

Touristische Kerngebiete

WILHELMSHAVEN ERLEBEN! ZUKUNFT TOURISMUS
TOURISTISCHES KERNGEBIET



Warum war überhaupt eine Veränderung notwendig?

Die bisherige Situation war langfristig nicht mehr zukunftsfähig. Die Untersuchung zur touristischen Servicequalität hat deutlich gezeigt:

- die bisherigen Räume der Tourist-Information hatten räumliche Defizite,
- die alte Struktur entsprach nicht mehr den Anforderungen moderner Gästebetreuung,
- die Tourist-Information muss künftig stärker als modernes Welcome-Center gedacht werden.

Die Anforderungen der Gäste haben sich verändert.

Touristische Information funktioniert heute nicht mehr ausschließlich stationär, sondern als Kombination aus:

- persönlichem Service,
- digitaler Information,
- guter Erreichbarkeit,
- einfacher Orientierung,
- Mobilität,
- Flexibilität.

Der entscheidende Perspektivwechsel

Die entscheidende Frage lautet heute nicht mehr:

„Wo liegt die Innenstadt?“

Sondern:

„Wo bewegen sich unsere Gäste tatsächlich?“

Wilhelmshaven ist touristisch keine klassische Fußgängerzonen-Destination.

Die touristischen Hauptfrequenzen liegen:

- am Wasser,
 - am Südstrand,
 - am Hafen,
- im touristischen Erlebnisbereich.

Genau dort entwickelt sich heute auch die neue touristische Achse der Stadt.

Hinzu kommt:

73 % der Deutschlandurlauber reisen mit dem Auto an.

Gäste benötigen deshalb vor allem:

- gute Erreichbarkeit,
- unkompliziertes Parken,
- einfache Orientierung.

Die neue Tourist-Information erfüllt diese Anforderungen deutlich besser als der bisherige Standort.

Verbindungswege

TOP 8 | BERICHT DER GESCHÄFTSFÜHRUNG

Reiseverkehrsunternehmen

TOURISTIK & FREIZEIT
WILHELMS
HAVEN



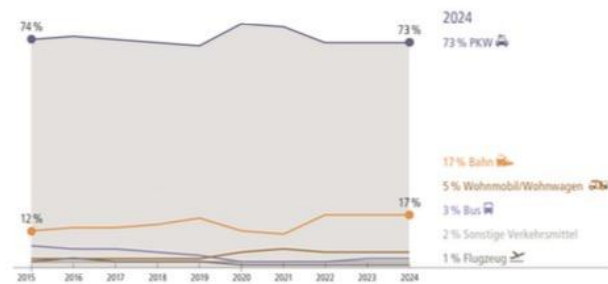
TOP 8 | BERICHT DER GESCHÄFTSFÜHRUNG

Reiseverkehrsunternehmen

TOURISTIK & FREIZEIT
WILHELMS
HAVEN

Mit dem Auto in den Deutschlandurlaub

Hauptverkehrsmittel der Deutschen bei der Anreise für Urlaubreisen im Inland*



*Urlaubreisen im Inland ab einer Übernachtung und ab 50 km vom Wohnort entfernt
Quelle: YouGov Shopper Intelligence Travel & Mobility (2024)

Reiseverhalten der Deutschen ■ 15



Die sachlichen Vorteile des neuen Standortes

Bessere Erreichbarkeit

Der neue Standort bietet:

- direkte Parkmöglichkeiten vor der Tür,
- eine Busanbindung unmittelbar am Standort,
- einfache Erreichbarkeit mit Auto, Fahrrad und zu Fuß.

Davon profitieren insbesondere:

- Familien,
- ältere Gäste,
- Tagesgäste,
- Wohnmobilstädte.

Bessere Integration in den touristischen Erlebnisraum

Die Tourist-Information liegt näher:

- am Hafen,
- am Wasser,
- am Süstrand,

an den touristischen Bewegungsräumen der Gäste.

Dadurch entsteht eine stärkere Verbindung zu den tatsächlichen touristischen Hotspots der Stadt.

Zukunftsfähige Entwicklungsmöglichkeiten

Der neue Standort bietet außerdem:

- mehr Raum für moderne touristische Services,
- bessere organisatorische Abläufe,
- bessere Möglichkeiten für digitale und hybride Angebote,
- stärkere Verbindung von analoger und digitaler Gästebetreuung.

Die Kritik an der Verlagerung wird ernst genommen.

Gleichzeitig muss die Entwicklung touristischer Infrastruktur aus Sicht der Gäste gedacht werden.

Kritik:

„Die Tourist-Information ist zu weit weg von der Innenstadt.“

Antwort:

- 800 Meter sind im touristischen Kontext keine große Distanz – insbesondere nicht in einer Stadt mit Wasserlage, Hafenstruktur und touristischen Bewegungsräumen entlang der Promenade.
- Zusätzlich wird die Wegeführung aktiv verbessert.

Bereits umgesetzt wurden:

- Fußspuren,
- zusätzliche Orientierungselemente,
- Hinweise in der Nordsee-Passage
- Einbindung von Bahnhof und Fahrradstation.
- Die technische Besucherlenkung mit Sensorik folgt nach Abschluss des Umbaus



Umgang mit der Kritik

„Man findet die Tourist-Information nicht.“

Antwort:

Genau deshalb investieren wir aktuell gezielt in Sichtbarkeit, Orientierung und Besucherlenkung.

Dazu gehören:

- Beachflags,
- Strandkörbe als sichtbare Orientierungspunkte
- Leitsysteme
- digitale Hinweise,
- QR-Lösungen,
- mobile Informationsangebote,
- zusätzliche Präsenz bei Veranstaltungen,
- stärkere Präsenz am Südstrand.

Wichtig ist dabei:

Die Verlagerung ist kein abgeschlossener Endzustand, sondern Teil eines laufenden Entwicklungsprozesses.



Die mobile Tourist- Information als Zukunftsmodell

Touristische Information funktioniert heute nicht mehr ausschließlich stationär.

Gäste informieren sich zunehmend:

- digital,
- mobil,
- spontan,
- direkt am Erlebnisort.

Deshalb wird die Tourist-Information künftig zusätzlich mobil gedacht.

Geplant sind flexible Einsätze:

- in der Nordsee-Passage,
- in der Innenstadt,
- bei Veranstaltungen,
- am Hafen,
- am Südstrand,
- bei Stadtfesten,
- bei externen Events.



Der entscheidende Gedanke lautet:

„Wir bringen die Information künftig dorthin, wo die Gäste sind – nicht nur umgekehrt.“

Mehrere starke touristische Kontaktpunkte statt nur ein Standort

Die zukünftige touristische Struktur basiert nicht mehr auf nur einem einzelnen Standort.

Vielmehr entsteht ein System aus mehreren Bausteinen:

- Hauptstandort im touristischen Erlebnisraum,
- zusätzlicher Standort am Südstrand,
- mobile Tourist-Information,
- digitale Services,
- QR-Informationspunkte,
- Orientierungssysteme im Stadtraum.

Dadurch entsteht:

kein Verlust von Service, sondern eine stärkere Verteilung und bessere Erreichbarkeit.

Politischer Schlussspunkt

Wir verstehen die emotionale Diskussion um den früheren Standort.

Unsere Aufgabe ist es jedoch, die touristische Infrastruktur **nicht nach Gewohnheiten der Vergangenheit, sondern nach den Bedürfnissen der heutigen und zukünftigen Gäste auszurichten.**

Die Leistungen der Tourist-Information bleiben vollständig erhalten.

Gleichzeitig arbeiten wir konsequent daran:

- Sichtbarkeit weiter zu verbessern,
- Orientierung auszubauen,
- mobile Angebote zu entwickeln,
- und die Tourist-Information zukunftsfähig weiterzuentwickeln.

Kontakt Wilhelmshaven Touristik & Freizeit GmbH

Nicole Werner

Leitung Touristik | Marketing |
Kommunikation

Telefon: + 49 4421-9279-30 | Mobil: +49
162 418 657 0

nicole.werner@wilhelmshaven-touristik.de

Wilhelmshaven Touristik & Freizeit GmbH

Banter Deich 2 | 26382 Wilhelmshaven

TOURISTIK & FREIZEIT
WILHELMS
HAVEN

Alexander Leonhardt

Geschäftsführer

T +49 4421 9106-0

M +49 152 5188 9468

leonhardt@wirtschaft-wilhelmshaven.de

mail@wirtschaft-wilhelmshaven.de

Wirtschaftsförderungsgesellschaft

Wilhelmshaven mbH

Rathausplatz 10 · 26382 Wilhelmshaven

www.wirtschaft-wilhelmshaven.de

WIRTSCHAFT
WILHELMS
HAVEN

T +49 4421 9279-0

M +49 152 5188 9468

gf@wilhelmshaven-touristik.de

Wilhelmshaven

Touristik & Freizeit GmbH

Banter Deich 2 · 26382 Wilhelmshaven

www.wilhelmshaven-touristik.de

TOURISTIK & FREIZEIT
WILHELMS
HAVEN