



WELKOAM IIP LUNN



Helgoland 2020: Touristisches Leitbild für unsere Insel

Anlage: Maßnahmen und
Umsetzungsplan



Hinweise zum Maßnahmen- und Umsetzungsplan

Der Maßnahmenplan strukturiert die vielen Ideen und Anregungen, die im Laufe des Prozesses von den Helgoländern eingebracht worden sind, auf drei Ebenen:

- a. Initialmaßnahmen**, die kurzfristig umgesetzt werden können. Diese sind als erste Schritte auf dem Weg zu den definierten Zielsetzungen zu betrachten; stehen also am Anfang einer ganzen Kette von Maßnahmen.
- b. Mittelfristige Maßnahmen**, die innerhalb des nächsten Jahres umgesetzt werden sollen.
- c. Langfristige Maßnahmen**, die längerfristig anzugehen sind, bei denen jedoch Konzepterstellung und Umsetzungsplanung im Verlauf des nächsten Jahres begonnen werden soll.

Die Ebenen erstrecken sich über alle Kompetenzfelder und Maßnahmenbereiche des Leitbildes der Insel Helgoland.





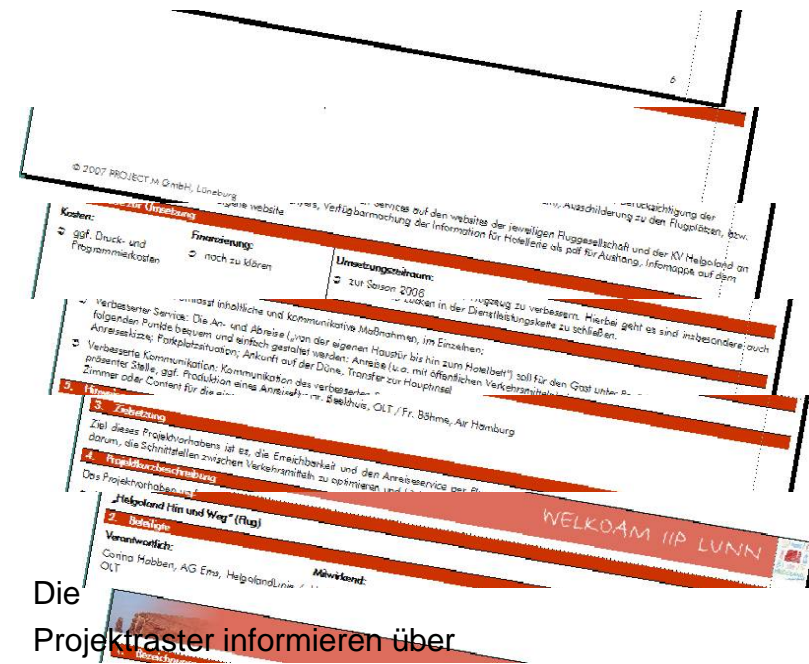
Übersicht		Initialmaßnahmen „kurzfristig“	mittelfristige Maßnahmen	langfristige Maßnahmen
1	Helgoland steht für hervorragenden Service am Gast.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Helgoland tischt auf ▪ Helgoland Heute 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Spielscheune 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Helgoland Card
2	Helgoland ist sauber und „wie aus dem Ei gepellt“	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Helgoland blitzblank ▪ Sondernutzung ▪ Modernisierung Kurpromenade 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Anlandungskonzept 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Eingangstor zur Insel mit Landungsbrücke
3	Die Erreichbarkeit Helgolands wird verbessert.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Helgoland Hin und Weg (Schiff) ▪ Helgoland Hin und Weg (Flug) 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Zeitorientierte Beschilderung der Wegstrecken ▪ Bessere Anbindung Düne 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Helgoliner ▪ „Inselversorger“
4	Durch einen gebündelten Marktauftritt wird die „Marke Helgoland“ deutlich wahrnehmbar.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Flyer: Ein Tag auf Helgoland ▪ Abstimmung von Marketingmaßnahmen 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Gemeinsamer Marketing- und Mediaplan ▪ Tourismuskonzept 	
5	Helgoland entwickelt konsequent seine Kernkompetenzen.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Erlebnisausflugsfahrten ▪ Naturerlebniszentrum ▪ Hummerpatenschaften 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Helgoland Vitalresort ▪ Aufwertung der Nordseewoche ▪ Zusätzliches Event 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Marina Helgoland ▪ Prüfung Seebrücke Düne-Hauptinsel
6	Helgoland verfügt über optimale Organisationsstrukturen.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Round-Table mit Vermietern 		<ul style="list-style-type: none"> ▪ Helgoland Entwicklungsagentur



Übersicht Initialmaßnahmen

- „Helgoland einzigartig: Hummerpatenschaften“
- „Helgoland Hin und Weg (Flug)“
- „Helgoland Hin und Weg (Schiff)“
- Erlebnisausflugsfahrten
- „Round Table“ mit Vermietern
- Helgoland tischt auf
- Helgoland Heute
- Ein Tag auf Helgoland
- Helgoland – Sondernutzung öffentlicher Flächen
- „Helgoland – blitzblank“
- Infotourismus, Wissenschafts- und Naturerlebniszentrum
- Modernisierung der Kurpromenade
- Abstimmung von Marketingmaßnahmen

Die Initialmaßnahmen werden im Folgenden anhand von Projektrastern näher erläutert.



Die Projektraster informieren über

- Bezeichnung
 - Beteiligte und
 - Zielsetzung
- des Projektes und beschreiben kurz Inhalte und Umsetzung der Maßnahme.

1. Bezeichnung:		
„Helgoland einzigartig: Hummerpatenschaften“		
2. Beteiligte		
Verantwortlich: Herr Furtmeier / Kurverwaltung Helgoland Frau Repenhusen	Mitwirkend: Biologische Anstalt	
3. Zielsetzung		
<ul style="list-style-type: none"> ⇒ Inszenierung der Helgoländer Einzigartigkeit ⇒ Erzeugung einer breiten, dauerhaften und permanent nutzbaren Presse- und Öffentlichkeitswirkung ⇒ Einbindung und Mitwirkung von Kurverwaltung Gastronomie und Einzelhandel bei Event und in der Vermarktung sicher stellen. 		
4. Projektkurzbeschreibung		
⇒ Initiierung und dauerhafte Pflege von Hummerpatenschaften für Gäste; Hummertage als Event (siehe Anlage)		
5. Hinweise zur Umsetzung		
Kosten: ⇒ gering	Finanzierung: ⇒ Kurverwaltung	Umsetzungszeitraum: ⇒ Permanente Wiederholung



1. Bezeichnung:		
„Helgoland Hin und Weg“ (Flug)		
2. Beteiligte		
Verantwortlich: Corina Habben, AG Ems, HelgolandLinie / OLT	Mitwirkend: Hr. Beekhuis, OLT / Fr. Böhme, Air Hamburg	
3. Zielsetzung		
Ziel dieses Projektvorhabens ist es, die Erreichbarkeit und den Anreiseservice per Flugzeug zu verbessern. Hierbei geht es sind insbesondere auch darum, die Schnittstellen zwischen Verkehrsmitteln zu optimieren und Lücken in der Dienstleistungskette zu schließen.		
4. Projektkurzbeschreibung		
Das Projektvorhaben umfasst inhaltliche und kommunikative Maßnahmen, im Einzelnen:		
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Verbesserter Service: Die An- und Abreise („von der eigenen Haustür bis hin zum Hotelbett“) soll für den Gast unter Berücksichtigung der folgenden Punkte bequem und einfach gestaltet werden: Anreise (u.a. mit öffentlichen Verkehrsmitteln); Ausschilderung zu den Flugplätzen, bzw. Anreiseskizze; Parkplatzsituation; Ankunft auf der Düne, Transfer zur Hauptinsel ➤ Verbesserte Kommunikation: Kommunikation des verbesserten Services auf den websites der jeweiligen Fluggesellschaft und der KV Helgoland an präserter Stelle, ggf. Produktion eines Anreiseflyers, Verfügbarmachung der Information für Hotellerie als pdf für Aushang, Infomappe auf dem Zimmer oder Content für die eigene website 		
5. Hinweise zur Umsetzung		
Kosten: ➤ ggf. Druck- und Programmierkosten	Finanzierung: ➤ noch zu klären	Umsetzungszeitraum: ➤ zur Saison 2008

1. Bezeichnung:		
„Helgoland Hin und Weg“ (Schiff)		
2. Beteiligte		
Verantwortlich: Birte Dettmers, FRS	Mitwirkend: Fr. Habben, AG Ems, Hr. Rahder, Reederei Rahder, Hr. Wuttke, Inselbahn	
3. Zielsetzung		
Ziel dieses Projektvorhabens ist es, die Erreichbarkeit und den Anreiseservice per Schiff zu verbessern. Hierbei geht es insbesondere auch darum, die Schnittstellen zwischen Verkehrsmitteln zu optimieren und Lücken in der Dienstleistungskette zu schließen.		
4. Projektkurzbeschreibung		
Das Projektvorhaben umfasst inhaltliche und kommunikative Maßnahmen, im Einzelnen:		
<ul style="list-style-type: none"> ⇒ Verbesserter Service: Die An- und Abreise („von der eigenen Haustür bis hin zum Hotelbett“) soll für den Gast unter Berücksichtigung der folgenden Punkte bequem und einfach gestaltet werden: Anreise (u.a. mit öffentlichen Verkehrsmitteln); Ausschilderung zu den Häfen, bzw. Anreiseskizze; Parkplatzsituation; Ankunft auf Helgoland ⇒ Verbesserte Kommunikation vor der Anreise: Kommunikation des verbesserten Services auf den websites der jeweiligen Fährgesellschaft und der KV Helgoland an präserter Stelle, ggf. Produktion eines Anreiseflyers, Verfügbarmachung der Information für Hotellerie als pdf für Aushang, Infomappe auf dem Zimmer oder Content für die eigene website ⇒ Verbesserte Kommunikation bei der Anreise: Borddurchsagen auf den Fährschiffen zu den verbesserten Services (s.o.) 		
5. Hinweise zur Umsetzung		
Kosten: ⇒ ggf. Druck- und Programmierkosten	Finanzierung: ⇒ noch zu klären	Umsetzungszeitraum: ⇒ zur Saison 2008

1. Bezeichnung:		
Erlebnisausflugsfahrten		
2. Beteiligte		
Verantwortlich:	Mitwirkend:	
<ul style="list-style-type: none"> ⇒ Gemeinde Helgoland 	<ul style="list-style-type: none"> Eigentümer Börteboote mit Fahrerlaubnisscheinen, Anlandungsdienst, Touristikabteilung KV, Gastronomie, Naturschutzverbände etc. 	
3. Zielsetzung		
Erweiterung des maritimen Angebots durch Erlebnisausflugsfahrten		
4. Projektkurzbeschreibung		
<p>Ausweitung des Angebotes von Erlebnisfahrten für die Tages- und Urlaubsgäste, um die Einzigartigkeit der Insel, insbesondere ihre Naturschönheiten, noch stärker in den Focus der Gäste zu bringen durch mehr und qualifizierte Inselrundfahrten und neu Dünenrundfahrten z.B.</p> <ul style="list-style-type: none"> ⇒ Themenfahrten: „Lummensprung“, „Sonnenuntergang“, „Fahrt zu den Kegelrobben“, „Naturschutzgebiet Helgoländer Felssockel“ ⇒ Gastronomische Erlebnisfahrten: „Schlemmerbörte“ – Knieperessen auf dem Börteboot vor der Langen Anna, bei Sonnenuntergang, hinter der Düne ⇒ ... 		
5. Hinweise zur Umsetzung		
Kosten:	Finanzierung:	Umsetzungszeitraum:
<ul style="list-style-type: none"> ⇒ Erfüllung von Auflagen der Seeberufsgenossenschaft (Digitaler Funk, zusätzliche Rettungswesten etc.), ansonsten eine Frage der Kalkulation für die Benutzerentgelte 	<ul style="list-style-type: none"> ⇒ ggf. Anlandungsdienst der Gemeinde ⇒ Anbieter 	<ul style="list-style-type: none"> ⇒ zur Hauptsaison 2008 (bei Unterstützung durch die Bootseigentümer)

1. Bezeichnung:		
„Round Table mit Vermietern“		
2. Beteiligte		
Verantwortlich: Kurverwaltung	Mitwirkend: Vertreter des Beherbergungsgewerbes aller Bereiche (Privatvermieter, Pensionen, Ferienwohnungen, Hotels garni, Hotels).	
3. Zielsetzung		
Die Verbesserung der Zusammenarbeit im Tourismus steht im Mittelpunkt dieser Maßnahme. Dabei soll Folgendes erreicht werden:		
<ul style="list-style-type: none"> ⇒ Regelmäßiger Austausch zu aktuellen Problemen / Fragestellungen / Anregungen / Wünschen etc. ⇒ Optimierung des Kommunikationsflusses ⇒ Kurze Wege, schnelle Abstimmung von Einzelmaßnahmen 		
4. Projektkurzbeschreibung		
In regelmäßigen Abständen und bei aktuellen Problemen und Fragestellungen werden von Beherbergungsbetrieben und Kurverwaltung Treffen initiiert. Bei Bedarf wird der Round Table le mit „Experten“ zu speziellen Themenstellungen ergänzt.		
5. Hinweise zur Umsetzung		
Kosten: ⇒ Keine	Finanzierung:	Umsetzungszeitraum: ⇒ ab 2008 (regelmäßige Treffen)



1. Bezeichnung:		
„Helgoland tischt auf“		
2. Beteiligte		
Verantwortlich: Herr Hardersen, Herr Mensendiek	Mitwirkend: Einbindung aller Gruppierungen auf Helgoland erforderlich (Einzelhandel, Kurverwaltung, Reederein und sonstige Dienstleister)	
3. Zielsetzung		
<ul style="list-style-type: none"> ⇒ Profilierende gastronomische Spezialitäten und Besonderheiten Helgolands heraus arbeiten ⇒ Entwicklung eines zusätzlichen profilierenden Events auf Helgoland 		
4. Projektkurzbeschreibung		
⇒ Entwicklung eines jährlich wiederkehrenden Gastronomie-Events zu den typischen Helgoländer Spezialitäten (Knieper, Hummer, Krabben)		
5. Hinweise zur Umsetzung		
Kosten: ⇒ noch zu ermitteln	Finanzierung: ⇒ noch zu klären	Umsetzungszeitraum: ⇒ noch zu klären

1. Bezeichnung:		
„Helgoland Heute“		
2. Beteiligte		
Verantwortlich: Kurverwaltung	Mitwirkend: Veranstalter (für das künftig geplante eigenständige Einpflegen der Veranstaltungsdaten)	
3. Zielsetzung		
Neben der vorausschauenden geht es in diesem Projekt um die tagesaktuelle Information der Gäste über das Inselangebot in allen touristischen Betrieben und an zentralen und Hochfrequenzstandorten.		
4. Projektkurzbeschreibung		
<p>Maßnahmen:</p> <ul style="list-style-type: none"> ⇒ E-Mail- bzw. Faxnewsletter: Die tagesaktuelle Umsetzung erfolgt in Form eines E-Mail- bzw. Faxnewsletters, der an alle Vermieter und ggf. weitere Leistungsanbieter verteilt wird und über das Helgoländer Tagesprogramm informiert. Den Vermietern wird empfohlen, anhand der per E-Mail empfangenen Veranstaltungsdaten eine Art „tägliche Empfehlung für den Gast“ zu erstellen. Diese könnte auch weitere Informationen (wie z.B. Wetterdaten und Öffnungszeiten etc.) beinhalten. ⇒ Veranstaltungskalender: Der Veranstaltungskalender erscheint monatlich als Printprodukt. ⇒ Informationstafeln: Die Möglichkeit, zentrale Informationstafeln zu installieren, auf denen das aktuelle Veranstaltungsangebot tagesaktuell dargestellt werden kann, wird geprüft. <p>Hinweise zur Vorgehensweise:</p> <ul style="list-style-type: none"> ⇒ Das Sammeln und der Versand der Daten erfolgt grundsätzlich über die Kurverwaltung. ⇒ Ebenso werden die Daten auf der website www.helgoland.de als pdf-download für die Hotellerie zur Verwendung als Aushang, Information in der Infomappe oder als Content für die eigene website vorgehalten. 		
5. Hinweise zur Umsetzung		
Kosten: ⇒ kostenneutral	Finanzierung: ⇒ entfällt	Umsetzungszeitraum: ⇒ zur Saison 2008

1. Bezeichnung:		
„Ein Tag auf Helgoland“		
2. Beteiligte		
Verantwortlich: Jörn Rickmers, A. Kaufmann	Mitwirkend: B.Dettmers, J.Kröger, C.Engel, R.Mensendiek, H.Petschnik, J.Jagdhuber	
3. Zielsetzung		
Bessere Information über das vielfältige Inselangebot für (potenzielle) Tagesgäste und Schaffung von Wiederkommensinteresse für künftige Übernachtungsaufenthalte.		
4. Projektkurzbeschreibung		
<ul style="list-style-type: none"> ➔ Erstellen eines „Inselführer“-Flyers zu Shopping, Gastronomie, Sehenswürdigkeiten, Freizeit, u.a. (Auflage 500.000) inkl. Inselplan, Spazierwegen mit Zeitangaben, Hinweisen zu den Möglichkeiten bei Wochenend- und Langzeitaufenthalt ➔ Vertrieb des Inselführers über Auslage auf der Insel, Auslage auf den Schiffen/an Flughäfen (Übergabe bei Fahrkartenkauf), ausgewählten Informationsstellen auf dem Festland 		
5. Hinweise zur Umsetzung		
Kosten: ➔ noch zu ermitteln	Finanzierung: ➔ Kurverwaltung, ggf. anteilig refinanziert über Leistungsträger	Umsetzungszeitraum: ➔ zur Saison 2008

1. Bezeichnung:		
„Helgoland – Sondernutzung öffentlicher Flächen“		
2. Beteiligte		
Verantwortlich: Andreas Kaufmann	Mitwirkend: Gastronomie, Einzelhandel	
3. Zielsetzung		
<ul style="list-style-type: none"> ⇒ Verbesserung des äußeren Erscheinungsbildes und Unterstützung einer Wohlfühlatmosphäre ⇒ Verbesserung der Präsentation des Einzelhandelsangebots auf öffentlichen Flächen 		
4. Projektkurzbeschreibung		
<ul style="list-style-type: none"> ⇒ Interne Abstimmung mit Einzelhandel und Gastronomie, die öffentliche Flächen im Rahmen von Sondernutzungen belegen mit dem Ziel, die Präsentation von Waren und die Verwendung von Straßenmobiliar zu optimieren. Erarbeitung von verbindlichen Regeln zur Sondernutzung öffentlicher Flächen 		
5. Hinweise zur Umsetzung		
Kosten: -	Finanzierung: -	Umsetzungszeitraum: Umsetzung ggf. bis zur Hauptsaison 2008, spätestens aber bis zur Saison 2009

1. Bezeichnung:		
„Helgoland - blitzblank“		
2. Beteiligte		
Verantwortlich: BM Frank Botter	Mitwirkend: Grundstückseigentümer/-innen, Erlaubnisnehmer/-innen Sondernutzung, KFZ-Halter	
3. Zielsetzung		
<ul style="list-style-type: none"> ⇒ Verbesserung des äußeren Erscheinungsbildes und Unterstützung einer Wohlfühlatmosfera ⇒ Verbesserung der Präsentation des Einzelhandelsangebots auf öffentlichen Flächen ⇒ Reduzierung des KFZ-Aufkommens 		
4. Projektkurzbeschreibung		
<ul style="list-style-type: none"> ⇒ a. Durchsetzung der Satzung über die Reinigung der öffentlichen Straßen durch Erstellung einer „Bürgerfibel“, in der die relevanten Vorschriften zusammengefasst sind. ⇒ b. Pflege der Rabatten und Grünflächen durch die jeweiligen Grundstückseigentümer/-innen im Rahmen einer Pflegepatenschaft ⇒ c. Interne Abstimmung mit den Gruppen, die öffentliche Flächen im Rahmen von Sondernutzungen belegen mit dem Ziel, die Präsentation von Waren und die Verwendung von Straßenmobiliar zu optimieren. Erarbeitung von verbindlichen Regeln zur Sondernutzung öffentlicher Flächen ⇒ d. Aufgeräumteres Ortsbild durch die Reduzierung von KFZ-Verkehr in der Hauptbesuchszeit (12:00 bis 16:00 Uhr) durch Erstellung und Umsetzung eines Verkehrskonzepts 		
5. Hinweise zur Umsetzung		
Kosten:	Finanzierung:	Umsetzungszeitraum:
<ul style="list-style-type: none"> ⇒ zu d.: Erarbeitung und Diskussion eines Verkehrskonzepts 	<ul style="list-style-type: none"> ⇒ aus dem laufenden Haushalt der Gemeinde 	<ul style="list-style-type: none"> ⇒ zu a. Unverzüglich ⇒ zu b. bis Ostern 2008 (23.03.2008) ⇒ zu c. Umsetzung ggf. bis zur Hauptsaison 2008, spätestens aber bis zur Saison 2009 ⇒ zu d. Konzept in Arbeit, Beschluss und Umsetzung möglich bis zur Hauptsaison 2008

1. Bezeichnung:		
Infotourismus-, Wissenschafts- und Natur-Erlebniszentrum		
2. Beteiligte		
Verantwortlich: Karen Helen Wiltshire, Direktorium AWI, BAH-AWI Helgoland, Philipp Fischer BAH, Stefan Leusmann BAH	Mitwirkend: Biologische Anstalt Helgoland, Gemeinde Helgoland, James-Krüss-Schule Helgoland, Museum Helgoland, MUEZ Sylt, Firma IMPULSE, Helmholtzgemeinschaft, EU.	
3. Zielsetzung		
<ul style="list-style-type: none"> ⇒ Nutzen der Natur- und Wissenschaftsressourcen auf Helgoland zur Aufwertung des Tourismusangebots ⇒ Vermittlung eines einzigartigen Naturerlebnisses ⇒ Sensibilisierung für den Lebensraum „Nordsee“ ⇒ Einblicke in „lebendige Wissenschaft“ 		
4. Projekturzbeschreibung		
<p>Zielgruppen des für Helgoland neuen und authentischen Angebotes sind die „Best Ager“, Schulkinder und interessierte Laien. Die Inhalte umfassen:</p> <ul style="list-style-type: none"> ⇒ „Green House“: Ausstellungs- und Informationszentrum als Glasgebäude“ (zwischen dem jetzigen Aquarium und dem Hauptgebäude C) Ausstellungsfläche, mögliche Ausstellungen: Erforschung der Nordsee als Biotop, inklusive Helgoländer Hummer; „Sprechende Fische“: wie Fische miteinander kommunizieren; „Was ist eine Qualle?“; „Wer kann toxische Algen fressen, ohne zu sterben“ etc. In Anpassung an politisch-aktuelle Themen können Ausstellungen zur Erwärmung, Überfischung, eingeschleppte Arten etc. stattfinden. ⇒ Umänderung des Aquariums, z.B. in ein „Blue House mit Mesokosmos“ (interaktiv) inkl. begeh- und betauchbarer Mesokosmos (Nachahmung gezeitensimulierter Tiden). ⇒ begehbares Felswatt mit Grossalgen und dazugehöriger Fauna 		
5. Hinweise zur Umsetzung		
Kosten: ⇒ noch zu ermitteln	Finanzierung: ⇒ noch zu klären	Umsetzungszeitraum: ⇒ ca. 2008 - 2010

1. Bezeichnung:		
„Modernisierung der Kurpromenade“		
2. Beteiligte		
Verantwortlich: Bürgermeister Botter, Herr Hagmeier (Bauamtsleiter), Herr Lange (Kämmerer)	Mitwirkend:	
3. Zielsetzung		
Positiver Impuls für die Entwicklung der Insel durch Modernisierung der Kurpromenade Helgoland (vom Südhafen bis zur Nordseehalle) einschließlich der Plätze sowie der Einrichtung von Verweil- / Ruhezonen und Grünflächen.		
4. Projekturzbeschreibung		
<ul style="list-style-type: none"> ➔ Modernisierung der Straßenflächen von rd. 4.050 m² einschließlich der Plätze von rd. 3.800 m² nebst Einrichtung von Verweil- / Ruhezonen und Grünflächen mit einer Fläche von rd. 12.000 m². ➔ Zwingende Voraussetzung für eine mögliche Förderung dieses Projektes ist, die Aufnahme der o.g. Maßnahme (Straßenflächen, Plätze sowie Verweil- / Ruhezonen und Grünflächen) in das örtliche Tourismuskonzept. Des Weiteren muss das örtliche Tourismuskonzept im Einklang mit der Tourismusstrategie der Landesregierung vom 07.11.2006 stehen. 		
5. Hinweise zur Umsetzung		
Kosten: ➔ geschätzt 2.930.000 Euro	Finanzierung: ➔ Land Schleswig Holstein und Gemeinde Helgoland	Umsetzungszeitraum: ➔ 01.10.2008 - 30.04.2010

1. Bezeichnung:		
„Abstimmung von Marketingmaßnahmen“		
2. Beteiligte		
Verantwortlich: Kurverwaltung	Mitwirkend: Hotellerie & Gastronomie, Einzelhandel, Reedereien, sonstige Dienstleister	
3. Zielsetzung		
Der langfristig verfolgte Ansatz ist die Abstimmung weitere Teile des Marketings aller Akteure im Tourismus für Helgoland. Dadurch sollen folgende Ziele erreicht werden:		
<ul style="list-style-type: none"> ⇒ Bündelung der Mittel auf Helgoland ⇒ Abgestimmter und wirksamer Außenauftritt ⇒ Stärkung der Marke „Helgoland“ 		
4. Projektkurzbeschreibung		
Als Sofortmaßnahmen sind die Durchführung von gemeinsamer Anzeigenwerbung und gemeinsamer Presse- und Öffentlichkeitsarbeit vorgesehen.		
Umsetzungsplan:		
<ul style="list-style-type: none"> ⇒ Vorgespräche mit den jeweiligen Ansprechpartnern / Vorsitzenden der assoziierten Verbände (DEHOGA, Einzelhandelsverband etc.) zur Abstimmung von Terminen und Aussageschwerpunkten und Ermittlung der jeweiligen Insertionsbudgets, die für Kollektivanzeigen zu Verfügung gestellt werden sollen. ⇒ Bei gegebener Interessensbekundung und Fixierung des gemeinsam zur Verfügung gestellten Insertionsbudgets folgt auf Vorschlag der Kurverwaltung eine Abstimmung des Insertionsplanes (in etwa: In welchen Titeln soll wann für welche Zielgruppe mit welcher Aussage geworben werden?). 		
5. Hinweise zur Umsetzung		
Kosten:	Finanzierung:	Umsetzungszeitraum:
⇒ Kurverwaltung: im Rahmen des Haushaltsansatzes	⇒ gemeinsames Insertionsbudget	⇒ Kalenderjahr 2008

Übersicht über die mittelfristig geplanten Maßnahmen

- Gemeinsamer Marketing- und Mediaplan
- Tourismuskonzept
- Helgoland Vitalresort
- Bessere Anbindung der Düne
- Zeitorientierte Beschilderung der Wegstrecken
- Zusätzliches (Groß-)Event
- Anlandungskonzept
- Sportliche und kommerzielle Aufwertung der Nordseewoche
- Spielscheune

Für die mittelfristig geplanten Maßnahmen ist die Projektplanung in Vorbereitung; die folgende Tabelle gibt einen kurzen Überblick über die Maßnahmen.

Bezeichnung	Verantwortlich	Ziele	Kurzbeschreibung
Gemeinsamer Marketing- und Mediaplan	Kurverwaltung Helgoland	Bündelung der Mittel, abgestimmter, wirksamer Außenauftritt	Umfassende Abstimmung der Marketingmaßnahmen aller Akteursgruppen auf Helgoland aufeinander, Dokumentation in einem gemeinsamen Plan.
Tourismuskonzept	Kurverwaltung Helgoland	verbindliches Tourismuskonzept inkl. Infrastruktur-Masterplan zur Entwicklung der Insel in den kommenden 5 Jahren	Positionierung am Markt , Zielgruppenportfolio, Handlungspläne zu Angebots-, Produkt- und Preisgestaltung sowie Vermarktung und Vertrieb, Masterplan zu den infrastrukturellen Erfordernissen auf der Insel. Tourismus- und Infrastrukturkonzept beziehen die Düne ausdrücklich mit ein.
Helgoland Vitalresort	Gemeinde Helgoland	Positionierung im Gesundheitstourismus	Entwicklung eines Vitalresorts als infrastrukturelles Zentrum für „Wellness & Gesundheit“. Planung unter Einbeziehung des Areals Schwimmbad, Kuranlage, Veranstaltungshalle, Marina, ggf. Jugendherberge, Inhalte: Gesundheits-/Präventions-/ Kurangebote/Medical Wellness.
Bessere Anbindung der Düne	Gemeinde Helgoland	Besserer Service für Gäste und Einheimische	Ausweitung des Fahrplans in die Abendstunden
Zeitorientierte Beschilderung der Wegstrecken	Gemeinde Helgoland	Positionierung im Gesundheitstourismus	nachzureichen
Zusätzliches (Groß-)Event	Kurverwaltung Helgoland	Aufwertung des Veranstaltungsprogramms	nachzureichen
Anlandungskonzept	Gemeinde Helgoland	Verbesserung der Erreichbarkeit Helgolands	nachzureichen
Aufwertung der Nordseewoche	Beherbergung und Gastronomie	Aufwertung des Veranstaltungsprogramms, Optimierung der Wertschöpfung	nachzureichen
Spielscheune	n.n.	Schlechtwetter- Betreuung für Familien mit Kindern	nachzureichen

Übersicht über die langfristig geplanten Maßnahmen

- Marina Helgoland
- Helgoland Entwicklungsagentur
- „Eingangstor“ zur Insel mit Landungsbrücke
- „Helgoliner“ (Tageskreuzfahrtschiff)
- Helgoland Card
- „Inselversorger“ (antizyklische Schiffsverbindung)
- Seebrücke zwischen Düne und Hauptinsel

Für die langfristig geplanten Maßnahmen ist der Diskussions- und Abstimmungsprozess initiiert worden; die folgende Tabelle gibt einen kurzen Überblick über die Maßnahmen.

Bezeichnung	Verantwortlich	Ziele	Kurzbeschreibung
Marina Helgoland	Koordinator: Torsten Conradi	Umfassende Erschließung Helgolands für Segeln und Yachting	Konzept liegt vor und ist in umfassender Abstimmung mit Planungsbehörden, Baubeginn für 2009 vorgesehen, Ziel: Verdoppelung der jetzigen Liegezahlen
Helgoland Entwicklungsagentur	Kurverwaltung Helgoland	Optimierung der Strukturen zur Erhöhung der Schlagkraft	Bündelung aller für das Standortmarketing, Tourismusmarketing und Infrastrukturmanagement eingesetzte Mittel in einer Gesellschaft, getragen von Gemeinde und privater Wirtschaft.
„Eingangstor“ zur Insel	Gemeinde Helgoland	Bessere Anbindung Helgolands an den Schiffsverkehr, mehr Komfort & Service für Gäste	nachzureichen
Helgoliner	Gemeinde Helgoland (in Kooperation mit Reedereien)	Steigerung der Tagesgäste	Tageskreuzfahrtschiff als großer Seebäderschiffneubau der gehobenen Kategorie
Helgoland Card	n.n.	Besserer Service für Gäste, Optimierung der Wertschöpfung	nachzureichen
Inselversorger	Gemeinde Helgoland (in Kooperation mit Reedereien)	Verbesserte Anbindung für Übernachtungsgäste und Einheimische	Antizyklische Schiffsanbindung zwischen Helgoland und Cuxhaven
Seebrücke zwischen Düne und Hauptinsel	Gemeinde Helgoland	Verbesserte Anbindung der Düne	nachzureichen