

STRUKTUR- UND ORGANISATIONSBERATUNG FÜR DIE LANDESMARKETINGORGANISATION MECKLENBURG-VORPOMMERN



Quelle: Tourismusverband Mecklenburg-Vorpommern e.V.

Auftraggeber: Tourismusverband Mecklenburg-Vorpommern
e.V., Rostock

Jahr: 2003

Standort: Rostock (Mecklenburg-Vorpommern)

Kurzbeschreibung:

Die Landesmarketingorganisation des Landes Mecklenburg-Vorpommern setzt sich zusammen aus dem Tourismusverband Mecklenburg-Vorpommern e.V. sowie seinen verschiedenen Gremien und ausführenden Organen (Vorstand, Geschäftsstelle, Ausschüsse und der Nordostdeutschen Fremdenverkehrs- und Marketinggesellschaft mbH).

Zielsetzung der Studie war es, die bestehenden Strukturen und Aufgabenfelder des Tourismusverbandes Mecklenburg-Vorpommern e.V. zu optimieren. Dazu wurde in einer ersten Leistungsphase die Beziehung des Tourismusverbandes

gegenüber seinen Mitgliedern, Vertragspartnern (Hoteliern), Wirtschaftspartnern und der Landespolitik sowie gegenüber den eigenen Beschäftigten und Leistungsabnehmern bewertet.

Aufbauend auf den Erkenntnissen der Analysephase wurde eine Konzeption für die Organisationsstruktur der Landesmarketingorganisation erarbeitet. Diese beinhaltet Empfehlungen für die folgenden Bereiche:

- Definition der primären und sekundären Arbeitsinhalte der Strukturelemente
- Vorschläge für die Aufbauorganisation der Strukturelemente
- Vorschläge zur Optimierung der Produktentwicklung
- Entwicklung der künftigen Leistungsausrichtung
- Vorschläge für eine touristische Organisationsstruktur auf Landesebene unter Berücksichtigung der vorhandenen und zu schaffenden Rahmenbedingungen
- Vorschläge für die Ablauforganisation
- Vorschläge zum künftigen Mitteleinsatz (gegliedert nach Ebenen und Aufgaben: u.a. Themenmarketing, Markenbildung, Vertrieb)

Nach Abschluss der Empfehlungsphase war Wenzel Consulting beratend bei der Umsetzung des Konzeptes tätig.

Leistungen:

- Innenanalyse der Arbeit des Tourismusverbandes
 - Strukturanalyse
 - Mitarbeiterbefragung
 - Mitgliederbefragung
 - Verbands- und Netzwerkbefragung
- Außenanalyse
 - Befragung der Wirtschaftspartner
 - Befragung der Vertragspartner (Hoteliern)
 - Kundenbefragung
 - Benchmark anderer Landesdachverbände
- Ableitung des Handlungsbedarfs und Aussprache von Handlungsempfehlungen (Konzeptentwicklung)
- Umsetzungsbetreuung