

Thomas Feil | 20. April 2023

Qualitäts- und Nachhaltigkeitsstrategie für die Region Vorpommern

Ergebnisse aus dem Abschlussbericht
Tourismustag Vorpommern 2023



Inhalt

Globale Ziele und die Dimensionen der Nachhaltigkeit

Gute Beispiele zur Umsetzung der Dimensionen auf Betriebs- und Regionalebene

Impressionen Nachhaltigkeit oder wie es nicht sein sollte

Die Nachhaltigkeitsstrategie für Vorpommern

1.1 Wir sind (SWOT)

1.2 Wir wollen

1.3 Wir werden

Fazit

Inhalt

Globale Ziele und die Dimensionen der Nachhaltigkeit

Gute Beispiele zur Umsetzung der Dimensionen auf Betriebs- und Regionalebene

Impressionen Nachhaltigkeit oder wie es nicht sein sollte

Die Nachhaltigkeitsstrategie für Vorpommern

1.1 Wir sind (SWOT)

1.2 Wir wollen

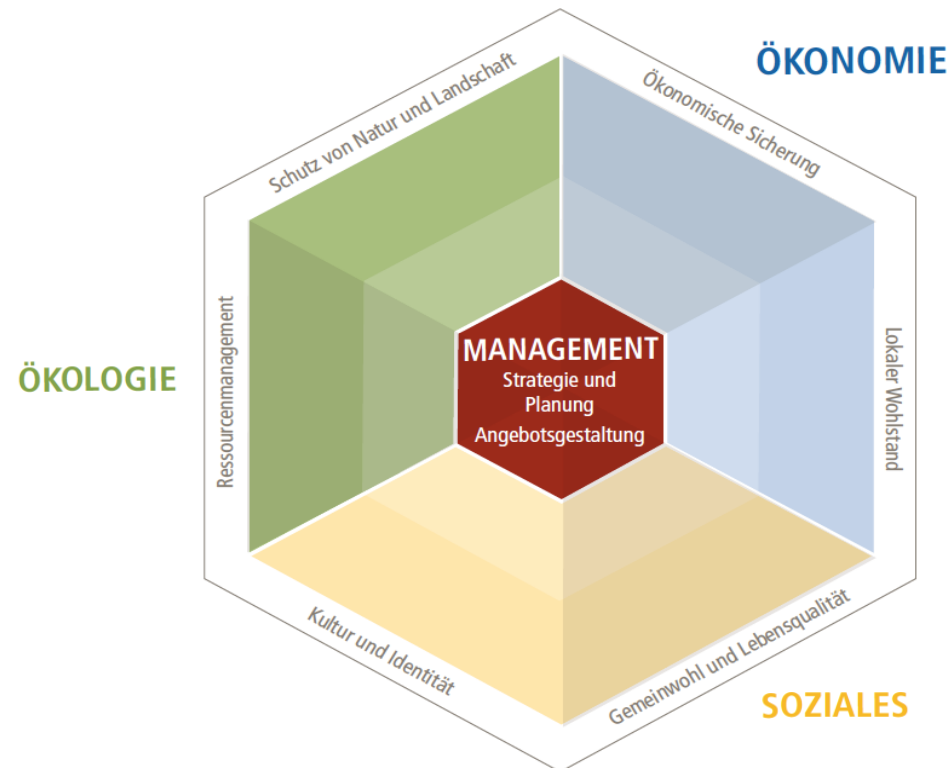
1.3 Wir werden

Fazit

Agenda 2030: 17 Ziele für nachhaltige Entwicklung



Die Dimensionen der Nachhaltigkeit



Quelle: BTE (2016): PRAXISLEITFADEN, Nachhaltigkeit im Deutschlandtourismus, Anforderungen | Empfehlungen | Umsetzungshilfen, gefördert durch das Bundesamt für Naturschutz mit Mitteln des Bundesministeriums für Umwelt, Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit und Quelle: Handbuch, Nachhaltigkeit in Schweizer Tourismusdestinationen, 2021, angelehnt an unseren Praxisleitfaden «Nachhaltigkeit im Deutschlandtourismus», BTE 2016

Inhalt

Globale Ziele und die Dimensionen der Nachhaltigkeit

Gute Beispiele zur Umsetzung der Dimensionen auf Betriebs- und Regionalebene

Impressionen Nachhaltigkeit oder wie es nicht sein sollte

Die Nachhaltigkeitsstrategie für Vorpommern

1.1 Wir sind (SWOT)

1.2 Wir wollen

1.3 Wir werden

Fazit

Seebad Ueckermünde

- Hotel & Ferienanlage
- Grüne Energie: Anlage wird ausschließlich mit selbst erzeugter Energie versorgt
- Ausgezeichnet mit Level 5 des „GreenSign“ Zertifikats für Nachhaltigkeit
- Ausreichend Ladestationen für Elektrofahrzeuge,
- Dehoga 3+



© www.haffhus.de

Hotel und Ferienwohnungen Postel

- ehemaliges kaiserliches Postamt
- Hotel in familiärer Atmosphäre
- ADAC Tourismuspreis in MV: 3.Patz 2019
- Vermeidung von Einweg- und Wegwerfkultur
- Preis: Nachhaltige Tourismusdestination 2016/2017
- Mitarbeiter wohnen in der Nähe und kommen zu Fuß/Rad, Dienstpläne werden selber geschrieben



© www.post-aus-woigast.de



© www.vorpommern.de

Familienhotel Gut Nisdorf

- Bio-Hotel, Klimapositives Hotel
- zertifiziert und geprüft durch BIO HOTELS
- Alle verwendeten Lebensmittel sind bio-zertifiziert, welches auch laufend kontrolliert wird (DE-ÖKO-039)
- **BIO auch in Baumaterialien, Möbel und Bettwäsche**
- Verursachtes CO2 wird über Klimaprojekte kompensiert
- **GWÖ zertifiziertes Unternehmen**
- Möglichkeit von E-Auto Verleih



© www.vorpommern.de

Naturhafen Krummin

- Mitgliedhafen der Marina Network Association
- 160 Liegeplätze, sechs Hausboote
- inhabergeführter Privathafen
- 4-Sterne Zertifizierung
- Für Dauer- und Tageslieger
- Grill- und Räucherabende
- SQD zertifiziert



© www.vorpommern.de

Quelle: www.vorpommern.de/aktivitaeten-in-vorpommern/nachhaltige-angebote/
<https://www.vorpommern.de/reiseziele/details/stamm/show/naturhafen-krummin/>

Umgang mit den Mitarbeiter*innen - Beispiele



- **Verschiedenste Arbeitszeitmodelle je Abteilung**
- **Überstundenpauschale in Löhnen eingerechnet**
- **Überstundenabbau in derselben Woche bzw. Monat**
- **Projekt betriebliche Gesundheitsvorsorge**
- **Direkte, wertschätzender Umgang & Kommunikation (Schulungen)**
- **Genügend Mitarbeiter (stundenweise zu Stoßzeiten)**
- **Kostenloses Essen (bio & vegetarisch)**
- **etc.**

Naturlandhaus Krone (Tradition ...)



TRADITION

Die Geschichte unseres **jeztigen Hotel Naturlandhauses Krone** in Maierhöfen im Westallgäu nahe Isny startet im **Jahr 1769**. Damals wurde hier noch **Landwirtschaft** betrieben – vielleicht einer der Gründe, warum wir uns so sehr mit der heimischen Landwirtschaft identifizieren und

REGIONALITÄT

groß schreiben. Die bildet nicht nur die unabdingbare Basis für unsere feine Landküche, sondern spiegelt sich auch in vielen anderen Aspekten wider: Wir sind stolz über **bio-zertifizierte Lebensmittel, ökologische Baumaterialien**, Haus- und Selbstgemachtes, eine Elektro-Tankstelle und eine eigene **Alpe!**

NATUR

Naturverbundenheit wird uns „Landeiern“ vielleicht schon in die Wiege gelegt. Wir schätzen unsere **Allgäuer Heimat** als wertvollen Lieferant von **Rohstoffen, als Quelle für Kraft & Inspiration** und als Möglichkeit, seine Freizeit aktiv zu gestalten. Immer unter dem Aspekt der Rücksichtnahme und des **Respekts gegenüber unserer Flora und Fauna**.

Projekt Rewilding Oder Delta

- **Projekt zur Förderung und Regeneration der natürlichen Diversität im „Oder-Delta“**
- **Zwischen den Grenzen Deutschlands und Polens**
- **250.000 Hektar, davon 70.000 als Wasseroberfläche**
- **Deutsch-polnische Zusammenarbeit**



© www.rewildingeurope.com

Best-Practice-Beispiel-Greifswald



Stephan Braun, geboren 1979, ist seit 2016 bei der Stadt Greifswald angestellt. Der studierte Geograph und Mathematiker setzt sich dort für Klimaschutz, Nachhaltigkeit und fairen Handel ein.

„Wir wollen Fußgänger*innen, Radfahrer*innen und den öffentlichen Personenverkehr weiter stärken.“



Faire Fahrradstadt am Meer

Greifswald hat als erste Kommune in Mecklenburg-Vorpommern eine eigene Nachhaltigkeitsstrategie erarbeitet. Im Zentrum: der Klimaschutz

Interview: Carolyn Braun

Herr Braun, die Universitäts- und Hansestadt Greifswald erarbeitet eine Nachhaltigkeitsstrategie – was kommt auf die Bürger*innen zu? Wir sind damit die erste Stadt in Mecklenburg-Vorpommern. 2018 hat sich die Bürgerschaft zu den 17 globalen Nachhaltigkeitszielen bekannt. 2021 haben wir für unsere Nachhaltigkeitsstrategie sechs Themenfelder als besonders wichtig definiert, zum Beispiel nachhaltige Mobilität und Ressourcenschutz.

Was wollen Sie damit erreichen? Die Städte müssen sich verändern, damit muss sich auch Greifswald verändern. Nehmen Sie den Klimawandel, das Artensterben oder die Digitalisierung: Auf all das haben Menschen Einfluss, und damit auch die Städte als Orte des Zusammenlebens. Ein Beispiel: Weil globale

Lieferketten zunehmend hinterfragt werden, haben wir zusammen mit unserem Sportbund in einem ersten Schritt fair hergestellte Fußballer für die Sportvereine gekauft. Oder der Stadtkaffee: Den haben wir als Kommune mit Partnern auf den Markt gebracht, er kommt direkt von den Produzent*innen in Nicaragua ohne jeden Zwischenhändler zu uns und ist in recycelbare Kunststoffbeutel verpackt. Solche Aktionen haben einen praktischen Nutzen und machen zudem Bürger*innen auf das Thema aufmerksam.

Und die Stadtverwaltung selbst? Wenn wir Waren und Dienstleistungen einkaufen, legen wir Wert auf Fairness und Nachhaltigkeit. Schon seit 2014 nutzen wir fast nur Recyclingpapier. Seit 2021 gilt eine neue Dienstanweisung zur nachhaltigen



Gemeinde
Greifswald

Einwohnerzahl
59.232

Fläche in km²
50,74 km²

Bevölkerungsdichte
1.167 Einwohner*innen
je km²

Nachhaltigkeitsstrategie
ab 2021

Federführung
Stadtverwaltung der
Universitäts- und
Hansestadt
Greifswald

→ WWW.GREIFSWALD.DE

Best-Practice-Beispiel Allgäu

- „Allgäuer Berufsoffensive“ mit Allgäu Azubi-Award
 - für Auszubildende in den AllgäuTopHotels und AllgäuHotels
 - Verleihung von 12 Preisen jährlich, Gesamtwert 10.000 €, an die Prüfungsbesten des Jahres in den jeweiligen Ausbildungsberufen

- AllgäuTopHotels
 - Engagement, um bestmögliche Ausbildung in der Hotellerie anzubieten
 - Zertifizierung als „exzellente Ausbildungsbetriebe“
 - qualifizierte Ausbilder, mögliche Ausbildungsverkürzung, Chef-Check
 - weitere Vorteile, z.B. Übernahmegarantie für Auszubildende

Fachkräfte



© www.allgaeu-azubi-tophotels.de



Marketinginnovationen (Regionale Baukultur)

Erlebnisgastronomie – Schwanenwirts Kuhstall



Inhalt

Globale Ziele und die Dimensionen der Nachhaltigkeit

Gute Beispiele zur Umsetzung der Dimensionen auf Betriebs- und Regionalebene

Impressionen Nachhaltigkeit oder wie es nicht sein sollte

Die Nachhaltigkeitsstrategie für Vorpommern

1.1 Wir sind (SWOT)

1.2 Wir wollen

1.3 Wir werden

Fazit

Bauerngarten versus Schottergarten



Ökosystem Wald



Laubmischwald



Intensive Forstliche Nutzung

Moore und Torfabbau



Inhalt

Globale Ziele und die Dimensionen der Nachhaltigkeit

Gute Beispiele zur Umsetzung der Dimensionen auf Betriebs- und Regionalebene

Impressionen Nachhaltigkeit oder wie es nicht sein sollte

Die Nachhaltigkeitsstrategie für Vorpommern

1.1 Wir sind (SWOT)

1.2 Wir wollen

1.3 Wir werden

Fazit

Ideen Zielsetzung der erweiterten Nachhaltigkeitsstrategie



Projektlauf

Auftakt-
beratung

Wir sind...

Analyse, SWOT,
Selbstverständnis

Kick-off und
Zukunfts-
werkstatt

Wir wollen...

Vision, Ziele,
Profilierung, Zielgruppe

Touristisches
Netzwerken

Wir werden...

Handlungsfelder und
Maßnahmen

Abgabe des
Konzeptes

Maßnahmen-
werkstätten

Impressionen aus den Werkstätten



Übersicht der Nachhaltigkeitsstrategie

Kernbotschaft für die nachhaltige Ausrichtung des Tourismus in Vorpommern:
„Regionalität und Natur- und Kulturerlebnis mit hohem Qualitäts- und Nachhaltigkeitsfokus sind die Entwicklungsgrundlage für alle Akteure“



Leitlinien: „Wir wollen“

Der
Tourismusverband
Vorpommern
etabliert sich als
Vorbild für ein
nachhaltiges
betriebliches
Handeln

Touristische
Anbieter in
Vorpommern
werden in
Richtung
Nachhaltigkeit
qualifiziert

Es wird ein
positiver Einfluss im
Hinblick auf eine
nachhaltige
Ausrichtung der
Destination
ausgeübt



Zielsetzungen – „Wir werden“

1. Rahmenbedingungen für eine nachhaltige Entwicklung des Tourismus schaffen
2. Nachhaltige Angebote entwickeln und vermarkten
3. Nachhaltigkeit bei touristischen Akteuren umsetzen
4. Den Tourismusverband als Vorbild in Bezug auf Nachhaltigkeit etablieren
5. Die touristische Zusammenarbeit zw. polnischer und deutscher Seite erfolgreich gestalten



Umsetzungen: Handlungsempfehlungen und Maßnahmen in den vier Dimensionen
Management, Ökonomie, Ökologie und Soziales

Inhalt

Globale Ziele und die Dimensionen der Nachhaltigkeit

Gute Beispiele zur Umsetzung der Dimensionen auf Betriebs- und Regionalebene

Impressionen Nachhaltigkeit oder wie es nicht sein sollte

Die Nachhaltigkeitsstrategie für Vorpommern

1.1 Wir sind (SWOT)

1.2 Wir wollen

1.3 Wir werden

Fazit



Stärken

- **Bereits ausgeprägtes Nachhaltigkeitsbewusstsein und -angebot in einigen Regionen**
 - **Einige nachhaltige Leuchtturmangebote in Vorpommern wie Haffhus im Bereich nachhaltige Energie**
 - **Stelle einer Nachhaltigkeitsbeauftragten beim TV Vorpommern besetzt**
 - **Teilweise Bewerbung einer klimafreundlichen Anreise**
 - **Produktmarken mit konsequenter nachhaltiger Ausrichtung (z.B. Gutshof Liepen, Postel)**
 - **Tlw. Nachhaltigkeitsteams/-beauftragte in den Teilregionen**
 - **Auszeichnung der Peeneregion mit dem EDEN-Award, aufgrund des nachhaltigen Wassertourismus sowie mit dem Sonderpreis des Bundeswettbewerbs nachhaltige Tourismusdestinationen 2016/2017**
- **Präsentation nachhaltiger Angebote auf vorpommern.de**
 - **Tlw. eigene Kommunikationsmedien für nachhaltige Angebote/Umweltbildungsangebote etc. vorhanden**
 - **Einsatz von zertifizierten Natur- und Landschaftsführern**
 - **Tlw. regelmäßiger Austausch mit Naturschutzakteuren**
 - **Naturnahe Region, Artenreiche Tier- und Pflanzenwelt**
 - **Insgesamt positive Tourismusakzeptanz**
 - **Nachhaltigkeitsbestrebungen im Arbeitsalltag der Touristiker**



Schwächen

- **fehlendes Nachhaltigkeitsleitbild**
 - **wenige Betriebe mit nachhaltigen Zertifizierungen**
 - **keine aktive Zusammenarbeit mit Bildungsträgern/Beratungsdienstleistern zur Vermittlung von Inhalten**
 - **Die Entwicklung von anwendbaren Kriterien für die Vermarktung nachhaltiger touristischer Angebote ist ausbaufähig**
 - **Bisher keine konkreten KPIs (= Key Performance Indicator) für Nachhaltigkeitsleistungen**
 - **Finanzielle Mittel, u.a. für Nachhaltigkeitsmanager fehlen**
 - **Vermarktung der regionalen Produkte ist ausbaufähig; es fehlt an Vernetzung von Erzeuger mit den Beherbergungen/Gastronomiebetrieben**
 - **Starke Saisonalität**
- **Kaum Personalkapazitäten und fehlende Ansprechpartner für das Thema in den Orten**
 - **Nachhaltige Infrastruktur und Mobilität ist ausbaufähig (z.B. E-Ladestruktur, ÖPNV, P+R Systeme)**
 - **Ökologische Modernisierung in einigen Betrieben ausbaufähig**
 - **noch keine Anreizsysteme oder Selbstverpflichtungen für Leistungsträger zu Nachhaltigkeitsaktivitäten, ein Partnerprogramm ist in der Peeneregion im Aufbau**
 - **Barrierefreies Angebot ist ausbaufähig**
 - **Geringe Sensibilisierungsmaßnahmen und Kommunikation über die Vorteile des Tourismus ggü. den Einwohnern, häufig negative Berichterstattung**
 - **Einwohner werden im touristischen Marketing kaum als Zielgruppe angesprochen (Eindruck: Bevorzugte Behandlung von Gästen)**

Inhalt

Globale Ziele und die Dimensionen der Nachhaltigkeit

Gute Beispiele zur Umsetzung der Dimensionen auf Betriebs- und Regionalebene

Impressionen Nachhaltigkeit oder wie es nicht sein sollte

Die Nachhaltigkeitsstrategie für Vorpommern

1.1 Wir sind (SWOT)

1.2 Wir wollen

1.3 Wir werden

Fazit

Ziele Leitlinien aus der Zukunftswerkstatt



<https://pixabay.com/de/photos/gl%C3%BCbbirne-energie-natur-umwelt>

Wir wollen ... bezogen auf ökologische Nachhaltigkeit

- **„Ressourcen-Uhr“ als Instrument für Qualitätstourismus: Gäste haben bestimmtes Limit an Ressourcen für Aufenthalt zur Verfügung (z.B. bzgl. Wasser, Emissionen...)**
- **Gesundung des ökologischen Lebensraums, Natur schützen**
- **Klimaneutralität**
- **Nachhaltige Mobilität: Ausbau ÖPNV**
- **Sanfter Tourismus**

Wir wollen ... bezogen auf soziale Nachhaltigkeit

- **Erhaltung des maritimen Erbes als Kulturgut z.B. Fischerorte**
- **Authentizität und Regionalität**
- **attraktive Arbeitsbedingungen (Infrastruktur, Mobilität, Arbeitszeitmodelle...) -> kein Fachkräftemangel mehr**
- **Mitarbeiter*innenbindung: gute Qualität durch gute Mitarbeiter*innen -> dafür attraktives Umfeld schaffen mit hoher Lebensqualität: Wohnangebote, Kultur, Tanz, Sport, Freizeitangebote auch außerhalb der Saison (v.a. auch für jüngere Generation, da sonst Abwanderung in Städte)**

Wir wollen ... bezogen auf Ökonomie und Nachhaltigkeit

- **Gemeinwohlökonomie**
- **Regionale Produkte für jeden zugänglich machen; Produkte vorhanden aber häufig schwierig zugänglich (B2B und B2C)**
- **Nachhaltigkeit als Geschäftsmodell (Nachhaltigkeit als attraktive Grundlage und nicht durch Verbote und Reglementierungen)**

Inhalt

Globale Ziele und die Dimensionen der Nachhaltigkeit

Gute Beispiele zur Umsetzung der Dimensionen auf Betriebs- und Regionalebene

Impressionen Nachhaltigkeit oder wie es nicht sein sollte

Die Nachhaltigkeitsstrategie für Vorpommern

1.1 Wir sind (SWOT)

1.2 Wir wollen

1.3 Wir werden

Fazit

Handlungsfelder und Schwerpunktthemen



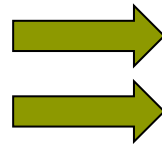
Übersicht Schlüsselmaßnahmen aus den Handlungs- feldern

Handlungsfeld: Management	
1*	Bildung eines Gremiums zur Abstimmung destinationsweiter Nachhaltigkeitsmaßnahmen
2*	Beratungsangebote und Unterstützung für Gemeinden
4*	Schaffung eines gemeinsamen Verständnisses von Nachhaltigkeit im Tourismus
5*	Sicherstellung der landesweiten Unterstützung der Nachhaltigkeitsaktivitäten
Handlungsfeld: Nachhaltigkeit und Ökonomie	
14*	Unterstützung von Projekten welche regionale Wirtschaftskreisläufe befördern
15*	Tag der offenen Tür (Hotels, Höfe, Restaurants)
16*	Schaffung von guten Rahmenbedingungen in der Region
Handlungsfeld: Nachhaltigkeit und Ökologie	
20*	Integratives Wegemanagement mit Schwerpunkt Rad
21*	Verkehrsverbund Vorpommern für den ÖPNV
22*	Ressourcen sparen mit Anreizsystemen
Handlungsfeld: Nachhaltigkeit und Soziales	
26*	Unterstützung und Durchführung innovativer Projekte in der Fachkräftesuche und -entwicklung

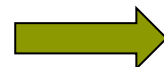
Übersicht Maßnahmen mit mittlerer Priorität

Handlungsfeld: Management	
3	Gemeinwohlorientierte Wirtschaftsförderung
6	Intensivierung der Vernetzung der touristischen Akteure sowie mit Partnern im Umfeld
7	Ausbau der Präsentation von nachhaltigen Angeboten und Initiativen in Vorpommern
8	Intensivierung der Kommunikation mit den Gästen zum Thema Nachhaltigkeit in den Beherbergungsbetrieben
9	Informationen für Gäste und Einheimische zu möglichen Auswirkungen des Klimawandels in der Destination
10	Natur- und Kulturlandschaft nachhaltig touristisch in Wert setzen
11	Zusammenarbeit zwischen deutschen und polnischen Akteuren
12	Vermarktung von gemeinsamen nachhaltigen Angebotspaketen
Handlungsfeld: Nachhaltigkeit und Ökonomie	
13	Maßnahmen zur Verringerung der Saisonalität
17	Qualifizierung / Sensibilisierung Tourismusakteure
Handlungsfeld: Nachhaltigkeit und Ökologie	
18	Informationen zum umweltverträglichen Besucherverhalten in den Schutzgebieten
19	Aktion „Greifswald räumt auf“ auf andere Orte übertragen
23	App „ökologische Uhr“/ „Ressourcen Uhr“
Handlungsfeld: Nachhaltigkeit und Soziales	
24	Erhaltung maritimes Erbe
25	Förderung der Tourismusakzeptanz - Auswertung nach Vorlage der Ergebnisse
27	Impulsgebung und Sensibilisierung für Nachhaltigkeit
28	Naturschutz und Gästeführung
29	Co-Working-Tourism (CWT)
30	Ortsführung für „Neu“-Bürger des Ortes (kleine Gemeinde)

Übersicht Schlüssel- maßnahmen aus den Hand- lungsfeldern

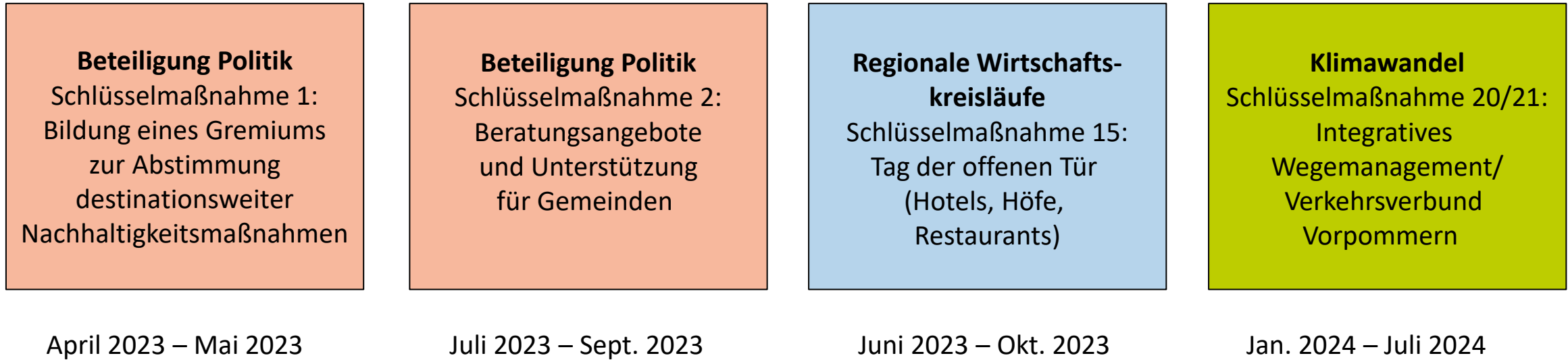


Vorschläge für erste Umsetzungen



Handlungsfeld: Management	
1*	Bildung eines Gremiums zur Abstimmung destinationsweiter Nachhaltigkeitsmaßnahmen
2*	Beratungsangebote und Unterstützung für Gemeinden
4*	Schaffung eines gemeinsamen Verständnisses von Nachhaltigkeit im Tourismus
5*	Sicherstellung der landesweiten Unterstützung der Nachhaltigkeitsaktivitäten
Handlungsfeld: Nachhaltigkeit und Ökonomie	
14*	Unterstützung von Projekten welche regionale Wirtschaftskreisläufe befördern
15*	Tag der offenen Tür (Hotels, Höfe, Restaurants)
16*	Schaffung von guten Rahmenbedingungen in der Region
Handlungsfeld: Nachhaltigkeit und Ökologie	
20*	Integratives Wegemanagement mit Schwerpunkt Rad
21*	Verkehrsverbund Vorpommern für den ÖPNV
22*	Ressourcen sparen mit Anreizsystemen
Handlungsfeld: Nachhaltigkeit und Soziales	
26*	Unterstützung und Durchführung innovativer Projekte in der Fachkräftesuche und -entwicklung

Übersicht erste Umsetzungen



Schlüsselmaßnahme 1

Bildung eines Gremiums zur Abstimmung destinationsweiter Nachhaltigkeitsmaßnahmen

1* Neben einem gemeinsamen Nachhaltigkeitsverständnis ist auch eine „Institutionalisierung“ des Themas notwendig, um die Kontinuität in der Bearbeitung sicherzustellen.

- Das Nachhaltigkeitsthema soll durch die Bildung eines destinationsweiten Gremiums etabliert werden.
- Ziele des Gremiums sind eine stärkere Vernetzung und eine abgestimmte Aufgabenteilung der relevanten Akteursgruppen (u. a. touristischen Anbieter, Kommunen, Land- und Forstwirtschaft, des Natur- und Landschaftsschutzes, der Kulturpflege und des Einzelhandels).
- Vertreter dieses Gremiums sollten destinationsübergreifend sein (also auch polnische Akteure) und die Nachhaltigkeitsdimensionen repräsentieren.

Umsetzungen:

- Sensibilisierung & Information zu den Nachhaltigkeitszielen (regelmäßig) von Städten/Landkreisen/Gemeinden/Fachämtern
- Einbeziehung der Verwaltungen je nach Thema
- Ermittlung der Bedarfe an ÖPNV-Anbindungen aus touristischer Sicht
- Initiierung von Förderanträgen zur Umsetzung von Nachhaltigkeitszielen
- Koordination der destinationsübergreifenden Nachhaltigkeitsinitiativen

Priorität:	Hoch
Zeitraum:	April 2023 – Mai 2023
Koordination:	TVV, Regionalmanagerin, Nachhaltigkeitsbeauftragter
Partner:	TMV, Vertreter von Verkehrsverbänden, Wirtschaftsförderung, Landkreise, Kommunen, IHK, Naturschutz (Großschutzgebiete), LWS, Forst, Leistungsträger

Ideen zur „Idealbesetzung“ und zum Spirit des Gremiums

- Wie beschrieben Vertreter aus möglichst vielen Bereichen einladen
- Gegenseitiges Verständnis untereinander (affirmativ)
- Die Agenda für die Treffen wird so gestaltet dass sich die Vertreter der verschiedenen Bereiche auch angesprochen fühlen (bei bestimmten Themen ist es u. U. nicht notwendig in Vollbesetzung zu tagen)
- Fehler bei Entscheidungen/Projekten sind erlaubt (Fehlerkultur)
- Kein Vorab-Bewerten von (geplanten) Aktivitäten, sondern Alle ziehen an einem Strang
- Das Gremium versteht sich nicht als Management (wie z. B. von Fußballvereinen) sondern setzt sich interdisziplinär für die nachhaltigen Belange und Steigerung der Resilienz der Region ein
- Alle sind Impulsgeber und/oder beteiligen sich an der Organisation/Durchführung von Projekten bzw. holen sich zur Unterstützung Dritte dazu (z. B. Verkehrsplanungsbüros)
- Das Gremium tagt ca. 3 mal im Jahr (gewählte feste oder rollierende Moderation)

Nachhaltigkeitsbeirat in der Uckermark



Ziel: Begleitung der Uckermark als nachhaltige Tourismusregion und Überwachung der Einhaltung des touristischen Nachhaltigkeitsleitbildes

Schwerpunktthemen: Schwerpunktthemen sind u. a. Unterstützung nachhaltiger touristischer Mobilitätsangebote und regionaler Wirtschaftskreisläufe

Mitglieder: Aus den Bereichen Wissenschaft/Forschung, Soziales, Naturschutz, Tourismuswirtschaft, Wirtschaftsförderung, Kreisverwaltung, Regionalentwicklung.

Quelle: <https://www.tourismus-uckermark.de/nachhaltiger-tourismus-in-der-uckermark/>

Schlüsselmaßnahme 2

Beratungsangebote und Unterstützung für Gemeinden

2* Neue Wege finden, Probleme lösen, konkrete Projekte anschieben und umsetzen – dafür bietet es sich unter anderem an einen **Werkzeugkasten Ehrenamt für Gemeinden zu erstellen mit:**

- Hilfe für Ehrenämter; Checklisten
- Ansprechpartnern
- Mustersatzungen für Vereine
- Förderungsmöglichkeiten; Verweis auf bestehende und fortführende Förderdatenbanken
- Erstellung einer Mappe die alle Informationen zusammenfasst

Ziele: Möglichst konkrete Hilfen, die regelmäßig aktualisiert werden = Versand an Gemeinden

Schritte zur Umsetzung:

- Konkrete Ehrenamt Stärkung MV | Was gibt es bereits?
- Umsetzungsbaukasten erstellen
- Sichten was in der Praxis der Gemeinden noch fehlt (Hauptamt stärkt Ehrenamt)
- Mehr Wertschätzung für gesellschaftliches/touristisches Engagement | Engagierte Menschen in ihrer Arbeit stärken, z.B. Durch Wettbewerb, durch Mentoring-Programme & gemeinsame Exkursionen

Priorität:	hoch
Zeitraumen:	Juli 2023 – Sept 2023
Koordination:	Gemeinden, Landkreis, Initiativen
Partner:	TVV

Ideen für den Werkzeugkasten



IM LAND

BÜRGERBETEILIGUNG

ANERKENNUNG

VERANSTALTUNGEN

SERVICE



Freiwilligen-Agenturen

Neue Broschüre gibt Überblick über "Freiwilligenagenturen und Ehrenamtsbörsen in Rheinland-Pfalz"

An wen kann ich mich bei Fragen und Problemen rund um mein Engagement wenden? Wer hilft mir, das passende Ehrenamt in meiner Nähe zu finden? Und welche weitere Unterstützung bieten diese Ansprechstellen? Antworten auf diese Fragen finden ehrenamtlich engagierte und engagementinteressierte Rheinland-Pfälerinnen und Rheinland-Pfäler in der neuen Broschüre "Freiwilligenagenturen und Ehrenamtsbörsen in Rheinland-Pfalz".

Auf 75 Seiten gibt diese einen strukturierten Überblick über die kommunalen Ansprechstellen für das Ehrenamt, deren individuelle Aufgabenfelder und Tätigkeiten, Kontaktdaten, Schwerpunkte und besondere Projekte.

Dabei hat die Zusammenstellung zwei Ziele:

Zum Einen soll sie als Orientierung dienen für all jene, die auf der Suche nach einer ehrenamtlichen Tätigkeit sind oder die ein Anliegen zu ihrem bereits bestehenden Engagement haben.



Quelle: <https://wir-tun-was.rlp.de/de/im-land/kommunen/freiwilligen-agenturen/>

Schlüsselmaßnahme 15

Tag der offenen Tür (Hotels, Höfe, Restaurants)

15* Die Vernetzung von touristischen, kulturellen und landwirtschaftlichen Einrichtungen ist wichtig für den Qualitätsausbau bei der Angebotsentwicklung. Die Idee ist einen Tag der offenen Tür mit den entsprechenden Einrichtungen zu gestalten:

- Als Wochenend-Event in der Nachsaison entwickeln (ähnlich Kultur Offen)
- Einbindung mehrerer Höfe, Hofläden, regionaler Produzenten
- Prüfung, ob Restaurants und Hotels auch noch einbezogen werden können oder Extratermin

Ziele: Einblicke in die tägliche Arbeit geben und Berufsbilder, die dort möglich sind zeigen; Nachhaltigkeit des Unternehmens zeigen. Die Stellung des Urlaubslandes verfestigen; Positionierung.

Schritte zur Umsetzung:

- Datensammlung erstellen; Konzept erstellen
- Termine abstimmen; Partner gewinnen
- Hofführungen, Vor-Ort Konzepte mit Akteuren abstimmen

Marketingmaßnahme: Karte + online around me Funktion

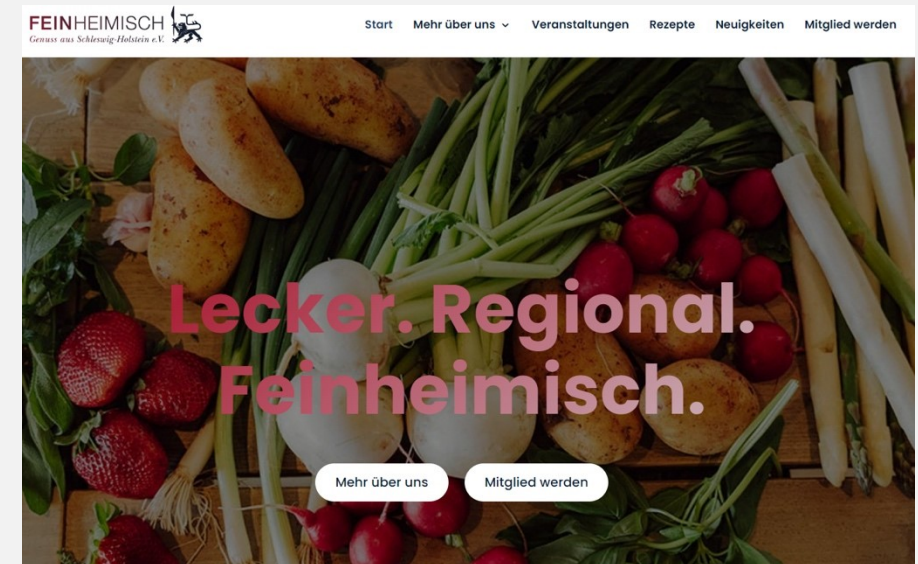
- Für Einheimische „was zurückgeben“
- Auch von touristischen Dienstleistern

Priorität:	hoch
Zeitraumen:	Juni 2023 – Okt. 2023
Koordination:	TVV
Partner:	Gutes aus VP, Pommernarche, Unternehmen, Bauernverbände
Anmerkung:	Umsetzung durch Agrotourismus Projekt

Best-Practice-Beispiel Ostseefjord Schlei

Regionale Produkte

- **Zusammenarbeit mit Verein „FEINHEIMISCH“ – Netzwerk aus regionalen Erzeugern**
 - Themenfeld „Bewussthier – Nachhaltiger Urlaub“ im Marketing der DMO Ostseefjord Schlei werden neben nachhaltiger Reiseplanung auch regionale Produkte beworben
 - Verein „FEINHEIMISCH“: Netzwerk von agrarischen Erzeugern und Manufakturen, Küchenchefs und Gastronomen, privaten Mitgliedern und gewerblichen Förderern
 - Werte: Frische & Qualität, verantwortungsvolle, umweltverträgliche & nachhaltige Produktion, artgerechte Haltung von Tieren, Bewahrung & Weiterentwicklung der schleswig-holsteinischen Küche



© feinheimisch.de

Schlüsselmaßnahme 20

Integratives Wegemanagement mit Schwerpunkt Rad (in Verb. mit Maßnahme 21*)

20*	<p>Aufgaben beim integrativen Wegemanagement sind u. a. die Bedürfnisse der verschiedenen Nutzergruppen zu beachten (z.B. attraktive Wegeführung) ohne die Natur zu belasten. Umsetzungen dazu sind:</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Fortlaufende Verbesserung der allgemeinen Infrastruktur, Fußgängerwege, Fahrradwege, ÖPNV-Anbindungen mit touristischer Relevanz; u.a.: Wege (Multifunktionale Nutzung) in der Gemeinde für Einwohner und Gäste ■ Verantwortliche Stellen: Wege digitalisieren (Fehlerkultur auf Straßen, Wegen) ■ Landwirte + Jäger multifunktionale Nutzung (Verkehrsbeschränkung) Gemeinde – Kreis ■ ÖPNV einbeziehen - Durchgängige Mobilitätsketten ■ Outdooractive (Belohnungssystem) ■ Marlow Schmugglerroute
Priorität:	hoch
Zeitraumen:	Jan. 2024 – Juli 2024
Koordination:	Landräte, Bürgermeister, Landkreise, Gemeinden, Ämter
Partner:	TVV, AWO/Johanniter, DB Regio etc. plus Vermieter, E-Bike Verantwortliche + weitere
Anmerkung:	Querschnittsthemen liegen nicht ausschließlich in der Verantwortung der Touristiker*innen

Schlüsselmaßnahme 21

Verkehrsverbund Vorpommern für den ÖPNV (in Verb. mit Maßnahme 20*)

- 21* Nachhaltige Anreisen oder Reisen innerhalb der Region setzt abgestimmte infrastrukturelle Maßnahmen und qualitativer Verbesserungen bei den vorhandenen Verkehrswegen voraus. Aktivitäten dazu sind:
- Fahrradwege bauen (Gastro + Orte vernetzen); Vorh. Wege kommunizieren, z. B. wie ist der Weg beschaffen
 - Oder-Neiße-Radfahrweg Qualität der Oberflächen verbessern; Lückenschlüsse im Wegnetz
 - Mix aus ÖPNV und Radwegen, E-Bikes/E-Autos an Bahnhöfen; Verleihstationen für E-Bikes + Lastenräder
 - Schulungen für Verwaltungsangestellte (Verantwortliche für Wege) anbieten, z.B. durch externe Verkehrsplaner
 - Eisenbahnverbindung von HGW - Lubmin aufnehmen.
 - Gemeindliche Ebene: Basiswegenetz von Gemeinde zu Gemeinde multifunktional (mit Landwirtschaft und Forstwirtschaft) koordinieren
 - Durchgängige Mobilitätskette (ÖPNV einbeziehen) gewährleisten
 - Touristische Radwegeentwicklung: Pflege, Wegebau, Lücken schließen (Vernetzung der Orte über die Radwege, Kultureinrichtung erreichbar machen, Gastro entlang des Weges) – Radkonzept inkludiert nicht den touristischen Verkehr → bereits vorhandene Wege auch vermarkten und digitalisieren (aber vor allem Beschaffenheit kommunizieren, um nicht falsche Erwartungen zu wecken)
 - Keine eigene Plattform etablieren, z.B. mit smarterer Landregion vernetzen und deren Tools und Werkzeuge nutzen
 - Digitalisierung der Wege in Portale mit Ergänzung der Beschaffenheit
 - Touristisches Erlebnis entlang der Route, Bsp. Gamification wie Harzer Wandernadel, Marlow Schmugglerbeutel

Priorität:	hoch
Zeitraumen:	Jan. 2024 – Juli 2024
Koordination:	Landräte, Bürgermeister, Landkreise, Gemeinden, Ämter, Regionaler Planungsverband
Partner:	TVV, AWO/Johanniter usw., UVG, DB Regio etc. plus Vermieter, E-Bike Verantwortliche + weitere
Anmerkung:	Querschnittsthemen liegen nicht ausschließlich in der Verantwortung der Touristiker*innen

Best-Practice-Beispiel Sächsische Schweiz

Infrastruktur

- **Mobilitätsmanagement mit Projekten im Verkehrs- und Parkleitsystem, Errichtung von Mobilitätszentren**
 - Verknüpfung zwischen DMO und Regionalmanagement
Landschaf(f)t Zukunft e.V. (Arbeitsgruppe Sanfte Mobilität) der LEADER-Region Sächsische Schweiz
 - Ziel: Steigerung der Aufenthaltsqualität in der Region für Bewohner und Besucher gleichermaßen
 - Arbeitsschwerpunkte: Vernetzung von Akteuren mit Bezug zur nachhaltigen Mobilität, bessere Anbindung des ländlichen Raums und touristischer Attraktionen, Reduzierung von Staus und Wildparkern, Steigerung der Attraktivität des ÖPNV für Gäste
 - Vernetzung der Arbeitsgruppe im Kompetenznetz Touristische Mobilität mit LAG Mecklenburgische Seenplatte-Müritz zum Erfahrungsaustausch



© www.landschaftzukunftev.de

Best-Practice-Beispiel Ostfriesland

Infrastruktur



**Mit dem Urlauberbus...
Ostfriesland erfahren.**

Startseite
Der Urlauberbus
Sehenswürdigkeiten
Nationalpark-Häuser
Streckennetz
Fahrplan
Veranstaltungen
Partner
Presse
Kontakt
Datenschutz
Impressum

**Mit dem Urlauberbus...
Ostfriesland erfahren.**

Per Urlauberbus durch Ostfriesland

Unser Service für Übernachtungsgäste in der Region zwischen Ems und Jade: Ausflüge mit Chauffeur - mit dem Urlauberbus für nur 1 Euro die Ferienregion erfahren.

An über 4.900 Haltestellen und auf über 220 Linien ist Ihr Zustieg möglich. Wie wär's mit einer Fahrt zum Meer oder Shopping in Ostfriesland "Metropolen"?

Ihre Tourist-Informationen und beteiligten Busunternehmen wünschen "Gute Fahrt"!



Quelle: <https://www.urlauberbus.info/>

Vielen Dank!

*Dieses Dokument ist Teil der
Präsentation und ohne die mündliche
Erläuterung unvollständig*

www.bte-tourismus.de

