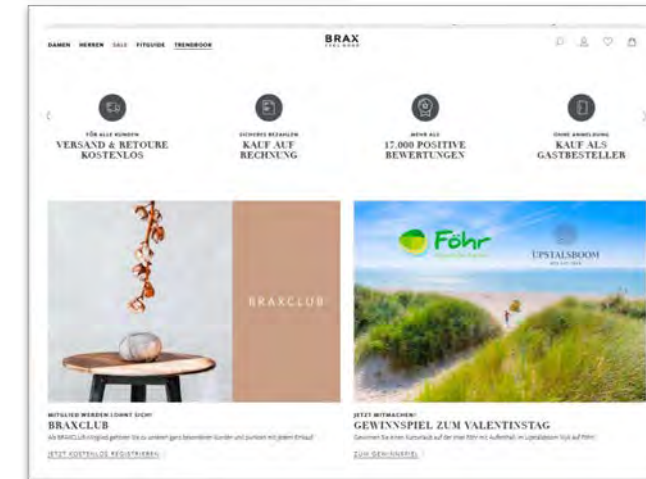
4 Kooperationen mit der Agentur Movie Art Marketing

- Thalia 31.01.–28.02.
- Voelkel Säfte 2 Wochen Ende Jan/Anf. Feb.
- BRAX 07.–21.02.
- MORE & MORE 2 Wochen im März

- jeweils Werbekampagnen (Internet, Social Media, Newsletter etc.) inkl. Gewinnspiel gemeinsam mit namhaften Partnern
- FTG bezahlt Werbekostenbeitrag
- Föhrer Hotel oder Vermietungsagentur sponsert Gewinnaufenthalt

2022
6.800 €

Plan 2023
12.500 €



FÖHR to HUUS



- Umzug in den aktuellen Biomaris-Shop geplant für das Frühjahr 2023

Prospekte

Ein Tag auf Föhr (A-Z) | Gezeitenkalender | Abreißblöcke Ortspläne Wyk, Nieblum und Utersum | Ein Tag auf Föhr (Deutsch, Englisch, Dänisch)

Gesamtbudget für Prospekte & Infomaterial

2022 (Ist):

Erlöse 13.700 € | Kosten 29.900 €

2022
- 16.200 €

2023 (Budget):

Erlöse 19.800 € | Kosten 39.800 €

2023
- 20.000 €

Mehrkosten für 2023 bedingt durch gestiegene Papier- und Energiepreise.



Urlaubsmagazin 2023 – neues Konzept

- Auflage 2023: 22.000 Stück
- Laufzeit durch Umstellung des Konzepts:
November 2022 bis Oktober 2023

Bildanzeigen im Wert von	77.275 €
---------------------------------	----------

- Budgetierter Erlös aus Anzeigenverkäufen
= 76.000 € ➡ übertroffen!

Kosten/Erlöse UM 2023 (WP 2022 = Ist) | UM 2024 (WP 2023 = Budget)

	UM 2023	UM 2024
Erlöse*	80.300 €	67.500 €
Kosten	62.400 €	76.900 €
Ergebnis	17.900 €	-9.400 €

Mehrkosten 2023 bedingt durch erhöhte Papier- und Energiepreise.
Die Einnahmen gehen in der Regel jährlich um 10-15 % zurück.



Veranstaltungskalender

2022



Juni

- Auflage 5.000 /
Abgriff 3.400 Stück

Juli

- Auflage: 7.000 Stück /
Abgriff 4.000 Stück

August

- Auflage: 7.000 Stück /
Abgriff: 5.500

September

- Auflage: 4.000 Stück
Abgriff: 3.300 Stück

Oktober – Mitte Dezember

- Auflage 5.000 /
Abgriff 3.000 Stück

Mitte Dezember – Ende Feb.

- Auflage: 3.000 Stück /
Abgriff: erst zum 28.02.

Zusätzlich: Aufsteller für Unterkünfte mit
QR-Code zum Online-Kalender

2022
21.000 €



2023

kleine Auflagen für alle
Ausgaben (März 2023
– Feb. 2024) geplant
→ daher höhere
geplante Kosten als
2022!

Plan 2023
30.000 €

Veranstaltungen

„aufgeräumtes“ VA-Programm

- VA im KGS mit in der Vergangenheit weniger als 80 Besucher*innen aus dem Programm genommen
- neue Ideen und Konzepte, u.a.
 - Kinderanimation
 - Wanderkino
 - Künstler*innen für jüngeres Publikum in Ferienzeiten
 - Förderung Föhrer Nachwuchskünstler*innen
 - ab 2023: Föhrer Jahrmarkt



VZ / Kurgartensaal

Nationalparkhalle ist keine Option mehr.

→ Nutzung Kurgartensaal muss ausgebaut werden

- Sitzplätze: bis zu 199 Gäste
- Stehplätze: bis zu 350 Gäste

Neues Nutzungskonzept in Arbeit

- neue Gestaltung
- neue Nutzung ex-Freizeithelfer (Künstlerwohnung)
- Seminarraum OG → für Kinder
- im KGS auch unbestuhlte Konzerte anbieten können (wie früher in der NPH)
- max. 5 VA/Jahr mit > 300 Gästen



Veranstaltungen 2023

19 Open Air Events

01.01.	Neujahrsschwimmen
20. – 21.05.	Flens Beach-Tour
01. – 03.06.	Jazz goes Föhr
09. – 10.06.	Dat lütte Inselfestival
14.06.	White Dinner
12.07.	Sportboothafen Konzert
18. – 20.07.	Piratenspektakel Wyk
21. – 22.07.	Föhr tanzt!
28.07.	Kinder-Uni Kinderfest
06.08.	Wyker Stadtlaufl
11. – 12.08.	Hafenfestival
15. – 17.08.	Piratenspektakel Utersum
22.08.	Sportboothafen Konzert
23.08.	White Dinner
25. – 27.08.	Kleinkunstfestival
29. – 31.08.	Subali Wanderkino
13. – 16.10.	Jahrmarkt
23. – 29.10.	Lichterwoche
18. – 31.12.	Festmeile Sandwall

71 Abendveranstaltungen

	Anzahl
Kabarett	13
Konzert	31
Lesung	5
Zauberer	1
Vortrag	12
Tanzabend	9

Nachmittags-/Tagesveranstaltungen (Ferienzeiten)

Kinder VA (Kindertheater etc.)	5
Zauberer	1
Kinderanimationsprogramm (verschiedene VA)	tbd
+ zahlreiche VA Kinder-Uni (26.06. – 06.09.)	ca. 100

Promi-Veranstaltungen 2023

06. September	Lesung mit Helmut Zierl
19. September	Lesung mit Marie-Luise Marjan
04. Oktober	Lesung mit Christian Redl

VA-Highlights 2023

- **Jazz goes Föhr – Neuauflage als inselweite VA**

- 3 Tage / 7 Konzerte / 1 kostenpflichtiges Konzert
- Jeweils 1x/Tag Open Air in Utersum/Nieblum/Wyk
- Headliner: Stefan Gwildis

- **Inselfestival**

- neu in diesem Jahr: *FÖHRgreen*-Partner und Föhrer Manufakturen einbeziehen

- **Föhr tanzt!** (erstmalig unter diesem Namen)

- Headliner: HBz (doppelt so erfolgreich wie Gestört aber Geil)
- 3 Millionen Zuhörer allein auf Spotify
- Vorverkauf (Stand 03.01.23 / 7 Monate vor VA):
180 verkaufte Tickets



- **Hafenfestival**

- zurück zum 2-Tage-Konzept
- Headliner: REDNEX

- **Subali Wanderkino**

- erstmalig auf Föhr
- 3 Filmabende
- freier Eintritt

- **Kinderanimation**

- Neu geschaffene Stelle seit 01.01.2023 nur für Kinderprogramm (Ersatz für VA der Freizeithelfer + Ausbau des Kinderprogramms)
- Gute-Nacht-Geschichte
- Guten-Morgen-Session am Strand (Tierfiguren-Yoga)
- Mitmachaktionen im Treffpunkt (Basteln, Spiele, etc.)
- Rallyes & Schnitzeljagden
- Maskottchen
- Mini-Disco am Sandwall
- ...

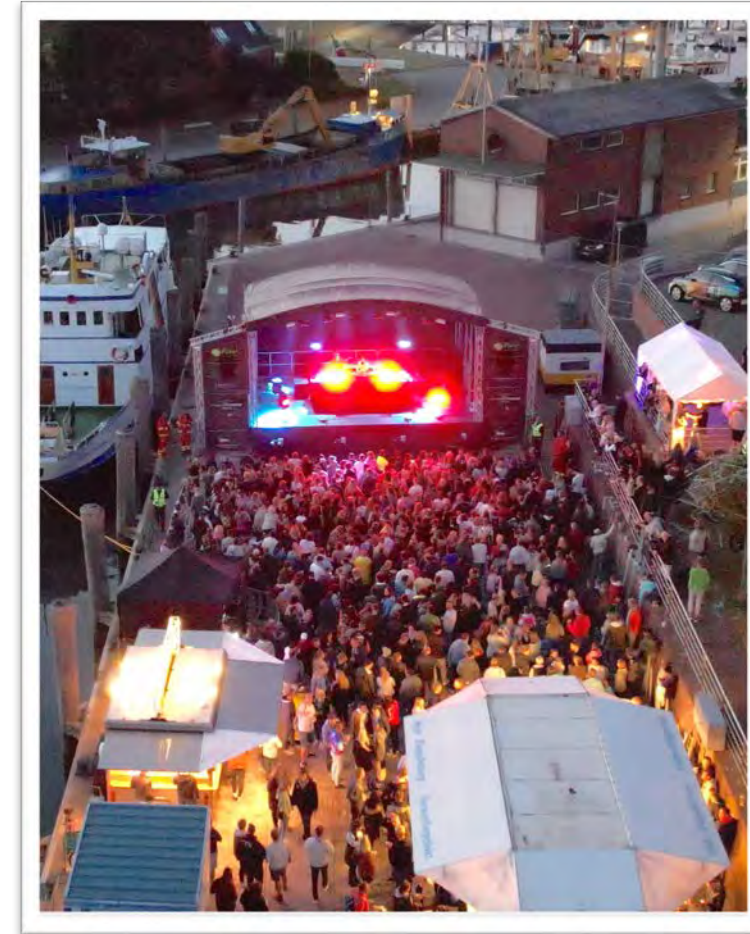


Kosten mobile Veranstaltungsbühne

Kosten Bühnenveranstaltung **ohne** Gagen (netto)

	2 Tage	3 Tage
Aufbau, Technik, Sicherheit, Reinigung, Backstagebereich, Gestattung, Strom, Platzmiete, ...	26.880,00 €	33.130,00 €

- geplante Großveranstaltungen 2023 haben insulare Bedeutung
- beachtet man die vorab gelisteten Kosten, benötigt die FTG:
 - für 3 Veranstaltungen mit je 2 Tagen
 - Fixkosten:
ca. 60.000 € – 80.640 €
 - zzgl. Kosten für die Bands:
ca. 20.000 € – 50.000 €



Kosten Hafen-VAs (Beispiele)

„Dat lütte Inselfestival“ (08. & 09. Juli 2022)

Gesamterlöse:		0,00 €
abzügl. Gesamtkosten netto:	-	30.595,10 €
Verlust/Erlös:	-	30.595,10 €

„Wyk tanzt“ (22. & 23. Juli 2022)

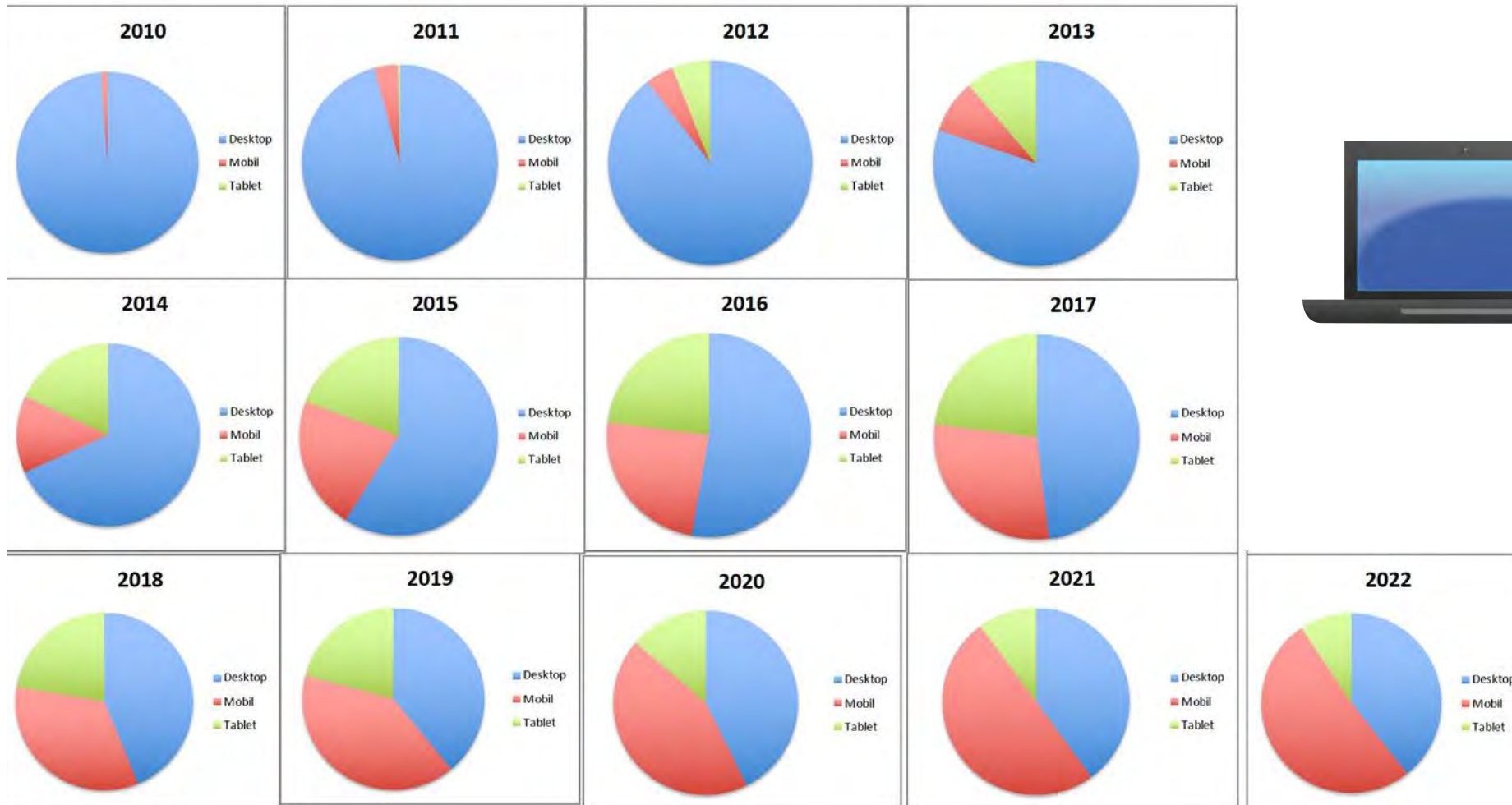
Ticketerlöse:		9.523,00 €
Sponsoring:		20.000,00 €
abzügl. Gesamtkosten netto:	-	62.969,17 €
Verlust/Erlös:	-	33.446,17 €

„Hafenfestival“ (11.–13. August 2022)

Gesamterlöse:		16.961,63 €
abzügl. Gesamtkosten netto:	-	67.678,42 €
Verlust/Erlös:	-	50.716,79 €

foehr.de – Nutzungsverhalten

Mobile Nutzung nimmt seit Jahren zu



foehr.de – Zugriffszahlen

	2019	2020	2021	2022*
Sitzungen	2.245.637	2.512.313	1.934.313	1.537.763
Seitenaufrufe	10.778.495	11.430.173	9.767.875	7.944.336
Nutzer	937.576	1.169.499	842.913	679.024

Sitzungen:

Mehrere Interaktionen (z.B. mehrere Seitenaufrufe) eines Nutzers werden einer Sitzung zugeordnet. Nach 30 Minuten Inaktivität wird eine neue Sitzung protokolliert.

Seitenaufrufe:

So oft wurde die jeweilige Seite aufgerufen.

*2022: Rückgang im gesamten touristischen Bereich zu verzeichnen.

Für 2023 höhere Zahlen erwartet (Relaunch + neuer, deutlich genauerer Trackingdienst).

Top 10: Sitzungen und Seitenaufrufe nach Seiten (Stand: 01.01.22 – 31.12.22)

Seite	Sitzungen	Seitenaufrufe
/webcams	273.417	1.647.534
/startseite	204.630	358.915
/webcam-am-sandwall-beim-veranstaltungszentrum	75.952	303.263
/veranstaltungskalender	68.244	269.354
/webcam-in-dagebuell-faehranleger	66.357	302.042
/faehre	55.878	81.780
/unterkunft-buchen/	39.319	61.248
/gezeiten	37.704	65.685
/corona	23.188	64.973
/webcam-bei-der-reederei-am-faehranleger-wyk	22.587	238.905

Webcams auf Föhr

Hoten Sie sich mit unseren Webcams ein Stückchen Föhr vor den heimischen Bildschirm. Die Webcams ermöglichen Ihnen jederzeit einen aktuellen Blick auf die Insel. Klicken Sie auf ein Bild, um das aktuelle Bild der Webcam zu sehen.



Technische Optimierung

Neue Seite online seit 15. September

- Technisch optimiert // optisch aufgefrischt
- zeitgemäßer & nutzerfreundlicher (v.a. mobil gedacht)
- **NEU:**
 - überarbeiteter Veranstaltungskalender
 - übersichtlicher
 - bessere Filter
 - Merkfunktion auf der ganzen Seite

Veranstaltungen, gastronomische Betriebe, Freizeitangebote, Informationsseiten...

→ persönlicher Reiseführer
 - Thema Nachhaltigkeit präsenter
 - FÖHRgreen als Fahne
 - eigene Spalte im Menü



Kosten Internet 2022/2023

Reguläre Ausgaben 2022

Newsletter, Betrieb der Plattformen, Lizenzen, SEO-Tools, Constant Manager, Hosting, Webcams, Neuerungen POIs, Support

Gesamtkosten: 25.759,20 €

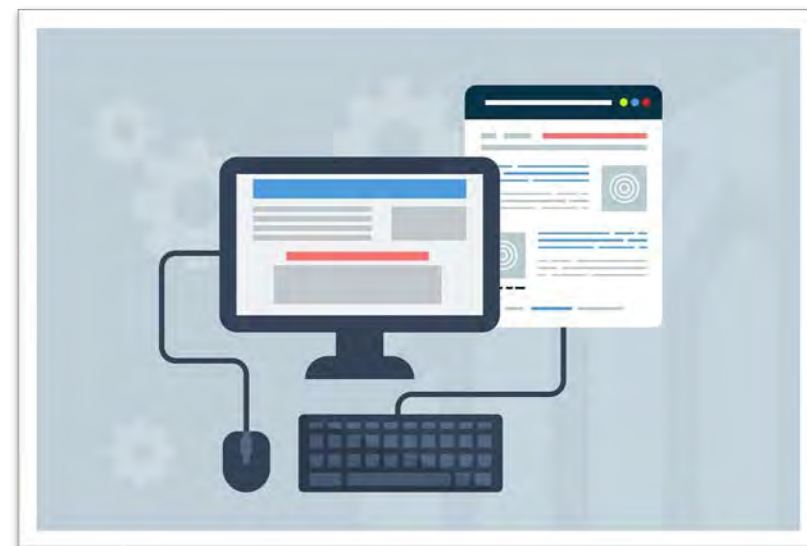
Relaunch 2022

Strategische Beratung, technische Umsetzung

Gesamtkosten: 47.282,00 €

Erlöse 2022

foehr.de (Gemeindeseiten) 3.600,00 €



Gesamtkosten 2022*: 69.441,20 €

Für 2023 kalkuliert: 32.805,00 €

*reguläre Ausgaben + Kosten Relaunch - Erlöse

Tageskurabgabe

2017

- Ankauf Cardsystem und entsprechender Hardware für die Ausgabe der Tagesgästekarten an der Tourist-Information im Reedereigebäude

2018

- Anschaffung weiterer Geräte für alle Tourist-Informationen, das AQUAFÖHR und beide Museen
- Vorbereitung für Schnittstelle mit Automaten

2019

- Ausfertigung Konzept für Politik
- Anschaffung erster Automat (Hafengebiet)
- Vorbereitung digitale Gästekarte

2020

- Fertigstellung digitale Gästekarte
- Anschaffung zweier weiterer Automaten (Hafengebiet)
- Vorbereitung Jahresgästekarte
- Bereitstellung Kontrollgeräte für das Amt Föhr-Amrum
- Vorbereitung Ticketshop Tagesgästekarte

2021

- Ausgabe Jahresgästekarte
- Vorbereitung Insulanerkarte
- Start Ticketshop Tagesgästekarte (www.amtfa.de/tgk)

2022

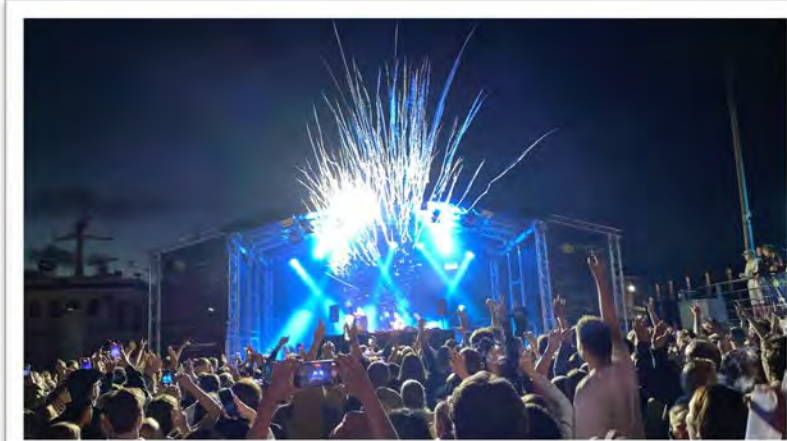
- Ausgabe Insulanerkarte (*Feer- und Oomram-Koord*)
- Im Jahr 2022 konnten keine weiteren Maßnahmen und Projekte in diesem Bereich durchgeführt werden, da die Finanzierung unsicher war.
- Für die Weiterentwicklung ist eine Anpassung der Dienstleistungsentgelte notwendig.

Die Investitionen und Kosten für die Jahre 2017–2021 liegen kumuliert bei ca. 160.000 €.

Open Air 2022

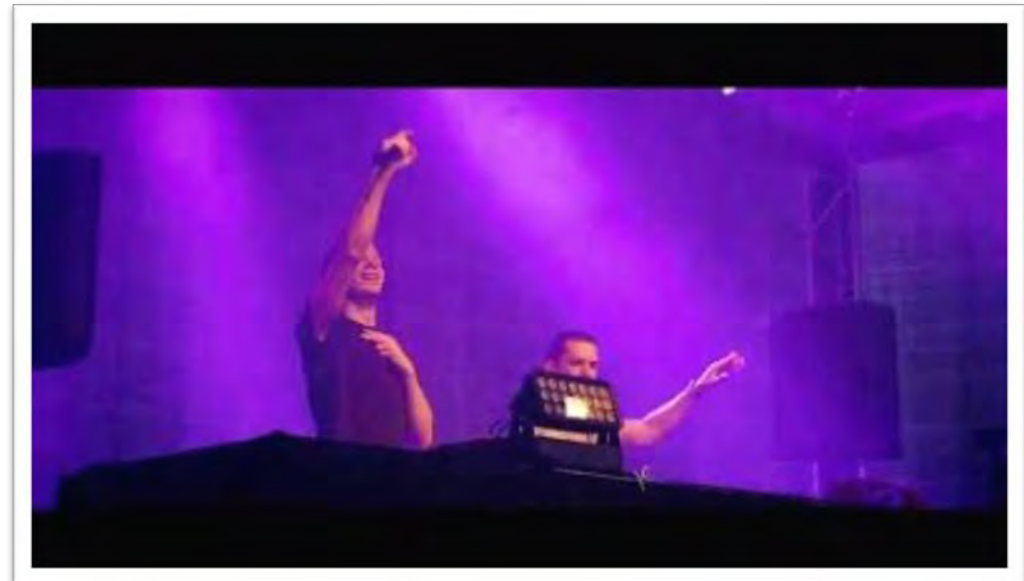
Föhr tanzt!
Tag 1

[zum Video](#)



Föhr tanzt!
Tag 2

[zum Video](#)



**FÖL
TOONK!**

Friesische Karibik

