QUALITÄT UND NACHHALTIGKEIT

Modernisierungssprint 2021 bis 2023 | Kurzbericht

MV tut gut.

Mecklenburg-Vorpommern

Impressum

Herausgeber: Tourismusverband
Mecklenburg-Vorpommern e. V.
Konrad-Zuse-Straße 2 | 18057 Rostock

Vereinsregister Amtsgericht Rostock,
Registernummer VR585 | vertreten durch den
Geschäftsführer Tobias Woitendorf

Telefon: +49 381 40 30-500
E-Mail: info@auf-nach-mv.de

Design/Gesamtherstellung:
WERK3 Werbeagentur GmbH & Co. KG
Doberaner Str. 155 | 18057 Rostock

Titelmotiv: TMV/Witzel

Gefördert durch:

EUROPÄISCHE UNION
Europäischer Fonds für
Regionale Entwicklung

INHALT

Vorreiter werden bei Qualität und Nachhaltigkeit 04

Die 10 wichtigsten Projektergebnisse 04
Sechs Handlungsfelder 05

Handlungsfelder 06

Handlungsfeld 1 | Qualität: Strategieumsetzung 06
Handlungsfeld 2 | Qualität: Sensibilisierung und Qualifizierung 07
Handlungsfeld 3 | Ökonomische Nachhaltigkeit 10
Handlungsfeld 4 | Soziokulturelle Nachhaltigkeit 12
Handlungsfeld 5 | Ökologische Nachhaltigkeit 13
Handlungsfeld 6 | Management als zentrale Umsetzungsaufgabe 16

Maßnahmen für die Regionen 17

Maßnahmen für Fischland-Darß-Zingst 17
Maßnahmen für Vorpommern 18
Maßnahmen für die Mecklenburgische Ostseeküste 19
Maßnahmen für die Mecklenburgische Seenplatte 20
Maßnahmen für die Insel Rügen 21
Maßnahmen für Mecklenburg-Schwerin 22
Maßnahmen für die Insel Usedom 23

Vorreiter werden bei Qualität und Nachhaltigkeit

Das besondere Urlaubsgefühl in Mecklenburg-Vorpommern entsteht durch eine einzigartige Natur und die Menschen, die hier leben. Die weiten, von Wasser geprägten Landschaften bieten Gästen und Einheimischen Freiraum, um sich zu erholen und unvergessliche Eindrücke zu sammeln. Um diesen Freiraum zu erhalten und zu erneuern, sind Qualität und Nachhaltigkeit essenziell. Das sollte allen Akteurinnen und Akteuren bewusst sein und sich in ihrem Handeln widerspiegeln.

Nachhaltigkeit ist unser Weg zur Qualität

Mit dem Modernisierungssprint wurden Qualität und Nachhaltigkeit erstmals strategisch in der Tourismusentwicklung berücksichtigt. Ziel ist es, langfristig einen naturnahen und nachhaltigen Qualitätstourismus zu etablieren und damit die Wettbewerbsfähigkeit des Urlaubslandes MV zu sichern.

Auf diese Weise halten wir das Freiraumversprechen unserer Urlaubsmarke und machen Mecklenburg-Vorpommern zu einem erstklassigen Reiseziel für unsere Lieblingsgäste aus dem postmateriellen Milieu. Inspiriert von der Natur, bieten wir ihnen genau das, was sie sich am meisten wünschen: wertvolle Sehnsuchtsorte, nachhaltige Erholung und unvergessliche Naturerlebnisse.

Finanziell gut ausgestattet, leisten sich unsere Lieblingsgäste gerne das Besondere, also exquisite Produkte, regionale und außergewöhnliche Gastronomie sowie erstklassige Unterkünfte. Zufriedenheit ziehen sie aus nicht materiellen Dingen, wie Kunst, Kultur und Genuss. Massenkonsum und reine Spaßorientierung lehnen sie ab. Daher tendieren sie auch zu exklusiven Aktivitäten, bei denen sie die lokale Lebenskultur erleben können.

Basierend auf diesen Werten und unserer Urlaubsmarke wurden im Rahmen des Modernisierungssprints ein Qualitäts- und Nachhaltigkeitsleitbild und die Grundmaxime für alle Projektaktivitäten entwickelt.

Die 10 wichtigsten Projektergebnisse

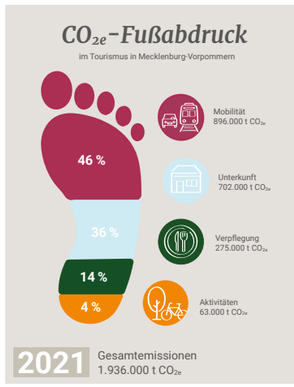
Im Modernisierungssprint wurden von Mai 2021 bis Dezember 2023 viele strategische Maßnahmen umgesetzt. Die 10 wichtigsten Projektergebnisse sind:

1. **Qualitäts- und Nachhaltigkeitsleitbild** mit der Grundmaxime »Nachhaltigkeit ist unser Weg zur Qualität«
2. **Monitoring** auf der Basis der entwickelten ***KPI: größte landesweite Gästebefragung*** (über 7.000 Teilnehmende), erste ***Lebensqualitätsstudie***, kontinuierliche Unternehmensbefragungen, TrustYou-Analysen etc.
3. **Weiterbildungen und Branchenkommunikation:** über 250 Schulungsangebote und Netzwerkevents mit mehr als ***5.100 Teilnehmenden***, über 330 Beiträge mit mehr als ***35.000 Aufrufen*** auf digitalen Branchenplattformen
4. **Erster Nachhaltigkeitsleitfaden** mit praktischen Tipps, Informationen, Checklisten, schnellen Maßnahmen und Best-Practice-Beispielen
5. **Kriterien für Qualitäts- und Nachhaltigkeitsdimensionen:** Ökonomie, Soziokultur, Ökologie, Management & Organisation, Kommunikation & Zielgruppe
6. **Qualitätslotse** als digitaler Helfer für mehr Qualität und Nachhaltigkeit im Urlaubsland MV
7. **Gestaltungsleitfaden** für Innenraumdesign und Architektur touristischer Bauprojekte, Übersetzung der Urlaubsmarke für optimale Erlebbarkeit
8. Entwicklung der **Kampagne #natürlichMitVerantwortung mit Nudges** als Besucherbegleitungsmaßnahmen
9. **Strategien für den Radweg Berlin–Kopenhagen und den Naturparkweg** als Leitprodukte für die qualitative und nachhaltige Entwicklung der Fernrouten
10. **Klimabilanzierungen** und Start des Prozesses zur ***Ableitung von Klimazielen*** für das Urlaubsland MV

Sechs Handlungsfelder

Diese und weitere landesweite sowie regionale Maßnahmen wurden in den folgenden Handlungsfeldern entwickelt und umgesetzt:

1. **Qualität: Strategieumsetzung**
2. **Qualität: Sensibilisierung und Qualifizierung**
3. **Ökonomische Nachhaltigkeit**
4. **Soziokulturelle Nachhaltigkeit**
5. **Ökologische Nachhaltigkeit**
6. **Management als zentrale Umsetzungsaufgabe**



Handlungsfeld 1

Qualität: Strategieumsetzung

FAKTEN

*Über **49 %** der Befragten sind zufrieden mit ihrer Lebensqualität*

Neues KPI-Set entwickelt

Um die nachhaltige Entwicklung des Urlaubslandes MV messen zu können, wurde ein neues KPI-Set entwickelt. Teil davon ist die Lebensqualität. Diesem Faktor widmete sich auch eine erstmals 2023 durchgeführte Studie der FH Westküste, an der auch die AG Zukunft des DTV beteiligt war. Gefragt wurde, wie die Menschen in MV ihre Lebensqualität einschätzen. 49 Prozent der Befragten bewerteten ihre Lebensqualität als (sehr) hoch. Mecklenburg-Vorpommern liegt damit leicht über dem Bundesdurchschnitt. Außerdem identifizieren sich die Einwohnerinnen und Einwohner von MV überdurchschnittlich stark mit ihrem Wohnort. Dabei spielt der Tourismus eine wichtige Rolle, da die Gäste an die Besonderheiten des Wohnortes erinnern.

Mehr als 7.000 Teilnehmende beantworteten Fragen zu Natur, Unterkünften etc.

Größte landesweite Gästebefragung

Im Juli 2022 startete in MV eine landesweite Gästebefragung in Zusammenarbeit mit den Regionalverbänden, die wichtige Daten für das KPI-Set sammelte. Das Fragenset fokussierte Qualität und Nachhaltigkeit. Mit über 7.000 Teilnehmenden war diese ganzjährige Befragung die größte ihrer Art. Die Ergebnisse wurden im Oktober 2023 präsentiert. Die wichtigsten sind:

- Die Gäste sind sehr zufrieden mit den Unterkünften, insbesondere mit deren Lage, Sauberkeit und Ausstattung. Die Zufriedenheit mit der Gastronomie ist dagegen im Vergleich zu vorherigen Befragungen gesunken. Kritikpunkte sind vor allem das Preis-Leistungs-Verhältnis und die Öffnungszeiten.
- Die Gäste schätzen eine intakte Landschaft und Natur, das Angebot regionaler Produkte und harmonische Ortsbilder. Die Zufriedenheit in diesen Bereichen ist größtenteils hoch, aber es gibt auch negative Stimmen in Gästekommentaren: So sollte die Natur erhalten werden, nicht alles zugebaut werden usw.

Zur Überwachung der qualitativen Entwicklung von touristischen Orten, Regionen und Anbietenden wurden außerdem Gästebewertungssysteme und TrustYou-Analysen genutzt. Diese wurden den Regionen zur Verfügung gestellt.

Positionierung der Tourismusakteurinnen und -akteure

Auch die Positionierung der Tourismusakteurinnen und -akteure prägt die wahrgenommene Qualität und Nachhaltigkeit. Eine langfristig angelegte Unternehmensbefragung am Anfang und am Ende des Projektes lieferte wichtige Ergebnisse über bereits umgesetzte Maßnahmen und den Bedarf an Unterstützung. 82 Prozent der Unternehmen gaben 2022 an, die Bedeutung der Nachhaltigkeit für eine zukunftsfähige Wirtschaft erkannt zu haben. Viele wünschten sich Unterstützung, beispielsweise mit Praxisleitfäden, Weiterbildungen und einem landesweiten Netzwerk zu Nachhaltigkeit und Qualität. Basierend darauf wurden Maßnahmen entwickelt und mit Erfolg umgesetzt. Die Befragung am Projektende zeigte die Entwicklungen und Projekterfolge. So konnten beispielsweise die Anzahl der Qualitäts- und Nachhaltigkeitsmanagerinnen und -manager in den Tourismusbetrieben in MV in der Projektlaufzeit von durchschnittlich 5 Prozent auf über 20 Prozent gesteigert werden.

Abstimmung mit Landestourismusorganisationen

Um deutschlandweit einheitliche und vergleichbare Erfolgsfaktoren zu erfassen, ist eine Abstimmung mit anderen Tourismusorganisationen nötig. Die dafür erforderlichen Maßnahmen wurden gemeinsam mit dem DTV und der Exzellenzinitiative für nachhaltige Destinationen für 2024 initiiert.

Handlungsfeld 2

Qualität: Sensibilisierung und Qualifizierung

Schulungen mit breitem Themen- und Zielgruppenfeld

Qualitätsverbesserung erfordert sensibilisierte und kompetente Beteiligte. Die Regionalmanagerinnen und -manager ermittelten in zahlreichen Gesprächen den Schulungsbedarf. Darauf basierend wurden 2022 und 2023 insgesamt 135 Schulungen und Infoveranstaltungen mit 2.554 Teilnehmenden zum Thema Qualität durchgeführt. So fanden beispielsweise Seminare zum Thema »Zielführender Umgang mit Beschwerden und Bewertungen« statt. Es gab auch Veranstaltungen zum Thema »Qualität im Naturtourismus«, bei denen es um die Bedürfnisse von wandernden und Rad fahrenden Gästen ging. Weitere Schulungen orientierten sich an bestimmten Zielgruppen, wie »Digitalisierung im Segment Familienurlaub« oder »Nachhaltigkeit im Familienprogramm«. Themen wie Selbstmanagement, Rhetorik, Moderation und Konfliktmanagement richteten sich an alle Mitarbeitenden und Führungskräfte im Tourismussektor.

Ein umfangreiches Schulungspaket gab es zwischen Oktober 2022 und März 2023 für die Anbietenden von Ferienwohnungen und -häusern, um hier die Qualität zu verbessern und das Netzwerken zu fördern. Die Schulungen fanden teils in Präsenz, teils auch online statt. Insgesamt wurden in sechs Monaten 48 Seminare zu den folgenden Themen angeboten:

- Rechte & Pflichten (Oktober 2022)
- Buchbarkeit & Wirtschaftlichkeitsrechnung (November 2022)
- Gästekommunikation (Dezember 2022)
- Einrichtung & Service (Januar 2023)
- Nachhaltigkeit (Februar 2023)
- Bewertungen & Beschwerdemanagement (März 2023)

Aufgrund der großen Nachfrage wurde diese Reihe im Herbst 2023 verkürzt mit 21 Veranstaltungen wiederholt. Zusätzlich zu den Weiterbildungen wurden die Themen Qualität und Nachhaltigkeit in über 250 Beratungen und mehr als 130 Gremiengesprächen in der Branche diskutiert.

Bildungsnetzwerk für dauerhafte Qualifizierung

Um Qualifizierungs- und Coachingangebote im Tourismussektor nachhaltig und dauerhaft verfügbar zu machen, unterstützt das Projekt »Modernisierungssprint« die AG Tourismusakademie bei der Analyse und Förderung der Bedingungen. Ziel ist ein Bildungsnetzwerk mit zentral organisierten und abrufbaren Bildungsinhalten.

Sensibilisieren und Wissen vermitteln für exzellente Angebote

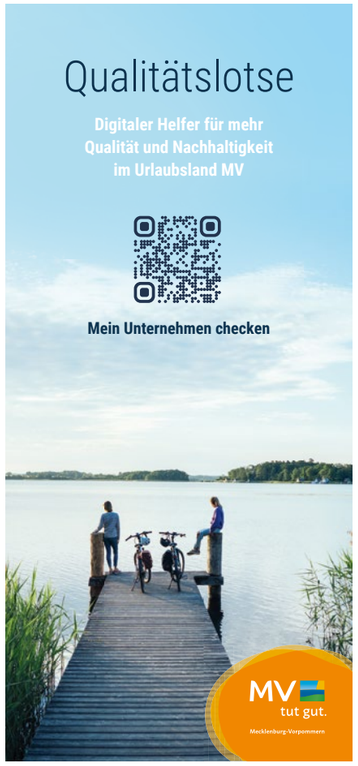
FAKTEN

***135** Qualitätsschulungen mit 2.554 Teilnehmenden*

***250** Beratungen*

***130** Gremiengespräche*

Orientierung, Benchmarking und Empfehlungen für nachhaltige Markenerlebnisse



Qualitätslotse
Digitaler Helfer für mehr Qualität und Nachhaltigkeit im Urlaubsland MV

Qualitätslotse

Auch mit Leitfäden und Hilfestellungen wurden die Tourismusakteurinnen und -akteure für die Themen Qualität und Nachhaltigkeit sensibilisiert und qualifiziert. Ein Beispiel dafür ist der digitale Qualitätslotse, der touristische Unternehmen dabei unterstützt, ihre Einzigartigkeit und ihre Stärken hervorzuheben und gleichzeitig ökologische und soziale Auswirkungen zu optimieren. Mit einem Selbst-Check können sie eine erste Orientierung erhalten und ihre Leistung mit anderen Akteurinnen und -akteuren vergleichen. Bei der Entwicklung qualitativer und nachhaltiger Markenerlebnisse helfen individuelle Empfehlungen, Checklisten und schnelle Maßnahmen.

Gestaltungsleitfaden

Der Gestaltungsleitfaden für touristische (Bau-) Projekte unterstützt dabei, die Urlaubsmarke durch ein ansprechendes Innendesign und besondere Architektur erlebbar zu machen. Mithilfe von acht Gestaltungsprinzipien können die Projektentwickelnden und -betreibenden ihr Projekt zu einem touristischen Gesamterlebnis formen und die Besonderheiten der Region widerspiegeln. Außerdem liefert der Leitfaden konkrete Gestaltungsideen für Ferienwohnungen, gewerbliche Unterkünfte und Tourismusinformationen.

Gestaltungsleitfaden für touristische Bauprojekte

Beiträge auf Plattformen

Seit Projektstart wurden auf verschiedenen Branchenplattformen über 330 Beiträge zu den Themen Qualität und Nachhaltigkeit veröffentlicht. Diese Beiträge wurden mehr als 35.000 Mal aufgerufen.

»Ich fand den Kurs sehr spannend und bin dankbar, dass ich den Kurs entdeckt habe und die Möglichkeit hatte teilzunehmen. Das Ganze hat mich neu sensibilisiert und ich achte in der Praxis jetzt schon mehr auf die Umsetzung von Dingen.«

Sylke Hagemeister,
Ferienhaus Ostseebad Prerow

»Es ist eine große Sensibilität für alle Bereiche entstanden. Der Kurs war klar strukturiert und du hast uns Möglichkeiten an die Hand gegeben, diesbezüglich zu handeln. Danke an dich und an den Tourismusverband.«

Dr. Bettina Klein, Gutshof Hessenburg

»Richtig gut, wichtig und tatsächlich auch mein Ziel war es, das Ganze mal etwas greifbar strukturiert zu haben. Aber dafür gibt es dann ja Spezialisten wie dich und den TMV, der sich darum kümmert, und das hat absolut seine Berechtigung. Es war sehr bereichernd und ich freue mich auf das Einzelcoaching. Besten Dank.«

Anne Leufgen, Stralsund Hotels

»Ich habe sehr, sehr viel mitgenommen. Der Fokus lag bei mir auf Energie, aber auch den Bereich Mitarbeiter und Kommunikation fand ich noch mal ganz entscheidend. Auch die ganzen Beispiele und Zahlen waren gut und haben einem noch mal etwas an die Hand gegeben, um im Betrieb besser agieren und argumentieren zu können.«

Laura Zoch, Störtebeker Braumanufaktur

»Es war unglaublich bereichernd, besonders der Bereich Mitarbeiter und Kommunikation. Das hat aus diesem ganzen Wirrwarr im Kopf, wie setze ich es um, wie nehme ich Leute mit, unglaublich viel geholfen. Und was ich auch total toll fand, dass aus unserer Runde schon so ein kleines Netzwerk entstanden ist, dass wir Sachen angehen und uns dazu austauschen.«

Eileen Thiele, Ozeaneum

»Ich weiß jetzt nach diesen Modulen, dass ich zum Thema Nachhaltigkeit nichts weiß. Es war gut, ohne Frage. Mich hat aber die To-do-Liste, was alles dahintersteckt, etwas erschlagen. Das steht jetzt für die Nebensaison auf dem Plan. Aber ganz viele Impulse, schöne Darstellungen, breites Spektrum, das abgedeckt wurde, nichts zu meckern.«

Katja Seppelt,
Tourismus, Freizeit & Kultur GmbH

Handlungsfeld 3

Ökonomische Nachhaltigkeit

Die Leistungsträgerinnen und -träger im Tourismus sichern mit ihren unternehmerischen Entscheidungen die Nachhaltigkeit und damit die Wettbewerbsfähigkeit sowie den wirtschaftlichen Erfolg der touristischen Destination. Im Rahmen des Modernisierungssprints wurden sie dabei unterstützt, verantwortungsvoll und ökologisch zu wirtschaften.

FAKTEN

__118__ Nachhaltigkeitsschulungen mit über __2.600__ Teilnehmenden

Hochwertige Qualifizierungsangebote

Eine wichtige Rolle spielte die Qualifizierung. In 118 kostenlosen Weiterbildungen und Netzwerkveranstaltungen wurden über 2.600 Teilnehmende motiviert, sich mit Nachhaltigkeit auseinanderzusetzen. So behandelten im Frühjahr und Herbst 2022 beispielsweise zwei bis sechs Themenblöcke die Vorteile nachhaltigen Wirtschaftens sowie konkrete Themen wie Energieeffizienz, regionale Lieferketten, Mitarbeitendenbindung und Nachhaltigkeitszertifikate.

Von Energieeffizienz bis Nachhaltigkeitszertifikat – Kurse für einen zukunftsfähigen Tourismus

Kommunikationsansätze

Neben dem Wissen zum Thema Nachhaltigkeit bedarf es auch geeigneter Kommunikationsmaßnahmen, mit denen Verständnis und Bereitschaft bei den Mitarbeitenden und Gästen geweckt werden. Im Herbst 2023 fanden Ganztagsveranstaltungen in sechs Regionen des Landes statt. Hoteliers erfuhren, welche konkreten Maßnahmen sie für Nachhaltigkeit umsetzen können, wie sie gäste- und buchungswirksam kommunizieren und ihre Gäste binden können. Halbtägige Workshops für Touristinformationen in drei Regionen in Mecklenburg-Vorpommern ergänzten dieses Angebot.

Nachhaltigkeitsinitiative

Auf der Insel Rügen erhielten ausgewählte Tourismusakteurinnen und -akteure ab Januar 2023 ein Coaching auf ihrem Weg zur Nachhaltigkeit. Nach dem Motto »aus der Branche für die Branche« entwickelten sie sich dabei selbst zu Botschafterinnen und Botschaftern.

Nachhaltigkeitsstammtische für Information und Netzwerkbildung

2022 und 2023 diskutierten die Teilnehmenden der regionalen Tourismustage und der Tourismustage des TMV verschiedene Themen wie Klimawandel und Tourismus sowie Fachkräftegewinnung. Zusätzlich fanden über 20 Nachhaltigkeitsstammtische für Expertinnen und Experten sowie Neulinge statt. Der im Juli 2022 ins Leben gerufene Digitale Nachhaltigkeitsstammtisch MV entwickelte sich schnell zu einem zentralen Treffpunkt für Fachleute und Interessierte. Bei den regelmäßig donnerstags stattfindenden Treffen von durchschnittlich 15 Personen ging es vorrangig um Sensibilisierung, den Informationsaustausch und die Netzwerkbildung in MV. Externe Referentinnen und Referenten sprachen über verschiedene Themen.

Mit dabei war Benjamin Förtsch (Creative Hotel Luise), der sich auf nachhaltige Kommunikation spezialisiert hat, die Organisation Green Sign mit Expertise in nachhaltigen Zertifizierungen und Chris Kaiser von Click and Tree, der über CO_2-Kompensation sprach. Daneben setzten sich die Teilnehmenden auch mit dem Nachhaltigkeitsleitfaden MV und dem Qualitätslotsen auseinander.

Erster Nachhaltigkeitsleitfaden

Viele Unternehmen wollen mehr Verantwortung übernehmen. Der Nachhaltigkeitsleitfaden mit praktischen Tipps, Informationen, Checklisten, schnellen Maßnahmen, Best-Practice-Beispielen sowie Ansprechpersonen erleichtert ihnen den Einstieg.

Regionale Wirtschaftsketten

Auch die Förderung regionaler Wirtschaftsketten beflügelt die ökonomische Nachhaltigkeit. In Mecklenburg-Vorpommern gibt es bereits viele Initiativen zur Vermarktung regionaler Erzeugnisse. Allerdings gelangen regionale Lebensmittel noch nicht in ausreichendem Maße in einheimische Restaurants. Das soll sich ändern. Im Rahmen des Modernisierungssprints wurden dafür Tourismusunternehmen mit landesweiten Produzentennetzwerken wie »Markt.mv« oder »pommernRegal« zusammengebracht.

FAKTEN

über __20__ Nachhaltigkeitsstammtische mit je zirka __15__ Teilnehmenden

Erster Nachhaltigkeitsleitfaden für das Urlaubsland MV

Handlungsfeld 4

Soziokulturelle Nachhaltigkeit

Fachkräfte im Fokus: Motivierende Keynotes auf den MV-Tourismustagen in Rostock

Tourismus sollte allen nützen und die Lebensqualität und Teilhabe der gastgebenden Bevölkerung erhöhen.

Beschäftigungsqualität verbessern

Ein wichtiger Faktor ist hierbei die Beschäftigungsqualität. Der TMV arbeitet dafür mit den in der Landestourismuskonzeption festgelegten Verantwortlichen zusammen und hat beispielsweise die landesweite Fachkräftestrategie inhaltlich begleitet, Diskussionsrunden durchgeführt und Seminare zur Mitarbeiterbindung organisiert. Im November 2023 fanden die MV-Tourismustage mit Projektunterstützung unter dem Titel »Bereit zum Sprung in die neue Arbeitswelt« in Rostock statt. Die Veranstaltung umfasste motivierende Keynotes, inspirierende Impulse und spannende Best Practices sowie drei intensive Workshops zu den Themen »Mitarbeitende gewinnen«, »Mitarbeitende binden« und »Mitarbeitende optimal einsetzen«.

FAKTEN

*Kampagne **»Sei Gast auf deiner eigenen Insel«** mit Vergünstigungen für Einheimische*

Arbeitskräftemangel entgegenwirken

Die Region Fischland-Darß-Zingst geht den Arbeitskräftemangel aktiv an und startete mit einer Stakeholder-Analyse. Die Regionalmanagerin sprach dafür mit verschiedenen Akteurinnen und Akteuren im Landkreis und in MV. In einer Stakeholder-Map wurden die Verantwortlichkeiten festgehalten und der Tourismusverband Fischland-Darß-Zingst zum Informationsgeber ernannt. Auf regelmäßigen Austauschtreffen arbeiteten die Teilnehmenden gemeinsam an dem Thema und vernetzten sich. Bei monatlichen Unternehmensstammtischen im Jahr 2023 ging es um Themen wie Arbeitsmarktlage, Fördermittel, New Work und systemisches Leadership.

Tourismusakzeptanz steigern

Um soziokulturell nachhaltig zu sein, braucht der Tourismus eine breite Akzeptanz. Mit dem Projekt »Tourismuskultur« sollen die Interessen der Bevölkerung und der Tourismusbranche besser in Einklang gebracht werden. Um die Themen noch besser in die Branche zu tragen, unterstützten die Regionalmanagerinnen und -manager die Maßnahmen und setzten eigene Initiativen um. Ein Beispiel dafür ist die Tourismusakzeptanz-Kampagne »Sei Gast auf deiner eigenen Insel« auf Usedom. Diese Aktion, im Frühjahr 2022 und 2023 von der Regionalmanagerin organisiert, bot Einheimischen Vergünstigungen in Restaurants, Wellnesseinrichtungen und Hotels sowie kostenlose Freizeitaktivitäten und Veranstaltungen. Mit dieser Aktion möchte die Usedomer Tourismusbranche ihre Wertschätzung gegenüber den Einheimischen ausdrücken, die jedes Jahr als herzliche Gastgebende auftreten. Gleichzeitig sollen Vorbehalte gegenüber touristischen Angeboten reduziert und die Akzeptanz des Tourismus gefördert werden.

Barrierefreiheit

Barrierefreiheit ist ein fester Bestandteil der sozialen Nachhaltigkeitsdimension. Um die barrierefreien Angebote zu verbessern, wurden regionale Schulungen durchgeführt und Synergien mit dem Projekt »Gesundheitstourismus« genutzt. Darüber hinaus gab es Online-Infoveranstaltungen zu den Themen »Reisen für Alle« und »Barrierefreie Internetseitengestaltung«.

Handlungsfeld 5

Ökologische Nachhaltigkeit

Partnerinitiativen unterstützen

Mecklenburg-Vorpommern bietet viel natürlichen Freiraum. Umso wichtiger ist es, schonend mit den natürlichen Ressourcen umzugehen und aktiv zum Umweltschutz beizutragen. Dafür werden unter anderem Partnerinitiativen für die Inwertsetzung nationaler Naturlandschaften unterstützt und beworben. In diesem Rahmen hat der Regionalmanager für die Region Mecklenburg-Schwerin beispielsweise im Vergaberat der Biosphärenreservate Elbe und Schaalsee mitgearbeitet, bei der Kuratoriumssitzung des Biosphärenreservats Schaalsee referiert und sein touristisches Know-how im Naturpark Sternberger Seenland bei der Entwicklung des Wanderwegenetzes miteingebracht. Es gibt auch einen verstärkten Austausch mit Umweltschutzorganisationen wie dem BUND oder WWF.

Kampagne #natürlichMitVerantwortung

Die Kampagne #natürlichMitVerantwortung animiert Gäste, Gastgebende sowie Einwohnerinnen und Einwohner, über die Auswirkungen ihres Handelns nachzudenken und sich nachhaltig und respektvoll im Land zu bewegen. Neben der Einbindung auf *www.auf-nach-mv.de/nachhaltig* wurde die Kampagne auch in den sozialen Medien umfangreich beworben. Teil dieser Kampagne ist der Kurzfilm »Tiger in MV«. Er sensibilisiert Besucherinnen und Besucher für einen respektvollen Umgang mit der Natur. Passend dazu wurden Bildmotive entwickelt, die im Anschluss an die Social-Media-Kampagne als Remarketing in den sozialen Medien ausgespielt werden. Der Film ist mit über 169.000 Aufrufen und mehr als 560 Likes in zwei Monaten einer der beliebtesten Filme des TMV (**Facebook/Instagram:** Reichweite 2,58 Mio; Aufrufe 23.299 | **YouTube:** Reichweite 2,6 Mio; Aufrufe 169.000; Likes 560).

Bei den zahlreichen kommunikativen und informativen Maßnahmen kam auch das Konzept des »Nudging« zum Einsatz, um Besucher und

FAKTEN

***169.000** Aufrufe und über **560** Likes für YouTube-Kurzfilm »Tiger in MV«*

Augenzwinkernd für einen respektvollen Umgang mit der Natur

FAKTEN

*Erste **Klimabilanz** für das Urlaubsland MV*

Besucherinnen zu naturverträglichem Verhalten zu motivieren. In Kooperation mit den Pilotregionen Nationalpark Vorpommersche Boddenlandschaft und dem Müritz-Nationalpark wurden Untersuchungen durchgeführt, um das Verhalten der Gäste besser zu verstehen. Basierend auf diesen Erkenntnissen wurden Nudge-Ideen entwickelt, die ab 2024 als Toolbox für die Branche zur Verfügung stehen.

Treibhausgasbilanz und Klimaziele

Landesweite Konzepte müssen auch globale Herausforderungen wie den Klimawandel adressieren. Dafür ist der TMV seit dem Start des Modernisierungssprints Partner in der Exzellenzinitiative nachhaltiger Destinationen. Im Jahr 2022 wurde hier deutschlandweit am Thema Klimaschutz und -anpassung im Tourismus gearbeitet. Im Frühjahr fanden spezielle Online-Seminare für die Hotellerie und Gastronomie statt, und im 2. Halbjahr 2022 wurde die erste Klimabilanz für das Urlaubsland MV sowie für die Regionen Vorpommern, Rügen und Fischland-Darß-Zingst erstellt. 2023 entstand basierend auf einer neuen Gästebefragung eine neue Klimabilanz, und im Herbst begann der Prozess zur Ableitung von Klimaschutzzielen im Tourismus, der im Jahr 2024 fortgesetzt werden soll. Darüber hinaus begleitete der Tourismusverband die Erarbeitung des Klimaschutzgesetzes auf Landesebene.

Mehr erneuerbare Energien im Tourismus

Zusammen mit der Initiative MVeffizient wurde die Reduktion schädlicher CO_2-Emissionen in Tourismusunternehmen vorangetrieben. Dies geschah durch den effizienten Umgang mit Energie und die Nutzung erneuerbarer Energien. Bei drei Stammtischen für die Tourismusbranche konnten sich Teilnehmende kostenlos über Themen wie die Förderung erneuerbarer Energiequellen, digitales Energiemanagement in Hotelbetrieben und Elektromobilität in Tourismusunternehmen informieren. Wer wollte, konnte auch individuelle Energieberatungen in Anspruch nehmen. Im Herbst 2022 wurden gemeinsam mit MVeffizient und lokalen Energieversorgern regionale Energietage speziell für die Tourismusbranche organisiert.

Nachhaltige Mobilität und Besucherlenkung

Das Urlaubsland braucht nachhaltige Lösungen auch für Mobilität und Besucherlenkung im Tourismus. Gemeinsam mit der Verkehrsgesellschaft Mecklenburg-Vorpommern mbH und den Modellregionen unterstützt der Tourismusverband Mecklenburg-Vorpommern Lösungen für bestehende Verkehrsprobleme.

Bessere Wege und schöne Ziele für Radelnde in MV

Verbesserte Radwege an der Mecklenburgischen Ostseeküste

Die Region Mecklenburgische Ostseeküste gilt deutschlandweit als zweitbeliebteste Region für Radtouren. Es gibt hier drei viel befahrene Fernradwege, nämlich den Hamburg-Rügen- und den Berlin-Kopenhagen-Radfernweg sowie den Ostseeküstenradweg. Diese wiesen allerdings erhebliche Mängel auf, insbesondere bei der Qualität der Radwege (ADFC-Radreiseanalyse 2021). Sie sollen behoben und der Radtourismus in der Region weiterentwickelt werden. Mit einer Bestandsaufnahme verschafften sich die Verantwortlichen 2022 einen detaillierten Überblick über die Mängel und gaben Maßnahmen zur Trassenoptimierung im Landkreis Rostock in Auftrag. So entstand ein umfassendes Konzept zur Verbesserung der Radwege-Qualität einschließlich der Beschilderung sowie Handlungsempfehlungen für Kommunen und Gemeinden.

Insel Rügen als Qualitätswanderregion

Im Rahmen des Modernisierungssprints wurde die Insel Rügen auf ihrem Weg zur Qualitäts-Wanderregion begleitet. Auf Infoveranstaltungen konnten sich die touristischen Leistungsträgerinnen und -träger über das Potenzial des Wandertourismus und der Angebotsgestaltung informieren. Im Rahmen der Mitarbeit an der LEADER-Strategie wurde noch ein weiteres Projekt zur Entwicklung Rügens als Qualitäts-Wanderregion angestoßen.

Leitprodukte für MV

Bis 2030 sollen der Radfernweg Berlin–Kopenhagen und der neue Naturparkweg in Mecklenburg-Vorpommern durch gezielte Qualitäts- und Nachhaltigkeitsmaßnahmen zu Leitprodukten des Landes entwickelt werden. Basierend auf Expertenbefragungen, Bestandsaufnahmen und Partnerworkshops entstanden dafür in den Jahren 2022 und 2023 Strategien mit konkreten Maßnahmen und Zuständigkeiten. Erste Aktivitäten wurden bereits umgesetzt, wie beispielsweise Partnerschulungen.

FAKTEN

*Strategien für Entwicklung neuer **Leitprodukte***

Handlungsfeld 6

Management als zentrale Umsetzungsaufgabe

FAKTEN

***Qualitäts- und Nachhaltigkeitsleitbild** 2023 fertiggestellt*

Steuerungsmechanismen für eine neue Ausrichtung des Urlaubslands

Die fünf Handlungsfelder wurden um einen übergeordneten Managementansatz erweitert. Die darin enthaltenen Steuerungsmechanismen geben den Tourismusakteurinnen und -akteuren klare Handlungsspielräume und Perspektiven und sollen optimale Bedingungen für eine hochwertige und nachhaltige Ausrichtung des Urlaubslandes schaffen.

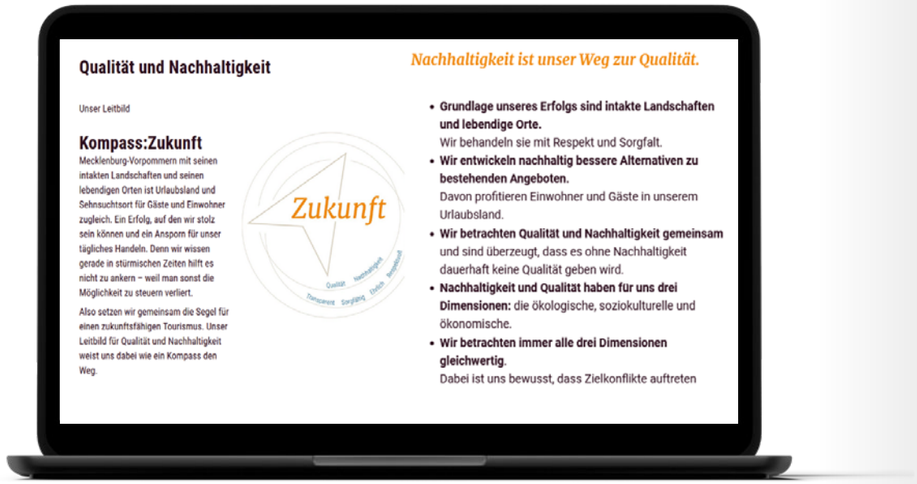
Zusammenarbeit mit der Landesregierung

Die nachhaltige Entwicklung des Tourismus ist eng mit den politischen Zielen des Landes verbunden. Daher wurde die Zusammenarbeit mit der Landesregierung intensiviert. Die Weiterentwicklung der Modellregionen, der Ökowertpapiere (z. B. Waldaktie), des Klimaschutzgesetzes und die Fortführung der Kampagne MVeffizient wurden gemeinsam bearbeitet und sollen in Zukunft fortgesetzt werden.

Leitbild als Nordstern

Mit dem Qualitäts- und Nachhaltigkeitsleitbild entstand 2022 eine Art Nordstern für alle Beteiligten. Die Grundmaxime lautet »Nachhaltigkeit ist unser Weg zur Qualität«. Aufbauend auf der Urlaubsmarke Mecklenburg-Vorpommern weist es die Richtung für die Aktivitäten – von der Angebotsgestaltung bis zur strategischen Entwicklung. Mit konkreten Anleitungen und Qualitätskriterien wurde es der Branche für 2023 bereitgestellt. Die Kriterien können zur Selbsteinschätzung oder zur Vermarktung der Angebote verwendet werden und bilden unter anderem die Grundlage für den Qualitätslotsen (siehe Handlungsfeld 2 »Sensibilisierung und Qualifizierung«). In Zukunft können sie auch als Kriterien für Förderungen dienen.

In den Jahren 2022 und 2023 wurden auf Regionsebene Qualitäts- und Nachhaltigkeitsstrategien für Vorpommern und die Mecklenburgische Seenplatte entwickelt. Diese enthalten Maßnahmenpläne für zukünftige Regional- und Produktentwicklungen und dienen als Grundlage für die Arbeit und Aktivitäten der DMOs (Destination Management Organisations) sowie ihrer Mitglieder und Partner.



Leitbild mit Anleitungen und Kriterien zur Selbsteinschätzung und Vermarktung

Maßnahmen für Fischland-Darß-Zingst

Was sind die zentralen Herausforderungen im Tourismus? Diese Frage wurde Ende 2021 bei verschiedenen Treffen und Gesprächen mit dem Vorstand, den Mitgliedsorten und dem Nationalparkamt diskutiert. Die Antwort: die Verträglichkeit des Tourismus, die Zufriedenheit der Gäste und der Mangel an Arbeitskräften.

Arbeitskräftemangel

Zunächst wurden auf einem Workshop die Interessengruppen für dieses Thema analysiert und eine Stakeholdermap erstellt. Beim anschließenden Treffen dieses Personenkreises wurde der Kontakt mit bestehenden Initiativen hergestellt, die Basis für eine Zusammenarbeit geschaffen und die Rolle des Regionalverbandes als Informations- und Impulsgeber für die Branche festgelegt. Ein digitaler, monatlich stattfindender Unternehmensstammtisch bot Impulsvorträge zu Themen wie Arbeitsmarkt, Fördermittel, New Work, systemisches Leadership sowie Visionen und Werte, aber auch Möglichkeiten zum Austausch.

Gästezufriedenheit

Im Bereich der Servicequalität und der Gästezufriedenheit lag der Fokus auf der Kommunikation innerhalb der Branche. Auf drei ganztägigen Fachexkursionen konnten sich die Leistungsträgerinnen und -träger über nachhaltige Angebote informieren, ihre regionalen Kenntnisse vertiefen und sich untereinander vernetzen. Ergänzend fanden regionale Tourismustage mit Fachvorträgen und Diskussionsrunden statt.

Der Branchen-Newsletter und das Extranet des Verbandes informierten die Gastgebenden über Qualitätsinitiativen, Zertifizierungen, Schulungen und Ähnliches. Bei Bedarf wurden auch Beratungen angeboten.

Naturverträglichkeit

Im Bereich der Tourismusverträglichkeit, also der Nachhaltigkeit, bilden die Stärkung der Identität als Nationalparkregion und die Zusammenarbeit mit dem Nationalparkamt den Schwerpunkt. Zunächst wurde in diesem Bereich der Regionalverband als Nationalpark-Partner zertifiziert. Das Partnerprogramm wurde in der Branche auf verschiedenen Plattformen beworben. Kooperiert wurde auch mit anderen Naturschutzakteurinnen und -akteuren, wie zum Beispiel dem BUND und dem WWF. Um den Austausch zwischen den Kommunen, Unternehmerinnen und Unternehmern sowie Naturschutzakteurinnen und -akteuren zu fördern, wurde eine Arbeitsgruppe zum Thema Nachhaltigkeit gegründet. Im Rahmen der landesweiten Kampagne #natürlichMitVerantwortung arbeitete die Region als Pilotregion mit. Außerdem wurde eine Naturerlebniskarte entwickelt, um unseren Gästen spannende Spots zu präsentieren und sie gleichzeitig für die geltenden Regeln und den Naturschutz zu sensibilisieren.

Naturschätze entdecken und bewahren mit der Naturerlebniskarte

FAKTEN

3 ganztägige Fachexkursionen zu nachhaltigen Anbietern

Weitere Maßnahmen:

- Beteiligung am Pilotprozess zur ***THG-Klimabilanzierung*** für das Urlaubsland MV gemeinsam mit der Exzellenzinitiative Nachhaltige Reiseziele
- Auswertung und Vorstellung der ***TrustYou-Analyse-Ergebnisse*** für die Region
- Entwicklung ***Leitbild und Zertifizierung SQD, Nationalpark-partner und TourCert Qualified*** für die Geschäftsstelle des Tourismusverbandes
- Organisation und Durchführung verschiedener ***Veranstaltungen und Qualifizierungsformate*** (Treffen DTV-Prüfer, Nachhaltigkeits-Workshops, Energienachmittag, Workshops Barrierefreiheit, QMF-Partnertreffen)

Maßnahmen für Vorpommern

FAKTEN

Nachhaltigkeits-gremium *mit halbjährlichen Treffen*

Zu Beginn des Modernisierungssprints entwickelte der Tourismusverband Vorpommern eine Strategie für Qualität und Nachhaltigkeit für die Region. Diese enthält Visionen, Ziele, regionalspezifische Handlungsfelder, Maßnahmen und Zuständigkeiten, die zuvor in Zukunftswerkstätten und teilregionalen Maßnahmenwerkstätten erarbeitet wurden. Umgesetzt werden die Maßnahmen nach dem Projektende schrittweise mit Unterstützung der AG Nachhaltigkeit.

Speziell für Vorpommern wurde zudem ein Nachhaltigkeitsgremium gegründet, in dem verschiedene Partner der Region zusammenarbeiten, darunter touristische Anbieter, LEADER-Regionalmanager, regionale Produzenten und Naturparke der Region. Das Gremium trifft sich halbjährlich, um sich über Nachhaltigkeitsaktivitäten auszutauschen, Synergien zu erkennen und die Umsetzung der Strategie voranzutreiben.

Dank der Strategie, vieler bereits umgesetzter Maßnahmen und der Zusammenarbeit mit dem Tourismusverband Mecklenburg-Vorpommern erreichte Vorpommern den 1. Platz beim Bundeswettbewerb Nachhaltige Tourismusdestinationen in der Kategorie Starter. Nach den ersten beiden Bewerbungsphasen im Winter 2022/2023 setzte sich die Region im Finale gegen die Konkurrenz durch und wurde am 21. Juni im Bundesumweltministerium in Berlin ausgezeichnet.

Nachhaltige Tourismusdestinationen
1.
BUNDESWETTBEWERB PLATZ
2022/23

Weitere Maßnahmen:

- Qualifizierung, ***Zertifikate SQD und TourCert Qualified***
- ***Tourismustag 2023 zum Thema Regionalität und Nachhaltigkeit*** im Wasserschloss Quilow mit Projekt Agrartourismus des TMV und des Landkreises Vorpommern-Greifswald
- Ausbau und die Optimierung von ***nachhaltig.vorpommern.de***
- ***Flyer zur Präsentation der nachhaltigen und naturnahen Angebote*** der Region
- ***Faltbroschüre, die Naturparke und nachhaltige Anbieter*** hervorhebt und Hinweise zum Verhalten in sensiblen Naturräumen gibt (30.000 Exemplare)
- ***Advertorials*** für nachhaltigen Tourismus (Kooperationen mit Urlaubsmagazin Vorpommern und Tagesspiegel)
- ***Naturführungen*** im Naturpark Peenetal und nachhaltige Anbieter im Rahmen der ***Herbst-Winter-Kampagne***
- Entwicklung einer ***Radverkehrsuntersuchung*** in Kooperation mit dem Landkreis Vorpommern-Greifswald

Maßnahmen für die Mecklenburgische Ostseeküste

An der Mecklenburgischen Ostseeküste soll vor allem der Radtourismus entwickelt werden. Dabei folgt die Region dem übergeordneten Ziel des Tourismusverbandes Mecklenburg-Vorpommern, ein landesweites Radwegenetz zu schaffen.

Im Landkreis Rostock und in der Region des Verbandes Mecklenburgischer Ostseebäder e. V. wurden dafür 13 Radfern- und Radrundwege begutachtet und ein Optimierungsprozess angestoßen. Gemeinden, Kommunen, Kurverwaltungen und Touristinformationen konnten sich hier mit ihren besonderen Kenntnissen über digitale Concept-Boards, Fragebögen und Online-Veranstaltungen beteiligen. Langfristig soll die Qualität der Radwege verbessert und die touristische Nachfrage gesteigert werden. Neben dem Ausbau der Infrastruktur und der Anbindung an Gastgebende und Sehenswürdigkeiten spielt dabei auch die Inszenierung und der Erlebniswert der Radwege eine Rolle.

Um touristischen Betrieben und Orten eine erste Orientierung und langfristige Unterstützung auf dem Weg zu einem hochwertigen Radtourismus zu bieten, entstand im 2023 ein kompakter Rad-Leitfaden. Dieser behandelt in vier Kapiteln alle Aspekte, die zu einer kontinuierlichen Verbesserung der Qualität beitragen. Der Leitfaden bietet Hilfestellungen und weiterführende Informationen zu hochwertigen Fahrradwegen, der notwendigen Infrastruktur, fahrradfreundlichen Betrieben sowie erfolgreicher Kommunikation und Vermarktung.

Über einen eigenen Fahrrad-Flyer bewirbt der Verband Mecklenburgischer Ostseebäder seine Fahrradtouren. Gemeinsam mit den Orten wurde dieser Flyer zielgruppenspezifisch angepasst und kommuniziert. Die für den angepassten Flyer beauftragte Fotoproduktion sollte vor allem den Radurlaub in der Nebensaison im Einklang mit der neuen Urlaubsmarke in Szene setzen.

FAKTEN

Rad-Leitfaden *hilft bei Entwicklung hochwertiger Angebote*

Weitere Maßnahmen:

- ***Barrierefreie Angebote*** der verbandseigenen Webseite aufbereitet, z. B. »Reisen für Alle«-zertifizierte Betriebe, barrierefreie Strandzugänge, Unterkunftsmöglichkeiten und Freizeitanbieter
- Online-Präsenz des Regionalverbandes im Bereich Aktivurlaub aktualisiert; Schulungen zur Datenpflege auf der ***Aktivitätsplattform Outdooractive***
- Organisation und Durchführung verschiedener ***Qualifizierungsformate*** (z. B. Impulstag »Nachhaltig effizient«, Workshop »Barrierefreiheit und generationengerechtes Reisen«)

Maßnahmen für die Mecklenburgische Seenplatte

FAKTEN

Qualitäts- und Nachhaltigkeitsstrategie *mit fünf Projektideen*

Ende 2022 nahm eine neue Regionalmanagerin ihre Arbeit auf und entwickelte bis Juni 2023 gemeinsam mit dem dwif eine Qualitäts- und Nachhaltigkeitsstrategie für die Mecklenburgische Seenplatte.

In gemeinsamen Workshops mit der Region und den Leistungsträgern entstanden fünf Projektideen – von Betriebs-Coachings über Verbesserungen im Mobilitätsangebot, Wertsteigerung von Regionalität und bessere Vermarktung nachhaltiger Angebote der Mecklenburgischen Seenplatte bis zur Zertifizierung der Region als nachhaltiges Reiseziel. Betriebs-Coachings genossen für den Rest des Jahres Priorität. Im September fand in Waren in Netzwerk-Workshop »Energie & Wasser sparen« mit 7 Leistungsträgern statt. Im Oktober hieß es in der Region Fleesensee beim zweitägigen Netzwerkseminar mit 20 Teilnehmenden »Mitarbeitende einbinden«. Zum Thema »Energie & Wasser sparen« wurden im November 8 Leistungsträger digital geschult. Und im Dezember haben sich 12 Personen in Sachen Lieferantenmanagement weitergebildet.

Fünf Projektideen mit vereinter Kraft entwickelt

Weitere Maßnahmen:

- ***Kennlern- und Netzwerktermine*** mit dem Nationalparkamt Müritz sowie den Natur- und Landschaftsführenden
- ***Überarbeitung der Checkliste für Nationalpark-Partner*** zur Aufnahme neuer Anbietender
- Verschiedene ***Qualifizierungsformate*** (»Der optimale Gastgebende«, Schulungen für Touristinformationen, Qualität im Naturtourismus, Energievormittag für touristische Betriebe, QMF-Partnertreffen)

Maßnahmen für die Insel Rügen

Um Rügen zu einer nachhaltigen Wanderregion zu entwickeln, wurden zunächst die touristischen Leistungsträgerinnen und -träger für das Potenzial des Wandertourismus und der Angebotsgestaltung sensibilisiert.

Neben Infoveranstaltungen gab es dazu auch eine Workshopreihe zur Weiterentwicklung des Wanderfrühlings. Bei der neu eingeführten Rubrik »Walk with a local« zeigen Einheimische den Gästen ihre Lieblingswander- und Spazierwege abseits der touristischen Hotspots. Hier wird die Natur zur Kulisse für interessante GEHspräche über die Insel als Lebensraum und für persönliche Geschichten.

Politische und touristische Entscheiderinnen und Entscheider sprachen sich bei einem eintägigen Wandercamp dafür aus, dass Rügen sich in den nächsten Jahren zu einer Qualitätsregion im Wandertourismus entwickeln soll. Dafür wurde im Rahmen der Mitarbeit an der LEADER-Strategie 2024–2027 ein Leitprojekt gestartet. Zudem floss das Thema Wandern auf Rügen strategisch und inhaltlich in die Urlaubsmarke MV ein. Angebote werden auf die Zielgruppe der Postmateriellen & Expeditiven zugeschnitten.

Um Hotels, Pensionen, Touristinfos usw. über das Potenzial des Wandertourismus für ihr Unternehmen und die Zielgruppe der Wandernden sowie deren Bedürfnisse und Kommunikationsmaßnahmen zu informieren, fanden zusätzlich Wanderschulungen zu den Themen »Mehr Servicequalität und Besucherlenkung durch Outdooractive«, »Angebotsgestaltung & Kommunikation« und »Wandertourismus für Gastgeber« statt.

FAKTEN

Rügen soll ***Qualitätsregion im Wandertourismus*** *werden*

Hochwertiger Wandertourismus steht auf Rügen im Fokus

Weitere Maßnahmen:

- ***Unterstützung durch Nachhaltigkeitsinitiative:*** verschiedene Informationsveranstaltungen im Jahr 2023 wie das Nachhaltigkeitscamp und eine hochwertige Coachingreihe für ausgewählte touristische Unternehmen
- ***Monatlicher NH-Stammtisch für Rügen-Vorpommern, Fachexkursion*** nach Bremerhaven (Klimahaus, Eiskernlabor des AWI, Vortrag von Hans Jaich zu Unternehmertum & Klimawandel)
- ***Verteilung des Verhaltensleitfadens »Das gute Gefühl«*** an über 100 POS auf der Insel Rügen
- ***Beschaffung und Verteilung von über 10.000 Taschenaschenbechern*** an Touristinfos, Nationalparks, Biosphärenreservat und Kurverwaltungen
- Beteiligung am Pilotprozess zur ***THG-Klimabilanzierung*** für das Urlaubsland MV gemeinsam mit der Exzellenzinitiative Nachhaltige Reiseziele
- ***DTV-Prüfer-Stammtisch*** zum Erfahrungs- und Informationsaustausch
- Verschiedene ***Veranstaltungen und Qualifizierungsformate*** (Energietag zu Energieeffizienz und Einsatz erneuerbarer Energien, Infoveranstaltung zum Thema Bookingkit, Orga & Moderation der touristischen Klausurtagung auf Rügen, QMF-Partnertreffen)

Maßnahmen für Mecklenburg-Schwerin

FAKTEN

*Vernetzung der regionalen **Tourist-informationen***

Ein Schwerpunkt der Projektarbeit lag auf der Optimierung der Prozesse und der Vernetzung regionaler Touristinformationen. Die Qualitätsoffensive startete mit einer Auftaktveranstaltung, gefolgt von Schulungen zur Qualifizierung, einer Ausbildung zum Qualitätscoach (Service-Qualität Deutschland) und einem Social-Media-Workshop.

Zudem wurde eine Vereinbarung über gemeinsame Standards erarbeitet. Vier Touristinformationen wurden außerdem bei der Zertifizierung mit der i-Marke begleitet und bei der Umsetzung der erforderlichen Maßnahmen beraten. Die Touristinformation Hagenow wird beispielsweise nach Fertigstellung des touristischen Leitsystems zertifiziert.

Gut gelaunt und motiviert für gut informierte Gäste

Weitere Maßnahmen:

- ***Entwicklung des touristischen Radwegekonzeptes Westmecklenburg:*** Evaluierung und teilweise Neukonzeption der 11 Radfernwege und regionalen Radtouren, fachliche Begleitung und Beratung
- ***Unterstützung verschiedener Gremien*** für die Kooperation mit Naturschutzakteurinnen und -akteuren und Platzierung der Themen Qualität und Nachhaltigkeit
- ***Branchentag des Tourismusverbandes Mecklenburg-Schwerin*** 2023 unter dem Thema Qualität und Nachhaltigkeit: 2 Impulse zu Fachkräften und Nachhaltigkeit, 5 Workshops zu »Nachhaltigkeit to go«, »Regionale Produkte«, »Nachhaltigkeit in der Kultur« etc.
- ***Seminar*** für gewerbliche Anbietende zu den Themen Vertrieb und Bewertungen
- Verschiedene Veranstaltungen und ***Qualifizierungsformate***

Maßnahmen für die Insel Usedom

Jedes Jahr zeigen sich die Einheimischen auf Usedom und in Wolgast als herzliche und zuvorkommende Gastgebende. Mit dem Projekt »Sei Gast auf deiner eigenen Insel« würdigt die Usedomer Tourismusbranche dieses Engagement. Gleichzeitig sollen mit diesem Projekt Vorbehalte gegenüber touristischen Angeboten reduziert und die Akzeptanz des Tourismus erhöht werden.

So konnten die Einwohnerinnen und Einwohner von März bis April 2022 Hotelübernachtungen, Plätze in der Gastronomie und Wellnessangebote buchen. Dazu kamen noch kostenfreie Freizeitangebote. 27 touristische Akteurinnen und Akteure lockten mit 32 Angeboten und zu 14 Veranstaltungen und ließen die einheimischen Gäste ihre Insel ganz neu kennenlernen. Mit 60 Übernachtungen, über 100 Gästen in Restaurants und 18 Gästen in Wellnessbereichen war die Resonanz sehr gut. Die Aktion wurde daher im Jahr 2023 wiederholt und sogar auf Erwerbstätige auf Usedom ausgeweitet. Beworben wurde die Aktion in der OZ, im Blitz, in den regionalen Amtsblättern und mit Facebook-Ads sowie auf der Website sei-gast.de. Die inzwischen 31 Partner freuten sich über noch mehr Resonanz mit 139 Übernachtungen, 226 Gästen in der Gastronomie, 7 Gästen in Wellnessbereichen, 8 Buchungen von Erlebnissen und 29 Einkäufen im Einzelhandel. Im Jahr 2024 folgt die Fortsetzung.

Feedback der teilnehmenden Partner und Gäste:

»Eine schöne Idee, um Einheimische und Tourismusanbieter zusammenzuführen. Die Aktion wurde von den Gästen positiv wahrgenommen, und man hat gern die Rabatte in Anspruch genommen.« (Sebastian Ader, Rovell Hotels)

»Die Idee der Aktion ist sehr gut.« (Anne Korinth, Familien Wellness Hotel Restaurant Seeklause)

»Für ein Mädelswochenende ist es das ideale Angebot, und ich finde es gut! Wir werden es garantiert in Anspruch nehmen. Nicht weit fahren zu müssen und zusätzlich sich selber mal was Gutes tun! Was spricht dagegen? Das Angebot sollte es das ganze Jahr geben!« (Kommentar auf Social Media)

»Ich find dieses Angebot toll und hab auch schon gebucht!« (Kommentar auf Social Media)

FAKTEN

*»Sei Gast« 2023 mit **139** Übernachtungen und **226** Gästen in Restaurants*

Weitere Maßnahmen:

- ***Digitale Informationsveranstaltung*** zum ab 01. Januar 2023 geltenden neuen Verpackungsgesetz und der damit einhergehenden ***Mehrwegangebotspflicht***
- Verschiedene ***Qualifizierungsformate***
- Information zur aktuellen ***Energiesituation*** 2022/23: u. a. MVeffizient – »Raus aus der Energiekrise: Mit Energieeffizienz und erneuerbaren Energien Energiekosten senken«

Tourismusverband
Mecklenburg-Vorpommern
2024