

Endbericht Modernisierungssprint 2021-23 - Qualität und Nachhaltigkeit

Das besondere Urlaubsgefühl in Mecklenburg-Vorpommern entsteht durch seine einzigartige Natur und die Menschen, die hier leben. Die weiten, von Wasser geprägten Landschaften bieten Gästen und Einheimischen Freiraum, sich zu erholen, zu bewegen und wertvolle Erfahrungen zu sammeln. Diesen **Freiraum gilt es zu bewahren, zu teilen und immer wieder neu zu erschaffen**. Qualität und Nachhaltigkeit in Ökonomie, Sozialem und Ökologie sind dabei essenzielle Rahmenbedingungen. Und nur ein gemeinsames Bewusstsein und Handeln führt zum Erfolg.

Im **Modernisierungssprint** wurden die Themen **Qualität und Nachhaltigkeit** erstmals aktiv in einem strategischen Gesamtansatz bearbeitet und bei der Tourismusentwicklung klar fokussiert. Ziel ist die konsequente und langfristige Ausrichtung der touristischen Akteure zur Etablierung eines naturnahen und nachhaltigen Qualitätstourismus, sowie die Durchsetzung eines Paradigmenwechsels von Quantität zu Qualität. Nur so kann die Wettbewerbsfähigkeit von MV langfristig gesichert und eine Entwicklung als Vorreiter ausgebaut werden.

Für den vielschichtigen Komplex der Qualitäts- und Nachhaltigkeitsentwicklung auf Landes- und Regionalebene wurden entsprechend des Projektantrages sowohl in der TMV-Geschäftsstelle als auch den regionalen Tourismusverbänden zusätzliche personelle Ressourcen zur Verfügung gestellt. Mit dem vorzeitigen Maßnahmebeginn wurde im Mai 2021 mit der **Stellenausschreibung und dem Bewerbungsprozess** begonnen. Im November 2021 konnten alle Stellen besetzt werden und es folgte eine intensive **Schulungs- und Einarbeitungsphase**. Anfang 2022 und Anfang 2023 wurden in Abstimmung mit dem TMV und den Regionalverbänden die **zentralen Maßnahmen** für das gesamte Urlaubsland MV und die **Projektpläne mit destinationsspezifischen Maßnahmen** für das jeweilige Jahr festgelegt. Da in vielen Regionen ähnliche Herausforderungen bestanden und gleiche Maßnahmen angedacht waren, wurden aus den regionalen Projektplänen jährlich **landesweite Themen** abgeleitet, welche durch die Regionalmanager*innen gemeinsam in Arbeitsgruppen bis Ende 2023 bearbeitet wurden, z.B. Schulungs-Weiterbildungsprogramme, Nachhaltigkeitsleitfaden, Qualitäts- und Nachhaltigkeitskriterien, Qualitätslotse.

Als Nordstern für ein gemeinschaftliches Verständnis für die Themen Qualität und Nachhaltigkeit im Urlaubsland Mecklenburg-Vorpommern wurde aufbauend auf die Urlaubsmarke 2022 ein Leitbild erarbeitet. Das **Qualitäts- und Nachhaltigkeitsleitbild** gibt für unsere zukünftigen Aktivitäten die Richtung vor, von der strategischen Entwicklung über Qualifizierungsangebote und Ansätze für die Förderpolitik bis zur ganz konkreten Angebotsgestaltung. Dieses Leitbild wurde 2023 für die Branche aufbereitet und mit konkreten Kriterien und Handreichungen für die praktische Anwendung untersetzt. Basierend auf der im Leitbild entwickelten **Grundmaxime „Nachhaltigkeit ist unser Weg zur Qualität“** werden alle Dimensionen der Nachhaltigkeit in unserem Qualitätsverständnis mitgedacht.

Im Modernisierungssprint wurden entsprechend des Leitbildes und auf Basis des Projektantrages eine Vielzahl strategischer Maßnahmen initiiert und umfangreiche Arbeitspakete erfolgreich umgesetzt. Diese werden auf den folgenden Seiten erläutert. **Vorab sollen hier die 10 wichtigsten Projektergebnisse aufgezeigt werden:**

1. **Qualitäts- und Nachhaltigkeitsleitbild** für einen zukunftsfähigen Tourismus im Urlaubsland MV
2. **Monitoring** auf Basis entwickelter **KPI** mit der **größten landesweiten Gästebefragung** (über 7000 TN), der **1. Lebensqualitätsstudie**, kontinuierlichen Unternehmensbefragungen, TrustYou-Analysen, etc.
3. **Weiterbildungen und Branchenkommunikation** mit über 250 Schulungsangebote & Netzwerkevents mit mehr als **5100 Teilnehmenden** und über 330 Beiträge mit mehr als **35.000 Aufrufen** auf digitalen Branchenplattformen

4. **1. Nachhaltigkeitsleitfaden** mit praktischen Tipps, Informationen, Checklisten, schnellen Maßnahmen und Best Practice-Beispielen
5. **Kriterien für Qualitäts- und Nachhaltigkeitsdimensionen** (Ökonomie, Sozio-Kultur, Ökologie, Management & Organisation, Kommunikation & Zielgruppe)
6. **Qualitätslotse** als digitaler Helfer für mehr Qualität und Nachhaltigkeit im Urlaubsland MV
7. **Gestaltungsleitfaden für touristische (Bau)-Projekte** als Übersetzung der Urlaubsmarke in Gestaltungsprinzipien mit konkreten Designideen
8. Entwicklung der **Kampagne #NatürlichMitVerantwortung mit Nudges** als Besucherbegleitungsmaßnahmen
9. **Strategien für den Radweg Berlin-Kopenhagen und Naturparkweg** zur qualitativen und nachhaltigen Entwicklung der Fernrouten
10. **Klimabilanzierungen** und Start des Prozesses zur **Ableitung von Klimazielen** für das Urlaubsland MV

Diese sowie weitere landesweite und regionalen Maßnahmen wurden in den folgenden **6 Handlungsfeldern** entwickelt und umgesetzt:

1. Qualität: Strategieumsetzung



Zur **Erfolgsmessung** der nachhaltigen und qualitativen Entwicklung des Urlaubslandes MV wurde ein **neues KPI-Set** entwickelt. Als ein neuer möglicher Erfolgsfaktor wurde in Kooperation mit der AG Zukunft des DTV, der Einfluss des Tourismus auf die Lebensqualität der Bevölkerung untersucht. So wurde der Bevölkerung MV's erstmals, neben Fragen zur Tourismusakzeptanz, auch ausgewählte Fragen zur wahrgenommenen Lebensqualität gestellt. In der repräsentativen **Lebensqualitätsstudie** der FH Westküste aus 2023, mit insgesamt rund 1.400

Teilnehmenden, stuften 49 Prozent der Befragten ihre Lebensqualität als (sehr) „hoch“ ein. Damit liegt Mecklenburg-Vorpommern bei der wahrgenommenen Lebensqualität sogar leicht über dem Bundesdurchschnitt. Im Vergleich der Bundesländer zeigt sich eine deutlich überdurchschnittliche Identifikation und Verbundenheit der Einwohner*innen Mecklenburg-Vorpommerns mit dem eigenen Wohnort. Zudem zeigen die Ergebnisse, dass auch der Tourismus zu dieser Identifikation beitragen kann: Mehr als die Hälfte der Einwohner*innen stimmte zu, dass sie durch den Besuch von Gästen an die Besonderheiten des eigenen Wohnortes erinnert werden.

Zur Erhebung weiterer wichtiger Daten für das KPI-Set wurde im Juli 2022 eine **einheitliche landesweite Gästebefragung** mit den Regionalverbänden gestartet. Das Fragenset wurde mit einem Schwerpunkt auf Qualität und Nachhaltigkeit erarbeitet. Die mit über 7000 Teilnehmenden größte Gästebefragung in MV lief ganzjährig und die Ergebnisse wurden im Oktober 2023 präsentiert. Kernerkenntnisse aus der landesweiten Gästebefragung sind im Bereich Qualität: Die Unterkunft und Gastronomie sind wesentliche Bestandteile für ein gelungenes Urlaubserlebnis. Während die Unterkunft im Schnitt für sehr große Zufriedenheit bei den Gästen sorgt, allen voran die Lage, Sauberkeit und Ausstattung; ist die Zufriedenheit mit der Gastronomie eher durchwachsen und im Vergleich zu vorherigen Befragungen auch gesunken. Kritisiert werden hier vor allem das Preis-Leistungs-Verhältnis und die Öffnungszeiten. Im Bereich Nachhaltigkeit hat sich gezeigt, dass insbesondere Kriterien aus dem Bereich ökologische Nachhaltigkeit die größte Rolle für unsere Gäste spielen - allen voran eine intakte Landschaft und Natur, das Angebot regionaler Produkte und intakte, harmonische Ortsbilder. Die Zufriedenheit mit diesen Bereichen

ist überwiegend hoch. Aber es zeigen sich auch erste Warnzeichen in Gästekomentaren wie "Bewahren Sie die Natur der Region" "Nicht alles zubauen" "Autofreie Insel einführen" usw.

Zur steten Messung und Überwachung der qualitativen Entwicklung touristischer Orte, Regionen und einzelner Anbieter wurden außerdem Gästebewertungssysteme genutzt und „**TrustYou-Analysen**“ durchgeführt und den Regionen zur Verfügung gestellt.

Neben den Erwartungen und der Zufriedenheit der Gäste und der Bevölkerung zählt bei der Erfolgsmessung auch die Positionierung der Tourismusakteure in den Bereichen Qualität und Nachhaltigkeit. Dafür wurde eine langfristig zu etablierende **Unternehmensbefragung** entwickelt, welche 2022 und 23 durchgeführt wurde. Die Befragung lieferte wichtige Ergebnisse darüber, welche Maßnahmen Unternehmen bereits umsetzen und welche Unterstützung sie bei einer nachhaltigen betrieblichen Entwicklung oder in der touristischen Angebotsgestaltung benötigen. Im Ergebnis gaben beispielsweise 82% der Unternehmen an, dass sie die Bedeutung der Nachhaltigkeit für die Zukunft der Wirtschaft erkannt haben. Basierend auf den abgefragten Unterstützungswünschen auf dem Weg zum nachhaltigen Wirtschaften (55% der Tourismusakteur*innen wünschen sich Praxisleitfäden und 52% Weiterbildungen, 32% haben Interesse an der Arbeit in einem landesweiten Netzwerk zu den Themen Nachhaltigkeit & Qualität), wurden die Maßnahmen im Projekt ausgerichtet.

Eine weitere sinnvolle Clusterung der entwickelten KPI ist nötig, kann aber nur in Abstimmung mit den anderen LTO's erfolgen, um deutschlandweit einheitliche und vergleichbare Erfolgsfaktoren zu erfassen. Dafür wurde über das Projekt gemeinsam mit dem DTV und der Exzellenzinitiative für nachhaltige Destinationen entsprechende Maßnahmen für 2024 initiiert.

2. Qualität: Sensibilisierung und Qualifizierung



Qualitätsverbesserung kann nur erfolgreich umgesetzt werden, wenn alle Akteure für die Anforderungen sensibilisiert sind und das erforderliche Handwerkszeug der Umsetzung beherrschen und nutzen. Die Regionalmanager*innen führten kontinuierlich zahlreiche Leistungsträger*innengespräche und Befragungen zu den Themen Qualität und Nachhaltigkeit durch, um Schulungsbedarfe in der Branche zu ermitteln. Darauf basierend wurden im Jahr 2022 und 23 zum Thema

Qualität insgesamt **135 Schulungen und Infoveranstaltungen mit 2554 Teilnehmenden** realisiert. So wurden beispielsweise Präsenzseminare zum Thema „**Zielführender Umgang mit Beschwerden und Bewertungen**“ durchgeführt, da es vermehrt Rückmeldungen aus der Branche zur steigenden Anzahl der anspruchsvolleren Gäste und daraus resultierende Unsicherheiten im Umgang mit diesen gab. Veranstaltungen zum Thema „**Qualität im Naturtourismus**“ nutzten zahlreiche Tourismusakteur*innen, um sich über die Bedürfnisse und Wünsche von wandernden und Rad fahrenden Urlauber*innen zu informieren. Sie erhielten wertvollen Input vom ADFC und dem Deutschen Wanderverband zu möglichen Qualitätsmaßnahmen für die Zielgruppe der Aktiven. Weitere zielgruppenorientierte Schulungen wurden z.B. zu „**Digitalisierung im Segment Familienurlaub**“, „**Familienfreundliche Gastronomie**“ oder „**Nachhaltigkeit im Familienprogramm**“ angeboten. Themen wie **Selbstmanagement, Rhetorik, Moderation und Konfliktmanagement** richteten sich an alle Mitarbeitenden und Führungskräfte touristischer Leistungsträger*innen. Da sich insbesondere bei Ferienwohnungen und -häusern teilweise große Qualitätsunterschiede zeigten, wurde im Zeitraum Oktober 2022 bis März 2023 ein umfangreiches **Schulungsangebot für Ferienwohnungsanbieterinnen und -anbietern** aufgesetzt. Neben dem Bildungsansatz sollte im Rahmen der Schulungen auch das Netzwerken zwischen Ferienwohnungsbesitzerinnen und -besitzern, sowie den Verbänden gefördert werden. Jeder Monat wurde einem Thema gewidmet und jeweils eine Weiterbildung pro touristische Region in Präsenz sowie einmal MV-weit als Online-Veranstaltung angeboten. Insgesamt wurden also in den sechs Monaten 48 Seminare in Präsenz und Online durchgeführt und folgende Themen bedient: **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 verkürzt im Herbst 2023 wiederholt und es wurden von September bis November 2023 insgesamt 21 Veranstaltungen angeboten.



Sylke Hagemeyer, Ferienhaus Ostseebad Prerow: „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 Umsetzung von Dingen.“

Dr. Bettina Klein, Gutshof Hessenburg: „Es ist eine große Sensibilität für alle Bereiche entstanden. Der Kurs war klar strukturiert und du hast uns Möglichkeiten an die Hand gegeben, zu diesbezüglich handeln. Danke an dich und an den Tourismusverband.“

Laura Zoch, Stoertebeker Brauerei: „Ich habe sehr, sehr viel mitgenommen. Der Fokus lag bei mir auf Energie, aber auch den Bereich Mitarbeiter und Kommunikation fand ich nochmal ganz entscheidend. Auch die ganzen Beispiele und Zahlen waren gut und haben einem nochmal etwas an die Hand gegeben, um im Betrieb besser agieren und argumentieren zu können.“

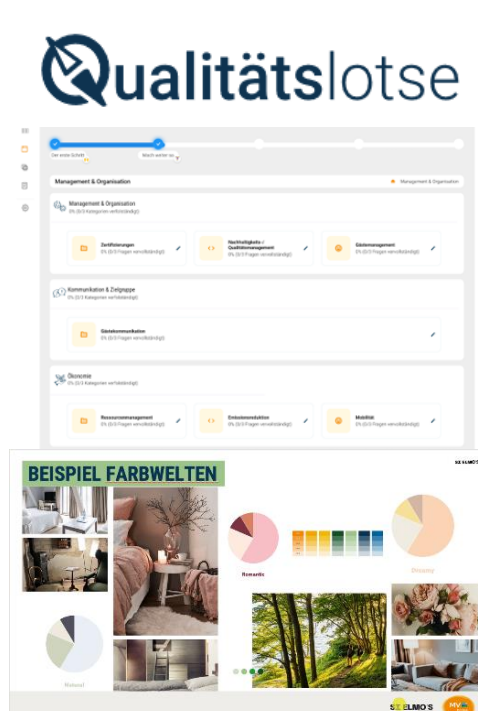
Eileen Thiele, Ozeaneum: „Es war unglaublich bereichernd besonders der Bereich Mitarbeiter und Kommunikation. Das hat aus diesem ganzen Wirrwarr im Kopf, wie setzte ich es um, wie nehme ich Leute mit, unglaublich viel geholfen. Und was ich auch total toll fand, dass aus unserer Runde schon so ein kleines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

Katja Seppelt, Tourismus, Freizeit & Kultur GmbH: „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.“

Anne Leufgen, Stralsund Hotels: „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.“

Für eine nachhaltige und dauerhafte Verfügbarkeit von Qualifizierungs- und Coachingangeboten begleitet das Projekt die **AG Tourismusakademie** bei der Analyse und Förderung der Umsetzungsbedingungen zur Einrichtung eines Bildungsnetzwerks mit zentral organisierten und abrufbaren Bildungsinhalten.

Neben Weiterbildungen wurden die Themen Qualität und Nachhaltigkeit zusätzlich in **über 250 Beratungen und mehr als 130 Gremiengesprächen** in die Branche getragen.



Seit Projektstart wurden **auf den Branchenplattformen** tourismus.mv, tmv.de, linked.in, Xing, sowie in den regionalen Branchennewslettern **über 330 Beiträge mit mehr als 35.000 Aufrufen** zu den Themen Qualität und Nachhaltigkeit (Weiterbildungen, Leitfäden, Fördermöglichkeiten und Best Practices) veröffentlicht. In diesem Handlungsfeld wurden außerdem Leitfäden und Hilfestellungen zur Sensibilisierung und Qualifizierung der Tourismusakteure erarbeitet. So wurde ausgerichtet auf die Marke und Zielgruppe des Urlaubslandes MV der **digitale Qualitätslotse** entwickelt. Das Tool hilft Leistungsträgern, ihre Einzigartigkeit und Stärken hervorzuheben und gleichzeitig die ökologischen sowie sozialen Auswirkungen zu optimieren. Ein Selbst-Check bietet eine erste Orientierung und die Möglichkeit zum Branchenvergleich. Individuelle Empfehlungen mit praktischen Tipps, Checklisten und schnellen Maßnahmen unterstützen bei der Entwicklung qualitativer und nachhaltiger Markenerlebnisse. Ein zusätzlicher TMV-Check kann als Voraussetzung für die Teilnahme an Initiativen oder Marketingmaßnahmen

genutzt

werden.

Der **Gestaltungsleitfaden für touristische (Bau)-Projekte** übersetzt die Urlaubsmarke für die Bereiche Innendesign und Architektur und soll helfen, die Marke vor Ort erlebbar zu machen. Acht Gestaltungsprinzipien unterstützen Projektentwickelnde und -betreibende dabei, ihr Projekt zu einem touristischen Gesamterlebnis zu formen und die Besonderheiten der Region wiederzugeben. Beispielhaft werden konkrete Gestaltungsideen für Ferienwohnungen und gewerbliche Unterkünfte, als auch für Tourismusinformationen gezeigt.

3. Ökonomische Nachhaltigkeit



Die Tourismusbetriebe bilden die Grundlage für eine nachhaltige Tourismuswirtschaft. Die Anbieter*innen müssen vorausschauende unternehmerische Entscheidungen treffen, die die Wettbewerbsfähigkeit und den wirtschaftlichen Erfolg der Tourismusdestination sichern. Im Rahmen des Projektes Modernisierungssprint, wurden Leistungsträger*innen auf dem Weg zu einem **verantwortungsvollen und ökologischen Wirtschaften unterstützt**. Eine hochwertige Qualifizierung der Tourismusakteur*innen sichert den Bedarf an Fachkräften und gibt Impulse für nachhaltige Innovationen und Produktentwicklungen. Die Sensibilisierung und Qualifizierung ist nötig zur Steigerung des Nachhaltigkeitsengagements bei den Tourismusakteuren im Land. Durch 118 kostenlose Weiterbildungen und Netzwerkveranstaltungen konnten über **2623 Teilnehmende** motiviert werden, sich mit dem Thema auseinander zu setzen. So wurde beispielsweise im Frühjahr und Herbst 2022 in insgesamt **10**

Weiterbildungsreihen mit 2-6 Themenblöcken über die Vorteile nachhaltigen Wirtschaftens und konkrete Themen wie **Energieeffizienz, regionale Lieferketten, Mitarbeitendenbindung und Nachhaltigkeitszertifikate** informiert. Der Erfolg aller Nachhaltigkeitsbestrebungen hängt stark von der Bereitschaft und dem Verständnis der Mitarbeitenden aber auch der Gäste ab. Hierfür bedarf es nicht nur umfangreiches Wissen zum Thema Nachhaltigkeit, sondern auch geeigneter Kommunikationsansätze. Dafür fanden im Herbst 2023 **Ganztagsveranstaltungen zur Nachhaltigkeits-Kommunikation** in Präsenz in sechs verschiedenen Regionen in Mecklenburg-Vorpommern statt. Es gab konkrete Nachhaltigkeitsmaßnahmen für Hotels, Tipps wie Nachhaltigkeitsmaßnahmen gäste- und buchungswirksam kommuniziert werden können, Anregungen zum Begeistern der Mitarbeitenden für das Thema Nachhaltigkeit und Gründe wie Hotels mit Nachhaltigkeit Mitarbeitende & Gäste gewinnen und binden können. Darüber hinaus wurden in halbtägigen Präsenz-Workshops in drei Regionen MV's auch TI's zum Thema **Nachhaltigkeit in Touristinformationen umsetzen und kommunizieren** geschult.

Auf der Insel Rügen wurde eine **Nachhaltigkeitsinitiative** durchgeführt, die ab Januar 2023 ausgewählte Tourismusakteur*innen auf ihrem Weg zum nachhaltigen Anbieter*in aktiv durch eine hochwertige Coachingreihe begleitete. Die touristischen Unternehmen haben selbst wiederum im Laufe des Prozesses als Botschafter*in agiert – dem Ansatz folgend "aus der Branche für die Branche".

2022 und 2023 konnten bei den **regionalen Tourismustagen** genauso wie bei den **Tourismustagen des TMV**, Themen wie Klimawandel und Tourismus oder Fachkräftegewinnung mit der Branche diskutiert und Teilnehmende sensibilisiert werden.

Zusätzlich wurden über 20 **Nachhaltigkeitsstammtische** für Experten und Starter durchgeführt. Der Digitale Nachhaltigkeitsstammtisch MV wurde im Juli 2022 ins Leben gerufen. Die Veranstaltung entwickelte sich zu einem zentralen Treffpunkt für Fachleute und Interessierte, die sich für nachhaltige Entwicklungen im Tourismus engagierten. Das Hauptziel des Stammtisches war die

Sensibilisierung, der Austausch von Informationen und die Bildung von Netzwerken in MV. Die regelmäßigen Treffen, immer am ersten Donnerstag im Monat mit durchschnittlich 15 Teilnehmenden, boten eine Plattform für engagierte Diskussionen und das Teilen von Wissen. Verschiedenste Themen wurden aufgegriffen, basierend auf den Bedürfnissen der Branche. Externe Referenten wie Benjamin Förtsch (Creative Hotel Luise), der sich auf nachhaltige Kommunikation spezialisiert hat, die Organisation Green Sign, ein Experte für nachhaltige Zertifizierungen, sowie Chris Kaiser von Click and Tree, der über CO2-Kompensation sprach, trugen dazu bei, eine breite Palette relevanter Themen zu behandeln. Neben diesen Schwerpunktthemen wurden auch andere wichtige Aspekte wie zum Beispiel der Nachhaltigkeitsleitfaden MV oder der Qualitätslotse den Akteur*innen vorgestellt. Der Digitale Nachhaltigkeitsstammtisch hat somit nicht nur dazu beigetragen, Bewusstsein zu schaffen und Informationen auszutauschen, sondern auch ein engmaschiges Netzwerk von Fachleuten in der nachhaltigen touristischen Entwicklung aufzubauen.



Viele Unternehmen und Akteure und Akteurinnen haben die Notwendigkeit der Nachhaltigkeit erkannt und wollen mehr Verantwortung übernehmen. Der **1. Nachhaltigkeitsleitfaden** mit seinen praktischen Tipps, Informationen, Checklisten, schnellen Maßnahmen, Best Practice-Beispielen sowie Ansprechpartner*innen erleichtert Anbieter*innen den Einstieg in einen nachhaltigen touristischen Betrieb.

Ein wichtiger Teil der ökonomischen Nachhaltigkeit ist die **Entwicklung regionaler Wirtschaftsketten**. In Mecklenburg-Vorpommern sind bereits vielerorts Initiativen zur Vermarktung von regionalen Erzeugnissen entstanden. Dennoch landen beispielsweise regionale Lebensmittel noch zu selten in den einheimischen Restaurants. Anders als zur Antragstellung geplant, konnte das zusätzliche Projekt „Regionales Wirtschaften“ nicht initiiert und damit die Zusammenarbeit nicht umgesetzt werden. Im Rahmen des Modernisierungssprints wurden kontinuierlich die Verbindungen zu regionalen Projekten und landesweiten Produzentennetzwerken, wie z.B. „Markt.mv“ oder „pommernRegionalRegal“ ausgebaut und an die Tourismusakteur*innen kommuniziert.

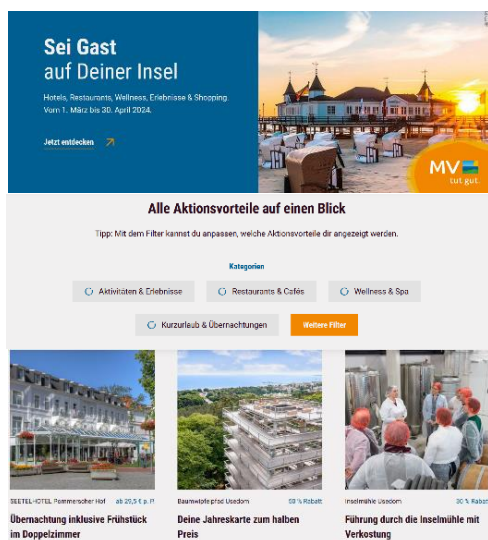
4. Sozio-kulturelle Nachhaltigkeit



In diesem Handlungsfeld wurden erste Maßnahmen entwickelt, um den Beitrag des Tourismus zur Förderung des Gemeinwohls, der Gleichstellung, der Lebensqualität und der gerechten Teilhabe der gastgebenden Bevölkerung, zu steigern. Zur Verbesserung der **Beschäftigungsqualität** im Urlaubsland MV, steht der TMV im Austausch mit den in der Landestourismuskonzeption festgelegten Verantwortungsträgern und arbeitet z. B. über die inhaltliche Begleitung der **landesweiten Fachkräftestrategie**, Diskussionsrunden oder die

Organisation von Seminaren zur Mitarbeitendenbindung, auf eine Verbesserung der Beschäftigungslage hin. Etwa 280 Gäste nahmen im November 2023 an den **MV-Tourismustagen mit dem Titel „Bereit zum Sprung in die neue Arbeitswelt“** in Rostock teil. Mit motivierenden Keynotes, inspirierenden Impulsen und spannenden Best Practices am ersten Veranstaltungstag und drei intensiven Workshops zu den Themen "Mitarbeiter*innen gewinnen", "Mitarbeiter*innen binden" und "Mitarbeiter*innen optimal einsetzen" am zweiten Veranstaltungstag, bot das Branchentreffen ein abwechslungsreiches Programm. In der Region Fischland-Darß-Zingst wurde

über das Projekt durch die Regionalmanagerin eine **Stakeholderanalyse zum Thema Arbeitskräftemangel** erarbeitet. Es gibt bereits einige Akteur*innen im Landkreis sowie in MV, die sich mit der Thematik beschäftigen. Aufgrund der Komplexität war es bislang jedoch schwierig, sich ein Gesamtbild zu verschaffen und Zuständigkeiten, besonders auch die der DMO zu identifizieren. Daher wurden im Oktober und November 2022 Workshops durchgeführt, um herauszuarbeiten, welche Organisationen und Personen für welche Themen im Bereich Arbeitskräftesicherung zuständig sind. Durch die Workshops wurde die Vernetzung und der Wissenstransfer der Stakeholder ermöglicht und in einer Stakeholdermap wurden die Verantwortlichkeiten festgehalten. Als Ergebnis wurde die Rolle des TV FDZ als Informationsgeber definiert, sowie beschlossen, weiter regelmäßige Austauschtreffen zu organisieren, um im Dialog zu bleiben und gemeinschaftlich an dem Thema zu arbeiten. 2023 wurden dann monatlich Unternehmensstammtische zu den Themen, wie Arbeitsmarktlage, Fördermitteln, New Work, Systemisches Leadership durchgeführt.

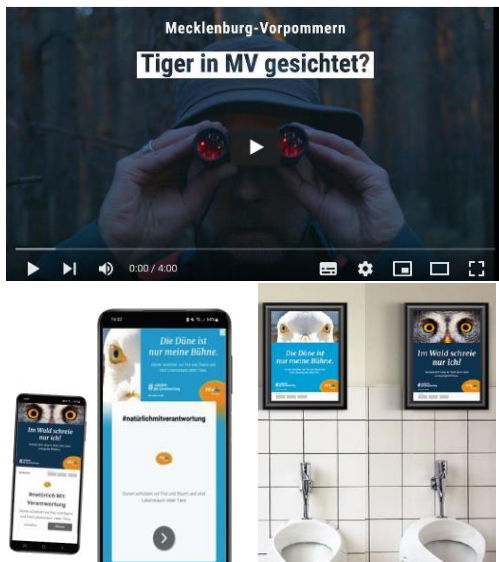


Ein weiterer zentraler Baustein im Handlungsfeld sozio-kulturelle Nachhaltigkeit ist die **Tourismusakzeptanz**. Um mit einem fairen und nachhaltigen Tourismus die Interessen der Bevölkerung und der Branche noch besser in Einklang zu bringen, wurden Synergien mit dem Projekt Tourismuskultur aufgebaut. Beispielsweise organisierte die ansässige Regionalmanagerin auf Usedom die Tourismusakzeptanzkampagne „**Sei Gast auf deiner eigenen Insel**“. Diese gemeinschaftliche Aktion der touristischen Akteur*innen der Insel Usedom bot Einheimischen im Frühjahr 2022 und 23 Vergünstigungen bei Besuchen in Restaurants, Wellnesseinrichtungen und Hotels sowie kostenlose Freizeitaktivitäten und Veranstaltungen. Mit der Aktion „Sei Gast auf Deiner eigenen Insel“ bringt die Usedomer Tourismusbranche ihre Wertschätzung gegenüber den Einheimischen der Insel Usedom und der Stadt Wolgast zum Ausdruck, die

sich jedes Jahr als herzliche und zuvorkommende Gastgebernde zeigen. Außerdem sollen Nutzungsvorbehalte gegenüber touristischen Angeboten reduziert und ein Beitrag zur positiven Tourismusakzeptanz geleistet werden.

Barrierefreiheit ist ein fester Bestandteil der „Sozialen Nachhaltigkeitsdimension“. Für eine Verbesserung der barrierefreien Angebote durch regionale Schulungen, wurden Synergien mit dem Projekt Gesundheitstourismus genutzt. Außerdem wurden z. B. Online-Infoveranstaltungen zum Thema „Reisen für Alle“ und barrierefreie Internetseitengestaltung in Zusammenarbeit mit dem Projekt durchgeführt.

5. Ökologische Nachhaltigkeit



Um den Freiraum als Markenkern des Urlaubslandes zu bewahren, muss der Tourismus in Mecklenburg-Vorpommern schonend mit den natürlichen Ressourcen umgehen und aktiv zum **Schutz der Umwelt** beitragen. **Zur Inwertsetzung der Nationalen Naturlandschaften** wurden u.a. die Partnerinitiativen durch die Regionalmanager*innen unterstützt und aktiv beworben. Beispielsweise beteiligte sich der Regionalmanager für die Region Mecklenburg-Schwerin als Mitglied des Vergaberates der Biosphäre Elbe und Schaalsee, als Referent bei der Kuratoriumssitzung der Biosphäre Schaalsee und brachte sein touristisches Know-How im Naturpark Sternberger Seenland bei der Entwicklung des Wanderwegenetzes und einem Pilotprojekt für Partnerinitiativen in Naturparks ein. Außerdem wurde der **Austausch mit Akteur*innen des Natur- und Umweltschutzes** wie BUND oder WWF

verstärkt. **Die Kampagne #NatürlichMitVerantwortung** lädt Gäste, Gastgeber*innen und Einwohner*innen ein, sich Gedanken über die Folgen des eigenen Handelns zu machen und appelliert an den eigenen Anspruch, nachhaltig und respektvoll zu handeln. Entspannt und ohne erhobenen Zeigefinger erinnert das Kampagnendach daran, dass das eigene Handeln einen Unterschied macht. Der **Kurzfilm "Tiger in MV"** sensibilisiert Besucher und Besucherinnen für einen rücksichtsvollen Umgang mit und in der Natur. Neben der Einbindung auf www.auf-nach-mv.de/nachhaltig wurde unter dem #NatürlichMitVerantwortung, eine umfangreiche digitale Kampagne mit Bewerbung auf Youtube, Google, Facebook, Instagram, Pinterest, Tiktok und LinkedIn umgesetzt. Passend zum Film wurden **Bildmotive** entwickelt, die im Anschluss an die Social-Media-Kampagne als Remarketing 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; Videoaufrufe 23.299 / Youtube Reichweite 2,6 Mio; Aufrufe 169.000; 560 Likes). Im Rahmen der Kampagne wurden mit Hilfe **von Nudging, kommunikative und informative Besucherbegleitungsmaßnahmen** entwickelt, die sowohl den Schutz der Natur verbessern und gleichzeitig den Besucher*innen einen erlebnisreichen Zugang zu den einzigartigen Naturlandschaften in Mecklenburg-Vorpommern ermöglichen. Der Begriff "Nudging" meint subtile, die in der Entscheidungsfreiheit des Einzelnen erhaltene kleine "Anstupser", die zu einem bewussteren und naturverträglichen Verhalten motivieren. Um das Verhalten von Besucher*innen in Naturschutzgebieten wirksam beeinflussen zu können, erfolgte ein nutzerzentriertes Untersuchungsdesign in Kooperation mit den zwei Pilotregionen NLP Vorpommersche Boddenlandschaft, sowie dem Müritz-Nationalpark. Der Prozess beinhaltete die Exploration der Informationssuche, Entscheidungsprozesse, des Entscheidungsverhaltens und der damit in Verbindung stehenden relevanten Berührungspunkte entlang der Visitor Journey. Im Anschluss daran erfolgte die co-kreative Konzeption der Nudges, gemeinsam mit den relevanten Kontaktpunkthaber*innen. Die entwickelten Nudgeideen wurden als Prototypen aufbereitet und stehen der Branche ab 2024 in Form einer Toolbox zur Verfügung.



Globalen Herausforderungen, wie dem **Klimawandel**, gilt es mit landesweiten Konzepten zu begegnen. Seit Projektstart ist der TMV Partner in der **Exzellenzinitiative nachhaltiger Destinationen**. Hier wurde im Jahr 2022 das Thema **Klimaschutz und -anpassung** in deutschlandweiter Kooperationen für den Tourismus entwickelt. So wurden im Frühjahr Online-Seminare, speziell für die Hotellerie und Gastronomie, angeboten und im 2. Halbjahr 2022 die **1. Klimabilanz für das Urlaubsland MV**, sowie für die Regionen Vorpommern, Rügen und Fischland-Darß Zingst, erstellt. 2023 wurde auf Basis der neuen Gästebefragung eine aktuelle Klimabilanz erstellt und im

Herbst der **Prozess zur Ableitung von Klimaschutzzielen im Tourismus gestartet**, welcher im Jahr 2024 fortgeführt werden soll. Des Weiteren begleitete der Tourismusverband im Rahmen des Projektes die Erarbeitung des **Klimaschutzgesetzes** auf Landesebene.

In Kooperation mit der Initiative **MVeffizient** wurde die Reduktion schädlicher CO₂-Treibhausgase durch den effizienten Umgang mit Energie und die Nutzung erneuerbarer Energien in Tourismusunternehmen vorangetrieben. So wurden **drei Stammtische** speziell für die Tourismusbranche durchgeführt. Die Teilnehmer*innen konnten sich beispielsweise kostenlos über die **Förderung erneuerbarer Energiequellen, digitales Energiemanagement in Hotelbetrieben** oder **Elektromobilität im Tourismusunternehmen** informieren und individuelle Energieberatungen vereinbaren. Gemeinsam mit MVeffizient und lokalen Energieversorgern wurden im Herbst 2022 außerdem **regionale Energietage**, speziell für die Tourismusbranche, durchgeführt.

Das Urlaubsland braucht Lösungen für eine nachhaltige **Mobilität und Besucherlenkung** im Tourismus, sowohl bei der Anreise zum Urlaubsort als auch bei der Mobilität der Reisenden vor Ort. Der TMV steht in stetem Austausch mit der Verkehrsgesellschaft Mecklenburg-Vorpommern mbH und den Modellregionen, um gemeinsam an Lösungen für bestehende Verkehrsprobleme zu arbeiten.

In der Region Mecklenburgische Ostseeküste wurde im Rahmen des Projektes verstärkt das Thema alternative Mobilität mit dem Schwerpunkt auf Radtourismus entwickelt. Die Mecklenburgische Ostseeküste belegt deutschlandweit den zweiten Platz unter den beliebtesten Radregionen. Mit dem Hamburg-Rügen und Berlin-Kopenhagen-Radfernweg, sowie dem Ostseeküstenradweg, verlaufen drei viel befahrene Fernradwege durch die Urlaubsregion, welche zur regionalen Wertschöpfung beitragen. Doch trotz dieses hohen Stellenwerts unter den Radfahrenden zeigen sich gleichzeitig erhebliche Mängel. Während die Landschaft und Natur als besonders gut wahrgenommen werden, wird besonders die Qualität der Radwege kritisiert (ADFC-Radreiseanalyse 2021). Um einen detaillierten Überblick der konkreten Mängel sowie Verbesserungspotentiale zu haben, wurde 2022 eine **Bestandsaufnahme und Trassenoptimierung der touristischen Radwege** im Landkreis Rostock beauftragt. Neben einem umfassenden Konzept zum Zustand der Qualität der Radwege (inkl. Beschilderung) konnte so auch eine Handlungsempfehlung für Kommunen und Gemeinden erarbeitet werden. Langfristig kann so in den Haushalten Geld für die Instandsetzung und den Ausbau der Infrastruktur eingeplant werden. Für den Landestourismusverband und den Regionalverband ergeben sich so langfristig Anknüpfungspunkte für die erfolgreiche Vermarktung und Kommunikation von Radtouren im Land.

Die Insel Rügen wurde im Rahmen des Projektes auf ihrem Weg zur **Qualitäts-Wanderregion** begleitet. Der erste Schritt dabei war die Sensibilisierung der touristischen Leistungsträger für die Potenziale des Wandertourismus und der qualitativen Angebotsgestaltung. So lag der Fokus auf der Organisation und Durchführung von Infoveranstaltungen zum Thema Wandern mit dem Ziel die touristischen Akteur*innen für die Chancen des Wandertourismus zu sensibilisieren und zu motivieren. Außerdem wurde durch die Mitarbeit an der LEADER-Strategie ein zusätzliches Projekt zur Entwicklung Rügens als Qualitäts-Wanderregion initiiert.



Der **Radfernweg Berlin-Kopenhagen** und der neue **Naturparkweg** werden bis 2030 durch spezifische Qualitäts- und Nachhaltigkeitsmaßnahmen zu Leitprodukten für MV weiterentwickelt. Auf Grundlage von Expert*innenbefragungen, Bestandsaufnahmen und Partnerworkshops wurden 2022 und 23 entsprechende **Strategien mit konkreten Maßnahmen und Zuständigkeiten** im Projekt entwickelt und bereits erste Aktivitäten, wie Partnerschulungen umgesetzt.

6. Management als zentrale Umsetzungsaufgabe



Ergänzt wurden die fünf Handlungsfelder durch einen gesamtstrategischen Managementansatz als übergeordnetes Handlungsfeld. Hier wurden Steuerungsmechanismen entwickelt, um die in den Handlungsfeldern verorteten Aufgaben zu aktivieren und optimale Voraussetzungen für eine qualitative und

nachhaltige Ausrichtung des Urlaubslandes zu schaffen. Diese geben Tourismusakteur*innen den Rahmen, der Handlungsspielräume definiert und die Richtung perspektivisch vorgibt. Das 2022 entwickelte **Qualitäts- und Nachhaltigkeitsleitbild** wurde 2023 für die Branche aufbereitet und mit konkreten Handreichungen für die praktische Anwendung unteretzt.

Entsprechend der darin festgelegten Grundmaxime „**Nachhaltigkeit ist unser Weg zur Qualität**“, wurden 2023 die Kriterien für die **MV-Qualitätsdimensionen** (Ökonomie, Sozio-Kultur, Ökologie, Management & Organisation, Kommunikation & Zielgruppe) erarbeitet. Die Kriterien dienen zur Bestimmung nachhaltiger, qualitativer und markenkonformer Angebote im Urlaubsland MV. Diese können zur Selbsteinschätzung oder zur Vermarktung der Angebote verwendet werden und dienen als Grundlage für den Qualitätslotsen (s. 2. Sensibilisierung und Qualifizierung). Perspektivisch können sie auch als Grundlage für Förderkriterien genutzt werden.

Die nachhaltige Entwicklung des Tourismus ist eng verbunden mit den politischen Zielsetzungen des Landes. Aus diesem Grund wurde die **Zusammenarbeit mit der Landesregierung** intensiviert. Die Weiterentwicklung der Modellregionen, der Ökowertpapiere (z.B. Waldaktie), des Klimaschutzgesetzes und der Weiterführung der Kampagne Mveffizient, wurden gemeinsam bearbeitet und sollen zukünftig weitergeführt werden.



Auf Regionsebene wurden 2022 und 2023, für Vorpommern und die Mecklenburgische Seenplatte, **Qualitäts- und Nachhaltigkeitsstrategien** erarbeitet. Diese Strategien mit Maßnahmenplänen dienen als Basis für zukünftige Regional- und Produktentwicklung für die Regionen und gelten als Grundlage für die Arbeit und Aktivitäten der DMO's sowie ihrer Mitglieder und Partner.

Neben den ausgeführten landesweiten Maßnahmen für alle Destinationen wurden zusätzlich zu den oben angerissenen weitere regionsspezifische Aktivitäten durchgeführt:

❖ Fischland-Darß-Zingst



In der Bestandsaufnahme, den Auftaktgesprächen mit dem Vorstand, den Mitgliedsorten sowie dem Nationalparkamt wurden Ende 2021 die Tourismusverträglichkeit, die Gästezufriedenheit, sowie der Arbeitskräftemangel als zentrale Punkte herausgestellt. Um der Herausforderung **Arbeitskräftemangel** entgegenzuwirken, wurde ein Workshop zur **Stakeholderanalyse** und ein Stakeholder-Treffen organisiert. Ziel war es, Kontakt zu bestehenden Initiativen herzustellen und die Zusammenarbeit zu fördern, sowie die Rolle des Regionalverbandes in diesem

Zusammenhang zu identifizieren. Als Ergebnis wurde dem Regionalverband die Rolle als Informations- und Impulsgeber für die Branche zugeschrieben. Dem nachkommend wurde ein digitaler **Unternehmensstammtisch** gegründet, der monatlich stattfand. Es wurden Impulsverträge zur Arbeitsmarktlage, Fördermitteln, New Work, Systemisches Leadership und Visionen und Werte organisiert und Raum für anschließenden Austausch ermöglicht.

Im Bereich der Qualität lag der Fokus auf dem Thema **Branchenkommunikation**. So wurden über insgesamt 32 Branchen-Newsletter und das Extranet des Verbandes, die Gastgebenden zu Qualitätsinitiativen, Zertifizierungen, Schulungen und Co. informiert, sensibilisiert und bei Bedarf beraten. Zusätzlich wurden verschiedene Qualifizierungsformate organisiert und durchgeführt. Hierzu zählten **drei ganztägige Fachexkursionen** (Infotouren) zur Vermittlung nachhaltiger Angebote und Stärkung der Regionskenntnisse und Vernetzung der Leistungsträger*innen. Zusätzlich wurden 2022 und 23 **regionale Tourismustage zum Thema „Nachhaltigkeit“** mit Fachvorträgen (Zukunftsgestaltung, Klimawandelanpassungsmaßnahmen, Ganzjahrestourismus) und Diskussionsrunden mit Möglichkeit zum Austausch der Teilnehmenden eingeführt. Im Bereich der Nachhaltigkeit wurde der größte Hebel in der **Stärkung der Identität als Nationalparkregion**, sowie die Zusammenarbeit mit dem Nationalparkamt gesehen. Als erster Schritt wurde neben Austauschgesprächen, die Zertifizierung des **Regionalverbandes als Nationalpark Partner** initiiert. Als aktiver Teil der Partnerschaft wurde das Partnerprogramm auf verschiedenen Plattformen (u. a. Tourismustag, Webseite, Endkundennewsletter) in der Branche beworben. Außerdem wurde mit anderen **Naturschutzakteuren kooperiert**, wie z. B. mit dem BUND u. a. in Form einer gemeinsamen Schulung zum Robbenschutz, dem Projekt Schatzküste zur Unterstützung des Projektes „Strandinsel“, sowie dem WWF. Allen genannten wurde auf dem Tourismustag eine Plattform zur Verbesserung der Sichtbarkeit gegeben und es fand regelmäßiger Austausch statt. Die **AG Nachhaltigkeit** des Verbandes mit verschiedenen Akteur*innen aus den Kommunen, Unternehmer*innen sowie Naturschutzakteur*innen wurde reaktiviert. Zum Thema Tourismusverträglichkeit wurde verstärkt in der landesweiten **Kampagne #NatürlichMitVerantwortung als Pilotregion mitgearbeitet** und eine **Naturerlebniskarte** entwickelt. Diese soll künftig Besucher*innen der Region ein schönes Naturerlebnis ermöglichen und gleichzeitig für die geltenden Regeln und den Naturschutz sensibilisieren.

Weitere Maßnahmen:

- Beteiligung an dem Pilotprozess zur **THG Klimabilanzierung** für das Urlaubsland MV in Kooperation mit der Exzellenzinitiative Nachhaltige Reiseziele.
- Auswertung und Vorstellung der Trust You Analyse Ergebnisse für die Region
- Entwicklung **Leitbild und Zertifizierung SQD, Nationalparkpartner 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)

❖ **Vorpommern**



Eine **Strategie für Qualität und Nachhaltigkeit für Vorpommern** (Festland) wurde zum Anfang des Projektes entwickelt, um für die Region klare Handlungsfelder zu definieren und Maßnahmen mit Zuständigkeiten festzulegen. Dazu wurden in einer Zukunftswerkstatt sowie in zwei teilregionalen Maßnahmenwerkstätten **Visionen**,

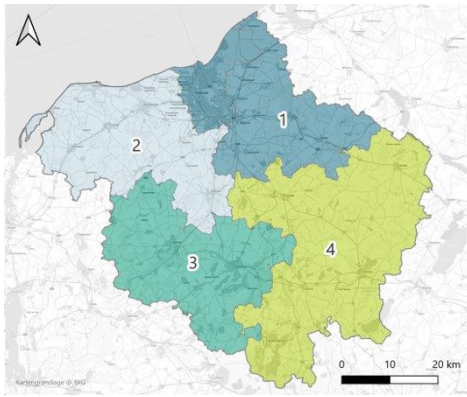
Ziele und konkrete Maßnahmen und Ideen festgelegt, die im Anschluss in eine Strategie eingearbeitet wurden, welche das Grundlagenpapier für die zukünftige nachhaltige Destinationsentwicklung bildet. Der Tourismusverband Vorpommern wird mit Hilfe der AG Nachhaltigkeit über das Projektende hinaus sukzessive, die in der Strategie fixierten Maßnahmen in Umsetzung bringen. Es wurde ein **Nachhaltigkeitsgremium** für die Destination Vorpommern gegründet, welches sich aus unterschiedlichen Partnern in der Region zusammensetzt (touristische Anbieter*innen, LEADER Regionalmanager*innen, regionale Produzent*innen, Naturparke der Region). Die AG trifft sich halbjährlich, um sich über die Nachhaltigkeitsaktivitäten in der Region auszutauschen, Synergien zu erkennen und die Umsetzung der Strategie für Qualität und Nachhaltigkeit für Vorpommern voranzutreiben.

Mit der umfangreichen Strategie, zahlreichen, bereits in der Praxis umgesetzten Maßnahmen und der Kooperation im Modernisierungssprint mit dem Tourismusverband Mecklenburg-Vorpommern, konnte die Region Vorpommern den **1. Platz beim Bundeswettbewerb für Nachhaltige Tourismusdestinationen** in der Kategorie Starter belegen. Nach den ersten beiden Bewerbungsphasen im Winter 2022/2023, konnte sich die Region in der Kategorie Starter im Finale gegen die Konkurrenz behaupten und wurde am 21. Juni im Bundesumweltministerium in Berlin mit dem 1. Platz ausgezeichnet.

Weitere Maßnahmen:

- Die Geschäftsstelle des Tourismusverband Vorpommern durchlief im Laufe des Projektes Qualifizierungsprozesse und legte Nachhaltigkeitsmaßnahmen fest und erhielt die **Zertifikate SQD und TourCert Qualified**. Dieser Prozess dient auch dem Vorbildcharakter gegenüber touristischen Unternehmen und Mitgliedern.
- In Kooperation mit dem Projekt Agrartourismus des Tourismusverband Vorpommern und dem Landkreis Vorpommern Greifswald, wurde der **Tourismustag 2023 zum Thema Regionalität und Nachhaltigkeit** im Wasserschloss Quilow durchgeführt. Regionale Produzent*innen haben ihre Produkte angeboten und es nahmen ca. 40 Personen aus Tourismus und Landwirtschaft teil.
- Der Ausbau und die Optimierung von **nachhaltig.vorpommern.de**, in Hinblick auf Relaunch der Website vorpommern.de.
- Es wurde ein dreiseitiger **Flyer zur Präsentation der nachhaltigen und naturnahen Angebote** der Region (z. B. auf Messen) produziert, der vor allem auf die Online-Inhalte auf vorpommern.de hinweist.
- Des Weiteren entstanden 30.000 Exemplare einer **Faltbroschüre, die die Naturparke und nachhaltigen Anbieter*innen der Region** hervorhebt und gleichzeitig auf Verhaltenshinweise in sensiblen Naturräumen eingeht. Über die eigenen Produkte hinaus gab es zwei Kooperationen (Urlaubsmagazin Vorpommern und Tagesspiegel), in denen der nachhaltige Tourismus in der Region in Form eines **Advertorials** vorgestellt wurde.
- Für eine Inwertsetzung der Nationalen Naturlandschaften und als saisonverlängernde Maßnahme wurden im Rahmen der **Herbst-Winter-Kampagne** Naturführungen im Naturpark Peenetal und nachhaltige Anbieter*innen beworben.
- Die Kooperation mit dem Landkreis Vorpommern Greifswald zur Entwicklung einer **Radverkehrsuntersuchung**.

❖ **Mecklenburgische Ostseeküste**



Besonderer Fokus für die Region Mecklenburgische Ostseeküste liegt auf der **Entwicklung und Qualitätssteigerung des Radtourismus**. Mit dem übergeordneten Ziel des Tourismusverbandes Mecklenburg-Vorpommern, ein landesweites touristisches Radwegenetz zu entwickeln, wurde für den Landkreis Rostock, bzw. für die Region des Verbandes Mecklenburgischer Ostseebäder e. V., die **Trassenoptimierungen für die insgesamt 13 Radfernwege und Radrundwege** vorgenommen. Für den Prozess der Trassenoptimierung wurden die Gemeinden, Kommunen, Kurverwaltungen und Touristinformationen

eingebunden und um deren Regionalkenntnisse und Einschätzung zu den erarbeiteten Vorschlägen gebeten. Das Beteiligungsverfahren lief via digitalem Conceptboard, Fragebogen und diversen Online-Veranstaltungen ab und wurde erfolgreich im Dezember 2023 abgeschlossen. Langfristig soll der Angebotswert und damit die Qualität der Radrouten gesteigert und die touristische Nachfrage mittel- und langfristig erhöht werden. Hierbei soll – neben dem infrastrukturellen Ausbau der Radroute und der Anbindung an Gastgebende und Sehenswürdigkeiten – auch die Inszenierung des Themas bzw. der Erlebniswert der Radrouten eine Rolle spielen.

Um den touristischen Betrieben, aber auch Orten eine erste Orientierung und langfristige Unterstützung auf dem Weg zu einem qualitativ hochwertigen Radtourismus zu bieten, wurde 2023 ein kompakter **Rad-Leitfaden** erarbeitet. In vier Kapiteln beleuchtet dieser all jene Aspekte, die zu einer kontinuierlichen Qualitätssteigerung beitragen. Von hochwertigen Fahrradwegen, der notwendigen radtouristischen Begleitinfrastruktur, dem fahrradfreundlichen Betrieb bis hin zur gelungenen Kommunikation und Vermarktung, bietet der Leitfaden erste Hilfestellung mit weiterführenden Informationen.

Die Fahrradtouren, die vom Verband Mecklenburgischer Ostseebäder über den verbandseigenen Radflyer beworben werden, wurden in Absprache mit den Orten auf ihre Aktualität überprüft. Ziel war es, das bestehende Angebot auf die zielgruppenspezifische Erlebnisqualität und damit entsprechende Kommunikation zuzuspitzen. Dementsprechend wurde eine **Fotoproduktion zum Thema Radurlaub** beauftragt, die Radurlaub in der Nebensaison im Hinblick auf die neue Urlaubsmarke abbilden sollte.

Weitere Maßnahmen:

- Der Zugang von **barrierefreien Angeboten** für Menschen mit Behinderungen, Senioren und Familien wurde auf der verbandseigenen Webseite verbessert. So wurden die „Reisen für Alle“-zertifizierten Betriebe, barrierefreie Strandzugänge, Unterkunftsmöglichkeiten und Freizeitanbieter aufbereitet.
- Die Online-Präsenz des Regionalverbandes im Bereich Aktivurlaub wurde aktualisiert. Auf Anfrage einzelner Orte und Kurverwaltungen wurden darüber hinaus Schulungen zur Datenpflege auf der **Aktivitätsplattform Outdooractive** durchgeführt, um eine eigenständige Aktualisierung der Informationen zu gewährleisten.
- Die Organisation und Durchführung verschiedener **Qualifizierungsformate** (Impulstag „Nachhaltig effizient“, Workshop „Barrierefreiheit und generationengerechtes Reisen“, Webinar zur digitalen Barrierefreiheit, Gästebegeisterung leicht gemacht, Beschwerde- und Konfliktmanagement, Qualität im Radtourismus, Die digitale Touristinfo, QMF-Partnertreffen).

❖ **Mecklenburgische Seenplatte**



Nachdem die Stelle der Regionalmanagerin Ende 2022 nachbesetzt werden konnte, wurde bis Juni 2023 in Zusammenarbeit mit dem dwif eine Qualitäts- und Nachhaltigkeitsstrategie für die Mecklenburgische Seenplatte entwickelt. In gemeinsamen Workshops wurden fünf Projektideen mit der Region und den Leistungsträger*innen erarbeitet. Diese umfassten Betriebscoachings, die Verbesserung des Mobilitätsangebots, die Wertsteigerung von Regionalität, die bessere Vermarktung nachhaltiger Angebote der Mecklenburgischen Seenplatte und die Zertifizierung der Region als nachhaltiges Reiseziel.

Die Leistungsträger*innen haben die Priorität für den Rest des Jahres auf die Durchführung von Betriebscoachings gelegt. Somit wurde am 29.09. ein Netzwerk/Workshop Termin in Waren mit 7 Leistungsträger*innen zum Thema „Energie & Wasser sparen“, veranstaltet. Am 23. und

24.10 fand zum Thema „Mitarbeitende einbinden“ in der Region Fleesensee mit 20 Leistungsträger*innen ein zweitägiges Netzwerkseminar statt. Am 20.11. wurden dann noch einmal digital 8 Leistungsträger*innen zum Thema „Energie & Wasser sparen“ geschult und am 04.12., 12 Interessierte zum Thema Lieferantenmanagement.

Weitere Maßnahmen:

- Die Durchführung von Kennlern- und Netzwerkterminen mit dem Müritz -Nationalparkamt sowie den Natur- & Landschaftsführer*innen. **Überarbeitung der Checkliste für Nationalpark-Partner** zur Aufnahme neuer Anbieter*innen aus dem Blickwinkel der Nachhaltigkeit.
- Die Organisation und Durchführung verschiedener **Qualifizierungsformate** („Der optimale Gastgeber“, Schulungen für TI-Mitarbeitende, Qualität im Naturtourismus, Energievormittag für Leistungsträger*innen, QMF-Partnertreffen)

❖ Insel Rügen



Auf dem Weg der Insel Rügen zur **nachhaltigen Wanderregion** war der erste Schritt die Sensibilisierung der touristischen Leistungsträger*innen für die Potenziale des Wandertourismus und der qualitativen Angebotsgestaltung. So lag der Fokus auf der Organisation und Durchführung von Infoveranstaltungen zum Thema Wandern mit dem Ziel, die touristischen Akteur*innen für die Chancen des Wandertourismus zu sensibilisieren und um die Angebots- und Servicequalität zu steigern. Dafür wurde eine Workshopreihe zur Weiterentwicklung des

Wanderfrühlings unter dem Aspekt der qualitativen und nachhaltigen Angebotsgestaltung und –entwicklung organisiert. So wurde beispielsweise beim Wanderfrühling die **Rubrik „Walk with a local“** ins Leben gerufen. Für mehr Tourismusakzeptanz zeigen Einheimische, Gästen erstmalig Ihre Lieblingswander- und Spazierwege fernab der touristischen Hotspots. Auf diesen Touren ist die Natur auch gern mal nur Kulisse für interessante GEHspräche über die Insel als Lebensraum und persönliche Geschichten. Bei der eintägigen Infoveranstaltung **Wandercamp** mit hochkarätigen Referent*innen aus der deutschen Wanderszene sprachen sich politische und touristische Entscheider*innen dafür aus, dass sich Rügen in den nächsten Jahren zu einer **Qualitätsregion im Wandertourismus** entwickeln soll. Durch die Mitarbeit an der **LEADER-Strategie 2024-2027** konnte die „Entwicklung Rügens zur zertifizierten Wanderregion“ aufgenommen und

ein entsprechendes Leitprojekt initiiert werden. Zusätzlich erfolgte eine strategische und inhaltliche **Einordnung des Thema Wandern auf Rügen in die Urlaubsmarke MV** und es wurde aufgezeigt wie die Wanderangebote auf die Zielgruppe der Postmateriellen & Expeditiven ausgerichtet werden können. Außerdem wurden **Wanderschulungen** zu den Themen „Mehr Servicequalität und Besucherlenkung durch Outdoor Active“, „Angebotsgestaltung & Kommunikation“ und „Wandertourismus für Gastgeber“ durchgeführt, um Hotels, Pensionen, Touristinfos, etc. über die Potenziale des Wandertourismus für Ihr Unternehmen und die Zielgruppe der Wander*innen, sowie deren Bedürfnisse und Kommunikationsmaßnahmen zu informieren.

Weitere Maßnahmen:

- Die **Nachhaltigkeitsinitiative** hat die Rügener Tourismusakteur*innen auf ihrem Weg zur nachhaltigen Urlaubsdestination aktiv unterstützt. Das gesamte Jahr 2023 wurden verschiedene Informationsveranstaltungen, wie das Nachhaltigkeitscamp, sowie eine hochwertige Coachingreihe für ausgewählte touristische Unternehmen gegeben, welche selbst wiederum im Laufe des Prozesses als Botschafter*innen agierten – dem Ansatz folgend „aus der Branche für die Branche“. Teilnehmende Botschafter-Unternehmen:
 - Romantikhof Scheelehof Plastikfreiheit in der Hotellerie
 - Kurverwaltung Sellin Nachhaltige Kommunikation
 - Parkhotel Rügen Nachhaltigkeit in der Küche
 - Im-Jaich Naturoase Gustow CO2 Bilanzierung
- Durch die monatliche Organisation und Moderation eines **NH-Stammtisches für Rügen-Vorpommern** konnten sich Vorreiter*innen in Sachen Nachhaltigkeit in der Region Rügen/Vorpommern vernetzen und über aktuelle Herausforderungen und Pläne bei der Umsetzung von Nachhaltigkeitsprojekten austauschen (z.B. Im-jaich Wasserferienwelt, Störtebeker Brauereimanufaktur, Deutsche Meeresmuseum, Weiße Flotte). Ende 2023 fand eine gemeinsame Fach-Exkursion nach Bremerhaven (Klimahaus, Eiskernlabor des AWI, Vortrag von Hans Jaich zu Unternehmertum & Klimawandel) statt.
- Gewinnung von mehr Reichweite und Bekanntheit durch **Verteilung des Verhaltensleitfaden "Das Gute Gefühl"** an über 100 POS auf der Insel Rügen, insbesondere Touristinfos, Kurverwaltungen und Hotels.
- **Beschaffung & Verteilung von über 10.000 Taschenaschenbechern** an Touristinfos, Nationalparks, Biosphärenreservat und Kurverwaltungen zur Verteilung an die Gäste.
- Die Beteiligung an dem Pilotprozess zur **THG Klimabilanzierung** für das Urlaubsland MV in Kooperation mit der Exzellenzinitiative Nachhaltige Reiseziele.
- Die Organisation eines **DTV-Prüfer-Stammtisch** zum Erfahrungs- und Informationsaustausch
- Die Organisation und Durchführung verschiedener **Veranstaltungen und Qualifizierungsformate** (Energietag zu Energieeffizienz und Einsatz erneuerbarer Energie, Infoveranstaltung zum Thema Bookingkit, Orga & Moderation der touristischen Klausurtagung auf Rügen, QMF-Partnertreffen)

❖ **Mecklenburg Schwerin**



Ein Schwerpunkt in der Projektarbeit lag in der **Prozessoptimierung und Netzwerkbildung regionaler Touristinformationen**. Mit einer Auftaktveranstaltung begann die **Qualitätsoffensive** für die regionalen Touristinformationen. In mehreren Terminen fanden Schulung zur Qualifizierung, die Ausbildung zum Qualitätscoach (Service Qualität Deutschland) und ein Workshop zur Social Media Nutzung statt. Zusätzlich wurde eine Vereinbarung zu gemeinsamen Standards erstellt. Vier geeignete Touristinformationen wurden zusätzlich auf dem Weg hin zu einer Zertifizierung mit der **i-Marke** begleitet und zu notwendigen Umsetzungsmaßnahmen beraten. Beispielsweise wird in Hagenow mit Abschluss des

touristischen Leitsystems die Zertifizierung stattfinden.

Weitere Maßnahmen:

- Im Rahmen der **Entwicklung des touristischen Radwegekonzeptes Westmecklenburg** fand die Evaluierung und teilweise Neukonzeption der 11 Fernradwege und regionalen Radtouren statt, sowie eine fachliche Begleitung im Steuerungsgremium und Beratung der kommunalen Akteur*innen.
- Um die **Kooperation mit Naturschutzakteur*innen** in der Region zu verbessern und in den lokalen Netzwerken die Themen der Qualität und Nachhaltigkeit platzieren zu können, wurden unterschiedliche Gremien unterstützt (z.B. Mitglied des Vergaberates der Biosphäre Elbe und Schaalsee, Mitarbeit an Entwicklung des Wanderwegenetzes und Initiierung der Partnerinitiative im Naturpark Sternberger Seenland).
- Der Branchentag des Tourismusverbandes Mecklenburg-Schwerin 2023 wurde unter dem Thema Qualität und Nachhaltigkeit organisiert. Neben zwei Impulsen zu Fachkräften und Nachhaltigkeit in der Kultur, wurden in 5 Workshops für die Zielgruppen der Unternehmen, Kommunen und kulturell Schaffenden die Themen „Nachhaltigkeit to Go“, „regionale Produkte“, „Nachhaltigkeit in der Kultur“, „Fachkräftesicherung“, „Nachhaltigkeit in Kommunen“ nähergebracht.
- Da bei der **Trust-You- Analyse für die Region** deutlich wurde, dass die Antwortrate auf Online-Bewertungen im MV- und deutschlandweiten Vergleich deutlich verbesserungswürdig ist, wurde ein Seminar für gewerbliche Anbietende zu den Themen Vertrieb und Bewertungen durchgeführt.
- Die Organisation und Durchführung verschiedener **Veranstaltungen und Qualifizierungsformate** (Workshops zur Entwicklung eines touristischen Konzeptes mit Bürgerbeteiligung, Regionaler Branchentag zu den Themen Qualität und Nachhaltigkeit, Seminar für gewerbliche Anbietende zu Vertrieb und Bewertungen, Seminar „Umgang mit schwierigen Gästen“ für touristische Anbietende)

❖ Insel Usedom



Über das Projekt wurde das **Tourismusakzeptanzprojekt „Sei Gast auf Deiner eigenen Insel“** entwickelt und betreut. Mit der Aktion bringt die Usedomer Tourismusbranche Ihre Wertschätzung gegenüber den Einheimischen der Insel Usedom und der Stadt Wolgast zum Ausdruck, die sich jedes Jahr als herzliche und zuvorkommende Gastgeber zeigen. Außerdem sollen Nutzungsvorbehalte gegenüber touristischen Angeboten reduziert und ultimativ ein Beitrag zur positiven Tourismusakzeptanz geleistet werden. Einwohnende der Insel Usedom und der Stadt Wolgast konnten vom 21. März 2022 bis 01. April 2022 Hotelübernachtungen, gastronomische Köstlichkeiten und Wellnessangebote sowie kostenfreie Freizeitaktivitäten und Veranstaltungen bei teilnehmenden Leistungsträger*innen buchen und die die Heimatinsel aus der Perspektive eines Urlaubsgastes neu entdecken. Trotz der sehr kurzfristigen Organisation war die Anzahl der teilnehmenden Leistungsträger*innen im Jahr 2022 sehr positiv. Insgesamt

waren 32 Angebote + 14 Veranstaltungen von 27 Partnern buchbar. Die Aktion wurde 2022 auch bei der Zielgruppe, die Einheimischen der Insel Usedom und der Stadt Wolgast gut angenommen: Hotel - 60 Übernachtungen), Restaurant - über 100 Gäste), Wellness - 18 Gäste. Aufgrund des positiven Feedbacks seitens der touristischen Leistungsträger*innen und der Einwohnenden wurde die Aktion **2023 wiederholt und ausgeweitet**. „Sei Gast auf Deiner eigenen Insel“ fand 2023 vom 01. – 31. März statt. Neben den Einwohnenden der Insel Usedom und der Stadt Wolgast konnten in dem Jahr auch Erwerbstätige auf Insel Usedom (Wohnort nicht relevant) an der Aktion teilnehmen. Im Dezember 2022 wurde die neue Webseite der Aktion (sei-gast.de) mit Unterstützung des Projektes Tourismusakzeptanz fertiggestellt. Durch die frühzeitige Akquise von Partnerbetrieben ab November 2022 und Buchbarkeit der Angebote ab Dezember 2022 kann die Aktion schon ab Dezember 2022 durch die OZ, den Blitz, Amtsblätter der Insel Usedom, sowie Facebook-Ads beworben werden. Insgesamt waren 46 Angebote von 31 Partnern buchbar. In diesem Jahr konnten deutlich mehr Buchungen als letztes Jahr verzeichnet, werden: 139 Hotelübernachtungen, 226 Gäste in Restaurant & Cafés 7 Gäste in Wellness & Spabereichen, 8 Buchungen von Aktivitäten & Erlebnisse, 29 Einkäufe im Einzelhandel. Aufgrund der positiven Entwicklungen wurde die Aktion für das Frühjahr 2024 zeitlich ausgeweitet, sowie die Partnerakquise und Bewerbung gestartet. Die Projektinhalte wurden zur Weiterführung an den Tourismusverband Usedom übergeben.

Feedback der teilnehmenden Partner & Gäste:

„Eine schöne Idee, um Einheimische und Tourismusanbieter zusammen zu führen. 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)

Weitere Maßnahmen:

- Über das ab dem 01.01.2023 geltende neue Verpackungsgesetz und die darin enthaltende **Mehrwegangebotspflicht**, wurde am 14. Oktober 2022 und 14. April 2023 jeweils in einer digitalen Veranstaltung informiert sowie Lösungsansätze und gängige Mehrweg-Systeme vorgestellt.
- Zur aktuellen **Energiesituation** informierten 2022/23: Mveffizient – „Raus aus der Energiekrise: Mit Energieeffizienz und erneuerbaren Energien Energiekosten senken“, Frank Haney als Vorstand der Inselwerke eG – E-Mobilität, Volker Höfs von der Gasversorgung Vorpommern Netz GmbH – Vorbereitung Gasmangelkrise, Prof. Dr. Robert Wolf vom Max-Planck-Institut - Energiewende „Wendelstein 7-X – Forschung für die Energie von morgen“
- Die Organisation und Durchführung verschiedener **Qualifizierungsformate** (Seminar „Qualitätsorientierte Gästebegeisterung leicht gemacht“, Weiterbildung „Zielführender Umgang mit Beschwerden und Bewertungen“)