

Beratung und Beschlussfassung über eine "interkommunale Zusammenarbeit" der Kommunen der Halbinseln Wittow und der Halbinsel Jasmund sowie Einrichtung einer gemeinsamen Koordinierungsstelle

<i>Organisationseinheit:</i> Fördermittel und Bauverwaltung <i>Bearbeitung:</i> Katja Eichwald	<i>Datum</i> 04.04.2024
---	----------------------------

<i>Beratungsfolge</i>	<i>Geplante Sitzungstermine</i>	<i>Ö / N</i>
Gemeindevertretung der Gemeinde Altenkirchen (Entscheidung)	15.05.2024	Ö

Sachverhalt

Für die Halbinseln Wittow und Jasmund wurden in den vergangenen Jahren jeweils ein Integriertes Regionales Entwicklungskonzept (IREK) erarbeitet. Grundlage beider Konzepte war ein intensiver, partizipativer und dialogorientierter Prozess mit den Akteuren der Region, der Einwohnerschaft und regionalen Partnern. Im Rahmen der verschiedenen Partizipationsveranstaltungen mit der Öffentlichkeit und den Fachpartnern wurde immer wieder die Notwendigkeit deutlich und **gewünscht, das Miteinander insgesamt und zwischen den Kommunen zu stärken.**

Das von der Firma BTE Tourismus- und Regionalberatung erstellte „Integrierte Regionale Entwicklungskonzept für die Halbinsel Wittow“ (2024) und das von der Landgesellschaft Mecklenburg-Vorpommern mbH erarbeitete „Integrierte Regionale Entwicklungskonzept (IREK) für die Gemeinden Breege, Glowe, Lohme und Sagard sowie die Stadt Sassnitz“ (2020) sehen als **gutachterliche Empfehlung** dafür eine **interkommunale Kooperation** vor. Dies wird in beiden IREKs als wesentliches Leitprojekt benannt.

Die interkommunale Kooperation soll dabei einen Beitrag zur weiteren gemeinsamen Entwicklung sowie zur Zukunftssicherung leisten. Insgesamt geht es darum, Synergien zu nutzen, die Leistungsfähigkeit der gemeinsamen (touristischen) Arbeit zu optimieren und im Ergebnis die **Lebensqualität für die Bürgerinnen und Bürger und die Aufenthaltsqualität für den Gast** zu verbessern. Die Kommunen erhoffen sich dabei von der Zusammenarbeit positive Effekte für den Tourismus und die Lebensqualität insgesamt und im jeweils eigenen Gemeindegebiet. Sie dient dem Wohle der Einheimischen der Region.

Im Rahmen einer gemeinsamen Veranstaltung mit dem Großteil der Bürgermeisterinnen und Bürgermeistern beider Halbinseln im Januar 2024, wurden bereits erste Überlegungen angestellt und vereinbart, dass eine interkommunale Kooperation unerlässlich ist.

Zur Institutionalisierung braucht es eine **gemeinsame Organisation** (aktuell favorisiert: GmbH) zur operativen Umsetzung. Angestrebt wird dabei eine gleichberechtigte Partnerschaft der Kommunen auf Augenhöhe. Wesentliches Beratungsgremium der Organisation ist eine interkommunale Projektgruppe, deren Management von einem Koordinator übernommen werden soll.

Entsprechend des IREKs Wittow und den Empfehlungen von BTE ist es zielführend, die **ge-**

meinsame Koordinierungsstelle bereits kurzfristig zu schaffen. Eine Anschubfinanzierung über Fördermittel aus dem Strukturentwicklungsfond und einen durch die Gemeinden gemeinsam getragenen Eigenanteil ist denkbar. Die Koordinierungsstelle kann so auch die Gründung einer gemeinsamen Organisation (bspw. GmbH) mit begleiten und vorbereiten. Bis zur Gründung des neuen Rechtsformträgers könnte die Stelle in der Vorbereitungsphase bei einer aktuell bereits bestehenden Organisation übergangsweise verortet werden. Denkbar sind hierbei bspw. die Tourismusgesellschaft Kap Arkona GmbH als etablierte Gesellschaft auf Ortsebene oder der Tourismusverein Nord-Rügen als bereits regional agierender Verein. Im Vertiefungsworkshop wurden die Varianten bereits andiskutiert und eher die GmbH favorisiert.

Mögliche Kosten / Finanzierung

Für die Kooperation an sich und die Projektgruppe fallen keine Kosten an, vielmehr ist ein Zeitinvestment der Beteiligten notwendig.

Für die gemeinsame Koordinierungsstelle fallen Personal- und Sachkosten an, idealerweise ergänzt um ein Budget für Projekt- und Marketingaktivitäten. Im Hinblick auf den identifizierten Arbeitsumfang und bei Kooperation der Halbinsel Jasmund und Wittow als gemeinsame Region sollte die Anstellung von 2 Personen angestrebt werden, um auch nach 1 bzw. 2 Jahren sichtbare Erfolge zu erzielen (denkbar 2 Personen mit unterschiedlichen Themensetzungen oder Leitung und Assistenz). Für eine Personalstelle sind nach groben Schätzungen jährliche Kosten in Höhe von mindestens ca. 55.000 EUR zu tragen (50.000 EUR Personalkosten, 5.000 EUR Sachkosten). Als ergänzendes Budget für Projekt- und Marketingkosten empfehlen sich 25.000 bis 50.000 EUR. Zur Anschubfinanzierung ist eine Förderung beabsichtigt, bspw. über den Strukturentwicklungsfond (bis zu 55% der Personalkosten förderfähig). Die anfallenden Kosten für den Eigenanteil sind anteilig von den Kommunen zu übernehmen. Für die Verteilung der Kosten auf die Kommunen sind unterschiedliche Modelle denkbar. Die Gutachterempfehlungen im IREK Wittow zielen auf eine paritätische Verteilung. In einer überschlägigen Betragung fallen so, bei einer Förderung in Höhe von 55%, folgende Kosten pro Gemeinde/Stadt an: ca. 3.300 EUR Personalkosten für eine Stelle, ca. 2.8000 EUR Projektkosten = 9.400 EUR bei zwei Personen und kleinem Projektbudget.

Zur Gründung einer GmbH benötigt es perspektivisch einmalig ein Stammkapital in Höhe von 25.000 EUR sowie Gebühren für Notar, Eintrag Handelsregister, ggf. rechtliche Begleitung, das anteilig von den Kommunen zusätzlich zu tragen wäre.

Beschlussvorschlag

1. Die Gemeindevertretung der Gemeinde Altenkirchen beschließt eine interkommunale Kooperation mit den Kommunen der Halbinseln Wittow und der Halbinsel Jasmund. Wesentliche Zielstellungen dieser Kooperation sind eine gemeinsame Umsetzung gemeindeübergreifender Projekte sowie eine stärkere Zusammenarbeit und Abstimmung der Kommunen untereinander.
 - ☐ Zur Steuerung der Kooperation, Priorisierung der gemeinsamen Aufgaben und Maßnahmen konstituiert sich eine **interkommunale Projektgruppe**. Sie begleitet die Umsetzung der gemeinsamen Maßnahmen. Die Projektgruppe besteht aus Vertretern der Kommunen (Bürgermeister und Bürgermeisterinnen) und idealerweise ergänzend aus Vertretern des Tourismusvereins Nord-Rügen e.V. und ausgewählten Netzwerkinstitutionen.
 - ☐ Für die operative Arbeit wird eine gemeinsame Koordinierungsstelle geschaffen. Grundlegende Aufgabe ist die Entwicklung, der Anschub und die Koordinierung von gemeindeübergreifenden oder regional wirkenden Projekten.
 - ☐ Zur weiteren Institutionalisierung der Zusammenarbeit wird die Gründung eines **gemeinsamen Rechtsformträgers** angestrebt.
 - ☐ Mittelfristiges Ziel ist die Gründung einer gemeinsamen Tourismusregion auf Basis des KurortG MV §4a.
2. Die Verwaltung wird beauftragt, die notwendigen Schritte hierzu einzuleiten und übergangsweise bis zum rechtlichen Eintritt in eine gemeinsame Organisation ggf. eine Ko-

operationsvereinbarung abzuschließen.

Finanzielle Auswirkungen

Haushaltsmäßige Belastung:		Ja:		Nein:		X	
Kosten:		€	Folgekosten:				€
Sachkonto:							
Stehen die Mittel zur Verfügung:		Ja:		Nein:			

Anlage/n

1	IREK-Wittow-Endbericht-ve (öffentlich)
---	--

Integriertes Regionales Entwicklungskonzept für die Halbinsel Wittow – Fokus Tourismus und Freizeit

Endbericht



© Tourismusgesellschaft Kap Arkona/Foto: Mirko Boy

Integriertes Regionales Entwicklungskonzept für die Halbinsel Wittow – Fokus Tourismus und Freizeit

Endbericht

Auftraggeber:

Tourismusverein Nord-Rügen e.V.

Am Parkplatz 1
18556 Putgarten

Ansprechpartnerin: Frau Gesine Häfner
Vorstandsvorsitzende
info@nordruegen.de
www.nordruegen.de

Projektbearbeitung:

B T E Tourismus- und Regionalberatung

Kreuzbergstraße 30 | 10965 Berlin

Tel. +49 (0)30 - 32 79 310
berlin@bte-tourismus.de

www.bte-tourismus.de

Ein Projekt des Tourismusvereins Nord-Rügen e.V., gefördert aus Mitteln des Europäischen Landwirtschaftsfonds für die Entwicklung des ländlichen Raums (ELER) (LEADER) und im Rahmen des Fonds für Vorpommern und das östliche Mecklenburg.



EUROPÄISCHE UNION
Europäischer Landwirtschaftsfonds für
die Entwicklung des ländlichen Raums



Hinweis: Zugunsten einer besseren Lesbarkeit wird auf eine konsequent geschlechtergerechte Sprache verzichtet. Dies ist rein stilistisch und nicht in einer Gesinnung begründet. Das meist im Plural gewählte, weil kürzere, generische Maskulinum steht ausdrücklich für alle Geschlechter. Die Verfasser bitten die Leserinnen und Leser um Verständnis.

Berlin, März 2024

Inhalt

0	Zusammenfassung der Ergebnisse.....	3
1	Einführung	4
1.1	Kontext und Zielstellung	4
1.2	Vorgehensweise und Methodik	5
1.3	Beteiligungsprozess.....	6
1.4	Rahmenbedingungen: Übergeordnete Planungen und Strategien	7
1.5	Gebietskulisse und raumplanerische Einordnung.....	8
2	Ergebnisse der Desktopanalyse und Veranstaltungen	10
2.1	Raum, Bevölkerung, Wirtschaft, Grundversorgung und Soziales.....	10
2.2	Anbindung, Erreichbarkeit, Mobilität vor Ort	11
2.3	Touristische Nachfrage	12
2.4	Infrastruktur, Angebote und Produkte für Tourismus und Freizeit	13
2.5	Marketing und Gästeservice	14
2.6	Organisation und Kooperation.....	15
3	Ergebnisse der Primärerhebungen	17
3.1	Onlinebefragung der Einheimischen.....	17
3.2	Gästabefragung.....	19
3.3	Ortsbildanalysen	20
3.4	Mystery Checks	22
4	Gesellschaftliche Entwicklungen und Trends im Tourismus	24
5	Zusammenfassende Bewertung	26
6	Entwicklungs- und Marketingstrategie	29
6.1	Vision/Leitbild	29
6.2	Ziele und Handlungsfelder	31
6.3	Exkurs: Ganzheitlicher Ansatz im Marketing.....	35
6.4	Thematische Profilierung.....	36
6.5	Zielgruppen	40
6.6	Markenpositionierung und -entwicklung.....	44
7	Empfehlungen zur Struktur, Organisation und Kooperation	47
8	Handlungsprogramm.....	50
8.1	Einführung.....	50
8.2	Leitprojekte	51
8.3	Maßnahmen- und Ideenpool in den Handlungsfeldern	71
9	Umsetzung erster Basis-Marketing-Leistungen.....	90
9.1	Namensgebung und Claim	90
9.2	Corporate Design	90
10	Monitoring und Evaluation	93
11	Verzeichnisse	94
11.1	Quellenverzeichnis.....	94
11.2	Abbildungsverzeichnis.....	96

Anhang

Können beim Tourismusverein angefragt werden

Anlage 1: Folienpool Analyseergebnisse

Anlage 2: Ergebnisse der Onlinebefragung der Einwohnerschaft und Touristiker

Anlage 3: Ergebnisse der Gästebefragung vor Ort

Vertraulich für Auftraggeber, Kommunen und TIs

Anlage 4: Ergebnisse der Mystery Checks in den Tourist-Informationen

Anlage 5: Ergebnisse der Ortsbildanalysen

Weiteres

Anlage 6: Protokolle der Veranstaltungen

(Fach-)Abkürzungen

DMO	Destinationsmanagementorganisation
IREK	Integriertes Regionales Entwicklungskonzept
MICE	Meetings, Incentives, Conventions und Events
ÖPNV	Öffentlicher Personennahverkehr
POI	Point of Interest / Points of Interest
SWOT	Stärken Schwächen Chancen Risiken
TI	Tourist-Information

0 Zusammenfassung der Ergebnisse

Die nachfolgende Grafik fasst die Inhalte des Integrierten Regionalen Entwicklungskonzeptes für die Halbinsel Wittow in einer „Strategiekarte“ zusammen.

Abb. 1 Strategiekarte IREK Wittow

IREK Wittow				
Vision	Lebensraum und Tourismusraum im Einklang – Unsere Halbinsel Wittow ist ein Raum zum Bleiben und Kommen. Sie ist attraktiv für Einheimische, für Zuziehende und für Besucher. Dafür setzen wir kontinuierlich auf eine Sicherung der Lebensqualität und einen sanften nachhaltigen Tourismus. Wir fördern eine optimale Verschneidung von Tourismusentwicklung, Lebens- und Standortqualität sowie Naturraumbedarfen.			
Grundprinzipien	Lebensqualität, Einklang mit der Natur, Miteinander, Tourismusbewusstsein, Qualität vor Quantität im Tourismus, Authentisches Erlebnis, Rügener Teilregion , Zielgruppenorientierung, Modernes Marketing			
Profil	Wittow – Rügens wild-romantischer Norden			
	Ruhe und Naturerlebnis – Entschleunigung trifft Bewegung	Wasser und Wind – Paradies für Wassersportler und Strandgenießer	Tradition und Kultur – Maritimes nordisches Lebensgefühl	
	Attraktive Region zum Leben, Arbeiten und Erholen im Norden Rügens Lebenswerte Region + eine starke Tourismuswirtschaft und Freiräume für die Wirtschaft			
Zielgruppen	Erlebnis- und Tourismusraum	▪ Tagesgäste und Naherholungssuchende (vom Wohnort und Urlaubsort) ▪ Übernachtungsgäste		
	Lebensraum und Standort	▪ Bürger, Einheimische und Menschen aus der direkten Umgebung ▪ (Junge) Zuzügler, Familien, Rückkehrende inkl. Fach- und Arbeitskräfte ▪ Entscheider aus der Wirtschaft, Investoren, Unternehmer		
Entwicklungs- ziele	Sicherung und Verbesserung der Lebensqualität auf der Halbinsel Wittow mit all ihren Facetten			
	Förderung einer nachhaltigen qualitative Tourismusentwicklung und Weiterentwicklung des touristischen Angebotes.			
	Stärkung der Sichtbarkeit der Halbinsel Wittow und eines modernen Marketings nach Innen und Außen.			
	Verbesserung der Zusammenarbeit und Vernetzung auf der Halbinsel Wittow und darüber hinaus			
Handlungsfelder	Daseinsvorsorge, Siedlungsentwicklung und öffentlicher Raum	Qualitative Infrastruktur und Erlebnisangebote für Tourismus & Freizeit	Marketing und Service	Kooperation, Miteinander und Tourismusstruktur
Schlagworte der Handlungsfeld- Ziele (Entwicklungs- themen)	Grundversorgung (Nahversorgung, Bil- dung, Medizin/ Pflege, Wohnraum)	Zielgruppengerechte Infrastruktur-, Angebots- und Produktentwicklung in den drei Profilthemen	Sichtbarkeit und kooperatives Marketing	Gemeinsame Struktur und Finanzierung
	Familien, Kinder, Jugendliche		Gemeinsame Marketing-initiative und klares Profil	Vernetzung der Akteure und Zusammenarbeit
	Freizeitangebote für Jung & Alt			Rügener Teilregion
	Mobilität und Verkehrsverbund	Qualitätsentwicklung	Tourismus- bewusstsein und - akzeptanz	Regionale Identität und Partizipation
	Arbeitsplätze, Wertschöpfung			
	Natürliche Ressourcen			
Leitprojekte	▪ Interkommunale Kooperation & Projektgruppe ▪ Entwicklungskoordinator/en ▪ Tourismusregion Nord-Rügen ▪ Wohnraumentwicklung ▪ Mobilitätskonzept und ÖPNV ▪ Rad- und Wanderwegenetz ▪ Infrastrukturen entlang der Schaabe ▪ Mehrfunktionshaus/„Multiples Haus“ ▪ Digitalen Sichtbarkeit der Angebote			

1 Einführung

1.1 Kontext und Zielstellung

Die Halbinsel Wittow ist der nördlichste Teil der Insel Rügen. Wegen der dort meist vorhandenen frischen Brise trägt sie auch den Beinamen „Windland“. Kilometerlange Sandstrände an der Ostsee ebenso wie schroffe Steilküste, urige Fischerdörfchen (allen voran das Fischerdorf Vitt) und schmucke Dörfer, Wassersport am Großen Jasmunder und Wiek-er Bodden, der nördlichste Punkt Rügens und Naturlandschaften zum Radfahren, Wandern und Reiten, die älteste Kirche der Insel Rügen und natürlich die Top-Sehenswürdigkeit: das Kap Arkona – Wittow bietet viel zum Entschleunigen und authentischem Erleben. Durch die Lage im hohen Norden der Insel und eine kleinteilige, dezentrale Siedlungsstruktur stellt aber die Versorgung und Erreichbarkeit auch Herausforderungen dar.

Die Halbinsel Wittow als attraktiven Raum für Einwohner, Wirtschaftsreibende und Touristiker sowie Besucher zu sichern und weiterzuentwickeln, ist besonderes Anliegen der Gemeinden Altenkirchen, Breege-Juliusruh, Dranske, Putgarten und Wiek. Zu diesem Zweck hat der Tourismusverein Nord-Rügen e.V. gemeinsam mit den Gemeinden die Erarbeitung eines Integrierten Regionalen Entwicklungskonzeptes für die Halbinsel Wittow initiiert. Ziel ist es, die interkommunale Kooperation zu intensivieren, die strategische Grundlage zur langfristigen Positionierung zu schaffen und für eine gemeinsame Weiterentwicklung der Region zu sorgen.

Das gemeinsame Konzept soll dazu die Potenziale der Halbinsel herausarbeiten und Handlungsansätze für eine zukunftsgerichtete Entwicklung des Raumes aufzeigen. Dabei wird das Thema Freizeit und Tourismus primär, aber nicht singulär betrachtet. Vielmehr geht es darum, Tourismus- und Lebensraumentwicklung miteinander zu verbinden und gemeinsam zu denken. Themen wie Lebensqualität, Wirtschaftsentwicklung, Mobilität, Angebotsgestaltung, Beherbergung und Gastronomie, Kooperation und Miteinander sind daher im Rahmen der Konzeption berücksichtigt.

Wesentliche Zielstellungen des Konzeptes sind:

- Zusammenführung von Partnern, Aufbau von Kooperationen
- Ableitung gemeinsamer Ziele, Fokussierung auf einen gemeinsamen Gedanken, Ableitung einer gemeinsamen Organisations- und Kooperationsstruktur
- Stärkung von Wittow als Rügener Teilregion
- Sicherung der Lebensqualität
- Weiterentwicklung des Angebots für Freizeit und Tourismus
- eindeutige touristische Positionierung mit definierten Schwerpunkten als Basis für Kooperationsprojekte in der Region und eine gemeinsame Kommunikationslinie
- Sicherung der Wertschöpfung des Tourismus und Förderung der Tourismusakzeptanz

Dabei ist ein Integriertes Regionales Entwicklungskonzept **kein statisches Ergebnis**, das eine Ablaufzeit bzw. Gültigkeit von einer bestimmten Anzahl von Jahren oder Jahrzehnten

hat. Vielmehr ist sie der **Beginn eines stetigen Prozesses**, der die aktuelle Situation vor Ort, mit ihren Herausforderungen und Potenzialen zu verstehen sowie einzuordnen versucht und, darauf aufbauend, einen strategischen Handlungsrahmen formuliert, an dem sich die Arbeit der Akteure orientiert. Gerade die **Tourismusbranche ist hochdynamisch**, das zeigen uns die Auswirkungen neuer gesellschaftlicher Entwicklungen, Herausforderungen und auch Krisen sowie das Reiseverhalten der Gäste. In Zukunft gilt es, auf Basis neuer Erkenntnisse zu gewissen Zeitpunkten die Schwerpunktsetzung zu hinterfragen und auf fortlaufende Gültigkeit zu überprüfen. Diese im Zweifel anzupassen und Maßnahmen für die Erreichung von (neu) gesetzten Zielen zu formulieren. Somit kann die vorliegende Konzeption keinen Anspruch auf Vollständigkeit erheben, sie kann aber die **zentralen Themen und Handlungsfelder benennen**, die es in den Fokus zu rücken gilt und sie kann **strategische Empfehlungen aussprechen sowie konkrete Maßnahmen vorschlagen**.

1.2 Vorgehensweise und Methodik

Die Erarbeitung des IREK erfolgte in den folgenden Arbeitsschritten:

- **Analyse und Bewertung der Ausgangssituation**, inkl. Trends und Rahmenbedingungen, Lebensqualität, Mobilität, touristisches Angebot und touristische Nachfrage, Marketing, Organisation und Kooperation
- **Entwicklung einer zukunftsorientierten Strategie für die Halbinsel Wittow**, inkl. Erarbeitung einer Vision und Zielstellungen, Ableitung von touristischen Profilthemen und Zielgruppen, Empfehlungen zur Organisations- und Kooperationsstruktur
- **Ausarbeitung eines Handlungsprogramms**, inkl. Bestimmung relevanter Handlungsfelder und Erstellung eines Maßnahmenkatalogs
- **Erarbeitung einer Positionierung und Marketingmaterialien**, inkl. Ableitung einer Markenidentität und einer gemeinsamen Gestaltungslinie, Konzeption und Umsetzung einer Imagebroschüre für die Halbinsel Wittow

Abb. 2 Vorgehensweise in der Übersicht



Bei der Erarbeitung kamen folgende Methoden zum Einsatz:

- **Analyse und Auswertung vorliegender** Konzepte, Planungen und Studien, vorliegender Marktforschungsergebnisse und statistischer Kennzahlen sowie zahlreicher Online- und Printmedien mit Bezug zur Halbinsel Wittow
- Bewertung der Servicequalität mittels **Mystery-Checks** für alle Tourist-Informationen: Besuch vor Ort sowie Test der Reaktion auf Anfragen per E-Mail und Telefon
- **vor-Ort-Untersuchung der Ortsbilder** in Bezug auf die Aufenthaltsqualität an den Standorten Breege-Juliusruh, Wiek, Putgarten/ Kap Arkona, Dranske, Altenkirchen, Wittower Fähre durchgeführt mithilfe eines ausführlichen Kriterienkatalogs
- Durchführung einer **Gästabefragung** vor Ort in Kooperation mit dem Marktforschungsunternehmen Foerster&Thelen (542 Befragte).
Zielgruppe waren Besucher der Halbinsel Wittow und der Nehrung Schaabe, d.h. Urlaubsgäste und Tagesgäste der Insel Rügen sowie Einwohner von Rügen (Tagesgäste) aber KEINE Einwohner des Amtes Nord-Rügen. Es erfolgte eine ungefähr gleiche Verteilung der Befragten an drei Standorten – Kap Arkona (n=180), Strand und Park Juliusruh (n=193), Wiek (n=169); befragt wurde vom 25.05.2023 - 30.05.2023 (Pfingsten, n=163) und 24.07.2023 - 06.08.2023 (Sommerferien; n=379).
- intensive **Einbindung der lokalen und regionalen Akteure** (vgl. Kapitel 1.3)

1.3 Beteiligungsprozess

Ein IREK ist eine **informelle Konzeption**. Die Ergebnisse erlangen daher erst durch die kommunale Selbstbindung Verbindlichkeit. Für eine zukunftsgerichtete Regional- und Tourismusentwicklung ist die Beteiligung der Öffentlichkeit sowie der kommunalen Entscheidungsträger entscheidend. So wird nicht nur das Spektrum der Erfahrungen, Ideen und Lösungsansätze verbreitert, sondern auch die Akzeptanz für die spätere Umsetzung der Vorschläge erhöht und auf breitere Schultern gestellt. Aus diesem Grund wurde die Konzeption durch einen **beteiligungsorientierten Projektansatz** aus der Region heraus entwickelt. Die Inhalte basieren somit auf den Stärken und Problemlagen des Gebiets und fokussieren auf die Themen, die sich aus der **Analyse und der Diskussion mit den regionalen Akteuren** ergeben. Folgende Partizipationsformate wurden durchgeführt:

- **Beteiligung der Öffentlichkeit und Einwohnerschaft**
 - öffentliche **Auftaktveranstaltung** für interessierte Einwohner, Tourismusakteure und weitere Partner zur Diskussion der Lebens- und Aufenthaltsqualität sowie Wünsche und Anforderungen an die zukünftige Tourismus- und Lebensraumentwicklung auf der Halbinsel Wittow (mehr als 100 Teilnehmer)
 - **Onlinebefragungen** der Einwohner und Tourismusakteure zur Ermittlung der Besonderheiten aus der Innensicht, Einstellungen zum Tourismus sowie Bedarfe an die künftige Entwicklung (192 Teilnehmer)
 - öffentliche **Präsentation** der Ergebnisse der Befragungen und Analysen und Möglichkeit weitere Ideen einzubringen
 - öffentliche **Abschlussveranstaltung** zur Präsentation der Ergebnisse des IREKs und als Ausblick auf die Umsetzung (50 Teilnehmer)

- **thematische Veranstaltungen** mit einem ausgewählten Teilnehmerkreis zur gemeinsamen Erarbeitung und Vertiefung von Arbeitsinhalten
 - Durchführung von **Expertengesprächen** zur vertieften Diskussion von Stärken, Schwächen und Besonderheiten der Region sowie Handlungsbedarfen zur Lebens- und Aufenthaltsqualität (2 Kleingruppengespräche mit insgesamt 11 Akteuren – Bürgermeister und Bürgermeisterinnen der Halbinsel, Leistungsanbieter)
 - **Zukunftswerkstatt** mit öffentlichen und privaten Vertretern der Halbinsel zur Reflektion des Status Quo und der gemeinsamen Herausarbeitung einer touristischen Vision für die Halbinsel Wittow (35 Personen)
 - **Maßnahmenwerkstatt** zur gemeinsamen Erarbeitung und Priorisierung von konkreten Maßnahmen (18 Teilnehmer)
 - **Kreativworkshop** zur Abstimmung der Markenidentität und weiterer Grundlagen für die Markenpositionierung (12 Teilnehmer)
 - **Vertiefungsworkshop** zum Thema Organisation und Kooperation mit den Bürgermeisterinnen und Bürgermeistern (15 Teilnehmer)
- regelmäßige Rückkopplung mit einer kleinen **begleitenden Steuerungsgruppe** aus Mitgliedern des Vorstandes des Tourismusvereins Nord-Rügen e.V. (die Arbeitstreffen fanden zur Abstimmung der Vorgehensweise und dann jeweils zur Diskussion der Analyseergebnisse, der Strategie und des Maßnahmenentwurfs statt)

1.4 Rahmenbedingungen: Übergeordnete Planungen und Strategien

Das IREK baut auf den bereits vorliegenden landesweiten, regionalen und teilregionalen Grundlagen und Strategien auf, die für die Halbinsel Wittow relevant sind. Damit stehen die aus der Analyse abgeleiteten Stärken und Schwächen und die darauf aufbauenden Strategien für die Halbinsel in Einklang mit den bestehenden Planungen. Dies soll vor allem Überschneidungen und Konflikte mit bestehenden Ansätzen verhindern. Weitere Quellen sind im Quellenverzeichnis aufgelistet.

Abb. 3 Übersicht übergeordneter Konzepte, Planungen, Strategien (Beispiele)

Ebene	Konzept
Mecklenburg-Vorpommern	■ Landesraumentwicklungsprogramm (LEP) Mecklenburg-Vorpommern ■ Landschaftsrahmenplan Vorpommern ■ Landestourismuskonzeption Mecklenburg-Vorpommern
Vorpommern-Rügen	■ Regionales Raumentwicklungsprogramm (RREP) Vorpommern ■ Vorpommern-Strategie, Leitbild für Vorpommern
Insel Rügen	■ Organisationskonzept für eine regionale Destination Management Organisation (DMO) auf Rügen ■ Integrierte Ländliche Entwicklungskonzept für die Insel Rügen (ILEK Rügen) – Strategie für die lokale Entwicklung (SLE)

Weitere sektorale Studien und Planungen sind in die Analysen eingeflossen (Nahverkehrsplan Landkreis Vorpommern-Rügen, Studie zur Tourismusakzeptanz für die Insel Rügen u.v.w.), ebenso wie Schnittstellen zum IREK Nord-Rügen Jasmund und ausgewählte lokale Konzepte und Planungen in den Gemeinden Wittows.

1.5 Gebietskulisse und raumplanerische Einordnung

Die Gebietskulisse des IREKs bilden die Gemeinden Altenkirchen, Breege, Dranske, Putgarten und Wiek. Sie lassen sich als zusammenhängendes Gebiet auf der Halbinsel Wittow verorten, dem nördlichsten Gebiet der Insel Rügen. Administrativ werden die Gemeinden vom Amt Nord-Rügen verwaltet und gehören zum Landkreis Vorpommern-Rügen. Im Jahr 2005 ging das Amt Nord-Rügen in Folge der Kreisgebietsreform aus den ehemaligen Ämtern Jasmund und Wittow hervor. Im Gebiet wohnen 3.856 Einwohner (Stand 12.2022).

Abb. 4 Gebietskulisse des IREK Wittow



© Kartengrundlage: OpenStreetMap und Mitwirkende, CC-BY-SA

Entsprechend dem Regionalen Raumentwicklungsprogramm gehört die Halbinsel zur Raumkategorie Tourismusschwerpunktraum. Nur der südliche Teil der Halbinsel Bug und ausgewählte Gebiete entlang der Schaabe sind als Vorranggebiete für Naturschutz und Landschaftspflege kategorisiert. Einzelne Bereiche sind ergänzend als Vorbehaltsgebiete für Naturschutz und Landschaftspflege geführt. Im IREK-Gebiet, gibt es keinen Zentralen Orte. Das nächstgelegene Grundzentrum ist Sagard. In den ländlichen Räumen sind allerdings Siedlungsschwerpunkte festgelegt. In den definierten Tourismusschwerpunkt-

räumen übernehmen die touristischen Siedlungsschwerpunkte besondere touristische Versorgungsaufgaben, hierunter zählen Gemeindehauptorte der Gemeinden Breege, Dranske und Wiek. Der Hauptort der Gemeinde Altenkirchen wurde zur Sicherung der ortsnahen Grundversorgung als Siedlungsschwerpunkte festgelegt (vgl. RREP Vorpommern 2010).

2 Ergebnisse der Desktopanalyse und Veranstaltungen

Grundlage der nachfolgenden Bewertungen sind Desktoprecherchen, die Auswertung vorliegender Studien und Materialien sowie die Impulse der Einwohner und Touristiker im Rahmen der verschiedenen Veranstaltungen.

Nachfolgend sind die wesentlichen Ergebnisse der Analyse des Status Quo in Stärken-Schwächen-Profilen zusammengefasst. Die ausführlichen Ergebnisse der thematischen Angebotsanalyse, das heißt Informationen und Abbildungen, die die Grundlagen der Bewertungen bilden, sind in einem PowerPoint-Bericht als Anlage 1 zum IREK dokumentiert.

Schwerpunkte bilden die folgenden Themen:

- Raum, Bevölkerung, Wirtschaft, Grundversorgung und Soziales
- Anbindung, Erreichbarkeit, Mobilität vor Ort
- touristische Nachfrage
- Beherbergung und Gastronomie, Infrastruktur und Angebote für Tourismus/Freizeit
- Marketing und Gästeservice
- Organisation und Kooperation

2.1 Raum, Bevölkerung, Wirtschaft, Grundversorgung und Soziales

Analysiert wurden die Themen Gebietskulisse und Raumstruktur, Bevölkerungsstand und Bevölkerungsentwicklung, Beschäftigung und Pendlersaldo sowie im Bereich Soziales die Aspekte Gesundheit, Bildung, Nahversorgung und Wohnen.

Abb. 5 Kurzbewertung im Bereich Raum, Bevölkerung, Wirtschaft, Grundversorgung, Soziales

Positiv	Aber...
Gebiet, Raumstruktur und Bevölkerung	
■ Siedlungsschwerpunkte Breege, Dranske, Wiek übernehmen touristische Versorgungsaufgaben, Altenkirchen übernimmt Sicherung der ortsnahen Grundversorgung laut RREP ■ gute Luftqualität, 3 Erholungsorte, 1 Seebad ■ gute Naturraumausstattung ■ viel Landschaft und Natur, Naturbesonderheiten (bspw. Halbinsel Bug, Steilküste) ■ viel Naturbelassenheit (Strände, Küste, Wald, Boddenlandschaften) ■ Ruhe, Weite (unverstellter Blick) ■ besonderes Klima (saubere Luft, Seeluft, Reizklima) ■ Ostseelandschaft und Strände (weit, teilweise feinsandig), gute Wasserqualität ■ attraktiver Natur- und Landschaftsraum zum Wohlbefinden sowie Kulturlandschaft ■ teilweise Wanderungsgewinne	■ kontinuierlicher Rückgang der Einwohnerzahlen in allen fünf Gemeinden in den letzten 35 Jahren (negativer Geburtensaldo, selektive Wanderungsverluste, Überalterungstendenzen), ähnliche Entwicklung wird laut Bevölkerungsprognose weiterhin erwartet ■ keine Zentralen Orte auf der Halbinsel ■ kleinteilige, dezentrale Siedlungsstrukturen erschweren Versorgung, Erreichbarkeit und Verwaltung ■ potenzielle Nutzungskonflikte zwischen Landwirtschaft, Tourismus und Naturschutz ■ weitere Hinweise aus der Auftaktveranstaltung ■ zu wenig „Naturschutz“, Megaprojekte noch immer im Gespräch z.B. B-Plan Bug ■ fehlende regionale Erzeugung von Lebensmitteln, viel konventionelle Landwirtschaft

Wirtschaft, Grundversorgung und Soziales	
■ Tourismussektor wirtschaftlicher Motor (Handel, Verkehr und Gastgewerbe mit Abstand die wichtigsten Wirtschaftsbereiche in Breege, Dranske, Putgarten) ■ insgesamt Rückgang der Arbeitslosenzahlen um 31 % von 2018 bis 2022 ■ gesicherte Grundversorgung in den Orten insb. Nahversorgung (aber wenig Geschäfte zum Bummeln), Kindertagesstätten, Allgemeinmediziner ■ kleine Orte, typische Ortskerne, Bebauung noch in Grenzen ■ gutes soziales Netzwerk auf der Halbinsel (Jeder kennt Jeden, „offene“ Gemeinschaft, Nachbarschaftlichkeit) ■ Heimatverbundenheit; starke Identifikation der Menschen mit ihrer Region; Verbundenheit der Menschen untereinander ■ gutes Sicherheitsgefühl ■ reges und vielfältiges Vereinsleben (Sportvereine, Feuerwehr, Kulturvereine) und aktive Kirchengemeinde ■ vielfältiges kulturelles Veranstaltungsprogramm ■ ausreichend und gut ausgebaute Gemeinschaftsräume der Gemeinden ■ vorhandenes Rad- und Wanderwegenetz mit guter Ausschilderung	■ Wohnraumproblematik (fehlender attraktiver Wohnraum für Einheimische, Rückkehrer, Zuzügler oder auch für neue Mitarbeiter in den Betrieben der Halbinsel) ■ Herausforderungen in der schulischen Bildung auf der Halbinsel (wichtig: Sicherung Schulbildung vor Ort und Sanierung Infrastruktur; weite Wege zu weiterführenden Schulen sowie lange Fahrwege aus den Ortsteilen) ■ unzureichende medizinische Versorgung insb. Fachärzte und Notfallversorgung ■ schwieriger ÖPNV (Regelmäßigkeit, Taktung sowie zu Tagesrandzeiten bspw. lange Fahrtzeiten für Schüler zum Gymnasium in Bergen) ■ Fachkräfteproblematik und Herausforderungen in der Nachfolgeregelung bspw. bei kleinen Handwerkern ■ wenig Diversität der Wirtschaftssektoren ■ Abwanderung der Jugend, wenig Kinder in den Kitas ■ Miteinander der Gemeinden ausbaubar ■ Bedarfe beim Breitbandausbau (Mobilfunk & Internetleitung) ■ zu wenige öffentliche Toiletten, Mülleimer, insb. fehlend entlang der Schaabe sowie an Parkplätzen und Stränden ■ insgesamt wenig Barrierefreiheit ■ wenig Einwohnerbeteiligung ■ fehlende Angebote für Kinder/Jugendliche älter als das Grundschulalter (kein Jugendzentrum, keine Unterstützung von Jugendclubs) ■ fehlende soziale/gesellschaftliche Angebote und Freizeitangebote für Junge und Ältere insb. unter der Woche und im Winter (bspw. Sportzentren und Sportkurse, kulturelle Angebote und Kurse) – „Im Winter ist alles zu“ ■ sinkende Zahl an Mitgliedern in Vereinen

2.2 Anbindung, Erreichbarkeit, Mobilität vor Ort

Analysiert wurden die Aspekte Verkehrsnetz, straßengebundener Personenverkehr, Schienenpersonennahverkehr, Wasserstraßen/Häfen und überregionales Radwegenetz.

Abb. 6 Kurzbewertung im Bereich Mobilität

Stärken	Aber...
■ als Halbinsel einer Insel: gute Straßenanbindung als Teil der touristisch bedeutsamen Insel Rügen abseits der Touristen-Hotspots,	■ Lage im „hohen“ Norden der Insel Rügen bedingt lange Anfahrtszeiten aus Quellgebieten außerhalb der Insel – mit dem Auto „quer

Orte sind auf zwei Wegen gut erreichbar (über die Halbinsel Schaabe und Wittower Fähre), gut ausgebautes Straßennetz ■ Einbindung in ein inselweites ÖPNV-Netz (VVR-Linien, Altenkirchen als zentraler Verknüpfungspunkt), Besonderheiten: ■ VVR mit "RADzfatz-Bussen" in der Sommersaison (Linienbusse mit Fahrradanhängern für 12 Räder) ■ kostenfreier ÖPNV in Breege für Einheimische und Gäste ■ Verbundtickets wie Bernsteinticket und Hiddenseeticket ■ lokale Wasserverbindungen über Fährangebote und Ausflugsfahrten ■ Ostküstenradweg als überregionaler Radfernweg läuft entlang der Halbinsel sowie verschiedene Radwegeverbindungen ■ zahlreiche Anlaufstellen auf der Insel, um Räder und auch kontaktlos Elektro-Fahrräder ausleihen zu können ■ zentrale Ziele der Orte sind fußläufig erreichbar	über die Insel" sowie für die Einheimischen zu ausgewählten Versorgungsangeboten (Krankenhaus etc.) ■ verkehrliche Herausforderungen in der Hochsaison entlang der Schaabe („wildes“ Parken am Straßenrand) ■ mäßig gute Anbindung mit öffentlichen Verkehrsmitteln ■ ÖPNV mit geringen Taktdichten und langen Fahrzeiten bei regionalen Verbindungen ■ keine Bahn-Anbindung der Halbinsel, knappe Umsteigezeiten zwischen Bus und Bahn ■ Nutzung verschiedener Verkehrsmittel notwendig (Fernzüge, Regionalzüge, Busse) und so umständliche bzw. langwierige Individual-Anreisemöglichkeiten für Gruppen mit Zug und Bus ■ abseits des Linienverkehrs kaum nachhaltige oder alternative Mobilitätsangebote (Ausnahme Mitfahrerbank und Kap Arkona Bahn) ■ wenig Ladestationen für E-Mobilität ■ Ausbaubedarfe im Radwegenetz (insb. Erhalt, Ausbau und Sanierung)
--	--

2.3 Touristische Nachfrage

Analysiert wurden die Zahlen der amtlichen Statistik zu Ankünften und Übernachtungen in gewerblichen Betrieben sowie weitere Marktforschungsinformationen zum Tagestourismus.

Abb. 7 Kurzbewertung im Bereich Touristische Nachfrage

Stärken	Aber...
■ positive Entwicklung der Ankünfte und Übernachtungen im Zeitverlauf auf Wittow ■ konstante Aufenthaltsdauer zwischen 5 und 6 Tagen, Wiek sogar 7 bis 10 Tage (beachte Kurklinik!) ■ kaum pandemiebedingte Auswirkungen auf Gesamtzahl der Ankünfte und Übernachtungen ■ hohe Zahl an Tagesausflüglern (Gäste von ihrem Urlaubsort auf Rügen sowie Einwohner Rügens) ■ kein „Massentourismus“, nicht voll oder überlaufen, eher „sanfter“ Tourismus; bisher keine infrastrukturellen Überlastungserscheinungen durch den Tourismus, d.h. Infrastruktur in Hoch-Zeiten gefordert aber nicht überlastet (Ausnahme Wohnraumverknappung und punktuelle Lärmbelästigung)	■ starke Saisonalität in den Sommermonaten, insbesondere Juni bis Oktober und dadurch unterschiedliche Angebotsvielfalt im Sommer und Winter für Einheimische (d.h. weniger Tourismus im Winterhalbjahr und daher wenige Angebote im Winter bzw. außerhalb der Saison) ■ geringer Anteil ausländischer Gästeankünfte, durch die Pandemie noch stärker geschrumpft Beachte: ■ Ungleichheit bei Ankünften und Übernachtungen unter den Gemeinden, Breege-Juliusruh und Dranske deutlich stärker als Putgarten und Wiek, zudem stark unterschiedliche Entwicklung in den gewerblichen Betrieben in den Gemeinden (Dranske kontinuierlich steigend, Putgarten abnehmend)

2.4 Infrastruktur, Angebote und Produkte für Tourismus und Freizeit

Analysiert wurden die Themen Beherbergung, Gastronomie sowie Infrastrukturen, Angebote und Produkte für Tourismus und Freizeit.

Abb. 8 Kurzbewertung im Bereich Infrastruktur, Angebote, Produkte für Tourismus und Freizeit

Stärken	Aber...
Beherbergung und Gastronomie	
■ breites, vielfältiges Beherbergungsangebot für alle Marktsegmente, Zielgruppen, Budgets von Campingplatz und Ferienwohnung bis Beherbergungen mit Gesundheits- und Wellnessangeboten (großes Angebot an Ferienwohnungen) (mit Angeboten für Familien, ältere Menschen, Kinder- und Jugendgruppen, behindertengerechte Bedarfe, Geschäftstourismus, Radfahrende etc.) → somit für viele Zielgruppen ein Angebot ■ große und kleinere Leitbetriebe der Beherbergung mit engagierten Akteuren und besonderen Konzepten ■ viele Betriebe mit guten Internet-Auftritten, teilweise über Onlineportale buchbar ■ sehr gute Camping- und Caravan-Bedingungen, große Anzahl an Anbietern im Camping- & Caravan-Segment ■ jede Gemeinde bietet ein Angebot an verschiedenen Gastronomiebetrieben, Gastronomiebetriebe für unterschiedliche Personenzahlen, in verschiedenen Preisklassen, Ambiente im Grünen, am Wasser, auf hauseigener Terrasse, historisch maritimer Flair etc. ■ Regionalität und Saisonalität wird bei vielen Betrieben angeboten und kommuniziert (Fokus auf deutsche Hausmannskost und regionale klassischen Fischspezialitäten), Fischerbetriebe mit fangfrischem Fisch ■ Rügenhof mit einer Vielzahl regionaler Produkte; zwei kulinarisch-verbundene Events: Kohlwochen („Erntedankfest“) im Herbst sowie kulinarische Veranstaltungen auf dem Rügenhof	■ durchschnittliche Auslastung der Betten in gewerblichen Betrieben seit Jahren zwischen 29 % und 35 % (Ausnahme Bettenauslastung in den 2020-2021 über der wirtschaftlich tragfähigen Grenze von 35 % und über den Werten des Reisegebietes und von MV), Auslastung der Kapazitäten saisonal beeinflusst ■ nur wenige Unterkunftsbetriebe klassifiziert oder mit thematischen Zertifizierungen (bspw. nur zehn Ferienwohnungen klassifiziert und zwei Hotels, nur je ein Betrieb Bett+Bike, Familienurlaub MV) ■ Gästebewertungen der Unterkünfte auf Buchungsplattformen mit Ausbaupotenzial ■ zahlreiche Ferienwohnungen und Airbnb-Angebote als mögliches, diskutierbares Risiko für lokale Bevölkerung → Input aus den Expertengesprächen: zu viele Neubauten und Ferienwohnungen (verändern den Charme, „Tote Dörfer“, verknappen den Wohnraum) ■ punktuell illegale Übernachtungen von Gästen mit Wohnmobilen ■ geringe Zahl an gastronomischen Angeboten ▪ am Abend bzw. späteren Abend (insb. durch Personalproblematik; wenig Restaurants, die bis 23.00 Uhr geöffnet sind) ▪ in der Nebensaison (im Winter haben die qualitativ hochwertigen Gastronomiebetriebe geschossen) ■ keine zertifizierten Gastronomiebetriebe (z.B. „Regionale Esskultur“ → viele Gastronomiebetriebe auf Rügen mit dem Zertifikat „Regionale Esskultur“ ausgezeichnet, kein Gastronomiebetrieb davon auf der Halbinsel Wittow)
Infrastruktur, Angebote, Produkte	
■ attraktive Aufenthaltsqualität in den Orten (Fokus Ankunftssituation, Information und Leitsystem sowie Ortsbildqualitäten) ■ Kap Arkona als TOP-Sehenswürdigkeiten auf Rügen mit hoher Bekanntheit ■ Sehenswürdigkeiten wie Vitt (Fischerdorf/Kapelle), Kreidebrücke Wiek, Häfen (Wiek und Breege)	■ zahlreiche TOP-Sehenswürdigkeiten (insb. Erlebniszentren) liegen anderweitig auf Rügen und sind mind. 30 min mit dem Auto entfernt ■ eindeutige Profilierung ist derzeit noch nach außen zu wenig pointiert: Was macht Wittow aus, einzigartig, besonders? ■ vorhandenes Angebot vielerorts touristisch wenig erlebbar und noch stärker

■ differenziertes Angebotsspektrum von Wasser/Strand über Natur/Aktiv bis kulturelle Perlen mit vielen Veranstaltungen → gute Voraussetzungen für Badeurlaub, Wassersport, Wandern, Radfahren, Reitwandern ■ attraktive Natur und landschaftliche Qualitäten für sanfte Aktivitäten und „Seele baumeln lassen“, Wittow als wild-romantischer Norden Rügens, Naturführungen ■ Radrouten auf ausgebauten Radwegenetz auf Wittow, Routen über outdooractive und komoot zu finden; Aktiv-Veranstaltungen wie Kap Arkona Lauf, Reiterhöfe und Reiten am Strand, Wandermöglichkeiten ■ gute Ausgangsbedingungen und attraktive (Wasser)Sportangebote (z.B. Windsurfen, Kiten, Segeln, SUP) am Wieker Bodden, auch für Schulklassen und Gruppen ■ Strände (Meer und Bodden) unterschiedlicher Beschaffenheit, insb. Sandstrand an der Schaabe als längster Strand auf Rügen ■ Schauplätze junger Seemanns-/Militärgeschichte, Kirchen, verschiedene kulturelle Veranstaltungen ■ verschiedene Angebote für Klassenfahrten ■ Potenziale zur touristischen Inwertsetzung vorhanden – Natur, Aktiv, Kulinarik, Militärgeschichte, kulturgeschichtlich Sehenswertes (bspw. Hünengräber, Slavische Burg, Kirchen etc.; Wirkungsstätte von Persönlichkeiten, wie Alexander von Humboldt und Paul-Otto Runge, Goethe, Ludwig Gotthard) ■ digitale Erlebbarkeit und Inszenierung über die Kap Arkona App für den dortigen Erlebnisbereich (ansonsten kaum digitale besondere (touristische) Angebote/Produkte) ■ Kureinrichtung: AOK Klinik Rügen (REHASAN Reha-Kliniken GmbH & Co. Betriebs KG) für Mütter/Väter und Kinder in Wiek	„inszenierbar“ (insb. wenig individuelle Erlebbarkeit weiterer historischer Orte, wenig digitale Erlebnisinszenierung, kein Storytelling) ■ Angebotsqualität in manchen Bereichen ausbaufähig, auch mit Blick auf Servicequalität ■ Sichtbarkeit der Angebote steigerbar (insb. Kultur) ■ Ausbaubedarfe bei Radwegen und Wanderwegen (Qualitätssicherung, Lückenschluss, streckenweise Inwertsetzung) ■ fehlende Schlechtwetteralternativen und Indoor-Angebote ■ wenig Gesundheitsangebote für einmalige Nutzungen für Gäste, keine Schwimmhalle (nur in einem Hotel), Fitness-Parke, Walderlebnispfade, Kneipp-Orte oder Thalasso ■ insgesamt wenig Fokus auf Barrierefreiheit, Nachhaltigkeitsorientierung und Digitalisierung in der Fläche ■ bisherige Angebote und Kommunikation lässt Thema Nachhaltigkeit außer Acht, keine Hinweise zu Betrieben oder Angeboten, die das Thema Nachhaltigkeit besonders transportieren, keine nachhaltig zertifizierten Anbieter auf Wittow ■ barrierefreie Mobilität, Unterkünfte, Erlebnisangebote auf der Insel Rügen teils gewährleistet → aber nur wenige auf der Halbinsel Wittow, ein Strandabschnitt und nur eine „Reisen für Alle“ Zertifizierungen auf Wittow (allerdings auch nur 7 auf Rügen insgesamt)
--	--

2.5 Marketing und Gästeservice

Analysiert wurden die Themen Gästeservice sowie Kommunikation und Vertrieb.

Abb. 9 Kurzbewertung im Bereich Marketing und Gästeservice

Stärken	Aber...
■ hohe Präsenz im Marketing der Insel Rügen (viele Angebote online dargestellt (sehr deskriptiv, aber auch bildreich untersetzt), teilweise mit Link zu weiteren Informationen; bspw. Auflistung aller Orte mit	■ wenig Tourismuswirksamkeit der gemeinsamen Webseite des Tourismusvereins ■ Grundinfos vorhanden, weckt aber wenig Begehrlichkeiten, beschreibende Darstellung der POIs und Landschaften

Empfehlungen, Einbindung in Routenempfehlungen, in Rügen-App sichtbar) - Webseite des Tourismusvereins (mit Darstellung der Gemeinden, bedeutende POI's, ausgewählte Gastgeber, Veranstaltungen (mit Filterfunktion)), nutzerfreundliche Mobile-Optimierung (responsive Design), Imagefilm - verschiedene Webseiten, Gemeinden aber mit unterschiedlichen tourismusrelevanten Infos und unterschiedlicher Qualität vertreten (Gemeinden Breege, Dranske, Wiek mit Informationen; keine Webseiten Altenkirchen, Putgarten) - Veranstaltungskalender auf den Webseiten von Rügen, dem Tourismusverein und der Gemeinden (Achtung: alles muss gepflegt sein!) - Buchungsmöglichkeiten von Unterkünften auf der Destinationswebseite von Rügen sowie der Gemeinde Dranske - Gästekarte – Kurkarte durch Kurabgabe in allen Gemeinden außer Altenkirchen, ermöglicht Ermäßigung bei Partnern und zusätzlich kostenfreie Mobilität in Breege/Juliusruh - persönliche Beratung und Unterstützung in den Tourist-Informationen vor Ort, guter Gästeservice im Hinblick auf Basis- und Erwartungsqualitäten der Gäste - starke Partner im Marketing mit Eigenaktivitäten	- keine weitergehenden Features (eingebunden oder Weiterleitung zu Partnern, bspw. Erlebniskarte, Empfehlungen zu Rad- und Wanderrouten, Wetterinfos, Webcams, Multi-Media z.B. Bewegtbilde, etc.) - keine Online-Buchungsmöglichkeit bzw. keine Verlinkung zu Buchungsmöglichkeit - keine Themen- und Zielgruppenansprache - kaum Verlinkungen/Verweise zwischen Medien der Halbinsel und Gesamtrügen - Chancen von Social-Media-Kanäle noch nicht ausreichend genutzt - Optimierungsmöglichkeiten im Gästeservice der Tourist-Informationen durch mehr Zielgruppenbezug, Verkaufsunterstützung und digitalen Angeboten (vgl. Kapitel 3.4 Mystery Checks) - Gästebote als einziges gemeinsames Medium (allerdings wenig tourismuswirksam, zwar informativ und authentisch aber sehr textlastig, kaum inspirierende Bilder, keine Karten und Beschreibung POIs), Printmedien in den Gemeinden ist unterschiedlicher Qualität - Unterseite auf der Rügen-Webseite zum Thema Nachhaltigkeit sowie 10 Tipps für einen bewussten Rügenurlaub (u.a. Anreise, Schutzgebiete, reg. Produkte) → aber kaum Sichtbarkeit v. Wittow
--	---

2.6 Organisation und Kooperation

Analysiert wurden die Themen Organisation, Kooperationen und strategische Einbettung der Halbinsel Wittow.

Abb. 10 Kurzbewertung im Bereich Organisation und Kooperation

Stärken	Aber...
- großes Engagement des Tourismusvereins als Interessensvertreter von touristischen Unternehmen und Gewerbetreibenden sowie Verbindungsglied zu Einheimischen und Gästen auf der Halbinsel Wittow (vernetzend, projektumsetzend, fördermittelakquirierend etc.) - Tourismusakteure in allen prädikatisierten Gemeinden inkl. vier Tourist-Informationen (Tourismusgesellschaft mbH Kap Arkona, Tourist-Information der Gemeinde Wiek, Informationsamt Breege/Juliusruh, Fremdenverkehrsamt Dranske) mit Aufgaben im Gästeservice sowie der Angebots- und	- Tourismusverein nicht hauptamtlich personell zur Wahrnehmung gemeinschaftlicher Aufgaben untersetzt (läuft alles im Ehrenamt und durch großes Engagement) - bisher wenig Austausch der Akteure (ausschließlich der Mitglieder des Tourismusvereins bzw. der Bürgermeister/Bürgermeisterinnen) - Fokus Destination Rügen - wenig Zusammenarbeit der Anbieter mit dem Tourismusverband Rügen - keine DMO für Rügen mit Wahrnehmung vielseitiger regionaler Aufgaben vorhanden; frühere Vermarktungsgesellschaft

Produktentwicklung ■ engagierte Leistungsanbieter und Akteure mit guten Konzepten ■ Nutzung zweckgebundener Abgaben (Kurabgabe und Fremdenverkehrsabgabe) in den prädikatisierten Orten; Verknüpfung der Kurabgabe mit Vergünstigungen für Gäste; teilweise Anerkennung der Kurkarten (Koope- ration Wiek, Dranske, Breege); Integration eines kostenfreien ÖPNV in Breege Nutzung zweckgebundener Abgaben	(Tourismuszentrale Rügen GmbH) existiert nicht mehr ■ unterschiedliche Regelungen zur Kurabgabe- beerhebung (unterschiedliche Gruppen und Höhe); gemeinsame Leistungen der Kurver- waltungen (Kurkarte) ausbaubar; keine kos- tenlose ÖPNV-Nutzung für alle Kurkartenin- haber in allen Gemeinden ■ Kurabgabepflicht (entsprechend KAG) für Gäste von Einheimischen, inkl. Familienange- hörige als vieldiskutiertes Thema in der Re- gion
--	--

3 Ergebnisse der Primärerhebungen

Neben der Desktopanalyse, der Auswertung verschiedener Medien und Studien sowie den wertvollen Hinweisen im Rahmen der Veranstaltungen wurden ergänzend Primärerhebungen durchgeführt.

Im Zuge der Erarbeitung des IREK wurden einerseits Einwohner und Tourismusakteure zu ihrer Sicht auf die Halbinsel Wittow (Fokus Innensicht) und andererseits aktuelle Gäste (Fokus Gästestruktur und Außensicht) befragt. Darüber hinaus wurden Ortsbildanalysen sowie Mystery Checks in den Tourist-Informationen durchgeführt. Die ausführlichen Ergebnisse der Erhebungen sind jeweils in einer Anlage dokumentiert.

3.1 Onlinebefragung der Einheimischen

Im Rahmen der Onlinebefragung¹ der Einheimischen konnten **192 Einwohner und Tourismusakteure** gewonnen und nach ihrer Einschätzung des Status Quo und der Handlungsbedarfe befragt werden. Die Ergebnisse stützen die Impulse, die im Rahmen der öffentlichen Auftaktveranstaltung mit mehr als 100 Personen gegeben wurden. Als wesentliche Ergebnisse lassen sich zusammenfassen:

Kernergebnisse Lebensqualität

- Insbesondere die Natur und Landschaft, die Ruhe sowie das Wasser werden als Besonderheiten genannt, warum die Befragten gern auf der Halbinsel Wittow leben und/oder arbeiten.
- Allerdings beurteilen nur rund 27% der Befragten die Lebensqualität positiv.
- Maßgeblich sind den Befragten Einrichtungen der Daseinsvorsorge, die Bewahrung der natürlichen Ressourcen sowie die Wohnsituation, die es zur Sicherung einer guten Lebensqualität braucht.

Kernergebnisse Chancen und Risiken des Tourismus

- Der großen Mehrheit sind die positiven Effekte des Tourismus bewusst (83%).
- Aus der Befragung zeigt sich aber auch, dass sich die befragten Einwohner aktuell mehrheitlich vom Tourismus eingeschränkt fühlen. Die meisten Störgefühle werden von Befragten aus den Gemeinden Altenkirchen und Dranske benannt. Gründe für Einschränkungen durch den Tourismus werden vor allem in folgenden Bereichen wahrgenommen: (1) Beeinträchtigungen im Straßenverkehr/Belastung der Parksituation (2) Auswirkungen auf den Wohnungsmarkt, (3) Vermüllung/Verschmutzung.

1 Ziel der Onlinebefragung als ein Baustein der Analyse war es, ein Stimmungsbild der Einwohner und Tourismusakteure zu verschiedensten Themen zu erhalten. Die Befragung hat keinen Anspruch auf Repräsentativität. Die Befragung zielte vielmehr darauf ab, alle Interessierten einzubinden und die Impulse aller Teilnehmenden aufzunehmen. Es erfolgte keine Quotierung von Teilnehmenden zur Erreichung einer vorab ausgewählten Repräsentativität. (Zur Information: Die Repräsentativität bezieht sich immer auf ein oder mehrere Merkmal/e – wie z.B. Geschlecht, Herkunft, Alter –, dafür müssen aus der Grundgesamtheit (bspw. alle Einwohner der Halbinsel, alle Tourismusakteure) entsprechende Gruppen definiert werden). Die Befragung deckt somit nur eine Stichprobe von Interessierten an der Mitwirkung ab.

- Hier zeigen sich deutliche Bedarfe an Maßnahmen zur Sicherung der Tourismusakzeptanz und eine weitere Tourismusgestaltung, die im Einklang der Interessen der Einwohner, Wirtschaftstreibenden und Gäste erfolgt.

Kernergebnisse Zufriedenheit

- Im Bereich Lebens- und Aufenthaltsqualität sind die Befragten mit den verschiedenen Aspekten eher unzufrieden. Am schlechtesten schneiden der ÖPNV, die Arbeitsplatzbedingungen und WLAN/Netzabdeckung ab. Mehrheitlich zufrieden sind die Einwohner und Tourismusakteure hingegen mit dem Erscheinungsbild der Ortsbilder und der Bewahrung der Natur und natürlichen Ressourcen.
- Im Bereich Freizeit und Tourismus variiert die Zufriedenheit insgesamt stärker. Unzufrieden sind die Befragten insbesondere mit Schlechtwetterangeboten, der Quantität und Qualität von Gesundheits- und Wellnessangeboten sowie der Quantität und Qualität des Kultur- und Freizeitangebotes. Zufriedenheit besteht eher bei der Quantität und Qualität im Wassersport, Gastfreundschaft/Servicequalität und dem Erlebniswert der touristischen Sehenswürdigkeiten.
- Die Abfrage der Zufriedenheit der Touristiker im Bereich Kooperation und Marketing zeigt, die Identifikation mit der Reiseregion Rügen und der Gästeservice vor Ort werden positiver beurteilt. Die Fachkräftesicherung und die Berücksichtigung des Themas Digitalisierung im Tourismus stellen noch große Herausforderungen dar. Die touristische Aufgabenteilung zwischen den Akteuren kann die Mehrheit der Befragten Touristiker hingegen gar nicht beantworten.

Kernergebnisse Handlungsbedarfe

- Die wesentlichen Verbesserungsbedarfe und Wünsche zur weiteren Entwicklung des Lebens- und Tourismusraumes werden in der Verbesserung der Lebens- und Aufenthaltsqualität gesehen. Hier werden vor allem Maßnahmen mit Bezug zur technischen Infrastruktur inkl. Mobilität und Daseinsvorsorge benannt. Im Bereich Freizeit und Tourismus wird insb. der Wunsch nach einem Ausbau und einer Verbesserung der Angebote gesehen. Auch einer stärkere Zusammenarbeit Gemeinden wird als Handlungsbedarf benannt.

Kernergebnisse Besonderheiten und Image

- Die Antworten zur Frage nach den touristischen Besonderheiten der Halbinsel Wittow fokussieren sehr stark auf die Themen Natur/Ursprünglichkeit/Luft/Weite, Strände/Wasser (Ostsee und Bodden), Sehenswürdigkeiten wie das Kap Arkonas sowie Ruhe/Entspannung.
- Bei den Eigenschaften der Halbinsel liegen die höchsten Zustimmungswerte bei den Eigenschaften „einfach, pur“, „traditionell“ und „heimelig, lokal“.
- Mit Bezug zur Dachmarke „Rügen“ konnten nur wenige Touristiker beurteilen, ob sie ihr Angebot/Produkt dort gut aufgehoben sehen. Hier zeigt sich noch deutliches Potenzial, den Mehrwert und die Imagewirkung Rügens stärker zu nutzen und den Touristikern deutlich zu machen.

3.2 Gästebefragung

Um die Gästestruktur und **Außensicht** auf die Halbinsel Wittow zu ermitteln, wurden 542 Gäste (Tages- und Übernachtungsgäste) nach ihrer Meinung gefragt². Als wesentliche Ergebnisse lassen sich zusammenfassen:

Kernergebnisse Gästestruktur

- Die Halbinsel Wittow wird gleichermaßen von Tagesgästen (41% vom Urlaubsort auf Rügen, 7% vom Wohnort) und Übernachtungsgästen (52%) besucht.
- Die Aufenthaltsdauer der Übernachtungsgäste auf der Halbinsel liegt zu 35% bei 2-4 Tagen und weiteren 38% bei 5-7 Tagen.
- Im Hinblick auf die Reisebegleitung zeigt sich, dass vorwiegend Pärchen-Urlauber (40%) und Familienurlauber mit Kindern/Jugendlichen (40%) Wittow besuchen (aber beachte: Befragung vornehmlich während der Ferien).
- Durchschnittlich nennen die Befragten 5 Besuchsgründe als Motivation ihres Besuchs der Halbinsel: Aktiv sein (Spazieren, Wandern, Radfahren), Natur erleben und Zeit am Strand verbringen sind die Hauptbesuchsgründe.
- Nur 31% der Befragten sind Erstbesucher, viele Befragte haben die Halbinsel Wittow mindestens schon einmal besucht, viele sind schon zum 2 oder dritten Mal da.
- Quellgebiete der Befragten sind insb. Berlin, Sachsen, Sachsen-Anhalt, Niedersachsen, Mecklenburg-Vorpommern, Schleswig-Holstein. Es waren Befragte aus allen Bundesländern auf Wittow.

Kernergebnisse Image

- Mit Wittow werden insbesondere die Themen Natur, Wasser/Meer/Strand/Baden und Erholung/Entschleunigung verbunden. Kaum Assoziationen bestehen bei den Themen Barrierefreiheit, Veranstaltungen und Einkaufen/Flanieren/Bummeln.
- Bei den Eigenschaften der Halbinsel liegen die höchsten Zustimmungswerte bei den Eigenschaften „entspannend“, „nicht überlaufen/Geheimtipp“ und „traditionell“.

Kernergebnisse Zufriedenheit, Wiederbesuchsabsicht, Weiterempfehlungsbereitschaft

- Eine hohe Zufriedenheit der Gäste besteht bei den folgenden Aspekten: Attraktivität der Natur/Landschaft, Rad- und Wanderwegequalität, Leitsystem/Beschilderung, Familienfreundlichkeit/Angebote für Kinder, Qualität der Unterkunft. Unzufriedenheit besteht mit Netzabdeckung/WLAN, Einkaufsmöglichkeiten, Schlechtwetterangeboten, Preis-Leistungs-Verhältnis, ÖPNV-Erreichbarkeit und Barrierefreiheit.
- Bei der Wiederbesuchsabsicht und Weiterempfehlungsbereitschaft erreicht die Halbinsel Wittow TOP-Werte. 98% können sich vorstellen auf jeden Fall oder vielleicht wiederzukommen.

² Weitergehende Hinweise zur Zielgruppe, Befragungsorten und Zeiten finden sich im Kapitel 1.2

3.3 Ortsbildanalysen

Die Aufenthaltsqualität ist für den Gast aber auch für die Einheimischen von zentraler Bedeutung. Die allgemeine Aufenthaltsqualität wurde mittels Ortsbildanalysen an den Standorten Breege-Juliusruh, Wiek, Putgarten/ Kap Arkona, Dranske, Altenkirchen, Wittower Fähre durchgeführt. Mithilfe eines ausführlichen Kriterienkatalogs³ wurden zielgerichtet tourismusrelevante Themenfelder bewertet, wie (1) Ankunftssituation mit PKW, ÖPNV und Fahrrad, (2) Orientierung und Information sowie (3) Infrastruktur wie Möblierung, Grünelemente, Architektur etc. Die folgende Abbildung fasst die Bewertung zusammen. Nachfolgend sind die betrachteten Themenfelder tiefer dargestellt.

Abb. 11 Impressionen – Fokus Ankunftssituation, Orientierung, Infrastruktur



© BTE 2023

3 Eine hundertprozentige Objektivität ist bei einer ästhetischen Bewertung von Ortsbildern auch mit Hilfe eines Kriterienkatalogs nicht zu gewährleisten. Die Beschreibungen können möglicherweise an einigen Stellen übertrieben kritisch wirken. Diese kritische Sichtweise wurde bewusst gewählt, da erstens das Gästeteil wahrscheinlich kritischer als das des Einheimischen ist und zweitens so verstärkt Handlungspotenziale aufgezeigt werden können.

Abb. 12 Ergebnisübersicht der Ortsbildanalyse

gut teils, teils Nachholbedarf / Potenzial nicht vorhanden / nicht bewertet	Ankunft				Orientierung & Information					Infrastruktur				
	Eingangssituation / erster Eindruck	ÖPNV (hier Bushaltestellen)	Parkplatzsituation	Fahrradabstellanlagen	Parkleitsystem und Hotelleitsystem	Fußgängerleitsystem (innerörtlich)	Radfahrerleitsystem	touristische Information	Wanderwegeleitsystem	Ortsgestaltung insgesamt	Architektur, Plätze, Grün	öffentliche Möblierung	POIs, Gastronomie, Shopping	Barrierefreiheit
Altenkirchen					-									
Breege-Juliusruh					Hafen									
Dranske					-									
Putgarten/Kap Arkona					An-fahrt									
Wiek					Kern									
Wittower Fähre					-									

© BTE 2023

Abb. 13 Standortübergreifende Ergebnisse der Ortsbildanalyse

Stärken	Schwächen
■ touristische Empfangssituation an Ortseingängen, willkommenheißen erster Eindruck ■ zentrale Bushaltestellen in Orten mehrheitlich sauber, mit Sitzmöglichkeit und Überdachung ■ durchgehend zentrale Parkmöglichkeiten, gepflegt, gestalterisch erkennbar, teilweise mit Begleitinfrastruktur ■ verschiedene öffentliche Abstellmöglichkeiten für Fahrräder	■ keine Regionalität der ÖPNV-Haltestellen, eher funktionale statt regionaltypischer Gestaltung ■ kaum Lademöglichkeiten für E-Fahrzeuge (nur Wiek Hafen, Parkplatz Putgarten), keine Lademöglichkeit für E-Bikes/Pedelecs (nur Rügenhof) ■ oft nur Einschieber für schmale Reifen statt fest installierte Rahmenhalter als Radabstellmöglichkeit; keine abschließbaren Abstellmöglichkeiten für Radtouristen mit Gepäck ersichtlich
■ gut sichtbares, einheitliches Radfahrerleitsystem (Zielwegweisung plus routenorientierte Wegweisung mit Plaketten), genormt, eindeutig, gut lesbar und an wichtigen Kreuzungspunkten platziert ■ gut sichtbares Wanderwegeleitsystem (Pfosten mit grünen Schildern), genormt, inkl. Entfernungsangabe, an Kreuzungspunkten ■ einheitliche, zweisprachige Informationstafel zu Radroutenvorschlägen in allen Gemeinden sowie zu ausgewählten Orten/Erlebnispunkten	■ unterschiedliche Fußwegeleitsysteme ■ große Unterschiedlichkeit weiterer Informationstafeln und Informationstiefe auf der Halbinsel ■ einzelne Aushänge/Schilder in Optik optimierbar da verwittert, verschmutzt oder beklebt ■ kaum digitale Infopunkte/-stelen, QR-Codes etc. (außer Putgarten/Kap Arkona und Wiek)
■ attraktive Ortsbilder: sehr sauber, gepflegt, bepflanzt, liebevoll gestaltet, wenig	■ nur wenige Spielbereiche und wenig Erlebniswirksamkeit der Objekte (Ausnahme

Leerstand/Sanierungsbedarf, kaum große Werbeflächen ■ Kernzonen teilweise gestalterisch erkennbar: Abgestimmte, harmonische Pflasterung in Kernzone/verkehrsberuhigten Zonen ■ gepflegte, saubere, begrünte Plätze; Denkmäler, Kunstwerke im öffentlichen Raum in sehr gutem Zustand ■ Möblierung in den Orten an zentralen Plätzen vorhanden (insb. Sitzmöglichkeiten, Mülleimer), zentrale Wasserzugänge mit Möblierung ■ teilweise öffentliche Toiletten an zentralen Plätzen	Spielplatz Rügenhof) ■ öffentliche Möblierung mehrheitlich sehr funktional ■ mangelnde Barrierefreiheit
--	---

3.4 Mystery Checks

Im Rahmen von Mystery Checks vor Ort, per Telefon und E-Mail wurde der Gästeservice in den vier Tourist-Informationen (TI) der Halbinsel geprüft (Informationsamt Seebad Breege-Juliusruh, Fremdenverkehrsamt Dranske, Touristinformation Kap Arkona (Informationsbüro der Tourismusgesellschaft mbH Kap Arkona), Tourismusinformation Wiek).

Kernergebnisse Check vor Ort (Zielgruppe Paar mit Hund)

- hohe Erfüllungsquote der Kriterien beim äußeren Erscheinungsbild → Potenzial besteht bei der Erkennbarkeit der Tourist-Information von außen
- inneres Erscheinungsbild beim Großteil der TIs in hohem Maße erfüllt → Potenzial besteht bei einer TI hinsichtlich der Einrichtung, Raumausstattung und Dekoration
- Information & Service bei einer TI befriedigend, in den anderen ausreichend → Potenzial besteht bei der Etablierung von digitalen Informationsmöglichkeiten, Bereitstellung von Grundinformationen außerhalb der Öffnungszeiten, thematischen Sortierung der Flyer-Auslage sowie aktivem Verkauf von Angeboten/Produkten
- Beratungsleistung erreicht bei einer TI hohe Erfüllungsquote, während es bei den anderen Verbesserungsbedarfe gibt → Potenzial besteht bei der Frage nach Wünschen und Interessen zur zielgruppenorientierten Beratung, bei Hinweisen, der Vermittlung oder Buchung von Unterkünften und beim aktiven Verkauf von Angeboten der Region

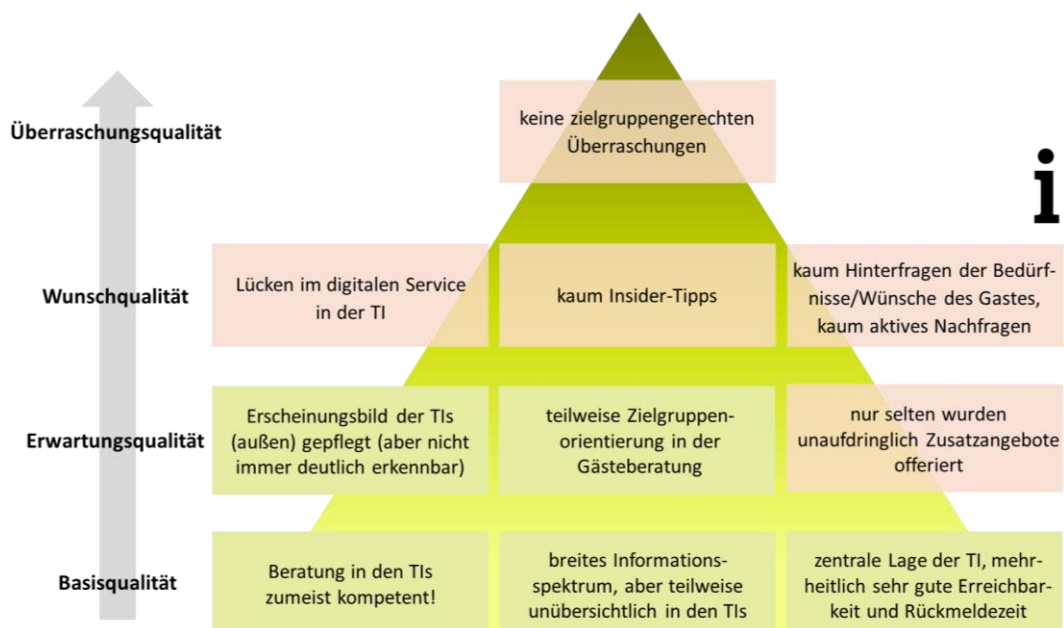
Kernergebnisse Check per Telefon (Zielgruppe Familie mit Kindern)

- positiv hervorzuheben sind: sehr gute Erreichbarkeit; freundliche Begrüßung mit Nennung des Namens und der Institution; mehrheitlich sehr gute Verständlichkeit; häufig Hinweis auf Website; Gesprächspartner wirkten mehrheitlich informiert
- häufigste Mängel sind: Keine Nachfrage nach Alter der Kinder oder Anzahl der Kinder/Personen, die anreisen; Gesprächsatmosphäre mehrheitlich nicht sehr einladend – eher kurz angebunden; keine zielgruppenrelevanten Nachfragen; mehrheitlich keine Bereitstellung von Zusatzinformationen

Kernergebnisse Check per E-Mail (Zielgruppe älteres Paar)

- positiv hervorzuheben sind: sehr schnelle Rücklaufzeit bei 3 TIs; alle E-Mails mit persönlicher Anrede; Signaturen enthalten bei 2 TIs alle notwendigen Kontaktdaten; teils Verweis auf Websites mit direktem Link oder Mitsenden von Flyern
- häufigste Mängel sind: 1 TI hat sich nicht zurückgemeldet; teils wird nicht auf alle Fragen eingegangen; teils nur Verweis auf Internetseite, ohne Links; Informationen zu Aktivitäten oder ähnliches ohne Öffnungszeiten oder weiteren Hinweisen; meist werden keine Zusatzinformationen zu nicht angefragten Themen gegeben; keine Vakanz-Prüfung von möglichen Unterkünften

Abb. 14 Erkenntnisse der Mystery Checks in den vier Tourist-Informationen



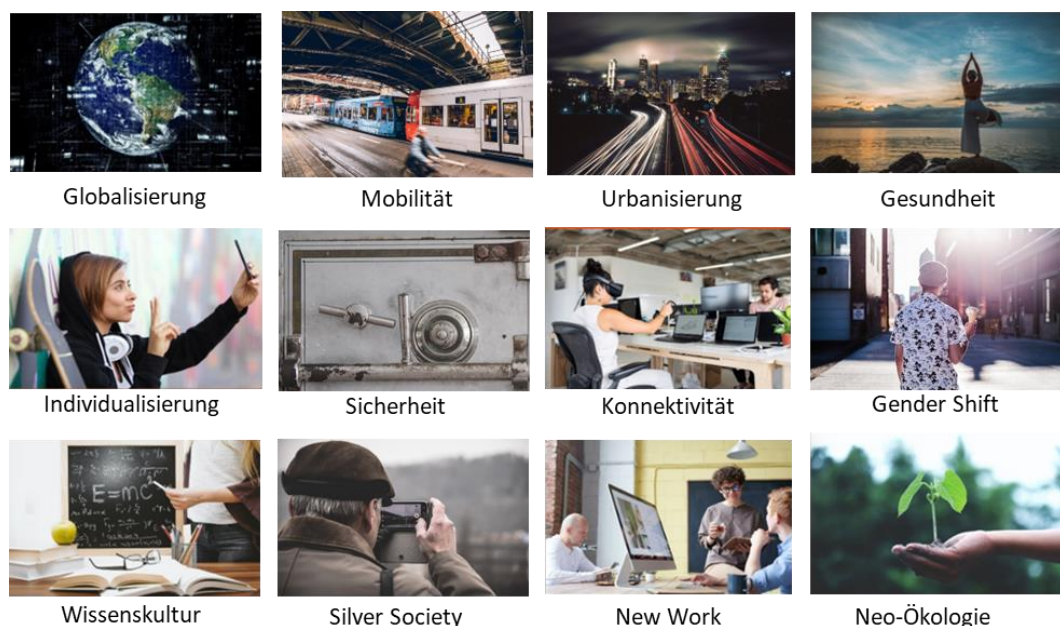
© BTE 2023

4 Gesellschaftliche Entwicklungen und Trends im Tourismus

Um die Tourismus- und Regionalentwicklung zukunftsfähig zu machen, müssen **aktuelle Entwicklungen, Rahmenbedingungen und Trends**, die einen Einfluss auf die Gesellschaft und den Tourismus haben, berücksichtigt werden.

Der künftige Erfolg von Gebieten und Regionen hängt auch davon ab, ob es gelingt, Antworten auf die bekannten Zukunftstrends zu finden. Diese sind eher von langfristiger Natur mit einer Perspektive 10+ Jahre. Drastische Einschnitte wie Krisen wirken wie ein Katalysator bereits bestehender Entwicklungen und beschleunigen diese.

Abb. 15 Megatrends des 21. Jahrhunderts lt. Zukunftsinstitut



© Trends nach Zukunftsinstitut 2021, Bilder: unsplash.com, pexels.com, pixabay.com

Nachfolgend werden **ausgewählte Implikationen aus den Megatrends des Zukunftsinstituts** mit besonderem Einfluss auf den Tourismus **für die Halbinsel Wittow** skizziert⁴.

- **Lebensqualität wird zum höchsten Ziel**, neue Qualitäten sind Zeit und Raum (Entspannung, Sicherheit, Freiheit, Achtsamkeit und Gesundheit)
- Klimawandel, ein zunehmend technologisiertes Umfeld und mehr Bedürfnis nach Ursprünglichkeit führen zu mehr **Naturbewusstsein** (Freiheit, Ruhe, Inspiration, saubere Umwelt, Natur als Erlebnis)
- **Nachhaltigkeit wird vom Alleinstellungsmerkmal zur Pflichtaufgabe**; alle Belange der Nachhaltigkeit werden für Menschen und somit Gäste zunehmend wichtiger (regional konsumieren, Kultur respektieren, Zero Waste, nutzen statt besitzen, Energie sparen, Green Tech ...)

4 Ergebnis einer Sammlung von Studien des Zukunftsinstituts, der Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen (FUR), der Bundesministerien, der EU, der UNWTO und eigener Marktforschungen von BTE.

- **Menschen suchen im Urlaub nach dem besonderen, individuellen Erlebnis** – thematische und digitale Erlebnisangebote, fotogene Orte sowie einmalige Erlebnisbausteine sind von großer Bedeutung – wichtig dabei: Die **Menschliche Sehnsucht nach Verbundenheit** führt zu mehr Bedeutung eines tiefen Erfahrens statt oberflächlichen Erlebens; im Fokus stehen authentisches Erfahren, Regionalität ebenso wie Gemeinschaft, sich kennenlernen und begegnen; Reisende wollen „berührt“ werden und in Beziehung treten mit dem Lokalen, mit der Umgebung; wichtig sind dabei Gastfreundschaft/„Hospitality“, aber auch gelingende Beziehungen und Tourismusakzeptanz
- **Individualisierung und demographischer Wandel bedingen** eine Differenzierung von Alterungsprozessen, individuelle Lebenskonzepte und ausdifferenzierte Familienstrukturen; generell mehr ältere – weniger junge Menschen, dies gilt es zu berücksichtigen und verschiedenste Angebotskonzepte zu bieten; gleichzeitig führt Wertewandel, Individualisierung und demographischer Wandel zu einem Fachkräftemangel
- **Digitalisierung** bewirkt neue Formen der Kommunikation und eine globale Vernetzung (Informationsverarbeitung und -fluss in Echtzeit, soziale Netzwerke) sowie **ständige Anpassung** bei internen Prozessen, d.h. auch
 - Informations- und Buchungsverhalten der Gäste vor, während und nach der Reise wird immer digitaler und die Kommunikation mit dem Gast wird direkter, schneller und persönlicher (Gäste nutzen unterwegs Smartphone/Tablet und fragen multimediale, digitale Angebote nach)
 - Digitalisierung bietet Möglichkeiten einer internen Prozessoptimierung
- Globalisierung und Urbanisierung fördern
 - eine Zunahme von Herausforderungen in ländlichen strukturschwachen Räumen (Landflucht, schrumpfende Orte aufgrund mangelnder Infrastruktur, fehlender Bildungs-, Arbeits- und Wirtschaftsperspektiven)
 - nachhaltige (Stadt-)Entwicklung: Umweltschutz, neue Mobilitätskonzepte, neue Wohn- und Lebenspartizipationsformen
 - globale Verflechtungen im Zuge des Corona-Schocks (Brücken zwischen Ortsverbundenheit und Kosmopolitismus), Nachfrage nach regionalen Produkten und örtlichen Beziehungen bei Waren, Dienstleistungen und Lösungen bei gleichzeitigem globalem Miteinander
- Bedarf nach **vernetzter Verkehrsinfrastruktur** – ökologisch verträglich, effizient, flächendeckend, preiswert – und neuen Mobilitätskonzepten steigt (E-Mobilität, Langsamverkehr/Radverkehr, Sharing)
- gesteigerte Anforderungen an Tourismusorganisationen, Betriebe, Leistungsträger etc. in Bezug auf **Krisenfestigkeit/ Resilienz** auch für kommende Herausforderungen (z.B. Pandemien, Unwetter, Krieg...)

Als Schlussfolgerung lässt sich sagen, Lebensqualität, Nachhaltigkeit, Qualität und Erlebnis sind grundlegende Aspekte eines zukunftsgerichteten Tourismus. Fragestellungen einer gemeinwohlorientierten Tourismusentwicklung, bei der Gäste, Einheimische und Unternehmerinteressen harmonisieren, gewinnen weiter an Bedeutung.

5 Zusammenfassende Bewertung

Die wichtigsten Stärken und Schwächen der Halbinsel Wittow sowie relevante Chancen und Risiken für die Zukunft sind nachfolgend zusammenfassend dargestellt.

Abb. 16 SWOT Halbinsel Wittow

Stärken	Schwächen
Lebensraum	
■ attraktiver Natur-/Landschaftsraum mit viel Lebens-/Aufenthaltsqualität ■ gute Grundversorgung in den Orten im Hinblick auf Nahversorgung, Kindertagesstätten, Allgemeinmediziner, Sicherheitsgefühl; reges Vereinsleben, kulturelles Programm (in der Saison), gutes soziales Netzwerk ■ gute Straßenanbindung als Teil der Insel Rügen, Rad- und Wanderwegenetz mit guter Ausschilderung	■ sinkende Einwohnerzahlen, Abwanderung der Jugend, wenig Kinder ■ Herausforderungen Daseinsvorsorge ■ Wohnraumproblematik ■ Schwierigkeiten schulische Bildung und medizinische Versorgung ■ fehlende soziale/gesellschaftliche Angebote und Freizeitangebote für junge und ältere Einheimische ■ schwieriger ÖPNV: Schülerverkehr und Tagesrandzeiten, Ausbaubedarfe Freizeitwegenetz ■ Fachkräfteproblematik ■ geringe Anzahl an gastronomischen Angeboten am späteren Abend und in der Nebensaison
Tourismus- und Freizeitraum	
■ attraktive Ortsbilder und sehr gute Aufenthaltsqualität ■ Kap Arkona als überregionale Besonderheit ■ Vielseitigkeit im Beherbergungsmarkt, differenziertes Angebotsspektrum von Wasser/Strand über Natur/Aktiv bis kulturelle Perlen mit Veranstaltungen, sehr gute Ausgangsbedingungen für Wassersport ■ bisher keine infrastrukturellen Überlastungen durch den Tourismus ■ kaum pandemiebedingten Einbrüche der Nachfrage ■ hohe Präsenz im Marketing Rügens ■ erste gemeinsame Aktivitäten der Gemeinden ■ Engagement des Tourismusvereins ■ Tourismusakteure in allen prädikatierten Gemeinden inkl. Gästeservice in den TIs	■ zahlreiche TOP-Sehenswürdigkeiten liegen anderweitig auf Rügen; wenig Erlebniswirksamkeit der Angebote, wenig Digitalisierung, wenig Schlechtwetteralternativen, wenig Barrierefreiheit ■ sinkende Tourismus-Akzeptanz bei der Bevölkerung ■ starke Saisonalität in den Sommermonaten, wenig ausländische Gäste ■ Sichtbarkeit der Angebote steigerbar (Marketing) ■ keine hauptamtliche Stelle für gemeinschaftliche Aufgaben (läuft alles im Ehrenamt) und bisher wenig Austausch der Akteure

Chancen	Risiken
übergreifend	
■ steigende Bedeutung von innerdeutschen Reisen, wieder ansteigende Zahl ausländischer Gäste ■ Gäste suchen nach authentischen Erlebnissen & dem „Live-like-a-Local“-Gefühl → schafft Potenziale für einen Tourismus abseits der Tourismuspfade ■ verändertes Kommunikations- und Mediennutzungsverhalten schafft neue Möglichkeiten in der Angebots-Inwertsetzung und Belebung von Geschichte und Gegenwart ■ Chance durch individuelle und authentische Angebote zur Abhebung von Wettbewerbern mit ähnlichem Profil und Zielgruppe auf der Insel Rügen und darüber hinaus	■ steigende Qualitätsansprüche und Erwartungen der Gäste an das Angebot vor Ort (Infrastruktur, Mobilität, Einzelhandel, Gastronomie, Beherbergung) bedürfen eine kontinuierliche Qualitätsentwicklung der Betriebe und Sensibilisierungsmaßnahmen ■ verändertes Kommunikations- und Mediennutzungsverhalten schafft neue Herausforderungen ■ steigende Bedarfe an eine Resilienz der Strukturen, Netzwerke und Akteure ■ finanzieller Druck auf kommunale Haushalte mit Überprüfung der freiwilligen Aufgabe Tourismus sowie Risiko für Infrastruktur und Einrichtungen in kommunaler Trägerschaft
Wittow-spezifisch	
■ Profilierung des Nordens der Insel Rügen als Teil Rügens aber mit eigenem Profil ■ Entwicklung und Sichtbarmachung von Angeboten für Zweit- und Drittbesuche ■ stärkere Fokussierung auf das Thema Nachhaltigkeit um einen Beitrag für einen zukunftsgerichteten und verträglichen Tourismus zu leisten ■ stärkere Zielgruppenorientierung ■ Ausbau der Vernetzung der Gemeinden und Akteure ■ Mitnahme der Einwohnerschaft zur Steigerung der Tourismusakzeptanz & Erhalt eines positiven sozialen Miteinanders	■ Druck durch individuelle Unterkünfte und Ferienwohnungsentwicklung auf den Wohnungsmarkt mit potenziellen Verdrängungseffekten für Einwohner ■ hoher Wettbewerbsdruck mit anderen Küstengebieten an der Ostsee (und teilweise auch auf der Insel Rügen) ■ Auswirkungen der Corona-Krise und des sog. „Fachkräftemangels“ auf HoGa-Betriebe, MICE-Tourismus, Kultur- und Event-Branche

Die Kernaussagen der **Stärken-Schwächen-Analyse** sind vergleichbar mit den Schlussfolgerungen im IREK für die Halbinsel Jasmund:

- Die Halbinsel ist durch viel Weite, Ruhe und besondere Naturraumqualitäten gekennzeichnet. Sie bietet sehr gute Voraussetzungen für einen naturnahen Tourismus. Ganzjährige, nachhaltige, authentische, aber auch erlebnisreiche Angebote im Tourismus können als Motor für die weitere wirtschaftliche Entwicklung dienen.
- Vor dem Hintergrund der demografischen Entwicklung braucht es sinnvolle und kooperative Infrastrukturen zur Aufrechterhaltung der Daseinsvorsorge und attraktive Arbeitsplätze, um einerseits Abwanderung entgegenzuwirken und Zuwanderung zu unterstützen. Wichtige Themen sind dabei die Sicherung der Einrichtungen der Daseinsvorsorge (Kindergärten, Schule, medizinische Versorgung und Pflegeangebote, Einkaufsmöglichkeiten etc.) sowie die weitere Entwicklung des Wohnraumes.
- Um den bestehenden und zukünftigen Herausforderungen in regionaler Gemeinsamkeit begegnen zu können und Synergien durch begrenzte Ressourcen stärker zu nutzen ist eine intensivere Kooperation der Gemeinden erforderlich.

Als wichtige Bedarfe für die weitere Entwicklung lassen sich daher skizzieren:

- **Sicherung und Verbesserung der Lebensqualität**, inkl. Mobilität, Infrastrukturen der Daseinsvorsorge, weiche Faktoren, Fachkräftesicherung etc.
- **nachhaltige qualitative Tourismusentwicklung**
 - **Weiterentwicklung des Angebotes für Freizeit und Tourismus**, insb. Erlebnisangebote und -produkte weiterentwickeln mit Fokus auf Qualität vor Quantität
 - **Stärkung von Wittow als Rügener Teilregion**, d.h. Angebote und Produkte sowie das Marketing im Kontext von Rügen denken aber dabei die Spezifika von Wittow und des Nordens der Insel stärken und transportieren
 - **zielgruppengerechtes Marketing**, um wünschenswerte Gäste zu erreichen, die Interesse an der Halbinsel haben und natur- und sozialverträglich reisen
 - **bessere Zusammenarbeit der Akteure der Halbinsel**, d.h. Kooperation und Miteinander der Gemeinden und weiterer Partner stärken und sich gemeinsam strukturieren

6 Entwicklungs- und Marketingstrategie

Die Strategie bildet den konzeptionellen Kern des IREK und die Grundlage für weitere Entscheidungen und Handlungen zur Entwicklung der Halbinsel Wittow. Mit Hilfe dieser strategischen Ausrichtung können die Akteure auch zukünftige Projektideen und Marketingaktivitäten passgenau entwickeln und umsetzen. Als Grundlage einer zukunftsorientierten Arbeit bietet sie darüber hinaus Flexibilität, um auf dynamische Rahmenbedingungen reagieren zu können.

Die Strategie basiert auf den in der Analyse identifizierten Stärken und Schwächen sowie den anhand von aktuellen Trends und Entwicklungen abgeleiteten Chancen und Risiken für die Zukunft. Die Inhalte wurden unter Einbeziehung von relevanten Konzepten sowie zahlreichen Impulsen aus dem Partizipationsprozess während der Erarbeitung des IREK erstellt und innerhalb der Steuerungsgruppe sowie mit Akteuren diskutiert und ergänzt.

Abb. 17 Methodischer Ansatz der Entwicklungsstrategie der Halbinsel Wittow



© BTE 2024

Das Dach der Strategie bildet eine **Vision**. Sie zeigt den wünschenswerten Soll-Zustand in der Zukunft und so die langfristige Entwicklungsrichtung für Wittow. Die Vision wird durch das **Zielsystem** konkretisiert. Das **Profil** beschreibt die Besonderheiten und das Erlebnis auf Wittow und bildet den Rahmen für die thematische Ausgestaltung, die die Grundlage der **Markenpositionierung** ist. Die **Zielgruppen** zeigen, auf wen sich die Entwicklung fokussieren sollte und dienen als Orientierung in der Ansprache. Zur Umsetzung der Strategie bedarf es Klarheit über die Aufgaben und **Kooperationsstrukturen** (vgl. Kapitel 7).

6.1 Vision/Leitbild

Wie und wohin sich die Halbinsel Wittow in der Zukunft entwickeln soll, wird durch die **Vision** aufgezeigt. Sie gibt einen Ausblick und formuliert den **wünschenswerten Soll-Zustand in der Zukunft**. Sie ist der Rahmen für die künftige (touristische) (Weiter-)Entwicklung und soll das Handeln der öffentlichen und privaten Akteure in den kommenden Jahren prägen.

Verdichtet werden kann die Vision auf einen Leitgedanken und die folgenden **Grundprinzipien**, die die Leitplanken für das künftige Handeln bilden sollten.

Leitgedanke

Lebensraum und Tourismusraum im Einklang – Unsere Halbinsel Wittow ist ein Raum zum Bleiben und Kommen. Sie ist attraktiv für Einheimische, für Zuziehende und für Besucher. Dafür setzen wir kontinuierlich auf eine Sicherung der Lebensqualität und einen sanften nachhaltigen Tourismus. Wir fördern eine optimale Verschneidung von Tourismusentwicklung, Lebens- und Standortqualität sowie Naturraumbedarfen.

Grundprinzipien

- **Lebensqualität** – Die Menschen leben und arbeiten gern auf der Halbinsel Wittow. Hier fühlen sich Jung und Alt zu Hause. Kinder und Jugendliche sowie Erwachsene und ältere Menschen können optimistisch in die Zukunft vor Ort blicken. Es bestehen bezahlbare Wohnangebote für alle Altersgruppen – egal ob Einheimischer, Rückkehrer oder Zuzügler – egal in welcher Kategorie (preis- und hochwertige sowie familien-, senioren- und behindertengerechte Wohnungen etc.). Eine gesicherte **Grundversorgung** mit bedarfsgerechten Kinderbetreuungs- und Bildungsangeboten, wohnortnahen Einkaufsmöglichkeiten sowie einer guten medizinischen Versorgung und Betreuungs- und Pflegeangeboten für Senioren im Nahereich bietet ein hohes Maß an Lebensqualität. Ganzjährig attraktive Freizeit- und Kulturangebote für Jung und Alt und ein lebendiges Gemeinschaftsgefühl zeichnen Wittow aus. Durch eine gute vernetzte Verkehrsinfrastruktur mit flexiblen Mobilitätsangeboten und bedarfsgerechtem ÖPNV sind die Orte der Halbinsel gut erreichbar.
- **Einklang mit der Natur** – Der Natur- und Landschaftsraum wird als großer Wert verstanden, der kontinuierlich gepflegt wird. Umweltorientierung mit Ressourcenschonung, Energieeffizienz und Klimaschutz sind Grundsätze der Entwicklungen.
- **Miteinander und Kooperation** – Die fünf Gemeinden der Halbinsel sind näher zusammengerückt. Durch die enge Kooperation, abgestimmte Aktivitäten und (Infrastruktur-)Planungen sind tragfähige Strukturen und eine gesicherte Finanzierung für die regionale Entwicklung etabliert. Eine gemeinsame Tourismusorganisation vernetzt die Akteure, setzt Impulse für gemeinsame Tourismusaktivitäten und unterstützt eine strategische, kooperative und qualitative Tourismusentwicklung. Alle Akteure stehen gemeinsam für eine nachhaltige, ressourcenschonende und kooperative Entwicklung des Lebens- und Tourismusraumes. Einwohner und Gäste zeichnen sich durch gegenseitige Wertschätzung aus. Die Einwohner werden in die Entwicklungen einbezogen.
- **Tourismusbewusstsein** – Der Tourismus wird als wirtschaftliche und gesellschaftliche Perspektive mit Mehrwert für die Region verstanden und ist, auch durch eine gestiegene Wertschöpfung je Gast, weiterhin einer der wichtigsten Standort- und Wirtschaftsfaktoren der Halbinsel. Die positiven Auswirkungen des Tourismus und dessen nachhaltige Entwicklung in allen (Querschnitts-)Bereichen zeigen sich auch in einer gestiegenen Lebensqualität für die Einwohner. Dadurch wird der Tourismus auf Wittow bei allen Anspruchsgruppen unterstützt.
- **Qualität vor Quantität im Tourismus** – Grundlage aller touristischen Entwicklungen ist ein sanfter nachhaltiger Tourismus, der nicht auf Masse, sondern Qualität setzt. Eine hohe Qualität der touristischen Infrastruktur und der Angebote, ein

gästeorientierter Service, eine Erlebbarkeit des natürlichen, kulturellen und öffentlichen Raumes sowie eine ganzjährige Attraktivität werden als Schlüssel zum Erhalt und zur Steigerung der touristischen Relevanz und Wertschöpfung verstanden.

- **Authentisches Erlebnis** – Wir sind stolz auf unsere besondere Kombination aus viel Ruhe, Aktivmöglichkeiten und maritimer Atmosphäre. Ein Netz von Rad- und Wanderwegen, attraktive Strände, zeitgemäße Wassersportangebote und Häfen sowie ein abwechslungsreiches Kulturangebot stehen Einheimischen und Gästen zur Verfügung. Die unterschiedlichen Räume erhalten und entwickeln wir weiterhin nachhaltig für künftige Generationen sowie für unsere Gäste im Rahmen eines verknüpften Natur-, Wasser und Kulturerlebnisses.
- **Rügener Teilregion** – Die Halbinsel Wittow versteht sich als Teil der Insel und Destination Rügen. Im Rahmen einer fruchtbaren Vernetzung von Infrastrukturen, Angeboten und Marketingaktivitäten sind chancenreiche Synergieeffekte auf der Insel entstanden. Eine eindeutige Positionierung von Wittow mit definierten Schwerpunkten dient als Basis für Kooperationsprojekte in der Region.
- **Zielgruppenorientierung** – Die Halbinsel Wittow fokussiert sich auf relevante Zielgruppen und spricht diese mit einem scharfen Profil ressourceneffizient an. Die Zielgruppen werden mit vernetzten, innovativen, qualitativen sowie nachhaltig konzipierten Angeboten, Leistungen und Produkten, die die Orte ganzjährig attraktiv machen, überrascht und begeistert.
- **Modernes Marketing** – Mit einem Fokus auf die Ansprüche der Zielgruppen wurde erreicht, dass die Strahlkraft und das Image verbessert sowie die Bekanntheit gesteigert wurde. Das Marketing ist modern und weckt Begehrlichkeiten.

6.2 Ziele und Handlungsfelder

Das Zielsystem hilft, die Vision für alle Akteure zu konkretisieren. Das IREK-Zielsystem definiert dabei **Entwicklungsziele** und **Handlungsfeldziele**.

Übergreifende Entwicklungsziele

Die strategisch ausgerichteten Entwicklungsziele sind übergeordnete Zielstellungen mit besonderer Bedeutung für die Halbinsel Wittow.

Aus der Analyse und den Impulsen aus den Partizipationsveranstaltungen ergeben sich **vier übergreifende Entwicklungsziele**.

- Sicherung und Verbesserung der Lebensqualität auf der Halbinsel Wittow mit all ihren Facetten.
- Förderung einer nachhaltigen qualitativen Tourismusentwicklung und Weiterentwicklung des touristischen Angebotes.
- Stärkung der Sichtbarkeit der Halbinsel Wittow und eines modernen Marketings nach Innen und Außen.
- Verbesserung der Zusammenarbeit und Vernetzung auf der Halbinsel Wittow und darüber hinaus.

Handlungsfelder und Handlungsfeldziele

Die Vision und die Entwicklungsziele der Halbinsel Wittow werden in **vier Handlungsfeldern** umgesetzt. Die vier Handlungsfelder verbindet die Überzeugung, dass sie nur durch kooperatives Handeln erfolgreich umgesetzt werden können. Das vorliegende IREK zielt daher auf die Kooperation der beteiligten Gemeinden unter Einbindung vieler weiterer Partner ab. Die Handlungsfelder werden durch **Handlungsfeldziele** konkretisiert, die den Rahmen für die konkreten Maßnahmen im Kapitel 8 bilden.

Nachfolgend sind die 4 Handlungsfelder mit den 15 Handlungsfeldzielen untersetzt.

Abb. 18 Handlungsfelder und Handlungsfeldziele für die Halbinsel Wittow

Handlungsfeld	Handlungsfeldziele
Daseinsvorsorge, Siedlungsentwicklung und öffentlicher Raum	■ Sicherung lebenswerter und lebensfähiger Orte und der gesamten Halbinsel durch eine gesicherte Grundversorgung in den Bereichen Nahversorgung, Kinderbetreuung und Bildung, Medizin und Pflege sowie durch Bereitstellung von bezahlbarem Wohnraum für verschiedenste Anspruchsgruppen ■ Stärkung des Halbinsel Wittow als familienfreundliche Heimat für alle Generationen unter besonderer Berücksichtigung der Ansprüche von Kindern und Jugendlichen ■ Gewährleistung attraktiver ganzjähriger Freizeitangebote für Jung und Alt, einer flächendeckenden kulturellen Grundversorgung und Möglichkeiten zum Zusammenkommen ■ Stärkung einer zukunftsfähigen Mobilität und eines umweltverträglichen Verkehrsverbundes ■ Sicherung und Ausbau von Arbeitsplätzen, Förderung ansprechender Arbeitsplatzangebote zur langfristigen Bindung hier geborener und hinzugezogener Menschen an die Region. Stärkung der Wertschöpfung aus dem Tourismus sowie der Wirtschaftlichkeit der Betriebe ■ Wahrung und Inwertsetzung eines intakten Naturhaushaltes und der biologischen Vielfalt
qualitative Infrastruktur und Erlebnisangebote für Tourismus und Freizeit	■ zielgruppengerechte Weiterentwicklung vorhandener Angebotsstärken und Steigerung der Erlebbarkeit der Infrastrukturen und Angebote in den Profithemen sowie sanfte Entwicklung neuer ergänzender Angebote und Attraktionen zu den zentralen Angebotsstärken, zur besseren Erlebbarkeit ▪ Weiterentwicklung einer zielgruppengerechten Angebotsgestaltung mit Fokus auf aktives Erlebnis in Natur und Landschaft sowie auf Entschleunigung ▪ Attraktivierung, Erlebnissteigerung der kulturellen Besonderheiten ▪ Pflege und weitere Gestaltung eines attraktiven und verträglichen Wassersports sowie naturnaher Wassererlebnismöglichkeiten ■ kontinuierliche Qualitätssteigerung in allen touristischen Bereichen und entlang der gesamten Servicekette

Marketing und Service	■ Verbesserung der Sichtbarkeit der Halbinsel, der Besonderheiten und der Angebote durch zielgruppengerechtes Marketing mit Fokus auf ▪ (Wieder-)Gewinnung von Tages- und Urlaubsgästen ▪ Initiierung von Zuwanderung/Fachkräftegewinnung und Gewinnung von Investoren und Unternehmen für die Region ■ Bündelung von Aktivitäten im Rahmen einer gemeinsamen Marketinginitiative inkl. Umsetzung und Weiterführung gemeinsamer Marketingmaßnahmen und klare Profilierung. Förderung einer positiven Positionierung und Imagebildung sowie Steigerung der Bekanntheit durch verstärktes gemeinsames und kooperatives Vorgehen im Tourismus- und Standortmarketing ■ Förderung eines breiten Tourismusbewusstsein und von Tourismusakzeptanz.
Kooperation, Miteinander und Tourismusstruktur	■ Schaffung nachhaltiger Kooperations- und Finanzierungsstrukturen und Umsetzung einer gemeinsamen Struktur zur Organisation der (Tourismus-)Entwicklung ■ Vernetzung der Akteure und Angebote auf der Halbinsel Wittow im Bereich Lebensraum und Urlaubsraum (Zusammenarbeit der Gemeinden, Miteinander der Träger der Daseinsvorsorge, Kooperation der Tourismusakteure etc.) und weitere Forcierung der Beziehungen mit den Partnern der Halbinsel Jasmund ■ Stärkung von Wittow als Rügener Teilregion inkl. klare Positionierung gegenüber und intensivere Zusammenarbeit mit Dachverbänden (insbesondere Tourismusverband Mecklenburg-Vorpommern e. V., Tourismusverband Rügen e. V.) ■ Stärkung der regionalen Identität auf der Halbinsel Wittow und eines gelebten „Gemeinschaftsgefühls“. Förderung von Partizipation aller Bevölkerungsgruppen und des bürgerschaftlichen Engagements

Zusammenfassende Übersicht des Zielsystems

Ein Schaubild der Entwicklungsziele, Handlungsfelder und Handlungsfeldziele zeigt die folgende Abbildung.

Abb. 19 Zielsystem für die Halbinsel Wittow



6.3 Exkurs: Ganzheitlicher Ansatz im Marketing

Berücksichtigung des ganzheitlichen Ansatzes im Marketing für Orte und Regionen

Das Marketing für die Halbinsel Wittow soll bewusst Aspekte des Tourismusmarketings und des Standortmarketings miteinander verknüpfen. Beide Bereiche sollen sich bestmöglich ergänzen und miteinander gedacht werden.

Hintergrund

Die Destinations-, Regional- und Stadtmarketingorganisationen verstehen sich zunehmend als zuständig für Einwohner und Gäste und für eine **verträgliche, ausbalancierte Regionalentwicklung**. Erfolgsparameter sind zunehmend die **nachhaltige Entwicklung von Orten/Städten und Regionen** und nicht mehr allein bspw. die Gewinnung von Gästen. Daher spielen insbesondere Aspekte des Binnenmarketings eine zunehmende Rolle.

Die Bedürfnisse von Besuchern (inkl. Tages- und Urlaubsgäste, aber gleichfalls Fachkräfte, Neubürger und Unternehmer) werden behutsam ausbalanciert. Gäste sollen die Orte bzw. die Region und ihre Angebote nicht nur konsumieren, die „Visitor Economy“ soll vielmehr einen aktiven Beitrag zu den Qualitäten leisten: zur Lebensqualität, die die Halbinsel Wittow auszeichnet und von welcher Gäste, wie Einheimische profitieren („**Quality of Life**“), zur Aufenthaltsqualität vor Ort und zur Qualität und Vielfalt des Angebots („**Quality of Place**“) sowie letztlich zur Erlebnisqualität der Gäste („**Quality of Experience**“).

Diesen ganzheitlichen Ansatz verfolgen zunehmend die Städte (z.B. mit der Visitor Economy Strategie 2025 Wien⁵ oder der Tourismuskonzeption Berlin 2018⁶) aber auch viele Regionen und sollte auch für die Halbinsel Wittow richtungsweisend sein!

Auch der Tourismusverband Rügen e.V. kommuniziert auf der touristischen Homepage der Insel Rügen unter der Rubrik „Arbeiten auf Rügen“ zur Aufenthaltsqualität vor Ort auch für (zukünftige) Arbeitnehmer. Unter der Botschaft Mein Heimathafen – Leben und Arbeiten auf Rügen, werden Gründe für Rügen als Arbeitsort oder Lebensort benannt und weitergehende Informationen und Links bereitgestellt.

Touristisches Destinationsverständnis

Unter Berücksichtigung eines ganzheitlichen Ansatzes darf sich Wittow auch nicht losgelöst von umliegenden Gebieten und Strukturen verstehen. Dies beeinflusst, ob Wittow als Destination oder als Teilregion verstanden werden sollte.

Destinationsverständnis (Beispiel): „Destinationen können als wahrgenommene räumliche Konstrukte betrachtet werden, die von Urlaubern in Abhängigkeit von ihren Reiseplänen, kulturellen Hintergründen, dem Grund der Reise und ihren bisherigen Reiseerfahrungen subjektiv bewertet werden.“⁷ Sie orientieren sich damit an den Gästebedürfnissen und Reiseströmen. Zudem ist eine Destination eine Wettbewerbseinheit im Incoming-Tourismus, die als strategische Geschäftseinheit geführt werden muss.

⁵ Vgl. Visitor Economy Strategie 2025. Shaping Vienna

⁶ Vgl. Konzept für einen stadtverträglichen und nachhaltigen Berlin-Tourismus 2018+

⁷ Vgl. Leitfaden „Die Zukunft des Destinationsmanagements im Land Brandenburg“

Entsprechend der zuvor genannten Definition ist die Halbinsel Wittow **nicht als eigene touristische Destination** zu verstehen, die es einzeln in der Markenführung zu entwickeln gilt. Wittow ist ein Teil der Destination Rügen. Vielmehr kann Wittow bzw. ganz Nord-Rügen von der Nutzung der starken Marke Rügens profitieren, in der sich die Halbinsel optimal positionieren und profilieren sollte.

Folgende Gründe sind dafür ausschlaggebend: (1) Wittow, wie auch die anderen Gebiete der Insel Rügen, ist für die Reisenden zwar eine räumliche, aber keine thematisch abgrenzbare Einheit. Die übergeordnete (räumliche) Einordnung der Gäste erfolgt über die Insel Rügen. Vielen Gästen werden die genauen Abgrenzungen der Halbinsel oder der Begriff Wittow bzw. die Übergänge von Nord-Rügen mit der restlichen Insel nicht bewusst sein. (2) Eine vollständige Aufgabenwahrnehmung einer Destinationsmanagementorganisation (DMO) inkl. relevanter regionaler Aufgaben als Marketingorganisation (insb. Markenaufbau und -pflege, Marketingmaßnahmen auf Kernmärkten), ist mit den bestehenden Ressourcen nicht möglich und vor allem auch nicht sinnvoll.

6.4 Thematische Profilierung

Zum Erreichen der genannten Ziele ist es wichtig, dass sich Wittow künftig auf chancenreiche Themen konzentriert und sich mit diesen profiliert. Das Profil beschreibt im Wesentlichen, wofür Wittow steht und was man auf der Halbinsel erleben kann. Es baut auf der eigenen Identität und dem thematischen Selbstverständnis, wie auch der Angebotskulisse und den Besonderheiten auf. Das Profil beinhaltet dabei Themen, die bereits jetzt sehr gut erlebbar sind, aber auch Themen, die potenziell weiter gestärkt werden könnten. Es geht also über den aktuellen Status Quo hinaus. Das heißt, die Themen und zentralen Botschaften sollen sowohl die aktuellen Kernkompetenzen der Region positiv widerspiegeln als auch die Perspektiven aus dem IREK aufnehmen, nach außen kommunizieren und damit die Umsetzung des Entwicklungskonzeptes unterstützen.

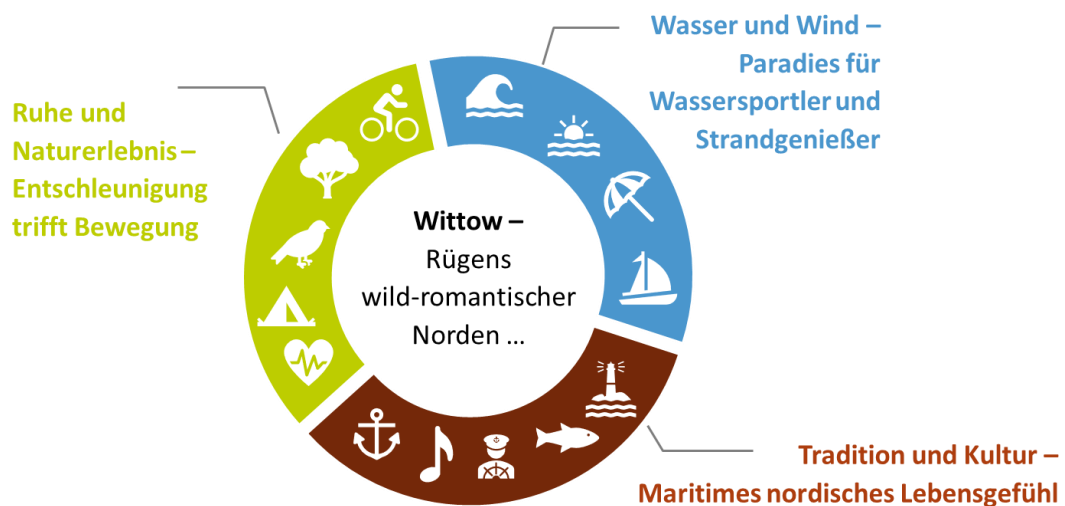
6.4.1 Fokus Erlebnis- und Tourismusraum

Bisherige touristische Themenschwerpunkte als Grundlagen zur Ableitung des Profils

Die touristische Schwerpunktsetzung von Wittow konzentrierte sich bisher auf die Botschaften Natur, Weite, Wind, Wasser. Eine klare thematische Schwerpunktsetzung erfolgte nicht. Unter dem Slogan „Wittow – Rügens wild-romantischer Norden“ wurden die Botschaften gebündelt. Auch aus der Innensicht der Einwohnerschaft und aus der Gästesicht sind die wesentlichen Themen für die Halbinsel Natur, Wasser und Ruhe/Erholung/Entschleunigung. Die Themen Wasser und Natur bieten ein hohes Marktpotenzial bei gleichzeitig starker Wettbewerbsintensität mit umliegenden Regionen. Hier sind daher erlebniswirksame und authentische Angebote gefragt. Potenziale bestehen zudem in einer weiteren Entwicklung und Profilierung des Themas Kultur und Tradition, gerade auch im Hinblick auf eine Stärkung des Ganzjahrestourismus. Mit Ausnahme des Kap Arkonas liegen die Top-Sehenswürdigkeiten allerdings anderweitig auf Rügen, wodurch es einer besonderen Profilierung der Besonderheiten von Wittow bedarf.

Im Ergebnis lassen sich für die Halbinsel **drei Profilierungsthemen** ableiten. Der bisherige **Slogan „Wittow – Rügens wild-romantischer Norden“** dient dabei perfekt **als Klammer** und Kern der Themen und sollte in der Angebotsgestaltung und im Marketing weiter unteretzt werden.

Abb. 20 Profilierungsthemen mit Fokus auf den Erlebnis- und Tourismusraum



© BTE 2024

Abb. 21 Profilierungsthemen mit inhaltlichen Schwerpunkten

Ruhe und Naturerlebnis – Entschleunigung trifft Bewegung

- besondere Landschafts- und Naturräume zum Aktivsein
 - auf dem Rad, zu Fuß, zu Pferd etc.
 - aktiv oder genüsslich – in stetigem Kontakt zu Wasser & Natur
 - mit besonderen Aktivveranstaltungen an Land und auf dem Wasser
- durchatmen und dem Alltag entfliehen, zur Ruhe kommen, sich Zeit nehmen, gesund bleiben
- Camping der besonderen Art
- besondere Sporterlebnisse

Wasser und Wind – Paradies für Wassersportler und Strandgenießer

- Ostsee und Bodden, Seeluft, Wind, Strände, Steil- und Flachküsten, Weite
- Momente am, auf und im Wasser
- Wassersporterlebnisse mit besonderen Ausgangsbedingungen sowie sportfreundliche Umgebung
- Naturstrände, Baden, Chillen, Spazieren sowie Steilküsten mit Ausblick

Tradition und Kultur – Maritimes nordisches Lebensgefühl

- spürbare maritime Atmosphäre, Hafenflair
- Historie und Kultur, erlebbar über Traditionen, Geschichten, Zeitzeugen, Architektur und besondere Veranstaltungen
 - kulturelle Veranstaltungen und Events mit Tradition und Regionalität
 - historische Erlebnispunkte aus verschiedenen Geschichtsphasen
 - Kombination aus Gemütlichkeit, Tradition und moderner Interpretation

Die benannten Profilt Themen stellen die Kernkompetenzen und Besonderheiten mit Potenzial zur Weiterentwicklung auf Wittow dar. Gleichwohl verlangt dies **nicht den Ausschluss aller weiteren Themen**, wie z.B. das Thema Gesundheit, auch wenn diese Themen im Rahmen der Profilierung zunächst in den Hintergrund rücken. Diese und weitere Themen können vielmehr in den zuvor genannten Themen aufgehen und dort das Portfolio sinnvoll erweitern/ersetzen. Themen wie Gesundheit sind zudem auch über große Leistungspartner präsent (bspw. die Kurklinik) und werden von diesen gezielt beworben.

Schlussfolgerungen für die Infrastruktur-, Angebots- und Produktgestaltung

Eine klare, auf das Zusammenspiel bedachte **Weiterentwicklung der lokalen Identitäten** sowie eine weitere **Verbindung der einzelnen Gemeinden** können dazu beitragen, **unverwechselbare Angebotsbündel** zu entwickeln und zu stärken sowie **attraktive Erlebnisräume** – für Einwohner und Urlaubsgäste – auf Wittow weiterzuentwickeln. Im Fokus aller Themen- und Marketingschwerpunkte steht daher die **Erlebbarkeit der Infrastrukturen und Angebote**. Querschnittsthemen wie Serviceorientierung, Qualität, Nachhaltigkeit und Digitalisierung müssen bei der Entwicklung der touristischen Infrastruktur sowie bei der Gestaltung von Produkten und Angeboten konsequent mitberücksichtigt werden.

Es gilt ferner, die Profilt Themen **stärker aufzuladen**, die besten **Produkte** „in das Schaufenster“ zu stellen und diese langfristig in das **Marketing** einzuspeisen. Die Themen sollten insbesondere auch für den Tagestourismus aufbereitet werden, um auch die Vielzahl der Tagesausflügler anzusprechen, d.h. insb. Gäste, die andernorts auf der Insel Rügen übernachten, aber Wittow auf einem Tagesausflug besuchen. Vor allem unter Berücksichtigung eines großen Wettbewerbsdrucks, muss die Halbinsel bei Angebot und Qualität (Infrastruktur, Servicequalität etc.) auf die Überholspur. Alle Akteursgruppen mit Tourismusbezug müssen versuchen, Wittow zusammen in eine gemeinsame Richtung zu entwickeln. Dies gelingt nicht allein durch eine Orientierung an einer Basisqualität, sondern nur mit **ausgezeichneten Produkten und einer Überraschungsqualität**. Dies bedeutet u.a., dass es besondere Erlebnisangebote braucht, aber auch, dass zentrale Aspekte der Basisqualität wie Sauberkeit und der Aufenthaltsqualität an zentralen Orten gepflegt werden.

6.3.2 Fokus Lebensraum und Standort

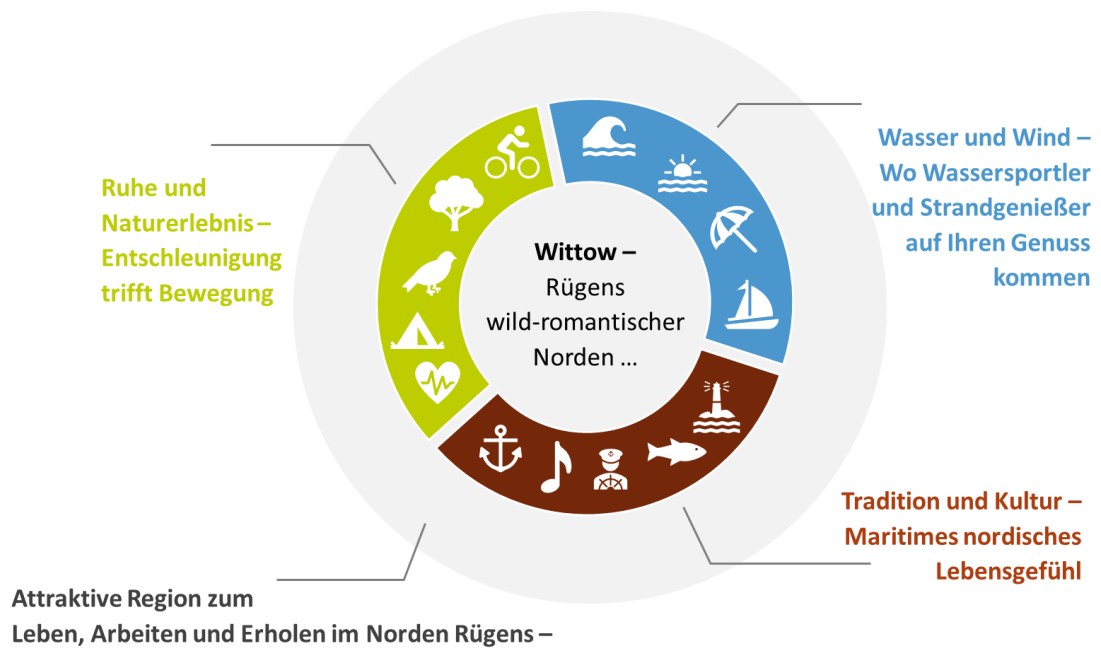
Um die Halbinsel Wittow als attraktive Region zum Leben, Arbeiten und Erholen zu profilieren, gilt es die touristische Profilierung (Fokus Tourismusmarketing) um Botschaften mit Fokus auf Lebensraum und Standort zu ergänzen (Fokus Standortmarketing).

Dementsprechend wurden mit Fokus auf Lebensraum und Standort ein weiteres Rahmenthema mit zwei Botschaften identifiziert und abgestimmt:

- **Attraktive Region zum Leben, Arbeiten und Erholen im Norden Rügens –**
 - **lebenswerte Region in Nord-Rügen** / Leben in einer vielseitigen Region mit guter Lebensqualität, mit viel Naturbelassenheit, gesundes Klima, Ruhe und Wasser und mit maritimer Tradition und Atmosphäre
 - **eine starke Tourismuswirtschaft und Freiräume für die Wirtschaft** / beste Perspektiven für Unternehmen und Investitionen am Meer, zwischen Tradition und Moderne

In den folgenden Abbildungen finden sich die Profilt Themen grafisch aufbereitet sowie mit einer stichpunktartigen Erläuterung versehen, welche Inhalte, den übergreifendem Profilt hema zuzuordnen sind.

Abb. 22 Ganzheitliche Profilierungsthemen



Lebenswerte Region in Nord-Rügen. Leben in einer vielseitigen Region mit guter Lebensqualität, mit viel Naturbelassenheit, gesundes Klima, Ruhe und Wasser und mit maritimer Tradition und Atmosphäre.

Eine starke Tourismuswirtschaft und Freiräume für die Wirtschaft. Beste Perspektiven für Unternehmen und Investitionen am Meer, zwischen Tradition und Moderne.

© BTE 2024

Abb. 23 Thematische Untersetzung des rahmengebenden Profilt hemas (Vorschlag)

attraktive Region zum Leben, Arbeiten und Erholen im Norden Rügens	
lebenswerte Region in Nord-Rügen ■ lebenswerte Umgebung ■ gesundes Klima ■ gute Nachbarschaft, soziale Einbindung, gelebte Gemeinschaft ■ gesicherte Grundversorgung ■ ansprechendes, freizeitorientiertes und kulturelles Angebot, ■ nordische Kultur und gelebte Traditionen ■ gute Betreuungsangebote ■ bezahlbares Leben	eine starke Tourismuswirtschaft und Freiräume für die Wirtschaft ■ gute Lebens- und Arbeitsbedingungen für Fachkräfte (Feierabend am Strand) ■ hohe Mitarbeiterorientierung ■ Freiräume und Perspektiven auch für unkonventionelle Konzepte, individuelle Entfaltungsmöglichkeiten ■ attraktive Steuersätze und Fördermöglichkeiten ■ kompetente Ansprechpartner; Service und Support

6.5 Zielgruppen

Die Fokussierung auf ausgewählte Zielgruppen ist ein wesentlicher Erfolgsfaktor im Marketing von Unternehmen, Gebietskörperschaften und Regionen. Eine Kundenorientierung und eine klare Zielgruppenorientierung sind bei der (Weiter-) Entwicklung von Infrastrukturen, Angeboten und Produkten, aber auch in der Kommunikation, entscheidend. Die gezielte Ansprache von Zielgruppen schafft Schwerpunkte in der Marktbearbeitung, bündelt Marketinganstrengungen und erfüllt letztlich konkrete Wünsche der Anspruchsgruppen. Zudem und mit besonderem Blick auf eine qualitative Tourismusentwicklung, lassen sich durch eine zielgruppengerechte Marktbearbeitung wünschenswerte Zielgruppen (bspw. Reisende mit Interesse an der Region, mit Nachhaltigkeitsorientierung, mit Interesse an einer längeren Aufenthaltsdauer etc.) konkret ansprechen und so potenziell deren Anteil an den Gesamtbesuchern erhöhen.

Die Zielgruppenansprache soll dabei auf zwei Ebenen fokussiert werden: (1) Aktuelle Zielgruppen begeistern und zur Wiederkehr motivieren sowie (2) neue Zielgruppen in Abstimmung mit den definierten Profiltiteln ansprechen.

6.5.1 Grundlegende Zielgruppen

Wen will nun die Halbinsel Wittow im Marketing insbesondere ansprechen und gewinnen? Entsprechend der identifizierten Vision, Ziele und Profiltiteln lassen sich die folgenden Adressaten nach den definierten Themenbereichen herleiten:

Fokus Erlebnis- und Tourismusraum

- Tagesgäste und Naherholungssuchende (vom Wohnort und Urlaubsort auf Rügen)
- Übernachtungsgäste

Fokus Lebensraum und Standort

- Bürger, Einheimische und Menschen aus der direkten Umgebung
- (junge) Zuzügler, Familien, Rückkehrende inkl. Fach- und Arbeitskräfte
- Entscheider aus der Wirtschaft, Investoren, Unternehmer

6.5.2 Konkretisierung der Zielgruppen im Tourismusmarketing

In den vergangenen Jahren wurde in der Praxis verstärkt dazu übergegangen, Zielgruppen nicht mehr primär anhand ihres Themeninteresses (Kulturtouristen, Aktivurlauber etc.) oder soziodemographischer Daten (Familien, Menschen über 50 Jahre etc.) zu segmentieren, sondern eine wertorientierte Zielgruppensegmentierung zu Grunde zu legen. Ansatz ist es dabei, die angestrebten Gäste über ihre Bedürfnisse besser zu erreichen und passgenauer ansprechen zu können.

Exkurs: Zielgruppen der übergeordneten Ebenen

Rahmengebend für die Zielgruppenbetrachtung Wittows sind die Zielgruppen der übergeordneten Landesebene und der Destination Rügen.

Für das Land Mecklenburg-Vorpommern erfolgte im Rahmen der **Landestourismuskonzeption 2018** im Zuge des Markenprozesses eine Neukonzeption vom Themen- und Zielgruppenmarketing hin zu Urlaubswelten. Im Kern der Urlaubswelten standen dabei vier Zielgruppen⁸: (a) Aktive und Sportive, (b) Familien, (c) Genießer und (d) Erlebnisorientierte. Zusätzlich kommuniziert wurden Vitale. Im Rahmen des aktuellen Markenstrategieprozesses erfolgte allerdings eine Weiterentwicklung der Zielgruppen und eine Zielgruppenbestimmung über das lizenzierte Neuromarketing-Tool Limbic®. Daten aus den Limbic® Types wurden dann in Sinus-Milieus⁹ übersetzt, um es für die praktischen Anwendung, Mediaaussteuerung und für Verwendung von Partnern besser nutzbar zu machen. Identifiziert wurden dabei¹⁰ (a) Lieblingsgast: Postmaterielles Milieu, (b) Wichtiger Gast: Adaptiv-Pragmatisches Milieu, (c) Zukunftsgast: Expeditives Milieu.

Für die Destination Rügen selbst sind **keine inselspezifischen strategischen Grundlagen** (Tourismusstrategie, Marketingkonzept, Zielgruppendefinition) einsehbar. Hinweise auf Zielgruppen finden sich allerdings bspw. im Leitbild des Tourismusverbandes Rügen aus dem Jahr 2005. Dort ist sinngemäß die folgende Maßnahme formuliert: Verfolgung selektiver Marketingstrategien und Entwicklung zielgruppenorientierter Angebotspakete für Wanderer, Radfahrer, Segler, Ausländer zur Saisonverlängerung und Steigerung der Auslastung.

Implikationen für Kommunikation und Vertrieb

Der Tourismusverband Rügen als aktuell wesentlicher Träger der regionalen Marketing- und Managementaufgaben übernimmt alle Aufgaben im Marketing nach außen für nationale (und internationale) Gäste in den Kernmärkten. Notwendige Tools, ebenso wie Rubriken für Radtourenvorschläge, nachhaltige Anbieter u.v.w. sind vorhanden.

Generelle Empfehlung ist es daher, die **Zielgruppen der übergeordneten Ebene in den Vordergrund** zu rücken und auf Grundlage ihrer Bedürfnisse, Aktionsräume etc. Infrastrukturen, Angebote und Produkte sowie das Marketing zu gestalten. Hierzu sollten die Wittow-Themen **passgenau für die Zielgruppen** weiterentwickelt und die Qualität entsprechend gestaltet werden kann.

Unter Berücksichtigung der bestehenden Ressourcen der Halbinsel Wittow (personell, finanziell) sind kleine zusätzliche Marketingaktivitäten selbst leistbar, um die Wittow-bezogenen Besonderheiten darzustellen oder die Zielgruppen anzusprechen, die bisher nicht über die Destination abgedeckt sind (bspw. Tagesausflügler auf Rügen). Auch gemeinsame Projekte und Angebote mit den Partnern der Halbinsel Jasmund sollten geprüft und bedarfsgerecht entwickelt werden.

Wichtige Kernaspekte für das künftige Marketing sollten daher sein:

⁸ Einsehbar unter <https://www.tmv.de/zielgruppen/>

⁹ Die Sinus-Milieus sind ein Gesellschaftsmodell. Sie wurden vom SINUS-Institut vor über 40 Jahren entwickelt, werden kontinuierlich an die gesellschaftlichen Veränderungen angepasst und gelten als ein klassisches Modell der Zielgruppensegmentation, das auch im Deutschlandtourismus rege Anwendung findet. Die Sinus-Milieus fassen Menschen mit ähnlichen Werten und einer vergleichbaren sozialen Lage zu „Gruppen Gleichgesinnter“ zusammen. Die Übergänge zwischen den Milieus sind dabei fließend.

¹⁰ Einsehbar unter <https://urlaubsmarke.tourismus.mv/d/cP7Nc7vVYDaJ/markenhandbuch#/markenerlebnis-1/zielgruppen>

- inhaltlicher Fokus auf Profilt Themen und zielgruppenorientiertes Marketing (Produktgestaltung, Kommunikation, Vertrieb) sowie medialer Fokus auf Onlinekommunikation durch Nutzung der verschiedensten vorhandenen Medien
- gute Sichtbarkeit qualitativer Angebote und Produkte über die Destination Rügen und Etablierung von Kooperationen mit der Destinationsebene Rügen zur gesicherten Platzierung der POIs/Angebote/Produkte von Wittow über deren Kanäle
- projektbezogene, zielorientierte Auswahl von Marketingaktivitäten für Wittow und Bündelung von Aktivitäten im Rahmen einer gemeinsamen Marketinginitiative der fünf Gemeinden (auf Basis weiter Zielgruppenüberlegungen für Wittow)
- Zusammenarbeit mit weiteren Partnern (bspw. von der Halbinsel Jasmund), um Synergien zu identifizieren und Kollaborationsprojekte zu starten

Weitergehende Überlegungen für die Halbinsel Wittow

Zur konkreten Angebotsentwicklung werden weitere Überlegungen für die Halbinsel Wittow dargestellt. Dies fokussiert auf Erstbesucher und Wiederholungsbesucher.

Orientiert an Reisemotiven sind touristische Zielgruppen für die Halbinsel Wittow insbesondere Menschen,

- **die Ruhe, Ursprünglichkeit, Natur schätzen,**
 - dort entspannen wollen (bspw. campen, baden, spazieren),
 - dort sanft aktiv sein wollen (insb. Radfahren, wandern, reiten) und/oder
 - dort die besondere Natur erkunden wollen

→ Für diese braucht es: Leuchtturmangebote, Naturführungen, attraktives Rad- und Wanderwegenetz und thematische Wege, Strandbesonderheiten, Landschaftsinszenierung, Familienerlebnis etc.
- die **Wassersportaktivitäten** nachgehen wollen (insb. Windsurfen, Kiten, Segeln, SUP, Paddeln ...) und weitere **Sportliebhaber** (insb. Läufer).

→ Für diese braucht es: Sicherung der Wassersportanbieter und Bedingungen für die Ausübung des Wassersports, Verträglichkeit von Sport und Natur, Verknüpfung von Angeboten (bspw. zielgruppengerechte Caravanstellplätze), Sicherung und Ausbau sportlicher Events und Sport-Wettbewerbe.
- die die Halbinsel auf einem **Tagesausflug** kennenlernen oder das Kap Arkona besuchen wollen. Dies sind sowohl nationale und internationale Rügen-Besucher (die aber andernorts auf Rügen ihre Unterkunft und ihren Hauptaufenthalt haben) sowie auch Rügener/Rüganer, die die Angebote der Halbinsel nutzen.

→ Für diese braucht es: Tagestourismusmarketing, d.h. Marketing zum Kommen und zum Wiederkommen, gute Mobilitätsangebote.
- Potenziell: **Kulturinteressierte mit Interesse am Speziellen** (bspw. maritime Lebenskultur, Geschichte, Militärhistorie).

→ Für diese braucht es: Ausbau konkreter Reiseanlässe, attraktive Veranstaltungen und Sichtbarkeit der Veranstaltungen, digitale Erlebnisangebote und Inszenierung,

geschichtliche Führungen, weitere touristische Entwicklung insb. in der Nebensaison zur Verbesserung der Auslastung.

Unter Berücksichtigung soziodemographischer Daten bietet Wittow für alle Altersgruppen ein unterschiedliches quantitatives und qualitatives Angebot. Gerade für Familien mit Kindern besteht aber noch weiteres Ausbaupotenzial, das an die bestehenden Angebote anknüpfen kann (Naturerlebnis, Baden und Wassertourismus, Routen zum Aktivsein etc.).

Für die Zielgruppe der Geschäftsreisenden besteht ebenso leichtes Entwicklungspotenzial, wenn dies gewünscht ist. Hier ist Wittow im Rahmen von Betriebsausflügen oder im Segment „Blended Travel“/„Workcation“¹¹ interessant und könnte sich als Standort mit besonderer Atmosphäre, abseits des Trubels und im Grünen stärker positionieren. → Hier braucht es: qualitative Infrastrukturen und innovative Konzepte zur Ansprache von Geschäftsreisenden sowie im Bereich „Blended Travel“.

¹¹ Exkurs Blended Travel: In der Tourismusindustrie zeigt sich der deutliche Trend, dass immer mehr Menschen Arbeit und Freizeit mischen. Steigende Flexibilität und hybrides Arbeiten geben Menschen mehr Freiheit für Reisemöglichkeiten. Mit diesen Veränderungen sind neue Formen der Geschäftsreisen hinzugekommen, wie bspw. „blended travel“, was so viel bedeutet wie „gemischtes Reisen“, auch bekannt als „Bleisure“ (Verschmelzung von Arbeit (Business) und Freizeit (Leisure)) oder „Workcation“. Arbeitnehmende können dabei von einem anderen Ort aus arbeiten und so ggf. mit ihrem Urlaub kombinieren, sofern sie die notwendige technische Ausrüstung haben. Die Zielgruppe für diese neue Verbindung zwischen Reisen und Arbeit scheint groß zu sein. Wichtig sind dafür eine gute Internetverbindung, mitunter einen speziellen Arbeitsbereich, Nähe zu Geschäfts- und Freizeitaktivitäten etc.

6.6 Markenpositionierung und -entwicklung

Grundlegende Zielstellung

Ziel der strategischen (Neu-)Ausrichtung ist die Steigerung von Bekanntheit und Begehrlichkeit der Halbinsel Wittow bei potenziellen Gästen und potenziellen Zuzüglern (Fokus Fachkräfte) sowie eine optimierte, auf Nord-Rügen zugeschnittene Positionierung im Rügen-Tourismus und im Rügener Standortmarketing.

Fragestellungen

Zentrale Fragen für die Markenpositionierung und -entwicklung sind:

- Wer sind wir (USPs)? Wofür steht die Marke Wittow?
- Wo wollen wir hin? Was möchte der Raum für seine Zielgruppen sein?
- Wie definiert sich der Markenkern? Was sind die Kernbotschaften (Themen, Werte) und wie ist der Stil (Bildsprache, Wording, Gestaltungsmerkmale, Farben, Wirkung)?
- Welche Konsequenzen hat dies für das Binnenmarketing und die Außendarstellung (u.a. Aspekte wie Corporate Design, Wording, Tonalität in der Ansprache).

Antworten bietet der Prozess der Markenidentität.

Definition der Markenidentität

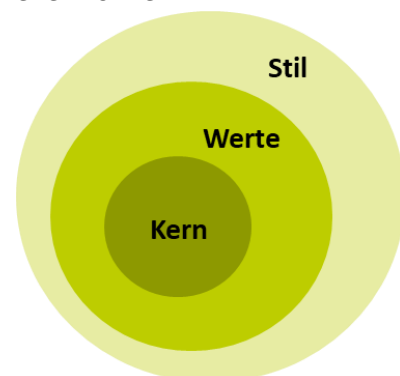
Die Fixierung der Marke Wittow formuliert die angestrebte Identität, sozusagen das Wesen der Marke. Sie soll eine gemeinsame Grundlage bilden, auf die sich die Beteiligten in den Marketingprozessen rund um das Projekt (rück)beziehen können.

Diese Aufgabe wird über den Prozess der **Markenidentität** gelöst, einem aus zahlreichen Projekten bewährten Ansatz zur anschaulichen Beschreibung einer Marke, bestehend aus der Definition von **Markenkern**, **Werten** und **Stil**.

Als Grundlage dessen dienen die herausgearbeiteten Attribute als Kernbotschaften zur Außendarstellung und der Identitätsbildung. Aufbauend darauf kann die Soll-Identität der Marke formuliert werden. Sie bringt zum Ausdruck, wofür die Marke stehen soll, und vermittelt die essentiellen, wesensprägenden und charakteristischen Merkmale und Kernbotschaften der Marke (abgeleitet aus den Alleinstellungsmerkmalen).

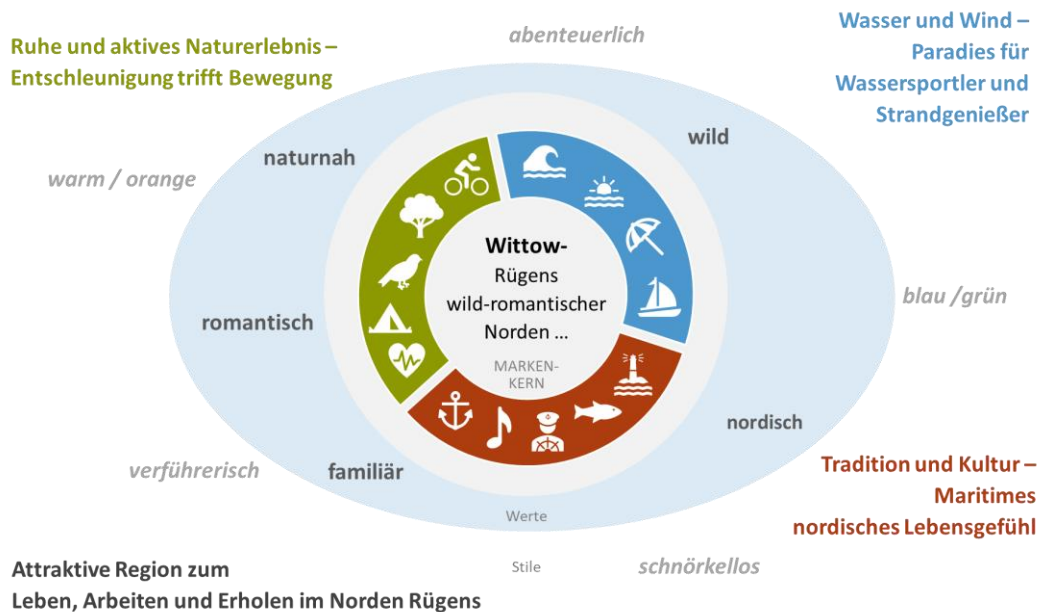
Die Markenidentität bezieht sich dabei bewusst auch auf die Profilierungsthemen und Individualbotschaften der beteiligten Partner. Daher wurden im Rahmen einer Kreativwerkstatt relevante Akteure intensiv bei der Entwicklung der Markenidentität beteiligt.

Am Ende des Prozesses steht eine definierte Marke sowie Empfehlungen zur Markenarchitektur als Basis für weitere Entscheidungen bzgl. Corporate Identity und Darstellung nach Innen und Außen.



Die Markenidentität für die Halbinsel Wittow wird in den folgenden Abbildungen verdeutlicht. Hier finden sich die Schlagworte für den Markenkern, Werte und den Stil auf Basis der Profilierungsthemen. Veranschaulicht wird das Modell ferner durch Beispielfotos, die die Attribute für Werte und Stil illustrieren.

Abb. 24 Modell der Markenidentität für die Halbinsel Wittow



© BTE 2024

Zusammenfassend bedeutet dies, dass sich die Halbinsel Wittow in ihrem Selbstverständnis im Spannungsfeld befindet zwischen Natur/Ruhe (Stichworte romantisch, naturnah), sportlich/Wasser/Wind (Stichworte wild, abwechslungsreich) in einer vielseitigen Region mit Freiräumen in Nord-Rügen (Stichworte familiär, nordisch).

Dies speist sich wiederum aus dem einerseits eher ursprünglichen, ländlich-nordisch geprägten Umfeld sowie aus den individuellen, teilweise auch urban geprägten „aktiven“ Zielgruppen, die sich aus Gästen aber zum Teil aus Neubürgern, Nachbarn und Wiederkehrenden formieren. Gemeinsamer Nenner ist der enge Bezug zur „nordischen wild-romantischen Heimat“ und den individuellen Freiräumen zur Selbstentfaltung, die die Halbinsel bietet.

Der bisherige Claim „**Wittow – Rügens wild-romantischer Norden**“ dient dabei perfekt als Klammer und als **Markenkern**.

Die **Werte: wild, nordisch, familiär, romantisch** sowie **naturnah** geben so das o.g. Spannungsfeld wieder. Welches sich im Stil wie folgt niederschlägt. Die Halbinsel Wittow ist im **Stil: abenteuerlich, blau und grün** (natürlich), **schnörkellos, verführerisch**.

Diese Markenidentität sollte zukünftig in der Angebotsgestaltung und im Marketing weiter untersetzt werden. Die Stilmerkmale dienen als Orientierung in der Außendarstellung (vor allem in der visuellen und akustischen Anmutung).

Die Kommunikation soll entsprechend persönlich, lokalbezogen, wertschätzend, traditionsbewusst, trotzdem zeitgemäß, mit Augenzwinkern (sich nicht zu ernst nehmen) sein. Umsetzbar wäre dies im Sinne des **Storytellings** über eine emotionale und persönliche Ansprache durch aktuelle wie auch historische Persönlichkeiten oder lokale Originale der Halbinsel (z.B. Einwohner, Anbieter und Leistungsträger, Kunden, Promis). Diese könnten authentisch ihre Erlebnisse, Lebensgeschichten oder Anekdoten im Sinne der gewünschten Kernbotschaften erzählen.

Durch eine bewusste Auswahl der Erzählerfiguren, können darüber hinaus direkt die gewünschten Zielgruppen angesprochen werden, z.B.

- für die Ansprache von Neubürgern oder Arbeitskräfte: Testimonials, die auf Wittow erfolgreich eine neue Lebenslaufbahn eingeschlagen haben,
- für Aktive und Wassersportler: Kitesurfer, die seit Jahren Stammgäste sind
- für Ruhesuchende: das Pärchen, welches auf Nord-Rügen Kraft tankt.

Die künftige Fotoanmutung soll v.a. auf die Begriffe „**romantisch**“ und „**wild**“ einzahlen und dabei den zuvor erarbeiteten Werten und Stilen entsprechen. Bilder mit einer wild-romantischer Anmutung sind zu bevorzugen. Motive sind Aktivitäten, Bewegung, Natürlichkeit und Wildheit der Landschaft, Weite von Wasser und Strand, regionale Bauweisen, Genuss, Familie, etc. Auch die Typographie sollte auf die benannten Themen untersetzen, d.h. im Spannungsfeld aus **romantisch-verspielt** hin zu **klar und schlicht**.

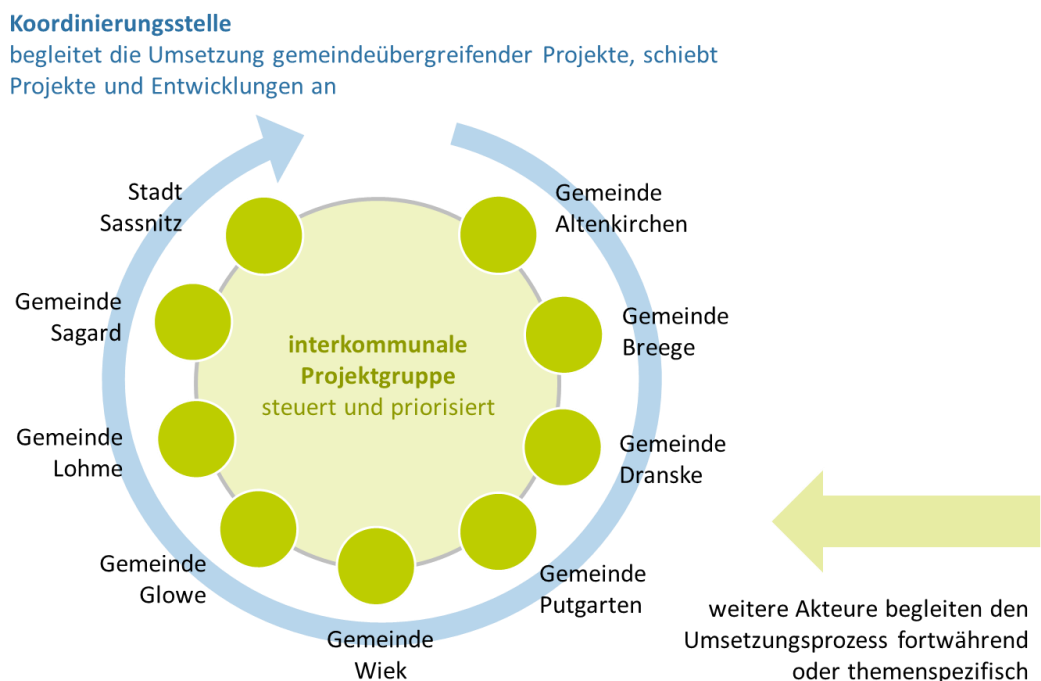
7 Empfehlungen zur Struktur, Organisation und Kooperation

Mit dem Konzept liegt zunächst eine Bestandsaufnahme, eine Empfehlung für die Entwicklung der Region, hinterlegt mit konkreten Maßnahmen in verschiedenen Detaillierungsstufen vor, umgesetzt ist aber noch nichts. Bereits im Rahmen der Erstellung des IREKs Wittow wurde immer wieder die Notwendigkeit deutlich, dass Miteinander insgesamt und zwischen den Kommunen zu stärken. Gerade im Rahmen des partizipativen Prozesses mit den Akteuren der Region, der Einwohnerschaft und regionalen Partnern wurde dieser Wunsch mehrfach geäußert. Auch darf der bereits in der Erarbeitung des IREKs gestartete intensive Dialogprozess in der Region auf keinen Fall abbrechen. Die gemeinsam erarbeiteten Maßnahmen sollten Stück für Stück umgesetzt werden. Für die weitere Gestaltung des Lebens- und Tourismusraumes Wittow bedarf es daher einer regionalen Koordinierung.

Auch im Integrierten Regionale Entwicklungskonzept (IREK) für die Gemeinden Breege, Glowe, Lohme und Sagard sowie die Stadt Sassnitz“ (2020) wurde eine interkommunale Kooperation mit einer interkommunalen Zweckgesellschaft empfohlen. Aufbauend auf der Analyse und den Diskussionen im Vertiefungsworkshop, empfiehlt sich daher eine gemeinsame Kooperation und Struktur der Kommunen der Halbinsel Wittow und der Halbinsel Jasmund, um den bestehenden und zukünftigen Herausforderungen in regionaler Gemeinsamkeit begegnen zu können.

Für die Umsetzung der interkommunalen Entwicklungsziele wird eine Struktur mit zwei Elementen empfohlen.

Abb. 25 Empfehlung Organisationsstruktur



Umsetzung und Etablierung einer gemeinsamen Koordinierungsstelle

Wesentliche Aufgabe der Koordinierungsstelle sind (1) Entwicklung, Anschub, Koordinierung von gemeindeübergreifenden (touristischen) Projekten, (2) Netzwerkbildung, (3) Impulsgebung für Abstimmungen und übergreifende Zusammenarbeit zu (touristischen) Themen, Abstimmung von überregionalen Belangen. Abhängig vom Aufgabenspektrum ergibt sich dabei ein Arbeitsumfang für ein oder zwei Personen. Für eine optimale Einbettung der Aktivitäten stimmt sich der Koordinator bzw. die Koordinatoren regelmäßig mit einer begleitenden interkommunalen Projektgruppe ab. Weitergehende Überlegungen und Informationen finden sich im Leitprojekt 1: Entwicklungskoordinator/en (Kapitel 8.2).

Bildung einer interkommunalen Kooperation der Kommunen & Konstituierung einer interkommunalen Projektgruppe

Die interkommunale Kooperation soll eine weitere Verfestigung der Zusammenarbeit darstellen. Wesentliche Zielstellung der interkommunalen Kooperation ist dabei einerseits eine gemeinsame Umsetzung gemeindeübergreifender Projekte und andererseits eine stärkere Zusammenarbeit und Abstimmung der Kommunen.

Zur weiteren Institutionalisierung der Zusammenarbeit wird die Gründung eines gemeinsamen Rechtsformträgers angestrebt (Empfehlung zur Rechtsträgerform: Verein oder GmbH; Wunsch aus dem Prozess: GmbH).

Eine interkommunale Projektgruppe begleitet die Koordinierungsstelle. Sie steuert die Kooperation und die Maßnahmen der Umsetzung sowie priorisiert die Aufgaben, d.h. definiert die Rang- und Reihenfolge der Schlüsselmaßnahmen, die gemeinsam zur Umsetzung gebracht werden sollen. Aufgabe der Projektgruppe besteht also in der Beratung und Abstimmung gemeinsamer Grundsatzentscheidungen für die Kooperation bzw. das Netzwerk. Um arbeitsfähig zu bleiben, sollte die Anzahl von 15 Personen nicht überschritten werden. Ein laufender (auch digitaler) Austausch und ca. zwei bis drei Treffen pro Jahr plus ggf. nach Bedarf sind empfehlenswert. Als potenzielle Mitglieder sind denkbar: Vertreter der Gemeinden (Bürgermeister) und des Tourismusvereins Nord-Rügen e.V. (als Interessensvertreter von touristischen Unternehmen und Gewerbetreibenden) sowie bei Bedarf aus weiteren ausgewählten Netzwerkinstitutionen. Weitergehende Überlegungen finden sich im Leitprojekt 2: Interkommunale Kooperation (Kapitel 8.2).

Weitere Netzwerkarbeit bei Bedarf

Zur Einbindung weiterer Akteure in die gemeinsame Tourismus- und Lebensraumentwicklung sind bspw. denkbar (initiiert durch den Koordinator):

- Initiierung von Arbeitsgruppen zu ausgesuchten Themen/ Projekten, die regelmäßig Tagen und aktuelle Entwicklungen berücksichtigen, diskutieren sowie unterstützende Maßnahmenempfehlungen erarbeiten, z.B. AG Marketing der Leitenden der Tourist-Informationen, AG für ausgewählte Leitprojekte und als fachliche Unterstützung des Koordinators
- Einbindung/Information von Partnern und Unternehmen, bspw. niedrigschwellige Treffen im Rahmen eines jährlichen „Partnerfrühstücks“/ „Informationsabends“, ggf.

auch zu bestimmten Themen in einer „lockeren“ bzw. informellen Atmosphäre zur Information über und Diskussion aktueller Entwicklungen

- Einbindungs- und Beteiligungsmöglichkeiten für Partner schaffen (z.B. Partnerbereich auf Website, Broschüren, Sponsoring, ...)

8 Handlungsprogramm

Das IREK Wittow mit seinen Handlungsempfehlungen ist ein Leitfaden zur Weiterentwicklung des Tourismus- und Lebensraumes auf der Halbinsel. Die Erkenntnisse und Ausführungen fußen zum einen auf die Ergebnisse des Beteiligungsprozesses (öffentliche Auftaktveranstaltung, öffentliche Präsentationsveranstaltung, Onlinebefragung der Einwohnerschaft, Expertengespräche, Zukunftswerkstatt, Maßnahmenwerkstatt, Gästebefragung). Zum anderen wurden gutachterliche Analysen und Bewertungen durchgeführt sowie eine Strategie für die weitere Entwicklung des Raumes erarbeitet, auf welche die aufgeführten Maßnahmen einzahlen.

8.1 Einführung

Zur Erfüllung des definierten Zielsystems und zur zielgerichteten Weiterentwicklung der Halbinsel Wittow sind vielfältige Maßnahmenideen gesammelt worden. Dabei gelten folgende Rahmenbedingungen:

- Das Handlungsprogramm fokussiert auf die wesentlichen und für die Entwicklung der **gesamten Halbinsel Wittow** relevanten Maßnahmen.
- Es integriert bereits **geplante sowie neue Ansätze** und Projekte, sofern sie zur Erfüllung des strategischen Zielsystems von Wittow beitragen.
- Zeitlicher Planungshorizont sind **zehn Jahre**, unter Berücksichtigung einer Flexibilität hinsichtlich Anpassungen an sich verändernde Rahmenbedingungen.
- In der operativen Umsetzung sind **Querverbindungen** zwischen den einzelnen Maßnahmen und Projekten zu prüfen und zu berücksichtigen.
- Die Umsetzung der Maßnahmen erfolgt unter **Vorbehalt** der finanziellen und personellen Möglichkeiten der Halbinsel Wittow.

Wichtig: Die formulierten Inhalte des Integrierten Regionalen Entwicklungskonzeptes der Halbinsel Wittow werden nur dann erreicht, wenn alle Akteure „an einem Strang ziehen“. Hierzu ist eine Zusammenarbeit zwischen den Gemeinden und mit vielen weiteren Partnern nötig. Die Umsetzung der meisten Maßnahmen ist nur im Zusammenspiel zwischen den als verantwortlich Benannten und allen anderen beteiligten Partnern möglich.

Das Handlungsprogramm untergliedert sich in zwei Ebenen.

1. Ein **"Muss"-Programm**, das die Leitprojekte mit zugehörigen Projektbeschreibungen, Teilschritten, Verantwortlichkeiten und weitergehenden Hinweisen benennt. Die übergreifenden **Leitprojekte** zeigen exemplarisch, wie die angestrebten Ziele erreicht werden sollen und können. Sie haben eine besondere Relevanz und Dringlichkeit.
2. Ein **"Ergänzungs"-Programm**, das zusätzliche **unterstützende Projekte und Maßnahmen** in verkürzter Form beschreibt. Diese Ideen sind nach den einzelnen Handlungsfeldzielen gegliedert und enthalten sowohl Projekte als auch allgemeine Handlungsempfehlungen.

8.2 Leitprojekte

Leitprojekte sind Projekte, die im besonderen Maße auf die gesetzten Ziele der Entwicklungsstrategie Wittow einzahlen und von herausragender Bedeutung für die weitere Gestaltung des Lebens- und Tourismusraumes sind, d.h.

- Leitprojekte besitzen eine „Türöffnerfunktion“, d. h. von ihrer Umsetzung werden viele weitere Projekte profitieren bzw. ist ohne sie eine Umsetzung manch anderer Maßnahmen gar nicht möglich (Starterfunktion).
- Leitprojekte treiben eine Entwicklung voran (Vorreiterfunktion).
- Leitprojekte lösen stellvertretend als Modellprojekt besondere Herausforderungen (Vorbildfunktion).
- Leitprojekte sind regional wirksam, d.h. sie bauen ein Defizit ab, wovon viele profitieren (Schlüsselfunktion).

Die nachfolgenden Leitprojekte wurden im Wesentlichen im Rahmen der begleitenden Veranstaltungen zur IREK-Erarbeitung durch die Teilnehmenden initiiert und im Rahmen der Maßnahmenwerkstatt priorisiert. Ergänzend wurden auf Basis der Analyse weitere Leitprojekte formuliert.

1. **Entwicklungskoordinator/en** – Einrichtung und Etablierung einer gemeinsamen Koordinierungsstelle für das Umsetzungsmanagement
2. **interkommunale Kooperation und Projektgruppe** – Etablierung einer interkommunalen Kooperation der Gemeinden
3. **Tourismusregion Nord-Rügen** – Prädikatisierung der Region als Tourismusregion Nord-Rügen und gemeinsame Weiterentwicklung der Kurabgabe
4. **Wohnraumentwicklung** – Schaffung bedarfsgerechten Wohnens für Einheimische und Zuzügler
5. **Mobilitätskonzept und ÖPNV** – Entwicklung eines Mobilitätskonzeptes Wittow sowie Lobbyarbeit für einen bedarfsgerechten ÖPNV und Ergänzung vorhandener Mobilitätsangebote
6. **Rad- und Wanderwegenetz** – Qualifizierung des Rad- und Wanderwegenetzes
7. **Infrastrukturmaßnahmen entlang der Schaabe** – Qualifizierung der Infrastrukturen entlang der Schaabe
8. **Mehrfunktionshaus/„Multiples Haus“** – Umsetzung eines Mehrfunktionshauses für Austausch, Grundversorgung, Medizin, Freizeit etc. (ggf. auch eines Netzwerks auf der Insel Rügen)
9. **digitale Sichtbarkeit der Angebote** – Erhöhung der digitalen Sichtbarkeit der Angebote und gemeinsame Aktivitäten

Nachfolgend sind die Leitprojekte, die für die Halbinsel Wittow eine besondere Bedeutung haben, tabellarisch aufgeführt.

Abb. 26 Leitprojekt 1: Entwicklungskoordinator/en

Einrichtung und Etablierung einer gemeinsamen Koordinierungsstelle für das Umsetzungsmanagement	
Handlungsfeld	Diese Maßnahme liegt übergeordnet über alle Handlungsfelder und Handlungsfeldziele, insb. aber Kooperation, Miteinander und Tourismusstruktur.
Kurzbeschreibung	Das Aufgabenspektrum aus dem IREK ist umfangreich. Zur erfolgreichen Umsetzung und Weiterführung des Projekts ist es dringend erforderlich eine gemeinsame Koordinierungsstelle mit konkreter Aufgabenzuweisung einzurichten. Die aus Gutachtersicht empfohlene und auch von den Akteuren auf lokaler Ebene gewünschte Koordinationsstelle/„Kümmererstelle“ soll die Konstanz und den Ausbau der Zusammenarbeit gewährleisten. grundlegende Überlegungen: ■ Entwicklung, Anschub, Koordinierung von gemeindeübergreifenden oder regional wirkenden Projekten ■ Schaffung von Synergien, Abbau von Konkurrenzdenken ■ Arbeit im Backoffice ■ Übernahme klar definierter Aufgaben von der lokalen Ebene – Ziel: Entlastung der Gemeinden, wichtig: Die Koordinierungsstelle ist dauerhaft auf die Zuarbeit der Gemeinden und Akteure angewiesen, d.h. es handelt sich vorrangig um eine Entlastung (nicht um eine vollständige Übernahme aller Aufgaben). als relevante Aufgaben sind denkbar (abhängig vom Aufgabenspektrum ergibt sich ein Arbeitsumfang für ein oder zwei Personen): ■ Starterphase ▪ Weiterführung und Ausbau des Netzwerkes, insb. weitere Konkretisierung und Begleitung der interkommunalen Kooperation und Gründung der gemeinsamen GmbH (siehe Leitprojekt 2) ▪ Begleitung der Umsetzung einer gemeinsamen Tourismusregion ▪ Anschub eines ersten gemeindeübergreifenden Projekts ■ Verstetigungsphase (nach Gründung der GmbH) ▪ Projektentwicklung: d.h. Entwicklung, Anschub, Koordinierung von übergreifenden (touristische) Projektideen, insb. Initiierung, Organisation, Zusammenbringen von Akteuren und Partnern, Moderation des Prozesses, Beratung von Projektträgern ▪ Projektumsetzung: Übernahme von Projektleitung bzw. Projektmanagement, Hilfe bei der Partnersuche ▪ Netzwerkbildung: Information und Einbindung der Akteure und Leistungsträger aus den Bereichen Einwohnerschaft, Politik, Wirtschaft, Tourismus etc. ▪ Impulsgeber für Abstimmungen und übergreifende Zusammenarbeit, Abstimmung von überregionalen Belangen, Schnitt- und Anlaufstelle für übergreifende (touristische) Kooperationen ▪ Kosten- und Finanzmanagement, Einwerben von Fördermitteln ▪ strategisches Arbeiten: Evaluierung und Fortschreibung des IREK,

	Untersetzung des IREK mit Arbeitsprogrammen, Koordinierung und Moderation des Gesamtprozesses und von Arbeitsgruppen ■ enge Zusammenarbeit mit dem TV Rügen im Bereich Destinationsmarketing und -management ■ ggf. als Projekte: Identifizierung und Durchführung von gemeinsamen Marketingmaßnahmen, Unterstützung der Tourist-Informationen bei der gemeinsamen Produktentwicklung, bei den Themen Marktforschung, Qualität und Innovation relevante Themen für Projekte sind bspw. Tourismusregion, Mobilität, übergreifende Angebotsentwicklung, gemeinsames Marketing. strukturelle Überlegungen ■ strukturell kann sich die Koordinierungsstelle zum Start bei einer bestehenden „Organisation“ andocken oder bei einer „GmbH in Gründung“ ■ empfohlen wird eine bestehende Struktur – denkbar sind vor allem die Tourismusgesellschaft Kap Arkona GmbH als etablierte Gesellschaft oder der Tourismusverein Nord-Rügen als bereits regional agierender Verein → im Vertiefungsworkshop wurden die Varianten bereits andiskutiert und eher bei der GmbH gesehen wichtig ist dabei insgesamt auch: Wer sollte fördertechnisch am besten den Antrag stellen? Welche Variante trifft auf den größten Konsens in den Gemeinden/Gemeinderäten? Nach Gründung der gemeinsamen GmbH sollte die Koordinierungsstelle in diese übergehen.
Teilprojekte, Teilschritte	■ Klärung Vorbedingungen zur Akquirierung von Fördermitteln ■ Definition der Aufgaben der Koordinierungsstelle und Entscheidung zur Anzahl der Koordinatoren (eine Person oder zwei) → Im Hinblick auf den identifizierten Arbeitsumfang und bei einer angestrebten Kooperation der Halbinseln Wittow und Jasmund als gemeinsame Region (vgl. Kapitel 7) sollte die Anstellung von 2 Personen angestrebt werden, um auch nach 1 bzw. 2 Jahren sichtbare Erfolge zu erzielen (denkbar 2 Personen mit unterschiedlichen Themensetzungen oder Leitung und Assistenz) ■ Definition der Struktur und weiterer Rahmenbedingungen, insb. ■ Welche Rechte und Pflichten hat die Koordinierungsstelle? ■ An welche Struktur dockt die Stelle anfänglich an? ■ Wo sitzt die Koordinierungsstelle? Beachte: Die Aufgaben fallen vornehmlich im Backoffice an, dafür spielt der Sitz des Arbeitsplatzes keine Rolle! ■ Formulierung eines Tätigkeitsprofils bzw. von Tätigkeitsprofilen bei zwei Personen ■ Akquirierung von Fördermitteln, inkl. Vorbereitung der Antragsstellung, Abstimmung der Gemeinden zum Aufbringen des Eigenanteils ■ Ausschreibung, Auswahl und Besetzung der Koordinierungsstelle Begleitend und eng verbunden mit dem Leitprojekt 2: ■ Sensibilisierung im Binnenmarketing für das Thema interkommunale Zusammenarbeit und Stelle einer Entwicklungskoordination

	■ Vorbereitung von kommunalen Beschlussfassungen zur finanziellen Unterstützung der Kooperation und einer Koordinierungsstelle ■ Bei Zusage: Bindung von entsprechendem Personal entsprechend dem Aufgabenspektrum der Koordinierungsstelle (Stichworte Qualifikation: Tourismuskenntnisse, Wirtschaftsförderung, Regionalmarketing, Regionalmanagement, Fördermittelakquise)
Realisierungsraum	Empfehlung: Zuständigkeit Halbinsel Wittow und Halbinsel Jasmund Alternativ: Zuständigkeit Halbinsel Wittow
Maßnahmenträger, Kooperationspartner	■ Verantwortlichkeit: Gemeinden, Tourismusverein Nord-Rügen oder Tourismusgesellschaft Kap Arkona GmbH als erste Organisationsstruktur, bevor sich die gemeinsame GmbH der Gemeinden gründet ■ Partner: alle weiteren Akteure ■ interkommunale Kooperation: Der Koordinator schiebt Entwicklungen und Projekte der interkommunalen Kooperation an, er besitzt Schnittstellenfunktion und ist ausführendes Organ.
Kosten, Finanzierung	■ Kosten (Empfehlung) ■ 50.000 EUR Personalkosten pro Person ■ 5.000 EUR Sachkosten ■ kleine Lösung 25.000 EUR Projekt- und Marketingkosten, besser 55.000 EUR ■ anfänglich Finanzierung über Fördermittel und Umlage der Gemeinden, bspw. ■ Anschubfinanzierung über Strukturentwicklungsfond (55% förderfähig) für 1 Jahr mit Möglichkeit auf Weiterführung für ein zweites Jahr ■ Eigenanteil/Kostenbeteiligung der Kommunen – Für die Kostenbeteiligung der Kommunen sind unterschiedliche Modelle denkbar, bspw. paritätische Verteilung auf die Kommunen; Verteilung nach Einwohnerzahl; Einwohner- und Bettenschlüssel; Schlüssel Einwohner und Ankünfte; Schlüssel Einwohner und Übernachtungen – Gutachterempfehlung paritätische Verteilung ■ perspektivisch: Nutzung der zweckgebundenen Abgaben (Kurabgabe, Tourismusabgabe) als Finanzierungsgrundlage
Zeitraumen	kurzfristig bis mittelfristig

Abb. 27 Leitprojekt 2: Interkommunale Kooperation und Projektgruppe

Etablierung einer interkommunalen Kooperation der Gemeinden	
Handlungsfeld	Diese Maßnahme liegt übergeordnet über allen Handlungsfeldern und Handlungsfeldzielen, insb. aber Kooperation, Miteinander und Tourismusstruktur.

Kurzbeschreibung	Im Rahmen der Erstellung der IREKs Wittow wurde immer wieder die Notwendigkeit deutlich, dass Miteinander insgesamt und zwischen den Gemeinden zu stärken. Gerade im Rahmen des partizipativen Prozesses mit den Akteuren der Region, der Einwohnerschaft und regionalen Partnern wurde dieser Wunsch mehrfach geäußert. Auch im Integrierten Regionale Entwicklungskonzept (IREK) für die Gemeinden Breege, Glowe, Lohme und Sagard sowie die Stadt Sassnitz“ (2020) wurde eine interkommunale Kooperation mit einer interkommunalen Zweckgesellschaft empfohlen. Aufbauend auf der Analyse und den Diskussionen im Vertiefungsworkshop, empfiehlt sich daher eine gemeinsame Kooperation und Struktur der Kommunen der Halbinsel Wittow und der Halbinsel Jasmund, um den bestehenden und zukünftigen Herausforderungen in regionaler Gemeinsamkeit begegnen zu können. Zielstellung der Kooperation sind insbesondere (1) eine gemeinsame Umsetzung gemeindeübergreifender Projekte, (2) eine stärkere Zusammenarbeit und Abstimmung der Gemeinden sowie (3) eine gemeinschaftliche Umsetzung der Ziele des IREKs. Die interkommunale Kooperation soll dabei einen Beitrag zur weiteren gemeinsamen Tourismusentwicklung sowie zur Zukunftssicherung leisten. Es geht es um eine Optimierung der Leistungsfähigkeit der gemeinsamen (touristischen) Arbeit zur Verbesserung der Lebensqualität für die Einwohnerschaft und der Aufenthaltsqualität für den Gast. Ergänzend sollen Synergien genutzt und positiver Effekte insgesamt und im jeweiligen Gemeindegebiet für die Einwohnerschaft generiert werden. Zur Institutionalisierung wurde im Vertiefungsworkshop die Bildung einer gemeinsamen Organisation präferiert (aktuell favorisiert: GmbH). Mit Leben gefüllt und zur operativen Umsetzung wird die Kooperation durch eine interkommunale Projektgruppe, geleitet und begleitet durch die gemeinsame Koordinierungsstelle (siehe Leitprojekt 1).
Teilprojekte, Teilschritte	Fokus gemeindeübergreifende Belange/Projekt/Maßnahmen: ■ Abstimmung und (idealerweise öffentlichkeitswirksame) Unterzeichnung eines Letter of Intent, d.h. einer gemeinsamen Absichtserklärung/Willenserklärung der Gemeinden für eine stärkere Kooperation ■ Grundsatzbeschluss in den Gemeinden zur Gründung einer gemeinsamen Struktur/Organisation (bspw. GmbH), Einstellung eines Entwicklungskoordinators bzw. -koordinatorinnen, Bildung einer interkommunalen Projektgruppe und idealerweise Gründung einer gemeinsamen Tourismusregion ■ Konstituierung einer interkommunalen Projektgruppe mit folgenden Aufgaben: (1) steuert die Kooperation und die Maßnahmen der Umsetzung und (2) priorisiert die Aufgaben, d.h. definiert die Rang- und Reihenfolge der Schlüsselmaßnahmen, die gemeinsam zur Umsetzung gebracht werden sollen ■ Schaffung der Stelle(n) eines Koordinators/Kümmersers zur weiteren Konkretisierung der interkommunalen Kooperation und Begleitung erster Umsetzungs-Projekte (vgl. Leitprojekt 1) ■ Konkretisierung der Organisation, mit folgenden Inhalten

	▪ Aufgaben, Befugnisse, Arbeitsteilung, Prozesse ▪ Rechtsform (gewünscht GmbH), Mitglieder (Kommunen, d.h. Städte und Gemeinden als Gesellschafter der GmbH) ▪ Finanzierung (Stammkapital, Wirtschaftsplan, Verteilerschlüssel für Kosten und Einnahmen, Förderfähigkeit/Kofinanzierung) ▪ Kooperationspartner ▪ Personelle Ausstattung ▪ weitere Strukturmerkmale, bspw. Rechtsform (Struktur) ohne Infrastruktur (verbleibt bei den Gemeinden) ■ Genehmigung der Rechtsaufsicht und Gründung der GmbH ■ Erarbeitung eines jährlichen Plans – Priorisierung der Schlüsselmaßnahmen und der weiteren wichtigen Maßnahmen ■ Steuerung der Umsetzung der ausgewählten Maßnahmen Fokus Abstimmung gemeindebezogener Projekte/Maßnahmen ■ Aktivierung der Bürgermeisterrunde zur Diskussion relevanter Themen, bspw. Information über größere Investitionspläne, Abstimmung (Infrastruktur-)Planungen, Identifizierung gemeinsamer Tourismus-Marketingmaßnahmen (in Rückkopplung mit den TIs)
Realisierungsraum	Empfehlung: Zuständigkeit Halbinsel Wittow und Halbinsel Jasmund Alternative: Zuständigkeit Halbinsel Wittow
Maßnahmenträger, Kooperationspartner	■ Verantwortlichkeit: Gemeinden, fachlicher Vertreter des Amtes Nord-Rügen ■ Partner: Vertreter des Vorstandes des Tourismusvereins Nord-Rügen, Leitende der Tourist-Informationen, weitere Akteure und Netzwerkpartner ■ interkommunale Kooperation: Das Leitprojekt ist die Grundlage zur Umsetzung vieler weiterer Maßnahmen und Grundlage der Interkommunalen Kooperation
Kosten, Finanzierung	■ keine Kosten für die Kooperation an sich, eher Zeit-Invest ■ Gründungskosten GmbH: Stammkapital 25.000 EUR + Gebühren Notar, Eintrag Handelsregister, ggf. rechtliche Begleitung ■ Kosten für die Einrichtung und Führung einer Geschäftsstelle im Backoffice durch einen Koordinator/Kümmerer (vgl. Leitprojekt 1) sowie ggf. Budget zur Umsetzung gemeinsamer Projekte
Zeitraumen	kurzfristig bis mittelfristig
Weitergehende Hinweise	■ Ein erster Austausch zu Inhalten und nächsten Schritten erfolgte im Vertiefungsworkshop mit den Bürgermeistern/Bürgermeisterinnen der Gemeinden Gemeinden Altenkirchen, Breege, Dranske, Glowe, Lohme, Putgarten und Wiek. ■ Die Bürgermeister der Gemeinde Sagard und der Stadt Sassnitz wurden im Nachgang der Veranstaltung informiert. ■ Klärung wichtig: Einbindung des Amtes Nord-Rügen ■ Perspektivisch denkbar: Tourist-Informationen werden gemeinsam geführt (in einer Organisation) mit Möglichkeit der Kompetenzaufteilung zwischen den einzelnen Büros (alle müssen nicht weiterhin alles können und bedienen, sondern jeder fokussiert sich auf sein

Kompetenzfeld und kann es intensiv bearbeiten).

Abb. 28 Leitprojekt 3: Tourismusregion Nord-Rügen

Prädikatisierung der Region als Tourismusregion Nord-Rügen und gemeinsame Weiterentwicklung der Kurabgabe	
Handlungsfeld	Kooperation, Miteinander und Tourismusstruktur
Kurzbeschreibung	Entsprechend des Kommunalabgabengesetz - KAG M-V können anerkannte Kur- und Erholungsorte sowie Tourismusorte oder -regionen eine Kurabgabe (und Fremdenverkehrsabgabe) erheben. Sie dient als ein wichtiger Baustein zur Refinanzierung touristischer Infrastrukturen und Angebote. Aktuell wird auf der Halbinsel Wittow in den Erholungsorten und dem Ostseebad Breege-Juliusruh eine unterschiedliche Kurabgabe erhoben, allerdings nicht in Altenkirchen da keine Prädikatisierung vorliegt. Eine kostenfreie ÖPNV-Nutzung ist für Kurkarteninhaber und Einwohner von Breege-Juliusruh möglich. Durch die Bildung einer Tourismusregion und der dafür notwendigen Harmonisierung der Kurabgabesatzungen ergeben sich viele Vorteile: ■ Es haben weitere Gemeinden der Region die Möglichkeit, touristische Infrastrukturen und Angebote über eine Kurabgabe zu refinanzieren, die selbst nicht Kur-, Erholungs- oder Tourismusort sind. ■ Durch eine gegenseitige Anerkennung der Kurkarten bzw. ein gemeinsames Erhebungsgebiet erhalten Naherholer, Ausflügler und Urlauber das Recht zum kurabgabefreien Besuch eine der anderen Gemeinden und können dort entsprechende Leistungen mitnutzen. Ohne diese Regelung müsste rechtlich in allen Gemeinden, die nicht der Wohnort sind, beim Besuch eine Abgabe erfolgen, insofern Tagesgäste zur Abgabe verpflichtet sind (ist Bestandteil im KAG M-V!). ■ Gäste haben einen direkten Mehrwert, da sie in allen Orten die gleichen Leistungen erhalten, unabhängig davon, wo sie übernachten. ■ Eine gemeinsame Vermarktung stärkt das Gemeinschaftsgefühl und die Wahrnehmung des Gastes als eine Region. ■ Durch das gemeinsame Auftreten lässt sich mehr Gewicht erzeugen und die gemeinsamen Interessen besser vertreten. Durch eine gemeinsame digitale Abrechnung und Abwicklung (in einer Tourismusregion) wird ergänzend der Aufwand für das Management zur Abgabenerhebung minimiert, da Synergien genutzt werden (bspw. Kosten für ein gemeinsames Mandant für mehrere Orte) und verschiedenste Vorteile für Vermieter, Kommunen und Gast entstehen.
Teilprojekte, Teilschritte	■ interkommunale Abstimmung ■ Abgleich der Kriterien und Identifizierung von Handlungsbedarfen ■ insb. Harmonisierung des Satzungsrechts zur Kurabgabe ▪ Diskussion der Inhalte einer gemeinsamen Kurabgabesatzung, bspw. Gründung eines Kurabgabe-Beirates (Vertreter der Kommunen und ausgewählte Schlüsselakteure bzw. Touristiker)

	▪ Entwicklung eines Satzungsentwurfs und Finalisierung des Kurabgabeentwurfes (bspw. in zwei Terminen) ▪ Weitergabe des Satzungsentwurfs mit Beschlussvorlage an ggf. zuständige Gremien/Ausschüsse ▪ rechtliche Prüfung der Satzungsentwürfe und entsprechender Kalkulationen (Rechtsberatung) ■ begleitend: ▪ Berechnung der Kurabgabe für eine einheitliche Erhebung und jeweils für die Gemeinden ▪ Entscheidung zur Höhe und Verteilung der Kurabgabe ■ Vorbereitung der Antragstellung: ▪ Erstellung notwendiger Unterlagen ▪ Beschluss der Gemeindevertretungen Parallel: ■ weitere Umsetzung und Zusammenführung des digitalen Meldewesens/digitale Kurkarte ▪ Definition der technischen Voraussetzungen und Anforderungen ▪ Definition der Inhalte in Abstimmung mit Unternehmen ▪ Projektplanung für die Entwicklung und Einführung einer digitalen Kurkarte einschließlich Kostenplanung ▪ Klärung der Finanzierung und ggf. Fördermöglichkeiten ▪ Auftragsvergabe ▪ Einführung der gemeinsamen digitalen Kurkarte ▪ Wartung der technischen Infrastruktur sowie kontinuierliche Pflege der Gästeinformationen und -angebote ■ Klärung gemeinsamer Leistungen und Gewinnung weiterer Partner
Realisierungsraum	Empfehlung: Halbinsel Wittow und Halbinsel Jasmund Alternative: Halbinsel Wittow
Maßnahmenträger, Kooperationspartner	■ Verantwortlichkeit: Gemeinden ■ Partner: Tourismusverein Nord-Rügen, touristische Partner der Gemeinden (Leiter der Tourist-Informationen), Touristiker, Anbieter digitaler Lösungen wie bspw. AVS ■ interkommunale Kooperation: Zusammenarbeit unerlässlich
Kosten, Finanzierung	Gesamtkosten unbeziffert
Zeitraumen	kurzfristig
Weitergehende Hinweise	Voraussetzungen für die Anerkennung als Tourismusregion entsprechend Kurortgesetz: ■ touristische Region vorzugsweise mit mindestens einem Kur- oder Erholungsort ■ Vorhandensein einer leistungsfähigen tour. Infra-/Angebotsstruktur ■ Bestehen einer konzeptionellen Entwicklungsgrundlage (Tourismuskonzept) mit regionalem Schwerpunkt

	■ Nachweis einer regionalen Kooperationsbereitschaft mit übergeordnetlich organisierten Zusammenschlüssen einschließlich einer Harmonisierung des Satzungsrechts zur Erhebung der Kurabgabe ■ Aktivitäten im Hinblick auf ein gebietsbezogenes Marketing ■ regionale, branchenübergreifende Zusammenarbeit mit nachgeordneten Behörden
--	--

Abb. 29 Leitprojekt 4: Wohnraumentwicklung

Schaffung bedarfsgerechten Wohnens für Einheimische und Zuzügler	
Handlungsfeld	Daseinsvorsorge, Siedlungsentwicklung und öffentlicher Raum
Kurzbeschreibung	Bezahlbarer Wohnraum ist eine wichtige Grundvoraussetzung für eine attraktive Region zum Leben und Arbeiten. In der Onlinebefragung der Einheimischen war die Wohnsituation unter den TOP 3 als Grundlage zur Sicherung einer guten Lebensqualität auf Wittow. Hier bedarf es als Wünsche aus der Einwohnerschaft und von den Wirtschaftstreibenden bezahlbare Angebote sowie keine weitere quantitative Entwicklung von Ferienunterkünften, insb. keine neuen Ferienwohnungen/-häuser für Urlaubsgäste. Wichtig ist dabei, bedarfsgerechtes und attraktives Wohnangebot für verschiedene Anspruchsgruppen vorzuhalten, d. h. Wohnraum für Einheimische insb. für Jüngere und junge Familien, altersgerechte Wohnformen, aber Wohnraum für Rückkehrer und Zuzügler sowie für neue Mitarbeiter in den Betrieben der Halbinsel (insbesondere für Familien). Um den Bestand an Wohnraum für Einwohner der Region zu sichern und neue Angebote vorzuhalten ist ein Mix aus Maßnahmen wichtig. Auch wenn viele Maßnahmen auf Gemeindeebene verortet ist, empfiehlt sich eine abgestimmte und zukunftsfähige gemeinsame Planung in der Region.
Teilprojekte, Teilschritte	Bausteine zur weiteren Wohnraumentwicklung sind insb. ■ planungsrechtliche Sicherung allgemeiner Wohngebiete (als Priorität in der Bauleitplanung) ■ Förderung des kommunalen Bauens ■ Erfassung und Umnutzung von Leerstand ■ Evaluierung des Status Quo im Bereich Wohnpotenzial als Grundlage für den Aufbau eines interkommunalen Flächenmanagements, inkl. GIS-basierten Leerstands- und Baulückenkatasters ■ Prüfung der Machbarkeit einer Wohnungsbörse – auch um den Weiterverkauf von Wohnraum/Häusern von Erbgemeinschaften an Einheimische zu fördern ■ Sicherung des Wohnraumbestandes, insb. ■ Verhinderung der Umnutzung von Wohnhäusern zu Ferienhäusern und die Nutzung von Neubauten als Zweitwohnsitz, bspw. durch Prüfung der Umsetzung des Gesetzes über das Verbot der Zweckentfremdung von Wohnraum in Mecklenburg-Vorpommern (Zweckentfremdungsgesetz - ZwG M-V) vom 22. Mai 2021

	weitere Impulse aus dem Partizipationsprozess (Beispiele): ■ Erschließung von Gebieten zum Haus- bzw. Wohnungsbau durch Erbpacht – Erbbaurecht (Bodenrichtwerte) ■ Entwicklung interkommunaler Bauvorhaben (altersgerechte Wohnungen, Sozialwohnungen, ...) ■ Beantragung einer Veränderungssperre durch die jeweilige Kommune (nur relevant bei Veränderung oder Neuaufstellung eines Bebauungsplanes, nur temporär umsetzbar) dabei wichtig: ■ gezielte Wohnraumentwicklung für verschiedene Anspruchsgruppen, Ideen aus anderen Regionen: ▪ Setzung von Prioritäten bei der Grundstücksvergabe entsprechend eines Modells mit Punktevergabe (bspw. Anzahl Kinder, Geburt vor Ort, ...) ▪ gemeinsame „Betriebswohnungen“ für Fach- und Saisonkräfte, d.h. Betriebe teilen sich Wohnungen für Mitarbeiter ▪ Schaffung weiterer altersgerechter, barrierefreier und sozialer Wohnformen, Möglichkeiten für Mehrgenerationswohnen durch die Gemeinden oder durch Träger
Realisierungsraum	gesamte Halbinsel Wittow
Maßnahmenträger, Kooperationspartner	■ Verantwortlichkeit: Gemeinden ■ Partner: Amt Nord-Rügen (Bauamt), Grundstückseigentümer ■ interkommunale Kooperation: Konkrete Planungen in den Gemeinden obliegt den lokalen Hoheitsaufgaben, d.h. die Sicherung und Weiterentwicklung des Wohnraumbestand ist Aufgabe im jeweiligen Gemeindegebiet; eine interkommunale Zusammenarbeit ist allerdings empfehlenswert insb. für eine abgestimmte Bauleitplanung oder ein gemeinsam getragenes Leerstandsmanagement, auch die Planung von kommunalen Bauvorhaben sollte idealerweise abgestimmt werden
Kosten, Finanzierung	Gesamtkosten unbeziffert Umbauten, Sanierungen etc. lassen sich über Fördermittel von Land, Bund, EU kofinanzieren
Zeitraumen	mittelfristig
Weitergehende Hinweise	■ Bestehende Herausforderungen aus Sicht der lokalen Akteure: ▪ peripher gelegene Gebäude sind aufgrund von Distanzen zur Grundversorgung (Einkauf) unattraktiver ▪ potenzielle Träger scheuen die Region nördlich von Bergen ▪ teilweise nicht genug Senioren mit Betreuungsbedarf, Träger fürchten mangelnde Rentabilität ▪ Investoren fordern teilweise Gegenleistungen in Form von Flächen für Ferienhäuser ▪ Änderungen im Baurecht teilweise notwendig ▪ Umnutzung von Mischgebieten

Abb. 30 Leitprojekt 5: Mobilitätskonzept und ÖPNV

Entwicklung eines Mobilitätskonzeptes Wittow sowie Lobbyarbeit für einen bedarfsgerechten ÖPNV und Ergänzung vorhandener Mobilitätsangebote	
Handlungsfeld	Daseinsvorsorge, Siedlungsentwicklung und öffentlicher Raum
Kurzbeschreibung	Wie die Analyse und die Impulse der Akteure und Einwohner gezeigt haben, decken die Mobilitätsangebote den Bedarf nur unzureichend. Gerade beim ÖPNV bestehen beim Schülerverkehr und zu Tagesrandzeiten Verbesserungsbedarfe. Wünsche aus der Einwohnerschaft im Hinblick auf die Mobilität sind vornehmlich: bezahlbar, gut ausgebaut, regelmäßig, abgestimmt. Auch im Hinblick auf den Tourismus ist eine verkehrliche Erreichbarkeit der Region, einzelner Sehenswürdigkeiten und Ziele in der Umgebung, eine lückenlose Verkehrsinfrastruktur, stringente Leitsysteme sowie Möglichkeiten der vernetzten Verkehrsnutzung zu Attraktionen wichtig. Diese bieten Gästen die Voraussetzungen, eine Region problemlos erkunden zu können, prägt entscheidend die Wahrnehmung und Bewertung der Destination. Darüber hinaus hat eine gute Verkehrsinfrastruktur große Bedeutung für einen umweltfreundlichen Aufenthalt der Gäste. Es bedarf daher einer Weiterentwicklung vorhandener Mobilitätsangebote und der Umsetzung weiterer (auch kreativer) Lösungen. Grundlage für eine benutzerfreundlichen und nachhaltigen Verkehrsverbund ist dabei eine Mobilitätsanalyse und eine zukunftsgerichtete Mobilitätskonzeption für die Halbinsel. Analog den Empfehlungen im IREK Jasmund braucht es dafür eine Untersuchung des bestehenden Angebotes, aktueller Herausforderungen, Bedarfe, Optionen, Finanzierungsmodelle, Routenplanung etc.
Teilprojekte, Teilschritte	grundlegend: ■ Entwicklung eines Mobilitätskonzeptes Wittow (analog oder gemeinsam mit einer Mobilitätskonzeption Jasmund), inkl. integrierte Betrachtung der Mobilität der Region, inkl. Darlegung ▪ bestehender Angebote sowie bestehender und potenzieller Nutzungen (Evaluierung der Nutzerzahlen nutzen, Bedarfserfassung Schulbus) ▪ von Lücken und Bedarfen ▪ von Optionen zur Mobilitätsverbesserung für einen umweltfreundlichen Verkehrsverbund und Verbesserung des ÖPNV ▪ von Finanzierungsmodelles, Routenplanungen, kreativen neuen Mobilitätsformen etc. Fokus ÖPNV ■ Lobbyarbeit für einen bedarfsgerechten ÖPNV sowie Ergänzung und Weiterentwicklung vorhandener Mobilitätsangebote, beispielhafte Ideen aus dem Prozess ▪ Lobbyarbeit zur Etablierung von Modellprojekten zu Rufbussen (potenziell guter Testmarkt, Rufbus wird bspw. westlich von

	Grimmen getestet, weitere Gebiete denkbar), Einrichtung von Rufbussen ▪ Schnell-/Direktverbindungen (bspw. separate Schulbuslinie, d.h. Schülertransport per separaten Schulbus, gekoppelt mit Rufbus) ▪ Anpassung der Taktung von ÖPNV-Verbindungen insb. Verbesserung der Anbindung des ÖPNV an die Bahn ▪ Einrichtung/Verzahnung von verschiedenen Angeboten (Bus, Bahn, Rufbus), Rufbusse als Zubringer für normale Busse zur Erreichbarkeit aller Orte ■ Ausweitung der kostenlosen Nutzung des ÖPNV auf der Halbinsel, d.h. Prüfung der Umsetzbarkeit des Angebotes in Breege auch in anderen Gemeinden der Halbinsel (wichtige Grundlage zur Finanzierung: Prädikatisierung als Tourismusregion, siehe Maßnahme Leitprojekt 3) weitere Maßnahmen zur Optimierung der Mobilität für Einheimische und Gäste, beispielhafte Ideen aus dem Prozess: ■ ermäßigtes Berufspendler-Ticket für die Wittower Fähre in Kooperation mit „Weiße Flotte“ ■ Machbarkeitsprüfung einer „Wittow-Bahn“ für Touristen und Einheimische, damit Orte auf Wittow besser erreichbar sind ■ Mitfahrbänke an Hotspots sowie Supermärkten, Arztpraxen und in entlegenen Ortsteilen, wichtig: zu versicherungsrechtlichen Bedenken aufklären¹²
Realisierungsraum	Halbinsel Wittow in enger Verbindung zur Halbinsel Jasmund und in Vernetzung mit der Insel Rügen
Maßnahmen-träger und Kooperati-onspartner	■ Verantwortlichkeit: Entwicklungskoordination (siehe Leitprojekt 1) ■ Partner: Land Mecklenburg-Vorpommern, Landkreis Vorpommern-Rügen, Amt Nord-Rügen, Gemeinden, Verkehrsträger ■ interkommunale Kooperation: Zusammenarbeit unbedingt erforderlich, da die Maßnahmen alle Gemeinden umfassen sollten; einheitliches Auftreten gegenüber der VVR als Trägerin des ÖPNV in der Region erfordert die Zusammenarbeit der Gemeinden, vernetzte Angebote erfordern eine interkommunale Zusammenarbeit
Kosten, Fi-nanzierung	■ Gesamtkosten unbeziffert ■ Investition von Zeit für Lobbyarbeit und Abstimmungen ■ Prüfung der Einbindung von Fördermitteln für Modellprojekte
Zeitraumen	mittelfristig
Weiterge-hende Hin-weise	■ Bestehende Herausforderungen aus Sicht der lokalen Akteure: ▪ Kosten ▪ Versicherung/Haftung bei privaten Mitfahrmöglichkeiten ▪ Busse stehen nicht in ausreichender Zahl zur Verfügung

¹² Verschiedene Regionen bieten bereits Hinweise zur Umsetzung und zu beachtenden Aspekten, bspw. das Demografie-Kompetenzzentrum Oberfranken

Abb. 31 Leitprojekt 6: Rad- und Wanderwegenetz

Qualifizierung des Rad- und Wanderwegenetzes	
Handlungsfeld	qualitative Infrastruktur und Erlebnisangebote für Tourismus und Freizeit
Kurzbeschreibung	Eine gute Qualität des Wegenetzes im Langsamverkehr¹³ (Radfahren, Wandern/Spazieren, ergänzend auch Reiten) sowie der begleitenden Infrastruktur ist für den Tourismus in einem ländlichen Gebiet wie Wittow aber auch für den Alltagsverkehr von großer Bedeutung. Attraktive Wege und Infrastruktur sind zum einen ein touristisches Produkt für die Themenschwerpunkte Natur und Aktiv, zum anderen stellen sie eine zukunftsfähige und umweltverträgliche Verkehrsinfrastruktur für Einheimische und Gäste dar und dienen als Bindeglied zwischen den teilweise verstreut liegenden Angeboten und Dienstleistungen. Die Qualität einiger lokaler bis regionaler Wege (Pflegezustand, Erlebnisorientierung der Wegeführung, Lückenlosigkeit) und ihrer Begleitinfrastruktur (Beschilderung, Bänke, Rastplätze etc.) entspricht teilweise nicht mehr den Erfordernissen. Dem ist durch zielgerichtete Pflege- und Sanierungsmaßnahmen entgegenzuwirken. Gerade bei den überregional bedeutenden Infrastrukturen ist eine kontinuierliche Sicherung der Qualität zu gewährleisten. Wichtig ist dabei: ein abgestimmtes Wegemanagement und Umsetzung von Maßnahmen wie Lückenschlüsse im Wegenetz, Instandhaltung und Ertüchtigung von Wegen, Sicherung und Ausbau von Beschilderungen zur besseren Orientierung u.v.w. Auch die weitere Gestaltung imageprägender Produkte ist dienlich, bspw. eines Wittow-Rundwegs.
Teilprojekte, Teilschritte	Wegequalität – Zustandserfassung sowie Verbesserung der bestehenden Wege insb. zum Radfahren und Wandern (ergänzend auch Reiten) und Beseitigung von Mängeln ■ Prüfung/Erfassung des Zustandes der Wege (Basisqualität) sowie der wegebegleitenden Infrastruktur, d.h. Bestandsaufnahme der vorhandenen Wege (Zustand, Beschaffenheit der Oberflächenqualität und Barrierefreiheit), Identifizierung von Lücken im Wegenetz (bspw. touristisch relevante Fuß- und Radwegeverbindungen zwischen den Orten, Vernetzungen im regionalen Wander- und Radwegenetz) und der Quantität und Qualität der Begleitinfrastruktur ■ Aufzeigen von Handlungsbedarfen bei problematischen Trassenabschnitten, bspw. Ausbaubedarfe der Wege, Lückenschlüsse im Netz, Anbindung von erlebnisreichen POIs, Anbindung an den ÖPNV ▪ konkrete Vorschläge aus dem Partizipationsprozess: (1) Wegeabschnitt Wittower Fähre – Breege über Woldenitz, Schmantevitz, Lobkevitz bis Breege (zur Schaffung eines Radrundweges Halbinsel Wittow) sowie (2) auf dem alten Bahndamm von der Wittower Fähre über Woldenitz, Bohlendorf, Wiek bis Altenkirchen

¹³ nicht-motorisierte Fortbewegungsarten aus eigener Kraft zu Fuß, auf Rädern, auf Rollen

	■ Erstellung eines Maßnahmenplans für die Instandsetzung inkl. Finanzierung und Priorisierung von Einzelmaßnahmen zum Ausbau bzw. der Ertüchtigung des Rad- und Wanderwegenetzes ■ Umsetzung und Beseitigung von Mängeln in der Basisqualität insb. Lückenschluss, Beschilderung, Oberflächen, Rastinfrastruktur etc. ■ begleitend: Prüfung der bestehenden Infrastruktur auf Barrierefreiheit sowie ggf. Anpassungen für Menschen mit Mobilitätseinschränkungen Beschilderung – Prüfung und Optimierung vorhandener Leitsysteme ■ Überprüfung der Beschilderung, bspw. ▪ Neuaufsetzung/Überarbeitung des Konzeptes des Landkreises/Landschaftspflegeverband (Koordinator vorhanden) ▪ wichtig: Bestandsanalyse im Hinblick auf Systematik des Systems, Vollständigkeit und Aktualität, Position und Sichtbarkeit der Schilder, Qualität der Schilder, Einbindung relevanter POIs ■ Umsetzung von Verbesserungen, ggf. Vereinheitlichung von Leitsystemen falls unterschiedliche bestehen Wegemanagement – Sicherstellung eines leistungsfähigen Wegemanagements zur Pflege der Freizeitwege ■ Abstimmung der Planung mit dem Landkreis Vorpommern-Rügen ■ Etablierung regelmäßiger Instandhaltungsprogramme ■ koordinierte Umsetzung des Ausbaus des Rad- und Wanderwegenetzes, ggf. Prüfung der Etablierung eines gemeinsamen Wegemanagements als interkommunale Kooperation ■ Entwicklung bzw. Nutzung ergänzender Instrumente, ggf. nach dem Vorbild bereits praktizierter Beispiele anderer Regionen wie z.B. ▪ Nutzung kommunaler Einnahmen, wie Bußgelder oder Gelder aus der Stellplatzabläse, ▪ Einbindung von ehrenamtlichen Wegepaten/Kümmerern (Vereine, Privatpersonen etc.), ▪ Aufbau einer Internetplattform zur Meldung von Wegeschäden Wittow-Rundweg – Lückenschluss zur Umsetzung eines Wittow-Rundweges als imageprägendes Produkt ■ Identifizierung von Bedarfen (fehlende Wegeabschnitte), Umsetzung geeigneter Maßnahmen ■ Kommunikation des Weges und Entwicklung attraktiver Produkte mit Leistungsträgern
Realisierungsraum	gesamte Halbinsel Wittow
Maßnahmenträger und Kooperationspartner	■ Verantwortlichkeit: Landkreis Vorpommern-Rügen – Radwegekoordinator, Gemeinden, Amt Nord Rügen ■ Partner: Tourismusverein Nord-Rügen, Straßenbauamt, Naturschutzbehörden, adfc (Allgemeiner Deutscher Fahrrad-Club), Wegepaten/Ehrenamtliche, Vereine etc.

	■ interkommunale Kooperation: Konkrete Planungen in den Gemeinden obliegt den lokalen Hoheitsaufgaben; aber Zusammenarbeit unbedingt erforderlich, da das Wegenetz gemeindeübergreifend funktionieren muss, Koordination ausgewählter Aufgaben durch den Koordinator empfehlenswert bspw. ▪ Planungen zu einem Wittow-Rundweg ▪ Priorisierung von Einzelmaßnahmen zum Ausbau bzw. der Erhaltung des Rad- und Wanderwegenetzes aus regionaler Perspektive
Kosten, Finanzierung	■ Projektkosten unbeziffert ■ wichtig: Unterscheidung Landesstraßen und kommunale Straßen/Wege ■ Förderungen über LEADER möglich: „Weiterentwicklung Rügens als Qualitäts- Rad- und Wanderregion inkl. kleiner Infrastrukturen zur Ergänzung des Wander- und Radwegnetzes“ als Unterziel und Handlungsbedarf im Handlungsfeld „sozial- und naturverträglicher Tourismus“ benannt
Zeitraumen	kurz- bis mittelfristig Lückenschluss, Erhalt kontinuierlich
Weitergehende Hinweise	■ weiterführende Maßnahmen (siehe Maßnahmenpool Kapitel 8.3.1 Mobilität und 8.3.2 Zielgruppengerechte Infrastrukturen) ▪ zielgruppengerechte Optimierung der Begleitinfrastruktur auf bestehenden Wander- und Radwegen ▪ Prüfung der Ausweisung qualitativer, ggf. neuer (Rund-)Wege und (Rund-)Routen ▪ Aufwertung und Inszenierung bestehender Wander- und Radwege ▪ Sicherstellung der Auffindbarkeit der Routen in geeigneten digitalen Routenführern (z.B. Outdooractive, Komoot etc.) ■ bestehende Herausforderungen aus Sicht der lokalen Akteure ▪ Finanzierung des Unterhalts, Reparatur und Neubau ▪ Planung und Grundstücksklärung für Radwege ▪ Kapazitäten für Realisierung (Baufirmen)

Abb. 32 Leitprojekt 7: Infrastrukturmaßnahmen entlang der Schaabe

Qualifizierung der Infrastrukturen entlang der Schaabe	
Handlungsfeld	qualitative Infrastruktur und Erlebnisangebote für Tourismus und Freizeit
Kurzbeschreibung	Das Leitprojekt ist eng verknüpft mit dem Leitprojekt Schaabe im IREK Jasmund. Inhalte sind bewusst gleich formuliert, da sie sowohl Breege als auch Glowe bzw. die Halbinseln Wittow und Jasmund betreffen (vgl. hierzu auch IREK Jasmund, Landgesellschaft Mecklenburg-Vorpommern mbH, 2020). Eine weitere nachhaltige und umweltverträgliche touristische Inwertsetzung der Schaabe soll helfen, den naturnahen Ostseestrand als touristischen Ostseestrand weiter aufzuwerten und dabei bestehenden

	Herausforderungen entgegenzuwirken. Aktuell bestehen rund 500 Parkplätze (5 Wege mit jeweils Parkplätzen), aber mehr als 1.000 Autos, die teilweise in Hoch-Zeiten parken (Auskunft der lokalen Partner). Durch verbessernde Maßnahmen zur Erreichbarkeit der Schaabe (Ausbau der Parkplätze), aber auch zur Ausstattung vor Ort (Sanitäranlagen, Mülleimer), kann einerseits die Attraktivität gesteigert werden, aber auch durch gezielte Besucherlenkung ein besserer Schutz sensibler Gebiete erreicht werden.
Teilprojekte, Teilschritte	konkrete Maßnahmen zur Qualifizierung (analog dem IREK Jasmund): ■ Ausbau von Basisinfrastrukturen ▪ Installation von Sanitäreinrichtungen ▪ Schaffung von ausgebauten Parkmöglichkeiten (auch zur Lösung verkehrlicher Herausforderungen in der Hochsaison wie „wildes“ Parken am Straßenrand & Wildcampen) ▪ Sicherstellung der Abfallentsorgung ■ Verbesserung der Beschilderung und Besucherlenkung ■ Koordinierung der Beseitigung von Seegrasanwurf ■ Umsetzung weitergehender Infrastrukturen/Angebote ▪ Verbesserung der Strandversorgung für Gäste ▪ Aufbau einer Infrastruktur für Rettungsschwimmer ▪ Instandsetzung des Radwegs zwischen Juliusruh und Glowe Ideen aus dem Prozess: ■ Prüfung der Umsetzung eines Auffangparkplatzes mit attraktivem Shuttleverkehr zu Stoßzeiten (bspw. Wochenenden, in den Ferien) ■ Prüfung weiterer Abgänge mit Basisinfrastrukturen, um eine bessere Verteilung der Besucher zu gewährleisten und punktuelle Überlastungen zu vermeiden ■ Umsetzung von Leitplanken entlang der Schaabe, um wildes Parken zu vermeiden, ergänzt um große ausgebaute Parkflächen für PKW und Fahrrad Zur Finanzierung, Realisierung, Betrieb und Pflege der Investitionsmaßnahmen ist eine interkommunale Zusammenarbeit, idealerweise institutionalisiert, zielführend. So kann bspw. auch die gemeinsame Pflege der Basisinfrastrukturen, finanziert über die Kurabgabe der Gemeinden, durch eine gemeinsam gegründete Struktur erfolgen. mögliche Teilschritte: ■ Vereinbarung bzw. Weiterführung der interkommunalen Zusammenarbeit der Gemeinden Wittows und Jasmunds ■ Priorisierung und Auswahl der Einzelmaßnahmen im Maßnahmenpaket Schaabe ■ Klärung Projektträgerschaft und Finanzierungsstruktur einschließlich Förderung sowie Zuständigkeit des Landesforst ■ Projektplanung zur Umsetzung von Einzelmaßnahmen ■ Beteiligung der Öffentlichkeit und Abstimmung der Umsetzung mit den Beteiligten ■ Realisierung der Einzelmaßnahmen

Realisierungsraum	Halbinsel Wittow und Halbinsel Jasmund
Maßnahmenträger, Kooperationspartner	■ Verantwortlichkeit und Partner abhängig von der Einzelmaßnahme: IREK-Gemeinden (insb. Breege und Glowe), Flächeneigentümer, Landesforstanstalt Mecklenburg-Vorpommern/Forstamt Rügen, Landkreis Vorpommern-Rügen, Staatliches Amt für Landwirtschaft und Umwelt Vorpommern (StALU), Straßenbauamt Stralsund, u.v.w. ■ interkommunale Kooperation: unbedingt erforderlich
Kosten, Finanzierung	Projektkosten unbeziffert zu prüfende Finanzierungsansätze: EFRE-Mittel, LEADER-Mittel, Mittel der Kurabgabe der Gemeinden
Zeitraumen	kurzfristig bis langfristig (abhängig vom konkreten Teilprojekt)
Weitergehende Hinweise	■ bestehende Herausforderungen ▪ Genehmigungsverfahren ▪ Zuständigkeiten (Küsten- und Naturschutz) ▪ Flächenverfügbarkeit (Privateigentümer, Forst) ■ aktuelle Planungen ▪ Aktuell laufen die Planungen zum Straßenausbau entlang der Schaabe, Arbeiten sind für 2024 geplant

Abb. 33 Leitprojekt 8: Mehrfunktionshaus / „Multiples Haus“

Umsetzung eines Mehrfunktionshauses/„Multiplen Hauses“ für Austausch, Grundversorgung, Medizin, Freizeit etc. (ggf. auch eines Netzwerks auf der Insel Rügen)	
Handlungsfeld	Daseinsvorsorge, Siedlungsentwicklung und öffentlicher Raum
Kurzbeschreibung	Angesichts des Schrumpfungsprozesses und der Unterversorgung vieler Dörfer mit Infrastruktur-, Kultur- und Versorgungseinrichtungen werden neuartige Organisationsformen sowie Anpassungs- und Gestaltungsoptionen der Daseinsvorsorge notwendig. Besonders für ältere und in ihrem Aktionsradius eingeschränkte Personen ist es wichtig, dass Standorte für die Versorgung mit Lebensmitteln sowie Leistungen/Angeboten, die über den täglichen Bedarf hinausgehen, wohnortnah vorgehalten werden und erreichbar sind. Im Ansatz der Mehrfunktionshäuser werden verschiedene Nutzungsformen wie Einrichtungen der Nahversorgung, Café, medizinische Dienstleistungen, Friseur, generationsübergreifende Begegnung etc. unter einem Dach kombiniert. Dabei können die Dienstleistungen bzw. Angebote täglich wechseln. Die Dienstleister teilen sich als „feste“ Nutzer nach dem Prinzip des „Carsharing“ Grundmiete und Nutzungsgebühren für das Haus. Dies bringt für Nutzer wie für Anbieter mehrere Vorteile mit sich: Für die Bevölkerung stehen durch die Bündelung der verschiedenen Funktionen vielfältige Versorgungsangebote an einem Ort zur Verfügung. Dies spart Zeit und gibt Gelegenheit für sozialen Austausch. Für die Anbieter der

	Versorgungseinrichtungen bietet es die Möglichkeit, einen größeren Kundenkreis zu gewinnen und gleichzeitig Fixkosten unter den einzelnen Mietpersonen bzw. Eigentümern zu verteilen. Die fehlende Mobilität von Bewohnern wird also durch die Mobilität der „Dienstleister“ ersetzt. Multiple Häuser sind oftmals in alten, teils ortsbildprägenden (regionaltypisch aussehenden) Gebäuden angesiedelt, die renoviert oder saniert wurden. Für die Umsetzung eines Multiplen Hauses ist eine enge Zusammenarbeit zwischen der öffentlichen Verwaltung, lokalen Unternehmen und der Gemeinschaft unerlässlich, um nachhaltige Lösungen für die Daseinsvorsorge in ländlichen Gebieten zu entwickeln und umzusetzen. Die Häuser leben vom starken Engagement vieler Beteiligter und erhöhen die Lebensqualität in den Orten. Sie zeigen praktisch, wie neue Ideen und Tatkraft ländliche Regionen attraktiver machen. Per Definition muss ein Multiples Haus Mindestanforderungen erfüllen.
Teilprojekte, Teilschritte	■ Gründung einer Projektgruppe zur Entwicklung einer ersten Vision (weiterführend dann begleitende Umsetzung des „Multiplen Hauses“) ■ Analyse des Marktes und Bedarf vor Ort ▪ Prüfung der Gegebenheiten vor Ort ▪ Identifizierung welche Angebote in der Region fehlen, welche neuen Angebote gut passen, welche Zielgruppe das Mehrfunktionshaus ansprechen möchte ▪ ggf. Durchführung von Befragungen, Bürgerversammlungen oder Workshops zur Ermittlung von Wünschen und Interessen potenzieller Nutzer ■ Ermittlung eines passenden Standortes ■ Entwicklung eines Nutzungs- und Raumkonzept (inkl. Kostenkalkulation für mögliche Umbaumaßnahmen); Betriebsmodell für Trägerschaft, Finanzierung und Organisation des Multiplen Hauses ■ regelmäßiger Austausch mit anderen Mehrfunktionshäusern oder zuständigen Stellen zu spezifischen Fragen (bspw. Baurecht, Denkmalschutz, Hygieneanforderungen) ■ Hinzuziehen von externen Fachläuten zur Unterstützung (bspw. Architekten, Förder-/Wirtschafts-/Rechtberatung, Bau/Handwerk, Hochschulen oder Forschungsinstitute als Kooperationspartner) Parallel zu oben genannten Schritten: ■ Entwicklung und Umsetzung einer Kommunikationsstrategie (Ziele, Zielgruppen, Kommunikationswege)
Realisierungsraum	noch zu identifizieren
Maßnahmenträger, Kooperationspartner	■ Verantwortlichkeit: n.n. (denkbar Entwicklungskoordinator) ■ Partner: Gemeinden, Vereine, Anbieter aus den Bereichen Einzelhandel/Soziales/Gesundheit, Landkreis VG, Wirtschaftsfördergesellschaft, IHK

	interkommunale Kooperation: Initiierung und Begleitung durch den Entwicklungskoordinator denkbar, Abstimmung der Lage mit Wirkung für alle Gemeinden wichtig; ein gemeinsamer Aufbau bzw. der interkommunal organisierte Betrieb sind für einen nachhaltigen Betrieb zweckmäßig
Kosten, Finanzierung	Projektkosten unbeziffert Förderungen über LEADER möglich: Verschiedene Ziele und Handlungsbedarfe im Handlungsfeld „Dörfer mit Zukunft“ benannt, bspw. „Verbesserung bzw. Aufwertung von Treffpunkten“, „Stärkung der Grundversorgung und Daseinsvorsorge“, „Verbesserung der Rahmenbedingungen für kleine und Kleinstunternehmen im Dorf, um deren Ansiedlung zu begünstigen und Bestandsbetriebe zu halten“, „Förderung von Dorfgemeinschaftshäusern, Mehrfunktionshäusern, Gemeinschaftseinrichtungen“
Zeitraumen	mittel- bis langfristig
Weitergehende Hinweise	weitergehende Informationen bspw. - Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL) (Hrsg.) (2022): Mehrfunktionshäuser – so gelingt’s! Erfahrungen aus den BULE-Modellprojekten (abrufbar unter www.bmel.de → Service → Publikationen → Mehrfunktionshäuser) - LEIK Leipziger Institut für Kommunikation gGmbH (2024) als Betreuer und Begleiter des Projektes Multiple Häuser, abrufbar unter www.multiples-haus.de

Abb. 34 Leitprojekt 9: Digitale Sichtbarkeit der Angebote

Erhöhung der digitalen Sichtbarkeit der Angebote und gemeinsame Aktivitäten	
Handlungsfeld	Marketing und Service
Kurzbeschreibung	In der Vermarktung sollten die Themen und Zielgruppen aufgegriffen und durch Wittow-spezifische Inhalte „angereichert“ werden. Besonders die Online-Vermarktung hat eine hohe und weiter zunehmende Bedeutung auf dem Markt. Hierfür müssen die Angebote und Produkte online sichtbar sein. Konkrete Reiseanlässe, erlebnisreiche Angebote und zielgruppenbezogene Produkte treten in den Vordergrund. Mit Hilfe geeigneter zielgruppengerechter Marketingmaßnahmen soll so das Imagebild verbessert und die Bekanntheit von Wittow erhöht werden.
Teilprojekte, Teilschritte	Weiterentwicklung und Kommunikation aktiver Angebote und Besuchsanlässe - Sammlung, Aufbereitung und Weiterentwicklung der touristischen Angebote (ggf. interner Angebotsworkshop mit den Touristikern) - Fokus 1: Ausarbeitung von Empfehlungen für einen Tag, ein Wochenende, eine Woche und mehr

	▪ Fokus 2: Aufbereitung und Kommunikation von mind. fünf authentischen und attraktiven Angebotspaketen/-bausteinen stellvertretend für die gesamte Halbinsel Wittow mit hohem Alleinstellungsgrad (Bezug zu Profilt Themen) ■ Bereitstellung der Inhalte auf der Website, Bereitstellung für die Insel Rügen sowie Präsenz in den weiteren Medien (Newsletter, Social-Media, Prospekte, ...) ■ Betriebe gewinnen, Konditionen verhandeln, Klärung der Buchbarkeit und Kommunikation (Kanäle? Ansprechpartner?) ■ Vertrieb über Betriebe, Region Rügen, Partner Datenpflege ■ kontinuierliche Pflege, Bereitstellung und Aktualisierung von Daten in die vorhandenen Systeme des Tourismusverbandes Rügen (Reservierungssystem, Veranstaltungskalender, Website, Apps) ■ Einpflege von Daten der Wegeführung (Rad, Wandern) in relevante Routingportale (z.B. Outdooractive, Komoot) ■ Sensibilisierung der Leistungsträger zur Online-Buchbarkeit (Einbindung von Buchungsplattformen für Unterkünfte oder Aktivitäten) ■ Sicherstellung der digitalen Auffindbarkeit der Gastgeber und Infos, der Angebote und Empfehlungen (Rad, Wandern, POIs, Wasseraktivitäten) ■ open Data-gerechte Erstellung touristischer Inhalte aller Partner, Lizenzierung und Qualifizierung des Contents
Realisierungsraum	gesamte Halbinsel
Maßnahmenträger, Kooperationspartner	■ Verantwortlichkeit: TIs der Gemeinden, Leistungsanbieter ■ Partner: Gemeinden, Dachverbände, Vertriebspartner ■ interkommunale Kooperation: ein gemeinsames touristisches Marketing ist anzustreben, Identifizierung und Durchführung von gemeinsamen Marketingmaßnahmen, Unterstützung der Tourist-Informationen bei der gemeinsamen Produktentwicklung durch den Entwicklungskoordinator denkbar ■ Nutzung von neuen Buchungsmöglichkeiten für DMOs durch feratel o.ä. Anbieter, um das eigene Übernachtungs- und Freizeitangebot selbst online buchbar zu machen und die Vermittlungsprovision in der Region zu lassen (mögliche neue Einnahmequelle, aber braucht auch Zeit für die Datenpflege)
Kosten, Finanzierung	Personalaufwand, ggf. Werbekosten
Zeitraumen	kurzfristig und kontinuierlich

8.3 Maßnahmen- und Ideenpool in den Handlungsfeldern

Die weiteren Maßnahmenideen aus dem Prozess sind nachfolgend dargestellt. Sie sind sortiert nach Handlungsfeldern und Handlungsfeldzielen. Für die einzelnen Maßnahmenbündel sind jeweils:

- **beispielhafte Ansatzpunkte** zur Umsetzung formuliert;
- eine **Priorität** festgelegt: Leitprojekt, hoch (***), mittel (**), gering (*);
- **Beteiligte** für die Umsetzung der Maßnahme benannt (Beachte: Die Nennung der Beteiligten erfolgt im Maßnahmenkatalog grob, d. h. es werden meist keine einzelnen Akteure benannt. Dies gilt es im Rahmen des Umsetzungsmanagements detailliert zu prüfen und schließlich festzulegen, wer konkret für die personelle (und finanzielle) Umsetzung der jeweiligen Maßnahmen verantwortlich ist, d.h. auch wer die Umsetzung federführend übernimmt und wer als **Partner** bedarfsgerecht eingebunden werden sollte/müsste. Grundsätzlich erfolgt eine Zuordnung der Verantwortlichkeiten meist auf mehrere Schultern.);
- Empfehlungen zur **interkommunalen Zusammenarbeit** skizziert.

Abb. 35 Übersicht der Maßnahmensortierung



© BTE 2024; Kreise: Anzahl der Maßnahmenbündel zu den Handlungsfeldzielen

8.3.1 Daseinsvorsorge, Siedlungsentwicklung und öffentlicher Raum

Abb. 36 Ideenpool Nahversorgung, Kinderbetreuung/Bildung, Medizin/Pflege, Wohnraum

Handlungsfeldziel: Sicherung lebenswerter und lebensfähiger Orte und der gesamten Halbinsel durch eine gesicherte Grundversorgung in den Bereichen Nahversorgung, Kinderbetreuung und Bildung, Medizin und Pflege sowie durch Bereitstellung von bezahlbarem Wohnraum für verschiedenste Anspruchsgruppen.

Maßnahme	Ansatzpunkte, Hinweise	Priorität, Beteiligte
Interessenvertretung zur Sicherung einer guten Grundversorgung mit kurzen Wegen	■ Interessenvertretung ▪ aktives Mitwirken eines Vertreters der Halbinsel bei der landkreisweiten Kita-Bedarfsplanung, Schulnetzplanung und Jugendhilfeplanung, Pflegeplanung etc. ▪ Lobbyarbeit für Breitbandausbau, Netzabdeckung ■ grundlegend wichtig ▪ Sicherung der Kitstandorte sowie eines Grundschulangebotes und einer weiterführenden Schule auf der Halbinsel, weiterer Ausbau der Ganztagschulangebote ▪ Sicherung wortortnaher Versorgung mit Lebensmitteln in größeren Orten, einer zentralen Drogerie und mobilen Angeboten ▪ Etablierung Altenkirchens als Drehscheibe der Daseinsfürsorge ■ konkrete Projektideen: ▪ Prüfung der Umsetzung eines Modellprojekt UniDorf mit der Hochschule Stralsund (angelehnt an das Modellprojekt der Hochschule Neubrandenburg), bspw. für Impulse für Innovationen an ländlichen Grundschulstandorten und zur Verbesserung der Schulsituation ▪ Prüfung der Umsetzung eines Mehrfunktionshauses (oder mehrerer) → siehe Leitprojekt 8	*** Amt Nord-Rügen, Gemeinden, Anbieter der Daseinsvorsorge, Landkreis Vorpommern-Rügen, Wirtschaftsförderungsgesellschaft, IHK einheitliches Auftreten erfordert die Zusammenarbeit der Gemeinden; Koordination von Modellprojekten durch Entwicklungskoordinator sinnvoll
Gewährleistung einer guten Grundversorgung in Medizin und Pflege	■ Prüfung von Kooperationsmodellen bspw. ▪ Nutzung von Multifunktionshäusern ▪ Ausbau Angestelltenmodelle (es besteht ein Modell angestellter Ärzte bei Frau Regner (Hauptsitz in Altenkirchen, Zweigärzte in den anderen Orten)) ■ Einsatz von Telekommunikation und anderen digitalisierten medizinischen und pflegerischen Versorgungsmodellen ■ Umsetzung von Versorgungsmodellen wie VERAH oder nichtärztliche Praxisassistentinnen (NäPA)	*** Gesundheitsanbieter, unterstützende Maßnahmen durch Gemeinden, Partner wie deutscher Hausärzteverband, Kassenärztliche

		Bundesvereinigung etc.
Schaffung bedarfsge-rechten Wohnens für Einheimische und Zu-zügler	siehe Ausführungen zum Leitprojekt 4 in Kapitel 8.2	siehe Leitpro- jekt
Sicherung der Gefah-renabwehr und der Ar-beit der Feu-erwehren	■ Zentralisierung der Feuerwehr in Altenkirchen und interkommunale Feuerwehrkoordination ■ Nachwuchsgewinnung durch kreative Maßnah-men ■ Prüfung der Umsetzbarkeit und des Interesses an einem DRK-Ortsverein und einer Jugendrotkreuz-gruppe	* Akteure der Gefahrenab- wehr abgestimmte Aktivitäten sind empfeh- lenswert

Abb. 37 Ideenpool Familien, Kinder, Jugendliche

Handlungsfeldziel: Stärkung des Halbinsel Wittow als familienfreundliche Heimat für alle Generationen unter besonderer Berücksichtigung der Ansprüche von Kindern und Jugendlichen.

Maßnahme	Ansatzpunkte, Hinweise	Priorität, Beteiligte
<i>Wichtig: Dorfentwicklung unter Berücksichtigung der Interessen junger Menschen</i> Konkrete Maßnahmen finden sich thematisch zugeordnet bspw. in folgenden Handlungsfeldzielen: ■ Nahversorgung, Kinderbetreuung/Bildung, Medizin/Pflege, Wohnraum ■ Freizeitangebote für Jung und Alt ■ Identität und Partizipation		

Abb. 38 Ideenpool Freizeitangebote für Jung und Alt

Handlungsfeldziel: Gewährleistung attraktiver ganzjähriger Freizeitangebote für Jung und Alt, einer flächendeckenden kulturellen Grundversorgung und Möglichkeiten zum Zusammenkommen.

Maßnahme	Ansatzpunkte, Hinweise	Priorität, Beteiligte
Ausbau von Angeboten für Kinder, Jugendliche und junge	■ Sicherung und Schaffung von Gemeinschaftseinrichtungen für junge Menschen (bspw. Jugendzentren, Jugendclubs bzw. einem zentralen Jugendclub) ■ Sicherung Angebote der offenen Jugendarbeit	*** Gemeinden, Amt Nord-Rü- gen, Landkreis

Menschen	■ Ausbau von Spielmöglichkeiten für Kinder ▪ Gewinnung von Investoren und kommunalpolitischem Engagement zur Umsetzung attraktiver Angebote für Kinder und Jugendliche bspw. Indoor-Spielplatz, Fußballgolf, Skaterplatz ▪ Sicherung und Ausbau der Spielplatzanlagen im Freien ■ Prüfung der Umsetzung kreativer jugendbezogener Lösungen in leerstehenden Bauten und auf Brachflächen ■ Schaffung attraktiver Ferienbetreuungsangebote für Kinder (Einheimische und Gäste)	Vorpommern-Rügen, Freizeitanbieter
Ausbau generationsübergreifender (Kultur-)Angebote	■ Sicherstellung von Angeboten zum Austausch, bspw. zentrale Begegnungsstätte von Jung und Alt mit ganzjährigem Angebot und Veranstaltungen, multifunktionales Familienzentrum, Dorfgemeinschaftshäuser ■ Veranstaltungen in ruhigen, touristischen Zeiten für Einwohnende	** Gemeinden, Kulturanbieter gemeinsam abgestimmte Aktivitäten sind empfehlenswert Prüfung einer Finanzierung über LEADER
Pflege der Vereinskultur, und Gewinnung junger Menschen	■ gebündelte Sichtbarmachung des Angebots von Vereinen ■ Initiierung eines Tags des offenen Vereins durch alle lokalen Vereine	* Vereine
Sicherung des Sportangebotes auf der Halbinsel	■ Prüfung der Umsetzbarkeit eines gemeinsamen Sportvereins für ganz Wittow ■ Ausbau von Sportgeräten zur freien Nutzung im Freien sowie guter Fußballplätze ■ Investorengewinnung für ein zentrales Fitnessstudio, eine Bowlingbahn o.Ä. ■ bedarfsgerechte Sicherung der sportlichen Infrastruktur in Quantität und Qualität ■ Lösungsfindung für ein zugängliches Schwimmbad als Grundlage zum Erlernen des Schwimmens und dem Erreichen der Schwimmstufen	** Gemeinden, Amt Nord-Rügen interkommunale Zusammenarbeit bei übergreifenden Projekten (bspw. Schwimmbad) wichtig

Maßnahmen im Hinblick auf Freizeitangebote, die ebenfalls touristische Relevanz besitzen, finden sich im Handlungsfeldziel Zielgruppengerechte Infrastruktur-, Angebots- und Produktentwicklung für Tourismus und Freizeit.

Abb. 39 Ideenpool Mobilität und Verkehrsverbund

Handlungsfeldziel: Stärkung einer zukunftsfähigen Mobilität und eines umweltverträglichen Verkehrsverbundes.

Maßnahme	Ansatzpunkte, Hinweise	Priorität, Beteiligte
Entwicklung eines Mobilitätskonzeptes Wittow	siehe Ausführungen zum Leitprojekt 5 in Kapitel 8.2	siehe Leitprojekt
Lobbyarbeit für einen bedarfsgerechten ÖPNV und Ausweitung der kostenlosen Nutzung des ÖPNV auf der Halbinsel	siehe Ausführungen zum Leitprojekt 5 in Kapitel 8.2	siehe Leitprojekt
Ausbau der Radverkehrsinfrastruktur (hier Alltagsverkehr, Freizeitwegenetz siehe Handlungsfeld Qualitative Infrastruktur/Erlebnisangebote für Tourismus & Freizeit)	- Ausbau möglichst direkter, alltagstauglicher Verbindungen („Alltagsnetz“) durch Radwegebaumaßnahmen an den Landstraßen sowie im ländlichen Wegenetz (entlang der Wirtschaftsweg und parallel zu Landstraßen) (bspw. Altenkirchen – Kap Arkona, Wieker Dreieck – Kuhle – Bakenberg, Wiek – Wittower Fähre – Breege) - Unterstützung der Nahmobilität durch Ausbau der Anzahl witterungs- und diebstahlgeschützter Fahrradabstellmöglichkeiten, die sich auch zum Abstellen von elektrisch unterstützten Fahrrädern (Pedelecs, E-Bikes) eignen - Realisierung von Umsteigeangeboten für den Radverkehr (Bike + Ride-Anlagen) an Verknüpfungspunkten mit ÖPNV - Standardisierung der Fahrradmitnahme im sonstigen ÖPNV, insb. Einsatz von Fahrzeug-Gepäckträgern für Fahrräder	*** Landkreis Vorpommern-Rügen (Radwegekoordinator), Gemeinden, Amt Nord Rügen, Straßenbauamt, Naturschutzbehörden, Verkehrsbetriebe gemeinsam abgestimmte Aktivitäten sind empfehlenswert
Lösungsfindung für punktuelle Belastungen durch den motorisierten Individualverkehr	- Infrastruktur- und Angebotsentwicklung zur Behebung punktueller (zeitlicher und/oder räumlicher) Herausforderungen, insb. - illegale Übernachtungen von Gästen mit Wohnmobilen (Idee aus dem Prozess: attraktive Sammelplätze anbieten, bspw. zielgruppengerechte Inwertsetzung des Stellplatzes am Auffangparkplatz Putgarten und Erweiterung mit attraktiven Angeboten (Grillstelle, vergünstigter Nachttarif bspw. für Surfer, die nur dort	* Gemeinden, Flächeneigentümer

	übernachten aber tagsüber am Surfsport sind etc.) ▪ Parkplatzsituation im Surfgebiet Wiek ▪ Parkplatzsituation entlang der Schaabe (vgl. hierzu auch Leitprojekt 7)	
--	---	--

Abb. 40 Ideenpool Arbeitsplätze, Wertschöpfung

Handlungsfeldziel: Sicherung und Ausbau von Arbeitsplätzen, Förderung ansprechender Arbeitsplatzangebote zur langfristigen Bindung hier geborener und hinzugezogener Menschen an die Region. Stärkung der Wertschöpfung aus dem Tourismus sowie der Wirtschaftlichkeit der Betriebe.

Maßnahme	Ansatzpunkte, Hinweise	Priorität, Beteiligte
Ausbau weiterer Wirtschaftszweige	▪ kontinuierliche Umsetzung eines Gewerbeflächen-Monitorings → Verfügbarkeit von Immobilien zum gewerblichen Nutzen darstellen, vor allem für junge Firmen ▪ Sicherung unbürokratischer Rahmenbedingungen für Unternehmensgründungen und -ansiedlungen ▪ Unterstützung von Coworking-Spaces als Angebot für kleine Unternehmen und Existenzgründer und als Angebote für „Worcation“ (vgl. Kapitel 6.5)	* Amt Nord-Rügen, Gemeinden, Landkreis Vorpommern-Rügen, Wirtschaftsförderungsgesellschaft, IHK einheitliches Auftreten erfordert die Zusammenarbeit der Gemeinden
Unterstützung bestehender und neuer Unternehmen	▪ Unterstützung kleiner Gewerke und Familienbetriebe durch Mitarbeiterwohnungen (vgl. auch Leitprojekt 4) ▪ Pflege des Kontakts zu ansässigen Selbstständigen	** Gemeinden
<i>Grundsätzlich wichtig: Verbesserung der Arbeitsverhältnisse in Bezug auf eine angemessene Bezahlung, besseren Arbeitsbedingungen, Arbeitsplatzsicherheit durch ganzjährige Arbeit, Wertschätzung und entgegenwirken des Fachkräftemangels</i>		

Abb. 41 Ideenpool Natürliche Ressourcen

Handlungsfeldziel: Wahrung und Inwertsetzung eines intakten Naturhaushaltes und der biologischen Vielfalt.

Maßnahme	Ansatzpunkte, Hinweise	Priorität, Beteiligte
Erhalt der Natur als Lebensraum für wildlebende Tiere und Pflanzen und der Artendiversität sowie als Grundlage einer guten Lebensqualität	■ Schutz und Entwicklung der Schutzgebiete und -objekte entsprechend der jeweils geltenden Schutzbestimmungen ■ Erhalt des Anteils großer, unzerschnittener, Verkehrs- und lärmarmen Räume ■ Förderung des Biotopverbunds in Agrarlandschaft ■ Förderung der Anbauvielfalt und einer ökologischen/biologischen Landwirtschaft ■ Erhalt der Naturschätze wie Halbinsel Bug, Naturstrände, Schaabe, Steilküste und sanfte Erlebbarmachung (teilweise nur geführt) ■ Wunsch aus dem Prozess: keine Umsetzung des Großprojektes auf dem BUG	*** Flächeneigentümer, Landschaftspflegeverband, Landesforstamt Mecklenburg-Vorpommern, StALU Vorpommern gemeinsam abgestimmte Aktivitäten sind empfehlenswert
Sensibilisierung für umweltverträgliches Verhalten	■ Sensibilisierung zur Reduzierung vom Plastik- und Wasserverbrauch, zu Nachhaltigkeit, Umweltschutz und Recycling ■ Umsetzung kreativer Kampagnen, bspw. autofreie Tage jeden ersten Sonntag im Monat ■ stärkere Kommunikation der „Müllbüddel“ im Campingbereich, Sichtbarmachung der drei Standorte für Verkauf und Entsorgung auf der Halbinsel durch einen Hinweis an beliebten Stellplätzen ■ aktive Einbindung der Gästeführer, der Tourist-Informationen und Gastgeber als Multiplikatoren in der Besucherinformation sowie Bewusstseinsförderung über digitale Medien ■ Informationen über Ortssatzungen und Naturschutzbestimmungen: Beschilderungen, Infoflyer ■ Kontrolle der Einhaltung von Regeln (Fokus Parken, Grillen/Feuer, wildes Campen); Idee: Schaffung einer Stelle zur Kontrolle im Amt Nord-Rügen (finanziert über Bußgelder) (Beispiel aus der Praxis: wird bereits im Ortsteil Neuglobsow in der Gemeinde Stechlin in Brandenburg umgesetzt)	** Tourist-Informationen, Gastgeber, Gästeführer, Gemeinden, Amt Nord-Rügen interkommunale Zusammenarbeit bei übergreifenden Projekten (bspw. kreative Kampagnen) zielführend
Förderung des Naturerlebens	■ Qualifizierung von Umweltbildungsangeboten: Führungen, Lehrpfade, digitale Informationsvermittlung sowie umwelt-/naturpädagogischen Jugend(verbands-)arbeit ■ Etablierung mobiler Informations- und Lernangebote zur Erkundung sowie Inwertsetzung der biologischen Vielfalt (z.B. Geogaming) ■ informative und attraktive Gestaltung der Beschilderung von Schutzgebieten	** Schutzgebietsverwaltungen, Umweltbildungsanbieter, Gemeinden, Tourist-Informationen

8.3.2 Qualitative Infrastruktur/Erlebnisangebote für Tourismus & Freizeit

Abb. 42 Ideenpool Zielgruppengerechte Infrastruktur-, Angebots- und Produktentwicklung

Handlungsfeldziel: Zielgruppengerechte Weiterentwicklung vorhandener Angebotsstärken und Steigerung der Erlebbarkeit der Infrastrukturen und Angebote in den Profilthemen sowie sanfte Entwicklung neuer ergänzender Angebote und Attraktionen zu den zentralen Angebotsstärken, zur besseren Erlebbarkeit.

Maßnahme	Ansatzpunkte, Hinweise	Priorität, Beteiligte
Qualifizierung des Freizeitwegenetzes (Radfahren, Wandern, Reiten)	siehe Ausführungen zum Leitprojekt 6 in Kapitel 8.2 mit folgenden Bausteinen ■ Zustandserfassung sowie Verbesserung der bestehenden Wege zum Radfahren, Wandern, Reiten und Beseitigung von Mängeln ■ Prüfung und Optimierung vorhandener Leitsysteme ■ Sicherstellung eines leistungsfähigen Wegemanagements zur Pflege der Freizeitwege weiteres: zielgruppengerechte Optimierung der Begleitinfrastruktur auf bestehenden Freizeitwegen ■ Aufdeckung von Lücken und Abgleich mit den Bedürfnissen und Erwartungen der Zielgruppen, bspw. Bänke, Rastplätze (Bank-Tisch-Kombination), Wetterschutz (Schutzhütten) sowie Informationstafeln (als Übersicht über das Gebiet), Aussichtstafeln etc. ■ Sicherung und Erweiterung von Services für Radfahrer, bspw. Reparaturmöglichkeiten und Verkauf von Reparaturbedarf, Fahrrad-Verleih, ausreichende Radabstellanlagen/Bügel, punktuell ggf. abschließbare Fahrrad- und Gepäckboxen	siehe Leitprojekt
Ausweisung qualitativer, ggf. neuer (Rund-) Wege und (Rund-)Routen sowie Kommunikation von zielgruppengerechten Tourenvorschlägen	■ Lückenschluss zur Umsetzung eines Wittow-Rundweges als imageprägendes Produkt → siehe Ausführungen zum Leitprojekt 6 in Kapitel 8.2 ■ Erweiterung des bestehenden Angebotes an Routen bzw. Tourenempfehlungen basierend auf den Bedürfnissen der Zielgruppen, d. h. unter Berücksichtigung der folgenden Elemente ▪ Tourenformate in unterschiedlicher Länge, insb. Rundwege ▪ gute Oberflächenqualität, möglichst Vermeidung der Wegeführung auf Fahrbahnen ▪ lückenlose Beschilderung ▪ hohe Erlebnisdichte und Ausblicke ▪ Einbindung von Sehenswürdigkeiten, Ortschaften, Einkehrmöglichkeiten	*** Infrastruktur: Landkreis Vorpommern-Rügen, Gemeinden, Straßenbauamt, Naturschutzbehörden Routen/Tourenvorschläge: Tourist-Informationen, Tourismusverein Nord-

	■ Sicherstellung der Auffindbarkeit der Routen in geeigneten digitalen Routenführern (z.B. Outdooractive, Komoot etc.), Übernahme der als gut bewerteten Routen in das Marketing Ideen aus dem Prozess: ■ Highlight-Tour: Kap Arkona, Häfen Wiek und Breege, besondere Landschaftserlebnissen ■ Kunst-Kultur-Route, ArchäoTour ■ Naturschätze-Route, inkl. Märchenwald ■ Radtour entlang der „Bänke“ ■ Spielplatz-Route ■ Kulinarik-Route: Cafés, Restaurants ■ Bestehend: bestehende Nordrunde des Radweges „Silber des Meeres“ ■ Sichtbarmachung Mountainbike-Strecken	Rügen, Vereine, Anbieter etc. interkommunale Zusammenarbeit wichtig, Koordinierung durch Entwicklungskoordinator in Kooperation mit den TIs sinnvoll
Weitere Erlebbarmachung von Geschichte und maritimem Flair und Stärkung der Kultur (auch zur Saisonverlängerung)	■ Erlebbarmachung des Fischereihandwerks (bspw. Orenda-Projekt) ■ digitale Inszenierung der historischen Erlebnispunkte (Nobbin, Galgenberg, Märchenwald ...) bspw. durch digitale Geschichtsspots, digitaler Denkmal- und Naturführer ■ Umsetzung von Erlebnisangeboten zum Thema Romantik, bspw. eine Galerie, Wanderungen zum Thema Fallada etc. ■ Erlebnissteigerung der Marine-Historischen Angebote (Heimatismuseum, Bunkeranlage) ■ Ausbau und Erreichbarkeit machen von Kulturangeboten (insb. Ausstellungen, Livemusik/Unterhaltung, Theater, Konzerte, Buchlesungen, Vorträge) am Abend und im Winter, bspw. durch ▪ Stärkung der Kooperationsstrukturen kultureller Einrichtungen zur gemeinsamen Angebotsentwicklung ▪ Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit, insbesondere für haupt- und ehrenamtlich geführte Einrichtungen, ▪ kreative ÖPNV-Verbindungen durch (privaten oder erweiterten) Rufbusservice zu ausgewählten Terminen ■ Entwicklung von kulturtouristischen Angeboten z.B. Aufbau eines Kunstpfades durch lokale Künstler (analog der Kunstbänke) ■ Schaffung geführter Erlebnisangebote schaffen, bspw. in den Bereichen Radfahren, Wandern, Segeln, Kanu/Kajak, Kirchen, Häfen/Fischerei, Sagen und Mythen, Naturkunde	** Leistungsanbieter, Kulturschaffende

Pflege und Qualifizierung der Strände	■ Verbesserung der Strandversorgung für Gäste durch mobile Angebote oder Popup ■ koordinierte Beseitigung von Seegrasanwurf ■ Qualifizierung der Infrastrukturen entlang der Schaabe (Toiletten, Müllentsorgung, Radweg, etc.), d.h. Ausbau naturverträglicher Infrastrukturen und Angebote entlang der Schaabe (siehe Ausführungen zum Leitprojekt 7 in Kapitel 8.2) ■ Ausbau barrierefreier Strandzugänge (bspw. an zwei Standorten auf der Halbinsel)	*** Flächeneigentümer, Gemeinden gemeinsam abgestimmte Aktivitäten sind empfehlenswert
Sicherung des Wassersports als imageprägendes Element von Wittow	■ Sicherung der Wassersporterlebnismöglichkeiten für unterschiedliche Zielgruppen, Gewährleistung guter Rahmenbedingungen zur Bestandssicherung der Anbieter sowie Interessenausgleich Sport und Naturbelange ■ weitere Kommunikation der besonderen Wassersportmöglichkeiten als imageprägendes Element ■ Attraktivierung des Wassererlebnisses am Strand bspw. Badeinsel im Bodden, Ostsee mit Springturm	*** Wassersportanbieter, Gemeinden, Flächeneigentümer
Sicherung bestehender und Gewinnung weiterer größerer Veranstaltungen	■ Sicherung bestehender Veranstaltungen mit überregionaler Wirkung, bspw. Theater-/Musiksommer, Fischerfeste, Wikinger-Tage, Erntefest ■ Sicherung des Kap Arkona Lauf ■ Ausbau des Themas Sportveranstaltungen (Großveranstaltungen) wie bspw. Gewinnung Surf-Weltcup, Segelbundesliga ■ Sicherung der Veranstaltungsvielfalt und Tourismuswirksamkeit einzelner Veranstaltungen prüfen ■ gemeinsames Veranstaltungsmanagement siehe Handlungsfeldziel Vernetzung der Akteure und Zusammenarbeit	** Veranstaltungsorganisierer (Gemeinden, Vereine, Tourismusgesellschaften, Leistungsanbieter) Veranstaltungsabstimmungen wichtig
Unterstützung des gesundheitsorientierten Infrastrukturausbaus	■ Gewinnung von Partnern zum Ausbau von Angeboten zum Thema Yoga, Heilfasten, Kräuterkunde, Wellness, Meditation ■ Vorschlag aus dem Prozess: Machbarkeitsprüfung und Wirtschaftlichkeitsberechnung für ein Kurmittelzentrum¹⁴	* Gesundheits- und Wellnessanbieter
Förderung familienfreundlicher Angebote	■ Entwicklung familien- und kindgerechter Angebote, Ideen: Verleih von Spielgeräten, Bollerwagenverleih für Wanderungen etc. an 2 ausgewählten neuralgischen Punkten, Angebot kindgerechter Erlebnisführungen, z.B. Abenteuer-Wanderungen, Schnitzeljagd, Piraten-Detektivtour zum	** Gastgeber, Leistungsanbieter, Tourist-Information

¹⁴ Beispiele auf Rügen, u.a. Kurmittelhaus Baabe, Kur- und Wellnesscenter Mönchgut im Waldhotel Göhren

	Galgenberg ■ Etablierung kindgerechter Angebote in der Beherbergung, z.B. Spielecken, großzügige Familienzimmer, Kinderbetten, Standplatz für Kinderwagen, Kinderschutz an Steckdosen, Verleih von Gesellschaftsspielen, Infos zu kindgerechten Freizeitaktivitäten ■ Etablierung kindgerechter Angebote in der Gastronomie, z.B. Kinderportionen bzw. Kindermenüs, Bereitstellen von Malbüchern, Kinderstühlen, Kindergeschirr, Lätzchen-Verleih	
Belebung der Wintersaison durch gezielte Angebotsentwicklung	■ Sensibilisierung der privaten und öffentlichen Leistungsanbieter zur ▪ Gewährleistung attraktiver ÖPNV-Angebote im Winter, z.B. Sammel- oder Rufbus ▪ Sicherung bedarfsgerechte Öffnungszeiten der Gastronomie (ggf. Absprache der Gastronomieanbieter untereinander zur Koordination der Öffnungszeiten) ▪ Sicherung bedarfsgerechte Öffnungszeiten der Kultureinrichtungen (ggf. Absprache der Kulturanbieter untereinander zur Koordination der Öffnungszeiten) ■ Schaffung attraktiver Reiseanlässe für Gäste im Winterhalbjahr zur besseren Auslastung der Einrichtungen sowie Umsetzung zielgruppengerechter Marketingmaßnahmen (vgl. Handlungsfeldziel Sichtbarkeit und Kooperatives Marketing)	** Leistungsanbieter, ÖPNV, Tourist-Informationen
Prüfung der Entwicklung weiterer profilschärfender Infrastrukturen	■ Schaffung von Infrastruktur-Highlights in der Region unter Berücksichtigung der lokalen Ressourcen und Angebote sowie unter Berücksichtigung der lokalen Akzeptanz (Schaffung der Rahmenbedingungen, kommunales Engagement oder Gewinnung von Investoren/Partnern) ■ Aufwertung und Inszenierung der Rad- und Wanderwege, bspw. Ausbau von Erlebnisinfrastruktur entlang ausgewählter Routen basierend auf Profilthemen unter Berücksichtigung der Bedürfnisse und Erwartungen der Zielgruppen	** Gemeinden, ggf. Holz- und metallverarbeitende Unternehmen aus der Region interkommunale Zusammenarbeit ist notwendig, um die Angebote zu koordinieren

Maßnahmenideen zur Förderung des **Naturerlebens** finden sich im Handlungsfeldziel natürliche Ressourcen.

Abb. 43 Ideenpool Qualitätsentwicklung

Handlungsfeldziel: Kontinuierliche Qualitätssteigerung in allen Bereichen und entlang der gesamten Servicekette.

Maßnahme	Ansatzpunkte, Hinweise	Priorität, Beteiligte
Erhalt der Dorfcharaktere	■ Optimierung der Ortsbildqualitäten entsprechend der Ergebnisse der Ortsbildanalysen (inkl. Aussagen zu Besucherlenkung, Toiletten, Müllentsorgung, Parkplatzsituation, Verkehrsführung etc.) ■ weitere Ideen aus dem Prozess: ▪ Initiierung einer Initiative „blühende Dörfer“ (Projekt für Wittow) ▪ Verbesserung der Beschilderung, Parkplatzsituation, Situation öffentlicher Toiletten ▪ Erhalt von Denkmälern, Museen	*** Gemeinden interkommunale Zusammenarbeit bei übergreifenden Projekten wichtig
Qualifizierung der Gastgeber	■ stärkeres überbetriebliches Engagement der Tourismuswirtschaft ■ Überwachung der gängigen Bewertungsportale (bspw. Booking.com für Unterkunftsbetriebe, Google Maps und TripAdvisor etc. für alle Gastgeber), Reaktion auf positives und negatives Feedback, Ergreifen von Verbesserungsmaßnahmen ■ Gewährleistung einer guten Onlinesichtbarkeit ■ Gewährleistung der Onlinebuchbarkeit ■ Ermöglichung bargeldloser Bezahlung ■ Anwendung Nachhaltigkeitsaspekte im Betrieb ■ Teilnahme an Zertifizierungs- und Klassifizierungsprogrammen	** Gastgeber
Quantitativen, ausreichenden und vielseitigem Gastronomieangeboten (insb. auch am Abend und außerhalb der Saison)	■ Umsetzung einer niederschweligen Gastronomieumfrage und Analyse von zeitlichen Lücken in der Versorgung, Bedarfen, Hindernissen ■ Verbesserung der Vernetzung und Koordinierung der Anbieter zur gemeinsamen Sicherung regelmäßiger Gastro-Öffnungszeiten (Ressourcen teilen, Abstimmung von Ruhetagen) ■ Ausweitung gemeinsamer Angebote zum Thema Bed & Breakfast (ggf. Kooperation kleinerer Anbieter, idealerweise in Kooperation mit bestehenden Gastronomen)	*** Gastronomen, interkommunale Kooperation, Begleitung durch Entwicklungskoordinator
Stärkung von Barrierefreiheit	■ Schaffung von Barrierefreiheit in Freizeiteinrichtungen und Dienstleistungsangeboten ■ Sichtbarmachung barrierefreier Reiseangebote	** Eigentümer

8.3.3 Marketing und Service

Abb. 44 Ideenpool Sichtbarkeit und Kooperatives Marketing

Handlungsfeldziel: Verbesserung der Sichtbarkeit der Halbinsel, der Besonderheiten und der Angebote durch zielgruppengerechtes Marketing mit Fokus auf (Wieder-)Gewinnung von Tages- und Urlaubsgästen und Initiierung von Zuwanderung/Fachkräftegewinnung und idealerweise Gewinnung von Investoren und Unternehmen für die Region.

Maßnahme	Ansatzpunkte, Hinweise	Priorität, Beteiligte, Kooperation
Erhöhung der digitalen Sichtbarkeit der Angebote	siehe Ausführungen zum Leitprojekt 9 in Kapitel 8.2	siehe Leitprojekt
Stärkung der Willkommenskultur	■ Sensibilisierung/Information von Neubürgern für ihre neue Heimat (z.B. Begrüßungsangebote, Hinweise für ehrenamtliches Engagement, Nachbarschaftshilfen für Neubürger) ■ Begrüßungsschild im einheitlichen gemeinsamen Corporate Design bei Zufahrt zur Halbinsel (Wittower Fähre und Schaabe)	** Gemeinden oder Amt Nord-Rügen gemeinsame Aktivitäten unerlässlich
Herausstellung der Attraktionspotenziale außerhalb der Hochsaison im Marketing	■ Darstellung der Einrichtungen die geöffnet sind (auf der Halbinsel und im weiteren Umfeld) ■ prominente Kommunikation von Erlebnisangeboten in Kampagnen des Tourismusverbandes ■ gemeinsame Entwicklung von Vorschlägen für einen Tag, ein Wochenende bspw. im Herbst (inkl. Einbindung von Schlechtwetterangeboten im Umfeld und Initiierung von Kooperationen) → siehe auch Leitprojekt 9 ■ kreative Produktgestaltung für temporäre Reiseanlässe im Winterhalbjahr	** Tourist-Informationen in Kooperation mit Leistungsträgern, Tourismusverein Nord-Rügen Kooperation der TIs wichtig
Zusammenarbeit und klare Positionierung bei den Dachverbänden (Tourismus und Wirtschaftsförderung)	■ Nutzung/Verlinkung zu bestehenden Informationen für Fachkräfte, Unternehmen, Investoren bspw. Wirtschaftsförderung des Landkreises und Infoplattform www.vorpommern-sonnendeck.de (Welcome-Center Vorpommern-Rügen) ■ Sicherung und Optimierung der Kooperation mit relevanten Dach- und Interessensorganisationen, insb. Wirtschaftsförderung des, Tourismusverband (vgl. hierzu auch Maßnahmen im Handlungsfeldziel Rügener Teilregion) ■ Pflege und Weiterentwicklung der Partnerschaften mit den direkten Nachbarn auf der Insel Rügen	** Koordinierungsstelle der interkommunalen Kooperation, Gemeinden, Wirtschaftsförderung des Landkreises, Tourismusverband

Abb. 45 Ideenpool Gemeinsame Marketinginitiative Wittow und Profilierung der Halbinsel

Handlungsfeldziel: Bündelung von Aktivitäten im Rahmen einer gemeinsamen Marketinginitiative inkl. Umsetzung und Weiterführung gemeinsamer Marketingmaßnahmen und klare Profilierung. Förderung einer positiven Positionierung und Imagebildung sowie Steigerung der Bekanntheit durch verstärktes gemeinsames und kooperatives Vorgehen im Tourismus- und Standortmarketing.

Maßnahme	Ansatzpunkte, Hinweise	Priorität, Beteiligte
Jährlicher gemeinsamer Mediaplan und Erstellung gemeinsamer Inhalte	■ Abstimmung jährlicher gemeinsamer Marketingaktivitäten der Gemeinden (welche setzen die Gemeinden selbst, welche gemeinsam um?) ■ Berücksichtigung eines gemeinsamen ganzheitlichen Ansatzes und Akzentsetzung ▪ Aufarbeitung kooperativer Inhalte (untereinander und zu Dachverbänden) zur gemeinsamen Darstellung der Besonderheiten der Halbinsel (kein fraktioniertes, uneinheitliches Marketing) Dabei wichtig: ○ Sensibilisierung eines gemeinsamen Verständnisses im Marketing; Tourismus-, Standort- und Binnenmarketing müssen ganzheitlich gesehen werden, eine attraktive Region für Einheimische strahlt dies auch für Gäste, Neubürger, Investoren aus ○ Gemeinde, Zielgruppen und Themen übergreifend denken! ○ regelmäßiger Austausch der Verantwortlichen der Kommunen untereinander ○ ggf. Einholen von Stimmungsbildern aus den Bereichen Tourismus, Wirtschaft, Verwaltung (Entwicklung einer Umfrage)	** Tourist-Informationen der Gemeinden interkommunale Zusammenarbeit ist notwendig
Weiterentwicklung gemeinsamer Online-Marketing-Instrumente der Halbinsel sowie analogen Informationsmedien	■ Abwägung der Sinnhaftigkeit einer zielgruppen-gerechten Wittow-Webseite als zentrales Info- und Austauschmedium im responsiven Design (bspw. Pflege und Weiterentwicklung der Webseite nordruegen.de) Bei Entscheidung für eine gemeinsame Webseite ▪ zielgruppen- und themenbezogene Weiterführung, Aktualisierung und Ergänzung der Inhalte ▪ kontinuierliche, inhaltliche Aufbereitung neuer und aktueller Beiträge ▪ Implementierung eines internen Bereiches für Akteure und Leistungsträger (Datenweitergabe/-austausch, Informationsvermittlung, Interaktion, Hilfestellungen, Medienpool, etc.) ▪ Verlinkungen zur Insel Rügen (Tourismus und Wirtschaftsförderung) sowie den Gemeinden	** Tourist-Informationen, Tourismusverein Nord-Rügen Kooperation der TIs wichtig, Koordination durch Entwicklungskoordinator in Kooperation mit den TIs sinnvoll

	▪ Perspektivisch: Online-Buchbarkeit von Unterkünften (siehe auch Informationen im Leitprojekt 9) ■ Initiierung von gemeinsamen Aktivitäten auf Social-Media ▪ Definition von Verantwortlichkeiten ▪ Abstimmung Social-Media-Aktivitäten (insb. Art der Aktivitäten und Medien wie Facebook, YouTube, Instagram, ggf. LinkedIn, ggf. aktuelle Portale) und Konzeptionierung künftiger Social-Media-Arbeit inkl. Content-Plan ▪ Einbeziehung und Berücksichtigung von Mitmachaktionen, Foto- und Filmwettbewerbe, „Erzähle deine Geschichte zu Wittow“ etc. ▪ Sichtbarkeit und Content der Halbinsel auf den Social-Media-Kanälen aller Partner, Dachverbände und Nachbarn ■ Streuung der im Rahmen des IREKs erstellten Imagebroschüre, bedarfsgerechte Aktualisierung ■ Evaluierung weiterer Printmedien und ggf. Entwicklung neuer, ausgewählter Broschüren (als analoge Ergänzung zu digitalem Informationsangebot): zielgruppengerechte und informative Flyer/Broschüren zu ausgewählten Themen	
Gemeinsame Corporate Identity	■ Prüfung der Anpassungsmöglichkeiten des gemeinsamen Corporate Designs in den gemeindebezogenen Marketingmaterialien	* Gemeinden und TIs interkommunale Zusammenarbeit ist notwendig

Abb. 46 Ideenpool Tourismusbewusstsein und von Tourismusakzeptanz

Handlungsfeldziel: Förderung eines breiten Tourismusbewusstsein und von Tourismusakzeptanz.

Maßnahme	Ansatzpunkte, Hinweise	Priorität, Beteiligte
Stärkung der Tourismusakzeptanz bei der Einwohnerschaft	■ Zusammenarbeit mit der lokalen Presse, um z.B. Marketingaktivitäten und Veranstaltungen auch für die Bürger sichtbar zu machen ■ Schaffung von Transparenz über Tätigkeiten des Tourismusvereins gegenüber den touristischen Leistungsträgern	** Tourismusverein Nord-Rügen, Tourist-Informationen gemeinsames Auftreten als Region grundlegend

Maßnahmen mit Bezug zur Einbindung der Einwohnerschaft in die weitere Lebensraum- und Tourismusentwicklung finden sich im Handlungsfeldziel Identität und Partizipation.

8.3.4 Kooperation, Miteinander und Tourismusstruktur

Abb. 47 Ideenpool Gemeinsame Struktur und Finanzierung

Handlungsfeldziel: Schaffung nachhaltiger Kooperations- und Finanzierungsstrukturen; Umsetzung einer gemeinsamen Struktur zur Organisation der (Tourismus-)Entwicklung.

Maßnahme	Ansatzpunkte, Hinweise	Priorität, Beteiligte
Etablierung einer inter-kommunale Kooperation der Gemeinden	siehe Ausführungen zum Leitprojekt 2 in Kapitel 8.2	Leitprojekt
Gemeinsame Koordinierungsstelle	siehe Ausführungen zum Leitprojekt 1 in Kapitel 8.2	Leitprojekt
Prädikatisierung der Region als Tourismusregion und gemeinsame Weiterentwicklung der Kurabgabe	siehe Ausführungen zum Leitprojekt 3 in Kapitel 8.2 Weitergehende Handlungsansätze und Wünsche aus dem Partizipationsprozess: ■ alternativ oder ergänzend: Anerkennung Altenkirchens als Tourismusort, Prüfung und ggf. Umsetzung notwendiger Maßnahmen zur Erfüllung der Kriterien ■ transparente Information zum Einsatz der Kurabgabe ■ Qualifizierung der Kurkarte als ÖPNV-Ticket und Einwohnerkarte auf der gesamten Halbinsel	Leitprojekt
Gemeinde Wittow	■ kontinuierliches Mitdenken und Vorbereiten des Aufgehens in einer Gemeinde Wittow → perspektivisch: Zusammenarbeit der Gemeinden Wittow unter Beteiligung der Tourismusakteure und Einwohner	** Gemeinden, Amt Nord-Rügen interkommunale Kooperation unerlässlich

Abb. 48 Ideenpool Vernetzung der Akteure und Zusammenarbeit

Handlungsfeldziel: Vernetzung der Akteure und Angebote auf der Halbinsel Wittow im Bereich Lebensraum und Urlaubsraum (Zusammenarbeit der Gemeinden, Miteinander der Träger der Daseinsvorsorge, Kooperation der Tourismusakteure etc.) und weitere Forcierung der Beziehungen mit den Partnern der Halbinsel Jasmund.

Maßnahme	Ansatzpunkte, Hinweise	Priorität, Beteiligte
Veranstaltungsmanagement	■ Abstimmung von Veranstaltungsterminen auf der Halbinsel, insb. bei Großveranstaltungen aber auch für Veranstaltungen unter den Gemeinden (inkl. Vereine in Absprachen mit einbeziehen) ■ Sichtbarmachung im Rahmen eines gemeinsamen Veranstaltungskalenders/einer gemeinsamen Plattform (im Rahmen der landesweiten Datendrehscheibe oder in Verknüpfung mit dieser, damit die Veranstaltungen auf den verschiedenen (touristischen) Webseiten ausgespielt werden können) (insb. Rügen, Tourismusverein, Gemeinden) ■ Abstimmung jährlich wechselnder gemeinsamer Veranstaltungen wie bspw. Sommersonnenwende, Boddenfeier	** Veranstaltungsausrichter (Gemeinden, Vereine, Tourismusgesellschaften, Leistungsanbieter) Die Koordination von Veranstaltungen sollte von allen Gemeinden und Akteuren getragen werden.
Bessere abgestimmte Zusammenarbeit aller Akteure	■ Etablierung einer interkommunalen Kooperation der Gemeinden → siehe Leitprojekt 2 in Kapitel 8.2 ■ Zusammenarbeit Bürgermeister, Tourismusverantwortliche der Gemeinden, Tourismusverein (z.B. Austausch vor und nach der Saison) ■ Einbindung der Einwohnerschaft in die weitere Lebensraum- und Tourismusentwicklung (siehe Handlungsfeldziel Identität und Partizipation) ■ stärkere Vernetzung der Touristiker, bspw. thematische Arbeitskreise zur Angebotsgestaltung (Kap Arkona Lauf, Wittow-Runde ...) ■ Vernetzung der Tourist-Informationen zur Aufgabenteilung ▪ kurzfristig Austausch am „Runden Tisch“ (digital oder analog) ▪ perspektivisch denkbar ein Tourismusinfoservice im Backoffice mit ggf. Zweigstellen in den Gemeinden im Frontoffice)	*** Gemeinden, Tourist-Informationen, Tourismusverein Nord-Rügen e.V., Touristiker u.v.w. Akteure gibt es in allen Gemeinden der Region, Aktivitäten sollte daher von allen Kommunen gemeinsam getragen werden

Abb. 49 Ideenpool Rügener Teilregion

Handlungsfeldziel: Stärkung von Wittow als Rügener Teilregion inkl. klare Positionierung gegenüber und intensivere Zusammenarbeit mit touristischen Dachverbänden (insbesondere Tourismusverband Mecklenburg-Vorpommern e. V., Tourismusverband Rügen e. V.).

Maßnahme	Ansatzpunkte, Hinweise	Priorität, Beteiligte
Kooperation mit dem Tourismusverband Rügen	- finanzielle Unterstützung des regionalen Tourismusverbandes Rügen zur Wahrnehmung seiner touristischen Aufgaben, Bewusstseinsbildung bei den Touristikern zur Kooperation und Unterstützung - tourismuspolitische Interessenvertretung im Verband für die Halbinsel Wittow	*** Gemeinden, Tourismusverein Nord-Rügen (Interessenvertretung) einheitliches Auftreten erfordert die Zusammenarbeit der Gemeinden
Pflege und ggf. Erhöhung der digitalen Präsenz der Halbinsel Wittow beim Tourismusverband	kontinuierliche Pflege, Bereitstellung und Aktualisierung von Daten in die vorhandenen Systeme des Tourismusverbandes Rügen/Baltic Project GmbH (Reservierungssystem, Veranstaltungskalender, Website, Apps) <i>Weitergehende Infos zur Digitalisierungs- und Vernetzungsoffensive des Tourismusverbandes Rügen finden sich auch hier: https://www.tourismus-ruegen.de/digitalisierungsoffensive</i>	** Tourist-Informationen und Leistungsträger gemeinsames Auftreten als Region förderlich

Abb. 50 Ideenpool Identität und Partizipation

Handlungsfeldziel: Stärkung der regionalen Identität auf der Halbinsel Wittow und eines gelebten „Gemeinschaftsgefühls“. Förderung von Partizipation aller Bevölkerungsgruppen und des bürgerschaftlichen Engagements.

Maßnahme	Ansatzpunkte, Hinweise	Priorität, Beteiligte
Einbindung der Einwohnerschaft in die weitere Lebensraum- und Tourismusentwicklung	- aktive Einbindung in die Tourismusgestaltung, bspw. in Form eines Bürgerforums alle zwei Jahre (rotierend durch die Gemeinden) oder anderen Formaten - Attraktivierung von Kultur-/Freizeiteinrichtungen als Anlaufpunkte auch für Einheimische, Öffnung hoteleigenen Angebote auch für Einwohner (Tagessgäste) - explizite Einbindung der Jugend – Beteiligungsmöglichkeiten für Kindern, Jugendliche und junge Menschen zur Gestaltung der Angebote vor Ort in	** Gemeinden, Freizeit- und Kulturanbieter, Einwohnerschaft interkommunale Zusammenarbeit bei

	den Gemeinden, bspw. ▪ Gründung eines Jugendbeirats für junge Menschen zwischen 12 und 25 Jahren zur Mitgestaltung der Gemeindeentwicklungen auf Wittow (bspw. in Saßnitz gegeben) ▪ Durchführung eines Jugendforums	übergreifenden Aktivitäten unerlässlich
Aktive Einbeziehung der Einwohnerschaft als authentische Botschafter	■ Einwohner, Gastgeber und Gästeführer als Gastautor für Blogartikel und Imagemedien einbinden, Erfahrungsberichte etc. ■ Vermittlung von Insidertipps	** Tourist-Information, Tourismusverein Nord-Rügen abgestimmte Aktivitäten sind wichtig
Stärkung des Ehrenamts	■ Nutzung der Angebote der MitMachZentrale des Landkreises Vorpommern-Rügen (ein Projekt des Jugendrings Rügen e.V.); weitergehende Informationen hier: https://www.lk-vr.de/Willkommen/Ehrenamt/MitMachZentrale/ ■ Stärkung der Anerkennung des Ehrenamtes, bspw. Aktionen zum Tag des Ehrenamts, Auszeichnungen mit Urkunde, Ehrentitel und in der Presse, gepflanzter Ehrenbaum mit Ehrenbürgertafel, Fotoreihe mit ehrenamtlichen Helfern bei Infrastrukturprojekten, Gutschein für einen einmal freien Eintritt zu einem Angebot ■ besserer Zugang zu Informationen für Teilhabe an Aktionen auf Wittow ■ Kooperation mit der Schule in Altenkirchen zu Ehrenamtsprojekten	** Gemeinden, Amt Nord-Rügen, Landkreis Vorpommern-Rügen, Vereine, Schule Eine interkommunale Zusammenarbeit kann sich in der Umsetzung konkreter Initiativen ergeben.
Förderung der kulturellen Identität	■ kulturhistorische Bildung von Kindern und Jugendlichen in Zusammenarbeit mit Heimatvereinen und weiteren Partnern wie Kirchengemeinden sowie Kindergärten und Schulen (Heimatbewusstsein schaffen) ■ Förderung der plattdeutschen Sprache (z.B. plattdeutsche Nachmittage) ■ Sicherung von Dorfbegegnungsstätten (siehe auch Handlungsfeldziel Freizeitangebote für Jung und Alt) ■ Etablierung historischer Wander- und Informationspfade	** Heimatvereine, Kirchengemeinde, Schulen, Kindertageseinrichtungen, Kulturanbieter, Gemeinden interkommunale Zusammenarbeit bei übergreifenden Aktivitäten unerlässlich

9 Umsetzung erster Basis-Marketing-Leistungen

Im Rahmen des Auftrages zur Erarbeitung des IREKs Wittow wurden bereits erste grundlegende Marketingleistungen umgesetzt. Sie wurden gemeinsam mit der Lenkungsgruppe des Prozesses entwickelt und gemeinsam abgestimmt.

9.1 Namensgebung und Claim

Bisher wird der Slogan „**Wittow – Rügens wild-romantischer Norden**“ durch den Tourismusverein Nord-Rügen e.V genutzt. Die Teilnehmenden des Marketing-Workshops haben sich dafür ausgesprochen auch künftig diesen Namen für weitere gemeinsame Marketingmaßnahmen beizubehalten. Dies ist auch die Gutachterempfehlung. Wittow dient als Identitätsanker für die Einheimischen und zur Orientierung. Darüber hinaus fungiert der **Claim „Rügens wild-romantischer Norden“** als Verortung (Fokus im Norden der Insel Rügen) und als Markenkern und sollte in der Kommunikation als Aufhänger und thematische Klammer verwendet werden (wild-romantisch).

9.2 Corporate Design

Der Tourismusverein Nord-Rügen e.V. arbeitete als gemeinsames Identitätsmerkmal bereits mit einer Wortmarke und ein eigenem Corporate Design. Dieses wurde im Rahmen des Prozesses weiterentwickelt.

Logo

Die Wort-Bild-Marke von Wittow besteht aus dem Schriftzug „Wittow“ und dem Claim „Rügens wild-romantischer Norden“. Feine geschwungene Linien erinnern an Wind und Wellen. Die Farbgebung in tiefem Dunkelgrün, Hellblau und Beige symbolisieren ebenfalls den Wind, das Meer und den Strand.

Das Logo wird i.d.R. rechts oben auf einem weißen Untergrund positioniert. Entsprechend des Kommunikationszweckes soll eine angemessene Größe des Logos bei guter Sichtbarkeit gewählt werden.

Abb. 51 Logo Halbinsel Wittow



© BTE 2024

Corporate Design

Das Corporate Design lässt sich anhand der bereits umgesetzten Marketingmaterialien nachvollziehen. Dies gilt als erster Aufschlag in der Fixierung der Corporate Design Vorgaben. Bei der Umsetzung weiterer Kommunikationsmaßnahmen sind grundsätzlich die folgend definierten Basiselemente und Gestaltungsgrundätze zu berücksichtigen.¹⁵

Abb. 52 Beispiel Titel und Folgeseiten Imageprospekt



© BTE 2024

Schriftart

Die **Typografie** ist ein wichtiges Element und Wiedererkennungsmerkmal des Corporate Designs und trägt maßgeblich zum visuellen Auftritt bei.

Für die Wortmarke und für Überschriften kommt der Handwriting-Font „Smooth Fantasy“ zum Einsatz, der das „Windland“ gut repräsentiert.

Als Hausschrift kommt die serifenlose, zeitgemäß geradlinige und selbstbewusste Schrift Frutiger Next zum Einsatz. Verwendet werden können nach Bedarf alle Schriftschnitte.

Als weitere Schmuckschrift kann die „Piece of Youth“ für Auszeichnungen und Hervorhebungen eingesetzt werden.

Farben

Für das Corporate Design werden die folgend dargestellten **Farben** verwendet¹⁶. Ausgehend von dem Logo kommen primär die Blau- und Beigetöne in Kombination mit weiß und Hellgrau zum Einsatz. Sie können je nach Motiv auch in Abstufungen genutzt werden.

¹⁵ Für die künftige Arbeit mit dem Corporate Design kann auf die offenen Daten der Logos und der Anwendungsbeispiele zurückgegriffen werden. Die offenen Daten sind angelegt in Adobe Formate (.indd, .eps).

¹⁶ Hinweis: Die dargestellten Farbwerte sind für den Druck auf weißen Papieren mit einem CIEWert ab 130 (u.a. Bilderdruckpapiere) ausgelegt. Auf Natur- und Recyclingpapieren mit geringerer Weiße, werden die Farben i.d.R. dunkler gedruckt. Um dies auszugleichen kann der Farbanteil der einzelnen Elemente geringfügig vermindert werden (ca. 10 %).

Abb. 53 Farbwerte Corporate Design Wittow – Nord-Rügen

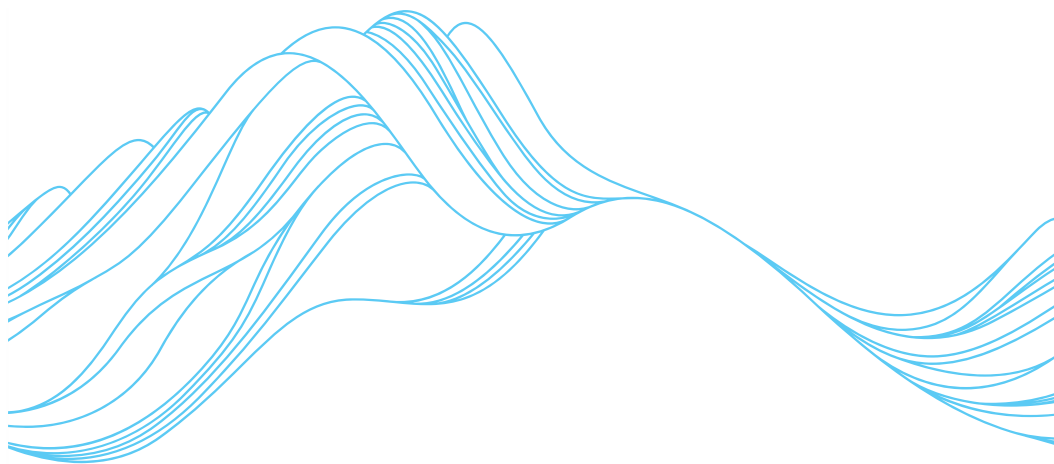
			
Blau Cyan 88 % Magenta 3 % Yellow 53 % Black 63 % R 0 G 82 B 72 #005248	Hellgrün Cyan 37 % Magenta 0 % Yellow 0 % Black 0 % R 170 G 221 B 249 #aaddf9	Hellgrau Cyan 10 % Magenta 24 % Yellow 41 % Black 25 % R 232 G 199 B 159 #e8c79f	Anthrazit Cyan 0 % Magenta 0 % Yellow 0 % Black 25 % R 178 G 178 B 178 #d0d0d0

© BTE 2024

Gestaltungselemente

Wesentlicher Bestandteil des Corporate Designs ist die stilisierte Form einer Welle bzw. der Welle vor allem bei Printprodukten.

Abb. 54 Gestaltungselement



© BTE 2024

10 Monitoring und Evaluation

Mit dem Monitoring und der Evaluierung soll die erfolgreiche Umsetzung des Integrierten Regionalen Entwicklungskonzeptes für die Halbinsel Wittow abgesichert werden. Dabei wird das IREK nicht als starres Konzept verstanden, sondern als fortschreibungspflichtiges Instrument, dass in regelmäßigen Abständen evaluiert und bei Bedarf fortgeschrieben werden muss.

Bei der Fortschreibung müssen die relevanten eingetretenen Veränderungen identifiziert und in das Konzept integriert werden; bei Bedarf müssen Zielstellungen und Strategien korrigiert werden. Es gilt, angesichts der definierten konkreten Ziele, den Einfluss von Veränderungen als Einflussfaktoren zu prüfen, insbesondere wenn der Einfluss in eine nicht-gewünschte Richtung führt.

Zur Sicherung und Herstellung von Transparenz sollte durch Pressemitteilungen (ggf. auch über eine gemeinsame Homepage bspw. des Tourismusvereins Nord-Rügen e.V.) über die Umsetzung von Maßnahmen, über die Fortschritte bei der Umsetzung und über die erzielten Effekte und Erfolge berichtet werden. Interessierte Bürger können Fragen per E-Mail an den Entwicklungskoordinator stellen.

Als Verantwortlichkeit für Monitoring und Evaluation empfiehlt sich der Entwicklungskoordinator in Abstimmung mit der interkommunalen Projektgruppe. Der Koordinator fordert von den Projektträgern die notwendigen Informationen ein, bewertet die eingegangenen Informationen und stellt eine Gesamtübersicht bspw. im Ampelsystem her.

Als konkrete Schwerpunktaufgaben lassen sich darstellen:

- Einordnung der Projekte bei Maßnahmenbeginn in die Gesamtziele des Entwicklungskonzepts (Leitbildsätze, Handlungsfelder, Handlungsfeldziele),
- Monitoring der Projektumsetzung und Erfassung der erzielten Effekte nach Fertigstellung/ Abschluss der Projekte,
- Ausarbeitung von Empfehlungen für weitergehende Maßnahmen.

11 Verzeichnisse

11.1 Quellenverzeichnis

Studien, Konzepte, Marktforschungsdaten, Statistiken

- Bundesagentur für Arbeit (2023): Verschiedene Statistiken
 - Arbeitsmarkt kommunal (Jahreszahlen) 2022
 - Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte nach Wirtschaftszweigen am Arbeitsort 2018 bis 2022
 - Arbeitslosenzahlen 2018 bis 2022
 - Jahresdaten zu Ein- und Auspendlern für Kreise und Gemeinden in Deutschland 2022
- Bundesamt für Naturschutz (BfN) 2015: Schutzgebiete in Deutschland. URL: [geo-dienste.bfn.de/schutzgebiete](https://dienste.bfn.de/schutzgebiete) (letzter Zugriff 15.02.2024)
- Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL) (Hrsg.) (2022): Mehrfunktionshäuser – so gelingt's!. Erfahrungen aus den BULE-Modellprojekten (abrufbar unter www.bmel.de → Service → Publikationen → Mehrfunktionshäuser) (letzter Zugriff 15.02.2024)
- dwif-Consulting GmbH | Humboldt-Innovation GmbH (2017): Konzept für einen stadtverträglichen und nachhaltigen Berlin-Tourismus 2018+.
- Gemeinde Breege (2021): Satzung über die Erhebung einer Kurabgabe in der Gemeinde Breege (Kurabgabesatzung)
- Gemeinde Dranske (2020): Satzung über die Erhebung einer Kurabgabe der Gemeinde Dranske
- Gemeinde Putgarten (2019): Satzung über die Erhebung einer Kurabgabe der Gemeinde Putgarten 2019 – 2024
- Gemeinde Wiek (2020): Satzung über die Erhebung einer Kurabgabe der Gemeinde Wiek
- Hochschule Stralsund, SIMAT Stralsund Information Management Team (2020): Lebensqualität in Vorpommern-Rügen – Ein Vergleich mit ausgewählten Metropolen und Vergleichsstädten Deutschlands
- IGES Institut GmbH (2022): Nahverkehrsplan Landkreis Vorpommern-Rügen
- Landesamt für Umwelt, Naturschutz und Geologie Mecklenburg-Vorpommern (2009): Gutachterlicher Landschaftsrahmenplan Vorpommern. Erste Fortschreibung.
- Landgesellschaft Mecklenburg-Vorpommern mbH (2020): Wir auf Jasmund – Gemeinsam für Rügen! Integriertes Regionales Entwicklungskonzept (IREK) für die Gemeinden Breege, Glowe, Lohme und Sagard sowie die Stadt Sassnitz
- LEIK Leipziger Institut für Kommunikation gGmbH (2024) als Betreuer und Begleiter des Projektes Multiple Häuser, URL: www.multiples-haus.de (letzter Zugriff 15.02.2024)
- Lokale Aktionsgruppe Rügen (2023): LEADER auf Rügen. URL: <https://leader-ruegen.de/leader> (letzter Zugriff 15.02.2024)
- Ministerium für Energie, Infrastruktur und Landesentwicklung Mecklenburg-Vorpommern (2016): Landesraumentwicklungsprogramm Mecklenburg-Vorpommern (LEP).
- Ministerium für Wirtschaft und Energie des Landes Brandenburg | BTE (2018): Die Zukunft des Destinationsmanagements im Land Brandenburg.
- Ministerium für Wirtschaft, Arbeit und Gesundheit Mecklenburg-Vorpommern (Hrsg.) (2018): Landestourismuskonzeption Mecklenburg-Vorpommern. Branche mit Zukunft gestalten.
- Parlamentarischer Staatssekretär für Vorpommern (o.J.): Vorpommern-Strategie. Impulse zur Entwicklung des östlichen Landesteils bis 2030
- PROJECT M & Baker Tilly (2020): Organisationskonzept für eine regionale Destination Management Organisation (DMO) auf Rügen. Zwischenpräsentation zur Mitgliederversammlung des Tourismusverbands Rügen e.V.
- PROJECT M GmbH (2020): Organisationsgutachten für die Destinationsstrukturen in Mecklenburg-Vorpommern. Ergebnisbericht – Kurzfassung.

- Regionaler Planungsverband Vorpommern (2001): Leitbild für Vorpommern.
- Regionaler Planungsverband Vorpommern (2010): Regionales Raumentwicklungsprogramm (RREP) Vorpommern.
- Statistisches Amt Mecklenburg-Vorpommern: Statistische Berichte zum Thema
 - Bevölkerungsstand der Kreise, Ämter und Gemeinden 2022 sowie Bevölkerung nach Alter und Geschlecht, Teil 2: Gemeindeergebnisse 2022
 - Touristische Nachfragezahlen zu den Gemeinden, der Destination Rügen/Hiddensee und Mecklenburg-Vorpommern, insb. Ankünfte, Übernachtungen, durchschnittliche Verweildauer, Betriebe, Betten, Auslastung in gewerblichen Betrieben 2012 bis 2022
- Tourismusverband Mecklenburg-Vorpommern e. V. (2024): Markenhandbuch Urlaubsmarke Mecklenburg-Vorpommern. URL: <https://urlaubsmarke.tourismus.mv/d/cP7Nc7vVYDaJ/markenhandbuch> (letzter Zugriff 15.02.2024)
- Tourismusverband Mecklenburg-Vorpommern e.V. (o.J.): Kommunikations- & Markenkonzept 2022 Mecklenburg-Vorpommern. Strategischer Leitfaden für das touristische Landesmarketing.
- Tourismusverband Mecklenburg-Vorpommern e.V. (o.J.): Zielgruppen. URL: <https://www.tmv.de/zielgruppen/> (letzter Zugriff 15.02.2024)
- Tourismusverband Rügen e.V. (2005): Leitbild des Tourismusverbandes Rügen e. V. (TVR)
- Tourismusverband Rügen e.V. (2020): Projektantrag „Modellregion Insel Rügen – gesamtinsulare Tourismusorganisation und Tourismusfinanzierung“
- TouristiCon GmbH (2021): Tourismusakzeptanz in der deutschsprachigen Wohnbevölkerung – Zentrale Ergebnisse für die Insel Rügen
- Verkehrsgesellschaft Vorpommern-Rügen (o.J.): Linjennetzplan (Auszug) Rügen
- Wien Tourismus (2019): Visitor Economy Strategie 2025. Shaping Vienna. URL: <https://shaping-vienna.info/de-at/home> (letzter Zugriff 15.02.2024)
- World Tourism Organization (2017): Entwicklung des internationalen Tourismus; Anpassung: UN-WTO 2021: Time of Recovery 2021.
- zukunftsInstitut (2023): Megatrends. URL: <https://www.zukunftsinstitut.de/dossier/megatrends/> (letzter Zugriff: 28.08.2023)

Weiteres

- Marktforschung im Rahmen der Erstellung des Tourismuskonzeptes
 - BTE (2023): Onlinebefragung der Einwohnerschaft und touristischer Leistungsträger (n=192)
 - BTE (2023): Gästebefragung vor Ort (n=542)
 - BTE (2023): Mystery Checks in den Tourist-Informationen der Halbinsel (n=4)
 - BTE (2023): Ortsbildanalysen (n=6)
- Internetseiten, Onlinemedien sowie Broschüren, Flyer etc. der lokalen und regionalen Akteure u.a.
 - Tourismusverband Rügen e.V.
 - Tourismusverein Nord-Rügen e.V.
 - Gemeinden der Halbinsel
 - Leistungsträger der Halbinsel
- Webseiten zu Fachpartnern bspw. Wohnungsanbieter, Kartenanbieter, Campingplatzübersichten, Qualitätslabels
- Zuarbeiten lokaler und regionaler Akteure zu bestehenden Projekten, bspw. Orenda-Projekt, „Sport- und Landhotel Starrvitz“ u.v.w., weiteren Statistiken sowie verschiedenen Pressemitteilungen
- Erkenntnisse aus den Veranstaltungen
 - Auftaktberatung am 18.10.2023
 - Öffentliche Auftaktveranstaltung am 10.05.2023
 - Expertengespräche am 11.05.2023
 - Steuerungsgruppentreffen am 26.06.2023
 - Zukunftswerkstatt am 28.06.2023
 - Kreativworkshop am 13.09.2023
 - Öffentliche Präsentationsveranstaltung am 13.09.2023
 - Maßnahmenwerkstatt am 18.10.2023
 - Vertiefungswerkshop am 15.01.2023

11.2 Abbildungsverzeichnis

Abb. 1	Strategiekarte IREK Wittow	3
Abb. 2	Vorgehensweise in der Übersicht	5
Abb. 3	Übersicht übergeordneter Konzepte, Planungen, Strategien (Beispiele)	7
Abb. 4	Gebietskulisse des IREK Wittow	8
Abb. 5	Kurzbewertung im Bereich Raum, Bevölkerung, Wirtschaft, Grundversorgung, Soziales	10
Abb. 6	Kurzbewertung im Bereich Mobilität.....	11
Abb. 7	Kurzbewertung im Bereich Touristische Nachfrage.....	12
Abb. 8	Kurzbewertung im Bereich Infrastruktur, Angebote, Produkte für Tourismus und Freizeit.	13
Abb. 9	Kurzbewertung im Bereich Marketing und Gästeservice	14
Abb. 10	Kurzbewertung im Bereich Organisation und Kooperation	15
Abb. 11	Impressionen – Fokus Ankunftssituation, Orientierung, Infrastruktur.....	20
Abb. 12	Ergebnisübersicht der Ortsbildanalyse	21
Abb. 13	Standortübergreifende Ergebnisse der Ortsbildanalyse.....	21
Abb. 14	Erkenntnisse der Mystery Checks in den vier Tourist-Informationen	23
Abb. 15	Megatrends des 21. Jahrhunderts lt. Zukunftsinstitut	24
Abb. 16	SWOT Halbinsel Wittow.....	26
Abb. 17	Methodischer Ansatz der Entwicklungsstrategie der Halbinsel Wittow.....	29
Abb. 18	Handlungsfelder und Handlungsfeldziele für die Halbinsel Wittow	32
Abb. 19	Zielsystem für die Halbinsel Wittow	34
Abb. 20	Profilierungsthemen mit Fokus auf den Erlebnis- und Tourismusraum	37
Abb. 21	Profilierungsthemen mit inhaltlichen Schwerpunkten	37
Abb. 22	Ganzheitliche Profilierungsthemen	39
Abb. 23	Thematische Untersetzung des rahmengebenden Profilt hemas (Vorschlag)	39
Abb. 24	Modell der Markenidentität für die Halbinsel Wittow	45
Abb. 25	Empfehlung Organisationsstruktur.....	47
Abb. 26	Leitprojekt 1: Entwicklungskoordinator/en	52
Abb. 27	Leitprojekt 2: Interkommunale Kooperation und Projektgruppe.....	54
Abb. 28	Leitprojekt 3: Tourismusregion Nord-Rügen	57
Abb. 29	Leitprojekt 4: Wohnraumentwicklung.....	59
Abb. 30	Leitprojekt 5: Mobilitätskonzept und ÖPNV.....	61
Abb. 31	Leitprojekt 6: Rad- und Wanderwegenetz.....	63
Abb. 32	Leitprojekt 7: Infrastrukturmaßnahmen entlang der Schaabe	65
Abb. 33	Leitprojekt 8: Mehrfunktionshaus / „Multiples Haus“.....	67
Abb. 34	Leitprojekt 9: Digitale Sichtbarkeit der Angebote	69
Abb. 35	Übersicht der Maßnahmensortierung	71
Abb. 36	Ideenpool Nahversorgung, Kinderbetreuung/Bildung, Medizin/Pflege, Wohnraum	72
Abb. 37	Ideenpool Familien, Kinder, Jugendliche	73
Abb. 38	Ideenpool Freizeitangebote für Jung und Alt	73
Abb. 39	Ideenpool Mobilität und Verkehrsverbund	75
Abb. 40	Ideenpool Arbeitsplätze, Wertschöpfung.....	76
Abb. 41	Ideenpool Natürliche Ressourcen.....	76
Abb. 42	Ideenpool Zielgruppengerechte Infrastruktur-, Angebots- und Produktentwicklung	78

Abb. 43	Ideenpool Qualitätsentwicklung.....	82
Abb. 44	Ideenpool Sichtbarkeit und Kooperatives Marketing	83
Abb. 45	Ideenpool Gemeinsame Marketinginitiative Wittow und Profilierung der Halbinsel	84
Abb. 46	Ideenpool Tourismusbewusstsein und von Tourismusakzeptanz	85
Abb. 47	Ideenpool Gemeinsame Struktur und Finanzierung	86
Abb. 48	Ideenpool Vernetzung der Akteure und Zusammenarbeit	87
Abb. 49	Ideenpool Rügener Teilregion	88
Abb. 50	Ideenpool Identität und Partizipation	88
Abb. 51	Logo Halbinsel Wittow	90
Abb. 52	Beispiel Titel und Folgeseiten Imageprospekt	91
Abb. 53	Farbwerte Corporate Design Wittow – Nord-Rügen	92
Abb. 54	Gestaltungselement.....	92