TOURISMUSKONZEPTION FÜR DIE BERNSTEINSTADT RIBNITZ-DAMGARTEN

TOURISMUSKONZEPTION FÜR DIE BERNSTEINSTADT RIBNITZ-DAMGARTEN

Endfassung

Auftraggeber:

Bernsteinstadt Ribnitz-Damgarten
Am Markt 1
18311 Ribnitz-Damgarten

Bearbeitung:

wagner Planungsgesellschaft

Doberaner Straße 7
18057 Rostock

Tel.: 0381 | 3770 69 40
Fax.: 0381 | 3770 69 49
Email.: info@wagner-planungsgesellschaft.de
Web.: www.wagner-planungsgesellschaft.de

Dipl. Ing. Peter Wagner
Dipl. Geogr. Tobias Fronk

Stand:

16. April 2015

Inhalt

I. |EINLEITUNG 8
1. |Touristische Ausgangslage 8
2. |Aufgabenstellung der Tourismuskonzeption 8
3. |Methodik 10

II. |BESTANDSANALYSE UND-BEWERTUNG 12
1. |Räumliche und administrative Einordnung 12
1.1. |Geografische Lage der Stadt Ribnitz-Damgarten 12
1.2. |Administrative Einordnung 13
2. |Übergeordnete planerische, gesetzliche und tourismusfachliche Vorgaben für die Tourismusregion 13
2.1. |Raumordnung und Landesplanung 13
2.1.1 |Einordnung in die „Ländlichen Räume“ 13
2.1.2 |Einordnung nach dem System der Zentralen Orte 13
2.1.3 |Tourismusräume 13
2.1.4 |Erholung in Natur und Landschaft 14
2.2. |Prädikatisierung nach Kurortegesetz M-V 14
2.3. |Naturschutzrechtliche Restriktionen und Schutzgebiete 15
2.4. |Hochwasserschutz 16
2.5. |Landestourismuskonzeption 16
2.6. |Städtische Planungen 17
2.6.1 |Flächennutzungsplan 17
2.6.2 |Aktuelle touristisch relevante Planungsvorhaben der Stadt 17
3. | Bisherige sozialdemografische und ökonomische Entwicklung 18
3.1. |Bevölkerungsentwicklung und -struktur 18
3.2. |Wirtschaftsstruktur und Arbeitsmarkt 21
4. |Mobilität 23
4.1. |Motorisierter Individualverkehr 23
4.2. |Ruhender Verkehr 23
4.3. |ÖPNV 24
4.4. |Bahnverkehr 25
4.5. |Radwegenetz 25
4.6. |Fährverkehr 25
4.7. |Flugverkehr 25
5. |Natürliche Tourismuseignung 26
5.1. |Historische Entwicklung der Stadt Ribnitz-Damgarten 26
5.2. |Ortsbild 26
5.3. |Landschaftsraum 28
5.4. |Klima 28

6. | Das touristische Angebot 29
6.1. | Kultur-, Veranstaltungs- und Bildungsangebot 29
6.2. | Ausflugsmöglichkeiten 39
6.3. | Sport- und Bewegungsangebote 41
6.4. | Gesundheits- und Wellnessangebot 48
6.5. | Waren- und Dienstleistungsangebot 51
6.6. | Gastronomie 51
6.7. | Beherbergungen 52
7. | Nachfrageanalyse 56
7.1. | Gästeankünfte und -übernachtungen sowie durchschnittliche Aufenthaltsdauer 56
7.2. | Übernachtungen und durchschnittliche Auslastung nach Beherbergungskategorien 57
7.3. | Saisonalität 61
7.4. | Übernachtungen und durchschnittliche Aufenthaltsdauer nach Beherbergungskategorien 62
7.5. | Tourismusintensität 63
7.6. | Entwicklung der Besucherzahlen touristischer Einrichtungen in Ribnitz-Damgarten 64
8. | Tourismusmarketing der Stadt Ribnitz-Damgarten 67
8.1. | Organisation des Tourismusbetriebes 67
8.2. | Außenmarketing 69
8.3. | Innenmarketing 72
8.4. | Corporate Identity 72
8.5. | Kooperationen 74
8.6. | Marketing- und Kommunikationskonzept 74
8.7. | Auswertung der Gästebefragung 2014 74
8.8. | Ribnitz-Damgarten im touristischen regionalen Kontext 75
9. | Bewertung in Vorbereitung befindlicher Planungen 76
9.1. | Landschaftspark am Bodden 76
9.2. | Campingplatz am Bernsteinsee 78
9.3. | Floating Houses 80
9.4. | Haus des Gastes 82
10. | Tourismus im Wandel 84
10.1. | Trends im Tourismus 84
10.2. | Haupt- und Potenzialmärkte nach der Landestourismusstrategie 90
10.2.1 | Hauptmärkte 90
10.2.2 | Potenzialmärkte 92
10.3. | Zielgruppen nach der Landestourismusstrategie 94
10.3.1 | Hauptzielgruppen 94
10.3.2 | Mögliche ergänzende Zielgruppen 95
10.4. | Zielgruppen der an der mecklenburgischen Ostseeküste 96

III. |SWOT- ANALYSE 97
1. |SWOT-Analyse 97

IV. |ZIEL- UND LEITBILDENTWICKLUNG 99
1. |Haupt-, Ergänzungs- und Potenzialmärkte 100
2. |Einordung der Haupt- und potenzielle Zielgruppen 105
3. |Leitbildentwicklung 108
3.1. |Allgemeine Zielstellungen zur Tourismusentwicklung 108
3.2. | Touristisches Leitbild 109
4. |Strategische Zielstellungen 112

V. |ANGEBOTS- UND MAßNAHMENPLANUNG 114
1. |Maßnahmenkatalog 114
2. |Begründung der investiven Maßnahmen im Hinblick auf positive Auswirkungen auf die örtliche und regionale Tourismus-, Wirtschafts- und Arbeitsmarktentwicklung 129
3. |Zukünftige Organisation der Tourist-Information 135
4. |Einführung von Kurtaxe und Fremdenverkehrsabgabe 137
5. |Konzeptumsetzung und Ausblick 138

VI. |ZUSAMMENFASSUNG 141

VII. |ANHANG 145
1. |Protokolle der Workshops 145
1.1. |1. Workshop 145
1.2. |2. Workshop 150
1.3. |3. Workshop 154
2. |Grafische Darstellungen 157
3. |Gästefragebogen 162
4. |Grafiken Auswertung Gästefragebogen 164

I. | EINLEITUNG

1. | Touristische Ausgangslage

Der Tourismus ist inzwischen, betrachtet man die Struktur der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten, nach dem Sektor öffentliche und private Dienstleistungen der zweitwichtigste Wirtschaftszweig für die Stadt Ribnitz-Damgarten. Zudem bietet die Tourismuswirtschaft für die Zukunft zusätzliches Entwicklungspotenzial und weitere Perspektiven, was aufgrund der begrenzten Wertschöpfungs- und Beschäftigungsalternativen umso schwerer wiegt. Die Stadt verfügt bereits über eine Vielzahl guter touristischer Ansätze. Zudem verfügt die Stadt über eine ganze Reihe nutzbarer touristische Potenziale wie einen mittelalterlichen Stadtkern, einen attraktiven Stadthafen sowie ein abwechslungsreiches Freizeit- und Kulturangebot. Ribnitz-Damgarten positioniert sich touristisch als Bernsteinstadt; viele Angebote und Veranstaltungen bauen entsprechend auf dem Thema „Bernstein“ auf. Die Prädikatisierung als staatlich anerkannter Erholungsort birgt zusätzliche Entwicklungschancen. Gleichzeitig steht Ribnitz-Damgarten mit den Gemeinden der Halbinsel Fischland-Darß-Zingst, Graal-Müritz und der südlichen Boddenküste im Wettbewerb, aber auch mit einigen Teilbereichen des Küstenvorlands wie Marlow, welches ebenfalls über attraktive Freizeit- und Kulturangebote sowie weitere touristische Aktivitäten verfügt. Zugleich stellen oben genannte Wettbewerber auch mögliche Partner für eine touristische Weiterentwicklung der Gesamtregion in Richtung Vielfalt und Qualität dar, in deren Rahmen jeder entsprechend seiner spezifischen Stärken seinen individuellen Beitrag leisten muss. In diesem Zusammenhang ist sich die Stadt der Notwendigkeit zu Veränderungen bzw. der Steigerung und Bündelung der Anstrengungen im touristischen Bereich bewusst und verstärkt entsprechend ihre Aktivitäten.

2. | Aufgabenstellung der Tourismuskonzeption

Um eine weitere Tourismusentwicklung zu fördern und die Qualität der touristischen Angebote zu sichern bzw.

zu steigern, soll für die Stadt Ribnitz-Damgarten und ihre ländlichen Ortsteile ein auch mit den Nachbarn in der Tourismusregion abgestimmtes touristisches Entwicklungskonzept erarbeitet werden. Die Stadt Ribnitz-Damgarten benötigt dieses touristische Entwicklungskonzept als Grundlage für eine auch zukünftig ausgewogene und mit den örtlich gegebenen, besonderen städtebaulichen und naturschutzfachlichen Rahmenbedingungen verträgliche Fremdenverkehrsentwicklung. Im Rahmen der Projekt- und Beratungsarbeit sollen daher unter Berücksichtigung der besonderen Rahmenbedingungen eine klare touristische Zielstellung sowie konkrete Handlungsempfehlungen erarbeitet werden. Da die Tourismusentwicklung in der Bernsteinstadt eng mit derer der umliegenden Tourismusregion verbunden ist, kommt der Einbettung der eigenen Strategie in den regionalen touristischen Kontext eine Schlüsselrolle zu.

Vor diesem Hintergrund sollen zusammen mit den im Tourismus engagierten Akteuren Stärken, Schwächen und zukunftsfähige Potentiale ermittelt und bewertet werden. Insbesondere aber bedarf es im Rahmen des zu erarbeitenden Tourismuskonzepts auch einer regional integrierten Betrachtung des touristischen Sektors. So gilt es eine gemeindeübergreifende, themenorientierte Abstimmung in der Tourismusentwicklung vorzubereiten. Bereits bestehende Netzwerke sind in diesem Rahmen zu stärken, neue Kooperationen, insbesondere im Aufbau gemeindeübergreifender touristischer Infrastruktur, zu fördern. Eine gezielte Abstimmung in Planung, Umsetzung und Betrieb touristischer Infrastruktur ermöglicht den gezielten und effektiven Einsatz öffentlicher Mittel und trägt zur Steigerung der Attraktivität des Gesamtangebots sowohl in der Stadt Ribnitz-Damgarten als auch in der Region bei. In diesem Rahmen werden auch Kooperationsmöglichkeiten sowie gegenseitige Abhängigkeiten zwischen der Stadt Ribnitz-Damgarten und den angrenzenden Gemeinden, insbesondere Graal-Müritz und Dierhagen, in der Formulierung von Zielstellung und Maßnahmen verstärkt mit berücksichtigt. Folgende konkrete Ziele werden mit der Aufstellung des Tourismuskonzepts verfolgt:

- Erarbeitung einer tragfähigen touristischen Strategie für die Stadt Ribnitz-Damgarten einschließlich ihrer ländlichen Ortsteile unter besonderer Berücksichtigung der Handlungsfelder „saisonverlängernde Maßnahmen“ sowie „Weiterentwicklung touristischer Infrastruktur“.
- Verbesserung der Attraktivität des Tourismusorts Ribnitz-Damgarten und Ansprache zusätzlicher Zielgruppen durch Erarbeitung bzw. Aktualisierung eines eigenständigen touristischen Profils. Die Stadt Ribnitz-Damgarten muss zur Sicherung der zukünftigen Wettbewerbsfähigkeit auch diejenigen für die Bernsteinstadt relevanten Zielgruppen, die bisher noch nicht im Fokus standen, ansprechen, wie z.B. Wellness- oder Aktivurlauber einschließlich Trendsportler oder auch Schulklassen und Jugendgruppen.
- Einbindung der Strategie und touristischen Ausrichtung für die Stadt Ribnitz-Damgarten in die Gesamtentwicklung der Urlaubsregion Fischland-Darß-Zingst, südliche Boddenküste und Küstenvorland sowie Verknüpfung ortsübergreifender, touristischer Infrastrukturen und Angebote sowie Mitwirkung an einer weiteren, auf touristische Vielfalt und Qualität ausgerichteten Entwicklung der Gesamtregion.
- Stärkung des Bekanntheitsgrades der Stadt Ribnitz-

Damgarten und damit der touristischen Anziehungskraft.

- Attraktivitätssteigerung des touristischen Angebots und effektiver Einsatz von Investitionen, einschließlich öffentlicher Mittel durch anbieter- und gemeindeübergreifende Zusammenarbeit in Planung, Umsetzung und Betrieb der Einrichtungen touristischer Infrastruktur.
- Einbindung der im Tourismus tätigen Personen, Unternehmen, Institutionen sowie der Bürger in die Konzeptentwicklung. Letztendlich ist eine Tourismuskonzeption nur dann wirklich von Wert, wenn mit dieser infolge auch aktiv gearbeitet wird. Um die Grundlagen dazu zu schaffen, sollten wesentliche Akteure bzw. Akteursgruppen bereits auf Ebene der Konzepterstellung eingebunden werden. Schaffung einer gemeinsamen touristischen Identität über die Phase der Konzepterstellung hinaus.

Letztendlich kommt es für Ribnitz-Damgarten darauf an, unter Nutzung der eigenen Potenziale einerseits seine touristische Alleinstellung und damit auch Anziehungskraft zu entfalten, aber gleichzeitig auch entsprechend seiner spezifischen Möglichkeiten die Entwicklung einer Destination Fischland-Darß-Zingst voranzubringen. Das Ganze ist hier bedeutend mehr als die Summe seiner Teile.

3. | Methodik

Die Tourismuskonzeption für die Stadt Ribnitz-Damgarten baut methodisch auf der Fortschreibung des Landestourismuskonzepts 2010 auf, insbesondere die Betrachtung der Märkte und Zielgruppen erfolgt entsprechend dessen Methodik. Auf diese Weise werden die im Rahmen der Erarbeitung der Landestourismuskonzeption gewonnenen Erkenntnisse gezielt genutzt. Ferner wird die Einordnung des zu erstellenden regionalen Konzepts unter die übergeordnete Landesstrategie erleichtert. Gleichzeitig werden auch ältere konzeptionelle Ansätze der Bernsteinstadt, soweit deren Aussagen für die zukünftige touristische Ausrichtung noch von Relevanz sind, weiterhin berücksichtigt.

Eine gemeinsame Tourismusstrategie muss auf einheitlichen und aktuellen Planungsgrundlagen in allen planungsrelevanten Aufgabenfeldern aufbauen. Folgende Erhebungs- bzw. Analyseschritte erfolgen im Rahmen der Konzepterstellung:

- Analyse und Bewertung der großräumlichen Lage, der Siedlungs- und Landschaftsstruktur, der regionalen und örtlichen Verkehrssituation sowie der besonderen tourismus-wirtschaftlichen, planungs- und umweltrechtlichen Anforderungen
- Darstellung der spezifischen Tourismuseignung aufgrund der natürlichen, kulturellen und infrastrukturellen Gegebenheiten
- Analyse und Bewertung der touristischen Ausgangssituation, insbesondere hinsichtlich vorhandenem und geplanten Beherbergungs- und Gastronomieangebot sowie sonstiger tourismusrelevanter Infrastruktur (Kultur-, Sport-, Gesundheitsangebote, sonstige Freizeitangebote); Darstellung möglicher Konkurrenzen und des gegebenen Kooperationspotenzials in der Tourismusregion
- Analyse der Marktentwicklung der Stadt Ribnitz-

GRAFIK 01
Methodik

DARSTELLUNG: wagner Planungsgesellschaft

Damgarten, insbesondere hinsichtlich Übernachtungszahlen, Saisonverlauf und Auslastung nach Angebotsarten. Aufzeigen aktueller touristischer Trends und potenzieller Zielgruppen
- Experteninterviews mit lokalen Touristikern sowie der Verwaltung
- Gästebefragung in Print- und Digitalform

Die daran anschließende Erarbeitung der Tourismusstrategie und des Maßnahmenkatalogs erfolgt anhand nachfolgender Arbeitsschritte:

- Experteninterviews mit lokalen Touristikern aus den verschiedenen touristisch relevanten Wirtschaftsbereichen
- Workshops mit den örtlichen Touristikern, aber auch mit Vertretern der touristisch geprägten Nachbargemeinden in der Region zur Erarbeitung/ Präzisierung der Leitbilder, der strategischen Zielstellungen und von im Sinne der Zielstellungen zu verfolgenden Projekten und Maßnahmen, sowie auf Grundlage der Ergebnisse der Workshops
- Erstellung des touristischen Leitbilds und des Zielkatalogs
- Erstellung Maßnahmenkatalogs mit Benennung von Prioritäten und Zuständigkeiten
- Präsentation des Arbeitsergebnisses

Durch vorstehende Methodik ist gewährleistet, dass einerseits diejenigen Aufgaben, welche in Anbetracht der stark autonomen Strukturen besser auf Ortsebene zu lösen sind, auch dort angesiedelt werden. Andererseits wird dafür gesorgt, dass das Potenzial für eine gemeinsame Positionierung der Region sowie für die Lösung gemeinsamer Aufgaben und Nutzung gemeinsamer Chancen genutzt wird.

| Beteiligung der touristischen Akteure in Ribnitz-Damgarten und der Tourismusregion

Im Rahmen der Erstellung des Tourismuskonzepts erfolgte eine umfassende Beteiligung der touristischen Akteure aus der Bernsteinstadt. Ergänzend wurden zudem die umliegenden Tourismusgemeinden und dort im Tourismus tätigen Personen mit eingebunden.

Auf örtlicher Ebene wurden Vertreter aus allen touristisch relevanten Bereichen, insbesondere aus der öffentlichen Tourismusverwaltung, den Museen, von Beherbergung und Gastronomie sowie von den touristisch relevanten Vereinen im Rahmen und strukturierten Experteninterviews sowie von 2 Expertenworkshops beteiligt. Auf dem ersten Workshop am 10.07.2014 wurde auf Grundlage der durchgeführten Bestandsanalyse über die touristische Ausgangssituation diskutiert und es wurden gemeinsam die Ansätze für das touristische Leitbild und die zukünftig zu verfolgenden touristischen Zielstellungen erarbeitet. Auf einem zweiten Workshop am 16.10.2014 standen auf den Ergebnissen des ersten Workshops aufbauend die konkreten Maßnahmenvorschläge zur Diskussion. Einen weiteren Schwerpunkt bildete die zukünftige Aufstellung der Bernsteinstadt im Bereich des Marketings.

Auf einem weiteren Workshop am 13.11.2014 wurden gemeinsam mit Vertretern aus touristisch geprägten Städten und Gemeinden der Region über die zukünftigen Aufgaben in der regionalen Tourismusentwicklung sowie über gemeinsam zu verfolgende Ziele und über Kooperationsmöglichkeiten bei konkreten anstehenden Projekten diskutiert.

Die Ergebnisse der durchgeführten strukturierten Experteninterviews sowie der 3 Workshops wurden umfassend protokollarisch festgehalten und sind anschließend in die analytischen und konzeptionellen Aussagen des vorliegenden Tourismuskonzepts eingeflossen.

II. | BESTANDSANALYSE UND-BEWERTUNG

1. | Räumliche und administrative Einordnung

1.1. | Geografische Lage der Stadt Ribnitz-Damgarten

Die Stadt Ribnitz-Damgarten liegt im nördlichen Teil von Mecklenburg-Vorpommern auf halber Wegstrecke zwischen den Städten Rostock und Stralsund am Südende der Ribnitzer See, einer Bucht des Saaler Boddens. Dieser ist Teil der nordvorpommerschen Boddenkette, welche die wasserseitige Verbindung zur Ostsee herstellt. Gelbensande im Westen, Dierhagen im Nordwesten, Saal im Nordosten, Ahrenshagen-Daskow im Osten sowie die Stadt Marlow im Süden stellen die direkten Nachbarn dar. Ribnitz-Damgarten umfasst einschließlich der ländlichen Ortsteile eine Fläche von 122,5 km².

GRAFIK 02
Lage Stadt Ribnitz-Damgarten

DARSTELLUNG: wagner Planungsgesellschaft

1.2. | Administrative Einordnung

Die Stadt Ribnitz-Damgarten ist administrativ der Planungsregion Vorpommern und dem Landkreis Vorpommern-Rügen zugehörig. Seit dem 1. Januar 2005 bilden die Gemeinden Ahrenshagen-Daskow, Schlemmin und Semlow sowie die vorher amtsfreie Stadt Ribnitz-Damgarten das Amt Ribnitz-Damgarten. Sitz der Verwaltung ist die Stadt Ribnitz-Damgarten.

2. | Übergeordnete planerische, gesetzliche und tourismusfachliche Vorgaben für die Tourismusregion

2.1. | Raumordnung und Landesplanung

Das Regionale Raumentwicklungsprogramm Vorpommern (RREP VP) in seiner aktuellen Fassung vom 19.08.2010 fasst die Anforderungen der Raumordnung und Landesplanung an die Tourismusentwicklung mit nachfolgenden Aussagen zusammen. Die im RREP VP formulierten Ziele sind grundsätzlich für alle nachgeordneten Planungsentscheidungen verbindlich, die aufgeführten Grundsätze im Rahmen der planungsbezogenen Abwägung einzustellen.

2.1.1 | Einordnung in die „Ländlichen Räume“

Die Stadt Ribnitz-Damgarten ist nach dem Regionalen Raumentwicklungsprogramm Vorpommern dem ländlichen Raum zugehörig. Nach Ziffer 3.1.1 (1) sind die ländlichen Räume bei Förderung der gleichwertigen Lebensverhältnisse als Wirtschafts-, Sozial-, Kultur- und Naturraum zu sichern und weiterzuentwickeln. Nach Ziffer 3.1.1 (2) sollen die vorhandenen Potenziale mobilisiert und genutzt werden. Zu den ländlichen Räumen mit günstiger wirtschaftlicher Basis nach Ziffer 3.1.1 (3) RREP VP zählen u.a. Mittelzentren wie Ribnitz-Damgarten. Diese Räume sollen weiter gestärkt werden, damit sie als bedeutende Wirtschaftsstandorte ein vielfältiges Arbeits- und Ausbildungsangebot für die Bevölkerung bereithalten können.

2.1.2 | Einordnung nach dem System der Zentralen Orte

Die Stadt Ribnitz-Damgarten ist in der landesplanerischen Hierarchie gemäß dem RREP VP 3.2.3 (1) als Mittelzentrum eingestuft. So sollen Mittelzentren die Bevölkerung ihres Mittelbereichs mit Gütern und Dienstleistungen des gehobenen Bedarfs versorgen sowie als regional bedeutsame Wirtschaftsstandorte gestärkt und weiterentwickelt werden. Darüber hinaus sollen sie für die Bevölkerung ihres Mittelbereichs vielfältige und attraktive Arbeits- und Ausbildungsplatzangebote bereitstellen. Nächstgelegene Oberzentren sind die Städte Rostock und Stralsund (in Teilfunktion mit der Stadt Greifswald).

2.1.3 | Tourismusräume

Die Stadt Ribnitz-Damgarten gehört nach Ziffer 3.1.3 (5) RREP VP zu den Tourismusentwicklungsräumen. Unter der Nutzung ihrer immanenten Potenziale sollen laut Ziffer 3.1.3 (6) die Tourismusentwicklungsräume als Ergänzungsräume für die Tourismusschwerpunkträume

entwickelt werden. In diesem Zusammenhang sollen die vielfältigen Formen der landschaftsgebundenen Erholung genutzt, die Beherbergungskapazitäten bedarfsgerecht erweitert und die touristische Infrastruktur verbessert werden. Sie übernehmen insbesondere während der Hauptsaison eine Entlastungsfunktion für die Tourismusorte an der Außenküste.

Nach Ziffer 3.1.3 (10) gehört die Stadt Ribnitz-Damgarten zu den Gemeinden mit Schwerpunkten für den Kultur- und Städtetourismus in der Planungsregion Vorpommern. Das kulturelle und kulturhistorische Potenzial der Region ist gezielt für die Entwicklung des Kultur- und Städtetourismus und die Gestaltung der Kulturlandschaft zu nutzen.

Nach Ziffer 3.1.3 (16) sollen attraktive Angebote für Senioren sowie den Gesundheits- und Wellnesstourismus geschaffen werden. Die guten natürlichen Voraussetzungen sollen im Zusammenhang mit den Angeboten der Gesundheitswirtschaft für die Entwicklung Vorpommerns als Gesundheitsregion genutzt werden.

Zugleich soll nach Ziffer 3.1.3 (17) der maritime Tourismus zielgerichtet und nachhaltig entwickelt werden. Dabei sind die bestehenden großen Potenziale für den Ausbau eines breitgefächerten Angebots zu nutzen.

2.1.4 | Erholung in Natur und Landschaft

Der Erholung in Natur und Landschaft kommt im Rahmen der Tourismusentwicklung besondere Bedeutung zu. Natur und Landschaft sind nach dem Landesraumentwicklungsprogramm Mecklenburg Vorpommern (LEP M-V) Ziffer 5.2 (1) so zu schützen, zu pflegen und zu entwickeln, dass die Voraussetzungen für die Erholung in Natur und Landschaft gesichert werden. Nach Ziffer 5.2 (2) sollen die sehr guten natürlichen Voraussetzungen mit reizvollen Landschaften und unverfälschter Natur, die hervorragenden Wassersportmöglichkeiten an Küste und Seen, ergänzt durch viele kulturhistorische Sehenswürdigkeiten, vorrangig für erlebnis-, gesundheits-, sport- und ruheorientierte landschaftsgebundene Erholungs- und Urlaubsform genutzt werden. Dem Badetourismus kommt hierbei eine besondere Bedeutung zu.

Für die Erholung in Natur und Landschaft geeignete Flächen sollen nach Ziffer 5.2 (4) LEP M-V erschlossen und entsprechend gestaltet werden. Zugänglichkeit und Erlebbarkeit besonders reizvoller Landschaftsteile sollen für die Allgemeinheit gewährleistet werden.

Nach dem RREP VP Ziffer 5.2 (4) sollen in der Planungsregion ein Verbund von Wander-, Radwander- und Reitwegenetzen, einschließlich zugeordneter Raststellen und möglichst an Ortslagen gebundener Erlebnisbereiche geschaffen werden. Mit diesen Wegenetzen sollen die attraktiven Landschaftsräume nach innen erschlossen und nach außen untereinander verbunden werden. In Schutzgebieten sollen im Interesse der Erlebbarkeit von Natur und Landschaft vorhandene Wege weiterhin für Wanderer und Radwanderer nutzbar sein.

2.2. | Prädikatisierung nach Kurortegesetz M-V

Nach Kurortegesetz Mecklenburg-Vorpommern ist die Stadt Ribnitz-Damgarten mit den ländlichen Ortsteilen Hirschburg, Klockenhagen, Körkwitz, Langendamm, Neuheide sowie Neuhof entsprechend § 4 als staatlich anerkannter Erholungsort prädikatisiert. Zur Anerkennung wird folgendes vorausgesetzt:

- eine landschaftliche bevorzugte und klimatisch günstige Lage mit lufthygienischen Verhältnissen, die die Erholung unterstützen
- einen entsprechenden Ortscharakter sowie die Erhaltung der landschaftlichen Strukturen unter Berücksichtigung des Natur- und Umweltschutzes
- für die Erholung geeignete Einrichtungen sowie Lese- und Aufenthaltsräume
- Radwege, erschlossenes Wanderwegenetz, Möglichkeiten für Sport und Spiel
- bewachte Bademöglichkeit

Hingegen sind die ländlichen Ortsteile Altheide, Borg, Freudenberg, Klein-Müritz und Pütnitz nicht in die Prädikatisierung eingezogen, da diese kaum touristisch geprägt sind bzw. hier nicht die nötigen Voraussetzungen zum Zeitpunkt der Beantragung gegeben waren. Eine weitergehende Prädikatisierung nach Kurortgesetz wird von der Stadt Ribnitz-Damgarten aktuell nicht angestrebt.

2.3. | Naturschutzrechtliche Restriktionen und Schutzgebiete

In Teilen der Stadt Ribnitz-Damgarten bestehen umfassende beachtliche umweltrechtliche Beschränkungen und ausgewiesene Schutzgebiete. Zu den für die weitere Regional- und Tourismusentwicklung bedeutsamen umweltrechtlichen Restriktionen zählen insbesondere:

- die Bestimmungen zum Artenschutz nach Europa- und nationalem Recht,
- nach Landesrecht geschützte Biotope wie Dünen, Röhrichtbestände, Feldgehölze, Alleen, Baumreihen usw.
- der entsprechend Landeswaldgesetz (LWaldG) M-V besonders geschützte Küstenschutzwald auf einer Breite von 300 m ab Mittelwasserlinie,
- der auch ansonsten nach § 1 LWaldG M-V geschützte Waldbestand einschließlich des von Bebauung frei zu haltenden Waldabstandes von 30 m,
- sowie der einzuhaltende Küsten- und Gewässerschutzstreifen nach § 29 Naturschutzausführungsgesetz (NatSchAG) M-V.

Laut § 29 NatSchAG M-V dürfen an Gewässern erster Ordnung sowie Seen und Teichen mit einer Größe von einem Hektar und mehr bauliche Anlagen in einem Abstand von bis zum 50 m land- und gewässerwärts von der Mittelwasserlinien an gerechnet, nicht errichtet oder wesentlich geändert werden. An Küstengewässern ist abweichend vom vorangegangenen Satz ein Abstand von 150 m land- und seewärts von der Mittelwasserlinie einzuhalten. Lediglich nach § 29 Absatz 2 NatSchAG M-V zu beurteilende bauliche Anlagen sind von den oben genannten Einschränkungen ausgenommen.

Weiterhin erstrecken sich einige größere Schutzgebiete auf das Stadtgebiet bzw. auf die direkte Umgebung der Bernsteinstadt. So bezieht das ca. 27.500 ha große Landschaftsschutzgebiet „Boddenlandschaft“, welches die Halbinsel Fischland-Darß-Zingst sowie die Boddengewässer mit den darin enthalten Inseln und Bülten sowie die südlich angrenzenden Festlandsbereiche umfasst, den Bereich nördlich der ehemaligen Militärliegenschaft Pütnitz bis zur Ortschaft Lagendamm mit

ein. Weiterhin erstreckt sich das ca. 7.200 ha große Landschaftsschutzgebiet „Recknitztal“, welches große Bereiche des Flusstals der Unteren Recknitz umfasst, auf das Stadtgebiet. Nordwestlich an das Stadtgebiet angrenzend befindet sich zudem das Naturschutzgebiet „Ribnitzer Großes Moor“, welches große Waldbereiche im südwestlichen Gemeindegebiet vom Ostseebad Dierhagen umfasst.

Dazu kommen die nach EU-Recht geschützten Gebiete FFH-Gebiet „Recknitz-Ästuar und Halbinsel Zingst“ sowie das Europäische Vogelschutzgebiet „Vorpommersche Boddenlandschaft und südlicher Strelasund“, welches die Wasserfläche der Boddenkette sowie, was das Europäische Vogelschutzgebiet betrifft, auch das Untere Rechnitztal miteinbeziehen. Beide Schutzgebietskategorien zusammen bilden das kohärente Schutzgebietssystem Natura 2000 der Europäischen Union.

Die ausgewiesenen Schutzgebiete und naturschutzrechtlichen Restriktionen schränken die touristische Entwicklung, insbesondere was die Herstellung touristischer Infrastruktur betrifft, erheblich ein. Daher sind bei anstehenden Vorhaben die naturschutzfachlichen Belange rechtzeitig und hinreichend abzuklären. Ein geeignetes Mittel ist auch die Prüfung von alternativen Standorten, ggf. auch in Kooperationen mit den Nachbarn. Die Abklärung sollte daher nach Möglichkeit schon auf Ebene vorbereitender Planungen wie dem Raumentwicklungsprogramm oder der Vorbereitenden bzw. Verbindlichen Bauleitplanung erfolgen. Andererseits trägt die besondere naturräumliche Ausstattung zur Attraktivität der Tourismusregion entscheidend bei und ist wichtige Grundlage für die Herausarbeitung von Alleinstellungen sowie naturraum- und umweltbezogener Angebote. Auch hier ist eine rechtzeitige Einbeziehung von für den Naturschutz zuständiger Institutionen anzuraten.

2.4. | Hochwasserschutz

Der Bemessungshochwasserstand (BHW) im Bereich des Saaler Boddens bzw. der Ribnitzer See wird im Band „Bemessungshochwasserstand und Referenzhochwasserstand“ des Regelwerkes Küstenschutz Mecklenburg-Vorpommern von 2012 mit einem BHW von 2,00 Meter angegeben. Alle touristisch relevanten Bereiche im Ribnitz-Damgartener Stadtgebiet liegen jedoch über dem angegebenen BHW.

2.5. | Landestourismuskonzeption

Die Landestourismuskonzeption für Mecklenburg-Vorpommern, herausgegeben vom Ministerium für Wirtschaft, Arbeit und Tourismus M-V, liegt in der im Jahr 2010 fortgeschriebenen Fassung vor. Sie gibt aufbauend auf einer Analyse der bisherigen Entwicklung und einer Evaluierung der in der Erstfassung 2004 formulierten Ziele und Leitlinien den Rahmen für die landesweite Tourismusentwicklung mit dem Zeithorizont bis 2015 vor. Als Leitziel bis 2015 wird der „weitere Aufbau der Tourismusmarke Mecklenburg-Vorpommern mit dem Ziel eines nachhaltigen Wachstums“ verfolgt. Dies erfordert laut Tourismuskonzeption „systematische Qualitätsverbesserungen und eine strategische Steuerung der Anpassung an die Veränderung grundlegender Rahmenbedingungen“. Davon abgeleitet werden 11 Leitlinien formuliert:

- Markenarchitektur für den Tourismus aufbauen und implementieren
- touristische Vermarktung auf den Inlandsmarkt und ausgewählte Erfolg versprechende Auslandsmärkte ausrichten! Die Auslandsmärkte werden in die wichtigen A-Märkte, das sind Skandinavien, Schweiz und die Niederlande, die B-Märkte (Polen, Österreich, Großbritannien/Irland) sowie in die Schwellenmärkte Russland und USA unterschieden.
- Marktpotenziale über Kernthemen und -zielgruppen erschließen
- Bewusstsein der Bedeutung des Tourismus als zentralen Wirtschaftszweig stärken
- Wettbewerbsvorteil Qualitätstourismus stärker

nutzen und ausbauen
- qualitative vor quantitative Entwicklung
- nachhaltige Tourismusentwicklung für M-V
- Fachkräfte- und Nachwuchsmangel vorbeugen und bewältigen
- Zukunft des Tourismus durch schrittweise Anpassung an den Klimawandel sichern
- Tourismusentwicklung stärker mit ganzheitlicher regionaler Entwicklung verzahnen
- integrierte Tourismuspolitik und-förderung stärken

Für Mecklenburg-Vorpommern werden als thematische Hauptmärkte Sommer/Baden, Wasser/Wassersport, Radfahren, Wandern, Camping, Wellness und Tagesausflüge genannt, als noch zu entwickelnde Potenzialmärkte zudem Gesundheit, Kultur, Reiten, Golfen, Landurlaub und Geschäftsreisen.

Das vorliegende Tourismuskonzept für die Stadt Ribnitz-Damgarten baut auf vorstehende Leitzielsetzung und vorstehende Leitlinien auf.

2.6. |Städtische Planungen

2.6.1 |Flächennutzungsplan

Der Flächennutzungsplan (FNP) stellt einige touristische Kernnutzungen als Sondergebiete dar, welche teilweise über Bebauungspläne gesichert sind. Dies sind insbesondere die landseitigen Flächen der Häfen Ribnitz und Damgarten, der Bereich um die Bodden-Therme, der Freizeitbereich mit Wasserskianlage am Bernsteinsee sowie die Reiteinrichtungen in Hischburg und Klockenhagen. Sonstige Siedlungsbereiche sind als Misch- (Stadtkerne Ribnitz und Damgarten) bzw. Wohnbauflächen dargestellt. Entsprechende Standorte für Ferienwohnungen sind im Stadtgebiet nicht dargestellt; deren Entwicklung ist damit aufgrund der augenblicklichen Lage stark eingeschränkt. Entwicklungsreserven für ergänzende touristische Vorhaben bestehen in den Häfen Ribnitz sowie Damgarten und auf dem Areal in unmittelbarer Nähe der Bodden-Therme. Kleinere Einrichtungen sind in Baulücken in den Bereichen der Stadtkerne möglich.

2.6.2 |Aktuelle touristisch relevante Planungsvorhaben der Stadt

Die aktuellen Planungsvorhaben mit Bezug zur Tourismusentwicklung sind unter Punkt 9 vertiefend dargestellt.

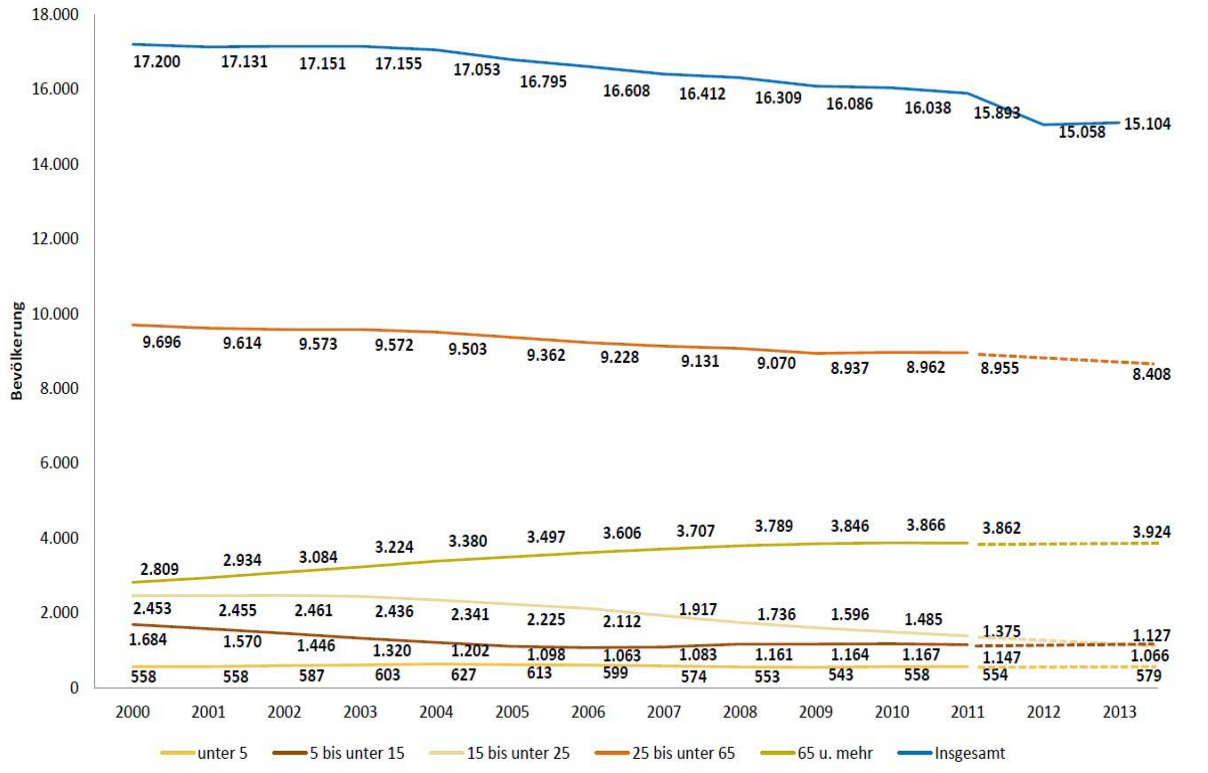
3. | Bisherige sozialdemografische und ökonomische Entwicklung

Die bisherige Entwicklung von Bevölkerung und Altersstruktur sowie des Arbeitsmarktes gibt Aufschluss über die grundlegende wirtschaftliche Leistungsfähigkeit der Stadt sowie über mögliche strukturelle Defizite. In diesen Zusammenhang ist auch zu prüfen, welchen Anteil der Tourismussektor am Arbeitsplatzangebot sowie an der Wertschöpfung besitzt und ob eine verstärkte Entwicklung des touristischen Sektors zur Behebung möglicher struktureller Defizite geeignet ist.

3.1. |Bevölkerungsentwicklung und -struktur

In der Stadt Ribnitz-Damgarten leben nach Angaben des Statistischen Amtes Mecklenburg-Vorpommern 15.104 Personen (Stand 31.12.2013). Die nachfolgende Grafik zeigt die Bevölkerungsentwicklung insgesamt sowie nach Altersgruppen, beginnend im Jahr 2000 bis hin zum Jahr 2013. Für das Jahr 2012 lagen zum Zeitpunkt der Erarbeitung seitens des Statistischen Amtes M-V keine Zahlen zur Altersstruktur vor. Zwischen 2000 und 2013 ist die Bevölkerung von Ribnitz-Damgarten um 2.096 Personen zurückgegangen. Dies entspricht einem Verlust von -12,2 % bzw. 0,9 % p.A. Damit liegt Ribnitz-Damgarten leicht unter dem Wert von Nordvorpommern (-14, 4 %). Eine Betrachtung nach Altersgruppen ergibt dabei folgende Entwicklungen: Bei der Altersgruppe der über 65-Jährigen ist, wie auch in Nordvorpommern, ein konstanter Anstieg von 2.809

GRAFIK 03
Entwicklung der Bevölkerung insgesamt und nach Altersgruppen Stadt Ribnitz-Damgarten 2000 - 2013

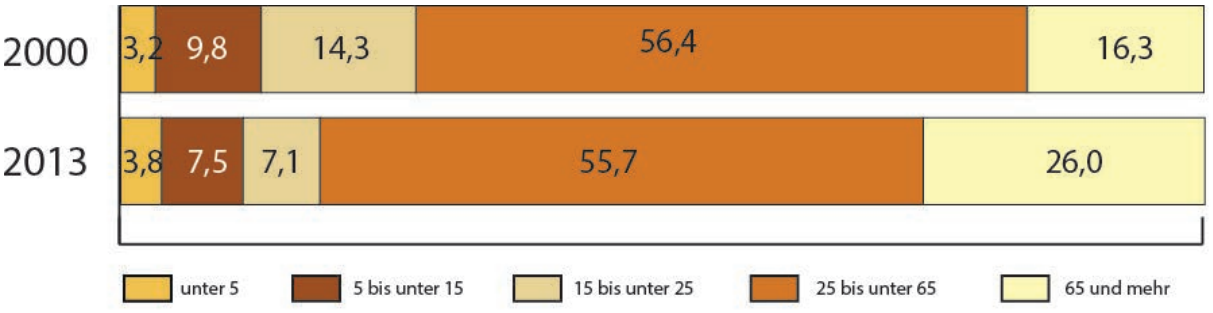


QUELLE: Statistisches Amt M-V, Stand 2014
DARSTELLUNG: wagner Planungsgesellschaft

auf 3.924 Personen zu beobachten. Damit verzeichnet Ribnitz-Damgarten eine Zunahme von 39,7 % und liegt damit deutlich über dem Wert von Nordvorpommern (+29,3 %). Mit einem Rückgang um 13,3 % in der Altersgruppe der 25- bis unter 65-Jährigen liegt die Stadt Ribnitz-Damgarten leicht über der Entwicklung von Nordvorpommern (-11,7 %). Die Anzahl der perspektivisch betrachtet besonders wichtigen Berufsstarter, der 15- bis unter 25-Jährigen, haben sich im betrachteten Zeitraum mehr als halbiert (-56,5 %) und liegt damit leicht unter dem Niveau des ehemaligen Landkreises Nordvorpommern (-58,8 %). Die Altersgruppe der 5- bis unter 15-Jährigen zeigt nach einer Abnahme bis 2006 eine ansteigende Entwicklung auf. Dennoch ist auch hier insgesamt ein Rückgang um 33,1 % zu verzeichnen. Für die Altersgruppe der unter 5-Jährigen ist ein leichter Anstieg von 558 auf 579 Kindern (+3,8 %) über den gesamten Zeitraum zu beobachten. Nordvorpommern weist auch in dieser Altersgruppe einen Rückgang (-1,6 %) auf.

Nachfolgende Grafik zeigt die strukturelle Zusammensetzung der Bevölkerung (in %) im Vergleich von 2000 zu 2013 auf. Für die Stadt Ribnitz-Damgarten ist eine Tendenz zur Überalterung der Gesellschaft zu konstatieren. So verzeichnet die Bevölkerungsgruppe der über 65-Jährigen einen Anstieg um 9,7 % und stellt im Jahr 2013 mit 26,0 % anteilig an der Gesamtbevölkerung die zweitgrößte Altersgruppe dar. Sinkende Geburten, eine steigende Lebenserwartung, die Abwanderung von jungen sowie gut qualifizierten Menschen und die Zuwanderung von Personen aus dieser Altersgruppe aufgrund des attraktiven Lebensumfeldes und der guten Infrastruktur für Senioren haben letztlich eine Zunahme des prozentualen Anteils der über 65-Jährigen bewirkt. Zudem ist insbesondere eine Verschiebung der Altersgruppen der unter 5-Jährigen, der 5- bis unter 15-Jährigen sowie der 15- bis unter 25-Jährigen zu beobachten. Die Begründung sowohl für die geringe Zunahme der unter 5-Jährigen als auch der leichte Rückgang der 5- bis unter 15-Jährigen ist in den Nachwendejahren zu sehen. Wies Mecklenburg-Vorpommern 1990 noch eine Geburtenrate von 1,64 Kindern pro Frau auf, so waren es 1994 aufgrund eines drastischen Einbruchs infolge der Wiedervereinigung lediglich 0,78 Kinder pro Frau und erreichte somit ein historisches Tief. Seit Mitte der

GRAFIK 04
Bevölkerungsstruktur (in %) Stadt Ribnitz-Damgarten 2000 und 2013 im Vergleich



QUELLE: Statistisches Amt M-V, Stand 2014
DARSTELLUNG: wagner Planungsgesellschaft

1990er Jahre ist die Geburtenrate gegenüber diesem absoluten Tiefpunkt wieder angestiegen und liegt seit 2008 leicht über dem bundesdeutschen Durchschnitt, dennoch aber wie generell in der Bundesrepublik Deutschland, weiter unter einem den Bestand erhaltenden Niveau von 2,1 Geburten pro Frau. Der Rückgang der 15-bis unter 25-Jährigen liegt daran, dass diese Altersgruppe die Berufsanfänger inkludiert und diese vermehrt zur Abwanderung in wirtschaftlich stärker prosperierende Regionen oder zum Studium in Großstädten neigen. Das lokal bestehende eingeschränkte Ausbildungs- und Arbeitsplatzangebot vorwiegend in den personenbezogenen Dienstleistungen sowie Gastronomie und Beherbergung ist nicht attraktiv genug, um einen größeren Anteil der Generation der Berufsstarter in der Stadt zu halten.

Für die Bevölkerungsentwicklung ist das Zusammenspiel der natürlichen Bevölkerungsentwicklung und der räumlichen Bevölkerungsbewegung entscheidend. Die natürliche Bevölkerungsentwicklung ergibt sich aus dem Saldo der Geburten- und Sterberaten, wohin gegen sich die wanderungsbedingte Migration aus dem Saldo von Zu- und Fortzügen ergibt. Ribnitz-Damgarten weist einen durchgehenden sowie steigenden negativen Saldo von Lebendgeborenen und Gestorbenen. Hier fällt also das Verhältnis von Lebendgeborenen zu den Gestorbenen sichtbar zugunsten letztgenannter auf, wodurch eine Bevölkerungsabnahme begünstigt wird. Diese Entwicklung kann durch Wanderungen überdeckt bzw. entgegengewirkt werden. In diesem Zusammenhang sind insbesondere die negativen Wanderungssalden zwischen 2004 und 2009 zu nennen. Seit 2010 – mit Ausnahme des Jahres 2011 – weist die Stadt Ribnitz-Damgarten wieder mehr Zu- als Fortzüge auf.

GRAFIK 05
Entwicklung der natürlichen Bevölkerungsentwicklung und der räumlichen Bevölkerungsbewegung Stadt Ribnitz-Damgarten 2000 - 2013

QUELLE: Statistisches Amt M-V, Stand 2014
DARSTELLUNG: wagner Planungsgesellschaft

3.2. |Wirtschaftsstruktur und Arbeitsmarkt

In der Stadt Ribnitz-Damgarten stellt die Erbringung von öffentlichen und privaten Dienstleistungen mit 44,9 % den dominierenden Wirtschaftsbereich dar und stellt somit den Großteil der insgesamt 4.432 sozialversicherungspflichtigen Arbeitsplätze. Zu diesem Sektor zählen auch viele tourismusnahe Dienstleistungen und Beschäftigungsverhältnisse wie bspw. Zulieferbetriebe, Kultur-, Freizeit- und Gesundheitseinrichtungen. Der Tourismussektor bildet, wenn auch mit einigem Abstand, den zweiten bedeutenden Wirtschaftsbereich. Dies verdeutlicht der prozentuale Anteil von 26,1 % im Wirtschaftsbereich Handel, Verkehr und Gastgewerbe. Gegenüber dem Jahr 2009 hat der Tourismussektor, legt man die sozialversicherungspflichtigen Beschäftigungsverhältnisse zu Grunde, einen leichten Zuwachs (+1,3 %) erfahren. Der Tourismus ist aber weiterhin deutlich weniger ausgeprägt als auf der Halbinsel Fischland-Darß-Zingst (57,7 %) und auch als in Nordvorpommern insgesamt (32,6 %). Mit 18,1 % der Beschäftigten im produzierenden Gewerbe liegt Ribnitz-Damgarten leicht unter dem Niveau von Nordvorpommern (22,2 %). Die Erbringung von Unternehmensdienstleistungen sowie die Land- und Forstwirtschaft sowie die Fischerei weisen mit 9,6 bzw. 1,8 % lediglich einen geringen Anteil der Beschäftigungsverhältnisse auf.

Betrachtet man die Entwicklung des Arbeitsmarktes zwischen 2000 und 2013, so ist für die Stadt Ribnitz-Damgarten ein Rückgang von 1.775 Arbeitsplätzen (-28,6 %) zu konstatieren! Insbesondere der Zeitraum 2000 bis 2006 ist durch eine starke Abnahme (-28,6 %) gekennzeichnet. Seitdem ist eine Stagnation festzustellen. Demgegenüber ist die sozialversicherungspflichtig beschäftigte Wohnbevölkerung zwischen 2000 und 2013 nur geringfügig um 332 Personen zurückgegangen (-5,8 %).

TABELLE 01
Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte (SVB) nach Wirtschaftsbereichen (in %) am 30.06. in Ribnitz-Damgarten (RDG), Halbinsel Fischland-Darß-Zingst (FDZ), Nordvorpommern (NVP) und Mecklenburg-Vorpommern (M-V) 2009 und 2013 im Vergleich

Jahr	Gebiet	SVB insgesamt (am 30.06.)	Land- & Forstwirtschaft, Fischerei	Produzierendes Gewerbe	Handel, Verkehr & Gastgewerbe	Erbringung von unternehmerischen Dienstleistungen	Erbringung von öffentl. & priv. Dienstleistungen
2013	RDG	4.432	1,2	18,1	26,1	9,6	44,9
2013	FDZ	4.866	1,2	7,8	57,7	8,7	24,6
2013	NVP	25.118	6,2	22,2	32,6	8,1	31,0
2013	M-V	533.174	3,2	22,2	25,2	16,6	32,8
2009	RDG	4.435	1,3	16,6	24,8	9,5	48,0
2009	FDZ	4.691	1,3	7,7	58,3	8,8	23,8
2009	NVP	24.571	6,7	21,0	32,0	7,1	33,3
2009	M-V	520.773	3,2	22,1	24,6	16,1	34,0

QUELLE: Statistisches Amt M-V, Stand 2014
DARSTELLUNG: wagner Planungsgesellschaft

Von den insgesamt 5.369 sozialversicherungspflichtig Beschäftigten mit Wohnort Ribnitz-Damgarten im Jahr 2013 arbeiteten lediglich 2.264 Personen (42,2 %) auch dort. Folglich pendelten 3.105 Personen aus. Diesen standen aber nur 2.168 Einpendler gegenüber, woraus ein Auspendlerüberschuss von 937 Personen resultiert. Somit hat sich das Verhältnis von Ein- und Auspendlern gegenüber dem Jahr 2000 umgekehrt, welches noch einen Einpendlerüberschuss von 506 Personen aufwies. Seit dem Jahr 2003 liegt die Auspendlerquote durchgehend über der der Einpendler. Hierbei stieg die Auspendlerquote insbesondere zwischen den Jahren 2003 und 2008 kontinuierlich von 50,0 auf 57,0 % an und erfährt seitdem eine Stagnation. Hingegen weist die Einpendlerquote über den gesamten Zeitraum einen relativ konstanten Verlauf auf. Daraus lässt sich für Ribnitz-Damgarten ableiten, dass auf dem städtischen Arbeitsmarkt innerhalb des betrachteten Zeitraums keine großen bzw. bedeutenden wirtschaftlichen Projekte oder Ansiedlungen von Unternehmen stattgefunden haben. Das Pendlerverhalten gibt letztendlich Aufschluss über die Situation auf dem lokalen oder regionalen Arbeitsmarkt. Ein hoher Einpendlerüberschuss bedeutet immer ein sehr gutes Arbeitsplatzangebot einer Stadt. Ribnitz-Damgarten weist untypisch für ein Mittelzentrum einen deutlichen Auspendlerüberschuss auf. Neben der Hansestadt Rostock sind insbesondere die arbeitsplatzintensiven Tourismusgemeinden der Halbinsel Fischland-Darß-Zingst Ziel der Auspendler. Dortige Defizite im Wohnungsangebot bzw. überhöhte Mieten veranlassen einen großen Teil der dort Beschäftigten, in der angrenzenden Bernsteinstadt den Wohnsitz zu nehmen.

GRAFIK 06
Entwicklung der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten sowie Ein- und Auspendler Stadt Ribnitz-Damgarten 2000 - 2012

QUELLE: Statistisches Amt M-V, Stand 2014
DARSTELLUNG: wagner Planungsgesellschaft

4. |Mobilität

Die Gewährleistung einer hinreichenden Erreichbarkeit und Mobilität ist für einen Tourismusort Grundvoraussetzung für eine erfolgreiche Entwicklung. Erhebliche Mängel in diesem Bereich akzeptiert der Gast in der Regel nicht. Daher wird die Mobilitätssituation nachfolgend vertiefend betrachtet.

4.1. |Motorisierter Individualverkehr

Die Stadt Ribnitz-Damgarten ist über die Bundesstraße 105 an das überregionale Netz in Richtung Rostock, wo die Autobahnen A 19 und A 20 in Richtung Berlin und Hamburg erreicht werden, sowie in Richtung Stralsund mit Anbindung an den Rügenzubringer B96A, welcher zudem bei Grimmen die A 20 weiter östlich erreicht, angeschlossen. Letztgenannte Route stellt für aus Berlin anreisende Urlauber eine Anfahrtsalternative zur A 19 dar. Daneben bestehen mit den Landesstraßen L 181 in Richtung Sanitz und L 191 in Richtung Bad Sülze alternative Anbindungen an die A 20, welche aber aufgrund zahlreicher Ortsdurchfahrten und kurvenreicher Straßenführung weniger attraktiv als An- und Abfahrtsrouten sind. Sowohl über die L 21, welche im ländlichen Ortsteil Altheide an die B 105 anschließt, als auch über die Kreisstraße K 1 ist zudem die Halbinsel Fischland-Darß-Zingst zu erreichen. Im Jahr 2004 wurde zudem die südliche Ortsumgehung von Ribnitz fertiggestellt, wodurch eine deutliche Entlastung des innerstädtischen Durchgangsverkehrs erreicht wurde. Die Erreichbarkeit mittels Individualverkehr ist damit zumindest außersaisonal als unproblematisch zu bezeichnen. Dagegen kommt es insbesondere aufgrund der starken Frequentierung der Tourismusdestination Fischland-Darß-Zingst während der Hauptsaison an der Abbiegung L 21 / B105 im Ortsteil Altheide zu teilweise starken saisonalen Belastungen. So erfolgt in den Sommermonaten ein sprunghafter Anstieg der Verkehrsdichte und es kommt insbesondere an Strand- sowie An- und Abreisetagen zu Staubildungen. Die innerörtlichen Straßen sind den verkehrlichen Erfordernissen entsprechend gestaltet und der Ortsgestalt angepasst. Die stärker frequentierten, übergeordneten Straßenzüge sind jeweils beidseitig von einem kombinierten Geh- und Radweg begleitet. Die Fahrbahnbefestigung ist hier in der Regel in Asphalt gehalten.

TABELLE 02
Durchschnittliche tägliche KFZ-Zahlen (DTV-Werte) 2005, 2007 und 2010 für ausgewählte Zählstellen im Vergleich

Ort (Zählstelle)	2005	2007	2010
B 105 Rövershagen (1716)	6.925	7.414	17.682
L 21 Altheide (0062)	6.963	6.915	17.292
L 21 Dierhagen (1763)	6.906	7.105	17.696
B 105 RDG West (0067)	6.980	7.489	17.877
B 105 RDG Ost (0075)	7.536	7.602	18.075
K 1 RDG (0068)	7.303	7.366	17.501

QUELLE: Straßenbauamt Stralsund, Straßenbauamt Güstrow
DARSTELLUNG: wagner Planungsgesellschaft

4.2. |Ruhender Verkehr

Größere Stellflächen insbesondere für den von Tagesgästen ausgelösten Bedarf befinden sich in Ribnitz am Hafen (63 Stellplätze), an der Gänsewiese (200 Stellplätze), am Marktplatz (145 Stellplätze) sowie am Stadtkulturhaus (58 Stellplätze). Damgarten betreffend sind der Hafen (30) sowie der Kirchplatz/Barther Straße (65 Stellplätze) zu nennen. Infolge der Fertigstellung der Ortsumgehung von Ribnitz wurde die Lange Straße, welche den Hauptgeschäftsbereich in Ribnitz darstellt, umgestaltet und u.a. Parkgelegenheiten in Form von Parkbuchten für Längsparker geschaffen. Einrichtungsbezogene größere Parkplätze weisen u.a. die Schaumanufaktur, das Freilichtmuseum Klockenhagen

oder die Naturschatzkammer auf. Busparkplätze befinden sich zudem am Hafen Ribnitz sowie in der Langen Straße. Insgesamt beläuft sich das öffentliche Angebot in Ribnitz auf 733 Stellplätze und in Damgarten auf 95 Stellplätze. Die erforderlichen Stellplätze für Übernachtungsgäste bzw. der Kundschaft der Geschäfte und Restaurants sind überwiegend auf den privaten Grundstücken organisiert.

4.3. |ÖPNV

Die innerstädtische Versorgung mit dem Öffentlichem Personennahverkehr (ÖPNV) wird durch die Linie 201 der Verkehrsgemeinschaft Nordvorpommern bedient, welche Ribnitz und Damgarten miteinander verbindet. Zwischen Montag und Freitag verkehrt die Linie ohne Takt mit mindestens einer Fahrt pro Stunde sowie an Wochenenden mit einem reduzierten Angebot. Die Buslinie ist am Bahnhof Ribnitz-Damgarten West mit den Zügen der Deutschen Bahn verknüpft und erschließt neben Damgarten u.a. die Boddenklinik, die Ribnitzer Innenstadt sowie die Wohngebiete im Ribnitzer Westen. Die Buslinie 210 verbindet zudem Ribnitz-Damgarten mit den Ostseebädern und den staatlich anerkannten Erholungsorten der Halbinsel Fischland-Darß-Zingst sowie Barth. Weiterhin wird Ribnitz-Damgarten durch

GRAFIK 07
Verkehrserschließung Stadt Ribnitz-Damgarten

QUELLE: Eigene Erhebung
DARSTELLUNG: wagner Planungsgesellschaft

die Linie 202 über Graal-Müritz mit Rostock Hohe-Düne verbunden. Daneben bestehen Verbindungen zu den größeren Orten im Küstenvorland wie bspw. Marlow oder Bad Sülze. Die Linien zu den Badeorten ermöglichen in der Saison eine Fahrradmitnahme. Ein Defizit aus touristischer Sicht stellt das gänzlich fehlende Angebot in den Abendstunden dar, insbesondere die für den Tourismus bedeutende Verbindung Ribnitz-Damgarten – Halbinsel Fischland-Darß-Zingst - Barth. Somit ist ein Besuch von Abendveranstaltungen in den Ostseebädern der vorstehend genannten Halbinsel sowie im Ostseebad Graal-Müritz nicht möglich und umgekehrt. Zudem sind von dem PKW-Verkehr verursachten Staus auf der L 21 während der Saison auch die Busse betroffen, wodurch es zu Verspätungen kommen kann.

4.4. |Bahnverkehr

Die Stadt Ribnitz-Damgarten ist mittels der Bahnhöfe Ribnitz-Damgarten Ost und Ribnitz-Damgarten West über die Strecke Rostock – Stralsund – Sassnitz an das deutsche regionale und überregionale Schienenverkehrsnetz angeschlossen. Der Bahnhof Ribnitz-Damgarten West wird dabei in einer zwei-Stunden-Taktung durch Intercity-Züge der Deutschen Bahn auf der Linie Karlsruhe – Frankfurt am Main – Hamburg – Stralsund angefahren. Weiterhin verkehren von beiden Bahnhöfen Regionalverbindungen ganzjährig im Stundentakt.

4.5. |Radwegenetz

Auf Datengrundlage des GeoPortals des Landkreises Vorpommern-Rügen sowie durch eigene Erhebungen kann das Radwegenetz wie folgt beschrieben werden: Ribnitz-Damgarten verfügt innerörtlich über straßenbegleitende Radwege, welche sich allerdings in Mischnutzung mit den Fußgängern befinden. Die weniger frequentierten Innerortsstraßen (Anliegerstraßen) verfügen über eine ebene Oberfläche bzw. Fahrspuren und ermöglichen somit das Radfahren in einer komfortablen Form. Damit entsteht insgesamt innerörtlich ein durchgängiges, gut nutzbares Netz für Radfahrer. Zwischen den ländlichen Ortsteilen bestehen zum Teil gut ausgebaute Radwegeverbindungen. Das Wegenetz der Stadt Ribnitz-Damgarten ist zudem gut an das Radwegenetz von Fischland-Darß-Zingst sowie an den Ostseeküstenfernradweg angeschlossen. Defizite bestehen hingegen in der Radwegeverbindung Klockenhagen – Hirschburg sowie im südlichen Gemeindegebiet (Freudenberg – Carlewitz) in Richtung Marlow / unteres Recknitztal.

4.6. |Fährverkehr

Es verkehren Fahrgastschiffe mehrerer Anbieter zwischen Ribnitz und den Ostseebädern Ahrenshoop/Althagen, Dierhagen sowie Wustrow. In der Hauptsaison verkehren die Schiffe regelmäßig zu den Haupttageszeiten, oft im zwei-Stunden-Takt. Außerhalb der Saison ist das Angebot stark eingeschränkt. Auf einem Teil der Schiffe ist die Fahrradmitnahme möglich.

4.7. |Flugverkehr

Der nächstgelegene Regionalflughafen mit Linienverbindungen ist der Flughafen Rostock-Laage in ca. 57 km Entfernung. Das Angebot an Linienflügen ist allerdings mit drei wöchentlichen Flugverbindungen nach Köln sowie jeweils zweien nach Stuttgart und München stark eingeschränkt. Daneben bestehen noch temporär limitierte Charterflugverbindungen in einige Urlaubsziele im europäischen und arabischen Raum. Eine nennenswerte Bedeutung für die An- und Abreise der Gäste der Stadt Ribnitz-Damgarten und der Tourismusregion insgesamt kommt dem Flughafen Rostock-Laage in Anbetracht des eingeschränkten Verbindungsangebots bisher nicht zu; nur ca. 1 % der Reisenden wählen das Flugzeug. In der Tourismusregion selbst befindet sich ein kleinerer Flughafen südlich der Stadt Barth in ca. 23 km Entfernung. Hier besteht aber neben Rundflugangeboten und solchen des Fallschirmspringens ausschließlich eine Nutzung durch Privatflüge, ggf. sind für die Zukunft einige Charterangebote möglich.
Im Fazit zur Mobilität besteht also eine gute Erreichbarkeit der Stadt Ribnitz-Damgarten sowohl mittels per

Bahn als auch des motorisierten Individualverkehrs. Den Hauptschwachpunkt stellt die saisonal bedingte Überlastung der B 105 in Höhe Rövershagen und Altheide sowie der L 21 Richtung Fischland-Darß-Zingst dar. Das ÖPNV-Angebot ist in den Abendstunden verbesserungsbedürftig.

5. |Natürliche Tourismuseignung

5.1. |Historische Entwicklung der Stadt Ribnitz-Damgarten

Die erste Siedlung auf dem Territorium der heutigen Stadt Ribnitz-Damgarten wurde im Jahre 1210 erstmals urkundlich erwähnt. Der Ort „Rybanis“ erhielt 1233 den Stadttitel, „Damechore“ erst im Jahre 1258. Die Bezeichnung „ryba“ kommt aus dem Slawischen, was „Fisch“ bedeutet. „Damechore“ kann mit „Eichenberg“ übersetzt werden. Das Rostocker Tor wurde bereits im Jahre 1290 schriftlich erwähnt. Nach anfänglich guter wirtschaftlicher Entwicklung gründete Fürst Heinrich II. in Ribnitz ein Nonnenkloster. Sogar das heutige Fischland wurde dem Kloster zugeteilt. Infolge der Reformation wurde das Kloster später in ein Damenstift umformiert bis es 1920 in den Besitz des Landes Mecklenburg überging.

1935 kam mit dem Aufbau des Flugzeugwerkes Bachmann der wirtschaftliche Aufschwung. Parallel entstand in Pütnitz ein Militärflugplatz, den man noch heute besichtigen kann. Im Zuge des Endes des Zweiten Weltkrieges wurde jedoch beiden ihre Nutzung entzogen.

Seit dem Jahr 1950 sind die mecklenburgische Stadt Ribnitz und die vorpommersche Grenzstadt Damgarten zu einer Doppelstadt vereinigt. Von 1952 an besaß Ribnitz-Damgarten den Status einer Kreisstadt, verlor diesen jedoch im Zuge der Kreisgebietsreform im Jahre 1994. Seit dieser Zeit gehört die Stadt zum Landkreis Nordvorpommern bzw. nach der Kreisgebietsreform im Jahr 2011 zum Landkreis Vorpommern-Rügen.

5.2. |Ortsbild

Der Ortsteil Ribnitz ist durch einen kompakten sowie durchgehend erneuerten mittelalterlichen Stadtkern gekennzeichnet. Im genannten Stadtkern befindet sich zudem eine gut erhaltene historische Bausubstanz, vornehmlich Bürgerhäuser aus dem Zeitraum 15. bis 19. Jahrhundert. Darüber hinaus verfügt Ribnitz über einen attraktiven Hafen mit neu gestaltetem Bootsanleger und Uferpark. Als ortsbildprägende Einzelgebäude erweisen sich besonders die St. Marienkirche sowie das Klarissenkloster. Der infolge der 2004 fertiggestellten Ortsumgehung neu gestaltete Korridor entlang der Langen Straße sowie der aufwendig neu gestaltete Marktplatz bilden den touristischen Schwerpunktraum. Attraktive innerstädtische Grünbereiche stellen vor allem der Klosterbach, die Klosterwiese sowie die Parkgestaltung östlich des Hafens dar. Eher problematisch stellt sich das Erscheinungsbild der touristisch relevanten Umgebung der Bodden-Therme dar, welche teilweise von großen Plattenbauten geprägt ist und deren Freiraumgestaltung zudem Defizite aufweist. Weiterhin als gestalterisch aufwertungsbedürftig zeigen sich die

Ortseinfahrten von der B 105 mit dem Gewerbegebiet Ribnitz-West sowie die Zufahrt von der Halbinsel Fischland-Darß-Zingst her mit dem dort befindlichen, weitgehend noch brach liegenden Bestwood-Gelände. Die leer stehende Halle im westlichen Hafenbereich stellt sich ebenfalls gestalterisch ungünstig dar.

Ähnlich wie Ribnitz weist auch der Ortsteil Damgarten einen kompakten und inzwischen überwiegend sanierten Ortskern auf. Auch hier bestehen gut erhaltene Bürgerhäuser aus dem 15. bis 19. Jahrhundert. Das Rathaus und insbesondere die Kirche stellen ortsbildprägende Einzelgebäude dar: die Umgebung der Kirche sowie der Hafenbereich sind von hoher Aufenthaltsqualität. Aufwertungsbedürftige Bereiche bilden hier insbesondere die Ortseinfahrten der B 105 und der L 191 mit den Gewerbe- bzw. Industriegebieten Ribnitz-Damgarten Ost und Plummendorf. Ungünstig auf die Tourismuseignung wirken zudem die noch unsanierten Gebäude sowie einige Baulücken im Ortskern.

Die übrigen Ortsteile zeigen eher dörfliche Strukturen mit überwiegend kleinteiliger, offener Bebauung und hohem Grünanteil. Besonders positiv zeigen sich hier die Ortsteile Klockenhagen mit in die Siedlung integriertem Freilichtmuseum sowie Pütnitz mit neu saniertem Gutshaus. Die Ortschaft Langendamm zeichnet sich durch kleinteilige, gut in den Landschaftsraum integrierte Siedlungsbereiche aus.

5.3. |Landschaftsraum

Das Landschaftsbild Ribnitz-Damgartens ist stark durch den Wechsel von Land- und Boddenbereichen geprägt und zudem durch weite Blickbeziehungen gekennzeichnet. Entlang der Ribnitzer See, einer Bucht des Saaler Boddens, dominieren insbesondere breite Schilfröhrichtufer. Der attraktive Landschaftsraum der Recknitz, welche in die Ribnitzer See mündet, ist in das Landschaftsschutzgebiet Recknitztal eingebettet. Die sumpfige Moorniederung stellt die natürliche Grenze der beiden Stadtteile Ribnitz und Damgarten dar. Der Naturraum Unteres Recknitztal ist durch eine bewegte Topographie, weiten naturnahen Uferbereichen, Moor-Offenland und Waldflächen gekennzeichnet. Weite, flachwellige agrarische Nutzflächen nehmen große Teile des Gemeindegebietes ein. Große naturnahe Waldflächen bestehen insbesondere nördlich von Pütnitz sowie im südöstlichen Gemeindegebiet bei Altheide. Somit trägt das Landschaftsbild mit seiner Prägnanz und Vielfältigkeit und der damit verbundenen visuellen Erlebbarkeit entscheidend zur Tourismuseignung bei.

5.4. |Klima

Das für Ribnitz-Damgarten küstentypische Reizklima ist vorherrschend. Hierbei gilt es zu beachten, dass das Aerosol des Meereswassers, welches als schleimlösend und entzündungsmindernd gilt, nur in direkter Nähe zum Meer seine volle Wirkung entfaltet. Gesundheitsfördernde Faktoren bilden die Kühle und der Wind, die Sonneneinstrahlung sowie die saubere Luft. Sie dienen der Steigerung der Leistungsfähigkeit sowie des Knochenstoffwechsels und zur Verbesserung des Hautbildes. Zudem entspannt die klare Luft die Atemwege. Somit birgt das Klima des staatlich anerkannten Erholungsortes Ribnitz-Damgarten viele gesundheitsfördernde Faktoren und es bestehen damit gute Voraussetzungen zur verstärkten Entwicklung des Gesundheitstourismus.

6. | Das touristische Angebot

Im Folgenden wird das aktuell in der Stadt Ribnitz-Damgarten, einschließlich der ländlichen Ortsteile, bestehende touristische Angebot dargestellt. Neben dem Beherbergungs- und Gastronomieangebot umfasst dieses auch die bestehenden Freizeit- und Kultureinrichtungen, Sehenswürdigkeiten sowie die für Tourismus und Erholung relevante Wege- und Verkehrsinfrastruktur. Das Angebot an Kultur- und Freizeitveranstaltungen sowie die Ausflugsziele gehören ebenfalls zum relevanten touristischen Angebot. Alle wesentlichen Einrichtungen der touristischen Infrastruktur sowie das Veranstaltungs- und Ausflugsangebot wurden für die Bestandsaufnahme und Bewertung herangezogen und auf deren touristisches Potenzial bewertet.

6.1. |Kultur-, Veranstaltungs- und Bildungsangebot

Ribnitz-Damgarten weist eine große Bandbreite an Museen und Veranstaltungen mit teilweiser überregionaler Anziehungskraft auf. Nachfolgend wird das Kultur-, Veranstaltungs- und Bildungsangebot näher betrachtet.

| Deutsches Bernsteinmuseum

Bernstein ist fossiles versteinertes Baumharz. Die Landschaft des heutigen südlichen Ostseegebiets war vor 40 bis 50 Millionen Jahren durch subtropische Wälder gekennzeichnet, deren Nadelbäume Harz absonderten. Dieses verfestigte sich und blieb somit erhalten. Oftmals enthielt der Bernstein Inklusen z.B. in Form von Insekten. Das Museum bietet dem Besucher in einem attraktiven und ansprechenden Ausstellungsdesign sowie in deutscher und englischer Sprache einen umfassenden Einblick in die Natur-, Kunst- und Kulturgeschichte des Baltischen Bernsteins sowie in dessen Verarbeitung. Mit rund 1.600 Exponaten in 24 Kapiteln stellt das Museum, welches sich im Klarissenkloster befindet, eine der umfangreichsten Bernsteinsammlungen Deutschlands dar. Dabei bilden vor allem Bernsteineinschlüsse und wertvolle Bernsteinkunstwerke aus dem 16. und 17. Jahrhundert sowie kontemporäre künstlerische Bernsteinarbeiten besondere Attraktionen. Durch die Bernstein-Kunstpreise 1993, 1999 und 2006 erwarb das Museum auch international Beachtung. Das Kinderbernsteinland spricht Kinder im Vor- und Grundschulalter an und wartet mit Aktionen zum Mitmachen auf, wie bspw. „forschen und entdecken“ (Einschlüsse unter dem Mikroskop), Bernsteinschleifen oder museumspädagogische Schulprogramme. Neben der oben genannten Dauerausstellung ist im Museum zugehörigen Ribnitzer Kloster die Ausstellung „Dame von Welt, aber auch Nonne“ zu sehen. Hier wird insbesondere die Klostergeschichte zum einstigen Klarissenkonvent und späteren Adligen Damenstifts Ribnitz erzählt. Ergänzt wird das Kulturangebot durch diverse Sonderausstel-

lungen und Veranstaltungen. Darüber hinaus beherbergt das Museum ein Café sowie einen Museumsshop. Zusammen mit dem Bernsteinhaus am Marktplatz, der Bernstein-Galerie E, der Bernsteindrechslerei und der Schaumanufaktur bildet das Deutsche Bernsteinmuseum die Bernsteinmeile.

Dennoch stellt das Thema Bernstein ein touristisch nicht leicht zu vermittelndes Thema dar. So erreicht die Ausstellung insbesondere Jugendliche und junge Erwachsene nur begrenzt. Hier fehlt eine hinreichende Ansprache dieser Zielgruppen durch die Aufmachung der Dauerausstellung und auch die Wechselausstellungen gehen zu wenig auf diese Zielgruppen ein. Weiterhin ist die sehr geschlossen gehaltene räumliche Konzeption, welche dem Neugierigen keinen unverbindlichen Einblick in das Museum einräumt, zu überdenken.

|Bernstein-Schaumanufaktur

Die Schaumanufaktur befindet sich an der Ortsausfahrt Damgarten direkt an der B 105. Im markanten Gebäude ist die Ostsee Schmuck GmbH ansässig, welche bereits 1948 gegründet wurde und seitdem die Tradition der Bernsteinbearbeitung bewahrt. Besucher können sich hier über alles Wissenswertes der Schmuckherstellung

informieren. Dabei bekommt der Gast u.a. Einblicke in die Werksräume, in die Produktion vom Entwurf bis zur Endfertigung. Darüber hinaus können in Vorführ- und Experimentierräumen Erwachsene und Kinder/Jugendliche selbst aktiv werden sowie unter fachkundiger Begleitung Bernstein bearbeiten. Weiterhin wartet die Schaumanufaktur mit Europas größter Bernsteinverkaufsausstellung auf.

|Freilichtmuseum Klockenhagen

Im ländlichen Ortsteil Klockenhagen befindet sich das Freilichtmuseum. Die sechs Hektar große Museumsanlage bietet zahlreiche landestypische Beispiele des ländlichen Bauens vom 17. bis zum frühen 20. Jahrhundert und stellt somit einen besonderen Ausschnitt aus 300 Jahren Kulturgeschichte des Landes Mecklenburg-Vorpommerns dar. Der Besucher sieht hier u.a. die letzte noch erhaltene Bockwindmühle des Landes, rohrgedeckte Hallenhäuser, Landarbeiterkaten, Spritzenhäuser sowie eine Fachwerkkirche. Ergänzt wird das Gebäudeensemble durch Einrichtungsgegenstände, Werkzeuge, landwirtschaftliche Maschinen, Bauerngarten sowie Musterparzellen des Feldbaus aus der damaligen Zeit. Darüber hinaus finden im Freilichtmuseum Klockenhagen diverse Sonderausstellungen, zahl-

reiche Veranstaltungen (u.a. Frühlingsfärberei, Pflanzenmarkt, Kinderfest, Konzerte) und Aktivitäten wie bspw. Backvorführungen, Ponyreiten, Tierfütterungen statt. Weiterhin bietet die Handwerkerscheune attraktive Angebote zum Mitmachen, z.B. Schmieden, Korbflechten oder Spinnen. Das vorstehend genannte Angebot stellt eine gute Ansprache insbesondere bezüglich von jungen Zielgruppen dar, sodass das Freilichtmuseum ein attraktives Ausflugsziel für Gruppenreisen und Klassenfahrten ist. Als Außenstelle des Standesamtes ist es möglich, sich auf dem Museumsareal standesamtlich trauen zu lassen. Ergänzt wird das bestehende Angebot durch einen Dorfladen sowie durch eine Gaststätte.

Wesentlicher Schwachpunkt ist hier aber die Beschränkung der Öffnungszeiten auf das Sommerhalbjahr. So können mögliche Weihnachts- und Winteraktionen von Stadt und Tourismusregion vom Museum nicht mit unterstützt werden. Zu hinterfragen ist auch die Präsentation der technischen Hintergrundinformationen, weiterhin fehlt eine größere Räumlichkeit für Sonderausstellungen sowie wetterunabhängige Veranstaltungen.

|Naturschatzkammer und Paradiesgarten

In Neuheide im westlichen Gemeindegebiet der Stadt Ribnitz-Damgarten befindet sich die Naturschatzkammer und Paradiesgarten mit Pilzmuseum. Das privat geführte Museum zeigt auf einer Ausstellungsfläche von insgesamt rund 1000 qm² ca. 60.000 Exponate. Diese eindrucksvolle Sammlung ist auf 10 Ausstellungsbe-

reiche verteilt – Bernstein, Edelsteine, Muschel- und Schneckengehäuse, Pilze, Mineralien, Perlen, Vögel und Säugetiere, Schmetterlinge sowie Fossilien. Besonders ansprechend für Kinder ist ein 20 Meter langer Krabbelgang, in dem die Baue von Fuchs, Dachs, Marderhund und Waschbär sowie fluoreszierenden Steine, Mineralien und Fossilien dargestellt werden. Im 1.500 qm² großen Paradiesgarten werden zudem zahlreiche Pflanzenarten gezeigt. Weiterhin ist dem Museum ein Beherbergungsangebot angeschlossen. Kritisch anzumerken ist hier die unzureichende Ausschilderung sowohl an der L 21 als auch an der L 22 sowie die Zufahrtssituation von der Bäderstraße her.

| Infozentrum „Wald und Moor“

Ebenfalls im Stadtforst Neuheide befindet sich das Infozentrum „Wald und Moor“ mit Naturpfad. Auf ca. 100 m² Ausstellungsfläche werden dem Besucher u.a. Aquarien, Terrarien, Tierpräparate, Übersichtstafeln und Fotodokumentationen über die Ökosystems und Lebensräume Wald und Moor präsentiert. Hier erfährt der Gast insbesondere wissenswertes über die Entwicklung des Naturschutzgebietes Ribnitzer Großes Moor vom Toteisloch zum Hochmoor. Darüber hinaus verfügt das Infozentrum über einen Schulungsraum, welcher insbesondere von Schulklassen, Vereinen und Verbänden genutzt werden kann. Der angeschlossene Naturlehrpfad informiert anschaulich über die Themen Wald, Holz, Fauna, Flora und Biotope. Des Weiteren offeriert das Infozentrum regelmäßig geführte Wanderungen für Interessierte, hier bestehen zudem Kooperationen sowohl mit der Kur- und Tourist GmbH Graal-Müritz als auch mit dem Strandhotel Dünenmeer im Ostseebad Dierhagen. Das Infozentrum ist zwischen April und Oktober, der Naturlehrpfad ganzjährig geöffnet. Kritisch anzumerken ist hier sowohl ebenfalls die konsequente Beschränkung der Öffnungszeiten auf das Sommerhalbjahr als auch die unzureichende Ausschilderung an den Landesstraßen L 21 und L 22.

|Technikmuseum Pütnitz

Das Technikmuseum Pütnitz befindet sich hinter dem Ortsausgang Damgarten auf dem einstigen Flugplatzgelände. In drei Ausstellungshallen werden über 500 Fahrzeuge und Fluggeräte des ehemaligen Ostblocks gezeigt. Thematisch geordnet wird dem Besucher militärische Rad- und Kettentechnik, zivile Fahr- und Nutzfahrzeug- sowie Flugtechnik präsentiert. Darüber hinaus besteht die Möglichkeit der praktischen Erfahrung während einer Rundfahrt auf dem Geländeparcours.

Handlungsbedarf wird insbesondere in der Ausstellungspräsentation gesehen. Hier fehlen plakative Erklärungen und ein klares Ausstellungskonzept. Mittel- bis langfristig können sich auch die ehemaligen Hangars, in denen die Ausstellung untergebracht, aufgrund fortschreitender baulicher Mängel als Problem erweisen.

| Weiteres Kulturangebot

Die Galerie des Kunstvereines Ribnitz-Damgarten befindet sich im Klosterkomplex des ehemaligen Klarissenklosters. Diese verbindet ein modernes, kontemporäres Ausstellungsprogramm mit historischen Kunstwerken aus der Sammlung des Landkreises. Künstlerischer Schwerpunkt der Galerie ist die Dauerausstellung um die Werke von Lyonel Feininger, insbesondere zu Mo-

tiven aus Ribnitz und Damgarten in Form von Zeichnungen, Radierungen und Holzschnitten sowie Comics. Die Ausstellung zeigt weiterhin ausgewählte Originale des Künstlers zu wechselnden Schwerpunkten seines Wirkens in Ribnitz-Damgarten sowie an der Ostsee. Darüber hinaus beherbergt die Galerie im Kloster auch verschiedene Sonderausstellungen. Weitere, jedoch kleinere Ausstellungen, werden im Sommer im Rostocker Tor gezeigt. Ein weiteres kleinteiliges museales Angebot besteht in Form der Alten Dampfbäckerei, welche nostalgische Gegenstände sowie diverse Utensilien des Bäckereihandwerks zeigt. Des Weiteren beherbergt die Alte Dampfbäckerei einen Kreativladen sowie den Ausstellungsraum der Künstlerin Kirsten Haensch. Auch finden hier Malkurse sowie kleinere Veranstaltungen statt. Die Bernstein-Galerie-E, unweit des Deutschen Bernsteinmuseums, präsentiert Bernsteinschmuck von internationalen Künstlern und produziert Schmuck der Traditionsmarke in der hauseigenen Werkstatt. Schauvorführungen bei der Bearbeitung von Bernstein finden zudem in der gläsernen Werkstatt der Bernsteindrechslerei statt. Auf dem Kunsthof Hirschburg im gleichnamigen ländlichen Ortsteil befindet sich die 2013 gegründete Produzentengalerie Black Box, welche vornehmlich Werke bedeutender Künstler der „Berliner Schule“ zeigt. Weiterhin bietet der Kunsthof Kurse in Steinbildhauerei an. Zudem ist diesem ein Beherbergungsangebot angeschlossen.

|Veranstaltungen

|Bernsteinfest

Bisher fand in Ribnitz-Damgarten das Bernsteinfest über eine Dauer von drei Tagen statt. Besucher können in diesem Zeitraum alles rund um den Bernstein erfahren, das Unterhaltungsprogramm ist durch zahlreiche kurzweilige Aktionen (u.a. Bernsteinflohmarkt, Kinderanimation, Schauvorführungen, Bernsteinmodenschau) vielseitig ausgeprägt. Höhepunkte der Festivität sind der Festumzug mit der 120 m langen Bernsteinkette sowie die Kür der Bernsteinkönigin.

|Hafenfest

Das dreitägige Hafenfest im Hafen von Ribnitz bietet ein vielfältiges Unterhaltungsprogramm, u.a. Konzerte unterschiedlichster Musikstile, Kindertheater und -animation, Schausteller- und Händlermeile, Drachenbootrennen, Feuerwerk.

|Folkloretanzfestival

Seit nunmehr 25 Jahren findet auf dem Marktplatz von Ribnitz das mehrtägig währende Internationale Folklo-

retanzfestival statt. Dieses Fest wurde durch das Mecklenburg-Pommeraner Folklorenensemble „Richard Wossidlo“ initiiert. Grundidee der Veranstaltung ist u.a. die Bewahrung und Förderung des kulturellen Erbes bzw. der einheimischen Traditionen in Form von Tanz und Musik. Zentraler Gedanke ist auch die Vermittlung verschiedener Kulturen aus unterschiedlichen Regionen der Welt. So traten bei dem jährlich stattfinden Festival Folkloretanzgruppen u.a. aus Argentinien, Albanien, Mexiko, Kolumbien, Senegal, Taiwan oder Thailand auf. Ergänzt wird das Festival durch ein begleitendes Kulturprogramm sowie einem Kunsthandwerkermarkt.

|Naturklänge

Jedes Jahr zwischen Juni und September haben Besucher Ribnitz-Damgartens und der Region die Möglichkeit einer Veranstaltung der Konzertreihe „Naturklänge“ auf dem Areal des Freilichtmuseums Klockenhagen beizuwohnen. Grundidee dieser Veranstaltung ist, dass Musik und Natur seit Jahrhunderten in einer engen Beziehung zueinander stehen. Die Natur und deren Klangvielfalt stellen vielleicht den Ursprung der Musik dar. Mit dieser Konzertreihe sollen diese Zusammenhänge an landschaftlich reizvollen Orten erlebbar gemacht

werden. Den Gästen wird dadurch eine besondere Möglichkeit gegeben, die Natur rund um den Nationalpark „Vorpommersche Boddenlandschaft“ auf der Halbinsel Fischland-Darß-Zingst kennenzulernen. Musikalisch variiert das Programm von Jazz über Klassik bis hin zur zeitgenössischen Klängen.

|Orgelsommer

Seit dem Jahr 1995 veranstaltet die St. Marien-Kantorei die Konzertreihe „Ribnitzer Orgelsommer“. In bereits über 220 Konzerten wurden den Besuchern durch namhafte Interpreten reizvolle Orgel-, Chor- und Instrumentalmusik geboten.

Insgesamt wartet Ribnitz-Damgarten mit einer großen Bandbreite an Veranstaltungen auf. Die bekanntesten Festivitäten sind oben aufgeführt. Hierbei ist jedoch zu konstatieren, dass insbesondere das Hafen- und Bernsteinfest eine klare inhaltliche Orientierung bedürfen. Auch ist das Ausstellungskonzept des Bernsteinmuseums insbesondere im Hinblick auf die Zielgruppen Jugendliche und junge Erwachsene steigerungsfähig. Darüber hinaus war Ribnitz-Damgarten 2014 erstmals Veranstaltungsort der Ostseefestspiele („Der Zauberer von Oz“) des Theater Vorpommerns. Dabei hat sich die Bernstadtstadt als attraktive Location bewiesen. Darüber hinaus finden zahlreiche weitere kleinere Veranstaltungen statt wie bspw. Lesungen, Kabarettabende, Ausstellungen. Zentraler Veranstaltungsort ist dabei das Stadtkulturhaus, welches jedoch von Lage und Bauzustand als unzureichend zu bewerten ist. Zudem warten Vereine sowie weitere touristische Leistungsträger wie bspw. das Freilichtmuseum Klockenhagen oder der Reiterhof Bernsteinreiter Hirschburg mit verschiedenen Veranstaltungen (z.B. Kunstaktion „Kunst im Naturraum“ in Zusammenarbeit mit dem Kunstmuseum Ahrenshoop, Tag der offenen Stalltür) auf.

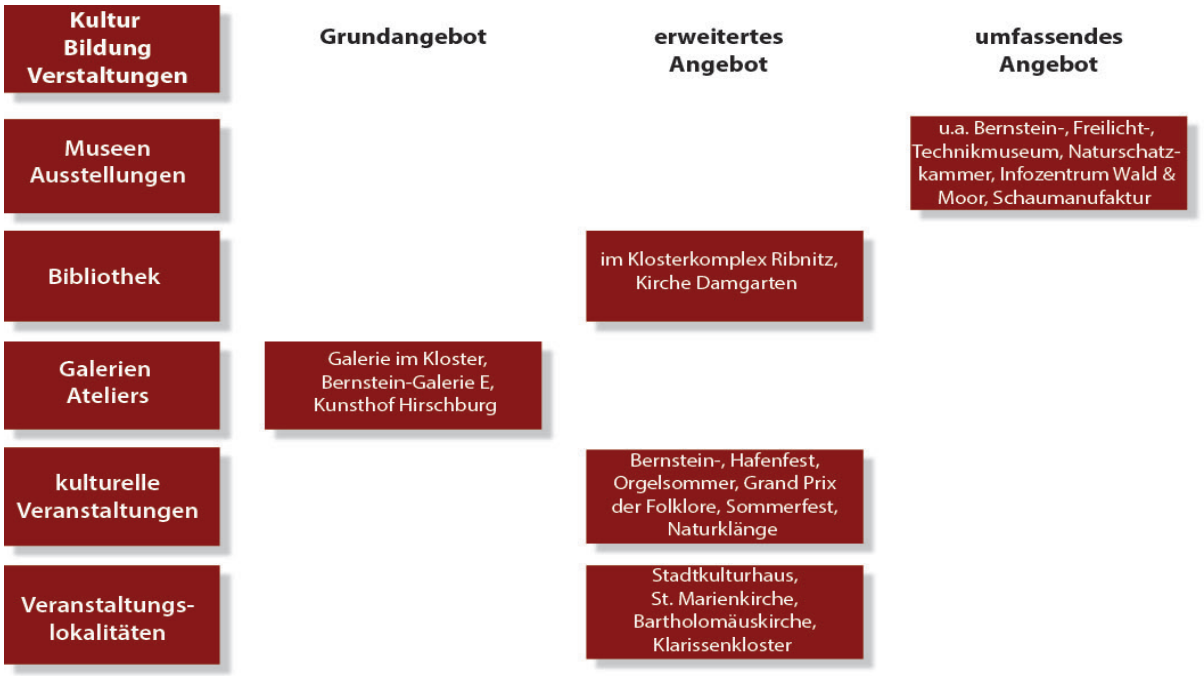
|Sehenswürdigkeiten

Als Teil der europäischen Route der Backsteingotik verfügt Ribnitz-Damgarten über einige sehenswerte mittelalterliche Bauwerke. Hier ist allen voran die ortsbildprägende St. Marienkirche, eine dreischiffige Hallenkirche, zu nennen. Im Inneren bewahrt sie Reste der spätbarocken Einrichtung nach 1795. Das Klarissenkloster Ribnitz stellt das einzige architektonische Zeugnis

dieses Ordens in der gesamten Region dar. Die Klosterkirche wurde 1393 eingeweiht. Im Klosterkomplex sind das Deutsche Bernsteinmuseum sowie die Galerie im Kloster untergebracht. Die Damgartener Stadtkirche St. Bartholomäus stammt aus dem späten 13. Jahrhundert. Der aus Backstein errichtete Kirchturm entstand allerdings erst in den Jahren 1886 und 1887. Am Rande der westlichen Altstadt von Ribnitz befindet sich das Rostocker Tor aus dem 15. Jahrhundert und stellt das letzte erhaltene Teil der Stadtbefestigung dar. Im Ortsteil Pütnitz befindet sich das gleichnamige denkmalgeschützte klassizistische Gutshaus, welches im Jahr 1906 im Jugendstil umgebaut wurde.

Grafik 09 illustriert das bestehende Kultur- und Bildungsangebot in der Tourismusregion Fischland-Darß-Zingst sowie südliche Boddenküste. In diesem Bereich bietet die Halbinsel mit ihren Tourismusschwerpunkten ein umfassendes Angebot. Schwerpunktthemen sind dabei Natur- und Umwelt(Bildung), Kunst sowie Heimatgeschichte/Seefahrt. Im Bereich Natur- und Umweltbildung bestehen zum Nationalpark mit dem Besucherzentrum Darßer Arche in Wieck und dem Natureum Darßer Ort (Born) zwei Ausstellungen von hoher Attraktivität überregionaler Zugkraft. Im Bereich der Kunst (Malerei/Plastik) bildet das Ostseebad Ahrenshoop in Fortführung seiner Tradition als Künstlerkolonie mit dem neuem Kunstmuseum, dem Kunstkaten und einer Vielzahl an Galerien und Künstlerhäusern einen Schwerpunkt mit überregionaler Anziehungskraft. Ribnitz-Damgarten bildet hier aufgrund seines Alleinstellungsthemas „Bernstein“ und dessen Darstellung u.a. in Form des Deutschen Bernsteinmuseums sowie der Schaumanufaktur einen eigenen Schwerpunkt im Ausstellungsbereich bei angeschlossenen Ausbildungsangeboten.

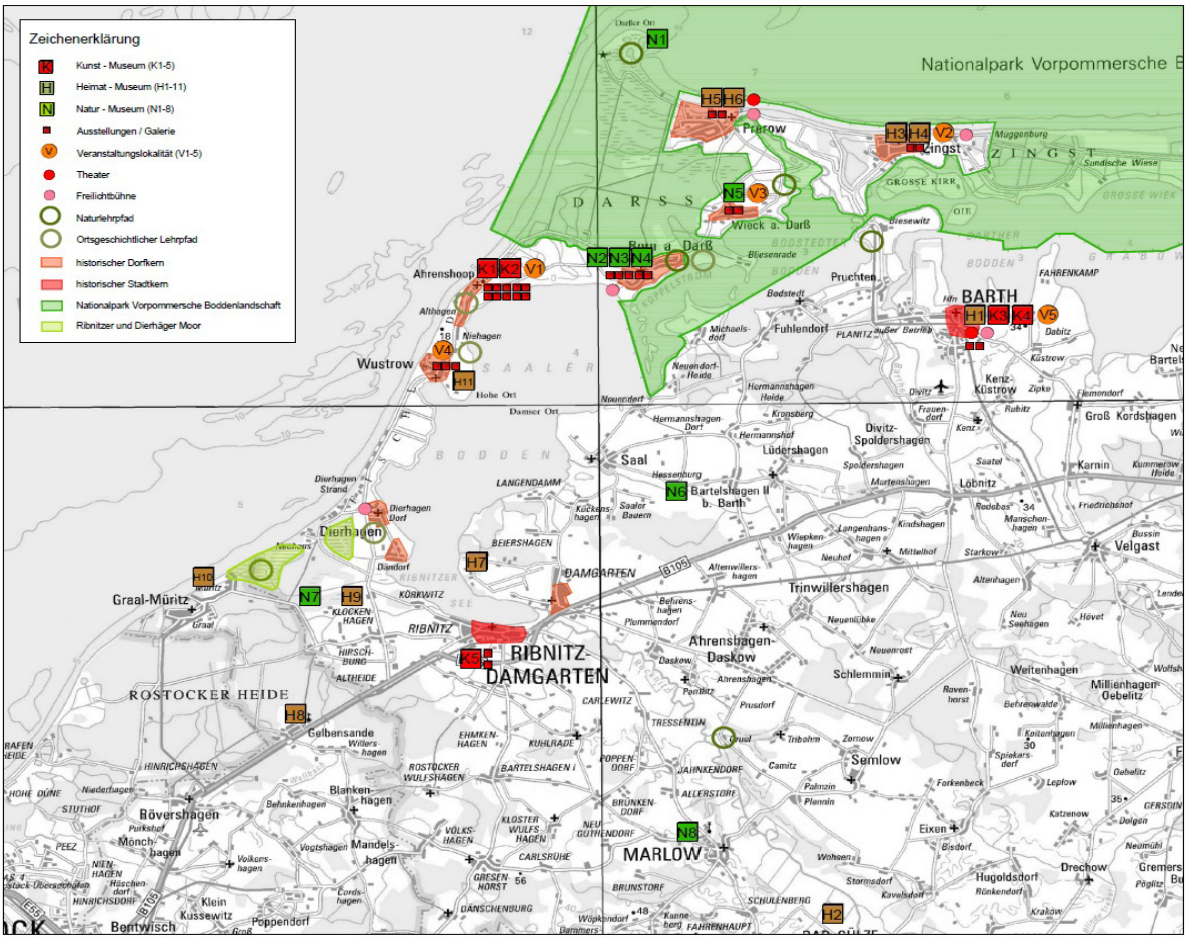
GRAFIK 08
Touristische Infrastruktur - Kultur, Bildung und Veranstaltungen



QUELLE: eigene Erhebung
DARSTELLUNG: wagner Planungsgesellschaft

GRAFIK 09

Ausgewähltes Kultur- und Bildungsangebot Fischland-Darß-Zingst, südliche Boddenküste und Küstenvorland



QUELLE: Eigene Erhebung
DARSTELLUNG: wagner Planungsgesellschaft

TABELLE 03:

Ausgewähltes, Kultur- und Bildungsangebot Fischland-Darß-Zingst, südliche Boddenküste und Küstenvorland

Nr.	Einrichtungen	Art und Organisationsform	touristische Attraktivität
K1	Kunstmuseum Ahrenshoop	Wechselausstellung Malerei u. Plastik Schwerpunkt Künstlerkolonie und Zeitgenossen, thematische Einführung	Alleinstellung durch attraktives Gebäude und Ausstellungskonzept, gute Erreichbarkeit
K2	Kunstkaten Ahrenshoop	Sammlungen, Nachlässe , Retrospektiven, wechselnd mit Ausstellungen dort lebender oder zeitweise arbeitender Künstler sowie von Stipendiaten des Künstlerhauses Lukas	attraktive Architektur, alleinstellendes Ausstellungskonzept, gute Erreichbarkeit
K3	Ausstellungsfläche im Vineta-museum Barth	Dauerausstellung zum Spätromantiker Douzette, Wechselausstelungen zu Künstlern mit Bezug zu Barth	zu kleine Ausstellungsfläche, ungünstige räumliche Vermischung mit Vineta- und historischen Ausstellungen

K4	Fräuleinstift Barth	Wechselausstellungen Kunst / Kunsthandwerk	teilw. attraktives Ausstel-lungskonzept, zentrale Lage
K5	Bernsteinmuseum RDG	Bernsteingeschichte – Schmuck, Wechselausstellung Malerei, Plastik	attraktive Räumlichkeiten in modern gestalteten ehemaligen Kloster, durch Randlage eingeschränkte Aufmerksamkeit
H1	Vinetamuseum Barth	Ausstellung zur Vineta-Sage und Stadtgeschichte	zu kleine Ausstellungsfläche, Vineta-Aus-stellung wenig ansprechend
H2	Salzmuseum Bad Sülze	Vermittlung der Salinen- u. Kurgesc-schichte des Ortes, Ausstellungen zu Sülzer Handwerk, Flora u. Fauna des Recknitztals	attraktive Architektur, thematische Allein-stellung
H3	Museumshof Zingst	Ausstellungsschwerp. des Muse-ums „Haus Morgensonne“ sind Geschichte der Region u. zum Ostseeheilbad Zingst, regionale Seefahrt, Ausstellung zur Heimat-dichterin Martha Müller-Grählert; Pommernstube, Bernsteinwerk-statt, Museumsbäckerei	authentisches Museumsgebäude, zum Teil ausgeprägte Schwerpunktbildung, jedoch begrenzte überörtliche Zugkraft
H4	Experimentarium Zingst	Wissenschaft und Technik in spie-lerischer Atmospäre, Workshops, Theater, Gastausstellungen	in seiner Beschaffenheit einmaliges Ange-bot auf der Halbinsel FDZ, besonders für Familien mit Kindern geeignet
H5	Darßmuseum Prerow	Wechselausstellungen Geologie, Botanik mit Frischpflanzenschau, Ornithologie, Naturschutz, Fische-reigeschichte, Segelschifffahrt, Darßer Baukultur mit Haustüren-sammlung, Wechselausstellungen und Events zu vorgenannten und jahreszeitlichen Themen	Authentisches Museumsgebäude, keine Schwer-punktbildung, hierdurch be-grenzte überörtliche Zugkraft
H6	Darßer Bernsteinmuseum (Prerow)	breites Ausstellungsangebot von Bernsteinen	kostenloser Eintritt
H7	Technikmuseum Pütnitz	Ausstellung Fahr-, Schwimm- u. Ket-tenfahrzeugen des ehem. Ostblocks	authentisches Ausstellungsgelände, inter-essant und lohnend aufbereitet
H8	Museum im Jagdschloss Gelbensande	Rundgang durch 12 restaurierte, teils originalgetreu eingerichteter Räume, verschiedene Sonderaus-stellungen und Veranstaltungen	authentisches Ausstellungsgelände, inter-essant und lohnend aufbereitet
H9	Freilichtmuseum Klocken-hagen	Darbietung von 20 historischen, landestypischen Bauten mit detail-getreuen Einrichtungen und Gärten aus Periode 17. bis frühes 20. Jh.	in seiner Beschaffendheit einmaliges Angebot in der Tourismusregion
H10	Heimatmuseum Graal-Müritz	Ausstellung zur Geschichte des Or-tes Graal-Müritz unter dem Motto „vom Fischerdorf zum Ostseeheil-bad“, wechselnde Ausstellungen, Galerie des einheimischen Malers Hans-Joachim Weyrich	Alleinstellungsmerkmal in der Ortschaft Graal-Müritz, keine überörtliche Zugkraft
H11	Fischlandhaus (Wustrow)	tyisches Hochdielenhaus, diverse Ausstellungen, Konzerte, Lesungen, Kleinkunst, Bibliothek	attraktives Veranstaltungsprogramm, jedoch kein Alleinstellungsmerkmal
N1	Natureum Darßer Ort	Tier- und Pflanzenwelt Bereich	Alleinstellung durch Ortsbezug und Ver-knüpfung mit „Außenprojekten“, attrakti-ves Konzept, große überörtliche Zugkraft
N2	Jagd- und Forstmuseum „Ferdinand von Raesfeld“ (Born)	Darßer Forst- und Jagdgeschich-te mit Dokumenten und Karten, Tierpräparationen (u.a. zwei im Brunftkampf verkämpfte Hirsche)	alleinstellendes Ausstellungskonzept, gute Erreichbarkeit

N3	Gut Darß (Born)	Besichtigung des ökologischen Landwirtschaftsbetriebes, spezielle Gastronomieseminare	alleinstellendes Angebot in der Region, gute Erreichbarkeit, ausbaufähige Angebotsentwicklung
N4	Landesforschungsanstalt für Landwirtschaft und Fischerei, Institut für Fischerei – Versuchsstation Born	Besichtigung der Versuchsstation Born: experimentelle Aquakulturanlagen für die Zucht von Forellen, Stören und Zandern, Forschung zu Aquakultur	auf der Halbinsel FDZ einmalige Bildungseinrichtung, ausbaufähige Angebotsentwicklung
N5/V3	Darßer Arche (Wieck)	Besucherzentrum / Austellung zum Nationalpark Vorpommersche Boddenlandschaft, großzügiger Veranstaltungsraum	attraktive das Ausstellungsthema unterstreichende Architektur, klare Positionierung, Ausstellungskonzept noch entwicklungsfähig, hohes Alleinstellungspotenzial
N6	Kranichmuseum Hessenburg	künstlerische Umsetzung der Beziehung Kranich – Mensch in der kontemporären Kunst	attraktives Ausstellungsgelände, von November bis einschließlich März geschlossen
N7	Natur-Schatzkammer & Paradiesgarten, Edelstein- und Bernsteinzentrum, Pilzmuseum Neuheide	umfangreiche Sammlungen und Exponate an Edelsteinen, Mineralien, Schmetterlinge, Pilze, Muscheln, Vögel, urzeitliche Fossilien und Bernstein	einzigartiges Ausstellungskonzept in Norddeutschland, ganzjährig geöffnet
N8	Infozentrum Wald und Moor	Ausstellung zu den Lebensräumen und Ökosystem Wald und Moor, Schulungsraum, Naturlehrpfad	Lebensräume zum Anfassen, insbesondere durch angeschlossenen Naturlehrpfad, Bildungsformate besonders für Kinder und Jugendliche geeignet
N9	Vogelpark Marlow	die 22 ha große Parklandschaft zeigt die Vogel- und Tierwelt aller Kontinente, Schaufütterungen, Tier- und Flugshows	Vogelwelt als Alleinstellungsmerkmal der Region, attraktive Gestaltung, ganzjährig geöffnet, gute Erreichbarkeit
V1	Kurhaus Ahrenshoop	großer Veranstaltungssaal, Tagungsräume sowie ein zugehöriges umfassendes Gastronomieangebot	attraktive Lokalität in unmittelbarer Meernähe, hochklassige Beherbergung mit großen Spa- und Wellnessbereich
V2	Hotel 4 Jahreszeiten Zingst	großer Veranstaltungssaal, Tagungsräume sowie ein zugehöriges umfassendes Gastronomieangebot	hochklassige Beherbergung mit großen Spa- und Wellnessbereich
V4	Fischlandhalle	große Multifunktionshalle	auch durch Touristen nutzbar
V5	Hotel Speicher Barth	großer Veranstaltungssaal, Konferenzräume sowie ein zugehöriges umfassendes Gastronomieangebot	attraktive Lokalität in unmittelbarer Boddennähe

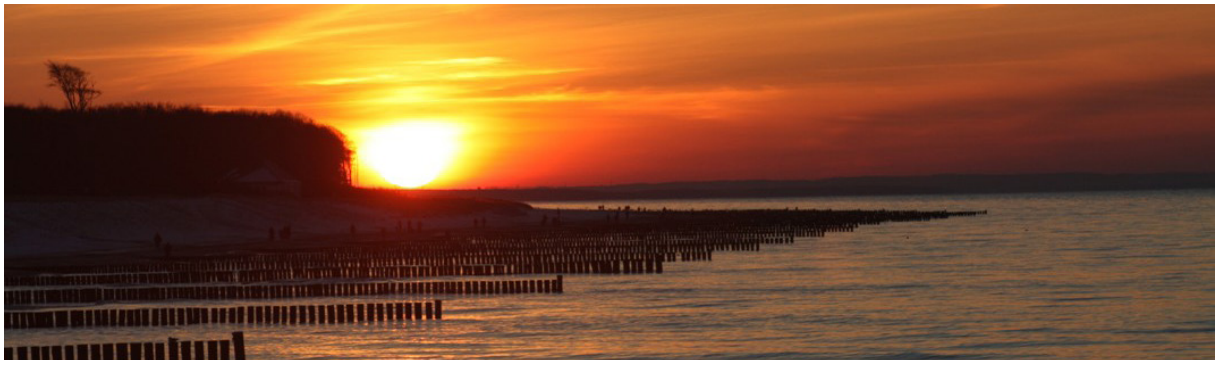
QUELLE: Eigene Erhebung, Stand 2014
DARSTELLUNG: wagner Planungsgesellschaft

6.2. |Ausflugsmöglichkeiten

Aufgrund der zentralen Lage Ribnitz-Damgartens zwischen der Halbinsel Fischland-Darß-Zingst, den Hansestädten Rostock und Stralsund sowie dem Küstenvorland bestehen vielfältige Ausflugsmöglichkeiten. Von besonderer touristischer Alleinstellung ist der Nationalpark Vorpommersche Boddenlandschaft. Dieser bietet ein besonderes Naturerlebnis mit vielseitigen Landschaftsräumen sowie einer Vielzahl seltener Tier- und Pflanzenarten. Zu nennen sind hier insbesondere der Darßwald, die Naturküste des Weststrands sowie der Darßer Ort mit Lehrpfad zu dort erfolgenden Neulandgewinnung. Boddenseitig sind hier der Prerow-Strom, die Inseln Neuendorfer Bülten sowie die Vogelinseln Kirr und Oie südlich von Zingst zu nennen. Der Nationalpark ist abgesehen von der Schutzzone I durchgehend mit Rad- und Wanderwegen erschlossen. Zudem bieten die Nationalparkausstellungen der Darßer Arche in Wieck sowie des Natureums am Darßer Ort vertiefen-

de naturkundliche und geologische Einblicke. Daneben ist auf der Halbinsel das ehemalige Seefahrer- und Fischerdorf Wustrow mit zahlreichen typischen Schifferhäusern, der Fischländerkirche oder dem Fischlandhaus sehenswert. Weiterhin ist die ehemalige Künstlerkolonie Ahrenshoop sowie die staatlich anerkannten Erholungsorte Born und Wieck mit ihren kleinen Häfen am Bodden, der großen Anzahl an ehemaligen Kapitänshäuser besonders sehenswert. Zudem besteht mit dem Ostseeheilbad Graal-Müritz ein attraktives Ausflugsziel in der Region. Hier besondere die für den Ort charakteristische Bäderarchitektur und der Rhododendronpark zu nennen.

Für Kulturinteressierte bietet sich weiterhin die in ca. 25 km Entfernung liegende Vinetastadt Barth mit ebenfalls gut erhaltenen historischem Stadtkern, großen Hafenbereich und dem Vinetamuseum an. Das Museum zeigt auf drei Etagen, neben den Dauerausstellungen der Barther Stadtgeschichte und der „Vinetageschichte“, ständig wechselnde Sonderausstellungen. Daneben werden im benachbarten ehemaligen „Adligen Fräuleinstift“ regelmäßig Wechselausstellungen gezeigt. Ein weiteres Ausflugsziel ist die Hansestadt Stralsund in ca. 43 km Entfernung. Im Jahre 2002 wurde die gesamte Altstadt in die UNESCO-Weltkulturerbeliste aufgenommen. Neben der fast komplett erhaltenen historischen Altstadt bietet die Hansestadt mit dem Meeresmuseum (Darstellung der warmen Meere) und dem Ozeaneum (kalte Meere) eine maritime Ausstellung internationalen Rangs. Daneben bestehen zahlreiche weitere kulturelle Sehenswürdigkeiten wie das kulturhistorische Museum, das historische Rathaus, drei herausragende Kirchen der Backsteingotik sowie zahlreiche Wohn- und Kaufmannshäuser aus Mittelalter und früher Neuzeit.
Die größte Insel Deutschlands, die Insel Rügen, ist ebenfalls in ca. 50 km Entfernung erreichbar. Hier bestechen besondere Ausflugsziele wie der „Königsstuhl“, das „Kap Arkona“ mit seinen historischen Leuchttürmen, die Bäderarchitektur in den Ostseebädern Binz und Göhren sowie die Residenzstadt Putbus mit Schlosspark, Marstall und der besonderen städtebaulichen Anlage des „Zirkus“.
Für Naturinteressierte stellt zudem das Untere Recknitztal mit seiner besonderen Topographie und naturräumlicher Ausstattung ein attraktives Ausflugsziel dar. In diesem Zusammenhang ist auch der Vogelpark Marlow zu nennen, welcher über eine große überregionale Anziehungskraft verfügt. Auf einer Fläche von ca. 20 Hektar sind hier rund 150 verschiedene Vogelarten in großzügigen Anlagen zu besichtigen. Weiterhin beherbergt der Vogelpark ein Tropenhaus und eine Pinguinanlage. Darüber hinaus finden regelmäßig Greifvogel-Flugschauen statt. Das Küstenvorland wartet zudem mit einigen gut erhaltenen und zum Teil sanierten sowie denkmalgeschützten historischen Gebäuden und Anlagen. Dazu zählen Kirchen und Kapellen, Schlösser, Gutshäuser sowie Parkanlagen. Als Beispiele sind hier, insbesondere aus dem Amtsbereich Ribnitz-Damgarten, das sehenswerte Schloss Schlemmin (Hotel), die Radfahrkirche Pantlitz, die Dorfkirche Tribohm, das Gutshaus Daskow und der Schlosspark Semlow zu nennen.



6.3. |Sport- und Bewegungsangebote

Nachfolgend sind die gegebenen Sport- und Bewegungsangebote zusammengefasst. Neben dem Angebot innerhalb der Gemeinde können auch die entsprechenden Infrastrukturen in der umliegenden Tourismusregion mitgenutzt werden.

|Baden und Schwimmen

Mit der Bodden-Therme verfügt die Stadt Ribnitz-Damgarten über ein attraktives Bade- und Schwimmangebot, was insbesondere auch den Gästen der Halbinsel Fischland-Darß-Zingst an Schlechtwettertagen zugutekommt. Diese verfügt u.a. über ein 25 m langes Sportbecken mit fünf Bahnen, ein Nichtschwimmerbecken, Wellenbecken mit Strömungskanal, Wasserrutsche sowie zwei Sprungtürme und ist daher insbesondere für die Zielgruppe Familien mit Kindern gut geeignet. Weiterhin ist die Therme mit einer Wellnesslandschaft ausgestattet, die diverse Saunen, ein Solarium und ein breites Massageangebot vorhält. Die Bodden-Therme ist weiterhin vom Foyer- und Kassenbereich bis zum Badebereich barrierefrei gestaltet.
Mit der Badestelle im ländlichen Ortsteil Langendamm sowie dem Bernsteinsee verfügt Ribnitz-Damgarten

über zwei Bademöglichkeiten. Über die L 22 bzw. L 21 und gut ausgebaute Radwege sind das Ostseeheilbad Graal-Müritz sowie die Ostseebäder der Halbinsel Fischland-Darß-Zingst zu erreichen. Diese verfügen über lange feinsandige Strände, welche seit Langem mit der „Blauen Flagge“ ausgezeichnet werden. Mit dieser Auszeichnung werden einwandfreie Badewasser- und Strandqualität, aber auch die Förderung des Umweltgedankens gewürdigt. Zur Sicherheit der Badegäste ist der Ostseestrand in der Saison von Rettungsschwimmern der DLRG bewacht. Auch was die strandnahen Toiletten und die strandnahe Versorgung betrifft, besteht ein angemessenes Angebot an allen zentralen Strandabschnitten.

|Sonstiger Wassersport

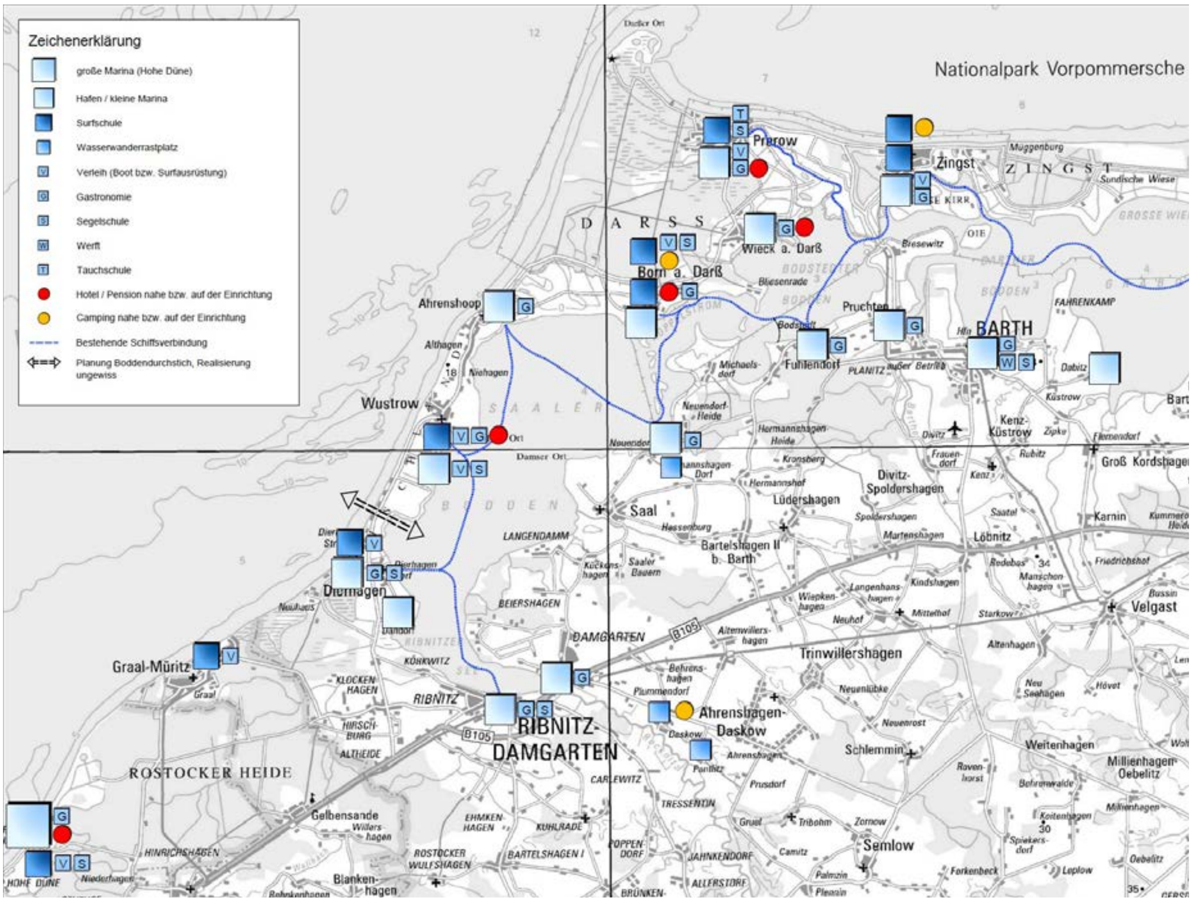
Im ländlichen Ortsteil Körkwitz befindet sich die „Körks Strandarena“. Wassersportliebhaber erwartet hier ein umfangreiches Aktivangebot wie Wakeboarden, Wasserski, Stand-Up-Paddeln, Beachvolleyball und Aqua Zorbing. Ergänzt wird das Angebot durch eine Minigolfanlage und durch eine Gastronomieeinrichtung. Der Stadthafen in Ribnitz ist mit 62 Gastliegeplätzen ausgestattet und zudem mit der „Gelben Welle“ zertifiziert. Dieses Qualitätssiegel wird vom Deutschen

Tourismusverband e.V. (DTV) vergeben und dient als deutschlandweit einheitliches Informationssystem für wassertouristische Angebote. Von hier aus starten Fahrgastschiffe zu den Ostseebädern Ahrenshoop/Althagen, Dierhagen und Wustrow. Darüber hinaus werden diverse Abendfahrten angeboten. Weiterhin verfügt der als Wasserwanderrastplatz (WWRP) ausgebaute Hafen über moderne Sanitäranlagen einschließlich Duschen für Gastanlieger. Zudem befinden sich im Hafen Ribnitz ein Restaurant sowie ein Fischimbiss. Weitere Restaurants befinden sich in fußläufiger Erreichbarkeit. Im östlichen Hafenbereich ist der Segel-Club Ribnitz e.V. mit 64 Dauerliegeplätzen lokalisiert. Bis auf Veranstaltungen von Segelevents wie bspw. dem Bernsteincup oder der Internationalen Deutschen Jugend- und Jüngstenmeisterschaften (IDJM + IDJüM) hält der Segelclub kein touristisches Angebot wie bspw. in Form einer für Touristen nutzbaren Segelschule vor. Neben dem vorstehend genannten Segelclub zählt Ribnitz-Damgarten zehn weitere Segel- und Anglervereine.

Der Stadthafen Damgarten verfügt anders als der in Ribnitz lediglich über acht Gastliegeplätze. Auch dieser ist mit der „Gelben Welle“ ausgezeichnet und verfügt über moderne Sanitäranlagen einschließlich Duschen für Gastanlieger sowie über eine Gaststätte. Darüber hinaus halten die im Hafen Damgarten ansässigen Wassersportvereine eine limitierte Anzahl an Gastliegeplätzen vor. Der Hafen Damgarten eignet sich insbesondere als Ausgangs- und Endpunkt für Kanutouren auf der Recknitz. Zudem ist hier das Ausleihen von Kanus/Kajaks und Tretbooten möglich. Auch werden von der Abteilung Rudern des Ribnitzer Sportvereins geführte Nachtfahrten angeboten. Weiterhin befinden sich sowohl in Ribnitz als auch in Damgarten weitere Hafenliegeplätze, welche allerdings den örtlichen Wassersportvereinen vorbehalten sind.

Im Bereich des Wassersports besteht in der Tourismusregion insbesondere entlang der Ostsee- und Boddenküste ein breites Angebot an kleinen Häfen mit Gastliegeplätzen und Bootsverleihen sowie an dauerhaften oder temporären Surfcamps. Segelschulen bestehen in Wustrow, Dierhagen und Barth, Surfschulen u.a. in Born, Dierhagen, Prerow, Wustrow, Zingst, Saal und Barth. Zudem bestehen entlang der Boddenküste und der Recknitz in erreichbaren Abständen Wasserwanderrastplätze. Die meisten sind mit modernen sanitären Einrichtungen ausgestattet und in gutem baulichem Zustand, aber an der Recknitz bestehen auch einige Plätze von geringerer Qualität. Für den Segelsport ist das Boddengewässer aufgrund der geringen Wassertiefe in den weit überwiegenden Teilbereichen nur eingeschränkt nutzbar. Für kleine Sportboote ist das Segelrevier aber durchaus geeignet. Gleiches gilt auch für Surfen und Kite-Surfen. Hier ist es sogar aufgrund der umfangreichen Flachwasserzonen sogar in besonderem Maße geeignet.

GRAFIK 10
Häfen und Wassersportangebot in der Tourismusregion Fischland-Darß-Zingst, südliche Boddenküste und Küstenvorland



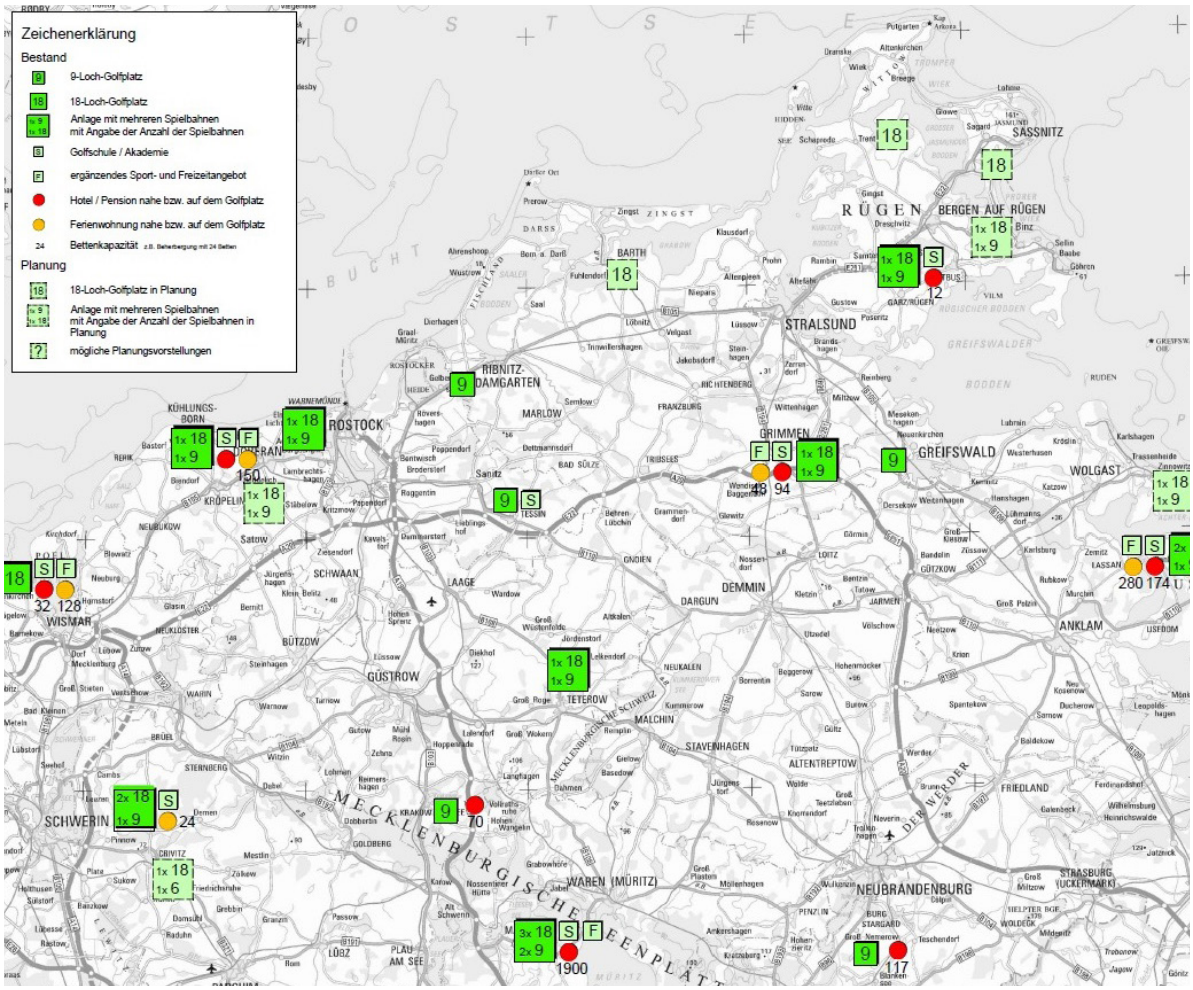
QUELLE: Eigene Erhebung, Stand 2014
DARSTELLUNG: wagner Planungsgesellschaft

| Golf

Mit der Golfanlage „Zum Fischland" in Neuhof bedient Ribnitz-Damgarten den Bereich Golfsport / -tourismus. Dabei handelt es sich um einen kleinen Platz mit neun Spielbahnen sowie ohne angeschlossenes Gastronomie- und Beherbergungsangebot. Damit ist diese Anlage für den Golftourismus nur bedingt geeignet. Eine Erweiterung des Platzes ist aufgrund der bestehenden Besitzverhältnisse und Landnutzung zudem nicht möglich. Des Weiteren bestehen in der Tourismusregion Fischland-Darß-Zingst sowie südliche Boddenküste keinerlei Ansätze zur Schaffung einer größeren Golfanlage. Die nächsten größeren Golfanlagen sind mit jeweils einer 27-Loch-Anlage und angeschlossenem Gastronomieangebot der Golfplatz in Rostock-Warnemünde sowie der Golfpark Strelasund östlich von Grimmen in ca. 43 bzw. 53 km Entfernung (siehe Grafik 11).

GRAFIK 11

Golfanlagen, Bestand und Planungen in der Tourismusregion sowie im 100 km Umkreis von Ribnitz-Damgarten



QUELLE: Eigene Erhebung, Stand 2014
DARSTELLUNG: wagner Planungsgesellschaft

|Radfahren

In Ribnitz-Damgarten einschließlich der ländlichen Ortsteile und der umliegenden Tourismusregion besteht ein größtenteils unabhängig von den Hauptverkehrsstraßen, auf eigenständigen Trassen auf Nebenstraßen, Landwirtschafts- und Forstwegen verlaufendes Radwegenetz. Das Radwegenetz ist dabei Bestandteil verschiedener, ausgeschilderter, thematischer Rund- und Fernwege, u.a. der östlichen Backsteinroute und der Tour der Steine. Es befinden sich zahlreiche Informationssysteme in Form von Tafeln entlang der Radwege, ebenso werden viele naturtouristische Angebote wie Aussichtsplattformen und Lehrpfade über das Radwegenetz erreicht. Die entsprechenden Beschilderungen sind an markanten Orten positioniert und klar sichtbar. Wichtig insbesondere für die Tagesgäste ist die Bereitstellung geeigneter PKW-Parkplätze, von den Radtouren starten können. An Serviceeinrichtungen bestehen drei Fahrradverleihe mit teilweise angeschlossenem Reparatur- und Verkaufsleistungen. Zudem besteht hier die Möglichkeit E-Bikes auszuleihen, Ladestationen auf dem Gemeindegebiet der Stadt Ribnitz-Damgarten bestehen jedoch nicht. Hinsichtlich radfahrbezogener Unterkünf-

te sind lediglich der Sunshine Ferienpark sowie die Jugendherberge als „Bett+Bike“-Betrieb vom Allgemeinen Deutschen Fahrrad Club (ADFC) zertifiziert. Trotz des insgesamt guten Ausbauzustandes des Radwegenetzes bestehen doch noch ausbaubedürftige Abschnitte und fehlende Lückenschlüsse. So sind die Abschnitte Klockenhagen und Hirschburg sowie Freudenberg – Carlewitz noch ausbaubedürftig.

|Reiten

Mit den Bernsteinreitern Hirschburg verfügt Ribnitz-Damgarten über ein umfangreiches reittouristisches Angebot. Dieser Reiterhof, unweit der Ostsee gelegen, verfügt über eine der modernsten Reitanlagen Mecklenburg-Vorpommerns. Dazu zählen u.a. großzügige Innen-, Pensionsboxen, weitläufige Koppeln und Offenställe, mehrere Reitplätze für Dressur-, Spring- und Allroundtraining sowie eine modern ausgestattete Reithalle. Mit ca. 78 Pferden und 170 Mitgliedern zählen die Bernsteinreiter zudem zu den größten Reitvereinen des Landes. Für Gäste besteht ein attraktives sowie umfassendes reittouristisches Angebot. Dieses reicht von Reitunterricht (u.a. Dressur, Springen) und Ponyreiten

über Ausritte für Anfänger und Fortgeschrittene bis hin zu Hofführungen und der Erlangung des Reitabzeichens. Insbesondere für jüngere Zielgruppen hält der Reiterhof in Form von Kinderreiterferien ein attraktives Angebot vor. Diese beinhalten bspw. Ponyspiele, Nachtwanderungen, theoretischer sowie praktischer Reitunterricht. Insbesondere während der Saison erfreut sich der Reiterhof bei den Touristen, zu großen Teilen aus Graal-Müritz und Ribnitz-Damgarten kommend, großer Beliebtheit. So zählt der Reiterhof in dieser Zeit nahezu täglich 100 Reitschüler. Weiterhin finden auf der Reitanlage in Hirschburg zahlreiche Fach- und reittouristische Events wie bspw. der Bernsteinreiterpreis, der Aktionstag, Landesmeisterschaften im Voltigieren oder der Tag der offenen Stalltür statt. Ergänzt wird das reittouristische Angebot durch Kutsch- und Kremserfahrten. Darüber hinaus ist dem Reiterhof ein breites Beherbergungsangebot in Form von Ferienhäusern und -wohnungen angeschlossen. Zudem befinden sich auf der Ferienanlage u.a. ein Streichelzoo, eine Spielscheune, ein Volleyballfeld sowie ein Kinderspielplatz.

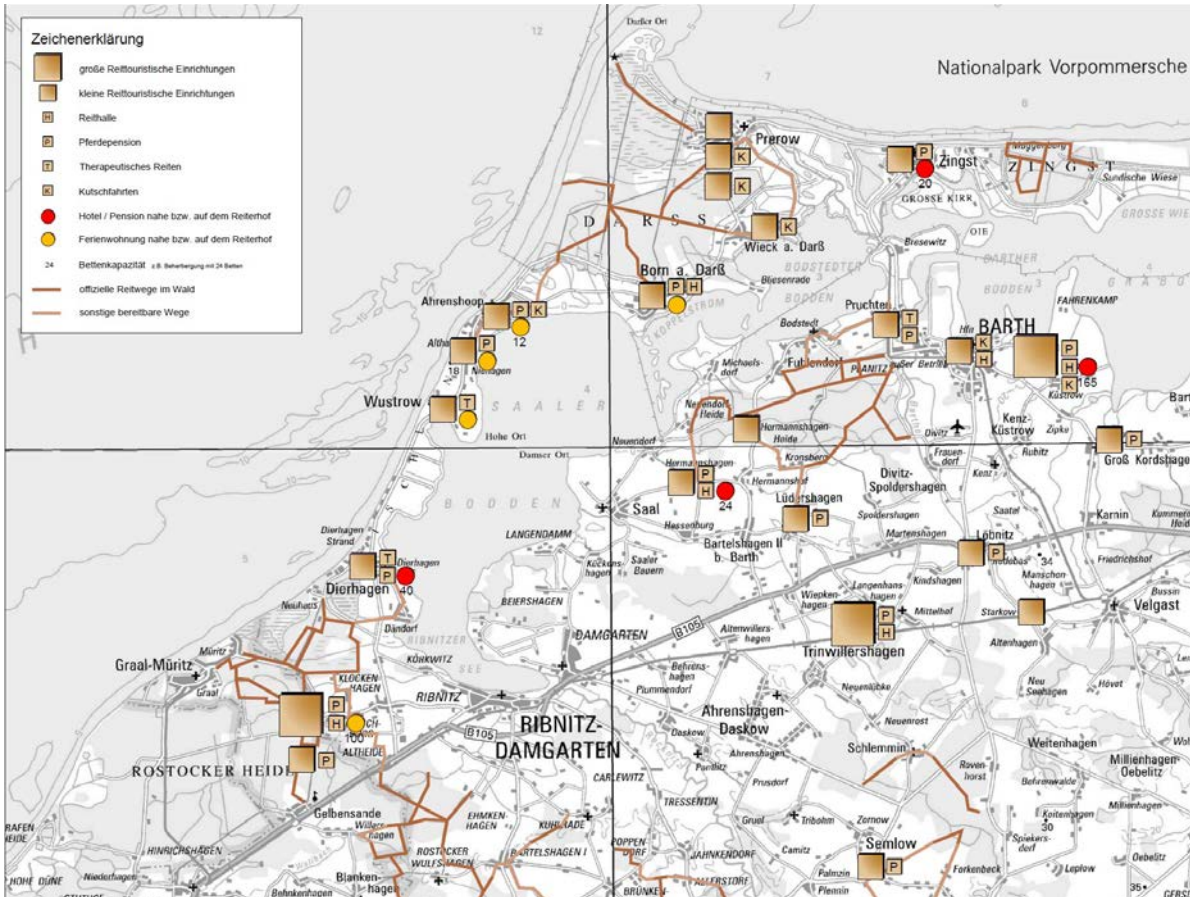
Für Ausritte bestehen offizielle und entsprechend ausgeschilderte Reitwege im Stadtforst bzw. im Revierteil Neuheide zwischen den Ostseebädern Graal-Müritz und Dierhagen sowie in den Ausläufern der Rostocker

Heide, welche auch untereinander zu Rundwegen miteinander verknüpft sind. Trotz großer Nachfrage von Urlaubern u.a. aus Graal-Müritz und Dierhagen ist das Reiten am Ostseestrand lediglich in den Monaten Oktober bis April im gekennzeichneten Bereich zwischen Strandaufgang 16a (Dierhagen) und der Gemarkungsgrenze Graal-Müritz möglich. Neben dem Reitwegenetz in oben genannten Stadtforst bestehen Reitwegenetze zudem im Darßwald, in der Rostocker Heide und Barther Stadtwald. Eine Verknüpfung durch offizielle Reitwege, welche gerade für geübte Reiter zwecks längerer Ausritte von Interesse wäre, besteht bisher aber nicht. Darüber hinaus ist den Reiterhöfen in der Region nur in limitiertem Maß ein Beherbergungsangebot angeschlossen. Vor diesem Hintergrund ist das reittouristische Angebot der Bernsteinreiter Hirschburg besonders hervorzuheben.

Im Ortsteil Klockenhagen befindet sich der „Eselhof I-AAH“. Zum Angebot gehören das Eselreiten für Kinder, Kutschfahrten sowie ein Streichelzoo. Während der Saison wartet der Eselhof mit einer Vielzahl an Veranstaltungen auf. Auf dem Gelände des Eselhofes befindet sich weiterhin ein Gastronomieangebot.

Nachfolgende Darstellung zeigt das regionale Angebot an Reiteinrichtungen, zugeordneter Beherbergung sowie an Reitwegen:

GRAFIK 12
Reitinfrastruktur in der Tourismusregion Fischland-Darß-Zingst, südliche Boddenküste und Küstenvorland



QUELLE: Eigene Erhebung, Stand 2014
DARSTELLUNG: wagner Planungsgesellschaft

| Indoor-Angebot und weitere Sportangebote

An Indoor-, Sport- und Freizeitangeboten bestehen das Bowlingcenter Leuchtfeuer, eine Bundeskegelbahn, vier Fitnessstudios sowie das oben genannte Hallen- und Erlebnisbad „Bodden-Therme“. Weiterhin verfügt Ribnitz-Damgarten über mehrere Sporthallen und -plätze, die z.T. öffentlich zugänglich sind.

Fazit: Ribnitz-Damgarten wartet im Bereich Sport und Bewegung insgesamt mit einer breiten Angebotspalette auf. Insbesondere das reittouristische Angebot und die Bodden-Therme erweisen sich mit Blick auf die Gäste der Halbinsel Fischland-Darß-Zingst und Graal-Müritz in Zusammenhang mit Schlechtwettertagen während der Saison als wichtige Unterstützungseinrichtungen. Defizite bestehen vornehmlich in den Segmenten Segelkurse/Segelbootverleih sowie Tennis (sowohl Halle als auch Freiplätze).

GRAFIK 13
Touristische Infrastruktur - Sporteinrichtungen

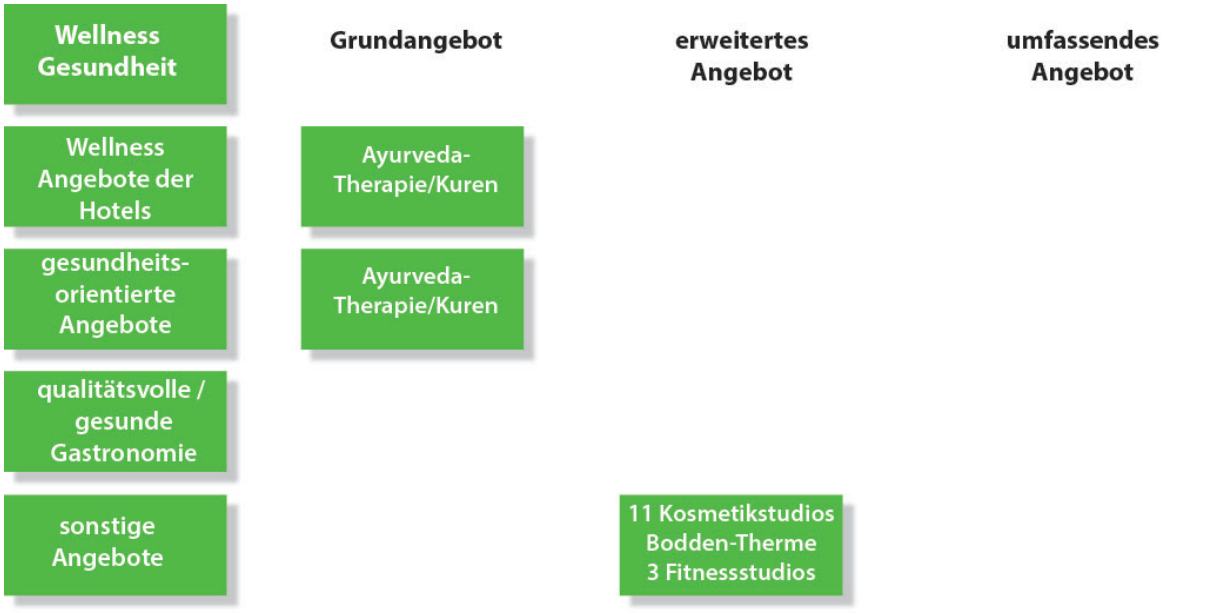
Sport Bewegung	Grundangebot	erweitertes Angebot	umfassendes Angebot
Schwimmen/Baden			Bodden-Therme, Bernsteinsee, Langendamm
Reiten		Bernsteinreiter Eselhof, RW-Netz	
Wasserski Wakeboarden		Körks Strandarena	
Beachvolleyball	Körks Strandarena		
Radfahren	3 Fahrradverleihe gutes RW-Netz		
Bowling Kegeln		Bundeskegelbahn Bowlingcenter	
Bootsverleih	1 Anbieter (Hafen Damgarten)		
Minigolf	Körks Strandarena		
Fitness		3 Einrichtungen	
Golfen	1 9-Loch-Anlage		

QUELLE: Eigene Erhebung, Stand 2014
DARSTELLUNG: wagner Planungsgesellschaft

6.4. |Gesundheits- und Wellnessangebot

Im Wellness- und Gesundheitsbereich bietet Ribnitz-Damgarten lediglich ein sehr begrenztes Angebot, was insbesondere auf das Fehlen eines größeren höherklassigen Hotels zurückzuführen ist. Das bisherige Angebot beschränkt sich lediglich auf die Ayurveda-Kuren/Therapien des Hotels Wilhelmshof in Ribnitz. Im Bereich der sonstigen Wellnessangebote ist das große Angebot der Bodden-Therme (Saunalandschaft, Solarium, Massagen) anzuführen. Ribnitz-Damgarten zeigt im Gesundheits- und Wellnessangebot gute Ansätze, welche jedoch in Qualität und Kapazität ausbaufähig sind (Grafik 14). Grafik 15 illustriert das Wellness- und Gesundheitsangebot in der Tourismusregion Fischland-Darß-Zingst sowie südliche Boddenküste. Die Orte der Halbinsel Fischland-Darß-Zingst sind durchgehend nach Kurortegesetz M-V prädikatisiert. So bestehen vier Seebäder (Dierhagen, Wustrow, Ahrenshoop, Prerow), zwei staatlich anerkannte Erholungsorte (Born, Wieck) und ein Seeheilbad (Zingst). Das direkt an die Halbinsel angrenzende Graal-Müritz ist ebenfalls als Seeheilbad prädikatisiert. In der übrigen Tourismusregion ist Bad Sülze als Moor- und Soleheilbad prädikatisiert, Ribnitz-Damgarten sowie Barth als staatlich anerkannte Erholungsorte. Neben dem klassischen Reha- und präventiven Kurbetrieb, welcher von den Vorsorge- und Rehakliniken in den Orten Ahrenshoop, Prerow, Wustrow und Zingst (sowie außerhalb der Halbinsel und Graal-Müritz und Bad Sülze) im Kern getragen wird, hat sich seit einigen Jahren ein eigenständiges gesundheitstouristisches Angebot entwickelt. Dieses richtet sich an Gäste, welche unabhängig von Kurverordnungen im Urlaub selbst etwas für die Gesundheit bzw. das Wohlbefinden tun wollen und die entsprechenden Leistungen selbst bezahlen. Träger dieses Angebots sind teilweise die Kliniken (insbesondere Mutter-Kind Wustrow und Barmer Prerow), aber gerade auch die höherklassigen Hotels sowie kleinere private Physiotherapiepraxen und Vereine.

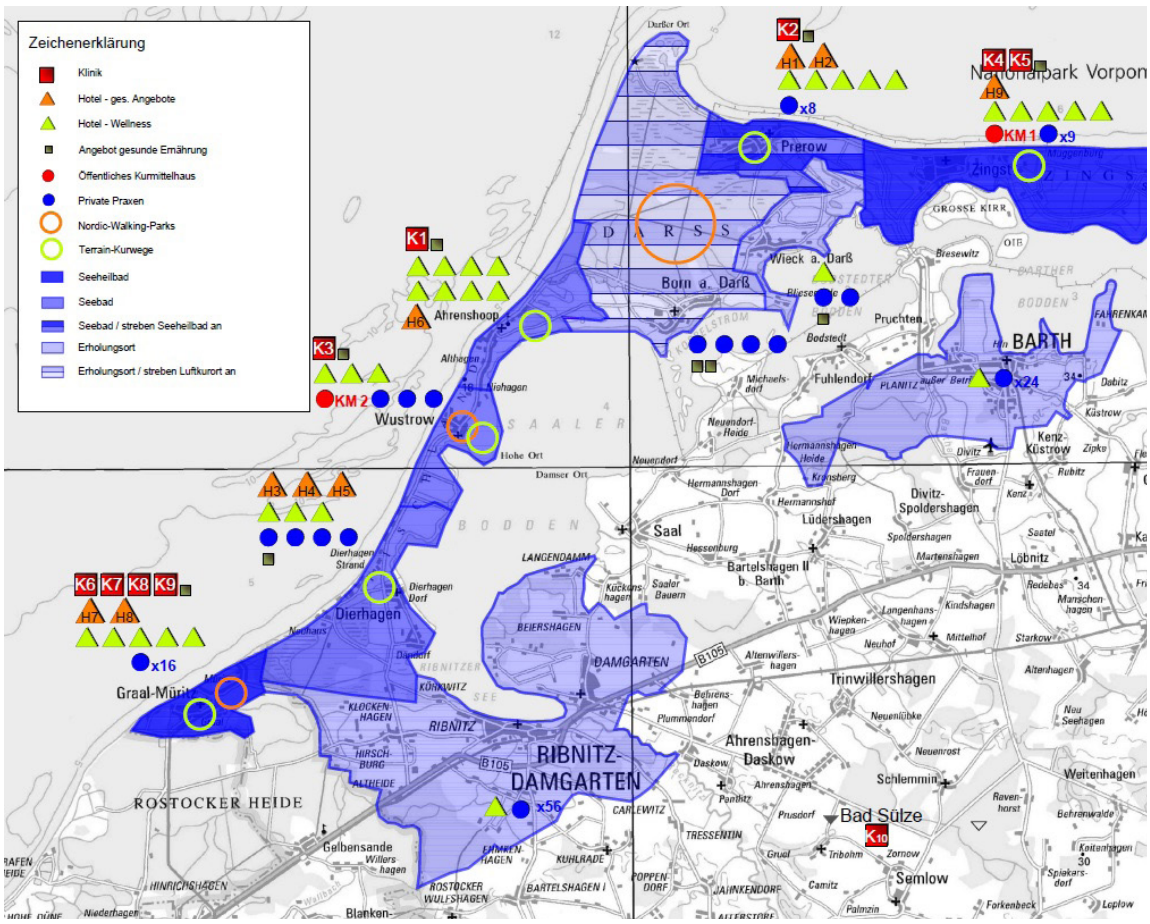
GRAFIK 14
Touristische Infrastruktur - Gesundheits- und Wellnesseinrichtungen



QUELLE: Eigene Erhebung, Stand 2014
DARSTELLUNG: wagner Planungsgesellschaft

GRAFIK 15

Ausgewähltes Wellness- und Gesundheitsangebot Fischland-Darß-Zingst, südliche Boddenküste und Küstenvorland



QUELLE: Eigene Erhebung, Stand 12.2013
DARSTELLUNG: wagner Planungsgesellschaft

TABELLE 04

Ausgewähltes Gesundheits- und Wellnessangebot Fischland-Darß-Zingst, südliche Boddenküste und Küstenvorland

Nr.	Einrichtungen	Art und Organisationsform	touristische Attraktivität
K1	Helios-Klinik Ahrenshoop	Medizinische Diagnostik, Physio- und Ergotherapie, Ernährungsberatung, diverse Massagen, Bäder, Heilgymnastik (u.a. Tai Chi, Bewegungstherapie KG, Nordic Walking)	umfassendes Gesundheitsangebot, entwicklungsfähiger tourismusorientierter Ausbau der Angebote
K2	Ostseeklinik Prerow	Medizinische Diagnostik, Physio- und Ergotherapie, Ernährungsberatung, Naturheilkunde, vielfältige Therapiemöglichkeiten (u.a. Kneippanwendungen, Thalasso-, Atmungstherapie, NW)	größte Angebotsvielfalt, insbesondere im Zusammenspiel mit anderen örtlichen Einrichtungen, indikationsbezogene Pakete
K3	Ostsee Kurklinik Fischland Wustrow	med. Diagnostik, Physio- u. Sporttherapie, Ernährungsberatung, psych. Angebote, Schwimmbad um.	große Angebotsvielfalt, Wahrnehmung der Gesundheitsangebote auch für Selbstzahler

K4	Ostsee Klinik Zingst	Medizinische Diagnostik, Physio- und Sporttherapie, Gestaltungstherapie, psychologische Angebote, Ernährungsberatung	umfassendes Gesundheitsangebot
K5	Mutter-Kind-Kurhaus „Haus am Meer“ Zingst	Medizinische Diagnostik, Ernährungsberatung, Lebensgestaltung, breites Therapiespektrum, pädagogische Angebote, Kreativworkshops	umfassendes Gesundheitsangebot
K6	AKG Reha-Zentrum, Fachkliniken für Orthopädie, Kardiologie, Atemwegskrankheiten und Allergien Graal-Müritz	Medizinische Diagnostik, u.a. Physio-, Ergo-, Kryo-, Klimatherapie, Schulungen, Logopädie	umfassendes Gesundheitsangebot
K7	AKG Mutter-Kind-Klinik Schwarzheide	Medizinische Diagnostik, vielfältige therapeutische Maßnahmen (Kneippanwendungen, Wärmebehandlungen, Thalasso), Physio- und Ergotherapie	umfassendes Gesundheitsangebot
K8	AKG Kinderklinik Tannenhof	Medizinische Diagnostik, Physio-, Ergo-, Klima-, Sport- und Bewegungstherapie, Diätetik, psychologische Angebote	umfassendes Gesundheitsangebot
K9	ASB Mutter-Kind-Therapiezentrum Meeresbrise & Heidesanatorium (Graal-Müritz)	Medizinische Diagnostik, Physio- u. Sporttherapie, NW, Aquafitness, pädagogische Angebote	umfassendes Gesundheitsangebot
K10	Median Klinik Bad Sülze	Medizinische Diagnostik, diverse Mooranwendungen, verschiedene Therapien	Entwicklungsfähiger tourismusorientierte Ausbau der Angebote
H1	Ginko Mare (Prerow)	Heilfasten, Tai Chi, Qi Gong, Yoga, NW, diverse Massagen, Naturheilkunde, Lebensberatung, Kosmetik, Reiki, Gesundheitsgymnastik	alleinstellende Angebote, ganzjährig
H2	Carpe Diem (Prerow)	Fasten, Yoga, Qi Gong, Tai Chi, Stressmanagement, Wandern, Naturheilkunde, Osteopathie	breites Gesundheits- und Wellnessangebot
H3	Strandhotel Dünenmeer (Dierhagen)	Qi Gong, Wassergymnastik, Nordic Walking, Yoga, Atemschule, diverse Körperbehandlungen und Massagen, großzügiger SPA-Bereich	attraktive Lage in unmittelbarer Strandnähe, breites Wellnessangebot
H4	Strandhotel Fischland (Dierhagen)	Yoga, Wassergymnastik, Nordic Walking, Fitnessbereich, diverse Körperbehandlungen und Massagen, großzügiger SPA-Bereich	attraktive Lage in unmittelbarer Strandnähe, breites Wellnessangebot
H5	Ostseehotel Dierhagen	Diverse Körperbehandlungen und Massagen, Sporthalle, Fitnessbereich, Schwimmbad, Physiotherapie	Breites Wellness- und Gesundheitsangebot, öffentliche Nutzung der Sporthalle
H6	Kurhaus Ahrenshoop	3000m² großer Spa-Berich, Fitness, diverse Sport- u. Gesundheitskurse	attraktive Location in Meernähe
H7	Seehotel Düne (Graal-Müritz)	Heilfasten, Fastwandern, Yoga	attraktive Lage in Strandnähe, ganzjährig
H8	Strandhotel Graal-Müritz	diverse Gesundheitsprogramme	Kooperationen mit dem AKG Reha-Zentrum Graal-Müritz sowie mit dem Aquadrom
H9	Hotel Meerlust (Zingst)	LNB Schmerztherapie	attraktive Lage in Strandnähe, ganzjährig, vielseitiges Wellnessangebot

KM1	Kurmittelcentrum Zingst	Sauna, Schwimmbad, Fitness-Studio, Kranken- und Wassergymnastik, Physikalische Therapie (u.a. Inhalation, Massagen, Körperpackungen, Kinesio), Ayurveda, Kosmetik, medizinische Bäder, Kneippanwendungen	umfassendes Wellness- und Gesundheitsangebot, ganzjährig
KM2	Kurmittelhaus Wustrow	Sauna, Fitnessbereich, Schwimmbad, Solarien, diverse Massagen	an die Ostsee-Kurklinik Fischland angegliedertes Kurmittelhaus, breites Wellness- und Gesundheitsangebot

QUELLE: Eigene Erhebung, Stand 2014
DARSTELLUNG: wagner Planungsgesellschaft

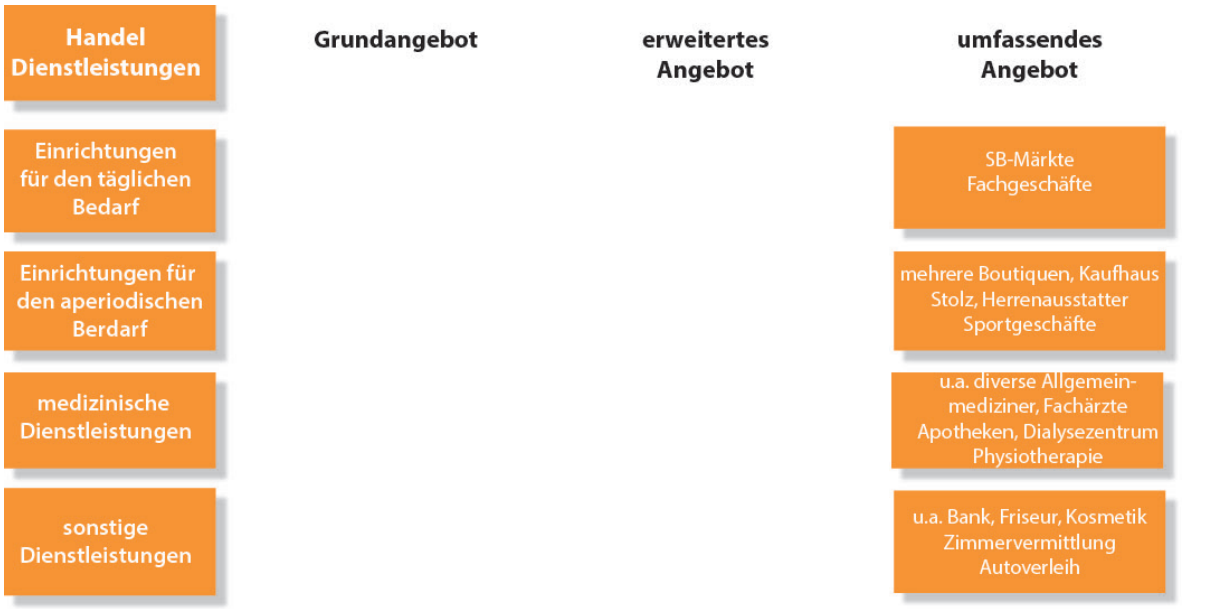
6.5. |Waren- und Dienstleistungsangebot

Das Waren- und Dienstleistungsangebot umfasst sowohl im Bereich des täglichen Bedarfs in Form von mehreren SB-Märkten sowie diversen Fachgeschäften als auch im Bereich des aperiodischen Bedarfs u.a. durch mehrere Boutiquen, Kaufhaus Stolz, Herrenausstatter, Sportgeschäfte ein umfassendes Waren- und Güterangebot (Grafik 16). Dies ist insbesondere mit dem Status Ribnitz-Damgartens als Mittelzentrum zu begründen. Das vorstehend genannte Waren- und Güterangebot ist, was den höherwertigen Bedarf betrifft, vornehmlich auf Ribnitz konzentriert, insbesondere auf den Innenstadtbereich entlang der Langen Straße sowie um den zentralen Marktplatz. Die medizinische Versorgung ist aufgrund diverser Allgemeinmediziner und Fachärzte sowie Apotheken und Physiotherapien ebenfalls als umfassend zu bewerten. Das Dialysezentrum ist in diesem Zusammenhang gleichfalls zu erwähnen und stellt auch für entsprechende Gäste der Tourismusregion ein wichtiges Angebot dar. Auch die sonstigen Dienstleistungen, die verstärkt auch von Gästen nachgefragt werden wie bspw. Friseur, Kosmetik, Autoverleih oder Bankdienstleistungen bieten ein umfassendes Angebot. Somit stellt Ribnitz-Damgarten für die insbesondere während der Hauptsaison stark touristisch dominierte Halbinsel Fischland-Darß-Zingst ein wichtiges Versorgungszentrum dar.

6.6. |Gastronomie

Ein umfassendes und qualitativ hochwertiges Gastronomieangebot ist, wie auch eine gute Beherbergung, Grundvoraussetzung für eine attraktive touristische Entwicklung. Das Angebot der Stadt Ribnitz-Damgarten umfasst eine Vielzahl an Restaurants, Cafés, Gaststätten, Bistros sowie Bars. Das Gros der gastronomischen Einrichtungen befindet sich im Ortsteil Ribnitz. Der Angebotsmix besteht mehrheitlich aus regionaler Küche, zwei Restaurants bieten internationale Küche. Oben genannte Einrichtungen liegen im günstigen bis mittleren Preissegment und soweit in Bewertungsportalen vertreten, sind die Bewertungen weitestgehend positiv.

GRAFIK 16
Touristische Infrastruktur - Handel und Dienstleistungen



QUELLE: eigene Erhebung, Stand 2014
DARSTELLUNG: wagner Planungsgesellschaft

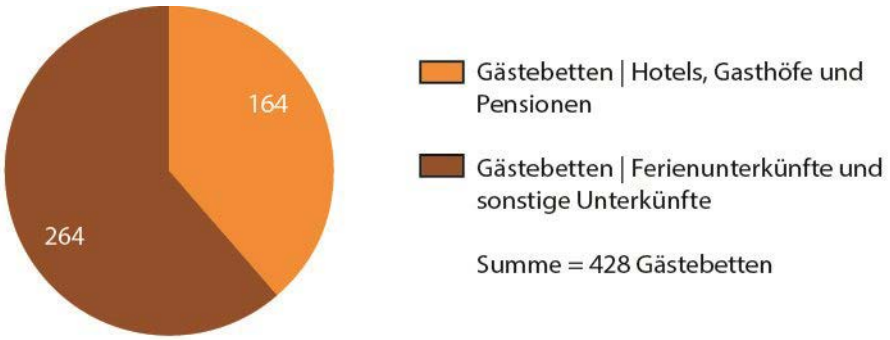
6.7. |Beherbergungen

Die nachfolgende Betrachtung sowie die Nachfrageanalyse basieren zu großen Teilen auf dem Zahlenmaterial des Statistischen Amtes M-V, da die Stadt Ribnitz-Damgarten nur in geringem Maße und auch nur seit 2009 entsprechende Zahlen erhebt.

Hinsichtlich der amtlichen Statistik ist anzumerken, dass sich das Statistische Amt M-V mit dem Jahresbeginn 2009 an die Darstellung des Statistischen Bundesamtes angepasst hat; d.h. der historisch gewachsene getrennte Nachweis von festen Beherbergungsstätten (also ohne Camping) und Campingplätzen, wie er bis Dezember 2008 praktiziert wurde, wurde aufgegeben. Dies ist zwar für das Gemeindegebiet Ribnitz-Damgarten nicht von Relevanz, da die Stadt über keinen Campingplatz verfügt. Zu beachten ist die vorstehend beschriebene Veränderung in der Erhebungsmethodik aber dann, sobald entsprechende Vergleiche mit Gemeinden, die ein Campingangebot vorhalten, gezogen werden sollen. Ebenfalls gilt es zu beachten, dass aufgrund einer EU-Verordnung seit dem Berichtsjahr 2012 nur noch Betriebe mit mindestens zehn Betten eine Berücksichtigung in der amtlichen Statistik finden und nicht mehr wie zuvor Betriebe mit mindestens neun Betten. Die vorstehend beschriebene Erhebungsmethodik bewirkt aber auch, dass die Mehrheit der privaten (Klein) Vermieter von Ferienhäusern und -wohnungen nicht erfasst werden und das reale Volumen des gesamten Beherbergungsangebots und damit auch die Anzahl der Übernachtungen weitaus größer ist. Anhand der von den Kurverwaltungen der Halbinsel zusammengestellten Betten- und Übernachtungszahlen lässt sich darauf schließen, dass bei Berücksichtigung der Kleinvermieter die Betten- und Übernachtungszahlen mindestens doppelt so hoch ausfallen.

Nach Angaben der amtlichen Statistik umfasst das im Jahr 2013 bestehende Bettenangebot (Grafik 17), bei Berücksichtigung der gewerblichen Betriebe mit mindestens zehn Betten, 15 Beherbergungseinrichtungen

GRAFIK 17
Verteilung der gewerblichen Betten nach Beherbergungskategorien 2013

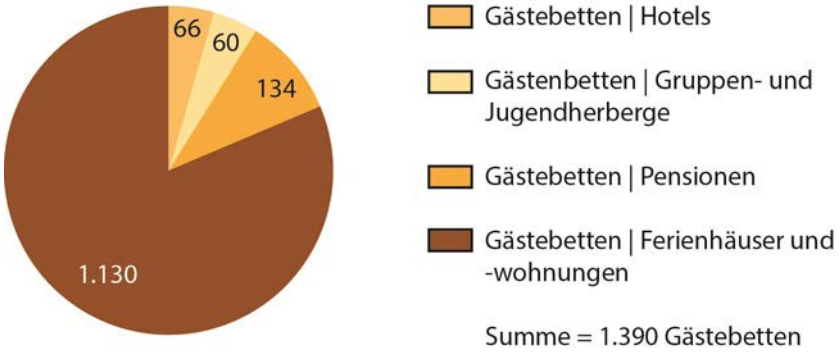


QUELLE: Statistisches Amt M-V, Stand 2014
DARSTELLUNG: wagner Planungsgesellschaft

mit insgesamt 428 Betten. Davon entfallen 164 Betten (38,3 %) auf die Kategorie der „Hotels, Gasthöfe und Pensionen“ sowie 264 Betten auf die Kategorie „Ferienunterkünfte und sonstige Unterkünfte“. Ribnitz-Damgarten weist im betrachteten Zeitraum eine leicht positive Entwicklung der Bettenzahlen auf (Grafik 19). Konkret bedeutet dies einen Anstieg um 31 Betten (+7,8 %). Von 2009 zu 2010 ist eine Zunahme der Betten durch jeweils 48 Betten in den Kategorien „Hotels, Gasthöfe und Pensionen“ sowie „Ferienunterkünfte und sonstige Unterkünfte“ festzustellen. Im Vergleich zu den Orten auf der Halbinsel Fischland-Darß-Zingst weist Ribnitz-Damgarten einen lediglich moderaten Kapazitätsanstieg auf. So verzeichnet bspw. Dierhagen im gleichen Zeitraum eine Zunahme um rund 60 % und Prerow um ca. 52 %.

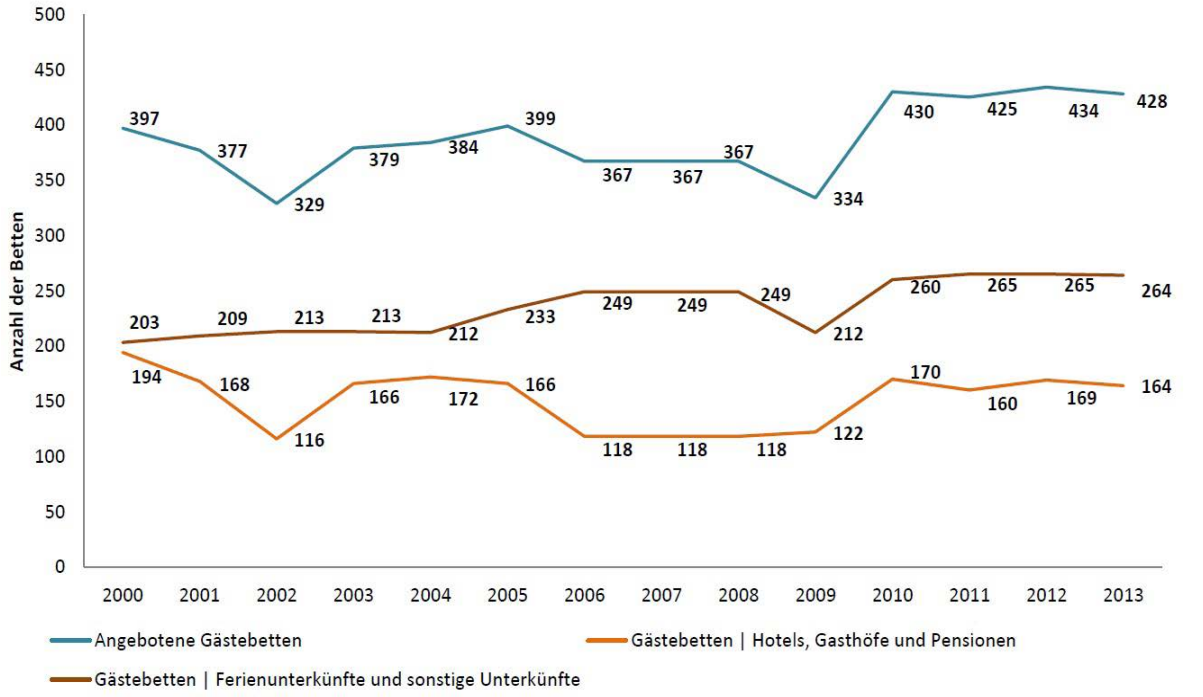
Wie oben bereits dargestellt, finden die privaten Kleinvermieter in der amtlichen Statistik keine Berücksichtigung. Vor diesem Hintergrund geben die seitens der Stadt Ribnitz-Damgarten erhobenen Zahlen einen realistischeren Blick auf die Entwicklung sowie dem Bestand der Betten. Im Jahr 2013 verfügt die Stadt einschließlich ihrer ländlichen Ortsteile 1.390 Betten (Grafik 18). Davon entfallen 4,8 % auf die Hotels, 9,6 % auf die Pensionen, 4,3 % auf die Gruppen- und Jugendherberge sowie 81,3 % auf die Ferienhäuser und -wohnungen. Nach Angaben der Stadt verzeichnet Ribnitz-Damgarten eine deutlich positive Entwicklung der Bettenzahlen (Grafik 20). Konkret bedeutet dies einen Anstieg um 452 Betten (+48,2 %). Dies ist insbesondere

GRAFIK 18
Verteilung der gewerblichen Betten nach Beherbergungskategorien 2013



QUELLE: Amt Ribnitz-Damgarten, Stand 2014
DARSTELLUNG: wagner Planungsgesellschaft

GRAFIK 19
Entwicklung der gewerblichen Betten nach Beherbergungskategorien in Ribnitz-Damgarten 2000 - 2013

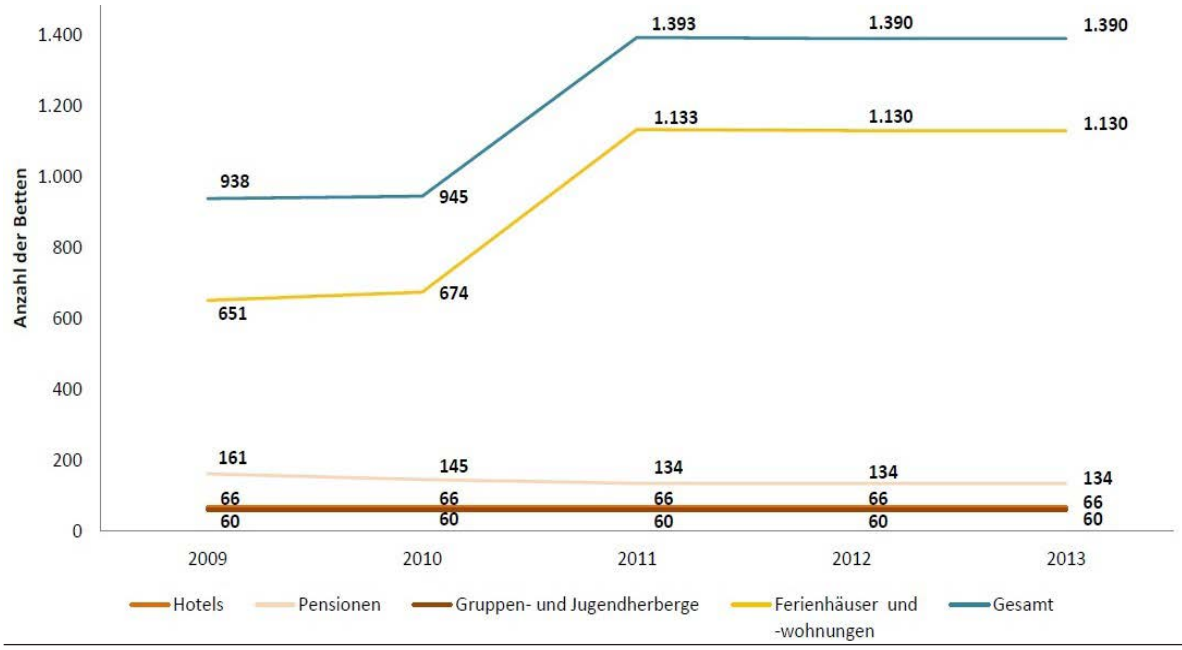


QUELLE: Statistisches Amt M-V, Stand 2014
DARSTELLUNG: wagner Planungsgesellschaft

auf die Zunahme der Betten in der Kategorie „Ferienhäuser und-wohnungen“ (+73,6 %) zurückzuführen. Die Kategorien „Gruppen- und Jugendherberge“ und „Hotels“ verzeichnen hingegen eine konstante Entwicklung. Bei den Pensionen ist ein Rückgang um 27 Betten (-16,8 %) festzustellen.

Als Schwachpunkt im Beherbergungsangebot erweist sich das eingeschränkte Angebot in der Hotellerie mit Ganzjahresleistung sowie im Fehlen eines Hotels im höherklassigen Bereich. Gerade im außersaisonalen Bereich sind insbesondere Hotels mit Gastronomie sowie Wellness-, Gesundheits- und weiteren auf den Gast bezogenen Angeboten der wichtigste Erfolgsgarant. Gerade in diesem Beherbergungssegment besteht in der Stadt Ribnitz-Damgarten aufgrund von lediglich drei Hotels (Hotel Wilhelmshof, Hotel Perle am Bodden, Landhotel zum Honigdieb) mit einer Bettenkapazität von insgesamt 66 Betten ein erhebliches Manko. Von genannten Einrichtungen bietet ausschließlich das Hotel Wilhelmshof ein, wenn auch limitiertes, Wellnessangebot. Hinsichtlich des Landhotels zum Honigdieb sind der hauseigene Hofladen (u.a. selbst produzierte Honig-, Senf-, Sanddornprodukte) sowie die Schauimkerei aus touristischer Sicht positiv zu nennen. Ein weiteres Defizit besteht im familienorientierten Beherbergungsangebot, gerade wenn Familien mit höheren Ansprüchen verstärkt angesprochen werden sollen. Das zielgruppenspezifische Angebot beschränkt sich auf Ferienhäuser und-wohnungen. Ein entsprechendes Angebot im Bereich der Hotellerie fehlt dagegen. Positiv sind in diesem Zusammenhang die Ferienanlagen „Sunshine Ferienpark“ sowie „Pferde-Ferien Hirschburg“ mit einem Bettenangebot von 50 bzw. 100 Betten sowie einer kinderfreundlichen Infrastruktur wie z.B. Kinderspielplatz, Streichelzoo, Volleyballplatz hervorzuheben. Ebenfalls positiv zu bewerten ist das Vorhandensein der Deutschen Jugendherberge (DJH), welche insbesondere für Gruppen und Jugendliche geeignet ist. Jedoch

GRAFIK 20
Entwicklung der gewerblichen Betten nach Beherbergungskategorien in Ribnitz-Damgarten 2009 - 2013



QUELLE: Amt Ribnitz-Damgarten, Stand 2014
DARSTELLUNG: wagner Planungsgesellschaft

sind auch die bestehenden Kapazitäten als zu gering zu betrachten. In der Jugendherberge besteht u.a. auch die Möglichkeit der Durchführung von Tagungen (mit entsprechender Präsentationstechnik) mit maximal 120 Teilnehmern.

GRAFIK 21
Touristische Infrastruktur - Beherbergungen

Beherbergungen	Grundangebot	erweitertes Angebot	umfassendes Angebot
Hotels höherklassig			
Hotels sonstige	insgesamt 3 Hotels		
qualifizierte Ferienwohnungen u. -häuser		Ferienanlagen, Ferienwohnungen FW Reiterhof	
jugendliche Gruppen	1 DJH		
Camping	1 Wohnmobil-stellplatz		

QUELLE: eigene Erhebung
DARSTELLUNG: wagner Planungsgesellschaft

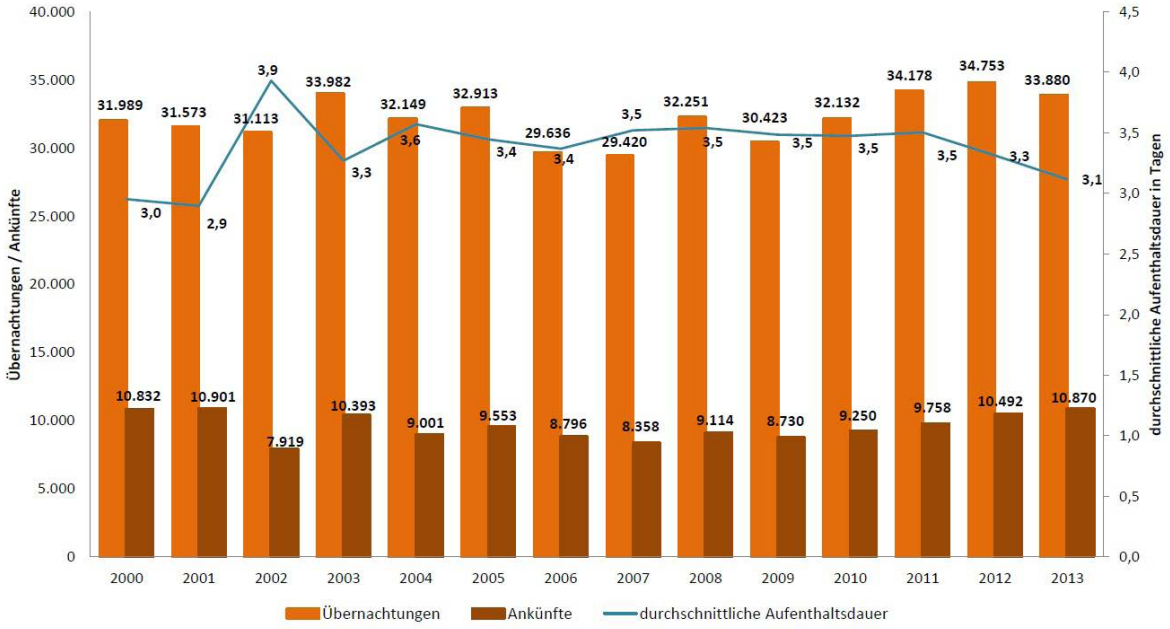
7. |Nachfrageanalyse

Die bisherige touristische Nachfrageentwicklung gibt wichtige Aufschlüsse über die touristische Ausgangssituation, vereinfacht Prognosen und ist somit für die zukünftige touristische Ausrichtung hilfreich. Dabei sind sowohl die Entwicklung am Standort selbst als auch in der Tourismusregion sowie überregionale Entwicklungen von Bedeutung. Zudem sind sich abzeichnende stabile Trends von Interesse, da diese die Beurteilung der zukünftigen längerfristigen Entwicklungen von Gästegruppen und Nachfrageverhalten erleichtern. Nachfolgend wird vertiefend auf die Marktsituation und -entwicklung von Ribnitz-Damgarten eingegangen.

7.1. |Gästeankünfte und -übernachtungen sowie durchschnittliche Aufenthaltsdauer

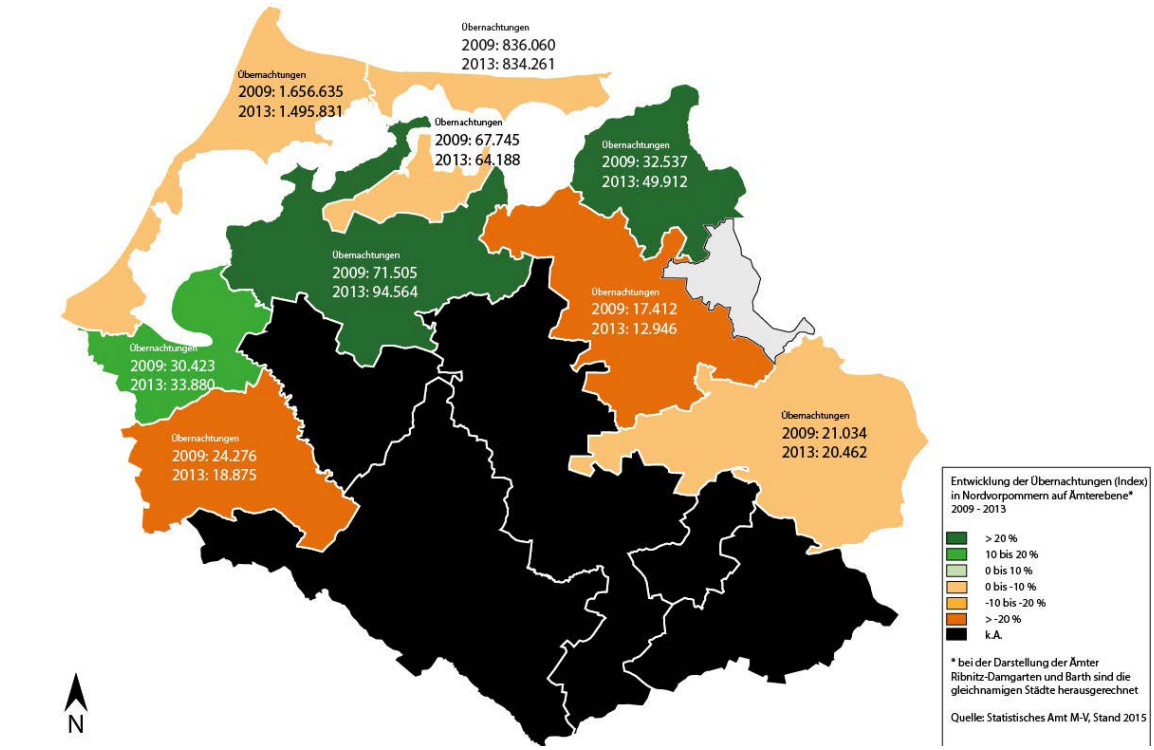
Ribnitz-Damgarten weist insgesamt eine leicht positive Entwicklung der Übernachtungszahlen auf (Grafik 22). Konkret bedeutet dies einen Anstieg um 1.891 Übernachtungen von 31.989 im Jahr 2000 auf 33.880 Übernachtungen im Jahr 2013. Dies entspricht einem Anstieg von 5,9 %. Zudem verzeichnen die Ankünfte im Untersuchungszeitraum eine marginale Zunahme von 38 Ankünften (0,4 %). Gegenüber der Halbinsel Fischland-Darß-Zingst fällt die Entwicklung bei den Übernachtungen (+53,3 %) deutlich moderater aus. Der Gast verweilt im Durchschnitt 3,4 Tage in Ribnitz-Damgarten. Damit liegt dieser Wert klar unter dem Niveau der Gemeinden auf der Halbinsel Fischland-Darß-Zingst

GRAFIK 22
Entwicklung der Ankünfte, Übernachtungen und durchschnittliche Aufenthaltsdauer gesamte Beherbergungen 2000 - 2013



QUELLE: Statistisches Amt M-V, Stand 2014
DARSTELLUNG: wagner Planungsgesellschaft

GRAFIK 23
Entwicklung der Übernachtungen in Nordvorpommern 2009 - 2013



QUELLE: Statistisches Amt M-V, Stand 2015
DARSTELLUNG: wagner Planungsgesellschaft

(4,1 bis 6,3 Tage). Hier kommt deren überwiegende Positionierung als Familien- und Badeorte mit entsprechender längerer durchschnittlicher Aufenthaltsdauer zum Tragen.

Grafik 23 illustriert die Entwicklung der Übernachtungen in Nordvorpommern zwischen 2009 und 2013. Aufgrund der oben beschriebenen Veränderung in der statistischen Erhebungsmethodik erscheint ein Vergleich zwischen 2000 und 2013 nur eingeschränkt sinnvoll. Hier zeigt sich, dass die Stadt Ribnitz-Damgarten als eine von nur wenigen Gebietseinheiten in der Region Nordvorpommern eine positive Entwicklung der Übernachtungen verzeichnet (+11,4 %). Nur „Barth-Land“ und das Amt Altenpleen schneiden mit +32,2 % bzw. +53,4 % besser ab. Hingegen verzeichnen das Amt Darß-Fischland sowie die amtsfreie Gemeinde Zingst Rückgänge von -9,7 % bzw. -1,1 %. Allerdings ist hier anzumerken, dass sich die Anzahl der Übernachtungen in Ribnitz-Damgarten, aber auch in den weiteren Bereichen mit positiver Entwicklung nach wie vor auf einem im Vergleich mit der Halbinsel deutlich niedrigerem Niveau befinden und die Ausgangswerte relativ gering sind, sodass die positive Entwicklung hinsichtlich der touristischen Bedeutung relativiert werden muss. Dennoch ist sie ein Indiz für gesteigerte touristische Aktivitäten längs der südlichen Boddenküste.

7.2. | Übernachtungen und durchschnittliche Auslastung nach Beherbergungskategorien

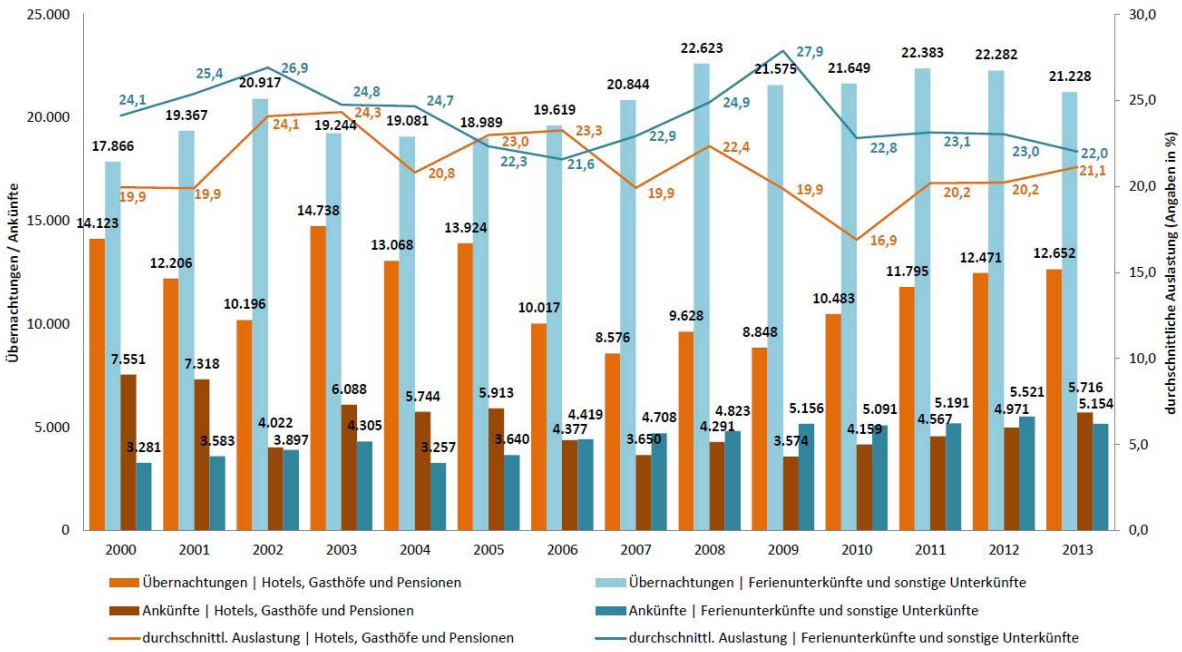
Eine Betrachtung der Übernachtungen und der durchschnittlichen Auslastung nach Beherbergungskategorien zeigt, dass sich von insgesamt 33.880 Übernachtungen im Jahr 2013 21.228 Übernachtungen (62,7 %) auf die „Ferienunterkünfte und sonstige Unterkünfte“

sowie 12.652 Übernachtungen auf die „Hotels, Gasthöfe und Pensionen“ (37,3 %) verteilen (Grafik 24). Hierbei fällt vor allem der Anstieg der Übernachtungen bei den „Ferienunterkünften und sonstigen Unterkünften“ von 17.866 auf 21.228 Übernachtungen (+3.362 ÜN; +18,1 %) auf. Hingegen verzeichnen die „Hotels, Gasthöfe und Pensionen“ unter Schwankungen eine Abnahme um 1.471 Übernachtungen von 14.123 auf 12.652 Übernachtungen (-10,4 %). Auch weist diese Kategorie zwischen 2000 und 2013 – mit Ausnahme 2005 und 2006 – eine durchgehend niedrige Auslastung auf als die der „Ferienunterkünfte und sonstige Unterkünfte“; in der Regel schneidet die Kategorie der „Hotels, Gasthöfe und Pensionen“ deutlich besser ab als die übrigen Beherbergungsangebote! Im Jahr 2013 betrug die Auslastung der „Hotels, Gasthöfe und Pensionen“ lediglich 21,1 %, was als eindeutig unzureichend zu bewerten ist.

Über den gesamten Untersuchungszeitraum weist die Auslastung der „Ferienunterkünfte und sonstige Unterkünfte“ leichte Fluktuationen auf. Mit einer Auslastung von 22,0 % im Jahr 2013 liegt diese mit 2,1 Prozentpunkten unter der aus dem Jahr 2000. Auch dieser Wert ist aus tourismuswirtschaftlicher Sicht als unzureichend zu bezeichnen.

Die leicht rückläufige Entwicklung der Auslastung der letzten Jahre bei den Ferienhäusern und -wohnungen ist, wie es auch die Entwicklungen der Übernachtungen sowie die Entwicklung in den meisten Gemeinden der Halbinsel Fischland-Darß-Zingst widerspiegeln, auf einen strukturellen Nachfragerückgang bzw. auf eine Änderung der Angebotssituation zurückzuführen und nicht auf wetterabhängige Schwankungen von Jahr zu Jahr. Mögliche Gründe liegen in der Schaffung zusätz-

GRAFIK 24
Entwicklung der Übernachtungen und der durchschnittlichen Aufenthaltsdauer nach Beherbergungskategorien 2000 - 2013

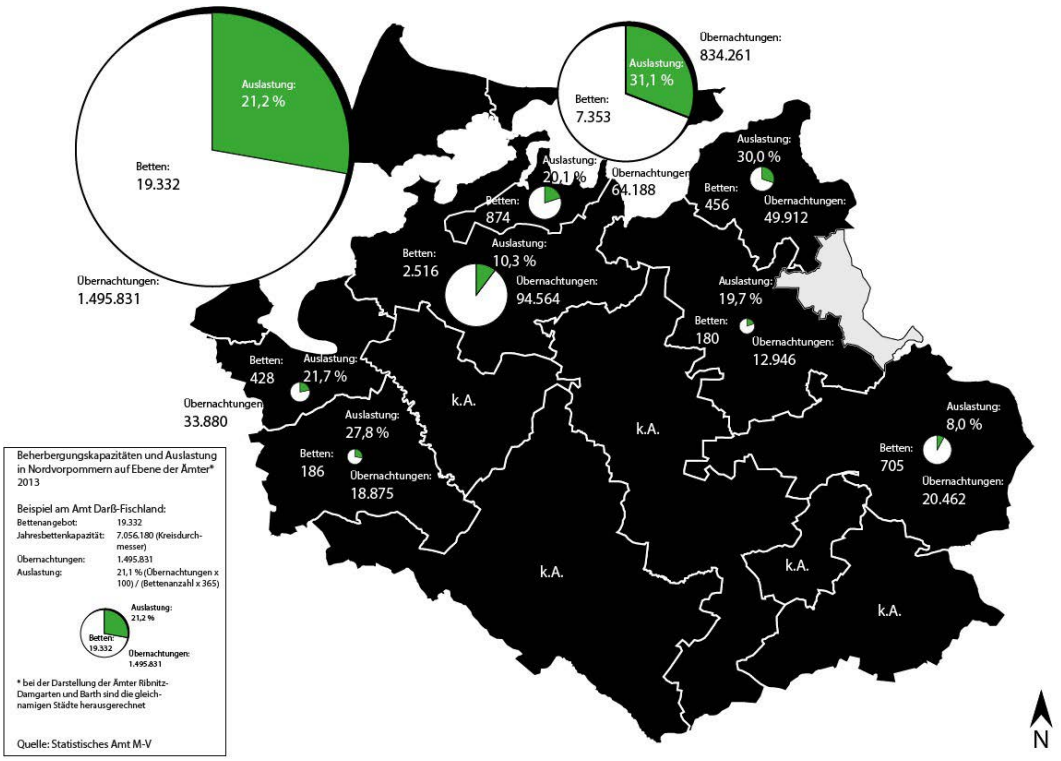


QUELLE: Statistisches Amt M-V, Stand 2014
DARSTELLUNG: wagner Planungsgesellschaft

licher Angebote in der Region selbst, insbesondere durch neue Ferienwohnungen, aber auch in zielgruppenspezifischen Angeboten; zudem an der übrigen Ostseeküste von Mecklenburg-Vorpommern (1.000 zusätzliche Betten in Hotel- und Familienresort Weiße Wieck, Boltenhagen, ambitionierte Projekte entlang der südlichen Boddenküste und im Küstenvorland) sowie im Bereich der direkt angrenzenden Destination polnische Ostseeküste. Dazu kommt die seit einigen Jahren in der Nachbardestination Schleswig-Holstein laufende Qualitätsoffensive, welche dort zur Rückgewinnung von Marktanteilen geführt hat.

Grafik 25 illustriert die Beherbergungskapazitäten und Auslastungen von Ribnitz-Damgarten im Kontext der Region Nordvorpommern im Jahr 2013. Betrachtet man die Anzahl der gewerblichen Betten, so dominiert hier der Tourismusschwerpunktraum der Halbinsel Fischland-Darß-Zingst mit einem Anteil von gut 83 % des Gesamtangebots. Die durchschnittliche Ganzjahresauslastung einschließlich Campingplätzen beträgt in Zingst 31,1 % und im Amt Darß-Fischland 21,2 %. Die Stadt Ribnitz-Damgarten weist hier eine Auslastung von 21,7% auf, die sonstige südliche Boddenküste stellt sich mit Auslastungen zwischen 8,0 und 30,0% sehr differenziert dar. In diesem Zusammenhang gilt es zu beachten, dass, wie oben bereits beschrieben, seit 2009 die Campingplatzkapazitäten in die Berechnung der Auslastung mit einbezogen werden. Dabei wird ein Campingstellplatz unabhängig von der realen Ausstattung und Personenanzahl mit vier Schlafgelegenheiten gleichgesetzt. Dies führt dazu, dass Ämter mit einer hohen Anzahl an Campingplätzen (z.B. das Amt Darß-Fischland mit acht Campingplätzen) auf das ganze Jahr bezogen tendenziell niedrigere Auslastungswerte vorweisen. Weiterhin zeigt sich, dass die Stadt Barth doppelt so

GRAFIK 25
Beherbergungskapazitäten und Auslastung in Nordvorpommern 2013

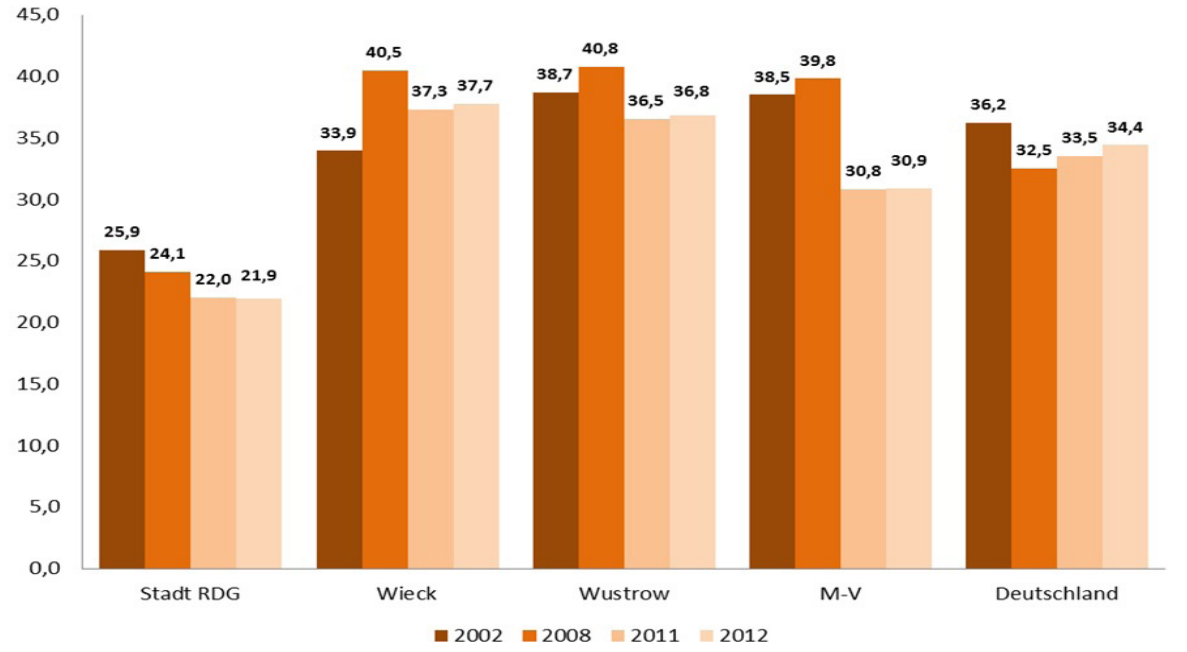


QUELLE: Statistisches Amt M-V, Stand 2014
DARSTELLUNG: wagner Planungsgesellschaft

viele Betten hat wie Ribnitz-Damgarten, aber mit 20,1 % eine etwas schlechtere Auslastung aufweist. Jedoch hält Barth auch Campingplatzangebote vor, die die Auslastung geringer ausfallen lässt. Hingegen weist die Stadt Marlow weitaus weniger Betten als Ribnitz-Damgarten auf, verzeichnet aber mit einer Auslastung von 27,8 % ein besseres Ergebnis. Sowohl Ribnitz-Damgarten als auch die Region Nordvorpommern sind durch eine große Saisonalität geprägt bzw. durch die klare Dominanz des Saisongeschäfts geprägt. Das Gros der Übernachtungen zählen über das Jahr verteilt die Monate Juli und August. Hier macht die größte Nachfragegruppe, die Familien mit Kindern, Urlaub. Davon profitieren in der Regel die Gemeinden der Ostseeküste am stärksten. Für das Küstenvorland kommt hinzu, dass einerseits das hiesige Beherbergungsangebot stark durch Ferienwohnungen und -häuser dominiert wird und Hotels sowie größere Pensionen nur einen geringen Anteil der Betten ausmachen und andererseits die limitierte Ausstattung mit Sport- und Freizeiteinrichtungen zu einer sehr niedrigen Auslastung außerhalb der Hauptsaison beitragen. Lediglich die Ostseebäder der Halbinsel Fischland-Darß-Zingst vermögen es aufgrund der großen Anzahl von (hochklassigen) Hotels und Kurkliniken auch außerhalb der Haupt- und Nebensaison Touristen, wenn auch in spürbar geringerer Anzahl, anzuziehen.

Die nachfolgende Grafik (26) illustriert die Entwicklung der Auslastung von Ribnitz-Damgarten im Vergleich zu weiteren Orten der Tourismusregion Fischland-Darß-Zingst sowie zum Land Mecklenburg- Vorpommern und zur Bundesrepublik Deutschland insgesamt. Hier zeigt sich, dass die durchschnittliche Auslastung Ribnitz-Damgartens deutlich geringer ausfällt als die Auslastungen von Wustrow und Wieck, also FDZ-Gemeinden ohne Campinganteil sowie von Mecklenburg-Vorpommern und der Bundesrepublik Deutschland insgesamt. Darüber hinaus verzeichnet Ribnitz-Damgarten zwischen

GRAFIK 26
Auslastungen Stadt Ribnitz-Damgarten, Wieck, Wustrow, Mecklenburg-Vorpommern und Deutschland im Vergleich



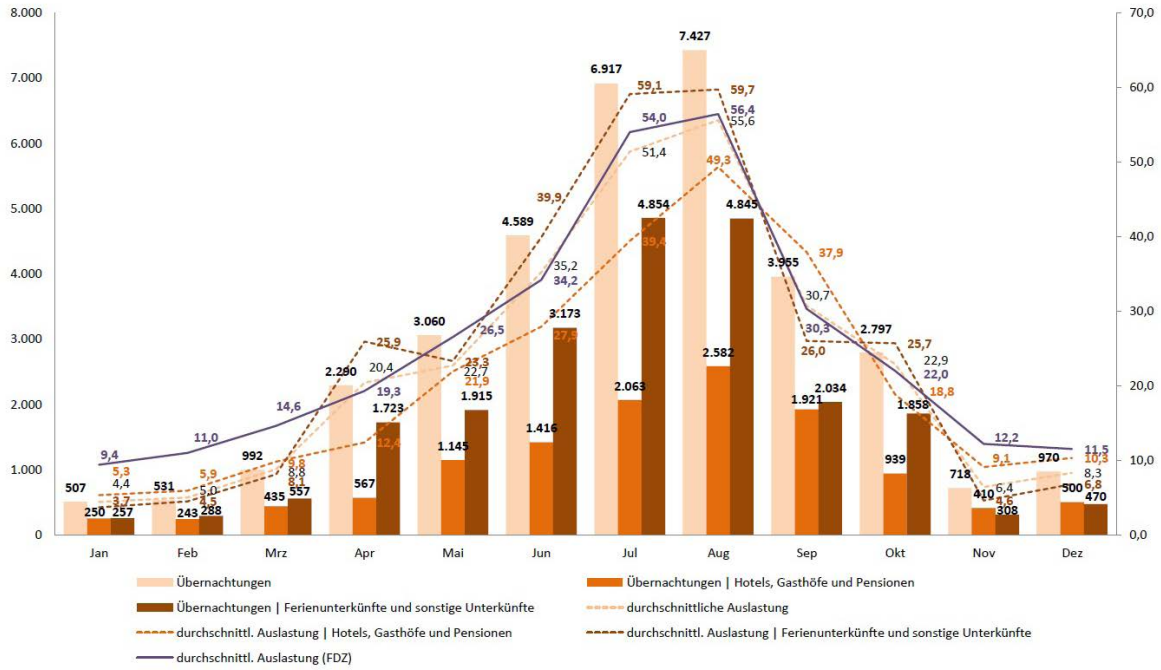
QUELLE: Statistisches Amt M-V, Stand 2013
DARSTELLUNG: wagner Planungsgesellschaft

2002 und 2008 einen Rückgang, während die Gemeinden der Halbinsel im gleichen Zeitraum Zunahmen verbuchen konnten. Der Rückgang der durchschnittlichen Auslastung für M-V zwischen 2008 und 2011 ist auf die bereits ausgeführte Änderung der Statistik durch Hereinnahme der Campingplätze zurückzuführen.

7.3. |Saisonalität

Sowohl Ribnitz-Damgarten als auch die Region Nordvorpommern sind durch eine große Saisonalität geprägt. Das Gros der Übernachtungen zählen über das Jahr verteilt die Monate Juli und August. Hier macht die größte Nachfragegruppe, die Familien mit Kindern, Urlaub. Davon profitieren in der Regel die Gemeinden der Ostseeküste am stärksten. Für das Küstenvorland kommt hinzu, dass einerseits das hiesige Beherbergungsangebot stark durch Ferienwohnungen und -häuser dominiert wird und Hotels sowie größere Pensionen nur einen geringen Anteil der Betten ausmachen und andererseits die limitierte Ausstattung mit Sport- und Freizeiteinrichtungen zu einer sehr niedrigen Auslastung außerhalb der Hauptsaison beitragen. Lediglich die Ostseebäder der Halbinsel Fischland-Darß-Zingst vermögen es aufgrund der großen Anzahl von (hochklassigen) Hotels und Kurkliniken mit entsprechenden wetterunabhängigen Angeboten auch außerhalb der Haupt- und Nebensaison Touristen, wenn auch in spürbar geringerer Anzahl als in der Hauptsaison, anzuziehen. Die nachfolgende Grafik offenbart den Saisonverlauf 2012 hinsichtlich der Übernachtungen und Auslastungen sowohl von Ribnitz-Damgarten als auch von Fischland-Darß-Zingst. Beide betrachteten Gebiete sind, wie oben bereits dargestellt, durch eine ausgeprägte Saisonalität gekennzeichnet. Hierbei schneidet Ribnitz-Damgarten erwartungsgemäß, vor allem in den Wintermonaten, deutlich

GRAFIK 27
Saisonalität Ribnitz-Damgarten und Fischland-Darß-Zingst 2012 im Vergleich



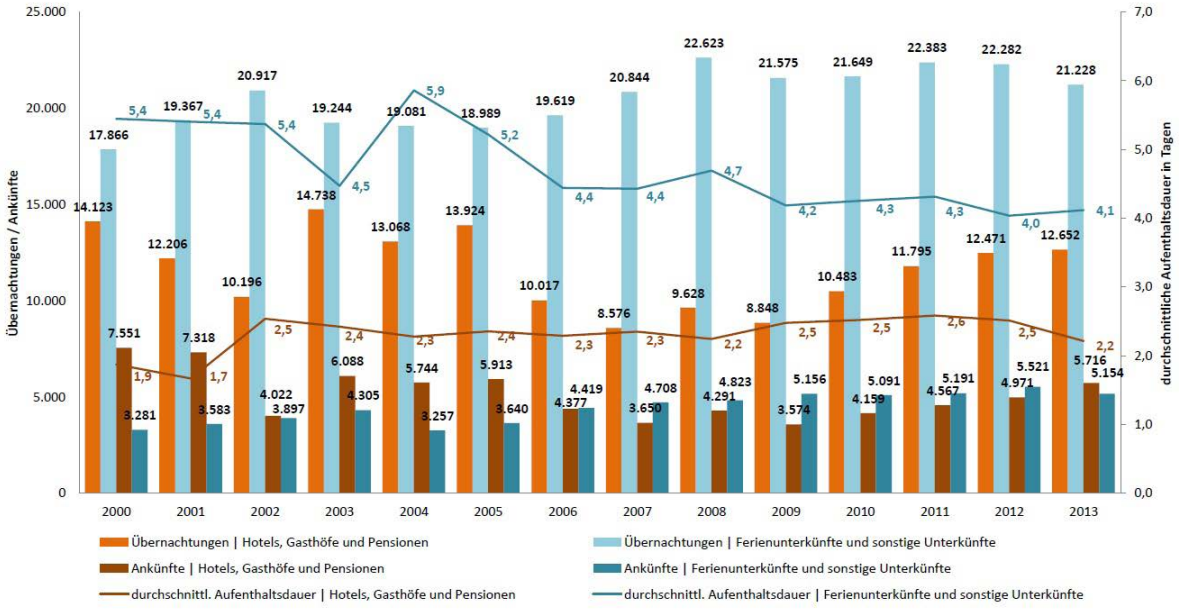
QUELLE: Statistisches Amt M-V, Stand 2013
DARSTELLUNG: wagner Planungsgesellschaft

schlechter ab. Besonders davon betroffen ist die Beherbergungskategorie „Ferienunterkünfte und sonstige Unterkünfte“ mit dem Maxima von 59,7 % im August und dem Minima von 3,7 % im Januar. Auch weist die Angebotskategorie „Hotels, Gasthöfe und Pensionen“ eine deutliche Saisonalität auf. Lediglich in den Wintermonaten liegen die Werte der vorstehend genannten Kategorie über jenen der „Ferienunterkünfte und sonstige Unterkünfte“! Dass der Tourismusschwerpunktraum FDZ insgesamt nicht noch wesentlich besser abschneidet als die Bernsteinstadt, liegt vornehmlich am hohen Campinganteil auf der Halbinsel, während Ribnitz-Damgarten hier über kein nennenswertes Angebot verfügt.

7.4. |Übernachtungen und durchschnittliche Aufenthaltsdauer nach Beherbergungskategorien

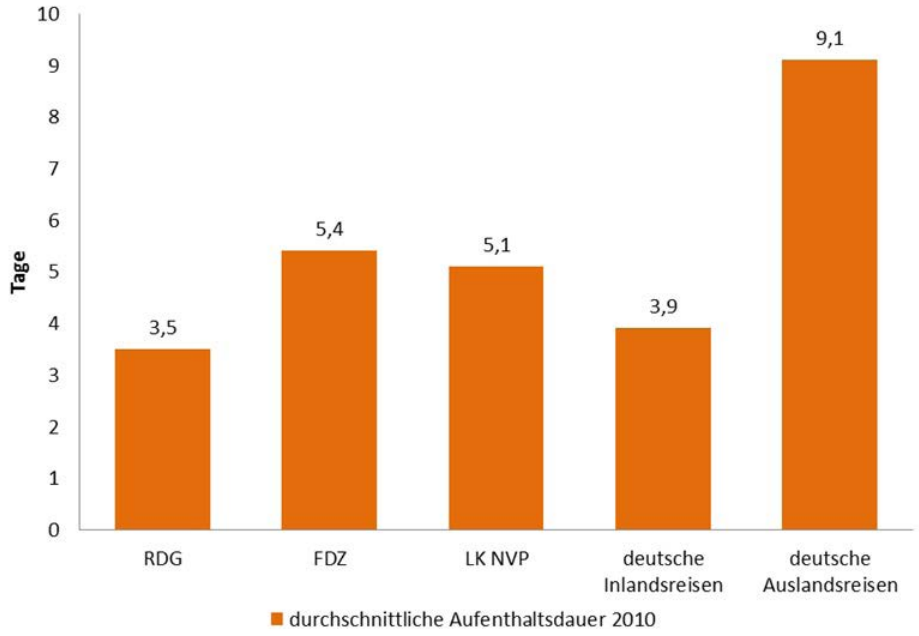
Die nachfolgende Grafik veranschaulicht die Übernachtungen sowie die durchschnittliche Aufenthaltsdauer nach Beherbergungsangeboten. Trotz der Zunahme von 3.362 Übernachtungen in der Kategorie „Ferienunterkünfte und sonstige Unterkünfte“ zwischen 2000 und 2013 ist ein Rückgang der durchschnittlichen Aufenthaltsdauer von 5,4 auf 4,1 Tage zu konstatieren. Für diese Kategorie bleibt festzuhalten, dass zwar mehr Gäste kommen, aber kürzer in Ribnitz-Damgarten verweilen. Hinsichtlich der Kategorie „Hotels, Gasthöfe und Pensionen“ ist, wie oben bereits dargestellt, ein Rückgang bei den Ankünften und Übernachtungen festzustellen. Die Aufenthaltsdauer stagniert weitestgehend seit dem Jahr 2002, der Gast verweilt im Schnitt nur 2,3 Tage in den Hotels und Pensionen. Grafik 29 zeigt die durchschnittliche Aufenthaltsdauer von Ribnitz-Damgarten

GRAFIK 28
Entwicklung der Übernachtungen und der durchschnittlichen Aufenthaltsdauer nach Beherbergungskategorien 2000-2013



QUELLE: Statistisches Amt M-V, Stand 2014
DARSTELLUNG: wagner Planungsgesellschaft

GRAFIK 29
Durchschnittliche Aufenthaltsdauer 2010 im Vergleich



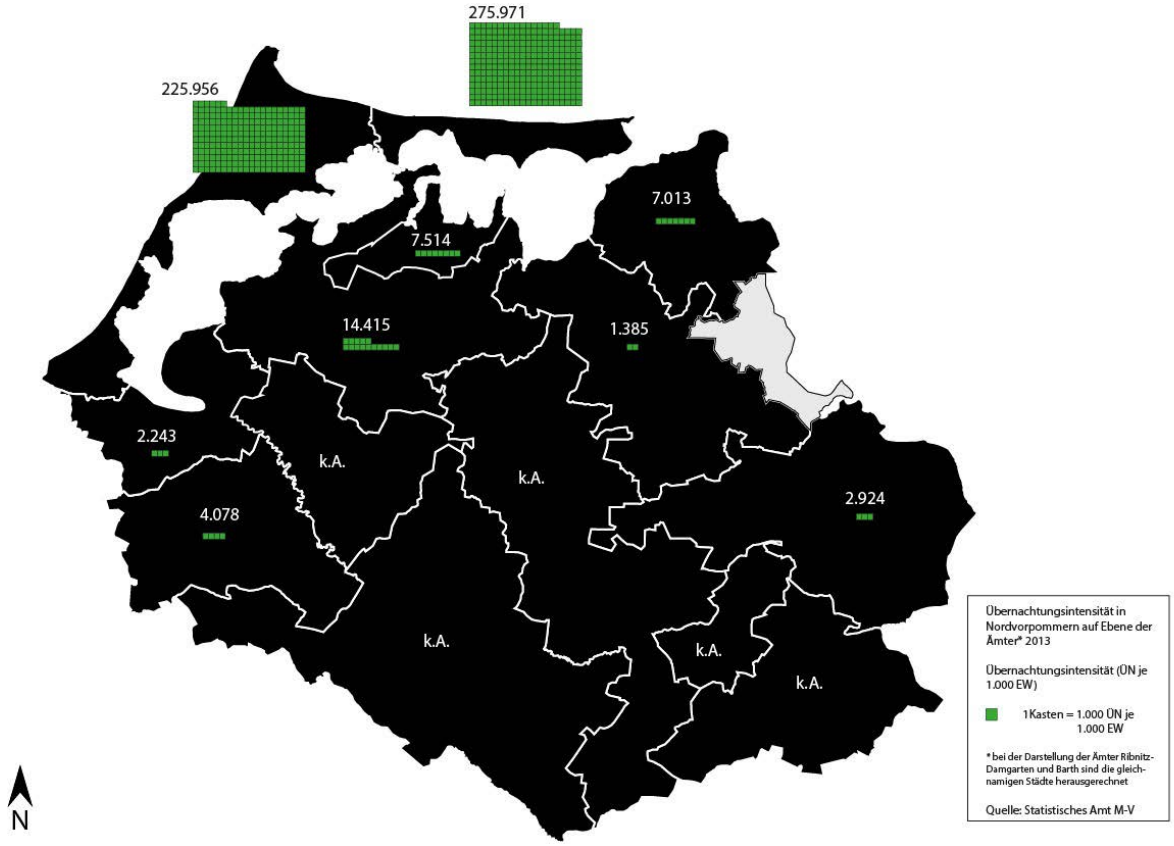
QUELLE: Statistisches Amt M-V, Deutscher Reisemonitor 2010
DARSTELLUNG: wagner Planungsgesellschaft

im regionalen Vergleich mit der Region sowie zu deutschen In- und Auslandsreisen. So betrug die Verweildauer im Jahr 2010 in der Bernsteinstadt 3,5 Tage. Diese fällt damit deutlich kürzer aus als auf die der Halbinsel Fischland-Darß-Zingst (5,4 Tage) oder des Landkreises Nordvorpommern (5,1 Tage). Es zeigt sich aber auch, dass die Aufenthaltsdauer in Ribnitz-Damgarten nur unwesentlich kürzer ausfällt als bei den Inlandsreisen der Deutschen!

7.5. |Tourismusintensität

Die oben bereits sichtlich gewordene Dominanz der Halbinsel Fischland-Darß-Zingst hinsichtlich Betten und Übernachtungen spiegelt sich auch in der Tourismusintensität wider (Grafik 30). Diese erfasst die Anzahl der Übernachtungen von Touristen innerhalb eines Jahres, die einen Ort oder eine Region besuchen in Bezug auf 1.000 Einwohner. Sie stellt somit eine Kennzahl für die Tourismusdichte dar. Vor diesem Hintergrund weist die Halbinsel Fischland-Darß-Zingst mit großem Abstand die größte Tourismusintensität Nordvorpommerns auf. Folglich sind die entsprechenden Gemeinden, was die Wertschöpfung und das Arbeitsplatzangebot betrifft, ganz klar touristisch dominiert. Die südliche Boddenküste mit der Stadt Barth sowie „Barth-Land“ und Marlow / Unteres Recknitztal weisen im Vergleich dazu nur eine geringe Tourismusintensität auf, die nur ca. 1/20 der Halbinsel entspricht. Bezüglich der vorstehend genannten Gebiete weist Ribnitz-Damgarten eine noch niedrigere Tourismusintensität auf.

GRAFIK 30
Tourismusintensität in Nordvorpommern 2013



QUELLE: Statistisches Amt M-V, Stand 2015
DARSTELLUNG: wagner Planungsgesellschaft

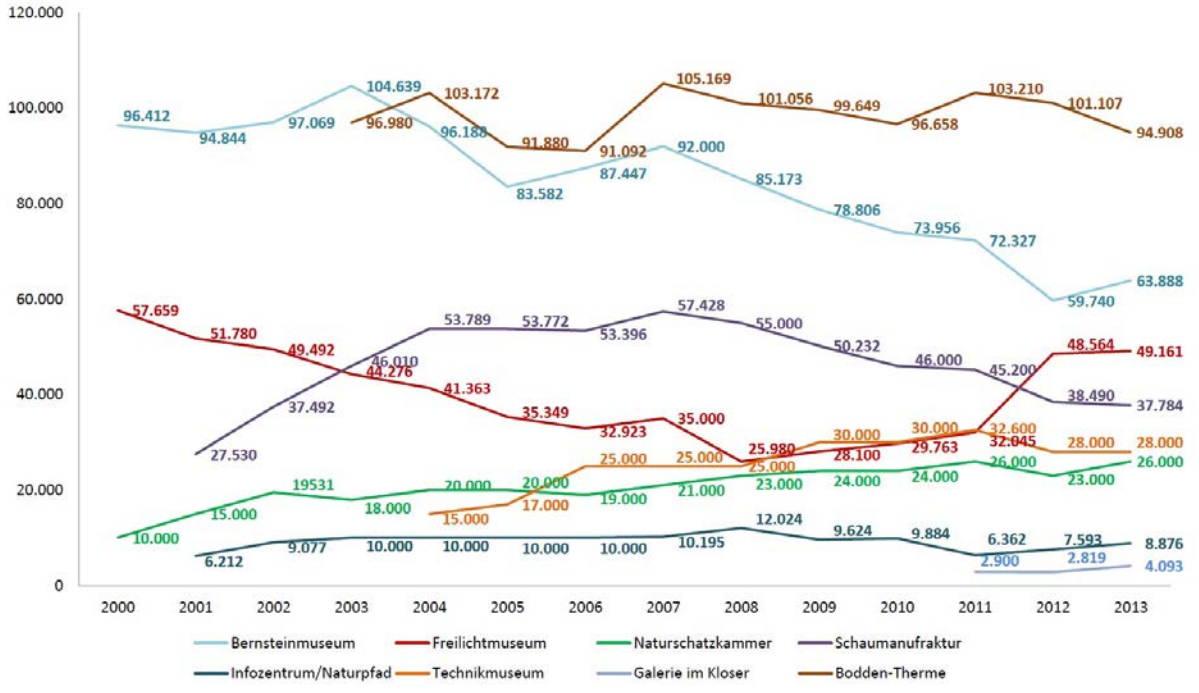
7.6. |Entwicklung der Besucherzahlen touristischer Einrichtungen in Ribnitz-Damgarten

Grafik 31 illustriert die Entwicklung der Besucherzahlen ausgewählter touristischer Einrichtungen der Bernsteinstadt Ribnitz-Damgarten. Es zeigt sich, dass unter den kulturellen Einrichtungen das Deutsche Bernsteinmuseum die meisten Besucherzahlen verzeichnet. Allerdings ist für das Museum innerhalb des gesamten Beobachtungszeitraumes und insbesondere seit dem Jahr 2003 – mit Ausnahme der Jahre 2005 bis 2007 – ein deutlicher Besucherschwund zu konstatieren (-33,7 %). Dies kann teilweise damit begründet werden, als dass das Thema Bernstein in Form einer Dauerausstellung im Vergleich zu anderen Themen wie z.B. Fotografie oder Natur/Nationalpark schwerer interaktiv ansprechend zu gestalten ist. Dies gilt insbesondere auch im Zusammenhang mit einem verstärkten Wandel hinsichtlich Ansprache und Wissensvermittlung der Museen von einer „Frontdarstellung“ hin zu multisensualen Erlebbarkeit des Ausstellungsstoffes. So gestaltet sich mit dem Thema Bernstein auch die Ansprache wesentlicher Zielgruppen wie die der Familien oder auch der Jugendlichen und jungen Erwachsenen schwierig. Die Schaumanufaktur ist ebenfalls nach anfänglich starken Zuwächsen

seit 2007 durch eine konstante Negativentwicklung gekennzeichnet (-34,2 %). Zur Besucherzahlenentwicklung der oben genannten musealen Einrichtungen und den allgemeinen Entwicklungen auf dem Museumsmarkt in Deutschland (siehe unten) kommt hinzu, dass in der Urlaubsregion Fischland-Darß-Zingst, südliche Boddenküste und Küstenvorland die Museen, Tierparke und weitere Erlebnisangebote sowohl quantitativ zugenommen als auch qualitativ eine Verbesserung erfahren haben, die letztendlich die Konkurrenzsituation der bestehenden Einrichtungen und Angebote in der Region und somit den Wettbewerb um die Gäste verschärfen. So sind insbesondere in den letzten Jahren auch überregional zugkräftige Einrichtungen wie das Ozeaneum in Stralsund, das Kunstmuseum in Ahrenshoop oder auch der Vogelpark in Marlow entstanden oder maßgeblich ausgebaut worden, das Vineta-Museum in Barth wirbt mit populären Sonderausstellungen und auch populäre und teilweise kostenfreie Freizeitangebote wie der Karls Erlebnishof tragen zur Konkurrenzsituation bei. Das Freilichtmuseum Klockenhagen verzeichnet ungeachtet dessen nach einer zunächst kontinuierlichen Abnahme der Besucherzahlen seit 2008 wieder eine positive Entwicklung. Positive Entwicklungen weisen insbesondere die Naturschatzkammer (+160%) sowie das Technikmuseum Pütnitz (+86,7 %) auf. Die Bodden-Therme verzeichnet mit einigen Fluktuationen in etwa gleich bleibende Besucherzahlen.

Grafik 32 zeigt die Entwicklung der Besucherzahlen in deutschen Museen im Zeitraum 1990 bis 2012. Mit 112.807.633 Millionen Museumsbesuchen verzeichnete das Jahr 2012 gegenüber 2011 eine Steigerung um 2,9 %. Gleichzeitig bedeutet dies die höchste Besucherzahl seit Beginn der Besucherzahlenerhebung im Jahr 1981. Die statistische Gesamterhebung wird dabei jähr-

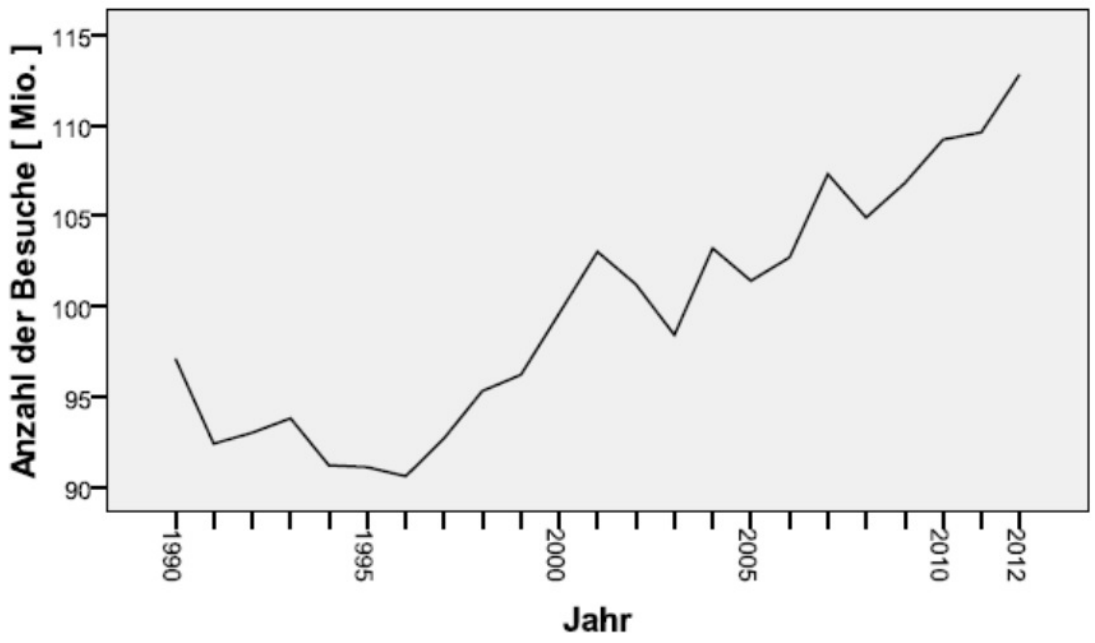
GRAFIK 31
Entwicklung der Besucherzahlen ausgewählter touristischer Einrichtungen 2000 - 2013



QUELLE: Amt Ribnitz-Damgarten
DARSTELLUNG: wagner Planungsgesellschaft

lich vom Institut für Museumsforschung der Staatlichen Museen zu Berlin in Kooperation mit dem Deutschen Museumsverband erarbeitet. In diesem Zusammenhang haben sich von 6.335 angeschriebenen Museen in öffentlicher und privater Trägerschaft 4.848 Einrichtungen an der Umfrage für das Jahr 2012 beteiligt. Dabei gaben die Museen die große Anzahl an Sonderausstellungen sowie die Erweiterung von Museumspädagogik und Öffentlichkeitsarbeit als wichtigste Gründe für die Steigerung der Besucherzahlen an. Zudem differenzieren sich die Museumsbesuche je nach Museumsart. So verzeichneten insbesondere naturwissenschaftliche sowie technische Museen die meisten Besuche, gefolgt von Kunstmuseen sowie historischen und archäologischen Museen. Insgesamt ist bei den deutschen Museen seit 2000 ein Anstieg um 15,3 % zu beobachten. Dies zeigt, dass insbesondere die qualitative Intensivierung der museumspädagogischen Arbeit bei der Ansprache und Wissensvermittlung sowie ein interaktiv gestaltetes Ausstellungsdesign bzw.-konzept von großer Bedeutung sind. Sowohl die Stadt als auch die Museen sind sich der Problemsituation der Negativentwicklung bei den Gästezahlen bewusst, entsprechende erste lösungsorientierte Maßnahmen sind bereits veranlasst worden.

GRAFIK 32
Entwicklung der Besucherzahlen in deutschen Museen und Ausstellungen 1990 - 2012



QUELLE: Materialien aus dem Institut für Museumsforschung der Staatlichen Museen zu Berlin. Preußischer Kulturbesitz, Heft 67, Berlin 2013.
DARSTELLUNG: wagner Planungsgesellschaft

8. |Tourismusmarketing der Stadt Ribnitz-Damgarten

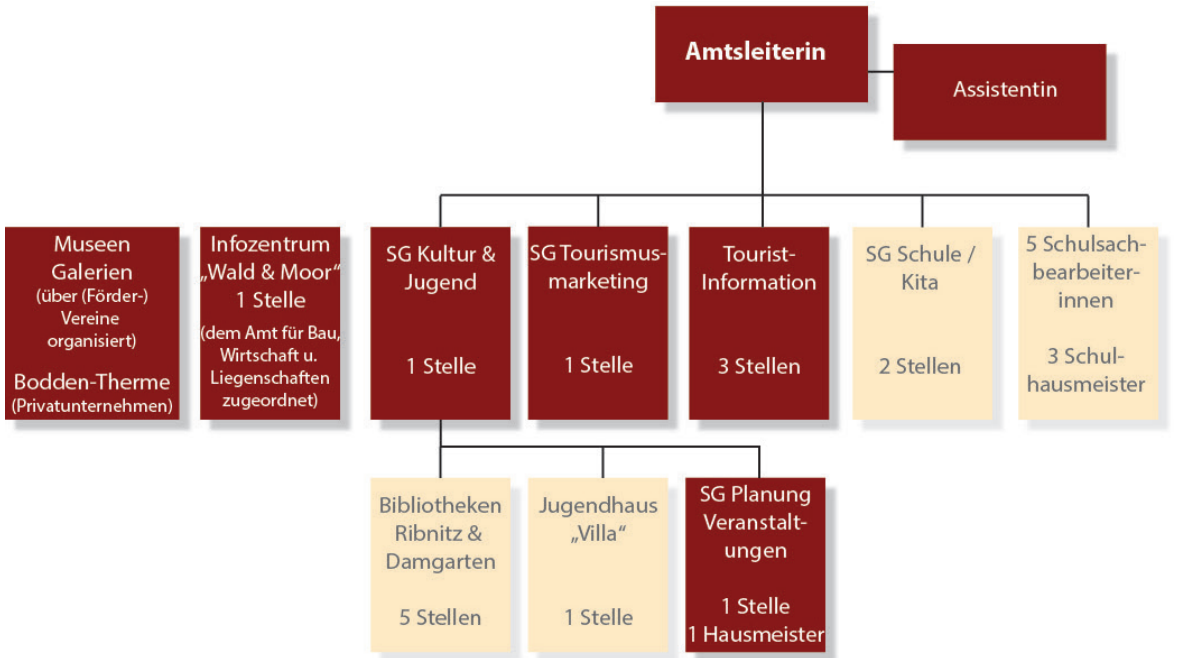
8.1. |Organisation des Tourismusbetriebes

Für die Tourismusförderung zeichnet sich die Stadt Ribnitz-Damgarten in Form des Amtes für Tourismus, Schule und Kultur verantwortlich. In dem vorstehend genannten Amt sind 25 Personen in unterschiedlichen Sachgebieten tätig. Die Organisationsstruktur ist in Grafik 33 veranschaulicht, wobei die für den Tourismus besonders relevanten Personalstellen farblich hervorgehoben sind. Zum touristischen Leistungsspektrum gehören u.a. folgende Funktionen und Aufgaben:

- Ansprechpartner für tourismusspezifische Fragen sowie (über)regionaler Tourismusprojekte und interkommunale Zusammenarbeit
- Tourismusmarketing mit ausgewählten Instrumenten (Publikationen, Presse- u. Öffentlichkeitsarbeit)
- strategische und impulsgebende Rolle für die touristische Entwicklung
- Vernetzung kommunaler und privatwirtschaftlicher touristischer Leistungsträger
- Entwicklung und Pflege von Kooperationen mit regionalen und überregionalen sowie lokalen Leistungsträgern und Tourismusorganisationen

Parallel zur dargestellten Organisation des Tourismus im Amt für Tourismus, Schule und Kultur sind aber auch die Museen und Galerien als Teil des touristischen Engagements der Bernsteinstadt zu nennen, welche über (Förder-)Vereine organisiert sind. Als wichtige Kommunika-

GRAFIK 33
Tourismusorganisation in Ribnitz-Damgarten (Amt für Tourismus, Schule und Kultur sowie weitere touristische Leistungsträger; für den Tourismus besonders relevante Stellen sind rot hervorgehoben)



QUELLE: Materialien aus dem Institut für Museumsforschung der Staatlichen Museen zu Berlin. Preußischer Kulturbesitz, Heft 67, Berlin 2013.
DARSTELLUNG: wagner Planungsgesellschaft

tionsschnittstelle zwischen dem Amt und den Museen / Galerien fungiert insbesondere das Sachgebiet für Kultur und Jugend. Darüber hinaus nimmt das Infozentrum „Wald und Moor“, welches dem Amt für Bau, Wirtschaft und Liegenschaften zugeordnet ist, ebenfalls touristische Aufgaben wahr. Hieraus resultiert eine Doppelfunktion mit forstlichen Aufgaben einerseits und touristischen Anforderungen andererseits, die es langfristig zu überdenken gilt. Insbesondere im Zusammenhang mit einer möglichen organisatorischen Neuordnung sollte die Zuordnung zum Amt für Tourismus, Schule und Kultur geprüft werden, für den Fall der Schaffung eines von der Verwaltung unabhängigen Tourismusbetriebs einer Zuordnung zu dieser neuen Organisationseinheit. Innerhalb des touristischen Aufgabenspektrums kommt einer vertriebsorientierten Produktenwicklung sowie der Initiierung von Angebotsverbesserungen eine gewichtige Bedeutung bei. Diese Tätigkeiten sind jedoch derzeitig nicht Teil des Aufgabenspektrums, was vor allem auf die aktuelle für diese Aufgabe unzureichende Personalausstattung im Amt Ribnitz-Damgarten zurückzuführen ist. Für die zukünftige touristische Entwicklung einschließlich des Innenmarketings (siehe 8.3.) der Stadt gilt es, sich dieser Problemsituation bewusst zu werden und entsprechende Lösungsstrategien einzuleiten.

Tourist-Informationen stellen in der Regel die erste und wichtigste Anlaufstelle von Gästen dar, und haben somit großen Einfluss auf den ersten Eindruck eines Ortes und die Gästezufriedenheit. Dabei ist eine den Erwartungen der (potenziellen) Gäste entsprechende Beratung und Information für die Gewinnung neuer Gäste und die Bindung bestehender Gäste von höchster Bedeutung. In diesem Zusammenhang ist eine wesentliche Grundlage, um den gästeseitigen Anforderungen gerecht werden zu können, eine angemessene Sach- und Personalausstattung der Tourist-Information. Den genannten Anforderungen wird die Stadt Ribnitz-Damgarten mit einer modern und barrierefrei gestalteten Tourist-Information gerecht. Diese befindet sich im Bernsteinhaus in zentraler Lage am Marktplatz in Ribnitz unmittelbar vor der St. Marienkirche. Die Tourist-Information ist mit der „i-Marke“ des Deutschen Tourismusverbandes e.V. (DTV) zertifiziert. Mit der „i-Marke“ hat der DTV ein modernes Markenkonzept für Tourist-Informationen eingeführt. Darüber hinaus ist die i-Marke deutschlandweit etabliert und fungiert als einheitliches sowie zeitgemäßes Qualitätssiegel für Touristinformationsstellen. Dem Gast wird die gesamte Palette der erwarteten Basisleistungen zur Verfügung gestellt. Zum Angebot der Tourist-Information gehören u.a.:

- Gäste- und Einwohnerinformation
- Verkauf von Waren und Dienstleistungen, Auskünfte und Beratung zu Sehenswürdigkeiten, Ausflugszielen der Stadt und Umland
- Durchführung und Vermittlung von Betreuungsdienstleistungen
- Vermittlung von Stadt- und Klosterführungen
- Buchung und Vermittlung von Unterkünften
- Durchführung des Kartenvor- und Ticketverkaufs für Veranstaltungen der Region sowie Reiseangeboten
- Hot-Spot-Arbeitsplatz

Die Besucherfreundlichkeit der Tourist-Information kommt nicht nur in der oben genannten qualitätsvollen Beratung und Information zum Ausdruck, sondern auch in den Öffnungszeiten. Zwischen Mitte Mai und Ende Oktober hat die Tourist-Information täglich geöffnet, werktags von 10:00 bis 18:00 Uhr und am Wochenende von 10:00 bis 14:00 bzw. 16:00 Uhr. Im Zeitraum November bis Mitte Mai sind die Öffnungszeiten lediglich werktags von 10:00 bis 16:00 Uhr. Nebenstellen der Tourist-Information befinden sich im Hafen Damgarten und auf dem Parkplatz Gänsewiese/Ribnitz, welche jedoch nur während der Saison geöffnet sind. Eine weitere Außenstelle besteht im Vogelpark Marlow.

Neben dem Amt für Tourismus, Schule und Kultur besteht weiterhin der Fremdenverkehrsverein Ribnitz-Damgarten e.V. Dieser wurde bereits 1991 gegründet und sollte Vermieter, Gewerbetreibende und private sowie öffentliche touristische Leistungsträger mit dem

Ziel einer gemeinsamen Beförderung des Tourismus in der Stadt Ribnitz-Damgarten zusammenzubringen. Die Vergangenheit war jedoch über viele Jahre durch mangelnde Beteiligung und Aktivität geprägt. Versuche den Verein wieder zu aktivieren gab es bereits 2005 und zuletzt 2013, jedoch mit nur geringem Erfolg. Vor diesem Hintergrund kommt dem Fremdenverkehrsverein aus touristischer Sicht nach derzeitigem Stand nur eine geringe Bedeutung bei.

8.2. |Außenmarketing

Die Stadt Ribnitz-Damgarten trägt seit dem 28. April 2009 die offizielle Bezeichnung „Bernsteinstadt“. Mit der optisch ansprechend gestalteten Wort-Bildmarke „Bernsteinstadt“ soll vornehmlich Urlaub, Tourismus und Freizeit verbunden werden. In diesem Bereich trägt sie zu einem höheren Wiedererkennungswert der Stadt bei den Gästen bei und vermittelt sowohl aufgrund der Symbolik als auch durch die Farbgebung gleichzeitig die touristischen Besonderheiten der Stadt. Sie schafft somit eine Orientierung und Abgrenzung gegenüber anderen Tourismusorten der Region und drückt die Einmaligkeit bzw. das Alleinstellungsthema der Stadt Ribnitz-Damgarten aus. Eine konsequente Profil- und Markenbildung im Verdrängungswettbewerb auf dem touristischen Markt von entscheidender Bedeutung. Um im Verdrängungswettbewerb auch zukünftig eine Chance zu haben gilt es für die weitere touristische Entwicklung, insbesondere hinsichtlich der Marketingaktivitäten, die Wort-Bildmarke „Bernsteinstadt Ribnitz-Damgarten“ emotional sowie anlass- und erlebnisorientiert zu belegen (siehe Punkt 10). Die Nutzung der Wort-Bildmarke „Bernsteinstadt“ ist auf den Verwaltungsapparat sowie auf touristische Leistungsträger beschränkt. Hier wird sie bspw. in den touristischen Printmedien oder auf den Geschäftspapieren. des Amtes eingesetzt. Es besteht aber auch die Möglichkeit der Nutzung seitens der privaten Vermieter und Initiativen mit touristischem Hintergrund. Diese Option wird jedoch nur sehr wenig genutzt. Für die weitere zukünftige touristische Entwicklung der Stadt einschließlich ihrer ländlichen Ortsteile wird eine nach außen einheitliche (visuelle) Präsentation zunehmend wichtiger (siehe 8.4). Vor diesem Hintergrund wird eine verstärkte Verwendung bzw. Nutzung zumindest der Wort-Bildmarke „Bernsteinstadt Ribnitz-Damgarten“ bei den Kommunikationsinstrumenten und -mitteln möglichst aller touristischen Leistungsträger als empfehlenswert angesehen. Darüber hinaus findet die Wort-Bildmarke auch im öffentlichen Raum z.B. beim Ausschilderungs- und Informationssystem eine konsequente Anwendung. Im Rahmen des Außenmarketings ist auch der Bernsteinrat zu nennen. Dieser besteht aus Vertretern der Stadt Ribnitz-Damgarten, des Bernsteinmusems, der Schaumanufaktur, der Bernstein-Galerie E und Fischlandschmuck sowie der Bernstein-Drechslerei. Gemeinsame Tätigkeiten konzentrieren sich vornehmlich auf Werbeaktivitäten (Gemeinschaftsanzeigen in verschiedenen Publikationen). Ebenfalls dem Außenmarketing zuträglich ist die 2012 erhaltene Prädikatisierung Ribnitz-Damgartens einschließlich der ländlichen Ortsteile Hirschburg, Klockenhagen, Körkwitz, Langendamm, Neuheide und Neuhof als staatlich anerkannter Erholungsort. Das verliehene Prädikat steht für ein bundesweit einheitliches und anerkanntes Qualitätsmerkmal und stellt einen nicht zu unterschätzenden Imagefaktor mit entsprechender Außenwirkung dar.

GRAFIK 34
Wort-Bildmarke „Bernsteinstadt Ribnitz-Damgarten“

QUELLE: Amt Ribnitz-Damgarten

|Print

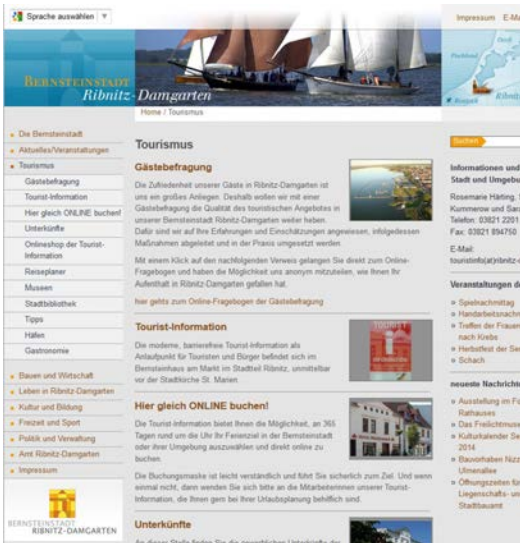
Printmedien wie Imagebroschüren, Kartenmaterial oder Gastgeberverzeichnisse zählen zu den klassischen

Distributionskanälen im (Außen)Marketing. Diese sind in der Herstellung zwar teurer als die Präsentation im Internet, dennoch sind sie für das aktive Marketing weiterhin unverzichtbar. So lassen sich bspw. kein Event und keine konkrete Anfrage ohne gedruckte Informationen befriedigend bewältigen. Letztendlich sind Printmedien verbindlich und besonders glaubwürdig und damit auch weiterhin im Tourismusmarketing unentbehrlich. Ribnitz-Damgarten gibt eine Reihe von Broschüren und Prospekten heraus, die das touristische Angebot der Stadt in attraktiv gestalteter Form und einheitlichem Layout sowie unter Verwendung der Wort-Bildmarke präsentieren (z.B. Imagebroschüre Bernsteinstadt Ribnitz-Damgarten). Hier findet der Gedanke des Corporate Designs eine konsequente sowie moderne Umsetzung. Für verschiedene Themen sind jeweils Flyer vorhanden (z.B. Gastronomie, Wassersport, Veranstaltungen). Diese liegen in den Tourist-Informationen sowie bei einer Vielzahl an touristischen Leistungsträgern in der Stadt Ribnitz-Damgarten, aber auch in den weiteren Tourismusorten der Halbinsel Fischland-Darß-Zingst, der südlichen Boddenküste sowie des Küstenvorlandes aus.

|Internet / Online-Marketing

Die Digitalisierung der Gesellschaft hat das Konsumverhalten erheblich beeinflusst und verändert und wird auch zukünftig weitreichende Veränderungen nach sich ziehen. Immer mehr Menschen informieren sich vor dem Kauf eines Produktes oder vor der Wahrnehmung von Dienstleistungen im Internet und vergleichen diese nach Preis sowie Leistungsumfang. Von dieser Entwicklung ist auch die Tourismusbranche betroffen, Onlinepräsenzen in Form von eigenen Webseiten oder Bewertungsportalen spielen im Marketing eine zunehmend zentralere Rolle. So kann der potenzielle Gast schnell, unabhängig und ohne großen Aufwand in Frage kommende Ziele nach seiner individuellen Prioritätenliste vorselektieren. Vor diesem Hintergrund ist der Internetauftritt für die Kommunikation der Urlaubsdestination ein nicht zu unterschätzendes sowie wichtiges Marketinginstrument, heute mehr denn je. Dieses gilt inzwischen auch für die Kernzielgruppen älterer Urlauber, die zunehmend internetaffiner werden. So ist festzuhalten, dass der Trend klar zum Internetauftritt als Basis des gesamten Marketings geht.

Die Darstellung der Urlaubsdestination Ribnitz-Damgarten nach außen erfolgt neben den Printmedien vornehmlich über die offizielle Website der Stadt (www.ribnitz-damgarten.de); auch hier wird die Wort-Bildmarke eingesetzt. Hier sind alle touristischen Informationen u.a. zu Beherbergungen, Gastronomie, Geschichte der Stadt und Freizeiteinrichtungen verfügbar. Für weitergehende Informationen wird mittels Links direkt auf die Webseiten der touristischen Anbieter verwiesen. Die Webseite ist aus touristischer Sicht zwar umfangreich



und informativ, entspricht jedoch nicht einer modernen und zeitgemäßen Darstellung. In der nachfolgenden Tabelle sind die Hauptmankos aufgelistet. Hier sei auch angemerkt, dass die Webseiten der Hotels wenig vertriebs- und buchungsorientiert sowie wenig gestalterisch ansprechend aufgebaut sind. Somit profitiert Ribnitz-Damgarten über die Web-Präsentation privater touristischer Leistungsträger nach außen nur bedingt.

Im Rahmen des Online-Marketings haben soziale Netzwerke wie Facebook bereits eine wichtige Funktion inne. Hierbei kommt es maßgeblich auf die richtige Nutzung an. Die Nutzung von sozialen Medien kann nur dann erfolgreich sein, wenn die Inhalte einerseits täglich aktualisiert werden und andererseits auf eine authentische und glaubwürdige Weise mit dem Kunden kommuniziert wird. In diesem Zusammenhang ist zu betonen, dass die sozialen Medien nicht als unmittelbarer Distributionskanal zu verstehen sind, sondern vielmehr als Kommunikationsplattform, über die eine persönliche Verbindung zum Kunden und seinen Bedürfnissen hergestellt werden soll. Hauptziel bei der Verwendung der sozialen Medien ist also eine Steigerung der Kommunikationseffektivität. Weiterhin sei angemerkt, dass die sozialen Medien zwar kostenfrei zu nutzen, aber dennoch nicht als kostenlose Marketinginstrumente anzusehen sind, da sie zum Teil umfangreiche Personalressourcen und ggf. auch die Einbindung externer Dienstleister, z.B. im Web-Layout, beanspruchen. Die Verwendung von sozialen Medien spielt innerhalb des Tourismusmarketings der Stadt Ribnitz-Damgarten bisher noch keine Rolle. In diesem Zusammenhang sind aber auch die teilweise professionellen Marketingaktivitäten privater touristischer Leistungsträger zu nennen, wie z.B. der Reiterhof Bernsteinreiter Hirschburg, Freilichtmuseum Klockenhagen oder auch Körks Strandarena. Diese Einrichtungen nutzen die sozialen Medien wie Facebook unterschiedlich intensiv, womit sie als Zug-

TABELLE 05
Bewertung Tourismus-Webseite Ribnitz-Damgarten

Visuelle Darstellung / Design	Strukturierung	Inhalte
• einfacher, unmoderner Auftritt • veraltete Anmutung • rational, funktional, wenig emotional • emotionsweckende großformatige Bilder fehlen • positiv ist hier aber die Möglichkeit der vergrößerten Darstellung durch Klick auf das Bild • keine Skalierbarkeit	• geringe Benutzerfreundlichkeit • Springen zwischen den Rubriken „Die Bernsteinstadt“, „Tourismus“ und „Kultur und Bildung“, dadurch schlechte Orientierung • es fehlt eine klare Themen- und Zielgruppenansprache • aus dem vorhandenen Bildmaterial lässt sich nicht ersehen, welche Zielgruppen mit den Angeboten angesprochen werden sollen (Familien mit Kindern, Best Ager u.a.)	• im Vordergrund stehen Informationen und weniger Emotionen die Lust auf die Stadt wecken • positiv: mehrsprachige Darstellung via GoogleÜbersetzer, jedoch Fehler in der Syntax und dadurch Erschwernis bei der Orientierung für fremdsprachige Personen • es steht eine relativ kleine Auswahl an Informationsmaterial zum Download bereit, aber nicht alle vorhandenen Prospekte werden online angeboten • Sidebars enthalten nicht tourismusrelevante Informationen, z.B. „Baumaßnahmen an Bahnstrecke“, „Treffen der Frauenselbsthilfegruppe nach Krebs“

QUELLE: eigene Erhebung
DARSTELLUNG: wagner Planungsgesellschaft

pferde im Social Media Marketing fungieren und somit zur Erhöhung des Bekanntheitsgrades der Stadt Ribnitz-Damgarten beitragen.

8.3. |Innenmarketing

Neben dem Außenmarketing kommt auch dem Innenmarketing eine bedeutende Rolle bei. Unter der Begrifflichkeit Innenmarketing sind alle Maßnahmen subsumiert, die sich, hier im Falle Ribnitz-Damgarten, auf die lokalen Akteure im Tourismus bzw. touristische Leistungsträger, aber auch auf die Bürger der Stadt beziehen. Anders als das Außenmarketing, welches die touristischen Ressourcen und Angebote nach außen wirbt, um Gäste zu generieren, arbeitet das Innenmarketing daran, die werblichen Versprechungen des Außenmarketings einzuhalten, um die Ansprüche der Urlauber an die Region oder Stadt in hohem Maße zu realisieren. Weiterhin ist das Ziel des Innenmarketings, das touristische Bewusstsein in der Stadt zu schärfen oder – insofern noch nicht ausgeprägt – überhaupt erst auszubilden. Denn nur wenn alle am Tourismus beteiligten Akteure miteinander im Austausch stehen sowie gemeinsam an einem Strang ziehen, hat die Stadt Ribnitz-Damgarten eine Chance im Wettbewerb. Wesentliche Ziele des Innenmarketings sind somit die Vernetzung der Akteure, die Nutzung des Kreativpotenzials durch Erfahrungsaustausch, die Schaffung eines Gemeinschafts- bzw. Wir-Gefühls (anstatt eines Konkurrenzdenkens) und die Sicherung einer hohen Qualität. Mit dem Amt für Tourismus, Schule und Kultur einschließlich der Tourist-Information sowie dem Fremdenverkehrsverein Ribnitz-Damgarten e.V. bestehen entsprechende Strukturen, die eine Implementierung des Innenmarketing übernehmen könnten. Ein funktionierender Fremdenverkehrsverein setzt voraus, dass er einen breiten Querschnitt an touristischen Leistungsträgern abbildet. Jedoch ist der Verein, wie oben dargestellt, durch eine unzureichende Geschäftstätigkeit gekennzeichnet, so dass dieser für die Realisierung des Innenmarketings bisher nicht geeignet ist. Vor diesem Hintergrund kommt dem Amt für Tourismus, Schule und Kultur eine große Bedeutung bei. Allerdings sind im Aufgabenspektrum des Amtes entsprechende Aktivitäten deutlich unterrepräsentiert, so dass das Innenmarketing bislang nur rudimentär bearbeitet wird. Dies gilt auch für die eng mit dem Innenmarketing verbundenen Aktivitäten in den Bereichen Produktentwicklung und Qualitätsmanagement, Schulungen, Informationsveranstaltungen oder Anreize zur Zertifizierung finden derzeitig nicht statt. Ansätze bestehen lediglich in Form einer touristischen Jahresauswertung sowie Besichtigungen der Ferienunterkünfte zur Qualitätssicherung durch die Tourist-Information. Aufgrund der Personalsituation im Amt Ribnitz-Damgarten ist ein adäquates Innenmarketing derzeitig nur schwer zu realisieren, insbesondere wenn es qualitativ hohen Ansprüchen nachkommen soll. Dieser Problemsituation muss für die weitere touristische Entwicklung der Stadt Ribnitz-Damgarten mit entsprechenden Handlungserfordernissen begegnet werden.

8.4. |Corporate Identity

Was in der Wirtschaft seit langem Usus ist, hält zunehmend auch Einzug in die Tourismusbranche – die Corporate Identity. Der touristische Verdrängungswettbewerb führt dazu, dass sich Urlaubsdestinationen zunehmend gezwungen sehen, ihre jeweiligen spezifischen Qualitäten und besonderen Eigenheiten für potenzielle Gäste bekannt und erkennbar zu machen. Dabei soll die Corporate Identity dazu führen, die Urlaubsdestination sowohl nach innen als auch nach außen einheitlich und konsistent darzustellen, aber auch gleichwohl durch ihre Identifikation und Profilierung eine Differenzierung gegenüber Wettbewerbern zu ermöglichen. Im Rahmen der Corporate Identity definiert das touristische Leitbild die Positionierung und das Image der Tourismusdestination bzw. -gemeinde. Die Corporate Identity stellt zudem unter Rückgriff auf das Leitbild und die strategischen Zielstellungen einen handlungspraktischen Orientierungsrahmen dar, welcher die Handlungsfähigkeit gegenüber der Umwelt sicherstellen soll. Gleichsam wird die Corporate Identity durch die Kultur in der Tourismusregion geprägt und stellt somit eine Teilmenge

dar, welche nicht nur nach außen vermittelt, sondern auch sichtbar und gelebt werden soll.

Die Corporate Identity besteht im Wesentlichen aus den drei Elementen Corporate Design, Corporate Behaviour und Corporate Communication. Unter dem Begriff „Corporate Design“ wird ein abgestimmtes visuelles Erscheinungsbild der Urlaubsdestination in allen Bereichen (Print, Online etc.) verstanden. Dieses beinhaltet stets wiederkehrende, möglichst gleiche optische Elemente, welche sich im Bewusstsein eines potenziellen Gastes festsetzen sollen. Zu den gestalterischen Elementen zählen Signet / Wort-Bild-Marke, Bildsprache, Farbwahl, Typografie etc., welche auf Briefpapier, Poster, Flyer, Broschüren, Online-Auftritt etc. immer wiederkehren. Damit soll erreicht werden, dass das entsprechende Design automatisch mit der Urlaubsdestination bzw. mit der einzelnen Tourismusgemeinde assoziiert wird. Zum Corporate Design zählt aber auch die Außenraumgestaltung, welche zur Imagebildung und zur Unterstützung der Identitätsbildung der Bewohner beitragen soll.

Mit der oben (siehe 8.2.) bereits dargestellten Wort-Bildmarke „Bernsteinstadt Ribnitz-Damgarten“ hat die Stadt bereits einen ersten wichtigen Schritt im Rahmen der Corporate Identity und insbesondere des Corporate Desigs, getätigt. Bereits das Marketing- und Kommunikationskonzept der Agentur „nord design“ stellte die Wichtigkeit eines Corporate Designs heraus. Für die zukünftige touristische Entwicklung ist daher ein weiteres konsequentes Handeln in allen Bereichen unabdingbar, d.h. der stringente Einsatz oben genannter Gestaltungsmittel in allen Kommunikationsinstrumenten und -mitteln. Hierbei sind auch die privaten touristischen Leistungsträger miteinzubeziehen. Dies tangiert auch den Bereich Corporate Behavior (siehe unten). Wie bereits dargestellt verfügt die Stadt Ribnitz-Damgarten über eine Wort-Bildmarke. Diese soll qualitativ hochwertigen touristischen Ansprüchen entsprechen, demzufolge sind bestehende Angebote und Produkte weiter zu qualifizieren und neue zu entwickeln. Die vorliegende Konzeption legt diesbezüglich eine entsprechende Grundlage (siehe Kapitel IV und V).

Das Corporate Behaviour bezeichnet die in der Tourismusdestination bzw. die Tourismusgemeinde gängigen Konventionen und Umgangsformen aller Einwohner und der touristischen Leistungsträger sowohl nach innen (untereinander) als auch nach außen (gegenüber den Gästen). Hier wird insbesondere die Umsetzung elementarer Eigenschaften und Werte der Corporate Identity in tourismusrelevanten Handlungen herausgestellt, z.B. Servicebereitschaft oder die Öffnungszeiten.

Im Tourismusgeschäft der Stadt Ribnitz-Damgarten agiert eine Vielzahl von Leistungsträgern mit teilweise deutlich unterschiedlichen Interessen. Bezugnehmend auf eine notwendig zu erachtende Interessenbündelung der diversen touristischen Akteure kommt der Corporate Identity auch eine identifikationsstiftende Bedeutung bei. Hierunter ist ein „Wir“ der Stadt Ribnitz-Damgarten einschließlich der ländlichen Ortsteile im Verhältnis zur Außenwelt zu verstehen. Die Corporate Identity soll u.a. zum Ziel haben, ein „Wir-Gefühl“ zu etablieren, dass eine konstruktive und zielorientierte Zusammenarbeit aller touristischen Akteure gewährleistet. Dieses „Wir-Gefühl“ ist jedoch auch nach außen zu transportieren und korrespondiert somit auch mit dem Corporate Design. Aufgrund der Ausführungen unter 8.1 und 8.3 besteht hier für die Zukunft dringender Handlungsbedarf, damit langfristig die touristische Wort-Bildmarke „Bernsteinstadt Ribnitz-Damgarten“ auch im gesamten Verhalten gegenüber den Gästen nach außen sichtbar wird.

Die Corporate Communication umfasst hingegen alle kommunikativen Maßnahmen, um das Image der Urlaubsdestination bzw. der einzelnen Tourismusorte nach außen zu bewerben. Hierzu zählt aber auch die interne Kommunikation. Aussagen zur Corporate Communication erfolgen unter Punkt 8.2.

8.5. |Kooperationen

Die Stadt Ribnitz-Damgarten ist Mitglied in dem bisher als Verein organisierten Tourismusverband Fischland-Darß-Zingst, südliche Boddenküste, Küstenvorland. Die Stadt ist mit ihrer Internetseite mit derjenigen des Regionalen Tourismusverbands verlinkt. Zudem profitiert die Stadt von den Repräsentanzen des Verbands auf Tourismusbörsen und auch von dessen weiteren Marketingaktivitäten (Journalistenreisen, besondere touristische Events). Über den Regionalen Tourismusverband besteht zudem eine Vertretung im Landestourismusverband und somit auch eine Präsenz auf Tourismusmessen. Die Zusammenarbeit mit den Tourismusbetrieben in den Nachbarorten konzentriert sich bisher im Wesentlichen auf das gegenseitige Mitwerben. Hier insbesondere auf den Bereich Kultur- und Freizeitangebote einschließlich der Ausgabe von Infobroschüren sowie auf den Kartenbetrieb auch für wesentliche Veranstaltungen außerhalb von Ribnitz-Damgarten. Daneben gibt es vereinzelte Ansätze von Kooperationen bei konkreten Projekten wie z. B. zwischen dem Freilichtmuseum Klockenhagen und dem Kunstmuseum Ahrenshoop.

8.6. |Marketing- und Kommunikationskonzept

Die Agentur „nord design“ hat im Jahr 2003 für die Stadt Ribnitz-Damgarten ein Marketing- und Kommunikationskonzept erarbeitet. Im Folgenden soll kurz auf das Konzept eingegangen werden. Als Alleinstellung wird auch hier das Bernsteinthema betont, welches sichtbar im öffentlichen Raum veranschaulicht sowie emotional aufgeladen und erlebnisorientiert nach außen beworben werden soll. Die visuelle Veranschaulichung des Bernsteinthemas soll für das Innenmarketing und somit für die Schaffung eines Wir-Gefühls sensibilisieren. Bei der Umsetzung und Vermarktung der Bernsteinstrategie werden das Mitwirken von Verwaltung, Gewerbetreibenden und weiteren touristischen Leistungsträgern sowie der Einwohner hervorgehoben. Dabei soll sich eine der beteiligten Institutionen für die Führung und Qualitätssicherung verantwortlich zeichnen. Sowohl das Deutsche Bernsteinmuseum als auch die Schaumanufaktur wurden als Zugpferde zur Realisierung der Bernsteinstrategie hervorgehoben. Weiterhin wurde in diesem Zusammenhang die Etablierung eines Kommunikationsfachmanns bzw. einer -fachfrau vorgeschlagen, um zur Realisierung der Bernsteinstrategie entscheidend beizutragen. Die Stelle „Sachgebiet Tourismusmarketing“ im Amt für Tourismus, Schule und Kultur kann als Schritt in die richtige Richtung betrachtet werden. Darüber hinaus liefert die Konzeption auf Grundlage der Auswertung einer Fragebogenaktion einige Produktvorschläge (u.a. Designwettbewerbe, Bernsteininfosäule, Erlebnispaddeln, Sportevents). Weiterhin betont die Konzeption die Wichtigkeit eines Corporate Designs, insbesondere in der Außenraumgestaltung zum Zwecke der Image- und Identifikationsbildung als Bernsteinstadt und zeigt entsprechende praktikable Beispiele auf. Zudem wird zu einer Entwicklung einer Wort-Bildmarke angeregt.

8.7. |Auswertung der Gästebefragung 2014

Im Rahmen der Erstellung des vorliegenden Konzeptes wurde zwischen der zweiten Juliwoche und der ersten Septemberwoche 2014 eine Gästebefragung in Ribnitz-Damgarten durchgeführt. Diese erfolgte sowohl in Printform als auch online. Dazu wurden die Fragebögen in den touristischen Einrichtungen ausgelegt. Im Ergebnis gingen 183 ausgefüllte Fragebögen sowie 40 Online-Teilnahmen ein, welche in nachfolgender Auswertung zu Grunde liegen. In diesem Zusammenhang ist jedoch anzumerken, dass infolge der absolut und auch in Relation zur Zahl der Touristen insgesamt geringen Erhebungszahl haben nachfolgende Ergebnisse allerdings nur beschränkte Aussagekraft. Die entsprechenden grafischen Darstellungen zur Gästebefragung sowie der Gästefragebogen befinden sich im Anhang.

Hinsichtlich der Gästestruktur sind 63,2 % der Gäste weiblichen und 36,8 % männlichen Geschlechts (Abbildung 57) Die größte Gruppe der Gäste bilden mit 33,1 % die 41- bis 50-Jährigen gefolgt von den 31- bis 40-Jäh-

rigen (23,9 %; hierbei handelt es sich größtenteils um die Elternteile von Familien). Hingegen weisen die über 60-Jährigen zusammenaddiert mit lediglich 12,3 % die geringste Repräsentanz unter den Gästen auf (Abbildung 58).

Eine Betrachtung der Reisekonstellation zeigt, dass die Mehrheit der Gäste mit ihren Familien reisen (66,3 %), gefolgt von (Ehe-)Partnern (24,9 %) und Freunde/ Bekannte (6,5%). Lediglich 2,4 % der Gäste reisten allein (Abbildung 59). Stellt man eine Korrelation mit den Altersgruppen und der Angaben zur Anzahl der Kinder der mitreisenden Partner und Kinder her, so ergibt sich sogar eine Anteil der Familien von über 80 %. Aufgrund des oben genannten Befragungszeitraumes ist das Ergebnis wenig überraschend. Außerhalb der Saison werden die Zielgruppen der Best Ager und der Paare / Alleinreisende deutlich stärker gewichtet sein. Die große Mehrheit der Gäste reiste erwartungsgemäß mit dem Pkw (87,1 %) an. Mit 8,0 % weist das Verkehrsmittel Bahn einen beachtlichen Wert auf und ist ggf. auch ausbaufähig (Abbildung 60). Bei der Betrachtung der Quellgebiete fällt die Dominanz Sachsens (19,6 %) auf. Mit 11,0 % bzw. 8,0 % folgen Baden-Württemberg und Hessen. 8,6 % der Befragten machten keine Angaben zum Herkunftsgebiet (Abbildung 61).

Das Gros der befragten Gäste verbrachte die Reise in Form einer Urlaubsreise (66,3 5), gefolgt von Tagegästen (22,7 %) (Abbildung 62). Weiterhin war die Mehrheit der Gäste mit ihrem Aufenthalt in der Stadt Ribnitz-Damgarten sehr zufrieden (63,2 %), 30,7 % gaben zufrieden an (Abbildung 63). Dies spiegelt sich auch in der Weiterempfehlung der Stadt wider. 82,8 % der Gäste würden Ribnitz-Damgarten weiterempfehlen, 1,8 % hingegen nicht (Abbildung 67). Hinsichtlich des Urlaubsaufenthaltes in Ribnitz-Damgarten ist die Atmosphäre bzw. das Flair am wichtigsten (97 Nennungen), gefolgt von der Unterkunft (85 Nennungen) und dem Stadtbild (79 Nennungen). Sowohl das Veranstaltungsangebot als auch kulturelle Einrichtungen liegen hingegen nur im Mittelfeld (Abbildung 64). Die befragten Gäste bewerteten die touristische Infrastruktur der Stadt wie u.a. Radfahr- und Wandermöglichkeiten, Landschaftsbild, kulturelle Einrichtungen oder die Unterkunft überwiegend mit gut bis sehr gut. Lediglich die Beschilderung sowie das Parkplatzangebot wurden von einem kleinen Teil der Befragten als mangelhaft bewertet (Abbildung 67). Hinsichtlich der Frage, ob die Gäste Ribnitz-Damgarten als Bernsteinstadt wahrnehmen, antworteten 67,5 % der Befragten mit „ja“ und 11,7 % mit „nein“. 20,9 % der Gäste machten diesbezüglich keine Angaben (Abbildung 65). Bezüglich der Frage, welche Medien genutzt wurden, um sich über Ribnitz-Damgarten zu informieren bzw. über welche Medien die Aufmerksamkeit gewonnen wurde, gaben 37,1 % der Gäste an, dass ihnen Ribnitz-Damgarten bereits bekannt war. 18,3 % der Gäste wurden via Informationsbroschüren auf Ribnitz-Damgarten aufmerksam, gefolgt von Empfehlungen von Freunden und Bekannten (Abbildung 68).

8.8. |Ribnitz-Damgarten im touristischen regionalen Kontext

Wie Grafik 69 (siehe Anhang) verdeutlicht, bestehen in den benachbarten Tourismusorten durchweg Alleinstellungsansätze mit einer großen Themenbreite von der Seefahrt, über Traditions- und naturbezogene Themen bis zur Kunst. Die bisher deutlichste Profilierung ist in Ahrenshoop unter dem Thema Künstlerkolonie / Kunst sowie in Zingst mit dem Thema Fotografie und speziell der Naturfotografie gegeben, aber auch andere Orte wie z.B. Wieck mit dem Thema „Dorf im Nationalpark“ oder der Bereich des unteren Recknitztals als „Vogelparkregion“ sind auf einem guten Weg. Die insgesamt thematisch weit ausdifferenzierten Alleinstellungskonzepte bzw.-ansätze tragen maßgeblich zur Erlebnisvielfalt und damit zur touristischen Attraktivität der Region bei und es besteht hier noch erhebliches zusätzliches Potenzial insbesondere im Bereich der gemeindeübergreifenden Kooperation. Ribnitz-Damgarten kann sich hier mit ihrem speziellen Profil gezielt einbringen, insbesondere die Kooperation im Ausstellungs- und Bildungsbereich ist hier für die Bernsteinstadt von großem Interesse.

9. |Bewertung in Vorbereitung befindlicher Planungen

In der Bernsteinstadt Ribnitz-Damgarten waren zum Zeitpunkt des Arbeitsstarts zu diesem Tourismuskonzept bereits einige größere touristische Vorhaben in Planung bzw. Vorbereitung. Nachfolgend werden die wichtigsten dieser Projekte dargestellt und im Hinblick auf deren Kompatibilität mit der örtlichen und regionalen Tourismusentwicklung sowie mit der Stadtentwicklung in Ribnitz-Damgarten insgesamt bewertet.

9.1. |Landschaftspark am Bodden

Beim Vorhaben „Landschaftspark am Bodden“ handelt es sich um ein touristisches Großvorhaben mit bis zu 3.500 Betten, großer Marina, Golfanlage und weiterer umfassender Sport- und Freizeitinfrastruktur, organisiert als Resort. Zu dem Vorhaben läuft aktuell ein Raumordnungsverfahren, welches in Kürze abgeschlossen sein wird. Tabelle 06 fasst die wesentlichen Fakten zusammen.

Im Ergebnis der Betrachtung bleibt festzustellen, dass gegenüber nachteiligen Beeinträchtigungen wie zusätzlichen Verkehrsaufkommen und Immissionsbelastungen die positiven Auswirkungen des Projekts klar überwiegen. Insbesondere werden für Ribnitz-Damgarten und die Tourismusregion neue Zielgruppen erschlossen; durch die Ganzjahresausrichtung des Resorts sind positive Impulse für das saisonale Geschäft in der gesamten Tourismusregion zu erwarten. Das geplante Golfressort schließt zudem eine bisherige Angebotslücke in der Region. Im Hinblick auf die von der Bernsteinstadt angestrebte Profilierung im Kultur- und Veranstaltungstourismus würde das neu hinzukommende Resort insbesondere die Auslastung und damit wirtschaftliche Machbarkeit von kulturellen Angeboten erheblich verbessern. Da eine Realisierung in Stufen aufgrund der erforderlichen erheblichen infrastrukturellen Vorleistungen und der erforderlichen Synergieeffekte nur sehr begrenzt möglich ist, liegt hier die eigentliche Herausforderung in einer zeitnahen Umsetzung dieses sehr großen Projekts.

TABELLE 06

Bewertung Landschaftspark am Bodden

Projekt / Kurzcharakteristik	Kompatibilität mit Leitbild und Zielgruppen	Synergieeffekte mit anderen Einrichtungen bzw. Angeboten	Veträglichkeit mit regionaler Tourismusentwicklung	Auswirkungen auf Wirtschaft, Soziales und Umwelt	Gesamtbewertung
→ Urlaubsresort mit vielfältigem Beherbergungs-, Gastronomie-, Sport- und Freizeitangebot → bis zu 3.500 Betten in Hotels verschiedener Kategorie, Apartments und Golfvillen → Alleinstellung durch Innenhafen mit Marktplatz und Markthalle, großem Indoor-, Sport- und Freizeitbereich sowie Golfanlage mit bis zu 36 Spielbahnen	0 Resort ergänzt Angebot im Kernthemenfeld Kultur durch Teilbausteine Erlebnis-Plaza und Veranstaltungshalle Wellness- u. Kongresshotel 0 im Hinblick auf Aktiv- / Naturtouristik begrenzte Angebotserweiterung durch große Golfanlage + durch Ganzjahresausrichtung des Resorts erheblicher Beitrag zur angestrebten Sai-sonverlängerung + Hauptzielgruppe Best Ager wird insbesondere mit Wellnesshotel /-Angeboten, aber auch mit gehobenem weiteren Beherbergungs- und Gastronomieangebot angesprochen + Ansprache Hauptzielgruppe Familie mit Inselhotel, Floating Houses sowie Indoor-, Bade-, Sport- und Freizeitangebot + Ansprache Ergänzungszielgruppe Paare / Alleinreisende durch Wellnesshotel u. Animation (werden zu Hauptzielgruppe) • keine Ansprache der Zielgruppen Jugendliche / Gruppen sowie der Aktiv-/ Natururlauber	+ deutliche Belebung der Fähr- und Ausflugsschifffahrt + ganzjährige Belebung Einzelhandel, Gastronomie sowie Kultur-, Sport- und Freizeiteinrichtungen in Ribnitz-Damgarten und gesamter Tourismusregion + Golfangebot kann auch von den Urlaubern der Ostseebäder und der übrigen Tourismusregion genutzt werden - aufgrund isolierter Lage kaum funktionale und organisatorische Verknüpfungen mit bestehenden touristischen Ein-richtungen möglich	+ aufgrund eigenständiger Ausrichtung (Resort) keine erheblichen negativen Auswirkungen auf bestehende Beherbergungsangebote in RDG und Gesamtregion - erhöhte Frequentierung der Ostseestrände an Strandtagen, allerdings Verteilung auf großer Länge von Graal-Müritz bis Zingst + Golfangebot schließt bisherige Angebotslücke in der Tourismusregion	+ die Schaffung von bis zu 700 ganzjährigen Arbeitsplätzen und damit verbundener Kaufkraftsteigerung kommt ganzer Region zugute 0 Erhöhung des Verkehrsaufkommens in OD Damgarten zu An- und Abreisetagen, kritische Werte werden nicht erreicht 0 geringfügige Erhöhung der Verkehrsbelastung auf K1 und L21 in der Saison 0 keine planungsrelevante Zunahme der Immissionen in OD Damgarten in Ribnitz sowie in den Ostseebädern 0 Auswirkungen auf Naturhaushalt, Tier- und Pflanzenwelt können durch geeignete Maßnahmen kompensiert werden	+ Ansprache wesentlicher relevanter Zielgruppen 0 Synergieeffekte beschränken sich auf höhere Auslastung der örtlichen und regionalen Einrichtungen touristischer Infrastruktur 0 keine erheblichen negativen Auswirkungen auf bestehende Beherbergungsangebote 0 ebenso nur geringe Auswirkungen auf die Erholungsfunktion der Ostseebäder und die Umwelt + bis zu 700 Arbeitsplätze kommen gesamter Region zu Gute **Fazit: Resort funktioniert unabhängig von touristischem Umfeld; bei Realisierung sind keine erheblichen negativen Auswirkungen auf touristisches Umfeld zu erwarten.**

QUELLE: eigene Erhebung
DARSTELLUNG: wagner Planungsgesellschaft

9.2. |Campingplatz am Bernsteinsee

Im Ergebnis eines bereits 2008/2009 durchgeführten Raumordnungsverfahrens ist auf einer direkt an den Bernsteinsee mit Wasserskianlage und Freibad angrenzenden Fläche die Schaffung eines Campingplatzes mit bis zu 300 Standplätzen für Caravans und Wohnmobile sowie mit bis zu 50 ergänzenden Festunterkünften möglich. Die Fakten sind im Einzelnen in der Tabelle 07 zusammengefasst.

Im Ergebnis der Betrachtung steht, dass die Schaffung eines Campingplatzes das Beherbergungsangebot um zusätzliche Angebote im bezahlbaren und naturraumbezogenen Segment erweitert wird. Dieses Angebot spricht insbesondere die Zielgruppen der jungen Familien, der Jugendgruppen und Vereine sowie der naturverbundenen Individualtouristen an, also Zielgruppen, welche für Ribnitz-Damgarten von großer Relevanz sind und deren verstärkte Ansprache laut angestrebter touristischer Ausrichtung vorgesehen ist. Zudem können Synergieeffekte mit der benachbarten Wasserskianlage erwartet werden. Negative Auswirkungen auf den Erholungswert der benachbarten Ostseebäder durch verstärkte Frequentierung der Strände sowie auch Umweltbelange sind zu vernachlässigen bzw. können durch geeignete Maßnahmen kompensiert werden

TABELLE 07

Bewertung Campingplatz am Bernsteinsee

Projekt / Kurzcharakteristik	Kompatibilität mit Leitbild und Zielgruppen	Synergieeffekte mit anderen Einrichtungen bzw. Angeboten	Veträglichkeit mit regionaler Tourismusentwicklung	Auswirkungen auf Wirtschaft, Soziales und Umwelt	Gesamtbewertung
→ Campingplatz mit Festunterkünften sowie Gastronomie, Laden-, Sport- und Freizeitangeboten → insgesamt 300 Standplätze für Zelte, Caravans und Wohnmobile sowie 50 Festunterkünfte mit 200 Betten → Alleinstellung durch Wasserskianlage sowie sonstiges umfangreiches Sport- und Wellness- und Freizeitangebot	0 im Hinblick auf Aktiv- / Naturtouristik begrenzte Angebotserweiterung durch einrichtungsbezogene Sport- und Freizeiteinrichtungen - kein nennenswerter Beitrag zu den Themenfeldern Kultur und Wohlbefinden / Gesundheit + Ansprache der Zielgruppen Jugendliche / Gruppen sowie Aktiv-/Natururlauber durch adäquates, naturnahes Beherbergungsangebot; einfache Festunterkünfte besonders für Gruppen geeignet + Campingangebot einschließlich ergänzender naturnaher Festunterkünfte spricht ebenso Zielgruppe Familie an 0 von Best Agern wird nur der kleine Teil der Camper in dieser Zielgruppe angesprochen	+ erhebliche positive Effekte auf Auslastung Wasserskianlage sowie der Bodden-Therme 0 begrenzt positive Effekte auf Einzelhandel, Gastronomie sowie Kultur-, Sport- und Freizeiteinrichtungen in Ribnitz-Damgarten und gesamter Tourismusregion	0 begrenzt erhöhte Frequentierung der Ostseestrände in der Region, zudem Verteilung auf großer Länge von Graal-Müritz bis Zingst 0 nur bedingte Konkurrenz zu bestehenden Campingplätzen, da vergleichbare Campingplätze (2. Reihe) in mittlerem Umfeld nicht existieren	0 Schaffung von bis zu 30 überwiegend saisonalen Arbeitsplätzen mit begrenzten Arbeitsmarkt- u. Kaufkrafteffekten für die Region 0 Auswirkungen auf Naturhaushalt, Tier- und Pflanzenwelt können durch geeignete Maßnahmen kompensiert werden 0 geringfügige Erhöhung der Verkehrsbelastung auf K1 und L21 in der Saison 0 keine planungsrelevante Zunahme der Immissionen in Ribnitz sowie in den Ostseebädern	+ zusätzliches zielgruppenspezifisches Beherbergungsangebot für Natur-/ Aktivtouristen, Jugendliche / Gruppen und Familien 0 nur geringe Auswirkungen auf die Erholungsfunktion der Ostseebäder und die Umwelt **Fazit: Campingplatz erweitert Beherbergungsangebot für wesentliche Zielgruppen; bei Realisierung sind keine erheblichen negativen touristischen Auswirkungen zu erwarten.**

QUELLE: eigene Erhebung
DARSTELLUNG: wagner Planungsgesellschaft

9.3. |Floating Houses

Bei dem Projekt Floating Houses handelt es sich um die Schaffung von 15 Hausbooten im Uferbereich vor der Bodden-Therme. Zurzeit erfolgt hierzu die Aufstellung des Bebauungsplans. Im Stadthafen Ribnitz besteht bereits ein kleines entsprechendes Angebot von 4 schwimmenden Häusern. Das Projekt stellt sich im Detail in Tabelle 08 dar:

Im Ergebnis der Begutachtung steht, dass mit den schwimmenden Häusern ein zusätzliches Beherbergungsangebot mit bisher in der Region weitgehend alleinstellendem Charakter geschaffen wird. In Bezug auf die angrenzende Bodden-Therme sind Synergieeffekte zu erwarten. Im Hinblick auf die seitens der Bernsteinstadt verfolgte Tourismusstrategie stellt das Vorhaben lediglich einen kleinen ergänzenden Baustein im Bereich des Beherbergungsangebots dar. Die angestrebte touristische Alleinstellung insbesondere in der Angebotsentwicklung im Bereich Kultur und Veranstaltungen aber auch im Sport- und Freizeitbereich muss durch andere Projekte erreicht werden. Negative Auswirkungen auf Umwelt und Verkehrsaufkommen sind in Anbetracht des geringen Vorhabenumfangs zu vernachlässigen.

TABELLE 08

Bewertung Floating Houses

Projekt / Kurzcharakteristik	Kompatibilität mit Leitbild und Zielgruppen	Synergieeffekte mit anderen Einrichtungen bzw. Angeboten	Veträglichkeit mit regionaler Tourismusentwicklung	Auswirkungen auf Wirtschaft, Soziales und Umwelt	Gesamtbewertung
→ Hausboote als Beherbergungsangebot → insgesamt 15 (60 Betten) an Bodden-Therme und 8 (32 Betten) im Hafen Ribnitz → Alleinstellung durch besondere Art des Beherbergungsangebots, welches in der Region und darüber hinaus nur in sehr geringem Umfang besteht	- kein infrastruktureller Beitrag zur Entwicklung der zentralen Themenfelder Kultur, Sport und Natur / Aktive Gästegruppen sowie Wohlbefinden / Gesundheit 0 begrenzte saisonverlängernde Wirkung + Hauptzielgruppe der Familien wird mit besonderem naturraumbezogenen Beherbergungsangebot angesprochen 0 nur bedingte Ansprache der Hauptzielgruppe Best Ager (Komfort, fehlende Gastronomie) 0 nur bedingte Ansprache der Aktivurlauber und der Jugendlichen/Gruppen (Kosten, Kapazität)	+ positive Auswirkung auf benachbarte Bodden-Therme 0 begrenzt positive Effekte auf Einzelhandel, Gastronomie sowie Kultur-, sonstige Sport- und Freizeiteinrichtungen in Ribnitz-Damgarten und gesamter Tourismusregion	+ aufgrund alleinstellender Ausrichtung keine Konkurrenz zu bestehenden Beherbergungseinrichtungen in der Region + Beherbergungsvielfalt wird um attraktives, nachgefragtes Segment erweitert	0 keine nennenswerten dauerhaften Arbeitsmarkteffekte 0 Auswirkungen auf Naturhaushalt, Tier- und Pflanzenwelt können durch geeignete Maßnahmen kompensiert werden 0 keine merkliche Erhöhung der Verkehrsbelastung in RDG und auf L21 in der Saison 0 keine merkliche Zunahme der Immissionen in Ribnitz sowie in den Ostseebädern	0 Erweiterung der Vielfalt des Beherbergungsangebots 0 keine erheblichen negativen Auswirkungen auf die Umwelt **Fazit: Campingplatz erweitert Beherbergungsangebot für wesentliche Zielgruppen; bei Realisierung sind keine erheblichen negativen touristischen Auswirkungen zu erwarten.**

QUELLE: eigene Erhebung
DARSTELLUNG: wagner Planungsgesellschaft

9.4. |Haus des Gastes

Das Projekt „Haus des Gastes“ wird im Gegensatz zu den drei Vorgenannten von privaten Investoren zu realisierenden Projekten von der Stadt Ribnitz-Damgarten selbst entwickelt. Dabei handelt es sich um ein Kultur- und Gästezentrum in bester touristischer Lage direkt am Stadthafen. Kernstück bildet ein Veranstaltungssaal, der bis zu 400 Gästen Platz bietet und auch in kleinere Veranstaltungseinheiten aufgeteilt werden kann. Weiterhin ist ein Touristeninformationszentrum mit Kinderclub samt Spiel- und Leseecke und Foyer als Verweilangebot an die Gäste mit Tageszeitungen, kleiner Bibliothek mit regionaler Literatur sowie Informationsbroschüren über Stadt und Region sowie Ausstellungsräumlichkeiten geplant. Dieser Foyerbereich ermöglicht zudem diverse Ausstellungen. Dazu kommt eine Gastronomie, welche durch einen privaten Pächter betrieben werden soll, für die ca. 50 Plätze im Restaurant und ca. 40 weitere in Außengastronomie vorgesehen sind. Verwaltungs-, Lager- und Technikräume runden das Raumprogramm ab. In Tabelle 09 sind die wesentlichen projektrelevanten Informationen zusammengefasst.

Das Projekt „Haus des Gastes“ stellt im Hinblick auf die angestrebte Profilierung der Bernsteinstadt im Bereich des Kultur- und Veranstaltungstourismus das wichtigste investive Projekt dar. Durch die Schaffung einer wetterunabhängigen Spielstätte könne das Kulturprogramm in die neben- und außersaisonale Zeit ausgedehnt werden. Darüber hinaus wäre das Projekt auch als Zugpferd für die Entwicklung einer kulturtouristischen Region in besonderem Maße geeignet und könnte entscheidend auch zu einer Saisonverlängerung in der Urlaubsregion beitragen.

TABELLE 09

Bewertung Haus des Gastes

Projekt / Kurzcharakteristik	Kompatibilität mit Leitbild und Zielgruppen	Synergieeffekte mit anderen Einrichtungen bzw. Angeboten	Veträglichkeit mit regionaler Tourismusentwicklung	Auswirkungen auf Wirtschaft, Soziales und Umwelt	Gesamtbewertung
→ Kultur- und Gästezentrum mit einem Veranstaltungssaal mit 400 Plätzen, Foyer- und Ausstellungsbereich → Alleinstellung durch 400 Plätze und damit verbundener Möglichkeit, größere Veranstaltungen durchzuführen sowie durch zentrale und gleichzeitig attraktive Lage (direkter Wasserbezug).	+ Projekt begründet im Wesentlichen die touristische Alleinstellung von Ribnitz-Damgarten; hochwertige, wetterunabhängige Kulturveranstaltungen werden erst ermöglicht + im Hinblick auf die Themenfelder Sport und Natur / Aktive Gästegruppen sowie Wohlbefinden / Gesundheit wird wetterunabhängige Location für themenbezogene Veranstaltungen und Bildungsangebote geschaffen + Einrichtung kommt sämtlichen umworbenen Hauptzielgruppen zugute	+ durch zentrale Lage gute Einbindung in stadtraumbezogene Feste und Veranstaltungen möglich + zusätzliche wetterunabhängige Spielstätte für örtliche und überörtliche Veranstaltungsreihen + durch Veranstaltungsbesucher von außerhalb Belebung Einzelhandel, Gastronomie sowie Kultur-, Sport- und Freizeiteinrichtungen in Ribnitz-Damgarten und begrenzt auch in gesamter Tourismusregion + bei Errichtung eines Hotels auf anschließender Fläche zusätzlich Kooperationsmöglichkeiten im Rahmen von Tagungen und gesellschaftlichen Veranstaltungen	+ aufgrund der Kapazität von 400 Plätzen und attraktiver Räumlichkeiten Möglichkeit, auch hochkarätige Veranstaltungen anzusprechen, davon profitiert die gesamte Region + Haus des Gastes kann von Nutzern/ Veranstaltern aus gesamter Urlaubsregion in Anspruch genommen werden + Konkurrenz zu bestehenden Einrichtungen ist aufgrund Größe und Ausrichtung nicht gegeben	0 begrenzte Arbeitsmarkteffekte durch Gastronomie, Veranstaltungsmanagement 0 Auswirkungen auf Naturhaushalt, Tier- und Pflanzenwelt können durch geeignete Maßnahmen kompensiert werden 0 Erhöhung der Verkehrsbelastung lediglich in zeitlichem Umfeld der Veranstaltungen und auf wenigen Hauptverkehrsachsen von Ribnitz 0 gleiches gilt hinsichtlich der Immissionsbelastung	0 wesentlicher Baustein im Rahmen der angestrebten touristischen Ausrichtung 0 erhebliche örtliche und regionale Synergieeffekte 0 keine erheblichen negativen Auswirkungen auf die Umwelt **Fazit: Das Haus des Gastes ist wichtigster investiver Baustein zur Umsetzung der formulierten Tourismusstrategie für RDG. Darüber hinaus kann es auch als Zugpferd für die Entwicklung einer kulturtouristischen Region fungieren.**

QUELLE: eigene Erhebung
DARSTELLUNG: wagner Planungsgesellschaft

10. |Tourismus im Wandel

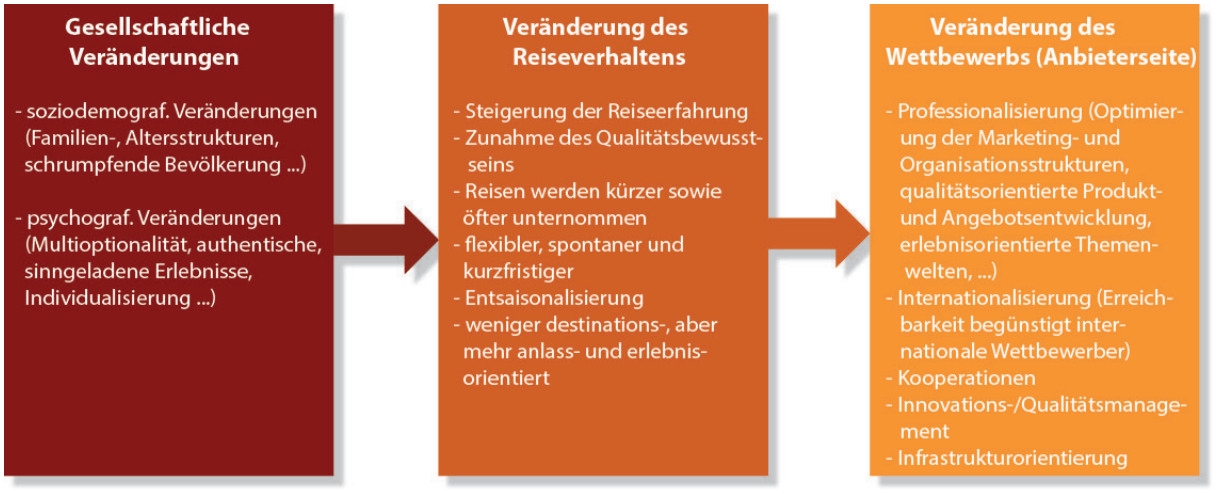
10.1. |Trends im Tourismus

Der Tourismus unterliegt einem stetigen Wandel, daher ist es zunächst wichtig eine Analyse des Tourismusmarktes und einer Prognose über die zukünftige Entwicklung abzugeben. Wer langfristig am Markt bestehen möchte, muss die Veränderungen im Nachfrageverhalten und die aktuellen Trends in seine Entwicklungsprozesse einbeziehen. Die nachfolgende Abbildung illustriert den steten Wandel innerhalb der Tourismusbranche, wobei die auslösenden Momente in den gesellschaftlichen Veränderungen zu sehen sind. Hierbei äußert sich der Wandel einerseits in schleichenden, andererseits in radikalen Veränderungen des Reiseverhaltens seitens der Touristen. Dies führt auf Anbieterseite zu Anpassungs- und Innovationsprozessen.

Signifikante Faktoren sind in diesem Änderungsprozess vor allem soziodemografische Veränderung. Hier sind insbesondere sowohl die Schrumpfung als auch die Alterung der Gesellschaft zu nennen. Psychografische Veränderungen stellen ebenfalls dominierende Faktoren dar. Eine u.a. zunehmende Individualisierung macht es für Tourismusanbieter zusehend schwerer, klar abgrenzbare Zielgruppen zu definieren. Die Touristen von heute suchen verstärkt sinngeladene, für die eigene Persönlichkeit wichtige Erlebnisse. Zudem soll das Urlaubserlebnis zu sozialer, physischer und psychischer Gesundheit beitragen. Weiterhin schreitet die Vernetzung der Gesellschaft durch neue Kommunikations- und Buchungsinstrumente (u.a. mobile Endgeräte) stetig voran.

Die gesellschaftlichen Veränderungen kommen im Wandel des Reiseverhaltens zum Ausdruck. Aufgrund der zunehmenden Mobilisierung steigt die Reiseerfahrung, Ansprüche seitens der Gäste steigern sich und somit auch das Qualitätsbewusstsein. Neben den klassischen Pauschalleistungen erwarten die Gäste zunehmend emotional aufgeladene Erlebnisse. Darüber hin-

GRAFIK 35
Tourismus im Wandel



QUELLE: Project M
DARSTELLUNG: wagner Planungsgesellschaft

GRAFIK 36
Entwicklung der Reisedauer 1980 - 2013

QUELLE: Tourismusanalyse 2014, Stiftung für Zukunftsfragen, Hamburg 2013.

aus verändert sich das Reiseverhalten der Deutschen, die Reisen werden kürzer (siehe Grafik 36).

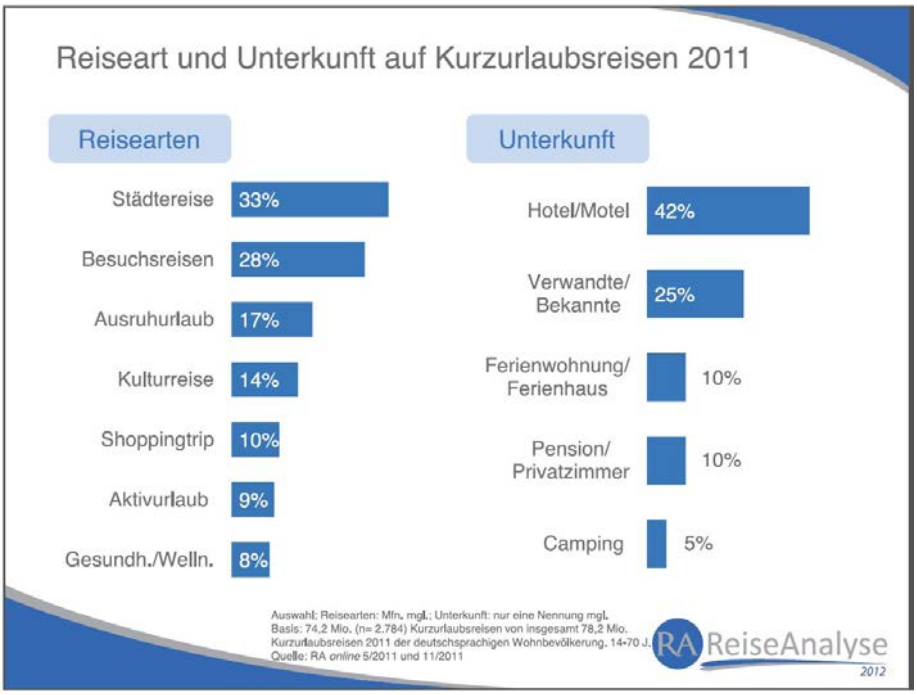
Gleichzeitig steigt die Anzahl der Kurzreisen. Diese sind jedoch abhängig von konjunkturellen Schwankungen. Insbesondere die älteren Zielgruppen verreisen auch außerhalb der Hauptsaison. Dies äußert sich u.a. in der Entzerrung der Saisonalität. Natürlich sind auch hier regionale Unterschiede festzustellen, wie z.B. in Ski- und Küstengebieten. Grafik 37 zeigt das Reiseverhalten auf Kurzurlaubsreisen im Jahr 2011. Insbesondere Städte- und Kulturreisen spielen im Tourismus in Deutschland eine bedeutende Rolle und sind auch für die Stadt Ribnitz-Damgarten von Relevanz.

Dabei stellen die Hotels sowohl bei Kurzurlaubsreisen (< 5 Tage) und Urlaubsreisen (> 5 Tage) die beliebteste Beherbergungsart dar, gefolgt von Ferienhäusern und -wohnungen (siehe Grafik 39). Aufgrund der unter 6.7 genannten Ausführungen stellt sich insbesondere die Beherbergungskategorie „Hotels“ in Ribnitz-Damgarten als defizitär heraus. Zudem wird aus Grafik 38 ersichtlich, dass der PKW bei der Wahl der Verkehrsmittel für die Anreise zum Urlaubsort dominiert. Bus und Bahn spielen in diesem Zusammenhang eine untergeordnete Rolle.

Bezogen auf die Entwicklung der Urlaubsarten gibt Grafik 39 Auskunft. Die Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e.V. (FUR), welche oben bereits als Quelle herangezogen wurde, veröffentlicht jährlich die Reiseanalyse, eine bevölkerungsrepräsentative Befragung zur Erfassung und Beschreibung des Urlaubs- und Reiseverhaltens der Deutschen sowie ihrer Urlaubsmotive und -interessen. Hierbei beschäftigt sich die Untersuchung mit Urlaubsreisen ab fünf Tagen.

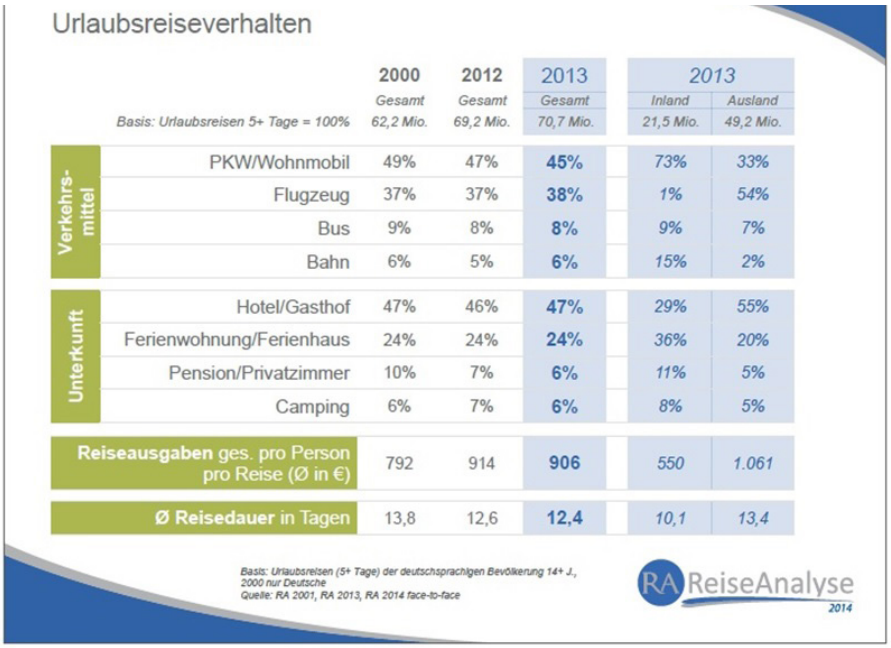
Die wichtigste Urlaubsart der Deutschen war im Jahr 2012 der Strand- und Badeurlaub (22 %), gefolgt von Familienferien (14 %) und Ausruhurlaub (12 %). Für den

GRAFIK 37
Reiseverhalten auf Kurzurlaubsreisen 2011



QUELLE: FUR, RA Reiseanalyse 2012

GRAFIK 38
Urlaubsreiseverhalten 2000, 2012 und 2013



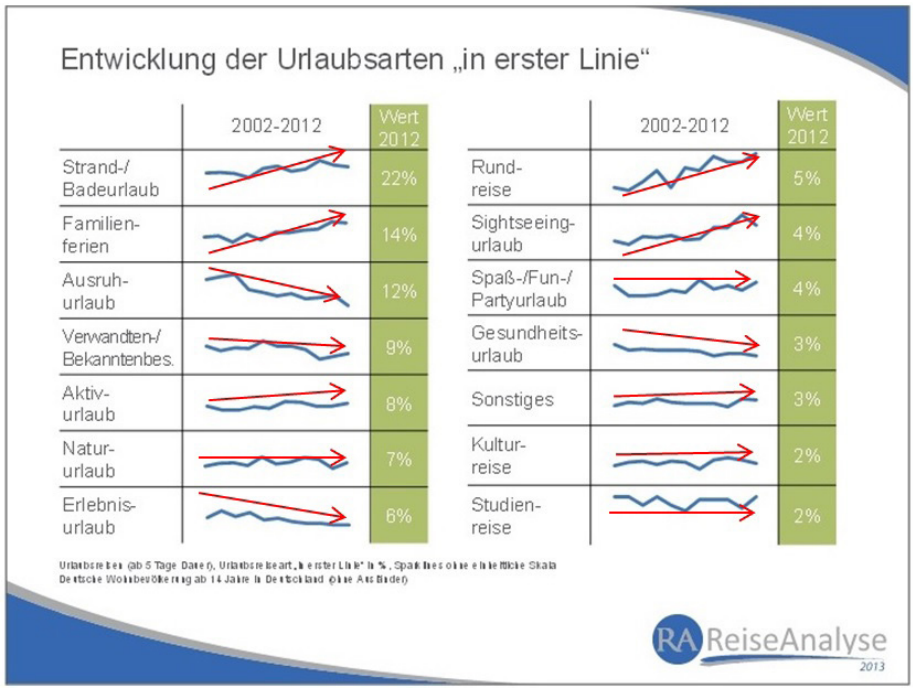
QUELLE: FUR, RA Reiseanalyse 2014

Zeitraum 2002 bis 2012 ist jedoch ein starker Nachfragerückgang in Bezug auf den Ausruhlaub zu konstatieren. Der Strand-/Badeurlaub und die Familienferien verzeichnen dagegen weiterhin Steigerungen bei der Nachfrage. Zudem weisen die „weichen Kultur- und Bildungsangebote“ (Rundreise-, Sightseeing-, Natur- und Erlebnisurlaub) einen deutlichen Aufwärtstrend auf und sind mit 22 % inzwischen stark vertreten. Die „harten Kultur- und Bildungsangebote“ (Kultur-, Studienreise) hingegen stagnieren bei 4 %. Vor diesem Hintergrund lässt sich somit feststellen, dass der Urlauber verstärkt Kultur und Bildung nachfragt, jedoch in einer „urlaubsgerechten Machart“.

Grafik 40 stellt die Befragung von deutschen Urlaubern hinsichtlich ihrer Haupturlaubsmotivation für Sommer- und Winterreisen jeweils für Reisen deutschlandweit und nach Mecklenburg-Vorpommern dar. Demnach sind die sieben meistgenannten Urlaubsarten für Sommerreisen nach M-V der Erholungs-, Bade-, Aktiv-, Radfahr-, Wander-, Kultur- und Gesundheitsurlaub. Für Winterreisen ändern sich die Prioritäten. Der Erholungsurlaub ist auch hier die am häufigsten genannte Urlaubsart, Aktiv- und Wanderurlaub finden sich auch mit Positionen 2 und 3 im Vorderfeld. Jedoch ist der Kultururlaub mit Position 4 im Winterhalbjahr deutlich wichtiger, ebenso die im Sommer weniger wichtigen Angebote Wellnessurlaub und Kulinarische Reise auf den Positionen 5 und 6.

Betrachtet man das Angebot in Ribnitz-Damgarten, so deckt die Stadt während der Sommermonate immerhin sechs der aufgeführten Marktsegmente, davon mit Aktivurlaub, Radfahr- und Wanderurlaub drei der überdurchschnittlich nachgefragten Urlaubsarten, ab. Anders sieht es bei der Nachfrage für Winterreisen aus,

GRAFIK 39
Entwicklung der Urlaubsarten 2002 - 2012



QUELLE: FUR, RA Reiseanalyse 2013

hier werden nur die Kultururlauber sowie Wanderer erreicht. Umso wichtiger ist daher eine Angebotsentwicklung zu nachgefragten speziellen Winterthemen wie Kultururlaub, Wellness und Kulinarische Rundreise. Betrachtet man die Tourismusregion als Ganzes, so besteht in den oben genannten Themenfeldern ein ordentliches und umfassendes Angebot, was aber des weiteren Ausbaus und der weiteren Qualifizierung bedarf. Zur erfolgreichen Gewinnung von Gästen mit winterspezifischen Themen ist daher eine verstärkte Kooperation geboten.

Bezugnehmend auf den Wandel des Reiseverhaltens werden die Reisen verstärkt flexibler, spontaner und kurzfristiger gebucht. Der Gast stellt sich dabei als multioptional dar, welcher sich erst spät für eine Option entscheidet. Dabei korrespondiert dieses Verhalten mit der zunehmenden Bedeutung des Internets (Stichwort mobile Endgeräte) als Buchungs- und Kommunikationsinstrument. In diesen Zusammenhang sind auch soziale Netzwerke sowie Bewertungsportale wie tripadvisor, Facebook oder Yelp zu nennen, die als „positive-word-of-mouth" fungieren, also die Funktion einer vertrauenswürdigen Mundpropaganda innehaben. Der Reisewandel äußert sich weiterhin in der Veränderung von Reisemotiven. Waren früher Destinationen ausschlaggebend für eine Urlaubsreise, so reisen die Touristen von heute zunehmend anlass- und erlebnisorientiert. Kultur, Aktivitäten, Essen oder Entertainment werden als Motive immer wichtiger bei der Reiseentscheidung. Gegenüber starken Destinationsmarken wie bspw. „Sylt" erfahren so genannte Produkt- und Erlebnismarken wie z.B. die „Badische Weinstraße" weiterhin an Bedeutung. Dies kann auch für Ribnitz-Damgarten als Chance gesehen werden.

GRAFIK 40
Gewählte Urlaubsart der Gäste in Deutschland und M-V (Mehrfachnennungen möglich)

besonders relevant für RDG überdurchschnittliche nachgefragte Urlaubsart

Tab. 5: Urlaubsart der Gäste in Deutschland und Mecklenburg-Vorpommern (Mehrfachnennungen; in % der Gäste, Auswahl)

	Deutschland Sommer	MV Sommer	Ranking MV im Sommer	Deutschland Winter	MV Winter	Ranking MV im Winter
Erholungs-Urlaub	48 %	69 %	1.	44 %	79 %	1.
Bade-Urlaub	15 %	40 %	2.	5 %	22 %	8.
Aktiv-Urlaub	22 %	39 %	3.	21 %	51 %	2.
Radfahr-Urlaub	13 %	30 %	4.	5 %	30 %	7.
Wander-Urlaub	16 %	26 %	5.	8 %	49 %	3.
Kultur-Urlaub	24 %	25 %	6.	25 %	47 %	4.
Gesundheits-Urlaub/ Kur	14 %	13 %	7.	17 %	19 %	10.
Rundreise	15 %	12 %	8.	10 %	11 %	11.
Wellness-Urlaub	10 %	11 %	9.	18 %	46 %	5.
Veranstaltung/Event	12 %	11 %	9.	19 %	20 %	9.
Städte-Urlaub	18 %	10 %	11.	23 %	5 %	13.
Wassersport-Urlaub	3 %	7 %	12.	1 %	7 %	12.
Kulinarische Reise	5 %	6 %	13.	7 %	31 %	6.

QUELLE: Sonderauswertung Qualitätsmonitor-Deutschland-Tourismus 2009

Das sich wandelnde Reiseverhalten führt auf der Anbieterseite zu einem Anpassungsdruck. Touristische Leistungsträger, welche weiterhin klassischen Marktbearbeitungsmodellen folgen, werden mittel- bis langfristig im Verdrängungswettbewerb an Bedeutung verlieren. Auf der Anbieterseite zeichnen sich dabei verschiedene Veränderungen ab. Hier ist insbesondere die Professionalisierung des Tourismusgeschäfts zu nennen. Diese kommt u.a. in einer Intensivierung und Optimierung der Marketing- und Organisationsstrukturen oder auch bei zielgruppenspezifischen Produktgestaltungen zum Ausdruck. So werden in der Produktgestaltung Angebote verstärkt erlebnisorientiert sowie flexibel gestaltet, z.B. in Form von Themenwelten (u.a. Radfahren, Bernstein), besondere Infrastruktur (bspw. Familien-, Boutique-Hotels) oder saisonorientiert (Wanderherbst mit Kulturangeboten). Dies kann folglich zu unverwechselbaren Profilen und Alleinstellungsmerkmalen führen. Darüber hinaus münden erhöhte Ansprüche an Angebote sowie an das Marketing zunehmend in Kooperationen. Die nachfolgende Grafik fasst noch einmal wesentliche Erfolgsfaktoren zusammen.

GRAFIK 41
Erfolgsfaktoren im Tourismuswandel

QUELLE: projekt2508
DARSTELLUNG: wagner Planungsgsellschaft

10.2. |Haupt- und Potenzialmärkte nach der Landestourismusstrategie

Die Landestourismuskonzeption benennt für die zukünftige touristische Ausrichtung des Landes insgesamt 7 strategische Haupt- und 6 Entwicklungsmärkte. Nachfolgend werden diese näher erläutert und hinsichtlich deren Relevanz für die Tourismusregion eingeordnet.

10.2.1 |Hauptmärkte

Hauptmärkte sind diejenigen Angebotssegmente, welche bisher die touristische Entwicklung der Gemeinden im Tourismusschwerpunktraum und den hierdurch generierten Umsatz in erheblichem Maße tragen.

|Sommer / Baden

Der Sommer- und Badetourismus ist für Mecklenburg-Vorpommern unangefochten der wichtigste Urlaubsmarkt. Untermauert wird dies durch die Reiseanalyse 2013 der FUR, in der die Urlaubsart „Strand-/Badeurlaub“ im Zeitraum 2002 bis 2012 einen stetig steigenden Nachfragetrend verzeichnet. Mit einer Urlaubsmindestdauer von fünf Tagen verzeichnet der Strand- und Badeurlaub einen Wert von 22 % und ist damit die beliebteste Urlaubsart der Deutschen.

|Wassertourismus

Der Wassertourismus hat sich zwischen 1999 und 2008 laut Fortschreibung Landestourismuskonzeption überdurchschnittlich stark entwickelt. Neben der Ausübung der Wassersportarten wie beispielsweise Kitesurfen, Windsurfen und Segeln gehören zu diesem Segment der Bootstourismus, maritime Veranstaltungen, Fahrgast- und Kreuzschifffahrt.

|Radfahren

Der Radtourismus hat sich in Deutschland in den letzten Jahren zu einem der wichtigsten touristischen Märkte entwickelt. Dies gilt für sämtliche Ausprägungen des Radfahrens vom Radwandern über Mountainbiking bis hin zum Radsport. Diese positive Entwicklung wird durch die Radreiseanalyse 2013 des Allgemeinen Deutschen Fahrrad Clubs (ADFC) bestätigt. Unter den Bundesländern rangiert Mecklenburg-Vorpommern mit 5,2 % der Befragten auf Rang zwei der beliebtesten deutschen Radreisedestinationen knapp hinter Bayern mit 6,7 %. Ein ähnliches Ergebnis verzeichnete die Reiseanalyse 2013 der Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen (FUR), bei der Mecklenburg-Vorpommern ebenfalls Platz zwei hinter Bayern belegt. Hierbei hält das Bundesland an der Ostseeküste einen Marktanteil von 5,5 % aller Urlaubsreisen mit einer Mindestdauer von fünf Tagen. Die Beliebtheit des Radurlaubs zeigt sich auch in den Ergebnissen der Reiseanalyse 2013, in der der Aktivurlaub, welcher mit dem Radtourismus korrespondiert, im Zeitraum 2002 bis 2012 eine Nachfragesteigerung offenbart. Darüber hinaus befindet sich der Ostseeradfernweg, welcher u.a. auch über die Halb-

insel führt, auf Platz fünf der beliebtesten deutschen Radfernwege. Das Thema Radfahren ist aufgrund des attraktiven Landschaftsbildes und des gut ausgebauten Radwegenetzes für die Stadt Ribnitz-Damgarten von Interesse.

|Wandern

Das Wandern hat sich zu einer vielseitigen Freizeitaktivität entwickelt, ist überall möglich und die Nachfrage nach entsprechenden Wanderangeboten hat sich dynamisch entwickelt. Laut der Dokumentation „Zukunftsmarkt Wandern – Erste Ergebnisse der Grundlagenuntersuchung Freizeit- und Urlaubsmarkt Wandern“ vom Deutschen Wanderverband (2010) zeigt sich dies auch im Nachfragevolumen; denn 40 Millionen Personen der deutschen Bevölkerung ab 16 Jahren können zu den Wanderern gezählt werden. Hinsichtlich der Wanderintensität lässt sich im bundesweiten Vergleich ein Nord-Süd-Gefälle erkennen. Von 3.032 Befragten gehen weniger als 34 % der Befragten wandern. In Rheinland-Pfalz sind es hingegen mehr als 60 %. Die Tourismusregion Fischland-Darß-Zingst und südliche Boddenküste ist bisher eine Region mit einer unterdurchschnittlichen Wanderintensität und stellt auch keine eingeführte Wanderdestination dar. Jedoch spricht der attraktive Landschaftsraum zwischen Ostsee und Bodden für die Entwicklungsfähigkeit eines entsprechenden Angebots, ebenso die starke Präsens der Zielgruppe 65+ auf der Halbinsel und deren demographisch bedingter hoher Nachfrageranteil.

|Camping

Mecklenburg-Vorpommern steht deutschlandweit im Campingtourismus an zweiter Stelle. Laut Fortschreibung der Landestourismuskonzeption ist der Campingmarkt von zunehmendem Qualitätsanspruch geprägt. Weitere Potenziale werden im Inland und in den ausländischen TOP-Märkten gesehen. Camping ist zudem eine Möglichkeit auch Gäste mit einem geringeren Budget für die Urlaubsregion zu gewinnen. Mit den beiden Regenbogencamps in der Gemeinde Born, zwei Campingplätzen in der Gemeinde Zingst sowie drei weiteren strandnahen Plätzen in Dierhagen bestehen bezüglich Lage und Infrastruktur attraktive Campingstandorte im Bereich der Halbinsel. Dazu kommen Campingplätze in Graal-Müritz sowie an der südlichen Boddenküste in Fuhlendorf und Pruchten.

|Wellness

Das Tourismussegment Wellness wird oft als Teilsegment des Gesundheitstourismus eingestuft und umfasst die gesamte Bandbreite der Beziehungen und Erscheinungen, die sich aus der Reise und dem Aufenthalt von Personen mit dem Hauptmotiv der Wahrung oder Förderung der Gesundheit und des Wohlbefindens ergeben. Dabei erfolgt der Aufenthalt zumeist in einem spezialisierten Hotel mit einem entsprechenden Angebot und Fachkompetenz. Gesunde Ernährung, Fitness, Körperpflege, Entspannung und geistige Aktivität, aber auch das „Genießen“ bilden die zentralen Elemente des Leistungsangebots „Wellness“. Das Tourismussegment Wellness ist gerade aufgrund der Ansprache außersaisonaler Zielgruppen und des damit verbundenen Potenzials zur Saisonverlängerung von besonderem Interesse.

|Tagestourismus

Die Tagesausflüge stellen für die Stadt Ribnitz-Damgarten ein bedeutendes Standbein dar. Insbesondere während der Saison erfreut sich die Stadt einer hohen Frequentierung. Bestehende Angebote in den Bereichen Sport, Freizeit und Kultur sind als umfangreich zu bewerten. Daneben generieren kulturelle und naturräumliche Sehenswürdigkeiten und Bildungsangebote zusätzliche Tagesgäste unter Urlaubern wie umliegender Wohnbevölkerung gleichermaßen. Um aber auch Tagesgäste außerhalb der Hauptsaison anzuziehen, sind bestehende Angebote zu ergänzen und neue zu kreieren.

10.2.2 |Potenzialmärkte

Neben den etablierten Märkten werden folgenden Märkten als Potenzialmarkten erhebliche Entwicklungschancen zugeordnet.

|Gesundheitstourismus

Die Landestourismuskonzeption betrachtet das Thema Gesundheit als einen Zukunftsmarkt für Mecklenburg-Vorpommern. Die Auswirkungen des demographischen Wandels belasten zunehmend das Gesundheitssystem. So wird dem Einzelnen eine eigenverantwortliche Prävention angeraten, welche nach und nach die klassischen Kurangebote substituieren. Im Rahmen des Gesundheitstourismus kennzeichnet ein spezielles Reisemotiv die Wahl der Destination und des Beherbergungsangebots. Dieses Reisemotiv sieht hauptsächlich die Erhaltung oder Wiederherstellung des psychischen oder physischen Wohlbefindens durch Inanspruchnahme bestimmter gesundheitsbezogener Dienstleistungen vor. Der Gesundheitstourismus stellt hierbei einen Oberbegriff dar, welcher verschiedene Segmente mit gesundheitlicher Ausrichtung subsumiert. Dies sind z.B. der Wellness-, Kurtourismus und Medical Wellness. Aufgrund des vorhanden medizinischen Angebotes und der teilweise auch wetterunabhängigen Sportmöglichkeiten durch mehrere Kliniken, Hotels und private Praxen sowie die hervorragenden klimatischen und landschaftlichen Rahmenbedingungen bestehen insbesondere in den angrenzenden Ostseebädern gute Voraussetzungen für eine weitere Entwicklung dieses Segments, aber auch in der übrigen Tourismusregion bestehen Potenziale insbesondere für naturraumbezogene Angebote. Jedoch ist auch festzuhalten, dass die Ergebnisse der Reiseanalyse 2013 der FUR einen Nachfragerückgang im Segment „Gesundheitsurlaub“ offenbaren.

|Kulturtourismus

Zum Kulturtourismus in MV zählen vielfältige Themen wie Backsteingotik, Schlösser, Parks und Herrenhäuser sowie Städtetourismus, Festspiele und Events. Das Potenzial auf Landesebene ist nach Aussage der Landestourismuskonzeption 2010 noch nicht ausgeschöpft. Dies gilt gleichsam für die Halbinsel und für die Tourismusregion insgesamt. Mit diversen Museen, Kunstausstellungen Konzerten und kulturellen Events, aber auch in Form der historischen Stadt- und Ortskerne, Kirchen und sonstiger kulturhistorisch wertvoller Gebäude besteht bereits ein umfassendes Kulturangebot auf der gesamten Halbinsel und darüber hinaus in der weiteren Tourismusregion, was gute Voraussetzungen für eine

weitere Entwicklung dieses Marktsegments schafft. Hier bildet u.a. auch die Stadt Ribnitz-Damgarten mit seinem umfangreichen Kulturangebot einen Schwerpunkt in der Region. Jedoch bedarf es dazu, wie im Rahmen der Bestandsanalyse bereits dargelegt, einer weiteren qualitativen Angebotsentwicklung, insbesondere einer verstärkten Kooperation der Gemeinden untereinander.

|Reittourismus

Trotz der sich abzeichnenden demografischen Entwicklung sind Pferdesport und Reittourismus in Deutschland Wachstumsmärkte. Die Nachfrage aber auch der Qualitätsanspruch der Kunden steigt kontinuierlich. Laut der Fachstudie „Tourismus rund ums Pferd“ (BTE Hannover 2009) wurden im Jahr 2008 72 % der Reiturlaube von Deutschen in Deutschland selbst gebucht. Insgesamt entfielen auf den Reittourismus in Deutschland damit ca. 7,1 Mio. Übernachtungen. Das theoretische Gästepotenzial beträgt unter Einbeziehung der Reitinteressierten sogar ca. 13,9 Mio. Personen. Aber nur 8% der Reiturlaube im Inland entfielen 2008 auf Zielorte in Mecklenburg-Vorpommern.

Die Aufenthaltsdauer der Reittouristen beträgt im Schnitt 9,4 Tage und liegt damit deutlich über der durchschnittlichen Aufenthaltsdauer aller Touristen in der Tourismusregion. Auch wenn die Nachfrage in den Monaten Juni bis September am größten ist, so zieht sich die Saison immerhin von April bis Oktober, sodass durch die Reittouristik zumindest ein kleiner Beitrag für eine Saisonverlängerung geleistet werden kann. Als wichtige Qualitätsanforderungen im Reiturlaub werden laut o.g. Studie die landschaftliche Umgebung, ein gutes Reitwegenetz, die Qualität des Reitbetriebs sowie das Preis-/Leistungsverhältnis genannt. Beliebteste Unterkunftsart der Reittouristen sind laut Studie Ferienhäuser und -wohnungen gefolgt von Hotels. Dabei werden Unterkünfte direkt auf der Reitanlage klar bevorzugt. Aufgrund der bereits vorhandenen Infrastruktur in Ribnitz-Damgarten und in großen Teilen der übrigen Tourismusregion, der dem Reittourismus entgegenkommenden vielfältigen landschaftlichen Ausstattung sowie möglichen überörtlichen Kooperationen ist der Reittourismus für Ribnitz-Damgarten und die gesamte Region ein interessantes Angebot.

|Golftourismus

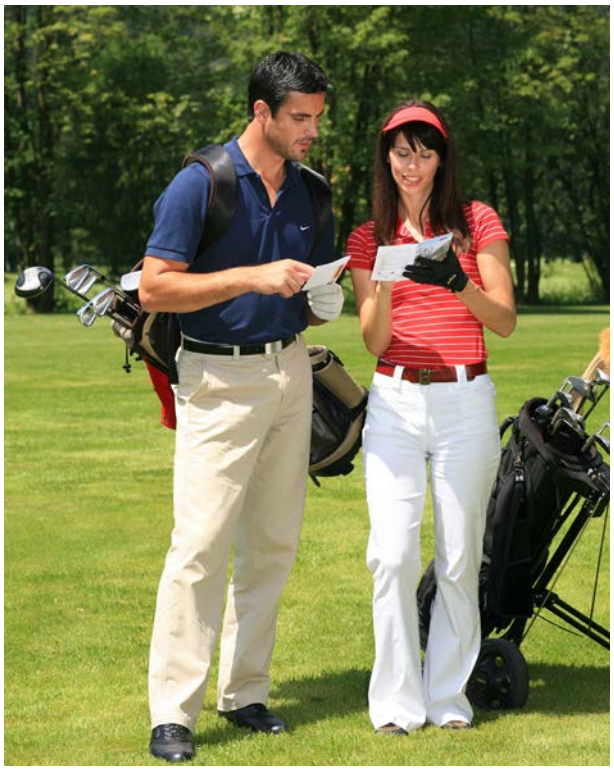
Betrachtet man die Entwicklung der Mitgliedzahlen in den Golfclubs so verzeichnet der Golfsport seit 10 Jahren einen kontinuierlichen Zuwachs. Zwischen 2002 und 2011 wuchs die Zahl der Clubmitglieder um immerhin ca. 100.000 auf 630.000 (Quelle: DGV, 2012). Einschließlich der nicht in Clubs organisierten Personen, die regelmäßig Golf spielen, gibt es deutschlandweit immerhin ca. 2,0 Mio. Golfspieler. Laut aktueller Studien ist zudem der Kreis der Golfinteressierten mit 4,1 bis 11,7 Mio. Personen ab 14 Jahren noch weit größer. Dies führte im Jahr 2008 zu ca. 3,4 Mio. Übernachtungen durch Golftouristen deutschlandweit (Quelle: DGV 2009). Auf Mecklenburg-Vorpommern entfielen davon ca. 380.000 Übernachtungen, das entsprach einem Anteil von ca. 11,2 % am deutschen Gesamtmarkt (Quelle: TV M-V 2008). Für das Jahr 2011 wird laut Golfverband M-V von über 400.000 Übernachtungen durch Golftouristen in M-V ausgegangen. Beachtlich ist, dass in einigen Nachbarländern der Anteil der in Clubs organisierten Golfer weit höher ist als in Deutschland mit 0,79 %. Den höchsten Anteil an Golfern weist hier das Nachbarland Schweden mit 5,79 % der Bevölkerung auf, gefolgt von Dänemark (2,63 %), Norwegen (2,54 %) und den Niederlanden (1,83 %). Bei ohnehin laut Landestourismuskonzeption beabsichtigter stärkerer Ansprache ausländischer Zielgruppen, wobei vorstehende Länder in besonderem Fokus stehen (A-Märkte), ergibt sich hier ein zusätzliches Gästepotenzial.

In Deutschland dauert die Golfsaison laut Umfrage des BTE Hannover von 2004 wetterbedingt etwa von April bis Oktober. Der Anteil der Reisen im übrigen Jahreszeitraum beträgt weit unter 10 %. Die Hauptreisezeiten, insbesondere für Kurzreisen, sind die Monate Mai und Juni bzw. September und Oktober. Damit leistet der

Golftourismus auch in unseren Breiten einen Beitrag zur Saisonverlängerung. Bei den Unterkunftsarten dominierte im Jahr 2004 mit 66,2 % das Hotel, 30 % entfallen auf Häuser direkt an der Golfanlage. Vorgenannte Präferenzen lassen auf einen überdurchschnittlichen Komfort- und Serviceanspruch der Golftouristen schließen. Die in der Umfrage fünf meistgenannten Erwartungen an den Golfurlaub sind entsprechend die reibungslose Abwicklung (91,7 %), schönes Wetter (88,6 %), schöne bzw. landestypische Platzgestaltung (85,8 %), Greenfree-Ermäßigung (85,6 %) sowie viele verschiedene Plätze (73,2 %).

|Landurlaub

Landurlaub und landtouristische Angebote bieten insbesondere für das Binnenland weiteres Entwicklungs- und Profilierungspotenzial. In Ribnitz-Damgarten lassen sich entsprechende Angebote aufgrund der kaum entsprechend vorhandenen Infrastruktur, insbesondere in Form von kleineren familiären landwirtschaftlichen Betrieben, nur bedingt etablieren.



|MICE (Meetings, Incentives, Conventions & Events)

Der Tagungs- und Seminarmarkt sowie eine themenbezogene Profilierung bieten Entwicklungschancen als Nischenmarkt. Das Hauptaugenmerk liegt aber auf Incentives und Events. Ein großer Nachteil für Mecklenburg-Vorpommern und verstärkt noch für die Tourismusregion Fischland-Darß-Zingst sowie südliche Boddenküste ist aber die große Entfernung zu den großen Wirtschaftsräumen und die stark eingeschränkte Anbindung per Bahn und Flugzeug.

10.3. |Zielgruppen nach der Landestourismusstrategie

Nachfolgende Haupt- und potenzielle Zielgruppen werden laut Fortschreibung der Landestourismuskonzeption für Mecklenburg-Vorpommern gesehen. Sie sind nachfolgend kurz erläutert.

10.3.1 |Hauptzielgruppen

|Best Ager

Die Zielgruppe der „Best Ager“ (60+) ist das Gästepotenzial mit den größten Wachstumsaussichten. Diese Zielgruppe ist äußerst reiseerfahren, umsatzstark und folglich anspruchsvoll. Diese noch sehr aktive Gruppe orientiert sich aber stark in Richtung ausländische Ziele. Um sie für das Inland zurückzugewinnen sind verstärkte Marketinganstrengungen, ein attraktives zielgruppenorientiertes Angebot und ein hohes Qualitätsniveau erforderlich. Lokalkultur, Wandern sowie Erholungs- und Gesundheitsangebote sind für sie ein relevantes Angebot.

|Familie mit Kindern

Die Familien mit Kindern sind die klassische Hauptzielgruppe für den allgemeinen Urlaubstourismus. Durch

den demographischen Wandel verändern sich jedoch ihre Strukturen und die klassische Familie wird es in Zukunft immer seltener geben. In Zukunft werden unterschiedliche familiäre Strukturen wie Einkind-Familien, Alleinerziehende mit Kind, Patchwork-Familien aber auch Großeltern mit ihren Enkeln verstärkt auf dem Urlaubsmarkt auftreten. Die Reiseanalyse 2013 der FUR zeigt, dass Familienferien die zweitwichtigste Urlaubsart der Deutschen und im Zeitraum 2002 bis 2012 eine starke Nachfragesteigerung zu verzeichnen ist. Hinsichtlich der Ansprache dieser Zielgruppe ist die Halbinsel sowie südliche Boddenküste traditionell gut positioniert.

|Erwachsene Paare

Erwachsene Paare wissen genau, was ihnen gut tut und planen dementsprechend ihre Urlaube. Hochwertige Angebote, Komfort, Aktivität und Kulinarik stehen bei dieser Zielgruppe im Vordergrund.

10.3.2 |Mögliche ergänzende Zielgruppen

|Junge Erwachsene

Die Zielgruppe der „jungen Erwachsenen“ kann als erlebnis-, budgetorientiert und pragmatisch beschrieben werden. Darüber hinaus suchen sie Spaß, Abenteuer und Genuss. Ihr Lebensstil ist von aktuellen Trends geprägt und Informationstechnologien sind Teil ihres Lebens. Sie bilden die Hauptzielgruppe von morgen. Somit stellt eine gezielte Ansprache dieser Zielgruppe eine Investition in die Zukunft dar. Mit den Surfschulen und dem weiteren breiten Wassersportangebot bestehen auf der Halbinsel und im Bereich der weiteren Tourismusregion bereits Ansätze zur Ansprache der jungen Erwachsenen. Chancen zur Gewinnung dieser Zielgruppen bestehen in einer gezielten auf diese Zielgruppe ausgerichteten Angebotsentwicklung und -erweiterung vorrangig in den Bereichen Sport und Freizeit aber auch in den Bereichen Kultur und Bildung.

|Jugendliche

Die Zielgruppe der Jugendlichen wird zwar aufgrund des demographischen Wandels unausweichlich weiter schrumpfen. Jedoch ist diese Zielgruppe aufgrund zunehmender finanzieller Ausstattung und einem weiterhin bestehenden Trend, ohne die Eltern zu verreisen, dennoch wirtschaftlich interessant. Zudem stellen die Jugendlichen von heute Hauptzielgruppen von morgen dar. Insbesondere die Themen Sommer/Baden sowie wasserbezogene Funsportarten bieten sich als Themen für die Zielgruppenbezogene Angebotsentwicklung an. Aber auch zielgruppengerechte Angebote im Bereich Kultur und Umweltbildung insbesondere im Rahmen von Tagesausflügen sind geeignet.

10.4. |Zielgruppen der an der mecklenburgischen Ostseeküste

Die nachfolgende Grafik zeigt definierte Zielgruppen und deren Zielurlaubsdestinationen in Deutschland im Jahr 2012. Dabei wird klar ersichtlich, dass insbesondere Familien mit Kindern gefolgt von den Paaren an der Ostseeküste von Mecklenburg-Vorpommern deutlich überrepräsentiert sind. Das Gros der Übernachtungen zählen über das Jahr verteilt die Monate Juli und August. Hier macht die größte Nachfragegruppe, die Familien mit Kindern, Urlaub. Davon profitieren in der Regel insbesondere die Ostseebäder der Ostseeküste am stärksten. Im Vergleich zur Ostseeküste in Schleswig-Holstein sind hingegen Jugendliche an der Ostseeküste in Mecklenburg-Vorpommern sichtbar weniger vertreten.

GRAFIK 42
Zielgruppen und Zielurlaubsregionen in Deutschland 2012

	Gesamtbevölkerung	Jugendliche	Junge Erwachsene	Singles	Paare	Familien mit Kindern	Jungsenioren	Ruheständler		Reisende 2011 gesamt
Deutschland gesamt	**37,4**	32,5	24,1	31,6	36,0	38,5	40,4	46,8		37,1
Bayern	**8,6**	6,5	4,7	3,2	7,6	5,4	9,6	16,1		9,0
Ostseeküste in MV	**5,6**	1,7	5,1	5,5	6,6	7,6	5,3	4,9		4,6
Nordseeküste in SH	**3,6**	4,8	4,0	3,9	1,7	5,0	3,8	2,3		3,1
Baden-Württemberg	**3,3**	3,8	0,5	3,3	3,4	4,2	3,8	3,6		3,5
Ostseeküste in SH	**3,0**	5,7	3,5	2,6	3,4	3,4	2,9	1,3		3,1
Nordseeküste Niedersachsen	**2,0**	2,0	0,4	1,8	1,5	1,9	2,6	3,0		2,6
Binnenland und Seenplatte MV	**1,5**	1,0	1,0	0,0	1,7	1,7	1,4	2,4		2,2
Binnenland Niedersachsen	**1,3**	2,0	0,4	0,0	1,1	1,4	1,1	2,4		1,2
Berlin	**1,2**	1,1	1,1	2,9	0,3	1,7	1,7	0,3		1,3
Sachsen, Sachsen-Anhalt	**1,1**	0,0	0,4	0,9	1,6	0,5	2,6	0,6		1,3
Nordrhein-Westfalen	**1,0**	0,7	0,6	1,1	1,0	1,2	0,8	1,6		1,0
Sonstige	**4,9**	3,2	2,5	6,4	6,2	4,3	4,7	8,3		–

QUELLE: Tourismusanalyse 2013, Stiftung für Zukunftsfrage, Hamburg 2013

III.| SWOT- ANALYSE

1. | SWOT-Analyse

Die SWOT-Analyse (Strength, Weakness, Opportunities, Threats = Stärken, Schwächen, Chancen, Risiken) zeigt in Zusammenfassung vorgehender Bestandsanalyse die Stärken und die Schwachpunkte der Stadt Ribnitz-Damgarten hinsichtlich deren Funktion als Tourismusort und als möglichen Erholungsort auf. Im Rahmen der Chancen- und Risikeneinschätzung findet zudem nicht nur die aktuelle Situation Berücksichtigung, sondern mögliche zukünftige Entwicklungen sowohl positiver als auch negativer Ausprägung fließen in die Gesamtbetrachtung mit ein. Zukünftige Entwicklungen werden unter Berücksichtigung von absehbaren Tourismustrends sowie aufgrund bereits angeschobener Projekte und sonstiger Vorhaben eingeschätzt.

TAEBELLE 10

SWOT-Darstellung

Stärken	Schwächen
• attraktives Orts- und Landschaftsbild (zwei Häfen, sanierte Stadtkerne, Bodden mit Schilfbereichen, hügliges Grünland); ursprünglicher Kleinstadtcharakter weitgehend erhalten • unmittelbare Lage am Saaler Bodden/Ribnitzer See • Vielzahl gut bis sehr gut erhaltener historischer Bausubstanz, insbesondere am Marktplatz • breites Kulturangebot, insbesondere Museen (u.a. Bernsteinmuseum, Freilichtmuseum, Naturschatzkammer) • hoher Bekanntheitsgrad des Deutschen Bernsteinmuseums • etabliertes Markenprofil „Bernsteinstadt Ribnitz-Damgarten“ • breites Freizeit- und Sportangebot (u.a. Bodden-Therme, Körks Strandarena, Reiten) • wasserorientiertes touristisches Angebot (Hafen, Fahrgastschifffahrt, Bootsverleih) • attraktives Waren- und Dienstleistungsangebot des täglichen und des aperiodischen Bedarfs • gut ausgebaute und attraktiv geführte Rad- und Wanderwege in der Umgebung • gut Erreichbarkeit per Pkw und Bahn	• zu wenig Beherbergungseinrichtungen mit klarem Angebots- und Zielgruppenprofil • Fehlen eines hochwertigen Hotels • stark ausgeprägte Saisonalität • Stadteingänge durch Gewerbegebiete negativ beeinflusst • Gastronomieangebot in Teilen ausbaufähig • Brachgelände des ehemaligen Bestwood-Werks hemmt touristische Entwicklung entlang des Boddens

Stärken	Schwächen
• gute Anbindung an die Seebäder der Halbinsel FDZ • Ausgangspunkt für Ausflüge, z.B. nach Rostock, Stralsund, Rügen, FDZ, GM oder Recknitztal	
Chancen	**Risiken**
• Entwicklung des westlichen Ribnitzer Hafenbereichs • Bau eines hochwertigen Hotels in Hafennähe • Haus des Gastes ermöglicht neue Positionierung im kulturtouristischen Bereich • Vorhaben Pütnitz schafft neue Wertschöpfung sowie Arbeitsplätze • Vorhaben Pütnitz mit erheblich positiven Auswirkungen auf das innerstädtische Kultur-, Gastronomie- und Warenangebot • Entwicklung Fahrgastschifffahrt im Damgartener Hafen • Aus-/Aufbau eines hochwertigen Kultur- und Veranstaltungsangebot • verstärkte Kooperation der Stadt RDG mit den Gemeinden der Halbinsel Fischland-Darß-Zingst, insbesondere mit Dierhagen und Graal-Müritz	• Verpassen von Markttrends • Abwanderungsgefahr der 15 bis 24-Jährigen • (Akzeptanz) touristisches Großvorhaben Pütnitz • Vorhaben Pütnitz könnte sich auf die (weitere) Zusammenarbeit mit den Partnern in der Region negativ auswirken • Rentabilität Haus des Gastes (Kultur-/Gesamtbetrieb)

QUELLE: wagner Planungsgesellschaft, Stand 2015

IV. | ZIEL- UND LEITBILDENTWICKLUNG

Nachfolgende Strategie- und Leitbildentwicklung baut auf bereits vorliegenden Gutachten und konzeptionellen Überlegungen auf.

Dazu zählt die seinerzeitige Tourismusstrategie „Einbindung der Bernsteinstadt Ribnitz-Damgarten in die gemeindeübergreifende Tourismusentwicklung der Region Fischland-Darß-Zingst“ vom September 2005. Diese Strategie sieht die Weiterentwicklung des Themas Bernsteinstadt im Bereich „Bildung und Wissen“ vor. Unter Nutzung der Wissenspotenziale der Museen und Ausstellungen (inkl. Technikmuseum Pütnitz) sollte in erlebnisbetonter und moderner Art für unterschiedliche Zielgruppen wie Kinder, Jugendliche, junge Familien und ältere Menschen eine „Urlaubs-Lern-Erlebniswelt“ geschaffen werden. Dezentral kann der Besucher an mehreren Standorten von Ribnitz-Damgarten die Region mit ihren landschaftlichen Reizen erschließen und sein Wissen lebendig und lehrreich erweitern.

Die seitens des Landes Mecklenburg-Vorpommern vorgegebenen Zielstellungen zur landesweiten Tourismusentwicklung fließen ebenfalls nachfolgend mit ein.

Weiterhin gilt es die thematische Ausrichtung als Bernsteinstadt aufzugreifen und mit Leben zu erfüllen. Auch wenn der Prozess der Markenbildung bestenfalls angelaufen ist, so verbindet doch der Großteil der Gäste, wie u. a. die durchgeführte Befragung zeigt, die Stadt Ribnitz-Damgarten mit dem Thema Bernstein. Der direkte Bezug durch Aufgreifen des Themas in Architektur, Stadtgestaltung, in Design von Veranstaltungen sowie im Rahmen des gesamten Öffentlichkeitsauftritts (Stichwort Corporate Identity) bietet sicherlich noch Entwicklungspotenzial, was es zu nutzen gilt. Entscheidend ist aber die Nutzung des Bernsteinthemas bzw. dessen Übertragung auf Erlebniswelten, die auch ein breiteres Publikum ansprechen. Der Begriff Bernstein sollte dabei nicht nur im engeren Sinne verstanden werden. Bernstein sollte vielmehr für edlen Schmuck allgemein sowie darüber hinaus für Mode und Lebenskultur stehen, aber auch für interessante historische Dimensionen sowie für naturwissenschaftliche Themen (Erdzeitalter der Bernsteinentstehung, Inklusen usw.). Gerade letztere Transformation ist im Hinblick auf die Ansprache von jüngeren Gästegruppen und hier insbesondere der naturwissenschaftlich-technisch allgemein interessierten männlichen Jugendlichen besonders chancenreich.

Gleichfalls gilt es, die im Jahr 2012 erfolgte Prädikatisierung zum „staatlich anerkannten Erholungsort“ im Rahmen der zukünftigen Tourismusentwicklung stärker in den Fokus zu stellen. Dem Gütesiegel sollte eine gezielte Angebotsentwicklung im Bereich aktive Erholung, Entspannung, Genuss Wohlbefinden und auch Gesundheit erfolgen. Auch wenn sich die benachbarten Ostseebäder bereits stark im Bereich Wellness und Gesundheit aufgestellt haben, so lassen sich auf diesem weiterhin wachsenden Markt noch Handlungsfelder finden.

Maßgeblich für die nachfolgend dargestellte Strategie- und Konzeptentwicklung sind jedoch die gemeinsam mit touristischen Akteuren aus der Bernsteinstadt und der Region im Rahmen der drei durchgeführten Workshops erarbeiteten Ergebnisse.

Weiterhin fließen die Ergebnisse aus den Arbeitsgruppensitzungen mit dem Auftraggeber sowie aus den mit mehreren Touristikern geführten strukturierten Experteninterviews in die Tourismuskonzeption mit ein.

1. | Haupt-, Ergänzungs- und Potenzialmärkte

Im Ergebnis des Expertenworkshops mit den örtlichen Touristikern werden nachfolgende in der Landestourismuskonzeption aufgeführten Haupt- und Potenzialmärkte als Märkte für den staatlich anerkannten Erholungsort Ribnitz-Damgarten gesehen

| Sommer / Baden

Ribnitz-Damgarten bietet aufgrund der natürlichen Lage abseits der Ostseeküstenlinie am Boddengewässer mit einer nur bedingt guten Badewasserqualität und einer gering ausgeprägten Badeinfrastruktur (Badestelle Langendamm, Bernsteinsee) kaum über wesentliche Voraussetzungen, um den Markt Baden / Sommer zu bedienen. Die Ostsee ist zwar durch das Radwegenetz sowie über die L 21 und L 22 gut zu erreichen, dennoch wird das Thema Baden / Sommer bei der Entscheidung für Ribnitz-Damgarten nur eine untergeordnete Rolle spielen. Vor diesem Hintergrund wird der Markt Baden / Sommer als ergänzendes Angebot eingestuft.

| Wasser

Der wasserbezogene Tourismus ist in der Bernsteinstadt mit Ausflugsschifffahrt und einem limitierten Wassersportangebot nur begrenzt ausgeprägt. Zudem hält der örtliche Segelverein kein wesentliches touristisch nutzbares Angebot vor. Ein Angebot mit von regionaler Alleinstellung ist allerdings die Wasserskianlage am Bernsteinsee. Sowohl aufgrund des attraktiv und besucherfreundlich gestalteten Hafens in Ribnitz als auch des kleineren Hafens in Damgarten und ihrer Atmosphäre

GRAFIK 43
Haupt-, Potenzial- und Ergänzungsmärkte sowie Relevanz für Ribnitz-Damgarten

Markt	Kurzcharakteristik	Einordnung
Sommer / Baden	▪ kein Strand ▪ Badestelle Langendamm, Bernsteinsee ▪ Nähe zu den Ostseebädern Dierhagen und Graal-Müritz	Ergänzungsangebot
Wasser	▪ Häfen ▪ Ausflugsschifffahrt ▪ begrenztes Wassersportangebot ▪ Ausbau maritime Veranstaltungen ▪ keine Segelschule	Potenzialmarkt
Radfahren	▪ attraktiver Landschaftsraum ▪ gut ausgebautes Radwegenetz ▪ hohe Nachfrage ▪ guter Ausgangspunkt für Radtouren entlang der südl. Boddenküste, Richtung FDZ und Graal-Müritz	Hauptmarkt

QUELLE: Fortschreibung Landestourismuskonzeption MV 2010, Eigene Erhebung
DARSTELLUNG: wagner Planungsgesellschaft

sowie angesichts bereits in der Vergangenheit durchgeführter Segelveranstaltungen (IDJM + IDJüM, Bernsteinpokal) sowie weiteren Events mit maritimen Charakter (z.B. Hafenfest) verfügt Ribnitz-Damgarten über weitere Entwicklungsmöglichkeiten. Ebenso erscheint aufgrund bestehender Infrastruktur die Einrichtung eines segeltouristischen und in Kooperation mit den Nachbarn auch eines surftouristischen Angebots machbar. Vor diesem Hintergrund wird der Wassertourismus für die Stadt als Potenzialmarkt gesehen.

| Radfahren

Hinsichtlich des Radtourismus zeichnet sich das Gemeindegebiet Ribnitz-Damgarten durch ein umfassendes Radwegenetz, ein attraktives die aktive Erholung förderndes Landschaftsbild sowie gut per Rad erreichbare naturräumliche und kulturelle Sehenswürdigkeiten aus. Das Radwegenetz ist in weiten Teilen gut ausgebaut, jedoch gibt es Ausbaubedarf einiger Abschnitte wie z.B. in Richtung Freudenberg. Die Radfahrer sind unter den Touristen bereits heute sehr stark vertreten, wobei Tagestouren von einer festen Unterkunft aus die Regel sind. Dabei bilden eindeutig die dauerhaften Übernachtungsgäste, welche Ribnitz-Damgarten als Ausgangspunkt für Tagestouren nutzen, den Schwerpunkt. Beim Großteil dieser Gäste steht auch das Urlaubsmotiv Radfahren nicht allein, ist aber immer ein wesentlicher Bestandteil des Urlaubprogramms. Bei den Familien in der Saison ist es meistens mit dem Motiv Baden und Strand, bei den Paaren und Best Agern häufig mit anderen Sportarten sowie Wellness und Gesundheit oder

GRAFIK 44
Haupt-, Potenzial- und Ergänzungsmärkte sowie Relevanz für Ribnitz-Damgarten

Markt	Kurzcharakteristik	Einordnung
Wandern	▪ attraktive Landschaft ▪ keine eingeführte Wanderdestination ▪ Landschaftsprofil entspricht nicht der gängigen Erwartungshaltung	**Potenzialmarkt** (insbesondere Zielgruppe 65+)
Camping	▪ bisher nur Wohnmobilplatz gegeben ▪ möglicher Standort Bernsteinsee ▪ gute Lage, Erreichbarkeit und Wahrnehmbarkeit (Kurzzeitnutzen) ▪ geringe Auslastung ostseeferne Plätze	**ggf. Potenzialmarkt** (bei Realisierung Campingplatz)
Wellness	▪ angenehmes & geeignetes Ambiente ▪ Angebotsvielfalt noch nicht ausreichend ▪ erforderliche Zielgruppen sind in RDG bereits vertreten ▪ kaum zielgruppenorientiertes Angebot	**ggf. Ergänzungsangebot** (an mgl. neues Hotel gebunden)

QUELLE: Fortschreibung Landestourismuskonzeption MV 2010, Eigene Erhebung
DARSTELLUNG: wagner Planungsgesellschaft

Kultur verbunden. Vor diesem Hintergrund wird das Radfahren als bestehender Hauptmarkt eingestuft.

| Wandern

Ribnitz-Damgarten stellt keine eingeführte Wanderdestination dar und entspricht hinsichtlich des Landschaftsprofils nicht der typischen Erwartungshaltung von Wanderern. Jedoch ist die Bernsteinstadt in einen attraktiven Landschaftsraum zwischen Ostsee, Bodden und Küstenvorland eingebettet. Der Stadtforst mit dem Revierteil Neuheide am südlichen Rande des Fischlandes, die Boddenküste u.a. vom Pütnitzer Holz bis nach Langendamm sowie der Abschnitt entlang der Recknitz/Unteres Recknitztal bieten attraktive Landschaftskulissen. Zudem offeriert das Infozentrum Wald und Moor geführte Wanderungen für Interessierte. Kooperationen bestehen in diesem Zusammenhang mit der Kur- und Tourist GmbH Graal-Müritz sowie mit dem Strandhotel Dünenmeer im Ostseebad Dierhagen. Entsprechend wird das Wandern als Potenzialmarkt gesehen, insbesondere für die Zielgruppe 65 +.

| Camping

Das Tourismussegment Camping wird im staatlich anerkannten Erholungsort Ribnitz-Damgarten lediglich durch einen Wohnmobilstellplatz bedient. Jedoch besteht mit dem Areal am Bernsteinsee ein von Lage und naturräumlicher Ausstattung geeigneter und raumordnerisch abgesicherter Standort für die Realisierung eines Campingangebots (siehe Bewertung in Vorbereitung befindlicher Projekte). Aufgrund dessen wird das Camping ggf. als Potenzialmarkt eingestuft.

| Wellness

Im Tourismussegment Wellness ist Ribnitz-Damgarten aufgrund des Angebots seitens der Bodden-Therme sowie dem geeigneten und angenehmen stadträumlichem und landschaftlichem Ambiente bereits ansatzweise aufgestellt. Zudem sind die erforderlichen Zielgruppen zumindest in begrenztem Umfang bereits vertreten. Jedoch besteht in diesem Angebotssegment ein noch in quantitativer Hinsicht eingeschränktes Angebot. Infolgedessen wird das Segment Wellness ggf. als Ergänzungsangebot eingestuft. Dies erfordert allerdings einen weiteren konsequenten Ausbau des Angebots, bspw. in Form einer Anbindung an ein mögliches Hotelprojekt mit Ganzjahresbetrieb und mit entsprechender Angebotsausrichtung.

| Tagesausflüge

Mit attraktiven Freizeitangeboten, wie dem Deutschen Bernsteinmuseum, der Bernstein-Schaumanufaktur, Objekten der Backsteingotik (Kloster Ribnitz, Stadtkirche St. Marien, St. Bartholomäus-Kirche, Rostocker Tor), einem erlebbaren mittelalterlichen Stadtkern, dem Freilichtmuseum Klockenhagen, dem Technikmuseum Pütnitz, der Galerie im Kloster, der Naturschatzkammer, dem Infozentrum Wald und Moor, sanierten Häfen, der Ausflugsschifffahrt sowie geführten Wanderungen, verfügt Ribnitz-Damgarten über eine Vielzahl an tagestouristischen Anziehungspunkten. Im Sommer stattfindende Veranstaltungen wie bspw. das Hafen-, Bernsteinfest oder Folkloretanzfestival sprechen ebenfalls Tagesgäste in größerem Umfang an. Zudem weist Ribnitz-Damgarten mit mehreren Restaurants, Stellplätzen sowie Bus-, Bahn- und Fährverbindungen mit Fahrradmitnahme eine für den Tagestourismus relevante Infrastruktur auf. Vor diesem Hintergrund wird der Tagestourismus als Hauptmarkt betrachtet, mit der Zielstellung des zukünftig verstärkten Ausbaus eines hochwertigen Kulturangebots.

| Gesundheit

Ein spezielles gesundheitstouristisches Angebot besteht in Ribnitz-Damgarten bisher nicht. Zwar bieten Bodden-Therme und einige andere Anbieter einzelne gesundheitstouristische Bausteine, jedoch ergibt dies bisher kein vermarktungsfähiges Gesamtangebot. Dagegen besteht ein umfassendes allgemeines medizi-

nisches und physiotherapeutisches Angebot. Zudem verfügt Ribnitz-Damgarten mit einer attraktiven, vielfältigen Landschaft und einem geeigneten Klima über entsprechende natürliche Voraussetzungen für den Gesundheitstourismus. Andererseits besteht derzeitig ein zu geringes zielgruppenorientiertes gesundheitstouristisches Beherbergungsangebot. Aufgrund der bisher nur sehr eingeschränkt vorhandenen Voraussetzungen wird es schwierig sein, hier einen neuen Angebotsschwerpunkt zu schaffen. Der Gesundheitstourismus wird daher als mögliches Ergänzungsanbot in begrenztem Rahmen eingestuft.

|Kultur

Im Kulturtourismus ist Ribnitz-Damgarten bereits ordentlich aufgestellt. Das derzeitig breite kulturtouristische Angebot ergibt sich insbesondere aus der Vielzahl an bestehenden Museen und Ausstellungen sowie Festivitäten. Die Angebote und Ausstellungen der bestehenden Einrichtungen sowie die Veranstaltungen sind jedoch qualitativ weiterzuentwickeln und thematisch stärker auszurichten; nur so kann größere touristische Anziehungskraft generiert werden. Darüber hinaus mangelt es der Bernsteinstadt an einem größeren wetterunabhängigen Veranstaltungsort. Zudem ist im Hinblick auf die Zielgruppe der Kulturtouristen, bei denen die Gruppe der Best Ager sowie der anspruchsvollen Gäste überhaupt stark vertreten ist, das Beherbergungsangebot im Bereich der Hotellerie verbesserungsbedürftig. Vor diesem Hintergrund wird der Kulturtourismus in Ribnitz-Damgarten als Potenzialmarkt eingestuft.

| Reiten

Ribnitz-Damgarten verfügt mit der Reitanlage Bernsteinreiter Hirschburg einschließlich Reithalle, weitläufi-

GRAFIK 45
Haupt-, Potenzial- und Ergänzungsmärkte sowie Relevanz für Ribnitz-Damgarten

Markt	Kurzcharakteristik	Einordnung
Tagesausflüge	▪ breites Kulturangebot (Museen, Ausstellungen, Events in der Saison, u.a.) ▪ überwiegend attraktiver durch Bewegungssportarten nutzbarer Landschaftsraum ▪ Vorhandensein einer entsprechenden Infrastruktur (Gastronomie, Parkplätze etc.) ▪ Events teilweise neuorientierungsbedürftig	**Hauptmarkt** (weiterer Ausbau möglich!)
Gesundheit	▪ breites Sportangebot ▪ kaum spezielles gesundheitstouristisches Angebot ▪ zu geringes Zielgruppenorientiertes Beherbergungsangebot	**ggf. Ergänzungsangebot** (Entwickl. zielgruppenorientierte Beherbergung)
Kultur	▪ breites Kulturangebot (Museen, Ausstellungen, Festivitäten, Bildungsangebote) ▪ Eventangebot teilweise qualifizierungsbedürftig ▪ kein wetterunabhängiger größerer Veranstaltungsort	**Potenzialmarkt**

QUELLE: Fortschreibung Landestourismuskonzeption MV 2010, Eigene Erhebung
DARSTELLUNG: wagner Planungsgesellschaft

gen Koppeln etc. über ein umfassendes reittouristisches Angebot sowie eine für diese Zielgruppe geeignete Beherbergung. Mit den bestehenden Reitwegen im Stadtforst und den Ausläufern der Rostocker Heide sowie der Möglichkeit des Strandreitens verfügt Ribnitz-Damgarten über attraktive Optionen für Ausritte. Das Reitangebot harmoniert gut mit den sonstigen auf Familien mit Kindern und auch auf Jugendliche und junge Erwachsene abgestimmten Sport- und Freizeitangeboten. Dennoch ist das reittouristische Angebot einschließlich angeschlossener Beherbergung bisher quantitativ begrenzt. Beim weiteren Ausbau ergeben sich Chancen auch einer verstärkten Kooperation mit dem angrenzenden Ostseebad Dierhagen. Entsprechend wird der Reittourismus als Potenzialmarkt betrachtet.

| Golfen

Mit der Golfanlage „Zum Fischland“ besteht in Ribnitz-Damgarten ein beschränktes golftouristisches Angebot. Allerdings sind diesem weder eine Beherbergungs- noch eine Gastronomieeinrichtung angeschlossen. Des Weiteren ist die Anlage aufgrund von lediglich neun Spielbahnen und dem eher unspektakulären Geländeprofil nur bedingt touristisch attraktiv. Darüber hinaus besteht auf Fischland-Darß-Zingst sowie im angrenzenden Bereich der Tourismusregion keine weitere Golfanlage; allerdings bestehen Planungen für größere Golfresorts im Bereich des Projekts „Landschaftspark am Bodden“ auf der Halbinsel Pütnitz sowie bei Barth. Bei Umsetzung dieser Anlagen könnte in Kooperation mit der bereits bestehenden Anlage in Kaschow südöstlich von Grimmen sowie der auf Rügen bestehenden Golfanlage eine kleine golftouristische Destination ge-

GRAFIK 46
Haupt-, Potenzial- und Ergänzungsmärkte sowie Relevanz für Ribnitz-Damgarten

Markt	Kurzcharakteristik	Einordnung
Reiten	▪ Grundausstattung reittouristischer Infrastruktur inkl. Reithalle ▪ attraktives Reitwegenetz ▪ Angebot quantitativ ausbaufähig	**Potenzialmarkt**
Golfen	▪ kleine 9-Loch-Golfanlage ▪ ungeeignetes Geländeprofil ▪ keine größere Anlage in der gesamten Tourismusregion vorhanden oder in Realisierungsreichweite	**ggf. Potenzialmarkt**
Landurlaub	▪ Beherbergungsangebot der reittouristischen Einrichtung in Hirschburg	**ggf. Ergänzungsangebot**
Tagungen, Kongresse	▪ keine geeigneten Beherbergungskapazitäten ▪ geeignetes Ambiente ▪ gute Erreichbarkeit	**ggf. Ergänzungsangebot** (bei Realisierung „Landschaftspark am Bodden“

QUELLE: Fortschreibung Landestourismuskonzeption MV 2010, Eigene Erhebung
DARSTELLUNG: wagner Planungsgesellschaft

schaffen werden. Zudem dürfte das Golfspielerpotenzial unter den überdurchschnittlich situierten Gästen auf der Halbinsel Fischland-Darß-Zingst groß sein; das belegen auch die Einschätzungen des Landesgolfverbands M-V und einige Hotelbetreiber. Infolgedessen wird der Golftourismus als Potenzialmarkt eingestuft, insbesondere bei Umsetzung des Projekts „Landschaftspark am Bodden".

| Landurlaub

Für den klassischen Urlaub auf dem Bauernhof fehlen Ribnitz-Damgarten weitestgehend die entsprechenden infrastrukturellen Voraussetzungen. Ausnahme bilden hier lediglich der Reiterhof Bernsteinreiter Hirschburg bzw. Pferde-Ferien Hirschburg mit einem geeignetem Ambiente (Pferde, Streichelzoo etc.) sowie einem zugehörigem familienorientiertem Beherbergungsangebot. Vor diesem Hintergrund wird der Landurlaub für Ribnitz-Damgarten ggf. als Ergänzungsmarkt betrachtet.

| Tagungen / Kongresse

Der touristische Markt der Tagungen und Kongresse stellt für Ribnitz-Damgarten trotz des geeigneten Ambientes und der guten verkehrlichen Erreichbarkeit, aber auch aufgrund kaum geeigneter Beherbergungs- und Tagungskapazitäten keinen Markt dar. Für den Fall, dass die vorliegende Planung zum Projekt „Landschaftspark am Bodden" mit großen Kongress- und Wellnesshotel umgesetzt wird, kann dieses Marktsegment mindestens als ergänzendes Angebot eingestuft werden.

2. | Einordung der Haupt- und potenzielle Zielgruppen

Analog zur Identifikation der für Ribnitz-Damgarten zu bedienenden Märkte, erfolgt ebenfalls auf Grundlage der Bestandsanalyse und des Workshops die Überprüfung und Zuordnung der in der Landestourismuskonzeption genannten Zielgruppen hinsichtlich deren Relevanz für die weitere Tourismusentwicklung. Es ergibt sich nachfolgende Einordnung:

| Paare / Alleinreisende

In Bezug auf die Zielgruppe der erwachsenen Paare und Alleinreisenden wartet Ribnitz-Damgarten sowohl mit einem angemessenen Kulturangebot als auch mit einem guten freiraumbezogenen Sport- und Aktivangebot auf. Die natürliche Umgebung mit Bodden, Grün- und Waldlandschaften ist zielgruppengeeignet. Bezugnehmend auf das Beherbergungsangebot verfügt Ribnitz-Damgarten zwar über Einrichtungen im Bereich der Hotellerie, welche aber aufgrund fehlender Infrastruktur und teilweise qualitativer Einschränkungen nicht zielgruppenorientiert ausgeprägt sind. In Anbetracht des Umstands, dass die Paare und Alleinreisende Hotels klar präferieren, sind die derzeitig bestehenden Kapazitäten als zu gering zu betrachten. Vor diesem Hintergrund werden die Paare und Alleinreisenden als ergänzende Zielgruppe angesehen. Im Falle einer Realisierung des touristischen Großprojektes „Landschaftspark am Bodden" mit u.a. entsprechenden höherklassigen Beherbergungs-, Gastronomie-, Sport und Wellnessangeboten würde die Bedeutung der Zielgruppe der Paar und Alleinreisenden für Ribnitz-Damgarten deutlich zunehmen und sich zu vermutlich zu einer Hauptzielgruppe entwickeln.

| Familie mit Kindern

Die Zielgruppe der Familien nutzt im Gegensatz zu den Zielgruppen der „Best Ager" und der „Erwachsenen Paare" vorzugsweise die Hauptsaison und ist in der Bernsteinstadt bisher durchgehend vertreten.

Mit dem umfassenden radtouristischen Angebot, der Möglichkeit des Ausleihens von Kanus und anderer wasserbezogenen Aktivitäten, dem vorhandenen reittouristischen Angebot sowie dem Freizeitbad Bodden-Therme verfügt Ribnitz-Damgarten über ein gruppen- und familienorientiertes Sportangebot und die Ostsee ist für Strandausflüge auf per Rad erreichbar. Weiterhin besteht insbesondere in Form der Jugendherberge, des Sunshine-Parks oder der Ferienanlage Pferde-Ferien Hirschburg ein geeignetes Beherbergungsangebot. Im musealen Bereich sind insbesondere die Naturschatzkammer, das Infozentrum Wald und Moor und das Freilichtmuseum Klockenhagen gut für Familien mit Kindern geeignet, weitere zielgruppenorientierte Ausstellungs- und Bildungsangebote bestehen in den Nachbargemeinden. Aufgrund der vorstehenden Aufführungen sollten die Familien mit Kindern als Hauptzielgruppe entwickelt werden.

| Best Ager

Die Positionierung Ribnitz-Damgartens hinsichtlich der Zielgruppe der Best Ager ist differenziert zu bewerten. Für besonders anspruchsvolle Best Ager fehlt bisher das von dieser Zielgruppe stark nachgefragte Beherbergungssegment der höherklassigen Hotels sowie ein angegliedertes Wellness- und Wohlfühlangebot. Dagegen ist für die Mehrzahl der Best Ager, welche größtenteils auch auf Individualität im Urlaub großen Wert legen, ein auch quantitativ hinreichendes Angebot an gehobenen Ferienhäusern und-wohnungen vorhanden. Ähnlich wie die Zielgruppe der Paare und Alleinreisenden nutzen die Best Ager auch verstärkt die Vor- und Nebensaison und sind daher im Hinblick auf die angestrebte Saisonverlängerung von ähnlich großem Interesse. In diesem Zusammenhang zeigt insbesondere das bestehende Kultur- und Freizeitangebot eine gute Qua-

GRAFIK 47
Zielgruppen sowie Relevanz für Ribnitz-Damgarten

Zielgruppen	Kurzcharakteristik	Einordnung
(jüngere) Paare, Alleinreisende	▪ breites sportives Angebot ▪ weiteres Umfeld zielgruppengeeignet ▪ zu geringes zielgruppenorientiertes Beherbergungsangebot	**ergänzende Zielgruppe** (bei Realisierung Pütnitz Hauptzielgruppe)
Familien	▪ durchgehend vertreten ▪ gruppen- und familienorientiertes Sportangebot ▪ teilweise geeignetes Beherbergungsangebot ▪ teilweise familiengeeignetes Ausstellungs- und Bildungsangebot	**als Hauptzielgruppe zu entwickeln**
Best Ager	▪ teilweise gute Ansprache durch bestehendes Kulturangebot ▪ Umfeld zielgruppengeeignet ▪ durchgehend stark vertreten ▪ zu geringes zielgruppengeeignetes Beherbergungsangebot	**als Hauptzielgruppe zu entwickeln**

QUELLE: Fortschreibung Landestourismuskonzeption MV 2010, Eigene Erhebung
DARSTELLUNG: wagner Planungsgesellschaft

lität und Vielseitigkeit zur Ansprache dieser Zielgruppe. Entsprechend sie die Best Ager als Hauptzielgruppe zu entwickeln.

| Junge Erwachsene

Zur Ansprache der jungen Erwachsenen ist die Stadt Ribnitz-Damgarten nur bedingt gut aufgestellt. Das Beherbergungsangebot zeichnet sich durch eine Vielzahl von bezahlbaren Angeboten aus; neben Ferienhäusern und -wohnungen besteht mit der Jugendherberge am Rande der Stadt Ribnitz auch ein besonders günstiges und gruppengeeignetes Angebot. Das vorhandene Sport- und Kulturangebot kann als überwiegend zielgruppengerecht bewertet werden. Hingegen sind zielgruppenspezifische Kultur- und Bildungsangebote nur spärlich ausgeprägt. Defizite sind zudem im Umstand der fehlenden Strandnähe und dem Nichtvorhandensein von entsprechenden Veranstaltungen zu sehen. Folglich werden die jungen Erwachsenen als ergänzende Zielgruppe, vornehmlich als Tagesgäste, eingestuft.

| Jugendliche

Hinsichtlich der Ansprache der Zielgruppe der Jugendlichen verfügt Ribnitz-Damgarten über ein gegebenes gruppenorientiertes Sport- und Freizeitangebot. In diesem Zusammenhang sind insbesondere die Einrichtungen Körks Strandarena, Bernsteinreiter Hirschburg oder auch das Freilichtmuseum Klockenhagen zu nennen. Letztgenanntes wartet zudem mit einem insbesondere für Klassen- und Gruppenfahrten geeigneten Angebot auf. Weiterhin ist u.a. aufgrund der Jugendherberge ein zielgruppenorientiertes sowie günstiges Beherbergungsangebot gegeben. Defizite zur zielgruppenspezifischen Ansprache bestehen in Form der fehlenden Strandnähe als auch im Nichtvorhandensein eines entsprechenden Eventangebots. Für die Zukunft sind die Jugendlichen als Hauptzielgruppe, vornehmlich in Form Schulklassen, Gruppen etc. als Hauptzielgruppe zu entwickeln.

GRAFIK 48
ZIelgruppen sowie Relevanz für Ribnitz-Damgarten

QUELLE: Fortschreibung Landestourismuskonzeption MV 2010, Eigene Erhebung
DARSTELLUNG: wagner Planungsgesellschaft

3. | Leitbildentwicklung

3.1. |Allgemeine Zielstellungen zur Tourismusentwicklung

In einen ersten Schritt zur Leitbildentwicklung werden allgemeine Zielstellungen definiert, welche die allgemeine Erwartungshaltung der Einheimischen, der örtlichen Touristiker, aber auch der Gäste wiedergeben und welche die Grundlage für die weitere Konzeptentwicklung darstellen.

Unter Berücksichtigung der Ergebnisse der Bestandsanalyse und der daraus abzuleitenden Chancen bzw. Handlungserfordernisse sowie der seitens der Bernsteinstadt aufgrund deren räumlicher, wirtschaftlicher und administrativer Einordnung zu erfüllenden Aufgaben ergeben sich zur zukünftigen Tourismusentwicklung folgende Erwartungen:

- (weitere) touristische Profilierung unter der Marke „Bernsteinstadt Ribnitz-Damgarten“
- Verbesserung der Wertschöpfung und des Arbeitsplatzangebots im Tourismus- und tourismusnahen Sektor
- Verbesserung der Auslastung der Beherbergungs- und gastronomischen Einrichtungen außerhalb der Saison mit langfristiger Perspektive einer deutlichen Saisonverlängerung bzw. Ganzjahresbetiebs
- Sicherung / Steigerung der Besucherzahlen von Kultur, Sport- und Freizeiteinrichtungen
- Sicherung / Herstellung einer touristischen Infrastruktur auf einen entsprechend der Gästeerwartung hohem Niveau
- Erhalt der kulturellen und natürlichen Voraussetzungen zur Tourismuseignung
- verbesserte Wertschöpfung auch aus der Tourismusregion heraus

Vorstehende Zielstellungen stehen zudem in enger Abhängigkeit voneinander; so ist die Weiterverfolgung eines Prozesses der Markenbildung nur auf Grundlage eines hochwertigen Angebots möglich. Ein hochwertiges Angebot wiederum ist ohne die Einbindung von versierten Fachkräften nicht vorstellbar. Diese sind aber insbesondere in Anbetracht eines sich immer stärker abzeichnenden Fachkräftemangels nur bei Verfolgung einer Ganzjahresstrategie generierbar. Die ebenfalls angestrebte Verbesserung der touristischen Wertschöpfung und des Arbeitsplatzangebots im tourismusnahen Sektor bedingt neben einer deutlichen Saisonverlängerung bzw. Ganzjahresstrategie einer verstärkten Gewinnung auch von eigenen Übernachtungsgästen.
Das nachfolgende Leitbild und die davon abgeleiteten nach Handlungsschwerpunkten geordneten strategischen Zielstellungen berücksichtigen vorstehend formulierte Anforderungen. Zudem werden Aussagen zur angestrebten verstärkten Ansprache besonders relevanter Zielgruppen getroffen.

3.2. | Touristisches Leitbild

Das nachfolgend aufgezeigte touristische Leitbild nimmt vorstehende Überlegungen zu anvisierten Märkten, Zielgruppen sowie zu Handlungserfordernissen, Schwerpunktthemen und Zielen im Detail auf. Das Leitbild setzt sich aus den drei Säulen „Kultur als Alleinstellung“, „Wohlfühlen / Genießen“ sowie „Sport / Natur / aktive Gruppen“ zusammen.

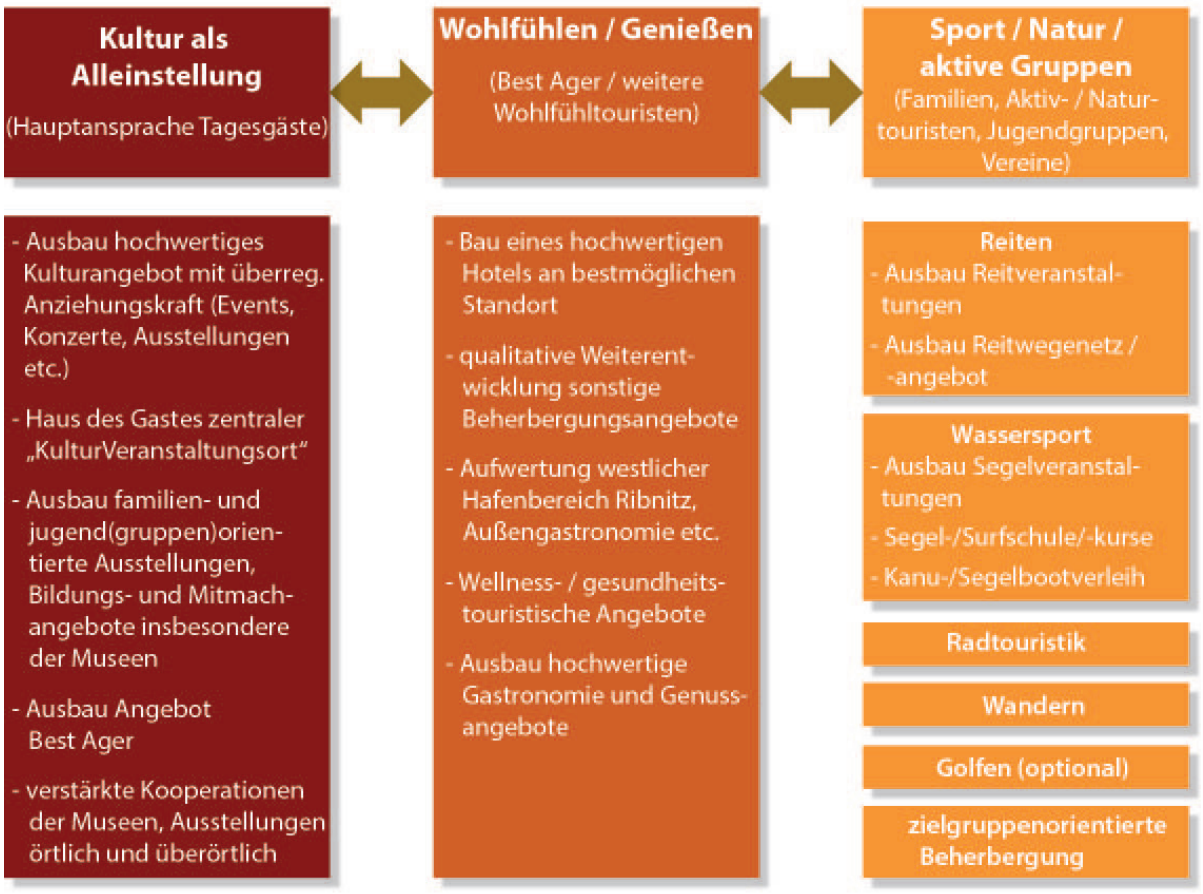
Die erste Säule umfasst das Alleinstellungsthema Kultur- und Veranstaltungstourismus. Von diesem muss in erster Linie die erforderliche überregional wirkende Anziehungskraft ausgehen, ebenso die verstärkte Ansprache von Tages- und Veranstaltungsgästen. Zudem ist die Säule des Kultur- und Veranstaltungstourismus auch maßgebliche Grundlage für das Voranbringen des strategisch wichtigen Ziels einer Saisonverlängerung. Wie bereits bei der Einführung zum Kapitel Leitbild- und Konzeptentwicklung angerissen, bedarf die Entwicklung dieses zentralen Handlungsfelds einer Öffnung des Bernsteinthemas für möglichst breite Gästegruppen, was durch Einbeziehung von Themen wie Schmuck, Mode und Lebenskultur allgemein sowie von naturwissenschaftlichen und technischen Themen sowie verstärkte Einbindung in den jeweilig zeitgeschichtlichen Rahmen erfolgen kann. Zudem muss der Bernstein als Synonym für ein hochwertiges Kultur- und Veranstaltungsprogramm stehen. Die konsequente Weiterentwicklung des Corporate Designs unter dem Thema Bernstein schärft den Blick auf das Kultur- und Veranstaltungsangebot und unterstreicht zudem den verfolgten Qualitätsanspruch.

An konkreten Einzelmaßnahmen, welche diese Säule der Tourismusentwicklung tragen müssen, stehen die Aktivitäten zum Ausbau des hochwertigen Kultur- und Veranstaltungsprogramms im Mittelpunkt. Da Ribnitz-Damgarten über keine dauerhafte Spielstätte eines Theaters oder Sitz eines Orchesters verfügt, wird die kontinuierliche Organisation von Gastveranstaltungen, Festspielen und weiteren alleinstellenden Events umso wichtiger. Im Sinne der weiteren entsprechenden Profilbildung ist zudem eine weitere qualitative Entwicklung aller Ausstellungen, Veranstaltungen und Events und deren stärkere Einbindung in das Thema „Bernsteinstadt“ zu verfolgen. Daneben kommt dem Vorhaben „Haus des Gastes“ zentrale Bedeutung zu. Das Schaffen einer vom Ambiente her attraktiven, auch größere und anspruchsvolle Veranstaltungen aufnehmenden, wetterunabhängigen Veranstaltungsstätte bildet eine wesentliche Grundvoraussetzung für die Entwicklung des angestrebten kulturtouristischen Profils. Zielgrup-

penspezifisch ist im Kultur-, Veranstaltungs- und Bildungsbereich besonderes Augenmerk auf diejenigen der jungen Familien und Jugendgruppen sowie auf die Best Ager zu richten. Letztere Zielgruppe ist extrem kultur- und bildungsorientiert und ist zudem im Hinblick auf eine Saisonausweitung die interessanteste Zielgruppe. Aufgrund der guten Ansätze im Kultur- und Veranstaltungsbereich in der gesamten Region bietet zudem eine weitergehende Kooperation mit den regionalen Partnern großes Potenzial gerade mit Zielsetzung der Schaffung einer Kultur- und Bildungsregion.

Die zweite Säule des Leitbilds „Wohlfühlen / Genießen" richtet sich vornehmlich an das anspruchsvolle Klientel der Best Ager aber auch andere anspruchsvolle Gästegruppen wie gut situiere jüngere Paare oder Alleinreisende. Vorstehende Zielgruppen bevorzugen von ihrem Reiseverhalten her die Nebensaison; daher gilt es hier, will man die ganzjährige Ausrichtung voranbringen, in der Angebotsentwicklung anzusetzen. Die Ansiedlung eines höherklassigen Hotels sowie die qualitative Verbesserung auch des bereits bestehenden zielgruppenspezifischen Beherbergungs- und Gastronomieangebots stellt in Bezug auf Säule 2 die vordringliche Zielstellung dar. Eine weitere Zielsetzung ist hier der

GRAFIK 49
Leitbild Bernsteinstadt Ribnitz-Damgarten



QUELLE: Eigene Erhebung
DARSTELLUNG: wagner Planungsgesellschaft

Aufbau eines attraktiven Wellness- und Gesundheitsangebots, ein Angebotssegment, was das nebensaisonale Geschäft entscheidend stützt. Bei Umsetzung des touristischen Großprojekts „Landschaftspark am Bodden“ würde ein größeres Wellnesshotel die Touristische Entwicklung im Handlungsfeld „Wellness / Genießen“ erheblich voranbringen.

Die dritte Säule des Leitbilds fasst unter den Begriffen „Sport / Natur / aktive Gruppen“ schwerpunktmäßig auf Haupt- und Nebensaison bezogene, für Ribnitz-Damgarten relevante Urlaubsaktivitäten zusammen. Hier geht es um die weitere Entwicklung und Verbesserung der Urlaubswelten für die übrigen besonders relevanten Zielgruppen und zwar derjenigen der Familien für das Saisongeschäft sowie derjenigen der Jugendgruppen, Vereine und naturbezogenen Aktivurlauber in der Nebensaison. Im Fokus dieser Zielgruppen steht das aktive Sport- und Freizeitangebot, wobei die Bewegung in der Natur gepaart mit authentischen Naturerlebnissen einen wichtigen Stellenwert einnimmt. Neben dem weiteren Ausbau des schon etablierten Radfahrens bietet auch ein weiterer bedarfsgerechter Ausbau des reittouristischen Angebots Chancen; ebenso der Aufbau eines Angebots im Bereich des Wanderns. Wasserseitig bietet sich in Kooperation mit den Vereinen der Ausbau eines segeltouristischen Angebots an mir Segelschule und Bootsverleih; zudem kann gerade in Kooperation mit dem etablierten Surfspot in Saal das Angebot um das Surfen und Kite-Surfen ausgeweitet werden. Bei Umsetzung des touristischen Großprojekts „Landschaftspark am Bodden“ würde zudem ein attraktives Golfangebot mit 2 Plätzen à 18 Spielbahnen sowie Übungsanlagen und Golfschule geschaffen. Weiteres Potenzial lässt sich im Jugend- und Vereinstourismus nutzen; hier ist insbesondere eine Mitwirkung des Freilichtmuseums Klockenhagen aber auch der Segel- und Reitvereine zu prüfen. Eine weitere zu verfolgende Zielstellung ist die Weiterentwicklung des gruppenspezifischen Beherbergungsangebots; neben der Umsetzung des vorbereiteten Projekts „Campingplatz Boddenwiesen“ mit Campingmöglichkeiten ist die Schaffung von weiteren preiswerten Unterkünften für Jugendgruppen und junge Familien z.B. durch ein Gästehaus in Kooperation mit Freilichtmuseum oder bestehendem Segel- bzw. Reitverein oder in Form eines Sport- und Familienhotels.

Wesentlich für die zukünftige Arbeit mit vorstehendem Leitbild ist zudem, dass auch die möglichen Synergien zwischen den 3 Säulen beachtet werden. So ist die Entwicklung des Kultur- und Veranstaltungsbereichs auch wesentliche Voraussetzung für ein bessere Ansprache der Best Ager und weiterer auf Wohlbefinden fokussierte Gäste und auch für die Jugendgruppen und jungen Familien sind ein zielgruppenorientierter Ausbau der Veranstaltungsangebote sowie der Bildungs- und Umweltbildungsangebote von großem Interesse.

4. |Strategische Zielstellungen

Abgeleitet vom vorstehend vorgestellten Leitbild werden fünf strategische Zielstellungen formuliert, welche eine leitbildkonforme zukünftige Tourismusentwicklung sicherstellen sollen.

Qualifizierung des Kulturtourismus als touristische Alleinstellung. Aufbauend auf dem Leitthema „Bernsteinstadt Ribnitz-Damgarten“ wird die Entwicklung des Kulturtourismus in den Mittelpunkt der weiteren touristischen Profilierung gestellt. Dabei wird der Kulturbegriff weit gefasst und beinhaltet auch die Themen Naturerlebnis, Stadtbild sowie Feste. Ebenso sollen bewusst auch die Zielgruppen der Familien sowie der Jugendlichen/Jugendgruppen und jungen Erwachsenen angesprochen werden. Die Zielsetzungen im Einzelnen:

- (weitere) Entwicklung eines anspruchsvollen Konzert- und Theaterangebots (z.B. Veranstaltungen im Rahmen der Festspiele M-V, Gastspiele von norddeutscher Philharmonie und Landesbühne Vorpommern)
- Schaffung einer attraktiven, wetterunabhängigen Spielstätte
- Qualifizierung des Veranstaltungsprogramms, u.a. Weiterentwicklung / Einbindung Folklorefest, Neuausrichtung Hafenfest (z.B. Segel-, Drachenbootregatta, Gastronomieevent) und Bernsteinfest (z.B. Schmuckdesignertreff, Schmuckmesse, Sonderausstellungen, Fachvorträge, hochwertiges kulturelles Rahmenprogramm)
- (weiter) verstärkte Ausrichtung der Museen und Ausstellungen auf die Zielgruppen Familie, Junge Erwachsene sowie Jugendliche / Jugendgruppen
- Weiterentwicklung der Vernetzung der Museen und Ausstellungen unter Einbeziehung weiterer qualitätsvoller Einrichtungen und Events in den anderen Tourismusorten der Region
- Verbesserung des Stadtbilds, u.a. Gestaltaufwertung Zufahrtsstraßen und Stadteingangsbereiche sowie des Bahnhofsvorplatzes (Empfang der mit der Bahn anreisenden Gäste); Nachnutzung von Brachflächen in tourismusrelevanten Bereichen
- verstärkte Erlebbarmachung des Stadtbilds (z.B. durch ausgeschilderten hist. Rundgang, Wege entlang ehemalige Stadtmauer, Herstellung/Betonung von Blickbeziehungen im Bereich der umliegenden Grünanlagen)

Verbesserung bzw. Ergänzung der Sport- und Freizeitinfrastruktur bzw. entsprechender Angebote. Auch wenn das Angebotsspektrum im Bereich des tourismusbezogenen Sport- und Freizeitangebots bereits recht weit gefasst ist, so zeigen sich dennoch einzelne Felder in denen eine qualitative Verbesserung bzw. Angebotsergänzung im Hinblick auf eine erfolgreiche weitere Tourismusentwicklung geboten ist. Darunter ordnen sich nachfolgende einzelne Zielstellungen ein:

- Weiterentwicklung des Radwegenetzes und hier insbesondere das Schließen noch bestehender Lücken
- Ausbau eines eigenständigen Wanderwegenetzes und entsprechend für die Zielgruppe der Wanderer erforderlicher ergänzender Infrastruktur sowie Angebote
- Weiterentwicklung des Reitwegenetzes sowie der sonstigen reittouristischen Infrastruktur und Angebotsgestaltung entsprechend der voraussichtlichen Nachfragesituation
- Aufbau eines touristischen Angebots im Bereich Segeln und ggf. auch Surfen
- Ausbau des golftouristischen Angebots (optional im Falle der Realisierung des Großprojekts „Landschaftspark am Bodden“)
- weiterer Ausbau bzw. Ergänzung der wetterunabhängigen Sporteinrichtungen und -angebote (z.B. Tennis und Squash, Kletter- und Erlebnishalle Kinder; in Kooperation mit den direkten Nachbarn)

Weiterentwicklung / Ergänzung des Beherbergungsangebots orientiert auf die Zielgruppen Familie, Jugendgruppen / Vereine sowie Aktivurlauber. Ribnitz-Damgarten verfügt bisher schon über ein größeres Angebot an Ferienhäusern und Ferienwohnungen. Spezielle auf vorgenannte Zielgruppen ausgerichtete Beherbergungsangebote bestehen dagegen mit Ausnahme der kleinen Jugendherberge (60 Betten) bisher nicht. Es ergeben sich folgende einzelnen Zielstellungen:

- Schaffung eines zielgruppenorientierten Angebots für Familien, Jugendgruppen/Vereine sowie Aktivurlauber
- Nutzung möglichst großer Synergien durch funktionale Verknüpfung mit Gastronomie-, Sport- und Freizeitangeboten sowie geeignete Standortwahl (nicht nur das Was und Wie, auch das Wo ist entscheidend!)
- insgesamt behutsame Ausweitung der Kapazitäten unter Berücksichtigung der zielgruppenspezifischen Erfordernisse

Qualitative Weiterentwicklung des touristischen Angebots für die Zielgruppe Best Ager / (weitere) Erholungs- und Wohlfühlurlauber. Die insbesondere in Sachen Beherbergung und Gastronomie überwiegend besonderes anspruchsvollen Best Ager sind aktuell und aller Voraussicht nach auch in Zukunft über das Gesamtjahr gesehen wichtigste Gästegruppe. Diese sind auch in der Vor- und Nachsaison vertreten und wirken sich entsprechend positiv auf die nebensaisonale Auslastung aus. Daher ist den zielgruppenspezifischen Ansprüchen in der touristischen Angebotsentwicklung besondere Beachtung zu schenken. Es ergeben sich folgende einzelnen Zielstellungen:

- Sicherung bzw. Entwicklung eines Beherbergungs- und Gastronomieangebots auf qualitativ hohem Niveau
- auf die Zielgruppe der Best Ager orientierte, aber auch nachfragegerechte Ausweitung des Beherbergungsangebots
- Entwicklung von Wellness- und Gesundheitsangeboten
- zielgruppenorientierte Entwicklung des Veranstaltungs- und Bildungsangebots

Kooperation mit Nachbarn in der Tourismusregion. Aufgrund der räumlichen Einordnung, aber auch wegen der herausgehobenen Funktion Ribnitz-Damgartens als Versorgungs-, Dienstleistungs- und kulturelles Zentrum ist eine verstärkte Kooperation, insbesondere in der Infrastrukturentwicklung sowie in der kulturellen und sportiven Angebotsgestaltung, besonders wichtig und chancenreich. Es ergeben sich nachfolgende Zielstellungen im Detail:

- Verbesserung des ÖPNV-Angebots, insbesondere Richtung Halbinsel Fischland-Darß-Zingst und Graal-Müritz
- weitergehende Zusammenarbeit im Kultur- und Veranstaltungsbereich
- verstärkte Kooperation im Bereich der Sport- und Freizeitinfrastruktur insbesondere mit den direkten Nachbarn Dierhagen und Graal-Müritz

V. | ANGEBOTS- UND MAßNAHMENPLANUNG

1. |Maßnahmenkatalog

Der Maßnahmenkatalog ist nach Themenbereichen geordnet, welche die wesentlichen Handlungsfelder widerspiegeln. Zu den einzelnen Maßnahmen sind im Sinne der besseren Handhabbarkeit Prioritätsstufen und Zuständigkeiten zugeordnet. Bei Prioritätsstufe I handelt es sich um Maßnahmen, welche kurzfristig zur Sicherung/Verfolgung des formulierten touristischen Entwicklungsziels anzugehen sind. In Prioritätsstufe II sind sämtliche erforderlichen mittel- bis langfristige Maßnahmen zum Erreichen der gesteckten Planungsziele zusammengefasst und in Stufe III alle übrigen Maßnahmen, welche zum Erreichen der Planungsziele hilfreich, aber nicht in Gänze zwingend erforderlich sind.

Der Maßnahmenkatalog hilft der Stadt Ribnitz-Damgarten dabei, mögliche Investitionsvorhaben hinsichtlich deren Verträglichkeit mit der angestrebten touristischen Gesamtentwicklung von Gemeinde und der Tourismusregion überprüfen zu können. Bei der Beantragung von Förderungen werden durch das Tourismuskonzept und speziell durch den Maßnahmenkatalog und dessen anschließender Erläuterung Hilfestellungen gegeben.
Der Maßnahmenkatalog bildet die Grundlage für die weitere Tourismusentwicklung mit einem Planungshorizont von 10 bis maximal 15 Jahren. Bei zwischenzeitlicher Veränderung der Rahmenbedingungen kann auch eine vorzeitige Fortschreibung erforderlich werden. Der Katalog ist zudem nicht abschließend; sollten im fortlaufenden Prozess weitere Maßnahmen entwickelt werden, so ist nachfolgender Maßnahmenkatalog entsprechend zu ergänzen bzw. anzupassen.

Nachfolgend werden zu Museen und kulturellen Veranstaltungen verstärkt Maßnahmen zu deren Weiterentwicklung vorgeschlagen. Diese Schwerpunktsetzung erfolgt aufgrund der für die Bernsteinstadt angestrebten Schwerpunktsetzung im Kulturtourismus und nicht, weil bei diesen Einrichtungen und Veranstaltungen ein erhöhter Nachholbedarf besteht. Ganz im Gegenteil ermöglicht die Attraktivität insbesondere von Bernsteinmuseum und Freilichtmuseum erst die angestrebte touristische Ausrichtung!

TABELLE 11
Maßnahmenkatalog Ribnitz-Damgarten

Kürzel	Handlungsfeld / Maßnahme	Zuständigkeit	Priorität	Kosten investive Projekte ca.
K	**Handlungsfeld Kultur und Events**			
K1	**Errichtung Haus des Gastes als zentraler touristischer Veranstaltungsort** - attraktive Lage am Hafen Ribnitz; direkter Wasserbezug - Konzert- und Veranstaltungssaal mit ca. 400 Plätzen - Freibereich mit Möglichkeit von Sommerkino und weiteren Open-Air-Events - angeschlossene Gastronomie - Berücksichtigung des Bernsteinthemas	Amt RDG-BWL/TSK	I	5.300.000 €

	in der Architektur des Haus des Gastes • (= weitere Schritte) • Fertigstellung Betreiber- und Finanzierungskonzept • Fördermittelakquisition • Weiterentwicklung Gebäude- und Freiraumplanung • projektbezogene Änderung B-Plan Nr. 56 „Hafen Ribnitz“			
K2	**Weiterentwicklung Programmgestaltung Konzerte und Theater** - Generierung zusätzlicher Veranstaltungen im Rahmen der Festspiele Mecklenburg-Vorpommern - Gastkonzerte Norddeutsche Philharmonie Rostock sowie anderer Orchester, Kammermusikformationen und Chöre, diverse Formationen HMT Rostock - Gastkonzerte von Solisten und Gruppen der Musikrichtungen Rock, Pop und Jazz - Veranstaltungsorte: Haus des Gastes, Kloster, Open Air am Hafen, Freilichtm. • Bildung Arbeitsgruppe ggf. unter Einbeziehung externer Fachleute • Erarbeitung einer mittelfristigen Strategie zur Programmgestaltung, Organisation und Finanzierung des Spielbetriebs • Klärung der personellen Ausstattung (Eventteam) • Gespräche mit potenziellen öffentlichen und privaten Veranstaltern • Einwerbung von Sponsoren sowie ggf. von Fördermitteln	Amt RDG-TSK, ggf. externe Fachleute	I	k.A.
K3	**Workshops für junge Musiker, Chöre** - Bereitstellung Beherbergung und Proberäume - Organisation Abschlusskonzerte (Haus des Gastes, u.a. Kloster) • Gespräche mit HMT Rostock, Festspiele M-V und anderen kulturellen Trägern zur Abklärung möglicher Projekte und der Konditionen • Einwerbung von Sponsoren • Klärung der Finanzierung und organisatorischer Fragen (Unterkunft usw.)	Amt RDG-TSK, Sponsoren	III	k.A.
K4	**(Bernstein)-Filmfestival** - Aufführungsreihe mit Programmkino aus dem Ostseeraum - Einführungsveranstaltungen, ggf. unter Beteiligung Mitwirkender - Spielstätten: Haus des Gastes, Kloster, Open Air am Hafen • Bildung Arbeitsgruppe unter Hinzuziehung externer Fachleute • Erstellung inhaltlich-funktionales Konzept • Einwerbung von Sponsoren • abschließende Abklärung der Finanzierung	Amt RDG-TSK	III	k.A.

K5	**(Bernstein)-Kinderfestival** - Aufführungsreihe mit Kinderfilmen aus dem Ostseeraum - Begleitende Spiel- und Kreativveranstaltungen • Umsetzungsschritte wie K4	Amt RDG-TSK	III	k.A.
K6	**Programmergänzung Folklorefest** - auf teilnehmende Länder abgestimmte Ausstellungen zu deren Kultur-, Kunst und Kunsthandwerk in Bernsteinmuseum - kleiner Markt mit Waren aus teilnehmenden Ländern - auf Teilnehmerländer abgestimmtes kulinarisches Rahmenprogramm der umliegenden Restaurants; ggf. Länderbuffet - Abendprogramm mit auf die Teilnehmerländer abgestimmten Musikdarbietungen • Umsetzungsschritte wie K4!	Amt RDG-TSK, Folkloreensemble	I	k.A.
K7	**Neuaufstellung Hafenfest, Schwerpunkte u. a.** - Segelregatta, Drachenbootrennen - maritimes Gastronomieevent - Ausfahrten mit historischen Booten - maritime Kinderanimation (z B. Piratenclub) - Rahmenprogramm mit Konzerten und Kleinkunst - Einbeziehung umliegender Gastronomie (spezielles Angebot, Kleinkunst) • Bildung Arbeitsgruppe aus Stadt, Seglerverein, Gastronomen, Ausstellern und externen Fachleuten; ansonsten Umsetzungsschritte wie K4!	Amt RDG-TSK	I	k.A.
K8	**Neuaufstellung Bernsteinfest; Schwerpunkte u. a.** - Markt mit Bernsteinkunst, sonstigem Kunsthandwerk, regionalen Produkten, regionaler gesunder Küche - Sonderausstellung zum Thema Bernstein und Bernsteinkunst - Wettbewerb Schmuckdesign mit Preisverleihung - Fachvorträge und Seminare - Rahmenprogramm mit Konzerten und Lesungen - Einbeziehung umliegender Gastronomie (spezielles Angebot, Kleinkunst) • Bildung Arbeitsgruppe aus Bernsteinrat, Gastronomen und Vereinen • ansonsten Umsetzungsschritte wie K4!	Amt RDG-TSK, Bernsteinmuseum in Kooperation mit Kunstverein und Freilichtmuseum,	I	k.A.
K9	**Einrichtung prägnanter Werbeanlagen an den Ortseingängen bzw. Abzweigungen von der Umgehungsstraße mit Möglichkeiten zur Austauschwerbung für städtische Veranstaltungen** - Bildung Arbeitsgruppe aus Interessierten - Auslobung eines Wettbewerbs oder Nutzung des Potenzials der Fachhochschule Wismar	Amt RDG-TSK/BWL	II	70.000 €

K10	**Weiterentwicklung Technikmuseum (in Abstimmung auf Gesamtentwicklung Pütnitz)** - weitere Qualifizierung der Ausstellung durch Verbesserung der allgemein einführenden Informationen und der objektbezogen Erläuterungen - dabei Berücksichtigung aller ortsrelevanten geschichtlichen Dimensionen (Erprobung Flugboote, Bootsbau, Flugplatz der Sowjets) - Herrichten einer Halle für Veranstaltungen, Vorträge und Sonderausstellungen - Schaffung funktionsgerechter Servicebereiche (Kasse, Toiletten, Verwaltung, ggf. Gastronomie) • Bildung Arbeitsgruppe Technikverein und Stadt, ggf. externe Sachkundige im Museums-/Ausstellungsmanagement • Erarbeitung inhaltlich-funktionales Konzept • Akquisition von Fördermitteln	Technikverein Pütnitz, Stadt, Amt RDG-BWL	III	k.A.
K11	**Weiterentwicklung Ausstellungskonzept Bernsteinmuseum** - Lenken des Besuchers zum Bernsteinmuseum durch geeignete Gestaltungsmaßnahmen (z. B. Bernsteinspur im Straßenbelag, Einbindung in Feininger Rundgang) - Straßenraumgestaltung Neue Klosterstraße (als Hauptzugang vom Markt bzw. von der Stadtmitte) mit Bernsteinapplikationen (z.B. beleuchtete Bodenplatten („Bernsteinteppich")),neugierig machender Schaukasten am Markt - „offene" Gestaltung des Eingangsbereichs als Bernsteinforum mit (kostenlosem) Zugang zu Bernstein-Café, Innenhof und Schmuckläden - über Video-Animation im Forum neugierig machen auf Ausstellung - „Naturwissenschaftliche" Abteilung ausweiten (Einschlüsse, Animation zur Bernsteinentstehung, Einordnung in das entsprechende Erdzeitalter und seine Besonderheiten) - Wechselausstellungen stärker auf den verwandte Themenkreise (Schuck, Mode, Kunsthandwerk und Kulturgeschichte, Paläozoikum, Folgezeitalter und zugehörige naturwissenschaftliche Themen) fokussieren - Ergänzung Klosterausstellung durch kurze Darstellung Stadtgeschichte; inhaltliche Verknüpfung mit geplanten kulturhistorischen Erlebnispfad • Arbeitsgruppe aus Bernsteinmuseum, -rat, Verein, Stadt und ggf. externen Fachleuten • Überarbeitung inhaltlich-funktionales Konzept in Abstimmung auf die kulturtouristische Gesamtstrategie • zielgruppenorientiertes Marketing	Bernsteinmuseum	I	k.A.

K12	**Ausbau Bildungsangebot Bernsteinmuseum** - Workshops zur Schmuckherstellung mit Goldschmieden / Schmuckdesigern - spezielle Schmuck-Workshops für Jugendliche (Mädchen) mit anschließender Modenschau - Ausbau spezielle Angebote Kinder und Jugendliche - Modenschauen im Kloserhof im Sommer - Vorträge / Seminare / Filmvorführungen zur Kulturgeschichte um das Thema Schmuck und Design - Führungen / Filmvorführungen zum Paläozoikum und damit verbundenen naturwissenschaftlichen Themen • Bildung Arbeitsgruppe aus Bernsteinmuseum, Stadt und externen Fachleuten • Erarbeitung Programm mit zielgruppenspezifischer Ausrichtung • Fortbildung der Mitarbeiter; Gewinnung von Referenten bzw. Seminarleitern	Bernsteinmuseum	II	k.A.
K13	**Ergänzung Ausstellungskonzept Freilichtmuseum** - Einrichtung „Spielboden“ Haus Lütten Klein; historisches Spielzeug zum Ausprobieren (I) - Bau eines Backhauses mit historischem Holzfeuerofen (I) - Weiterentwicklung Ausstellungspräsentation; kleines Infozentrum mit einführender Darstellung (Einordnung Wirtschafts- und Zeitgeschichte, Herkunft Gebäude und Exponate, kooperierende Einrichtungen in der Kulturregion; dabei Einsatz moderner Präsentationsmedien) (III) - optional: Info-Zentrum (100 m²) kombiniert mit kleiner Ausstellungs- / Mehrzweckhalle (300 m²; für Sonderausstellungen, als Kino zum Zeigen thematisch abgestimmter Filme sowie für Events im Winterhalbjahr) (III) - optional: Ergänzung um hist. Kraftfahrzeuge (Technikthema zur Ansprache der männlichen Jugendlichen und jungen Männer) (III) - Ertüchtigung der Bockwindmühle • Gutachten zur wirtschaftlichen und organisatorischen Machbarkeit (Infozentrum mit Ausstellungs-/Mehrzweckhalle) • Akquisition von Fördermitteln	Freilichtmuseum	I/III	ca. 185.000 € ca. 125.000 € Info-Zentrum mit Ausstellungs-/Mehrzweckhalle ca. 700.000 € ca. 120.000 €
K14	**Ausbau Bildungsangebot Freilichtmuseum** - Entwicklung von mehrtägigen Angebotspaketen gemeinsam mit Beherbergungs-, Kultur-, Sport- und Freizeiteinrichtungen für Schulklassen, Jugendgruppen und Vereine • Bildung Arbeitsgruppe aus Freilichtmuseum, Beherbergungs- sowie Sport- und Freizeitanbietern; ggf. Hinzuziehung externer Sachkundiger • Erarbeitung buchbarer Angebote • gemeinsame Vermarktung	Freilichtmuseum	III	k.A.

K15	**Aufbau eines Rundgangs „Feininger im Stadtraum“** - Schautafeln an den entsprechenden Orten und Blickwinkeln mit Abbildung der zugehörigen Bilder und Beschreibung des Kulturhistorischen Hintergrunds - Abstimmung der entsprechenden Ausstelungen in der Galerie im Kloster auf den Rundgang (kulturhistorische Einführung, Beschreibung d. Rundgangs • Bildung Arbeitsgruppe aus Interessierten • Erarbeitung eines inhaltlich-funktionalen Konzepts einschließlich Festlegung der Routen • Entwurf von Informationstafeln u. Flyern • Akquisition von Fördermitteln	Amt RDG-TSK/BWL, Galerie im Kloster, interessierte Bürger	I	50.000 €
K16	**Optional: Winterevent; zwischen Weihnachten und Neujahr oder Winterferien HH und andere (in Kooperation mit den Ostseebädern)** - Sonderausstellungen Bernsteinmuseum, Galerien - Kulinarisches Event der Restaurants und Hotels - Sonderöffnungszeit Freilichtmuseum, Event Kinder und Jugendliche - Konzerte Klassik, Jazz - Bildung Arbeitsgruppe aus Museum, Gastronomen Stadt uns externen Fachleuten • Abstimmung mit den benachbarten Ostseebädern zu den Angeboten und Veranstaltungen • Erstellung eines Angebotskatalogs mit besonderen Aktionen der Beherbergungsbetriebe sowie eines besonderen Veranstaltungsprogramms	Amt RDG-TSK	III	k.A.
K	*nur bei Umsetzung Landschaftspark am Bodden*			
K17	***Nachnutzung südlicher Flugzeughangar für Kongresse und Veranstaltungen*** - *Veranstaltungshalle mit 2.000 Plätzen* - *zugehörige Stellplätze* • *Abschluss Raumordnungsverfahren* • *(weitere) Betreiber- und Investorenakquisition*	*Amt RDG-BWL/TSK*	k.A.	k.A.
S	**Handlungsfeld Sport / Natur / aktive Gruppen**			
S1	**partielle Ergänzung des Radwegenetzes** - Schließen bestehender Lücken im Streckennetz; das sind die Abschnitte Klockenhagen-Hirschburg und Freudenberg-Carlewitz (ca. 1,8 km Ergänzungsstrecke) - Ausbau sämtlicher noch unbefestigter Hauptrouten • Erarbeitung Vorplanung mit Darstellung der erforderlichen Ausbaumaßnahmen und Kostenschätzung • Abstimmung mit Landesforst, UNB und sonst. zuständigen Behörden • Sicherstellung der Finanzierung, Fördermittelakquisition	Amt RDG-BWL/TSK	I	297.000 €

S2	**Weiterqualifizierung des Wanderwegenetzes; Schwerpunkte Ribnitzer Stadtforst, Recknitztal und Langendamm; dabei Auswahl an Strecken mit enger Erlebnisfolge** - besondere Berücksichtigung von kurzen und mittellangen Routen als Angebot an die älteren Gäste - themenbezogene Ausschilderung mit Wanderkarten, Angaben der Entfernungen, Sehenswürdigkeiten und gastronomischen Angeboten - Berücksichtigung von attraktiven Zielpunkten möglichst mit gastronomischem Angebot - Berücksichtigung geeigneter Startpunkte mit Parkmöglichkeiten - Flyer und später auch App mit Darstellung der Wanderrouten • Erarbeitung Wege- und Ausschilderungskonzept • Abstimmung mit Nationalpark und UNB • Akquisition von Fördermitteln, Sicherung der Finanzierung	Amt RDG-BWL/TSK	II	k.A.
S3	**Ergänzung Reitwegenetz (in Kooperation mit Ostseebad Dierhagen)** - kleine Rundstrecke in direktem Anschluss der Reiteinrichtung für Anfänger - große Rundstrecke über Gelbensande und Rostocker Heide - Strandrunde mit Strandzugängen in Neuhaus und Müritz • Umsetzungsschritte wie S2!	Amt RDG-TSK/BWL, Reiteinrichtungen Hirschburg und Dierhagen	II	k.A.
S4	**optional: Ergänzung Beherbergungsangebote auf Reiterhof Hirschburg (Bernsteinreiter)** - zusätzliche Ferienwohneinheiten mit bis zu 50 Betten • Unterstützung der Reiteinrichtung bei der Schaffung des erforderlichen Baurechts	Amt RDG-TSK/BWL, Bernsteinreiter	III	(1.500.000 €) private Investition
S5	**Einrichtung eines Hochseilgartens** - Hochseilgarten mit Ausrüstungsverleih und kleinem Bistro - Kursangebote für Einzelpersonen und Gruppen - geeignete Standorte: Infozentrum Wald und Moor; Waldstück nördlich Bernsteinsee (falls Campingplatz realisiert wird) • Überprüfung Flächenverfügbarkeit • Abstimmung mit zuständigen Forst- und Umweltbehörden • Projektausschreibung	Amt RDG-TSK/BWL	III	(150.000 €) private Investition
S6	**Einrichtung einer Badestelle an der Recknitz westlich Hafen Damgarten** - Schaffung eines Badestegs - Schaffung einer Liegewiese • Überprüfung Flächenverfügbarkeit • Erarbeitung Vorplanung • Abstimmung mit UNB und weiteren berührten Behörden • Sicherstellung der Finanzierung; ggf. Akquisition von Fördermitteln	Amt RDG-BWL/TSK	II	100.000 €

S7	**Entwicklung touristisches Segelsportangebot** - Einrichtung einer Segelschule - spezielle Angebote für Jugendliche, Schulklassen und Vereine - Einrichtung Verleih von kleinen Segelbooten • Abstimmung mit SCR und Interessenten unter den sonstigen Tourismusanbietern • Aufbau eines Kursangebots • Mitvermarktung Kursangebot über die Touristeninformation sowie über bestehende und geplante Beherbergungsein-richtungen (z.B. Jugendherberge, Familien- und Sporthotel)	Amt RDG-BWL/TSK	II	k.A.
S8	**Etablierung Segelsportveranstaltung** - Ausbau Frühjahrsregatta zu tourismusrelevanter Veranstaltung - Rahmenprogramm mit gastronomischer Versorgung - optional Kombination mit Sportfilmfestival und Fotoausstellungen zu Segelsport sowie Sport allgemein • Abstimmung mit SCR, Gastronomen, Kultureinrichtungen • Erarbeitung eines Veranstaltungskonzepts	Amt RDG-TSK, Segel-Club-Ribnitz e.V.	III	k.A.
S9	**Dauerhafte Etablierung und Weiterentwicklung Surffestival „Pangea“** - Sicherung Veranstaltungsort - Ergänzung um Publikumstag mit Surfregatta und Showdarbietungen • Abstimmung mit Anbieter Surpreme Surf	Amt RDG-TSK/BWL, Supreme Surf	II	k.A.
S10	**Angebot Surf- und Kite-Surfkurse in Kooperation mit Surfspot Saal** - Shuttle zum Surfspot Saal • Abstimmung mit Anbieter Surpreme Surf • Mitvermarktung des Kursangebots über die Touristeninformation Ribnitz-Damgarten sowie über bestehende und geplante Beherbergungseinrichtungen (z. B. Jugendherberge, Familien- und Sporthotel)	Amt RDG-TSK/BWL, Supreme Surf	II	k.A.
S11	**Einrichtung Campingplatz am Bernsteinsee** - bis zu 300 Standplätze für Zelte, Wohnwagen und Wohnmobile - bis zu 50 kleine Ferienhäuser mit bis zu 200 Betten - Sport- und Freizeitangebote wie Ballsportarten, Tischtennis- und Veranstaltungsraum, Fitnessraum, Sauna (als Ergänzung zum bestehenden Angebot von Wasserskianlage und Badesee) - platzeigenes Laden- und Gastronomieangebot • (weitere) Betreiberakquisition • Aufstellung Bebauungsplan	Amt RDG-BWL/TSK	III	k.A.
S12	**Bau eines Familien- und Sporthotels** - 80 bis 120 Betten - zielgruppenbezogene Gastronomie	Amt RDG-BWL/TSK	I	(4.000.000- 5.000.000 €) private Investition

	- hauseigene Sportangebote (u. a. Fitnessbereich, Sauna, Tennis-/ Squashhalle, Segel- und Surfkurse, Kanuverleih, Schwimmbad (bei Standort Bodden-Therme) - Flächenerfordernis ca. 0,5 ha - mögliche Standorte: östlich angrenzend an Bodden-Therme (Vorzugsstandort); westlicher Hafen Ribnitz • Berücksichtigung o.g. Anforderungen bei laufenden B-Planänderungen für benannte Standorte • Investorenakquisition			
S13	**Neubau Jugend- und gruppenbezogene Unterkunft** - minimal 60 Betten (2 Schulklassen samt Betreuern) - Speise-, Aufenthalts- und Seminarraum - Küche zur Selbstverpflegung - mögliche Standorte: Klockenhagen in Anschluss an Freilichtmuseum; Hafen Damgarten, Brachfläche alter Speicher • Erstellung Machbarkeitsstudie mit Darlegung der wirtschaftlichen Machbarkeit und möglichen Betriebsformen • Sicherung der erforderlichen Flächen • Projektausschreibung	Amt RDG-TSK, Tourismusverein, Freilichtmuseum	II	k.A.
S14	**Schaffung eines Beherbergungsangebot in Schwimmenden Häusern (Floating Houses)** - Schaffung von insgesamt 15 Schwimmenden Häusern am Standort Bodden-Therme • Abschluss B-Planverfahren	privater Investor	I	(2.300.000 €) private Investition
S15	**Schaffung eines Angebots zum Anmieten fahrbarer Hausboote in Zusammenarbeit mit weiteren Boddenanrainergemeinden** - Schaffung von Liegeplätzen im Bereich des Hafens Ribnitz und weiterer Boddenhäfen • Erarbeitung eines Konzepts mit Benennung der Standorte für die Liegeplätze der Fahrbaren Hausboote sowie die Anforderungen an die Liegeplätze • Abstimmung mit den Nachbargemeinden und Sicherung der Liegeplätze	privater Investor, Amt RDG-BWL	III	k.A.
S	*nur bei Umsetzung Landschaftspark am Bodden*			
S16	*Bau eines Innenhafens* - *80 bis max. 290 Liegeplätze* - *Slipanlage und Einrichtungen Bootsservice* • *Abschluss Raumordnungsverfahren* • *Investorenakquisition*	*Amt RDG-BWL/TSK*	-	*(7.630.000 €)* *private investition*
S17	*Bau der auf die Zielgruppe der Familien bezogenen „Hotelinsel“* - *ca. 1.800 Betten in Hotelzimmern und Ferienapartments* - *15 Floating Houses mit 60 Betten* - *zielgruppenbezogene Gastronomie* • *Umsetzungsschritte wie S14!*	*Amt RDG-BWL/TSK*	-	*(103.000.000 €)* *private Investition*

S18	*Schaffung witterungsunabhängiger Sport- und Freizeitangebote* - *Badelandschaft mit Innen- und Außenbecken* - *Sporthallen* - *Fitness- und Wellnessbereich* • *Umsetzungsschritte wie S14!*	*Amt RDG-BWL/TSK*	-	*in Kosten S15 enthalten!*
S19	*Golfanlage - 1. Bauabschnitt:* - *Golfplatz 1 mit 2x9 Spielbahnen* - *Driving-Range* • *Umsetzungsschritte wie S14!*	*Amt RDG-BWL/TSK*	k.A.	*(4.000.000 €)* *private Investition*
S19a	*Golfanlage - 2. Bauabschnitt* - *Golfplatz mit 2x9 Spielbahnen* • *Umsetzungsschritte wie S14!*	*Amt RDG-BWL/TSK*	k.A.	*(3.800.000 €)* *private Investition*
S20	*Bau eines Golfhotels* - *200 Betten* - *Gastronomie* - *Wellness- und sonstige Sportangebote* - *angeschlossenes Clubhaus mit Golfakademie* • *Umsetzungsschritte wie S14!*	*Amt RDG-BWL/TSK*	k.A.	*(11.500.000 €)* *private Investition*
S21	*Golfvillen und -apartments - 1. Baustufe:* - *20 Golfvillen mit 80 Betten* - *70 Golfapartments mit 210 Betten* • *Umsetzungsschritte wie S14!*	*Amt RDG-BWL/TSK*	k.A.	*(12.070.000 €)* *private Investition*
S21a	*Golfvillen und -apartments - 2. Baustufe:* - *68 Golfvillen mit 272 Betten* • *Umsetzungsschritte wie S14!*	*Amt RDG-BWL/TSK*	k.A.	*(15.640.000 €)* *private Investition*
W	Handlungsfeld Wohlbefinden, Erholung und Genießen			
W1	Beteiligung von Restaurants an Veranstaltungsreihe „Kulinarische Wochen“ • Werben bei örtlichen Gastronomen um Teilnahme	Amt RDG-TSK	I	k.A.
W2	Hotel / Pension mit Schwerpunkt Wellness und Wohlbefinden - 80 bis 120 Betten - hauseigene hochwertige Gastronomie - hauseigene Wellness- und Gesundheitsangebote (Sauna, therapeutische Anwendungen, Bewegungs- und Ernährungskurse) - kleiner Seminar- und Tagungsbereich - mögliche Standorte: westlicher Hafen Ribnitz • Sicherung Standort(e) • Investoren- und Betreiberakquisition • Aufstellung Bebauungsplan bzw. Berücksichtigung in bereits laufenden Aufstellungsverfahren	Amt RDG-BWL/TSK	II	(4.800.000 - 7.200.000 €) private Investition
W3	Qualitative Verbesserung und abgestimmte Verlängerung beim bestehenden Beherbergungsangebot - Einführung eines Qualitätsmanagements / Qualitätssiege • Gespräche und Information der Beherbergungsbetriebe • Durchführung des Zertifizierungsverfahrens	Amt RDG-BWL/TSK	II	k.A.

W4	**Angebot von E-Bikes seitens der Hotels und der Fahrradverleihe sowie Aufbau von Ladestationen im Gemeindegebiet** • Abstimmung mit Hotels und Verleihunternehmen • Erstellung eines technisch-funktionalen Konzepts mit Festlegung der Standorte für die Ladestationen, der erforderlichen baulichen Anlagen sowie der einzusetzenden technischen Komponenten • Sicherung der Standorte für die Ladestationen • Akquisition von Fördermitteln	Amt RDG-BWL/TSK, Fahrradverleihe	II	k.A.
W	*nur bei Umsetzung Landschaftspark am Bodden*			
W5	***Neuaufstellung Bernsteinfest; Schwerpunkte u.a.*** - *2 Boutiquehotels Hafenbereich* - *2 x 25 Zimmer, 100 Betten insgesamt* • *nächste Umsetzungsschritte wie S14!*	*Amt RDG-BWL/TSK*	k.A.	*(5.750.000 €)* *private Investition*
W6	***Hafenvillen mit 70 Apartments und 280 Betten*** • *nächste Umsetzungsschritte wie K12!*	*Amt RDG-BWL/TSK*	k.A.	(16.100.000 €) *private Investition*
W7	***Bau Wellness- und Kongresshotel, 4 Sterne*** - *175 Zimmer und 40 Apartments, insgesamt 520 Betten* - *gehobene Gastronomie in 2-3 Restaurants* - *Sport und Wellnessbereich mit eigenem Schwimmbad, Beautybereich* - *Seminar- und Tagungsräume* • *nächste Umsetzungsschritte wie S14!*	*Amt RDG-BWL/TSK*	k.A.	**(31.200.000 €)** **private Investition**
M	Marketing			
M1	**Aufbau einer eigenen Tourismus-Webseite / Online-Marketing** - klares, attraktives und ansprechendes Design - verständliche und intuitive Webseiten-Navigation bzw. Nutzerfreundlichkeit - Aufbau eines hochwertigen Contents - Angebotsdarbietung nach Erlebniswelten, Darstellung der Angebote in der Region - Einbindung interaktiver Elemente: Kontaktformular, Gästebuch, Newsletter, Integration von Consumer Communities (u.a. Tripadvisor, Holidaycheck) - Suchmaschinenoptimierung / Search Engine Optimization (SEO) - Social Bookmarking, Linkpartnerschaften - Ausbau personelle Ressourcen - Best-Practice-Beispiele: Webseiten Harzer Tourismusverband e.V. (www.harzinfo.de), Tegernsee Tal Tourismus GmbH (www.tegernsee.com) • Erarbeitung inhaltliches Konzept • Beauftragung Werbeagentur zur grafischen Umsetzung	Amt RDG-TSK, Tourist-Information	I	50.000 €

M2	**Aufbau und Nutzung Social Media Marketing** - Einrichtung einer Facebook-Fanpage (Kommunikationsplattform) - Vernetzungen mit Partnern aus der Region in den sozialen Netzwerken (z.B. Regionaler Tourismusverband FDZ Ostseebad Dierhagen, Bernsteinreiter, Supreme Surf) - Social Media Monitoring - Ausbau personelle Ressourcen - Best-Practice-Beispiel: Social Media Guideline Rheinland-Pfalz Tourismus GmbH • Beauftragung Werbeagentur • Identifizierung des zu kommunizierenden Inhalts • Benennung Social-Media-Verantwortlicher	Amt RDG-TSK, Tourist-Information	II	k.A.
M3	**Sicherung, Ausbau und Qualifizierung von personellen Kapazitäten für die Tourist-Information, insbesondere für den Bereich Online-Marketing** - 4 MitarbeiterInnen Tourist-Information, 1-2 MitarbeiterInnen Online-Marketing (Webseite, Facebook u.a.) • Sicherung der erforderlichen finanziellen Mittel • entsprechende Verstärkung des Mitarbeiterteams bzw. weitere Qualifizierung der Mitarbeiter	Amt RDG-TSK, Tourist-Information	I	(165.000- 200.000 €/p.a.) Personalkosten
M4	**Aufbau / Qualifizierung des Innenmarketings (Corporate Identity)** - Best-Practice-Beispiel: Rheinhessen-Touristik GmbH • Qualifizierung der Mitarbeiter	Amt RDG-TSK, Tourist-Information	I	k.A.
M4a	**Zentrales Initiierungsevent** - Tagung für touristische Leistungsanbieter / Gewerbetreibende - aktive Ansprache von neuen Partnern - Bildung von Arbeitskreisen und thematischen Arbeitsgruppen (z.B. Produktentwicklung, Qualitätsmanagement, Gastronomie) - Erzeugung einer Aufbruchstimmung sowie eines Gemeinschaftsgefühls • Organisation der Veranstaltung	Amt RDG-TSK, Tourist-Information, touristische Anbieter	I	k.A.
M4b	**Information / Aufklärung / Sensibilisierung** - Beratung touristischer Anbieter, Schulungen (z.B. Vermieterseminare) - Betreuung touristischer Anbieter (z.B. kleine Privatvermieter) - Intensivierung lokaler sowie regionaler Pressearbeit - Vernetzung der touristischen Anbieter durch Initiierung regelmäßiger Treffen mit dem Ziel der Produktentwicklung und des Qualitätsmanagements	Amt RDG-TSK, Tourist-Information, touristische Anbieter	I	k.A.
M4c	**Aufbau einer internen Kommunikationsplattform** - Passwort geschütztes Internetnetzwerk - Einrichtung Plattform zum Informations-	Amt RDG-TSK	I	k.A.

	austausch und zur Diskussion • Erstellen eines Anforderungskatalogs • Beauftragung IT-Unternehmen zur Umsetzung			
M4d	**Qualifizierung der bestehenden Anbieter im Segment Ferienwohnungen (Service, Vermarktung) und Hotels (Internet-Auftritt)** - Best-Practice-Beispiel: Der Wilhelmshof (Wien) • Gespräche mit den einzelnen Anbietern und Inhaltliche sowie graphische Abstimmung des Internet-Auftritte	private Vermieter, Hotels	I	k.A. **private Investition**
M4e	**Reaktivierung bzw. Wiederaufnahme der Geschäftstätigkeit des Fremdenverkehrsvereins Ribnitz-Damgarten e.V.** • Gespräche mit potenziellen Interessenten	Fremdenverkehrsverein	I	k.A.
M5	**Verstärkte Kundennachbetreuung** - aktives Kundenmanagement - Ermittlung der Kundenzufriedenheit - Informationsservice (Newsletter, Packages etc.) • Erarbeitung von Leitlinien zur Kundenbetreuung	Tourist-Information, touristische Anbieter und Beherbergungen	I	k.A.
M6	**Verstärkte Kooperation mit dem Regionalen Tourismusverband FDZ / Landestourismusverband M-V** - Schaffung einer Tourismus-Podcast-Reihe - Interviews mit regionalen touristischen Anbietern, Kunsthandwerkern, Künstlern, Fischern etc. - Best-Practice-Beispiel: Rheinland-Pfalz-Podcast der Rheinland-Pfalz Tourismus GmbH • Erarbeitung inhaltliches Konzept in Abstimmung mit dem regionalen Tourismusverband • Beauftragung Werbeagentur mit Umsetzung	Tourist-Information, Amt RDG-TSK	I	k.A.
M7	**Weiterqualifizierung des Corporate Designs** - konsequenter Einsatz der Wort-Bildmarke in allen Werbemedien der touristischen Anbieter der Stadt RDG - einheitliche Farbwahl, Typografie - einheitliches Design für sämtliche Ausstellungen und Events unter dem Thema „Bernstein“ - Abstimmung mit den örtlichen touristischen Anbietern • ggf. Beauftragung Werbeagentur (z.B. Corporate Design Manual)	Amt RDG-TSK	I	k.A.
M8	**Printmedien: regelmäßig erscheinender Veranstaltungskalender inkl. Werbung, redaktionelle Beiträge / Reportagen zur Bernsteinstadt RDG und Umgebung** • Organisation des Veranstaltungskalenders	Tourist-Information, Amt RDG-TSK	II	k.A.
M9	**Neugestaltung der Fassade der Tourist-Information im Hafen Damgarten in Bernsteinoptik**	Amt RDG-BWL	II	k.A.

A	**Allgemeine Infrastruktur / Verkehr**			
A1	**Ausbau Fahrgastschifffahrt sowie zugehörige diesbezügliche Infrastrukturen** • Herstellung Schiffsanleger in Damgarten und an Technikmuseum • Abstimmung mit Reedereien über Fahrplangestaltung • Finanzierungskonzept, ggf. Akquisition von Fördermitteln	Amt RDG-BWL/TSK	II	k.A.
R	**Regional anzugehende Maßnahmen**			
R1	**Kooperation Museen und Ausstellungen in einem Museumsnetzwerk (mit Barth und FDZ)** - thematische Schwerpunktbildung der Ausstellungen abgestimmt auf das Leitbild der Einzelorte (z.B. Arche mit NLP, Wustrow mit Seefahrt, Darß-Museum mit Handwerkstradition, Born mit Kulturlandschaft, Ernährung und Fischerei) - thematische Abstimmung der Kunstausstellungen, dabei Nutzung der Kompetenz und der logistischen Möglichkeiten des Kunstmuseums Ahrenshoop - gemeinsame Sonderausstellungen zu Schwerpunktthemen an mehreren Standorten, z.B. Seefahrt, Fischerei, Nationalpark, Bautradition • Einrichtung eines ständigen Arbeitskreis der Museen und Ausstellungen zur Koordination des Museumsnetzwerks • Weiterentwicklung gemeinsames Marketing durch ortsübergreifenden Museumsführer und vernetzten Internetauftritt	Leiter der örtlichen Museen/Ausstellungen, regionaler Tourismusverband, externe Sachkundige (z.B. Meeresmuseum Stralsund)	I	k.A.
R2	**(zusätzliche) gemeinsame kulturelle Events und Veranstaltungsreihen zu Schwerpunktthemen, insbesondere Seefahrt, regional wirkende Künstler, regionales Handwerk, Orts- und Bädertradition** • Umsetzungsschritte wie R1!	Kurdirektoren, Leiter örtlicher Kultureinrichtungen	I	k.A.
R3	**ortsübergreifende geführte Fahrrad-, Boots- und Bustouren zu geschichtlichen, kulturellen und naturwissenschaftlichen Themen, z.B. zu regionaler Seefahrtgeschichte (kombiniert mit Zeesenboottour) , Nationalpark, vor Ort wirkende Künstler, örtlicher Bau- und Handwerkstradition** • Einrichtung einer Arbeitsgruppe aus interessierten Anbietern und Vertretern der kulturellen Einrichtungen sowie naturräumlichen Sehenswürdigkeiten	Anbieter Touren, Führungen und Events	II	k.A.
R4	**Aufbau eines ortsübergreifenden Kulturformats Kinder- und Jugendliche** • Erarbeitung einer inhaltlichen und pädagogischen Konzeption • Organisation zielgruppenspezifische Führungen • zielgruppenorientierte Sonderausstellungen • Aufbau eines auf die Ausstellungen abgestimmten Kreativ- u. Erlebnisangebot	Leiter Museen, regionaler Tourismusverband, externe Sachkundige	I	k.A.

R5	**Erweiterung des ÖPNV-Angebots um zusätzliche Fahrten in den späteren Abendstunden (Ermöglichung von Veranstaltungsbesuchen)** • Abstimmung mit Nachbargemeinden und regionalem Verkehrsunternehmen	Kurdirektoren, regionale Verkehrsunternehmen	I	k.A.
R6	**Einführung eines Shuttles zwischen Ribnitz-Damgarten, Graal-Müritz und Dierhagen mit Anlauf aller wesentlichen touristischen Angebote (Hafen Damgarten, Bahnhof, Hafen Ribnitz, Markt/Altes Kloster, Wasserskianlage, Freilichtmuseum, Reiterhof Hirschburg, Aquadrom, Ortszentrum Graal, Infozentrum Wald und Moor/Paradiesgarten, Neuhaus, Dierhagen Strand, Dierhagen Ost)** • Abstimmung mit regionalem Verkehrsunternehmen und Nachbargemeinden	Kurdirektoren / Tourismusverantwortliche, regionale Verkehrsanbieter	I	k.A.
R7	**Ausstattung des ÖPNV mit Monitoren zwecks (Hintergrund-)Information über laufende Veranstaltungen, Ausstellungen sowie allgemeine Ortsgeschichte und Sehenswürdigkeiten** • Abstimmung mit regionalem Verkehrsunternehmen	Kurdirektoren, regionale Verkehrsunternehmen	III	k.A.
R8	**Gemeinsame Initiative zum Aufbau qualifizierter Wassersportstationen für Surfer und Kitesurfer (mit Sanitäreinrichtungen, Gastronomie, Surfschulen und Wasseraufsicht)** • Aufbau Kooperation Gemeinden Surfsportverband und Landkreis • Festlegung der naturschutzrechtlich, sportlich und infrastrukturell Standorte, Schaffung der planungsrechtlichen und infrastrukturellen Voraussetzungen • gemeinsame Information und Surferlenkung über Sportführer, Internetportal der Gemeinden, des regionalen Tourismusverbandes und des Surfverbands	örtliche Surfschulen, Surfverband, Kurdirektoren	I	k.A.
R9	**Schaffung einer Verknüpfung der Reiterhöfe untereinander sowie der Reitwegenetze Stadtforst, Rostocker Heide und östlich Unteres Recknitztal** • Einrichtung gemeinsame Arbeitsgruppe	reittouristische Anbieter, regionaler Tourismusverband, Landkreis, Förster	II	k.A.
R10	**Entwicklung gemeinsame Kurkarte zu einer Kultur-, Event- und Mobilitätskarte; kostenreduzierter/-freier ÖPNV-Transfer, Ermäßigung Ausstellungs-, Veranstaltungs- und Ausflugsprogramm** • Abstimmung mit den Nachbarn und regionalem ÖPNV-Anbieter	Kurdirektoren, regionaler Tourismusverband, regionale Verkehrsunternehmen	II	k.A.
R11	**Initiative zur funktionalen Verbesserung der B105 und der L21 (z.B. Ergänzung Linksabbiegerspuren, FDZ-weites Verkehrsleitsystem, ggf. Kreisverkehr)** • Schaffung Gremium zur überörtlichen Abstimmung der gemeinsamen Interessen und Vertretung gegenüber den übergeordneten Instanzen	Bürgermeister, Kurdirektoren, regionaler Tourismusverband	I	k.A.
R12	**Aufbau gemeinsame statistische Datenbank zu den tourismusrelevanten Zahlen** • Einrichtung Arbeitsgruppe Abstimmung über den Kanon der zu erhebenden touristischen imd ergänzende	Kurdirektoren, regionaler Tourismusverband, Amtsverwaltungen	I	k.A.

	sonstigen statistischen Zahlen, der Erhebungsart u. der zentralen Erfassung • Abgleich der eingesetzten Erhebungssoftware zwischen den Einzelnen Kurverwaltungen und den Amtsverwaltungen • Organisation einer periodischen Zusammenstellung und Auswertung der erhobenen Zahlen • Einrichtung eines Fachdienstes zwecks Bewertung der statistischen Ergebnisse als Grundlage bzw. Untermauerung zu Förderanträgen und gemeinsamen Initiativen bzw. Positionierungen zu ortübergreifenden Themen			

QUELLE: eigene Erhebung
DARSTELLUNG: wagner Planungsgesellschaft

2. | Begründung der investiven Maßnahmen im Hinblick auf positive Auswirkungen auf die örtliche und regionale Tourismus-, Wirtschafts- und Arbeitsmarktentwicklung

Nachfolgend werden die im Katalog enthaltenen investiven Maßnahmen hinsichtlich der zu erwartenden Auswirkungen, insbesondere:

- ihrer Auswirkungen auf die örtliche und regionale Tourismusentwicklung,
- der Verbesserung der Saisonalität und des Schlechtwetterangebots,
- einer möglichen zusätzlichen Wertschöpfung und zusätzlicher Arbeitsplatzeffekte sowie
- des möglichen Kooperationspotenzials mit den Nachbarorten und dort ähnlich gelagerter Projekte

betrachtet.

|Handlungsfeld Kultur- und Eventtourismus

Wie bereits im Rahmen der Erläuterung des touristischen Leitbilds dargestellt, steht das Handlungsfeld Kultur- und Eventtourismus im Kern der zukünftigen touristischen Strategie der Bernsteinstadt. Die unter diesem Handlungsfeld eingeordneten Maßnahmen sind so aufeinander abgestimmt, dass die mittel- bis langfristig angestrebte Zielstellung einer Alleinstellung der Bernsteinstadt im Markt des Kultur- und Eventtourismus erreicht werden kann.

Durch die Realisierung des Hauses des Gastes (K1), welches bis zu 400 Besuchern fassen soll, wird ein wetterunabhängiger, von der Bühnentechnik und der Akustik her auch anspruchsvolle Veranstaltungen in einem größeren Rahmen ermöglichender Veranstaltungsort geschaffen und damit die wichtigste infrastrukturelle Voraussetzung für eine forcierte Weiterentwicklung eines anspruchsvollen Kultur- und Veranstaltungsprogramms gelegt. Die Entwicklung eines anspruchsvollen Kultur- und Veranstaltungstourismus muss letztendlich auch an Regentagen und über die Sommersaison hinaus konzipiert sein. Dies macht eine wetterunabhängige Veranstaltungsstätte unbedingt erforderlich. Die bisherige Erfahrung im Bereich Veranstaltungsmanagement in Ribnitz-Damgarten hat ergeben, dass für eine Vielzahl von attraktiven Veranstaltungen die Veranstalter eine Kapazität von mindestens 350 Plätzen erfordern, eben-

so eine professionelle Bühnentechnik. In der Tourismusregion bestehen größere wetterunabhängige Veranstaltungsräumlichkeiten mit der Vinetahalle in Barth mit bis zu 800 Plätzen, dem Kulturhaus in Trinwillershagen mit bis zu 500 Plätzen sowie mit dem Veranstaltungsbereich im Hotel Vier Jahreszeiten in Zingst mit bis zu 400 Plätzen. Die Vinetahalle in Barth ist aufgrund der räumlichen Lage im Industrie- und Gewerbegebiet sowie aufgrund nur begrenzter Bühnentechnik und eingeschränkter Akustik für Konzerte und Theateraufführungen nur bedingt geeignet. Hier liegt der Fokus eindeutig auf dem Sportbetrieb und Sportveranstaltungen. Das Kulturhaus in Trinwillershagen kommt aufgrund der dezentralen Lage, des im Hinblick auf den Tourismus wenig ansprechenden Umfeldes sowie der begrenzten Bühnentechnik ebenfalls nur bedingt für den Kulturbetrieb in Frage. Die Veranstaltungsräumlichkeiten im Hotel Vier Jahreszeiten sind in erster Linie für Ausstellungen und Tagungen konzipiert und verfügen entsprechend über keine besondere Bühnentechnik und förderliche Akustik. Weiterhin besteht noch ein Veranstaltungssaal in Kurhaus Ahrenshoop, welcher zwar über das nötige attraktive Umfeld verfügt, jedoch mit maximal 250 Plätzen deutlich kleiner ausfällt als die für Ribnitz-Damgarten vorgesehene Einrichtung. Neben positiven Effekten auf die touristische Wertschöpfung im Bereich von Beherbergung und Gastronomie schafft dieses Projekt insbesondere die Voraussetzungen für eine Belebung des außersaisonalen Geschäfts. Weiterhin wird das Vorhaben auch direkt zu wenigen zusätzlichen Arbeitsplätzen führen, indirekt (bei Etablierung eines attraktiven Kultur- und Eventtourismus) dürfte der Beschäftigungseffekt weitaus höher ausfallen. Zudem profitiert die gesamte Tourismusregion von dieser Einrichtung, da die entsprechend ermöglichten zusätzlichen Veranstaltungen auch deren Gästen zugutekommen.

Die vorgeschlagenen Maßnahmen zur attraktiven Weiterentwicklung des Kultur- und Veranstaltungsprogramms (K2-K8) sind zum Erreichen der angestrebten Profilierung der Bernsteinstadt unabdingbar und daher in jedem Falle auch förderwürdig. Dabei sollte im Sinne des Risikomanagements ein deutlicher Fokus auf der qualitativen Weiterentwicklung bestehender Formate gelegt werden. Weiterhin besteht bei entsprechender zielgruppenspezifischer Ausrichtung auch das Potenzial neue Zielgruppen anzusprechen und zu einer höheren Wertschöpfung zu gelangen. Durch die teilweise Platzierung von Veranstaltungen und Events in der Vor- und Nachsaison (bzw. durch das optionale Winterevent in der Winterferienzeit) kann ein Beitrag zur Saisonverlängerung geschaffen werden. Dies gilt auch für Gästegruppen wie die Familien, für die in Kooperation mit den Ostseebädern Angebote in Herbst-, Weihnachts- und Winterferien zusätzlich geschaffen werden können. Grundsätzlich profitiert zudem die gesamte Tourismusregion von hochwertigen Veranstaltungen im kulturellen und sportiven Bereich, da auch das Angebot für die Gäste in den anderen Tourismusorten damit attraktiver gestaltet wird. Im Bereich des Eventmanagements dürften zudem zumindest begrenzte Beschäftigungseffekte entstehen.

Durch Weiterentwicklung der größeren Museen hinsichtlich Ausstellungspräsentation und begleitendem Veranstaltungs- und Bildungsprogramm (K10-K15) und verstärkte Ausrichtung auch auf bisher noch nicht umworbene Zielgruppen (insbesondere junge Familien, Jugendgruppen) können die Besucherzahlen der Museen und damit deren Wertschöpfung verbessert werden. Im Nebeneffekt führt dies dann auch zu einer verbesserten Wertschöpfung in Gastronomie und Einzelhandel durch zusätzliche Museums- und Veranstaltungsbesucher. Genauso wie bei den Veranstaltungen tragen auch attraktiv aufgestellte Museen und Ausstellungen zur attraktiveren Gestaltung des Urlaubsangebots in der Gesamtregion sowie zur Saisonverlängerung entscheidend bei. In diesem Zusammenhang ist es daher auch sinnvoll, dass für das bisher erst eingeschränkt für den Ganzjahresbetrieb ausgerichtete Freilichtmuseum Klockenhagen durch geeignete Maßnahmen (winterfestes Info-Zentrum mit kleiner Ausstellungshalle) der Betrieb auch ganzjährig der zumindest in einzelnen Zeiträumen im Winterhalbjahr ermöglicht wird.

Im Sinne der Corporate Identity (siehe Kapitel II, Punkt 8.4) ist das anzustrebende (Soll-)Image sowohl nach innen als auch nach außen zu kommunizieren. In diesem Zusammenhang tragen die Maßnahmen bzw. einzelne notwenige Umsetzungsschritte der jeweiligen Maßnahmen (K1, K9, K11, M9) maßgeblich zur Image- und Identitätsbildung bei.

|Handlungsfeld Wohlbefinden, Erholung und Genießen

Im Fokus des Handlungsfeldes steht die Zielgruppe der Best Ager, aber auch andere auf Wohlbefinden, Erholung und Genießen abzielende Gästegruppen wie jüngere Paare und Alleinreisende sollen hier verstärkt angesprochen werden. Will man eine deutliche Saisonverlängerung erreichen, so kommt man an diesen Gästegruppen nicht vorbei. Gleiches gilt auch im Hinblick auf eine Positionierung der Bernsteinstadt. Die Maßnahmen in diesem Handlungsfeld sind entsprechend an den Anforderungen dieser Gästegruppen orientiert; im Kern steht hier die Verbesserung des Beherbergungsangebots.

Ribnitz-Damgarten verfügt bisher lediglich über kleinere Hotels und Pensionen. Durch Bau eines höherklassigen Hotels mit etwas größerer Beherbergungskapazität und insbesondere mit hauseigenem Wellness- und Gesundheitsangebot (W2) können vorgenannte Zielgruppen direkt angesprochen werden. Daneben gilt es aber auch das bestehende Angebot durch Netzwerkbildung, Beratungstätigkeit und wenn machbar, gezielte Förderung zielgruppenorientiert zu entwickeln (K3). Im Sinne der strategischen Zielsetzung einer Saisonverlängerung bedarf es zudem einer abgestimmten Organisation von Öffnungszeiten und die Schaffung von Angebotspaketen aus Übernachtung, Gastronomie sowie Kultur- und Freizeitangeboten durch Kooperation der einzelnen Anbieter.

Die Nachfrage nach E-Bikes steigt zunehmend, insbesondere seitens der Zielgruppe der Best Ager. Aufgeladene E-Bikes können derzeitig bei den Fahrradverleihern in Ribnitz-Damgarten ausgeliehen und auch nur bei diesen wieder aufgeladen werden. Der Aus- und Aufbau eines dichten Netzes von E-Bike-Verleihen und wichtiger – von Akku-Tausch-/Ladestationen (W4) – ermöglicht eine höhere aktive Reichweite sowie neue Möglichkeiten Ribnitz-Damgarten einschließlich der ländlichen Ortsteile, aber auch die gesamte Tourismusregion Fischland-Darß-Zingst, südliche Boddenküste und Küstenvorland kennenzulernen. Die Akku-Tausch-/Ladestationen sollten vor allem an touristischen Einrichtungen wie bspw. dem Freilichtmuseum Klockenhagen oder der Naturschatzkammer positioniert werden sowie in Langendamm.

|Handlungsfeld Sport, Natur und aktive Gruppen

Im Handlungsfeld Sport, Natur und aktive Gästegruppen liegt ein Schwerpunkt auf dem Ausbau bestehender naturraumorientierter sportiver Infrastruktur sowie deren Neuschaffung in bisher noch nicht genutzten Marktsegmenten (Ausbau Rad- und Wanderwegenetz, Ergänzung Reitwegenetz, Schaffung Hochseilgarten, Einrichtung Badestelle westlich Hafen Damgarten, Ausbau touristisches Segelsportangebot, S1-3, S5-S7, S10).

Bei Realisierung des ganzjährig ausgerichteten touristischen Großvorhabens „Landschaftspark am Bodden“ wird das sportive Angebot zusätzlich um eine attraktive Golfanlage mit 2 Plätzen à 18 Spielbahnen, Golfschule und Übungsareal und zugeordneter Beherbergung erweitert (S19-21a). Dieses Angebot ist von besonderer Bedeutung, da bisher in direktem Umfeld des Tourismusschwerpunktraums Fischland-Darß-Zingst kein attraktives Golfangebot existiert. Das entsprechende Angebot würde damit nicht nur entsprechende Wertschöpfungseffekte generieren, es würde auch das Urlaubsangebot der Region in der Attraktivität erheblich steigern. Positive Effekte würden sich auch hinsichtlich der einzigen bestehenden Golfanlage in der Region in Kaschow bei Grimmen ergeben. Daneben entstehen im Rahmen des Projekts diverse wetterunabhängige Spiel- und Freizeiteinrichtungen (S18), welche auch von

externen Gästen genutzt werden können und damit der nebensaisonalen Attraktivität des gesamten regionalen Angebots zugutekommen. Gleichfalls ist in diesem Rahmen eine zusätzliche Marina mit entsprechenden Bootsservice- und Wartungseinrichtungen geplant (S16), welche die dann gesteigerte Nachfrage abdeckt.

Ein weiterer Schwerpunkt liegt in der Ergänzung des Beherbergungsangebots für im Rahmen dieses Handlungsfelds besonders umworbene Gruppen. Durch Ergänzung des Beherbergungsangebots auf dem Reiterhof Hirschburg (S4), die Umsetzung des Projekts Campingplatz am Bernsteinsee mit Campingangebot und ergänzenden Festunterkünften (S11) Schaffung eines Familien- und Sporthotel im mittleren Preissegment (S12) sowie der Schaffung einer auch für (Jugend-)Gruppen geeigneten Unterkunft (S13) werden gezielt Angebotslücken geschlossen und eine verstärkte Ansprache der Zielgruppen gerade auch außerhalb der Hauptsaison ermöglicht. Bei Umsetzung des Großprojekts „Landschaftspark am Bodden“ wird das familienbezogene Angebot zusätzlich um ein auf Ganzjahresbetrieb ausgerichtetes Hotelprojekt (Hotelinsel, S17) erweitert.

Gerade die Belebung des nebensaisonalen Geschäfts durch diese zusätzlichen Angebote und durch diese zusätzlich geworbenen Gäste hat positive Auswirkungen auf die Ganzjahresauslastung sowie auch auf die damit verbundene Wertschöpfung der örtlichen Gastronomie-, Handels- und kulturellen Angebote. Gleiches gilt auch für die entsprechenden Einrichtungen in den übrigen Tourismusorten in der Region. Mit zusätzlicher Auslastung und Wertschöpfung verbunden sind zudem zusätzliche Arbeitsmarkteffekte. Das größte Potenzial birgt hier sicherlich die Umsetzung des Großvorhabens „Landschaftspark am Bodden“ mit insgesamt bis zu 700 prognostizierten Arbeits- und Ausbildungsplätzen.

|Marketing

Im Bestands- und Analyseteil wurde bereits auf wesentliche Ausprägungen des Marketings eingegangen. Webseiten von Regionen und Städten übernehmen verstärkt die zentrale Rolle im Tourismusmarketing. Eine Internetpräsenz in der Tourismusbranche sollte dem Besucher das Gefühl vermitteln, willkommen zu sein und aktivierend wirken, d.h. Lust auf mehr machen (M1). Nicht in allen Fällen animiert die Internetpräsenz, die Seite aufmerksamer zu erkunden, wodurch Wertschöpfungsmöglichkeiten (z.B. Buchungen) verloren gehen könnten. Dies kann sowohl einem wenig emotionalisierenden Webauftritt als auch einer benutzerunfreundlichen Navigation geschuldet sein. So sollte die Internetpräsenz einladend, ansprechend, seriös und strukturiert wirken, damit der Besucher besondere Highlights, Preise oder Ansprechpartner mit wenigen Klicks findet. Bei der Gestaltung der Webseite (aber auch bei Printprodukten) ist im Sinne der Corporate Identity auf einen konsequenten Einsatz bzw. Anwendung einheitlich definierter Farben, Bildwelten, Typografie, Logos etc. (M7) zu achten, um auch nach außen ganzheitlich wahrgenommen zu werden. Damit soll erreicht werden, dass das entsprechende Design automatisch mit der Bernsteinstadt Ribnitz-Damgarten assoziiert wird. Besonders im touristischen Verdrängungswettbewerb kommt den gestalterischen Mitteln eine nicht zu unterschätzende Bedeutung bei, gerade wenn es darum geht aus der Masse der Konkurrenz positiv hervorzutreten. Ein wichtiger strategischer Aspekt bei der Gestaltung der Internetpräsenz ist auch eine Aggregation von relevanten Content von externen Plattformen, bspw. von Consumer Communities wie Tripadvisor, Holidaycheck oder Yelp. Diese haben die Funktion eines Empfehlungsmarketings inne und beeinflussen somit wesentlich die Entscheidung bei der Wahl des Urlaubsortes oder der Unterkunft. In diesem Zusammenhang soll aber auch erwähnt werden, dass bspw. die Ostsee-Naturpension in Ribnitz-Damgarten von insgesamt 11 Bewertungen alle durchgehend sehr positiv sind. Generell sind für Ribnitz-Damgarten insgesamt bisher nur wenige Bewertungen auf Tripadvisor zu finden. Mit einem offensiveren Marketing und mehr Besuchern gehen in der Regel auch mehr Bewertungen einher. Weiterhin wichtig beim Aufbau einer Tourismus-

webseite für Ribnitz-Damgarten ist die Bereitstellung eines hochwertigen Contents (Inhalt). Dieser beinhaltet neben der reinen Darstellung der Angebote auch die Schaffung eines Mehrwerts für den Besucher, bspw. in Form von Videos (Imagevideo Ribnitz-Damgarten), Podcasts, Infografiken, Reportagen. Die Suchmaschinenoptimierung (SEO) führt u.a. durch Keyword-Recherche, Keyword-Analyse, Onsite-Optimierung der Website zu besseren Platzierungen bei Google, Bing etc. Ein weiterer Vorteil des Online-Marketings besteht in der deutlich größeren Reichweite, sodass weitaus mehr potenzielle Gäste angesprochen werden können als es durch Printmedien möglich ist. Eine Generierung zusätzlicher Reichweite ist zudem über die Nutzung von sozialen Medien (M2) wie Facebook möglich. Dabei sollte Facebook nicht als direkter Distributionsweg angesehen werden, sondern viel mehr als Kommunikations- und Dialogplattform. Diese ermöglicht die unmittelbare Kommunikation mit dem Gast, um auf Kritik und Wünsche schneller zu reagieren. Durch richtig kommunizierte Inhalte können zudem virale Effekte erzeugt werden, die eine höhere Kundengewinnung ermöglichen.

Gründe für die Wichtigkeit eines qualifizierten Innenmarketings (M4) wurden bereits im Bestands- und Analyseteil genannt. Jedoch soll an dieser Stelle und auch im Hinblick auf die weitere touristische Entwicklung noch einmal auf die Wichtigkeit der Schaffung eines „Wir-Gefühls“ hingewiesen werden, welches besonders im Rahmen der Corporate Identity eine bedeutende Rolle spielt. Ein grundlegender Effekt des Innenmarketings ist insbesondere die Stärkung des Informationsaustausches, wodurch das kreative Potenzial möglichst gewinnbringend ausgeschöpft werden kann. Zudem kann durch Innenmarketing eine verbesserte Abstimmung aller Angebote und Anbieter erreicht werden, aber auch die Sicherung und Steigerung der Qualität. Letztendlich soll das Innenmarketing zu einer Erhöhung der Gästezufriedenheit beitragen. Als Beispiel soll an dieser Stelle ein Vermieterseminar für Gastgeber in Ribnitz-Damgarten genannt werden. So könnte die Tourist-Information vorstehend genanntes Seminar veranstalten. Hier sollte es darum gehen, die kleinen Privatvermieter „an die Hand zu nehmen“ und bspw. über die Erwartungen und Bedürfnisse der Gäste von heute informieren, aber auch über Reisemotivation und Reisetrends. Darüber hinaus sollten der Service (Kundenorientierung,-bindung, Qualitätsstandards etc.) und das mündliche Empfehlungsmarketing durch die Gastgeber eine zentrale Rolle in den Seminaren spielen.

Eine hochwertige Kundennachbetreuung (M5) als letztes Glied der touristischen Dienstleistungskette (Grafik 50) ist im Verdrängungswettbewerb unabdingbar. Neben Printmedien, Rund- und TV-Beiträgen informiert sich der Gast maßgeblich über das Internet hinsichtlich der Wahl des Urlaubsortes, der Unterkunft etc. Ein erfahrener Touristiker weiß also, dass bspw. eine ansprechende Tourismuswebseite der finale Auslöser bei der Urlaubsentscheidung war. Jedoch entscheiden die Erlebnisse, Eindrücke und der Service vor Ort, ob der Gast wiederkehrt oder nicht. An dieser Stelle setzt das Kundenbindungsmanagement bzw. die Kundennachbetreuung an. Im oben genannten touristischen Verdrängungswettbewerb und da, wo der Überfluss den Mangel ablöst und sich der Verkäufermarkt zum Käufermarkt entwickelt, ist es wichtig beim Gast präsent zu bleiben. Eine entsprechende Nachbetreuung verstärkt einen positiven Eindruck beim Gast bzw. ermöglicht es, negativen Eindrücken entgegenzuwirken. Dies kann durch Zusendung eines persönlichen Anschreibens mit einem Prospekt, buchbaren Packages oder Angeboten für Wochenenden im Herbst sowie anlassbezogene Newsletter (z.B. Bernsteinfest) realisiert werden.

Die vorstehend genannten Marketingmaßnahmen, insbesondere jene des Innen- und Online-Marketings, erfordern eine höhere Personenkapazität als sie derzeitig im Amt Ribnitz-Damgarten bestehen. Aufgrund des intensiven und breiten Aufgabenspektrums, die mit einem qualitätsvollen Innen- und Online-Marketing einhergehen bzw. daraus resultieren sowie für eine weitere zukunftsfähige Entwicklung des Tourismus in Ribnitz-Damgarten ist eine Erweiterung der personellen Res-

sourcen unabdingbar!

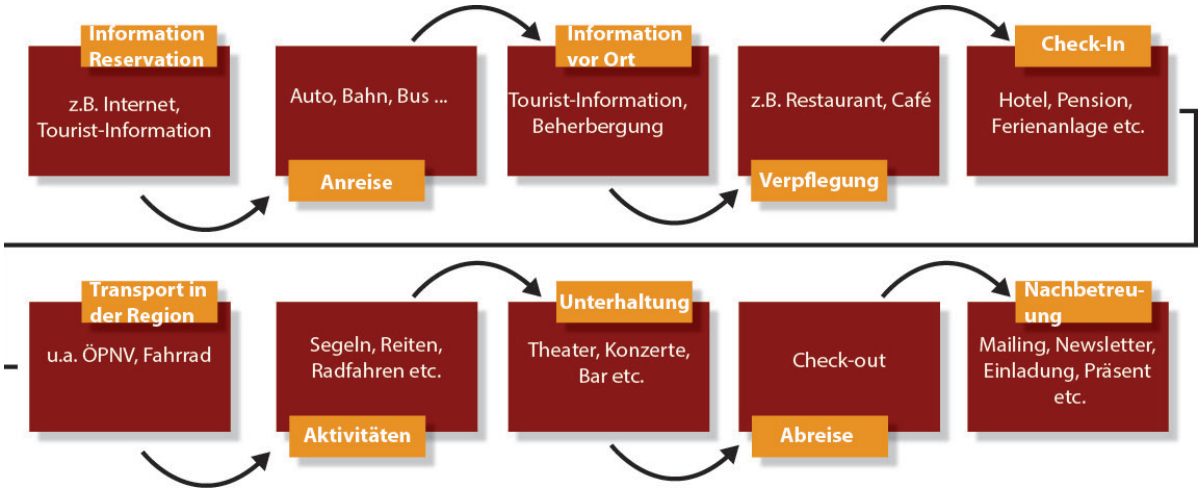
|Regional anzugehende Maßnahmen

Aufgrund der besonderen Lage der Stadt Ribnitz-Damgarten am Boddengewässer spielt der Wassertourismus eine besondere Rolle im Angebotsprofil und ermöglicht zudem vielfältige Produkt- und Angebotsmöglichkeiten. Ein im Bereich des Wassersports seit Jahren zu beobachtender Trend ist die ungebrochene Beliebtheit des Kite-/Surfsports. Hier stellen vor allem die Boddengewässer ein attraktives und beliebtes Revier dar. Zudem zeichnet sich die Zielgruppe der Surfer durch eine hohe Heterogenität aus. Dies kommt bspw. in der Altersstruktur, welche von Jugendlichen und jungen Erwachsenen bis hin zu Best Agern reicht oder im Einkommen und Berufsstand zum Ausdruck. Zudem wohnt der Zielgruppe der Surfer ein nicht zu unterschätzendes Wertschöpfungspotenzial inne, wovon alle Gemeinden, die dieses Segment bereits bedienen, bei einer entsprechenden professionellen und attraktiven Angebotsgestaltung profitieren können. Vor diesem Hintergrund wird eine gemeinsame Initiative zum Ausbau qualifizierter Wassersportstationen für Surfer und Kitesurfer empfohlen (R8). Hierbei sind jedoch, neben weiteren Aspekten, zwingend die naturschutz- und planungsrechtlichen Voraussetzungen zu prüfen.

Der An- und Abreisverkehr stellt sich für die Gemeinden der Halbinsel Fischland-Darß-Zingst sowie für Ribnitz-Damgarten zum Teil als problematisch dar. Insbesondere während der Hauptsaison übersteigt das Leistungsvermögen die vorhandene Straßeninfrastruktur, wodurch das Image und die Reisequalität erheblich beeinträchtigt werden. Vor diesem Hintergrund gilt es Initiativen zur Verbesserung des ÖPNV-Angebots zur funktionalen Entlastung der B105 und L21 zu bilden (R11). Eine dem heutigen Nachhaltigkeitsverständnis entsprechende attraktive Angebotsgestaltung im ÖPNV würde das Image der Region und somit auch das Wertschöpfungspotenzial positiv beeinflussen. Dieses gewichtige Thema bedarf jedoch einem gemeinschaftlichen Handeln und einer gemeinsamen Positionierung aller für den Tourismus relevanten Ebenen.

Wichtig für eine auch zukünftig verantwortungsvolle

GRAFIK 50
touristische Dienstleistungskette



QUELLE: nach Rothlauf 2014
DARSTELLUNG: wagner Planungsgesellschaft

Tourismusentwicklung ist auch eine einheitliche Erfassung der tourismusrelevanten Zahlen (R12). Die aktuelle Situation ist dadurch gekennzeichnet, dass sich die Erhebungen und Kategorisierungen der touristisch relevanten statistischen Daten von Gemeinde zu Gemeinde unterscheiden. So erheben einige Gemeinden die entsprechenden Daten (u.a. Ankünfte, Übernachtungen, Aufenthaltsdauer) sowohl nach Beherbergungsarten (Hotels, Pensionen, Ferienhäuser und -wohnungen, Camping etc.) als auch gesamt; andere Gemeinden wiederum erfassen nur die Gesamtzahlen ohne die Differenzierung nach Beherbergungsbetrieben. Dadurch ist eine fundierte Interpretation des statistischen Materials nur bedingt möglich und erschwert somit eine großräumliche und gemeindeübergreifende Bewertung der touristischen Entwicklung. Dies wird auch dadurch erschwert als dass die amtliche Statistik aufgrund der statistischen Geheimhaltung ebenfalls nur eingeschränkt nutzbar ist. Vor diesem Hintergrund ist die Schaffung einer gemeinsamen statistischen Datenbank anzuraten, wodurch eine detailliertere Informationsgewinnung und deren Interpretation sowie Verwertung vereinfacht wird.

3. |Zukünftige Organisation der Tourist-Information

Die zukünftige Organisation der Tourist-Information muss in Anbetracht der insgesamt für die Bernsteinstadt gesteckten ambitionierten Zielstellungen in der Tourismusentwicklung Rechnung tragen. Insbesondere im Bereich des Marketings und der Angebotsentwicklung kommen zusätzliche Anforderungen auf die Tourist-Information zu, welche organisatorisch sowie in der Personal- und in der Haushaltsplanung zu berücksichtigen sind. Im Ergebnis der Abstimmungen mit der Verwaltung ist zudem auf nachfolgende Anforderungen einzugehen:

- Schaffung einer klaren Abgrenzung zur übrigen Verwaltung und größeren Eigenständigkeit, strategische Ziele auch mittelfristig verfolgen zu können
- Vermeidung unnötiger Kapazitätsaufwendungen zur Erfüllung bürokratischer Anforderungen, wie sie aktuell der Tourist-Information als Teil der Verwaltung anfallen
- Schaffung von Spielräumen für die Mitarbeiter neben dem laufenden Tagesgeschäft auch im Bereich Marketing und Angebotsentwicklung verstärkt tätig werden zu können
- Wenn möglich Kosteneinsparung gegenüber dem laufenden Betrieb bzw. bei Ausweitung des Tätigkeitsbereichs eine möglichst kosteneffiziente Lösung

Zunächst einmal bleibt festzuhalten, dass eine Änderung der Organisations- bzw. Gesellschaftsform der Tourist-Information einer Gesamtstrategie für die zukünftige Tourismusentwicklung der Bernsteinstadt folgen muss. Eine alleinige Änderung im organisatorischen und rechtlichen Bereich bringt noch keinerlei Fortschritt in der touristischen Positionierung bzw. für die örtliche Tourismusentwicklung. Zur zukünftigen Organisationsform gibt es grundsätzlich folgende Alternativen, welche allesamt Vor- und Nachteile mit sich bringen:

- **Beibehaltung der Tourist-Information als Teil der Verwaltung (Amt Ribnitz-Damgarten) und interne Umorganisation des Arbeitsprozesses ggf. personelle Verstärkung des entsprechenden Verwaltungsbereichs.** Die Vorteile der grundsätzlichen Beibehaltung der heutigen Organisationsform liegen im relativ geringen Verwaltungsaufwand. So ist keine gesonderte Bilanzierung und Prüfung durch einen Wirtschaftsprüfer erforderlich. Zudem ist es auch nicht erforderlich, dem Betrieb Vermögenswerte sowie profitable zusätzliche Geschäftszweige zuzuordnen wie dies insbesondere bei Aufstellung als GmbH geboten wäre. Die Nachteile dieser Lösung liegen in der fehlenden administrativen Eigenständigkeit. So ist die Tourist-Information als Teil der Verwaltung des Amtes Ribnitz-Damgarten und in deren Dienststruktur und organisatorische Abläufe eingebunden. Auch kleinere Ausgaben bzw.

Investitionen unterliegen den Gleichen Restriktionen bzw. Kontrollen wie für die übrige Verwaltung. Weiterhin besteht wie auch für den Rest der Verwaltung eine direkte Kontrolle von Stadtvertretung und Fachausschüssen, was die Möglichkeiten des eigenständigen strategischen Handelns zusätzlich einschränkt.

- **Überführung in einen Eigenbetrieb.** Die Organisation der Tourist-Information als Eigenbetrieb bringt zunächst eine administrativ klarere Abgrenzung. Allerdings untersteht auch der Eigenbetrieb weiterhin der direkten politischen Kontrolle von Stadtvertretung und Fachausschüssen. Die Möglichkeiten eines unabhängigen strategischen Handelns sind auch hier nicht gesichert bzw. von der Zurückhaltung der städtischen Gremien abhängig. In Sachen Entbürokratisierung bringt die Aufstellung als Eigenbetrieb keine wesentlichen Vorteile; im Gegenteil es wird zusätzlich eine Bilanzierung, Abschlusserstellung sowie die Prüfung durch einen Wirtschaftsprüfer erforderlich. Damit stellt in Anbetracht der zu erfüllenden Anforderungen der Eigenbetrieb keine zielführende Lösung dar.

- **Kooperation mit den Nachbargemeinden insbesondere mit Dierhagen und Bildung eines gemeinsamen Kur- und Tourismusbetriebs.** Ein Zusammengehen mit den Kur- und Tourismusbetrieben der Nachbarn, insbesondere der angrenzenden Gemeinde Ostseebad Dierhagen (ggf. auch mit Graal-Müritz oder weiteren Gemeinden) würde eine Bündelung der Ressourcen bewirken. Die Geschäftsfelder sind ähnlich gestaltet (Zimmervermittlung, Kartenverkauf Veranstaltungen, Organisation von Events, Freizeit- und Bildungsangeboten, Marketing), ebenso die Abläufe der allgemeinen Verwaltungstätigkeit (Tourismusstatistik, Verbandarbeit, Personalwesen usw.) sodass sich hier Synergien ergeben würden. Die Kooperation wäre in Form eines gemeinsamen Eigenbetriebs und ggf. auch in Form einer GmbH möglich. Jedoch ist zu dieser Option anzumerken, dass die Gemeinde Dierhagen einen entsprechenden administrativen Zusammenschluss insbesondere aufgrund der wesentlich besseren Finanzausstattung und der erheblichen, dem eigenen Kurbetrieb zugeordneten Vermögenswerte zurzeit nicht anstrebt, wie Nachfragen ergeben haben:

- **Überführung in eine GmbH.** Der Organisation als GmbH bedarf es einer Reihe von Voraussetzungen. Zum einen müssen einer GmbH Vermögenswerte zugeordnet werden, ebenso Geschäftsfelder, die auf eine Gewinnerzielung ausgerichtet sind. Die Ausgangslage ist diejenige, dass der Tourist-Information keine entsprechenden Vermögenswerte zugeordnet sind; die Gebäude mit den Informationsbüros sind von der städtischen Gebäudewirtschaft gemietet, die städtischen Museen (Bernstein- und Freilichtmuseum) als Vereine organisiert sowie die Bodden-Therme über einen privaten Betreiber. Die bisherigen Tätigkeitsfelder (Tourist-Information und in begrenztem Umfang Zimmervermittlung und Kartenverkauf) sind zudem nicht hinreichend, um zukünftig eine entsprechend erforderliche Einnahmekulisse zu erzielen. Dazu kommt noch der erhebliche organisatorische Mehraufwand aufgrund der Gesellschaftsform insbesondere Bilanzierungspflicht und jährliche Prüfung durch einen Wirtschaftsprüfer. Einen wirtschaftlichen Vorteil stellt gegenüber der in die Verwaltung integrierten Organisation und dem Eigenbetrieb die Vorsteuerabzugsberechtigung der GmbH dar.

- **Bildung einer GmbH zusammen mit strategischen Partnern.** Anders stellt sich die Sinnhaftigkeit der Bildung einer GmbH dar, wenn mit weiteren strategischen Partnern kooperiert werden würde, insbesondere größere Hotels und weitere private Tourismusunternehmen kommen hier in Frage. Betrachtet man eine mögliche Lösung auf die Stadt Ribnitz-Damgarten beschränkt, so dürfte das Haupthindernis einer Umsetzung darin liegen, dass

geeignete interessierte Partner fehlen. Es käme hier allerdings grundsätzlich die Eingliederung der Tourist-Information in die Gebäudewirtschaft in Frage, die bereits als GmbH organisiert ist. Nachteilig sind hier allerdings, dass sich die bestehenden und ggf. noch umsetzbaren gemeinsamen Geschäftsfelder in sehr engen Grenzen halten und damit auch kostensparende Synergieeffekte verhindern. Blickt man allerdings über den Tellerrand hinaus, so bestehen in der Nachbargemeinde Dierhagen durchaus geeignete Partner, mit denen eine Kooperation im Tourismusbetrieb eingegangen werden könnte. Neben der dort als Eigenbetrieb organisierten Kur- und Tourismusbetriebs käme zudem der Einstieg der dortigen größeren Hotels (Dünenmeer, Strandhotel, Ostseehotel) in Frage.

Im Ergebnis der Betrachtung sollte die Wahl der Organisations- und Gesellschaftsform in erster Linie davon abhängig gemacht werden, welche Aufgaben die heute bestehende Tourist-Information in Zukunft übernehmen soll. Eine GmbH ist nur bei Entwicklung neuer gewinnorientierter Geschäftszweige und bei Zuordnung entsprechender Einrichtungen sinnvoll. Die lässt sich nach aktueller Einschätzung nur im Zusammengehen mit Dierhagen und/oder anderen Nachbarorten bzw. zusätzlicher Hereinnahme privater Partner bewerkstelligen. Die mögliche Kooperation mit Dierhagen und ggf. noch andern touristisch orientierten Nachbargemeinden sollte unabhängig von der Organisationsform geprüft werden, lässt sich keine tragfähige Basis für eine GmbH erzeugen, so ist die Schaffung eines gemeinsamen Eigenbetriebs (Zweckverband) zu prüfen. Bei grundsätzlich geplanter Beibehaltung des Geschäftsgegenstands mit stärkerer Konzentration auf Marketing und Angebotsentwicklung bei entsprechend gesteigertem Budget und personeller Ausstattung stellt die Beibehaltung der momentanen Organisationsform eine gangbare Lösung dar.

4. |Einführung von Kurtaxe und Fremdenverkehrsabgabe

Die Umsetzung vorstehend aufgezeigter Strategie zur zukünftigen Tourismusentwicklung und die dazu seitens der Stadt Ribnitz-Damgarten erforderlichen zu ergreifenden Maßnahmen erfordern ein erhebliches finanzielles Engagement. Darunter fallen zusätzliche Personalaufwendungen im Rahmen der Erhöhung der Schlagkraft der Tourist-Information, zusätzliche Aufwendungen zur Besserung des Außen- und Innenmarketings aber insbesondere auch Mittel zur Verbesserung bzw. zur Neuschaffung touristischer Infrastruktur wie das Haus des Gastes, die Weiterentwicklung von Museen sowie sonstigen Kultur- und Veranstaltungsangeboten bis hin zur Ergänzung / Qualifizierung der Wegenetze für Radfahrer, Wanderer und Reiter. Insbesondere das Vorantreiben eines alleinstellendes Kultur- und Veranstaltungstouristischen Profils ist mit erheblichen investiven und permanenten Aufwendungen verbunden.
Von vorgenannten Maßnahmen und den durch diese bewirkten höheren Bekanntheitsgrad der Bernsteinstadt bzw. die erwirkte Qualitätsverbesserung des touristischen Angebots profitieren die örtlichen Tourismusanbieter unmittelbar. Daher ist es sinnvoll und geboten, die örtlichen Beherbergungsbetriebe, Gastronomen aber auch Waren- und Dienstleistungsanbieter an den Kosten des Tourismusbetriebs zu beteiligen.

Ribnitz-Damgarten ist nach Kurortegesetz Mecklenburg-Vorpommern als staatlich anerkannter Erholungsort prädikatisiert. Damit ist es möglich, von den Übernachtungsgästen eine Kurtaxe zu erheben. Diese ist vom jeweiligen Beherbergungsbetrieb zu erheben. Daneben besteht zudem die Möglichkeit der Einführung einer Fremdenverkehrsabgabe, welche direkt von den vom Tourismus profitierenden Unternehmen eingezogen wird.

Die Einführung einer Kurtaxe sowie einer Fremdenverkehrsabgabe bedürfen der Aufstellung einer kommunalen Satzung. Dies ist bisher seitens der Bernsteinstadt

noch nicht erfolgt. Die Einnahmen von Kurtaxe und Fremdenverkehrsabgabe sind zweckgebunden für den Tourismusbetrieb einzusetzen.

Die Höhe der Kurtaxe sowie der Fremdenverkehrsabgabe sollte angemessen erfolgen und im Verhältnis zu den Aufwendungen der Stadt für den Tourismus bzw. zum Nutzen für die Tourismusunternehmen stehen. Die von einigen Tourismusanbietern vertretene Position, dass die Einführung von Kurtaxe und Fremdenverkehrsabgabe zur Verteuerung der Angebote führe und damit Gäste abschrecken kann, ist kaum nachvollziehbar. Einerseits macht die übliche Kurtaxe nur einen geringen Anteil an den täglichen Aufwendungen des Gastes aus und andererseits wächst die Erkenntnis bei den Urlaubern, dass ein guter touristischer Service und ein gutes Freizeit-, Kultur- und Veranstaltungsangebot eine entsprechende Abgabe rechtfertigt. Die Akzeptanz kann zudem durch Vorteile der Karte wie Kostenfreistellung oder Ermäßigung für kulturelle Veranstaltungen, Ausstellungen aber auch für die die ÖPNV-Benutzung und das Parken noch erheblich positiv beeinflusst werden.
Perspektivisch ist die Einführung einer gemeinsamen Kurkarte durch alle in der Tourismusregion Kurtaxe erhebenden Gemeinden anzustreben. Neben den, zählt man Graal-Müritz dazu, 5 Ostsee- bzw. Ostseeheilbädern sind die Boddendörfer Born und Wieck sowie die Stadt Barth als staatlich anerkannte Erholungsorte prädikatisiert. Die Einführung einer gemeinsamen Kurkarte ist sinnvoll, um eine finanzielle Basis für wichtige anzugehende Gemeinschaftsaufgaben zu schaffen, wie z.B. die Etablierung eines für die Gäste attraktiveren und kostenermäßigt bzw. kostenfrei gestellten Öffentlichen Personennahverkehrs, der flächendeckenden Einführung von Ladestationen für Elektromobilität sowie für gemeinsame Ausstellungs- und Veranstaltungsprojekte.

5. |Konzeptumsetzung und Ausblick

Die vorgelegte Tourismuskonzeption gibt den konzeptionellen Rahmen sowie die Handlungsschwerpunkte vor, auf deren Basis die Tourismusentwicklung in der Bernsteinstadt Ribnitz-Damgarten erfolgen soll. Das formulierte Kernziel, die Qualifizierung des Kulturtourismus als touristische Alleinstellung, stellt Ribnitz-Damgarten vor eine besondere Herausforderung in deren Rahmen vielfältige konkrete Aufgaben anzugehen sind. Dies setzt, wie auch bei der Verfolgung der übrigen strategischen Ziele wie der Weiterentwicklung des Sport- und Freizeitangebots sowie der Beherbergungsinfrastruktur ein hohes Engagement der Stadt, aber auch der privaten Tourismuswirtschaft, der Vereine sowie letztendlich aller Bürger voraus. Selbst unter dem Umstand, dass es

auch in Zukunft vielfältige Möglichkeiten zur Förderung touristischer Vorhaben gibt, wird dennoch ein erhebliches finanzielles Engagement seitens der Bernsteinstadt, aber auch der privaten Tourismusunternehmen erforderlich sein. Seitens der Stadt wird dies eine langfristige Berücksichtigung der touristischen Ausgaben in der Haushaltsplanung erforderlich machen, sowohl was Eigenmittel für investive Maßnahmen betrifft, als auch für Personal, Unterhaltung und sonstige laufende Kosten.

Im erstellten Maßnahmenkatalog sind die zum Erreichen der formulierten strategischen Zielstellungen erforderlichen bzw. dienlichen Maßnahmen nach Handlungsfeldern formuliert. Aufgrund sich stetig fortentwickelnder touristischer Trends, individueller Urlaubsansprüche und örtlicher wie überörtlicher Rahmenbedingungen wird sich die Tourismusentwicklung auch in den kommenden Jahren als sehr dynamischer Prozess gestalten. Dies erfordert von den Tourismusverantwortlichen ein flexibles Reagieren auf geänderte Anforderungen, was auch in der Anlage der Tourismuskonzeption berücksichtigt werden muss. Daher erfolgt eine Einteilung der Maßnahmen in Handlungsprioritäten (Prioritätsstufe I: kurzfristig zur Verfolgung/Umsetzung der Entwicklungsziele anzugehen; Stufe II: mittel- bis langfristig zur Verfolgung/Umsetzung der Entwicklungsziele anzugehen; Stufe III: weitere Maßnahmen zur Verfolgung/Umsetzung der Entwicklungsziele hilfreich); auf eine numerische Reihenfolge wird dagegen bewusst verzichtet. Sofern es kalkulierbare investive Maßnahmen betrifft, ist ein geschätzter Kostenrahmen angegeben. Weiterhin sind zu jeder Maßnahme die Handlungsschritte aufgeführt, welche im Rahmen der Umsetzung vordringlich anzugehen sind. Schließlich sind die wesentlichen Akteure aufgeführt, von denen Verantwortung für die Umsetzung der einzelnen Maßnahmen bzw. Projekte übernommen werden muss bzw. deren Mitwirkung erforderlich wird.

Die vorgelegte Tourismuskonzeption bildet dennoch lediglich einen ersten Schritt in Richtung einer nachhaltigen zukünftigen Tourismusentwicklung. Deren Erfolg wird letztendlich von einer konsequenten Umsetzung der Strategie und hier insbesondere der zur Zielerreichung formulierten Maßnahmen abhängig sein.

Die Umsetzung der einzelnen Maßnahmen erfordert ein jeweils differenziertes Vorgehen, welches im Rahmen des Maßnahmenkatalogs jeweilig skizziert ist. Jedoch lassen sich folgende grundsätzliche Aussagen für die anstehende Umsetzungsphase treffen:

- Zunächst einmal gilt es, die jeweilig interessierten bzw. erforderlichen Personen und/oder Institutionen zusammenzubringen, Organisationsformen festzulegen und Verantwortlichkeiten abzustimmen.
- Da das Tourismuskonzept die einzelnen Maßnahmen nur allgemein anreißen kann, ist in einem weiteren Schritt eine Ausdifferenzierung der Maßnahmen hinsichtlich Inhalt, Adressaten, Organisationsform und Wirtschaftlichkeit vorzunehmen. Hierzu wird insbesondere bei größeren bzw. tourismusfachlich besonders anspruchsvollen Projekten die Einbindung externen Sachverstands sowie ggf. die Erstellung vertiefender Machbarkeitsstudien bzw. Wirtschaftlichkeitsgutachten erforderlich.
- Für die Maßnahmen bzw. Projekte, welche durch private Investoren und Betreiber realisiert werden sollen, ist die für einige Projekte bereits laufende Investoren- und Betreiberakquisition konsequent fortzusetzen.
- Eine weitere Kernleistung bei der Umsetzung ist die Sicherung der Finanzierung, wozu neben dem Aufbringen der Eigenmittel die Beantragung von Fördermitteln sowie das Einwerben von Mitteln Dritter (Kredite) zählen.
- Eine weitere wesentliche Aufgabe liegt darin, die nötigen Behördenabstimmungen zu führen und Genehmigungen für ein Vorhaben einzuholen, insbesondere wenn es sich um infrastrukturelle Vorhaben mit erheblichen Auswirkungen auf Stadtentwicklung und Umwelt handelt.

- Weiterhin gilt es, gerade bei größeren Vorhaben, die Öffentlichkeit durch gezielte Beteiligung frühzeitig einzubinden und mitzunehmen. Insbesondere Bürgerinformationsveranstaltungen und Workshops haben sich hier als geeignete Instrumente erwiesen. Nur so kann die notwendige breite Akzeptanz für eine nachhaltige Tourismusentwicklung herbeigeführt und gesichert werden.
- Aufbauend auf Leitbild, Zielstellungen und Maßnahmenkatalog sowie formulierten Ansätzen ist die Entwicklung integrierter vermarktungsfähiger Angebote anzugehen. Insbesondere auf die Erfordernisse einer Angebotsentwicklung für die Zielgruppen Schulklassen, Jugendgruppen und Vereine, aber auch für die Familien wurde bereits hingewiesen. Dazu wird eine enge Zusammenarbeit der Stadt samt ihrer tourismusbezogenen Vereine, mit privaten Anbietern sowie der privaten Anbieter untereinander unbedingt erforderlich.
- Schließlich gilt es, das Marketing grundsätzlich weiterzuentwickeln. Dies gilt für die Bernsteinstadt und für private Tourismusanbieter gleichermaßen.

Neben den größeren privaten und öffentlichen Infrastrukturvorhaben wie sie das Haus des Gastes oder die vorgeschlagenen ergänzenden Beherbergungseinrichtungen darstellen, bedarf es insbesondere im prioritären Handlungsfeld „Kultur und Events“ einer verstärkten kontinuierlichen Arbeit im Bereich der qualitativen und auf das Leitbild (Bernsteinstadt) ausgerichteten Weiterentwicklung des Veranstaltungs-, Bildungs- und Eventangebots. Die entsprechend aufgezeigten Maßnahmen im Bereich der Weiterentwicklung der Feste, des Konzert- und Theaterprogramms sowie der Ausstellungen sind daher mit besonderer Priorität anzugehen.

Die vorliegende Tourismuskonzeption zielt bereits stark auf das zunehmende Erfordernis einer gemeindeübergreifenden Kooperation in der Tourismusregion ab. Diese Kooperation voranzubringen, sei es im Rahmen der Zusammenarbeit gemeinsamer Gremien wie dem regionalen Tourismusverband, der gemeinsamen Positionierung zu Planungen und weiteren touristischen Belangen sowie die Kooperation bei der Umsetzung konkreter Projekte bzw. Angebote, ist ebenfalls wichtige Aufgabe bei der Umsetzung vorliegender Konzeption.

Der zukünftige Erfolg in der weiteren Tourismusentwicklung sollte zudem regelmäßig anhand klar festgelegter Bewertungskriterien evaluiert werden. Als Indikatoren kommen hierfür insbesondere nachfolgende in Frage:

- die Entwicklung der Anzahl an Übernachtungen pro 1.000 EW,
- die Entwicklung der Anzahl an Tagesgästen pro 1.000 EW,
- die Entwicklung der Auslastung der Beherbergungsbetriebe,
- die Entwicklung des Arbeits- und Ausbildungsplatzangebots im tourismusnahmen Sektor, sowie
- die Entwicklung des Gewerbesteueraufkommens der vom Tourismus profitierenden Betriebe.

Aufgrund der bestehenden, engen Verknüpfung mit der Tourismusregion und der darüber hinaus noch angestrebten verstärkten Zusammenarbeit mit den touristischen Nachbarn sollte ein entsprechendes Monitoring, wie auch die Erhebung der Tourismusstatistik insgesamt in Kooperation mit den anderen Tourismusgemeinden erfolgen.

Anhand einer entsprechenden Evaluation kann insbesondere überprüft werden, inwieweit die in der Entwicklungskonzeption formulierten strategischen Ziele und davon abgeleiteten Maßnahmen wirklich zielführend sind. Bei erheblichen Defiziten sollten die strategische Ziele und der Maßnahmenkatalog im Rahmen einer Fortschreibung entsprechend modifiziert werden.

VI. |ZUSAMMENFASSUNG

Die Stadt Ribnitz-Damgarten ist bereits heute stark vom Tourismus geprägt. Betrachtet man das Arbeitsplatzangebot, so bildet der tourismusnahe Sektor nach allgemeinen und privaten Dienstleistungen bereits den zweitwichtigsten Wirtschaftsbereich. Eine zukünftige zielgerichtete, ergebnisorientierte Tourismusentwicklung und die damit verbundene Schaffung von Arbeitsplätzen ist insbesondere aufgrund des in der Bernsteinstadt gering ausgeprägten Sektors des produzierenden Gewerbes und infolgedessen insgesamt begrenzten Arbeitsplatzangebots und bestehender Strukturschwäche (Entwicklung von Einpendler- zu Auspendlergemeinde) dringend erforderlich.

Die Stadt verfügt über eine Vielzahl guter touristischer Ansätze, dazu zählen insbesondere umfassende kulturelle Angebote wie das Freilichtmuseum Klockenhagen, das Bernsteinmuseum die Schaumanufaktur für Bernsteinschmuck, Ausstellungen sowie ein breites Angebot an kulturellen Events und Festen. Das Sport- und Freizeitangebot ist mit dem Reiterhof Bernsteinreiter Hirschburg samt angeschlossenem Reitwegenetz, der Körks Strandarena, der Bodden-Therme und einem gut ausgebauten Radwegenetz gerade im Bereich der naturraumbezogenen Aktivitäten schon ordentlich aufgestellt. Einen Pluspunkt in der touristischen Wahrnehmung stellt zudem das Prädikat „staatlich anerkannter Erholungsort“ dar.

Jedoch werden viele vorstehende Angebote bisher nicht mit der nötigen Konsequenz weiterentwickelt. So ist das touristische Leitthema „Bernstein“ bisher nicht breit genug aufgestellt. So weist das Bernsteinmuseum sowohl in der inhaltlichen Schwerpunktsetzung (keine hinreichende Nutzung des naturwissenschaftlichen und des kunstgewerblichen bzw. Lifestyle-Potenzials) sowie in der Präsentation Defizite auf. Infolgedessen ist die Ansprache der Zielgruppen der Jugendlichen, jungen Erwachsenen und der Familien bisher unzureichend. Wesentlicher Schwachpunkt des Freilichtmuseums ist die rein saisonale Anlage. Zudem wird technikorientierten Themen zu wenig Aufmerksamkeit geschenkt. Neben dem Folkloretanzfestival werden sowohl das Bernstein- als auch das Hafenfest als ‚Leuchtturmfestivitäten‘ der Stadt gesehen. Hierfür bedarf es aber einer klaren inhaltlichen Orientierung sowie konsequenten Qualitätssicherung.

Unzureichend ist das Beherbergungsangebot. Mit insgesamt lediglich 1.390 gewerblichen Betten ist es kaum möglich, sich als Reiseziel für Übernachtungstouristen zu etablieren. Besonders defizitär stellt sich das Hotelangebot dar. Mit lediglich drei kleinen Anbietern und insgesamt 66 Betten spielt dieses bisher kaum eine Rolle. Impulse für eine Saisonverlängerung, welche in der Regel maßgeblich von der Hotellerie ausgehen, sind entsprechend kaum zu erwarten. Defizite bestehen zudem in zielgruppenspezifischen Angeboten für (Jugend-)Gruppen und Vereine sowie für Familien und sportiv orientierte Gäste. Ribnitz-Damgarten verzeichnet im Beobachtungszeitraum 2000 bis 2013 lediglich einen leichten Anstieg der Übernachtungen insgesamt, während der angrenzende Tourismusschwerpunktraum mit deutlichen Zuwachsraten aufwartet. Die Kategorie „Hotels, Gasthöfe und Pensionen“ weist sogar abweichend vom Allgemeintrend eine Negativentwicklung auf. Die Auslastungszahlen liegen hier zudem ebenfalls untypisch unter derer der sonstigen Beherbergungsbetriebe.

Mit der Wort-Bildmarke „Bernsteinstadt Ribnitz-Damgarten“ sowie dem Verleih des Prädikats „staatlich anerkannter Erholungsort“ wurden wichtige Voraussetzungen für ein wirkungsvolles Außenmarketing geschaffen.

In der Tourismusbranche spielt die eigene Webseite im Marketing die zentrale Rolle. Im Falle von Ribnitz-Damgarten wird dieses Medium bisher nicht optimal genutzt. Dies betrifft Inhalt, Design und Organisation des Auftritts (insbesondere keine eigene Tourismus-Webseite) gleichermaßen. Dies gilt ebenfalls für das Binnenmarketing der Stadt, welches lediglich in Ansätzen entwickelt ist. Die bestehenden Defizite im Marketing stehen in engem Zusammenhang mit der Personalsituation im Tourismusbereich. In Anbetracht der bestehenden allgemeinen und im Rahmen des Marketings zusätzlich zu leistenden Aufgaben ist die aktuelle Personalausstattung einfach zu gering.

Vorstehende Defizite wiegen umso schwerer, da die Stadt im direkten Wettbewerb mit den Seebädern auf der Halbinsel Fischland-Darß-Zingst steht. Des Weiteren nehmen, betrachtet man den allgemeinen touristischen Trend, das Qualitätsbewusstsein sowie die individuellen Anforderungen der Gäste einen zunehmend höheren Stellenwert ein, was in Service und Angebotsentwicklung entsprechend zu berücksichtigen ist.

Bei den aktuell von der Stadt Ribnitz-Damgarten verfolgten Tourismusprojekten, sticht das Großvorhaben „Landschaftspark am Bodden“ mit einer angestrebten Kapazität von bis zu 3.500 Betten hervor. Aufgrund der vorgesehenen das Portfolio der Region ergänzenden Angebote z.B. in den Bereichen Familienresort, Golf und Tagungen, der angestrebten Ganzjahresausrichtung, ist von weit überwiegend positiven Auswirkungen auf die Bernsteinstadt und die Tourismusregion insgesamt auszugehen. Insbesondere sollte das geplante Resort die saisonale und insbesondere außersaisonale Auslastung von Kultur-, Freizeit- und gastronomischen Angeboten in der Region verbessern.

Aufgrund vorstehend beschriebener Stärken und Potenziale, aber auch bestehender Defizite, wird eine grundlegende Weiterentwicklung des touristischen Geschäfts in der Bernsteinstadt erforderlich. Dabei dürfen auch die Positionierung in neuen Marktsegmenten und die Ansprache bisher vernachlässigter Zielgruppen keine Tabus darstellen, ebenso auch nicht das Anstreben einer deutlichen Saisonverlängerung, auch wenn aktuell das Saisongeschäft noch nicht annähernd ausgeschöpft ist. Das touristische Leitbild setzt sich aus den drei Säulen „Kultur als Alleinstellung“, „Wohlfühlen / Genießen“ und „Sport / Natur / aktive Gruppen“ zusammen. Die erste Säule umfasst das Alleinstellungsthema Kultur- und Veranstaltungstourismus, von welcher primär die erforderliche überregional wirkende Anziehungskraft und eine forcierte Ansprache der Zielgruppe der Tagesgäste ausgehen muss. Die zweite Säule „Wohlfühlen / Genießen“ richtet sich vornehmlich an die anspruchsvolle Klientel der Best Ager, aber auch an (gut situierte) jüngere Paare oder Alleinreisende. Diese schon ansatzweise von der Bernsteinstadt angesprochenen Zielgruppen spielen aufgrund ihres Reiseverhaltens im Rahmen der angestrebten Saisonverlängerung eine Schlüsselrolle. Hierzu sind allerdings grundlegende Voraussetzungen insbesondere ein anspruchsvolles Beherbergungs-, Gastronomie- und Wohlfühlangebot zu schaffen. Die dritte Säule des Leitbilds stellt die weitere Entwicklung und Verbesserung der Urlaubswelten für die übrigen besonders relevanten Zielgruppen und zwar derjenigen der Familien für das Saisongeschäft sowie derjenigen der Jugendgruppen, Vereine und naturbezogenen Aktivurlauber mit Schwerpunkt in der Nebensaison dar.

Der die erforderlichen Aktivitäten zur Zielerreichung zusammenfassende Maßnahmenkatalog setzt entsprechend vorstehender Prioritätensetzung einen wesentlichen Schwerpunkt auf die kulturtouristischen Projekte, insbesondere eine Weiterentwicklung der Museen betreffend der Ausstellungsinhalte und -präsentation, begleitendes Seminar- und Bildungsangebot sowie auf eine weitere Qualifizierung der Konzerte, Theateraufführungen, Festen und Events. Gerade im Zusammenhang mit der angestrebten Qualifizierung des kulturtouristischen Angebots und der angestrebten Saisonverlängerung kommt dem Projekt „Haus des Gastes“, einer wetterunabhängigen Spielstätte mit anspruchsvoller Akustik und attraktivem Ambiente, eine Schlüsselrolle zu. Im Hand-

lungsfeld „Wohlfühlen / Genießen“ steht die Schaffung gehobener Beherbergungsangebote mit entsprechendem Wellness- und Gastronomieangeboten im Mittelpunkt. Mögliche Projekte sind hier ein Wellnesshotel am Hafen Ribnitz und im Falle der Umsetzung des „Landschaftsparks am Bodden“ ein größeres Kongress- und Wellnesshotel. Im dritten Handlungsfeld schließlich werden vielfältige Maßnahmen zu Ergänzung bzw. Verbesserung der Sport- und Freizeitinfrastruktur aufgezeigt. Die Ergänzung bzw. Verbesserung der Wegesysteme für Radfahren, Reiten und Wandern sowie des Wassersportangebots durch zusätzliche Angebote im Bereich Segeln, Surfen und Wasserwandern bilden hier die Schwerpunkte. Ein weiterer Schwerpunkt bildet die Schaffung zielgruppenorientierter Beherbergungsangebote wie ein Familien- und Sporthotel in Ergänzung der Bodden-Therme, eine jugend- und gruppenorientierte Unterkunft am Hafen Damgarten, die Entwicklung eines Campingplatzes mit ergänzenden Festunterkünften am Bernsteinsee, sowie die Erweiterung der Unterkünfte im Bereich der Reitanlage in Klockenhagen. Neben diesen auf die Infrastruktur- und Angebotsentwicklung abzielenden Maßnahmen sind eine Reihe von Verbesserungen im Bereich des Außen- und Innenmarketings aufgezeigt; insbesondere zur Neugestaltung des Internetauftritts und zum Einstieg in das Thema Social Media.

Die Auseinandersetzung mit der Frage einer möglichen Neuordnung der Tourist-Information hat ergeben, dass eine Änderung der Organisations- und Rechtsform alleine keine nennenswerten Vorteile hinsichtlich Wirtschaftlichkeit und Schlagkraft mit sich bringt. Die Umwandlung in eine GmbH ist nur sinnvoll, wenn zusätzliche auf Gewinnerzielung ausgerichtete Geschäftsfelder sowie Vermögenswerte hinzukommen. Dazu wird ein Zusammengehen mit strategischen Partnern erforderlich sein, welche aktuell in der Bernsteinstadt selbst nicht gewonnen werden können. Dagegen ist eine engere Kooperation mit dem angrenzenden Ostseebad Dierhagen und ggf. weiteren Nachbarn möglich und sinnvoll und langfristig ggf. auch ein organisatorisches Zusammengehen.

Die Tourismuskonzeption orientiert sich methodisch an der im Jahr 2010 fortgeschriebenen Fassung der Landestourismuskonzeption, insbesondere hinsichtlich der Behandlung übergeordneter Trends sowie der Betrachtung von Märkten und Zielgruppen. Dadurch wird u.a. die Einordnung des Konzepts in die übergeordnete Landesstrategie erleichtert. Bei der Erstellung der Tourismuskonzeption wurden die am Tourismus beteiligten lokalen, aber auch die regionalen Akteure in Form von Experteninterviews und insgesamt drei Workshops umfassend beteiligt. Darüber hinaus erfolgte eine Gästebefragung. Die Ergebnisse vorstehender Beteiligung wurden im Rahmen der Endfassung der Konzeption weitgehend berücksichtigt. Durch vorstehende Beteiligungsschritte und Berücksichtigung vorgebrachter Beiträge wird die Akzeptanz für den laufenden Entwicklungsprozess verbessert und die Einbindung der touristischen Akteure in die kommende Konzeptumsetzung befördert.

Die vorgelegte Tourismusmuskonzeption bildet mit dem touristischen Leitbild, den davon abgeleiteten strategischen Zielstellungen und insbesondere mit dem umfassenden Maßnahmenkatalog die Grundlage für eine nachhaltige Tourismusentwicklung der nächsten ungefähr 10 bis 15 Jahre. Die Tourismuskonzeption ist ein erster Schritt, die Umsetzung muss in den Folgejahren noch geleistet werden. Dabei kommt insbesondere dem Zusammenbringen der erforderlichen Mitwirkenden, der weiteren Konkretisierung der Maßnahmen hinsichtlich konkreter Angebotsentwicklung, Zielgruppenaffinität und Wirtschaftlichkeit, der Klärung von Planungs- und Umweltfragen, der Herstellung einer breiten Akzeptanz in der Öffentlichkeit, der gemeinsamen Entwicklung zielgruppenorientierter Angebote sowie der Einführung eines zukunftsfähigen Marketings besondere Bedeutung bei. Dies gilt auch für die privatwirtschaftlich umzusetzenden größeren investiven Vorhaben, welche eine intensivierte Investoren- und Betreiberakquisition erfordern.

VII. |ANHANG

1. |Protokolle der Workshops

1.1. |1. Workshop

Projekt	Tourismuskonzept Ribnitz-Damgarten
Anlass	Workshop RDG
Datum	10.07.2014, 16:15 – 19:00 Uhr
Ort	Rathaus Ribnitz-Damgarten
Teilnehmer	

1. Herr Ilchmann, BM RDG
2. Frau Karnatz, Amt RDG
3. Herr Körner, Amt RDG
4. Frau Voigt, Amt RDG
5. Herr Werth, Amt RDG
6. Frau Brusch, Amt RDG
7. Frau Griwahn, Amt RDG Stadtkulturhaus
8. Herr Krasselt, Naturschatzkammer
9. Herr Erichson, Deutsches Bernsteinmuseum
10. Herr Radtke, Schaumanufraktur
11. Frau Härting, Tourist-Information
12. Herr Kreitlow, Mitglied in „Ausschuss für Schule, Kultur, Jugend und Soziales“, Landwirtschafts- und Umweltausschuss“, „Ausschuss Boddentherme“
13. Herr Schacht, Mitglied in u.a. „Hauptausschuss“, „Ausschuss für Stadt- und Ortsteilentwicklung, Bau und Wirtschaft“, „Stadtausschuss Damgarten“
14. Herr Krüger, Freilichtmuseum Klockenhagen
15. Frau Gallus, Bernsteinreiter
16. Herr Bartsch, sachkundiger Einwohner, Veranstalter Flughafenrennen
17. Frau Raskop, Galerie im Kloster
18. Herr Jennert, Tourismusverband FDZ
19. Herr Stuht, sachkundiger Einwohner
20. Herr Berg, VfAQ e.V.
21. Herr Wagner, wagner Planungsgesellschaft
22. Herr Fronk, wagner Planungsgesellschaft

Beratungsgrundlage	PPT-Vortrag mit Bestandsanalyse, Marktbetrachtung sowie erste Vorschläge zur touristischen Ausrichtung

Ergebnisse

- Die vorgeschlagenen strategischen Schwerpunkte „Kulturtourismus als Alleinstellung“, „verstärkte Ansprache eigener Übernachtungsgäste mit Kernzielgruppen Familien, Best Ager sowie Jugendgruppen/Schulklassen/ Vereine“, „Entwicklung der Stadtbereiche mit besonderer touristischer Relevanz“ sowie die optionalen Entwicklungen „Campingtourismus“ sowie „Landschaftspark am Bodden (Pütnitz)“ werden als Basis für die weitere Diskussion gesehen.

- Herr Schacht sieht im Tourismussegment ‚Wasser‘ noch (viel) Potenzial, dass es zu nutzen gilt. Die Angebote des Kanuvereins, u.a. die Ausleihe von Kajaks, Kanus und Tretbooten, werden gut angenommen. Auch wird weiterhin die Verbesserung des Fahrgastschifffahrtsangebot genannt und in diesem Zusammenhang auch die Boddenausbaggerung.

- Als wichtiger Punkt für die Tourismuskonzeption für die Stadt RDG wird vor allem der weitere Ausbau des Radwegenetzes genannt. In Richtung Halbinsel FDZ sei das Radwegenetz gut ausgebaut (seitens der Vertreterin der Bernsteinreiter wird aber angemerkt, dass der Radweg zwischen Klockenhagen und Hirschburg verbesserungsbedürftig ist), jedoch bestehe in Richtung Marlow noch erheblicher Lückenschlussbedarf. Hierbei handle es sich zum Teil nur um Lückenschlüsse bis zu 100 Metern, die mit Initiative und einem angemessen finanziellen Budget zu realisieren wären. In diesem Zusammenhang werden auch die Themen einer (einheitlichen) Beschilderung und die Schaffung von radfahrbezogenen Unterkünften genannt, die neben der vorstehenden Ausführung ebenfalls als sehr wichtig empfunden werden.

- Vor dem Hintergrund, dass die Stadt RDG über keine Badestelle verfügt, wird die Schaffung einer solchen im Mündungsbereich der Recknitz vorgeschlagen. Dies würde insbesondere unter touristischen Gesichtspunkten Damgarten aufwerten und zudem das Freizeitangebot steigern. Auch könne nicht jede Familie aus RDG, wenn sie einmal schnell ins Wasser springen möchte, immer nach Dierhagen oder Ahrenshoop fahren. Zudem biete die Recknitz eine gute Wasserqualität und eine attraktive Badekulisse. Diese Einschätzung findet bei mehreren Teilnehmern Zuspruch. Als problematisch erscheint jedoch die Lage in einem Schutzgebiet (FFH-Gebiet), sodass eine Realisierung aus naturschutzfachlicher Sicht fraglich ist.

- Das Thema ‚Wandern‘ wird seitens der Teilnehmer als Potenzialmarkt angesehen. So werden bspw. im Stadtforst schon jetzt ganzjährig Führungen angeboten. Seitens einiger Teilnehmer wird angeführt, dass sich nicht nur der Ribnitzer Stadtforst oder das Ribnitzer Große Moor als Wanderziele eignen, sondern auch in Richtung Marlow und Altheide touristisch attraktive Wanderrouten bestehen. Als Beispiel wird der Wanderweg zu den Apostelsteinen genannt. Gleichwohl müssen Investitionen in die Realisierung eines touristischen Wanderwegenetzes getätigt werden, dass sowohl die Wegeführung als auch die Ausschilderung betrifft, aber auch entsprechende Parkplätze und Zielpunkte. Dies wird auch durch Herrn Jennert bekräftigt, dem in einem Gespräch mit einem Wanderexperten mitgeteilt wurde, dass die Region über ein (großes) Wanderpotenzial verfüge, dessen Aktivierung jedoch die Schaffung bzw. den Ausbau der oben angesprochenen Wanderwegeinfrastruktur voraussetzt.

- Bezugnehmend auf das Thema Reiten seien Geländeausritte insbesondere solche für Familien ein wichtiges

Thema. Die Bernsteinreiter verzeichnen insbesondere einen großen Zulauf bzw. eine starke Nachfrage von Gästen aus dem Ostseeheilbad Graal-Müritz. Diese kommen über die Radwege nach Hirschburg, nehmen dort das reittouristische Angebot wahr und fahren mit dem Fahrrad wieder nach Graal-Müritz. Zudem seien die auf dem Gelände des Reitvereins befindlichen Ferienunterkünfte im Sommer ausgebucht, in der Nebensaison ist die Nachfrage deutlich geringer. Dies liege vor allem daran, dass es sich bei den Übernachtungsgästen auf dem Reitgelände um Selbstverpfleger handle und sich somit eine fehlende Supermarktnähe negativ auf die Belegung in der Nebensaison auswirke. Von vielen Familien werden Familienausritte nachgefragt, u.a. auch Reiten am Strand während der Saison. Dies ist aufgrund zweier Aspekte nach derzeitigem Stand nicht möglich; zum einen aufgrund der Tatsache, dass seitens der UNB nur das Strandreiten an einigen dafür vorgesehen Stellen auf der Halbinsel FDZ zwischen Oktober und April möglich ist und zum anderen aufgrund des fehlenden Wegeanschlusses an den Strand. Hier habe man jedoch die Zusage vom Ostseebad Dierhagen bekommen, dass ein solcher Anschluss am Strandaufgang 28 möglich ist und in Zukunft in Zusammenarbeit realisiert werden soll.

- Herr Krasselt von der Naturschutzkammer hält einen Ausbau der Kreuzung L21/Bernsteinsee für erforderlich. Die Naturschatzkammer habe in den letzten Jahren einen kontinuierlichen Zuwachs der Gästezahlen zu verzeichnen, das Angebot wird fortlaufend ergänzt und erfreut sich großer Beliebtheit. Für eine auch weiterhin so positive Entwicklung sehe er jedoch einen Ausbau der oben genannten Kreuzung mit einer Linksabbiegespur von der L21 kommend als notwendig an. Ein entsprechender Ausbau würde den Fahrer/Gast einen möglichen (touristischen) Anziehungspunkt suggerieren und sich somit weiterhin positiv auf die Besucherzahlen auswirken. Eine weitere positive Resonanz der Ausstellung sei für deren langfristige Sicherung am heutigen Standort unumgänglich, daher erwarte er ein entsprechendes Engagement der Stadt. Bezugnehmend auf diese Äußerung gab Herr Körner zu verstehen, dass ein Ausbau der Kreuzung vor allem in Zusammenhang mit der möglichen Schaffung eines Campingplatzes zu sehen ist. Diesbezüglich werden momentan Gespräche mit Interessenten geführt. Nach derzeitigem Stand werden jedoch vorerst keine Handlungsschritte hinsichtlich der besagten Kreuzung unternommen. Bezugnehmend zur langfristigen Sicherung seiner Ausstellung am heutigen Standort erwartet Herr Krasselt, dass sich die Stadt dem Problem der Verkehrsanbindung annehme.

- Das Thema Golf wird von einigen Beteiligten kritisch gesehen. Herr Kreitlow sieht für die Stadt RDG eher jene Zielgruppen mit einem weniger ausgeprägten finanziellen Polster als jene gut situierten, die bspw. Ahrenshoop besuchen. Diese Bevölkerungsschichten/Zielgruppen könnten sich das Golfangebot nicht leisten. Weitere Teilnehmer äußern, dass zu einer erfolgreichen Ausrichtung des Golfplatzes Investitionen in eine entsprechende Infrastruktur u.a. platzbezogene Beherbergung und Gastronomie vonnöten sind; die notwendige finanzielle Basis dafür wird aber nicht gesehen. Dies werde auch dadurch untermauert, als das Golf nur während der Saison funktioniere. Andererseits eröffnet, wie Her Wagner ergänzend ausführt, das bisherige Fehlen eines hochwertigen Golfangebots in der gesamten Tourismusregion und die sich abzeichnenden fehlenden Realisierungschancen von Golfplatzprojekten auf der Halbinsel FDZ eine Chance für Ribnitz-Damgarten. Der bestehende Platz in Neuhof lässt sich allerdings aufgrund gegebener Eigentumsverhältnisse nicht erweitern.

- Ein weiterer Punkt betrifft die Qualitätsverbesserung der Veranstaltungen in Ribnitz-Damgarten. Momentan finden hier rund 400 Veranstaltungen pro Jahr statt, was selbst einige Tourismusverantwortliche als zu viel ansehen. Eine Qualifizierung der Veranstaltungen wird als notwendig angesehen, beansprucht jedoch ein sehr

großes finanzielles Budget, was die Stadt RDG momentan nicht bereitzustellen vermag. Mit den Ostsee-Festspielen wird derzeit ein Versuch unternommen, ein qualitativ hochwertiges Event zu realisieren. Auch verfüge RDG bisher nicht über das Gästevolumen, um ein hochklassiges Veranstaltungsangebot alleine aus Kartenverkauf, Gastronomie und Merchandising zu finanzieren. Weiterhin wird das Thema Hospitation/Best Practices im Veranstaltungsbereich genannt. Hierbei sollte ein Erfahrungsaustausch mit jenen Veranstaltern realisiert werden, die sich aus Sicht von Tourismusverantwortlichen aus RDG durch eine vorbildhafte Organisation, Finanzierung und Kreativität zur Umsetzung von hochwertigen Events ausgezeichnet haben.

- Im Zusammenhang mit der zukünftigen touristischen Entwicklung RDGs stand auch das Thema „Beherbergung“ zur Diskussion. So äußerte Herr Krüger, dass der Stadt RDG ein hochwertiges Hotel fehle. Als möglicher Standort wird der westliche Ribnitzer Hafenbereich genannt. In diesem Zusammenhang wird zudem von ihm eine touristische Entwicklung des Ribnitzer Hafens im Allgemeinen als zentrales Projekt genannt, welche u.a. eine stärkere Belebung bzw. die Schaffung eines Hafenflairs zum Ziel hat. Neben dem hochklassigen Hotel ist hier eine entsprechende Außengastronomie und Freiflächengestaltung vorstellbar. Diesbezüglich stellt sich auch die Frage nach der Beibehaltung der Straße „Am See“ in der heutigen Ausgestaltung.

- Auch sei die Beherbergungsfrage im Zusammenhang mit dem Großvorhaben in Pütnitz schwer zu beurteilen. So wurde von einigen Teilnehmern der Bau eines hochklassigen Hotels, welches man unabhängig von Pütnitz sehen muss, als der richtige Weg gesehen, um den Stadtkern von Ribnitz selbst zu entwickeln. Vor dem Hintergrund des Großvorhabens gibt Herr Krasselt an, dass ein mögliches Wellness-Hotel in Pütnitz und dessen Klientel zu Konflikten mit dem Klientel des Technikmuseums führen könnte. Es wurde im Hinblick auf ein touristisches Großvorhaben im Bereich Pütnitz zudem darauf verwiesen, dass sich die Gäste/Menschen dort an einem quasi isolierten Standort befinden würden und dies sich vor dem Hintergrund der fehlenden Einzelhandels-, Gastronomie-, Kulturangebote etc. vor Ort möglicherweise als nicht ideal erweise. Infolgedessen wurde der Vorschlag geäußert, den Standort Pütnitz nicht für das geplante Resort zu nutzen, sondern vorzugsweise für (hochklassige) Feste und Festivals und auf diese Weise diesen Standort weiterzuentwickeln. Zustimmung erfolgte auch durch Herrn Bartsch. Die Stadt RDG könne nicht nur Angebote für Best Ager anbieten, denn dann würden eines Tages die jüngeren Gäste fehlen. Vor diesem Hintergrund wurde es als wichtig angesehen, entspreche Angebote zu generieren, um auch die Jugend und junge Erwachsene anzusprechen. Denn nur so können Besucher von morgen generiert werden. Auch Herr Bartsch sieht hier Festivals als geeignete Mittel zur Ansprache. Herr Körner verweist im Zusammenhang mit einer touristischen Entwicklung der Halbinsel Pütnitz auf das anstehende Raumordnungsverfahren und bittet, zunächst dessen Ergebnis abzuwarten.

- Ansonsten fehlt im Beherbergungsbereich ein adäquates Angebot für größere Reisegesellschaften sowie für die Zielgruppe Schulklassen, Jugendgruppen und Vereine. Für letztere Zielgruppen kämen Einrichtungen im Anschluss an das Freilichtmuseum oder an wassernahen Standorten wie die Häfen Ribnitz und Damgarten (kombiniert mit Wassersportangebot) in Frage.

- Herr Krüger gibt zu verstehen, dass man das Thema „Bernstein“ mehr in die Öffentlichkeit rücken müsse, um auch dem Slogan „Bernsteinstadt Ribnitz-Damgarten“ gerecht zu werden bzw. um die Besucher noch mehr neugierig zu machen. Hier biete sich bspw. ein mit Bernstein dekoriertes Boot/Schiff im Ribnitzer Hafen an oder große Bernsteinstehlen an den Zufahrten.

- Insbesondere im Zusammenhang mit der Schaffung eines hochwertigen kulturellen Angebots erfolgte ein klares und positives Bekenntnis zur Zusammenarbeit in der Tourismusregion. Die Stadt RDG verfüge nicht über genügend eigene Übernachtungsgäste, um ein hochwertiges Veranstaltungsangebot alleine zu bewerkstelligen. Aus diesem Grund sei man auf den Austausch von Tourismusströmen unter den Gemeinden der Tourismusregion angewiesen. Insbesondere der vorstehende Austausch von Tourismusströmen tangiert das Vorhaben einer gemeinsamen Kurkarte und im Rahmen dieser auch die kostenlose Nutzung des ÖPNV mit Infotainment via Monitoren in den Bussen sowie einer verbesserten und tourismusfreundlicheren Taktung. Vor diesem Hintergrund gibt Herr Jennert an, dass eine gemeinsame Kurtaxsatzung bereits in Vorbereitung ist.

- Ein wesentliches Vorhaben im Rahmen der zukünftigen Tourismusentwicklung ist das geplante Haus des Gastes, welches insbesondere als Veranstaltungsort für Kulturveranstaltungen mit überörtlicher Anziehungskraft dienen kann.

- Herr Krüger regt an, dass das Tourismuskonzept im Weiteren auch auf notwendige bzw. mögliche Produktentwicklungen eingehen sollte.

- Die Teilnehmer wurden gebeten, die Gäste auf die laufende Gästebefragung per Print- und Online-Fragebogen hinzuweisen.

- Zu einem weiteren Workshop zur vertiefenden Diskussion von Maßnahmenkonzept und möglichen Projektansätzen wird nach der Sommerpause im September eingeladen

Rostock, den 14.07.2014
wagner Planungsgesellschaft

1.2. |2. Workshop

Projekt	Tourismuskonzept Ribnitz-Damgarten
Anlass	2. Workshop RDG
Datum	16.10.2014, 16:15 – 19:20 Uhr
Ort	Rathaus Ribnitz-Damgarten

Teilnehmer

1. Frau Karnatz, Amt RDG
2. Herr Körner, Amt RDG
3. Frau Voigt, Amt RDG
4. Herr Werth, Amt RDG
5. Frau Brusch, Amt RDG
6. Frau Eisfeld, Amt RDG
7. Frau Griwahn, Amt RDG Stadtkulturhaus
8. Herr Erichson, Deutsches Bernsteinmuseum
9. Frau Härting, Tourist-Information
10. Herr Krüger, Freilichtmuseum Klockenhagen
11. Herr Günther, Kunstverein
12. Herr Jennert, Tourismusverband FDZ
13. Herr Leipold, Bernsteinreiter
14. Herr Jensen, Supremesurf / Pangea Festival
15. Herr Wagner, Wagner Planungsgesellschaft
16. Herr Schlenz, Wagner Planungsgesellschaft

Beratungsgrundlage PPT-Vortrag mit Auswertung der Gästebefragung, Bewertung in Planung befindlicher Projekte, Maßnahmenkatalog, Vorschlägen zur städtebaulichen Einordnung der touristischen Vorhaben, Handlungsempfehlungen zu Marketing und Öffentlichkeitsarbeit sowie Vorschläge zu Projekten im Rahmen gemeindeübergreifender Kooperationen

Ergebnisse

- Herr Wagner erläutert, dass die Ergebnisse des ersten Expertenworkshops sowie einer zwischenzeitlichen Diskussion mit der Verwaltung und weitere zwischenzeitliche Gespräche mit touristischen Akteuren in Zielstellungen, Leitbild und Maßnahmenkatalog eingeflossen sind.

- Zu den Vortragspunkten „Auswertung der Gästebefragung, allgemeine und strategische Zielstellungen, Leitbild und Bewertung in Vorbereitung befindlicher Planungen“ gibt es von den Workshop-Teilnehmern keine grundsätzlichen Anmerkungen oder Vorschläge.

- Zu dem Tagesordnungspunkt „Angebote und Maßnahmen“ wurde zu diversen Projektvorschlägen mit nach-

folgendem Ergebnis diskutiert:

- (K1) Haus des Gastes: Die angestrebte Kapazität von 400 Plätzen wird teilweise als kritisch hoch eingeschätzt; Herr Krüger gibt zu bedenken, dass die Veranstaltungssäle im Vier Jahreszeiten in Zingst und im Kurhaus Ahrenshoop kaum gebucht werden. (Kurhaus Ahrenshoop hat lediglich eine Kapazität von 200 bis 250 Plätzen, das Vier Jahreszeiten besitzt nur einen sehr großen Tagungsbereich ohne richtige Bühne und Bühnentechnik; Anmerkung des Verfassers!) Frau Griwahn entgegnet, dass in den letzten Jahren eine Reihe von Anfragen für hochwertige Veranstaltungen nicht angenommen werden konnten, da die mögliche Kapazität nicht hinreichend groß war; bei einem Spielort mit 400 Plätzen hätte ein Großteil der Veranstaltungen durchgeführt werden können. Die vom Planungsbüro vorgeschlagene Kombination des Haus des Gastes mit einen höherklassigen Hotel wird von mehreren Teilnehmern unterstützt. Auch wenn es in den letzten Jahren, wie von den Vertretern des Bauamts ausgeführt, keine ernsthaften Hotelinteressenten gab, so sieht Herr Wagner in Kombination mit einer hochklassigen Veranstaltungslokation die Chance, einen Investor zu Interessieren; ggf. auch in Form eines PPP-Projekts.

- (K2-K9) Zu den aufgezeigten Verbesserungspotenzialen bei den bestehenden Veranstaltungen Hafen- und Bernsteinfest führt Frau Griwahn aus, dass bereits seit mehreren Jahre an einer qualitativen und thematisch ausgerichteten Weiterentwicklung auch unter Berücksichtigung einiger im Maßnahmenkatalog vorgeschlagenen Elemente gearbeitet werde; allerdings seien auch einfache Verkaufs-buden zur Finanzierung der Veranstaltungen unabdingbar. Es ergibt sich bei den Beteiligten die Frage, ob nicht das sehr umfangreiche Veranstaltungsangebot in der Anzahl der Veranstaltungen reduziert werden sollte, bei gleichzeitiger Qualitätssteigerung der Verbleibenden? Von einigen Teilnehmern wird vertreten, dass aufgrund der Ansprache unterschiedlicher Interessen- und Altersgruppen von Einheimischen wie auch Touristen eine Nachfrage nach vielfältigen Veranstaltungen vorhanden ist, was den Erhalt der Vielfalt und der Anzahl an Veranstaltungen rechtfertige. Konsens besteht darin, dass die Entwicklung von Leuchtturm-Events mit überregionaler Anziehungskraft anzustreben ist; darunter könnten ein Segelsportevent im Frühjahr, Bernstein-, Folklore- und Hafenfest sowie ein Weihnachtsevent, um den Weihnachtsmarkt herum aufgestellt, fallen. Für den Fall, dass der Zeitraum der Winter- bzw. Frühjahrsferien im Verbund mit den Ostseebädern zukünftig verstärkt umworben werden kann, wäre zudem ein entsprechendes Winterevent sinnvoll.

- (K10) Die Existenz des Technikmuseums wird nicht in Frage gestellt. Aufgrund des Zustandes der Hallen ist aber fraglich, wie lange ein geordneter Betrieb noch aufrechterhalten werden kann. Der Technikverein ist nicht ansatzweise in der Lage, die grundlegenden Sanierungen am Gebäudebestand, die voraussichtlich einen zweistelligen Millionenbetrag ausmachen, selbst zu finanzieren; aber auch die Stadt könnte selbst im Falle einer massiven Förderung die erforderlichen Eigenanteile kaum aufbringen. Eine weitere Frage stellt sich zur Verträglichkeit der auf Pütnitz etablierten Großveranstaltungen mit der dort seitens der Stadt verfolgten Entwicklung eines Urlaubsresorts. Bestehende Veranstaltungen wie das Ostbocktreffen und das Sportevent Pangea sollten nach Auffassung mehrerer Teilnehmer unbedingt im Bestand gesichert werden. Herr Körner führt dazu aus, dass sich die Frage einer möglichen Verträglichkeit erst stelle, wenn eine Realisierung des Ferienresorts konkret ansteht; zunächst einmal muss abgewartet werden, ob das laufende Raumordnungsverfahren eine raumordnerische Verträglichkeit des Vorhabens überhaupt bescheinigt.

- (K13-14) Freilichtmuseum: Ein neuer Gebäude-/Hallenbau zwecks zentraler Museumsinformation und erweiterter Angebote kann sich der Museumsleiter aus technischen und aus Kostengründen nicht vorstellen. Winterangebote seien kaum machbar, da der Toiletten- und Gastronomieteil nicht gedämmt sind. Ein grundsätzliches Interesse besteht aber. Herr Wagner verweist auf positive Erfahrungen anderer Freilichtmuseen mit entsprechenden wetterunabhängigen Räumlichkeiten und den daraus erwachsenden Möglichkeiten gerade auch für die außersaisonale Zeit. Um eine Fördermöglichkeit für entsprechende Vorhaben nicht von Vorne herein auszuschließen, rät er dringend, die entsprechenden Maßnahmen in das TK aufzunehmen.

- Ergänzend werden die Themen „Museums-Ticket“, „Kunstverein“, „Verkehrsverbund“ sowie „Kurtaxe“ angesprochen: Die Einführung eines Museums-Tickets mit Eintrittsermäßigungen ist vorstellbar, um den Anlauf verschiedener Einrichtungen mit einem Mal zu bewerben, und somit auf die weniger besuchten Einrichtungen aufmerksam zu machen. Die als Sofortmaßnahme umsetzbare Idee eines Verkehrsverbundes zwischen Ribnitz-Damgarten, Graal-Müritz und Dierhagen kann Gäste der Strandregionen mit den zum Teil weit verstreuten kulturtouristischen Einrichtungen und der Stadt Ribnitz-Damgarten verbinden. Vorteile werden nicht nur für RDG gesehen, auch Graal-Müritz und Dierhagen sollen von den Angeboten in RDG profitieren. Finanziert werden könnte dieses Verkehrsangebot z.B. über Kurtaxen, Parkgebühren oder Museums-Tickets. Die Einführung einer Kurtaxe in RDG wird weit überwiegend als notwendig betrachtet; mögliche Einnahmen und auch mögliche Konsequenzen werden derzeit untersucht.

- Der Kunstverein möchte im Tourismuskonzept mehr integriert werden; es sind in diesem Rahmen auch Überlegungen für eine verstärkte Kooperation der Galerie mit dem Bernsteinmuseum im TK zu berücksichtigen.

- (S3) Nach Einschätzung des Vertreters der Bernsteinreiter halten die reittouristische Gäste die angebotene Strecken für ausreichend; längere Reitwege wurden bisher nicht nachgefragt. Wünschenswert ist jedoch der Ausbau der Strandzugänge, da hier eine große Nachfrage besteht. Bei Bereitstellung dieses Angebots wird ein Zuwachs an Übernachtungszahlen bzw. ein vermehrtes Event-Angebot vermutet. Herr Wagner verweist auf das bestehende umfassende Reitwegenetz in der Rostocker Heide, zu dessen Nutzbarmachung nur sehr begrenzte Anstrengungen (kleine Anschlussstrecken, Ausschilderung) unternommen werden müssten. Er verweist zudem auf Erfahrungen mit anderen Reitbetrieben und rät im Sinne der Aufrechterhaltung einer zukünftigen Fördermöglichkeit, die Maßnahme der Schaffung von alternativen größeren Strecken in der Maßnahmenplanung zu belassen.

- (S11) Der Platzierung eines Campingplatzes am Bernsteinsee steht die Stadt weiterhin positiv gegenüber. Die von Herrn Leipold angesprochene ggf. bestehende mangelnde Wirtschaftlichkeit ist nicht gegeben, soweit, wie vorgesehen, eine moderate Erbpacht aufgerufen wird.

- (S12) Im Ergebnis der Diskussion zur Beherbergung sind bis zu zwei Hotelstandorte denkbar, aber mit deutlich differenzierter Ausrichtung. Ein höherklassiges (4-Sterne) Hotel könnte am Hafen Ribnitz möglichst in baulich-funktionalem Zusammenhang mit dem „Haus des Gastes“ vorgesehen werden; an der Bodden-Therme sind Alternativ ein Familien- und Sporthotel mittlerer Kategorie oder alternativ auch eine Einrichtung im Low-Budget-Bereich für junge Erwachsene, Jugendgruppen und Vereine vorstellbar. Eine zusätzliche Low-Budget-Einrichtung in Kooperation mit dem Freilichtmuseum wird von dessen Betreiber nicht als sinnvoll erachtet;

eine entsprechende Einrichtung gehöre ans Wasser und im Rahmen des Reiterhofs bestehen zudem Bereits hinreichend Quartiere in Nähe des Freilichtmuseums. Das Umfeld des Stadtkulturhauses wird von den Verantwortlichen der Stadt nicht als Standort für Beherbergungs- oder sonstige touristische Einrichtungen gesehen.

- (W1) Das zukünftige Bestehen der ortübergreifenden Veranstaltungsreihe „Kulinarische Wochen“ wird als gefährdet eingestuft, da den ansässigen gastronomischen Einrichtungen qualifizierte Köche sowie weiteres notwendiges Personal fehlt; entsprechend gestaltet sich auch eine Teilnahme Ribnitz-Damgartener Restaurants schwierig.

- Im Bereich Marketing/Touristeninformation stellt die Optimierung der Webseite eine zentrale Aufgabe da, die zeitnah angegangen werden soll und kann. Insbesondere die Leitung des Gastes in ein eigenständiges von der allgemeinen Stadtseite unabhängiges Informationsportal ist zu realisieren; dies sollte durch eine entsprechende „urlaubsgemäße“ Gestaltung sowie mit emotionalen Bildern und Hintergrundberichten z.B. zu kulturellen Einrichtungen, Veranstaltungen sowie Persönlichkeiten erfolgen. Ein Einstieg des Marketings im Bereich „SocialMedia“ ist nur mit einem langfristig finanziell gesicherten hohen Aufwand realisierbar. Das Thema bedarf der weiteren Vertiefung.

- Von Herrn Körner wird die Frage aufgeworfen, wie mit den kontrovers diskutierten und offen gebliebenen bzw. noch vertiefend zu behandelnden Punkten im Rahmen der Ausarbeitung des Tourismuskonzepts umgegangen werden soll. Dazu führt Herr Wagner aus, dass bei einigen Punkten, z.B. der möglichen Hotelstandorte, bewusst im Sinne der Flexibilität sinnvolle Alternativen benannt werden sollen; gleichfalls gibt es auch Punkte, die im Rahmen des Tourismuskonzepts nur ansatzweise behandelt werden können. Bei letzteren wird aber das Konzept, wie bereits auch schon in vorgelegtem Maßnahmenkonzept erfolgt, die weiteren zu gehenden Schritte benennen.

- Als nächster anstehender Schritt wird ein Workshop mit den touristisch ausgerichteten Nachbarn der Region angegangen; die Abstimmung des Tourismuskonzepts mit den Nachbarn ist im Hinblick auf die Anerkennung des TK als Grundlage für zukünftige Förderungen touristischer Projekte eine wesentliche, zu erfüllende Vorgabe.

Rostock, den 17.10.2014
wagner Planungsgesellschaft

1.3. |3.Workshop

Projekt	Tourismuskonzept Ribnitz-Damgarten
Anlass	3. Workshop RDG
Datum	13.11.2014, 14:00 – 17:30 Uhr
Ort	Rathaus Ribnitz-Damgarten
Teilnehmer	

1. Frau Karnatz, Amt RDG
2. Herr Körner, Amt RDG
3. Herr Ilchmann, Amt RDG
4. Frau Voigt, Amt RDG
5. Herr Werth, Amt RDG
6. Frau Brusch, Amt RDG
7. Frau Griwahn, Amt RDG
8. Herr Jennert, Tourismusverband FDZ
9. Frau Kleist, Amt DF
10. Herr Pasche, Kurdirektor Ostseebad Wustrow
11. Herr Scharmberg sr., BM Born
12. Herr Sievert, Ostseeheilbad Zingst
13. Frau Rosengarten, Ostseeheilbad Graal-Müritz
14. Herr Schöler, BM Stadt Marlow
15. Frau Lenschow, Stadt Marlow
16. Frau Gronau, Musikerin
17. Herr Mews, Amt Barth
18. Frau Kranz, BM Schlemmin
19. Herr Heuer, Theater Vorpommern- Leiter Öffentlichkeits- und Pressearbeit
20. Herr Wagner, Wagner Planungsgesellschaft
21. Frau Raddatz, Wagner Planungsgesellschaft
22. Herr Fronk, Wagner Planungsgesellschaft

Beratungsgrundlage: PPT-Vortrag u.a. mit Auswertung der touristische Entwicklung sowie bisher erarbeitete touristische Zielstellungen und Entwicklungsansätzen in der Region, Zielstellungen und Ansätze für RDG, gemeinsame Ziele in der regionalen Tourismusentwicklung, mögliche Aufgaben und Funktion von RDG im Rahmen einer gemeinsamen regionalen Tourismusentwicklung sowie mögliche Projekte im Rahmen gemeindeübergreifender Zusammenarbeit

- Nach einer Einführung seitens Herrn Wagner (siehe PPT-Vortrag) folgt eine Vorstellung von Herrn Heuer, Theater Vorpommern, zu den geplanten Aufführungen in RDG 2015. Er befürwortet die starke Fokussierung auf den kulturellen Themenbereich im touristischen Leitbild der Bernsteinstadt. Er weist auf die Kooperation in vielfacher Hinsicht mit dem Opernhaus in Stettin hin, bspw. in der Prospekt-/Flyergestaltung, bilinguale Pro-

grammhefte, Spielzeit. Das Jahr 2014 bescherte dem Theater Vorpommern mit seinem Programm „Der Zauberer von Oz“ auf der mobilen Bühne einen guten Auftakt, insbesondere in den Städten Stralsund, Greifswald und RDG mit ca. 11.000 Zuschauern. Für das kommende Jahre sind drei Aufführungen geplant, ein Rockballett in Kooperation mit der Oper in Stettin, eine Operettengala sowie wegen der hohen Resonanz die Wiederholung der Ostseefestspiele den Zauberer von Oz. Zur besseren Vermarktung strebt das Theater eine Zusammenarbeit mit den Darßer Festspielen an. Herr Schulze von den Darßer Festspielen kalkuliert vor diesem Hintergrund den finanziellen Spielraum, dass die DF preisklassig ein niedrigeres Niveau haben als die Vorführungen des Theater Vorpommerns. Auch gibt es Hotelpakete, welche aber schwerpunktmäßig nur in Stralsund und Greifswald zu finden sind. Für die Zukunft müsse man vermehrt Gruppen-/Kulturtouristen ansprechen. Herr Heuer sieht hier das Nachbarland Polen als größtes Quellgebiet. Hier gäbe es großes Potenzial bzw. eine große Masse an kulturinteressierten Personen. Seitens des Theaters Vorpommern wird eine Bereitschaft signalisiert (stärker) mit RDG zu kooperieren, insbesondere im Hinblick auf das Projekt „Haus des Gastes“. Herr Heuer betont in diesem Zusammenhang, dass die örtlichen Touristiker hinter dem o.g. Projekt stehen müssen, um ein erfolgreiches Fundament zu bauen.

- Alle Teilnehmer sind sich einig, dass in der Tourismusregion Fischland-Darß-Zingst ein Ganzjahrestourismus prinzipiell vonnöten sei. Frau Gronau gibt an, dass der Veranstaltungskalender der Region im Sommer übervoll sei und man deshalb Veranstaltungen in die Vor- und/oder Nachsaison ziehen muss.

- Dies ist nach Herrn Scharmberg auch nötig, um weiterhin ein gewisses Maß an Qualität bieten zu können. Denn eine Saisonverlängerung / Ganzjahrestourismus bedeutet mehr Einnahmen auf das Gesamtjahr gesehen und dieses wiederum ermöglicht das Halten von gutem Personal (welches ohnehin schon schwer zu finden ist) und das Zahlen von entsprechenden Gehältern. Reine Saisonarbeiter werden in den Wintermonaten versuchen, in der Schweiz und Österreich eine Tätigkeit zu finden. Diese sei oftmals auch viel besser vergütet als an der Küste, sodass die Saisonarbeiter nicht mehr wiederkehren.

- Zur Saisonausweitung gibt Herr Sievert an, dass eine gute Auslastung in der Nachsaison leichter zu realisieren sei als in der Vorsaison. Als Grund wird hier die Begünstigung durch die Natur genannt, im Speziellen in Form des Kranichzugs. In Zingst habe man bereits Veranstaltungen im Sommer gecancelt und in die Vorsaison gezogen. Das habe bisher aber nicht zu einer wesentlich besseren Vorsaison geführt, aber dafür habe man auch was für die Einheimischen bieten können. Auch dies sei wichtig, nicht nur Veranstaltungen für Touristen zu bieten, sondern auch für die Einheimischen.

- Frau Rosengarten merkt hinsichtlich dem „Wie“ einer Saisonverlängerung an, dass man versuchen müsse, die Zielgruppe der Wanderer verstärkt anzusprechen, insbesondere in der Vorsaison. ‚Richtige Wanderer‘ wandern bei jedem Wetter, daher sei es überlegenswert Veranstaltungen und spezielle Angebote für sie zu schaffen. In Graal-Müritz wurde ein Strandburgenwettbewerb am 1. Mai veranstaltet, was von den Beteiligten und Besuchern positiv wahrgenommen wurde. Es wird weiterhin angemerkt, ob man entsprechende Veranstaltungen in der Vorsaison 2015 nicht auf ganz FDZ ausweiten sollte.

- Herr Jennert gibt ebenfalls zum „Wie“ der Saisonverlängerung an, dass nicht ‚mal‘ ein Produkt entwickelt werden müsse, sondern dass es sich hierbei um einen kontinuierlichen stetigen Prozess handelt. Die Etab-

lierung von Veranstaltungen am Markt kann gut drei bis vier Jahre dauern. Weiterhin merkt Herr Jennert an, dass vor einiger Zeit ein Experte des Wandertourismus bei ihm war, welcher der Region ein hohes Potenzial bescheinigt, obwohl die dafür benötigte Infrastruktur bisher nur schwach ausgeprägt sei. Hier liege noch großes Potenzial, das es zu nutzen gilt. Eine weitere Veranstaltung, welche in der Nachsaison angesiedelt ist, sind die „Kulinarischen Wochen". Diese seien schön und gut, so Herr Jennert, aber derartige Events gibt es auch in anderen Regionen Deutschlands. Er wirft in diesem Zusammenhang die Frage auf, was Spezielles geboten werden kann, was es woanders nicht gibt?

- Zum Radtourismus führt Herr Jennert an, dass die Touristen, welche ein Fahrrad im Urlaub nutzten, vier Typen zugeordnet werden können. I) Tagestourist, II) Touristen, die im Urlaub gelegentlich das Fahrrad nutzen, III) Fernwegeradfahrer und IV) Radurlauber, die ihre Reise der Urlaubsart Fahrradurlaub zugeordnet haben (Motiv) und die darüber hinaus während ihres Urlaubs das Fahrrad häufig nutzen. Letzterer Typus sei in der Urlaubsdestination FDZ eher selten anzutreffen. Was die Region im Zusammenhang mit dem Radtourismus benötigt, sind Urlauber, die sich dem Typ IV zuordnen lassen; d.h. die sich bspw. für eine Woche eine Unterkunft mieten und von dort aus die Region mit dem Rad erkunden. Mit diesem Typus könne im Rahmen des Fahrradtourismus mehr Wertschöpfung generiert werden, als mit den Typen I bis III. Dies benötigt aber wiederum eine entsprechend flächendeckende sowie gut ausgebaute Infrastruktur.

- Ebenfalls zum „Wie" des Ganzjahrestourismus und zum ÖPNV (Stichwort: gemeinsame Kurkarte) gibt Herr Scharmberg an, dass erst Angebote für Gäste und Einheimische geschaffen werden müssen. Ein verbessertes ÖPNV-System sei nicht der Grund, warum Urlauber nach FDZ kommen.

- Herr Scharmberg gibt weiterhin an, dass den Gemeinden aufgrund der privaten Schwarzvermieter ein großer Teil möglicher Kurtaxen und Fremdenverkehrsabgaben verloren gehe. Den privaten Schwarzvermietern sei oftmals gar nicht bewusst, welch eine Bedeutung vorstehende Mittel für die Gemeinde und im Tourismus im Allgemeinen hätten. Hier muss ein größeres Bewusstsein geschaffen werden, auch im Kundenumgang, Empfehlungsmarketing (Erlebnisse aktiv bewerben etc.). In diesem Zusammenhang gibt Frau Gronau an, dass im Tourismus das Empfehlungsmarketing am effektivsten sei. Prospekte, Internetauftritt etc. sind probate Mittel, könnten aber dem Empfehlungsmarketing nicht das Wasser reichen. Hier bestehe erhebliches Verbesserungspotenzial.

- Herr Schöler unterstützt das Projekt „Haus des Gastes". Die Region habe viele Spielstätten für kleinere bis mittlere Veranstaltungen, jedoch keine geeignete Location für große bis sehr große Events. Er verweist zudem darauf, dass RDG als Mittelzentrum auch eine kulturelle Versorgungsfunktion für die Region hat.

- Zum Thema Bernstein gibt Herr Jennert an, dass das Thema nicht nur als Schlechtwetterangebot zu sehen ist, sondern auch außerhalb des Museums erlebbar gemacht werden muss. Dieses Angebot muss ständig weiterentwickelt werden.

- Zur Museumslandschaft als Kulturträger besteht Konsens, dass die einzelnen Einrichtungen qualitativ hochwertig aufgestellt sein müssen, ihr Angebot stetig weiter entwickeln sollen und dass zudem eine verstärkte Kooperation zwischen den Einrichtungen anzustreben ist.

- In der Teilnehmerrunde wird das Erfordernis der Zusammenarbeit in der Region betont, wie auch immer diese ausgestaltet werden kann oder soll. Ein regionaler Tourismusverband sollte nicht so einfach aufgegeben werden, insbesondere vor dem Hintergrund, dass dieser die Region FDZ beim Landestourismusverband M-V als auch beim Deutschen Tourismusverband vertritt. In diesem Zusammenhang kritisiert Herr Scharmberg den Tourismusverband in der gegebenen Organisationsform. Dem Außenmarketing bescheinigt Herr Scharmberg keinen großen Erfolg, was sich seiner Meinung darin wiederspielt, dass der Bekanntheitsgrad der Region nach wie vor gering ist. Zudem vertritt Herr Körner, dass eine gemeinsame Arbeitsebene in der Region unabdingbar für eine positive Tourismusentwicklung sei. Jene Ebene muss gefunden werden auf welcher Sachverhalte behandelt werden, die die einzelnen Gemeinden einen. Dagegen sollten Sachverhalte an denen sich die Gemeinden (massiv) aufreiben, besser ausgeblendet werden. So gibt Frau Kleist zu verstehen, dass es auch möglich sein muss, außerhalb der etablierten Strukturen kreativ zusammenzuarbeiten.

- Die Teilnehmer kommen auf Vorschlag von Frau Kleist überein, dass jede Gemeinde mindestens einen Vorschlag für Veranstaltungen bzw. Angebote zur Belebung der Vorsaison 2015 erarbeiten soll. Die Details dazu sollen auf der Zusammenkunft der Kurdirektoren bzw. der Tourismusverantwortlichen im Dezember festgelegt werden. Zuständig sind Frau Kleist und Frau Karnatz.

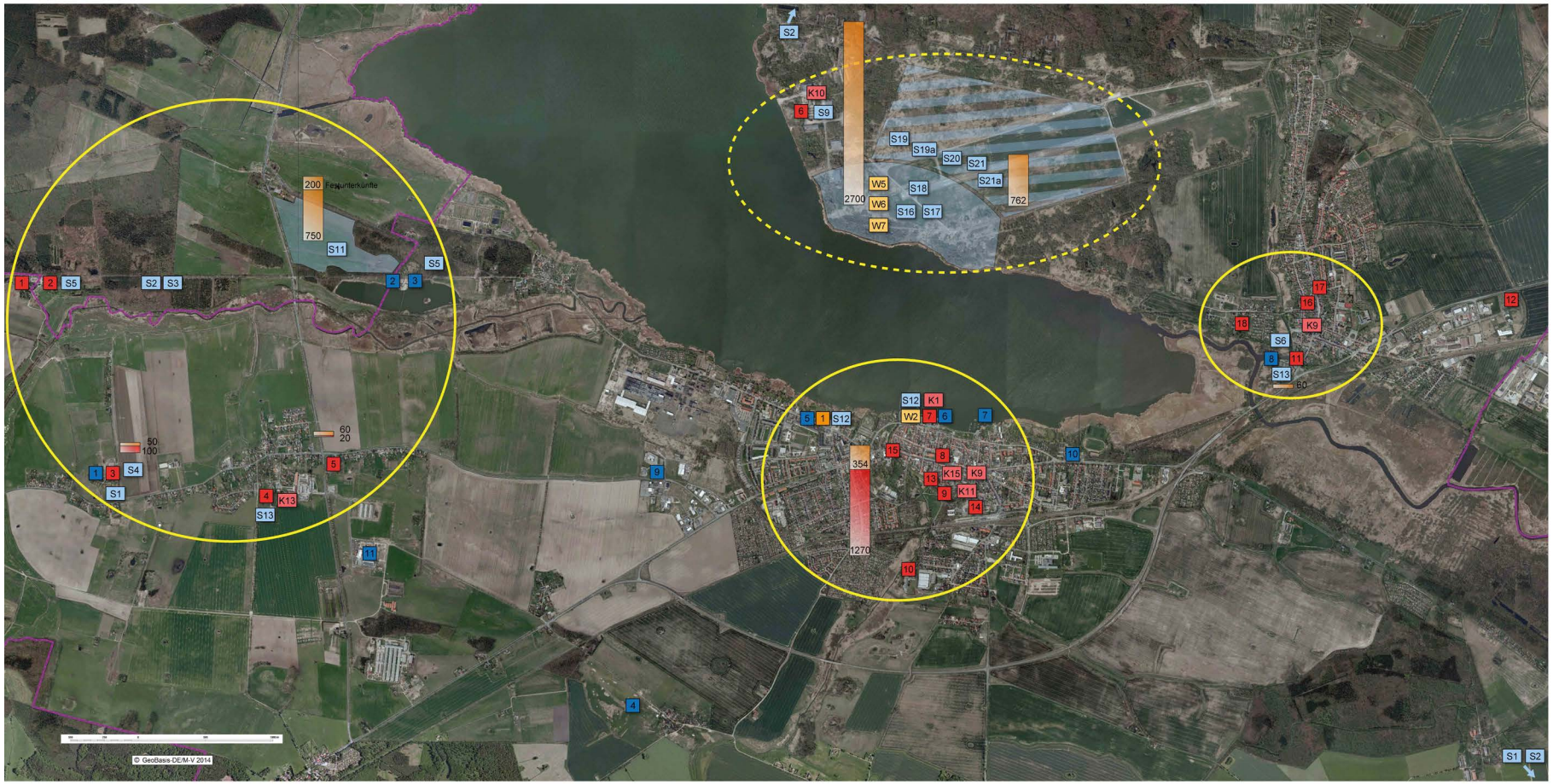
- Zwischen den Anwesenden besteht Konsens, dass eine gemeindeübergreifende Zusammenarbeit für die weitere Entwicklung der touristischen Angebote in der Region und zur Stärkung des Wirtschaftsfaktors Tourismus unerlässlich ist.

Rostock, den 17.11.2014
wagner Planungsgesellschaft

2. |Grafische Darstellungen

GRAFIK 51

Bestand und Maßnahmen in Ribnitz-Damgarten



Bestand Kultur und Events

1 Naturschatzkammer
2 Infozentrum "Wald und Moor"
3 Bernsteinreiter FW / FH
4 Freilichtmuseum Klockenhagen
5 Landhotel "Honigdieb"
6 Technikmuseum
7 Haus des Gastes
8 Marktplatz, Touristinformation, Einkaufsstraße
9 Bernsteinmuseum und Kloster
10 Jugendherberge
11 Touristinformation Damgarten
12 Schaumanufaktur
13 Galerie des Kunstvereins
14 Stadtkulturhaus
15 Rostocker Tor
16 Sankt-Bartholomäus-Kirche
17 Alte Dampfbäckerei
18 Gutshaus Pütnitz

Planung Kultur und Events

K1 Errichtung Haus des Gastes
K9 Errichtung kulturhistorischen Erlebnispfad
K10 Bernsteinreiter FW / FH
K11 Freilichtmuseum Klockenhagen
K13 Landhotel "Honigdieb"
K15 Technikmuseum
K17 Haus des Gastes

Bestand Sport und Natur

1 Bernsteinreiter Reiterhof
2 Körks Strandarena
3 Badestelle
4 Fischlandgolf
5 Boddentherme
6 Hafen
7 Segelclub Ribnitz
8 Kanu- u. Tretbootverleih
9 Bowlingcenter Leuchtfeuer
10 Bundeskegelbahn
11 Eselhof I-AAH

Planung Sport und Natur

S1 partielle Ergänzung des Radwegenetzes
S2 Aufbau eigenständiges Wanderwegnetz
S3 Ergänzung Reitwegenetz
S4 Ergänzung Beherbergungsangebot
S5 Einrichtung eines Hochseilgartens
S6 Einrichtung Badestelle an der Recknitz
S9 Weiterentwicklung Surfevent „Pangea"
S11 Einrichtung Campingplatz am Bernsteinsee
S12 Bau eines Familien- und Sporthotels
S13 Neubau Jugend-Unterkunft
S16 Bau Innenhafen
S17 Bau „Hotelinsel"
S18 Schaffung Sport- und Freizeitangebote
S19 Bau Golfanlage 1. Bauabschnitt
S19a Bau Golfanlage 2. Bauabschnitt
S20 Bau Golfhotel
S21 Bau Golfvillen und -apartments 1. Baustufe
S21a Bau Golfvillen und -apartments 2. Baustufe

Bestand Wohlbefinden, Erholung und Genießen

1 Boddentherme

Kernbereiche Tourismusentwicklung

Planung Wohlbefinden, Erholung und Genießen

W2 Hotel / Pension Schwerpunkt Wellness und Wohlbefinden
W5 Boutiquehotels Hafenbereich
W6 Hafenvillen
W7 Wellness/ und Kongresshotel

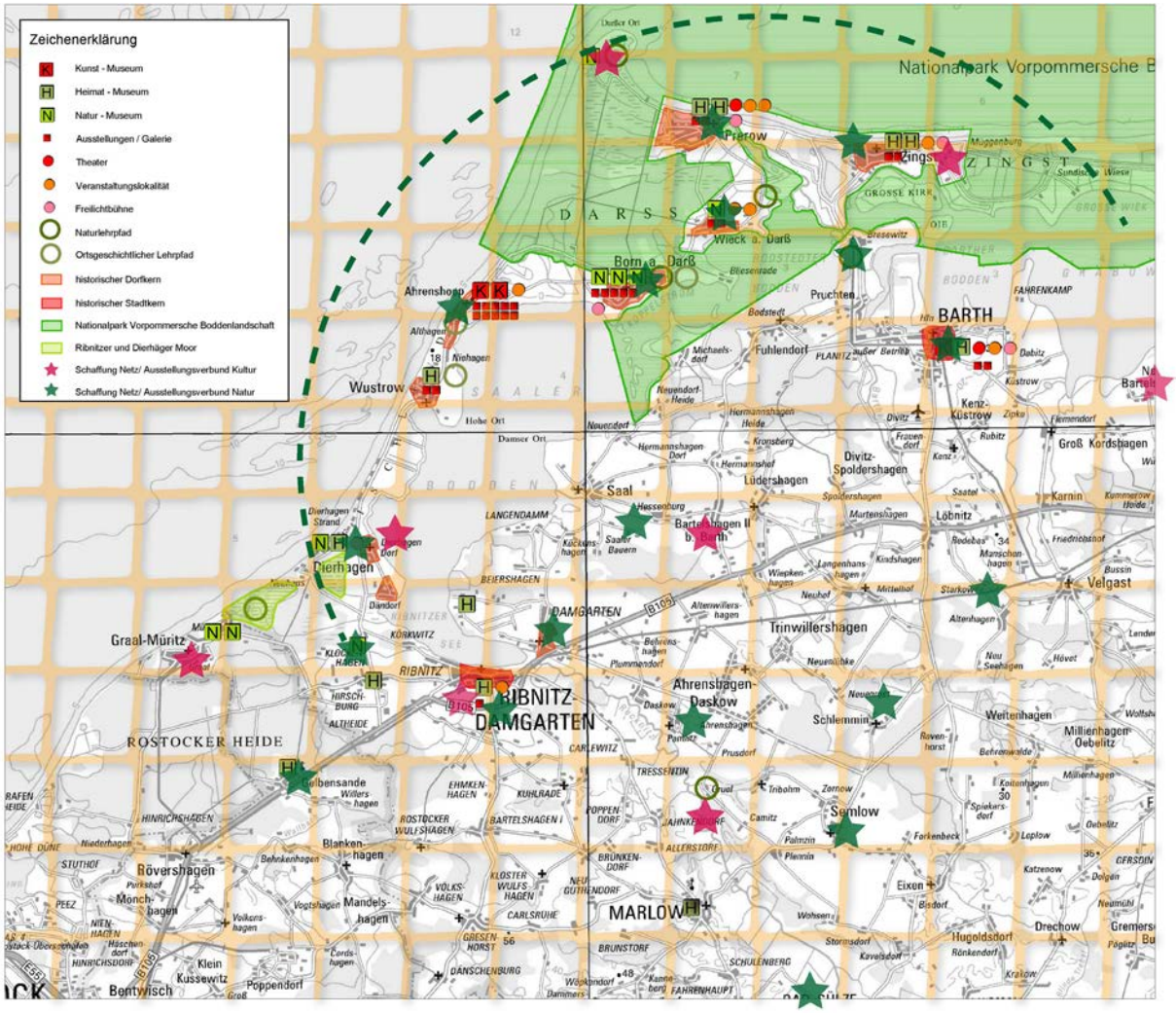
Optionaler Entwicklungsbereich (bei Umsetzung Landschaftspark am Bodden)

Bettenzahl

vorhandene Betten
geplante Betten

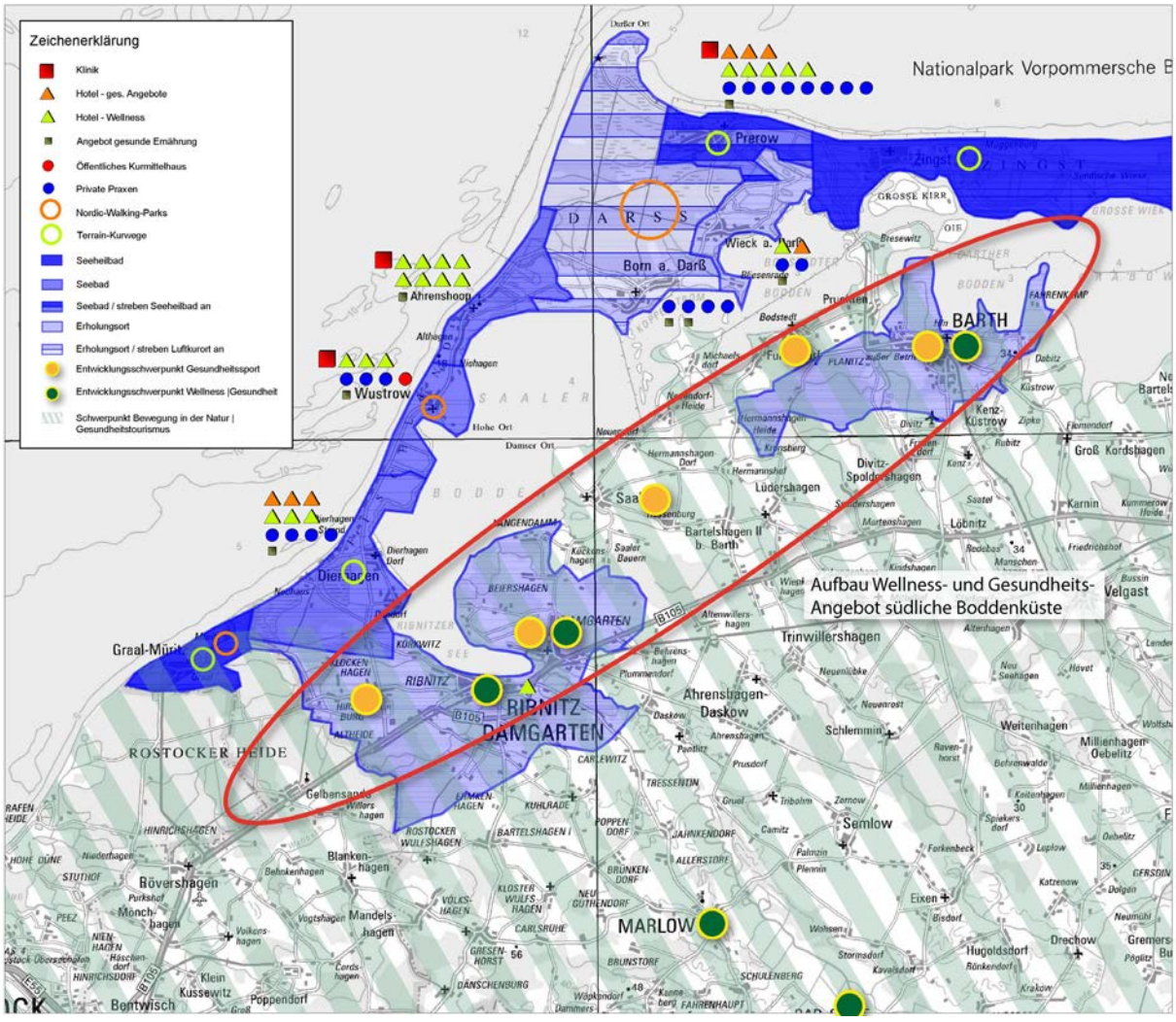
QUELLE: Eigene Erhebung, Stand 2015
DARSTELLUNG: wagner Planungsgesellschaft

GRAFIK 52
Maßnahmen Kulturnetz Fischland-Darß-Zingst, südliche Boddenküste und Küstenvorland



QUELLE: Eigene Erhebung, Stand 2015
DARSTELLUNG: wagner Planungsgesellschaft

GRAFIK 53
Maßnahmen Wellness / Sport / Gesundheit Fischland-Darß-Zingst, südliche Boddenküste und Küstenvorland



QUELLE: Eigene Erhebung, Stand 2015
DARSTELLUNG: wagner Planungsgesellschaft

GRAFIK 54
Maßnahmen Verkehr Fischland-Darß-Zingst, südliche Boddenküste und Küstenvorland

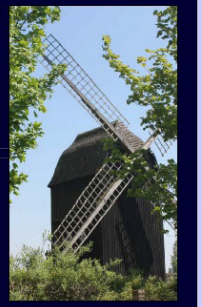
QUELLE: Eigene Erhebung, Stand 2014
DARSTELLUNG: wagner Planungsgesellschaft

GRAFIK 55
Gästefragebogen Ribnitz-Damgarten

Haben Sie vielen lieben Dank, dass Sie sich Zeit für uns genommen haben.

Wir wünschen Ihnen noch einen angenehmen Aufenthalt in Ribnitz-Damgarten und würden uns freuen, Sie bald wieder als Gäste in unserer Stadt begrüßen zu dürfen.

Auf Wiedersehen!



Wie bewerten Sie die Tourist-Information in Ribnitz-Damgarten?

	sehr gut	gut	zufrieden stellend	aus-reichend	mangel-haft
Freundlichkeit	○	○	○	○	○
individuelle Beratung	○	○	○	○	○
Öffnungszeiten	○	○	○	○	○
Informationsangebot	○	○	○	○	○

Wie sind Sie auf unsere Stadt aufmerksam geworden?

- war mir bereits bekannt ○
- Verwandte, Bekannte ○
- Internetseite der Stadt ○
- sonstige Internetseiten ○
- Sozial Media (Twitter, Facebook) ○
- Informationsbroschüren ○
- Auskunft der Tourist-Information ○
- Tourist-Information anderer Orte ○
- Zeitung, Zeitschrift ○
- Fernsehen, Radio ○
- Messen ○
- habe mich nicht informiert ○

Was hat sich bei Ihrem Besuch von Ribnitz-Damgarten besonders eingeprägt?

Nehmen Sie Ribnitz-Damgarten als "Bernsteinstadt" wahr?

ja ○ nein ○

Haben Sie in unserer Stadt etwas eingekauft oder eine Dienstleistung in Anspruch genommen? Wieviel Geld haben Sie dafür insgesamt ca. ausgegeben?

- nein ○
- steht noch aus ○
- bis 30 € ○
- bis 70 € ○
- bis 100 € ○
- bis 200 € ○
- > 200 € ○

Planen Sie in den nächsten 2-3 Jahren wieder einen Aufenthalt in unserer Stadt?

	ja	nein	vielleicht
in der Hauptsaison (15.06.-14.09.)	○	○	○
in der Nebensaison (1.4.-14.6. + 15.9.-31.10.)	○	○	○
außerhalb der Haupt- und Nebensaison	○	○	○

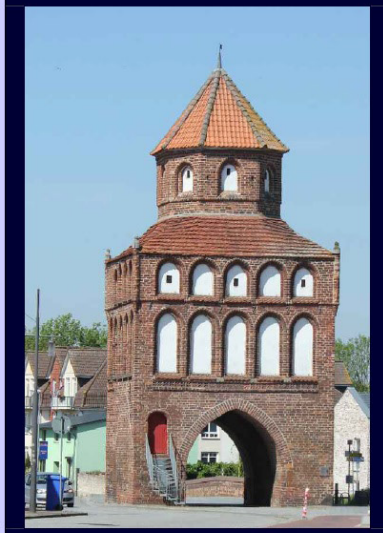
Würden Sie Ribnitz-Damgarten weiterempfehlen?

ja ○ nein ○

AMT RIBNITZ-DAMGARTEN

BERNSTEINSTADT
RIBNITZ-DAMGARTEN

GÄSTEFRAGEBOGEN



QUELLE: Amt Ribnitz-Damgarten, Eigene Erhebung
DARSTELLUNG: wagner Planungsgesellschaft

GRAFIK 56

Gästefragebogen Ribnitz-Damgarten

Liebe Gäste der Bernsteinstadt Ribnitz-Damgarten,

herzlich willkommen in unserer Stadt.
Um für Sie unsere Stadt touristisch noch attraktiver zu gestalten, möchten wir Sie bitten, sich für ein paar Fragen etwas Zeit zu nehmen. Es werden keine Namen/Adressen erfragt oder gespeichert.

Die Zufriedenheit unserer Gäste ist uns sehr wichtig. Die Befragung dient dazu direkt von Ihnen, ohne Umwege, mehr über die Stärken aber auch Schwächen unserer Stadt zu erfahren. Wir bedanken uns für Ihre ehrliche Kritik, positive wie auch negative.

Bitte geben Sie den ausgefüllten Fragebogen an der Rezeption Ihres Hotels, der Kasse der Museen, der Bodden-Therme oder direkt bei der Tourist-Information am Marktplatz ab. Vielen Dank für Ihre Meinung und Auf Wiedersehen in unserer Bernsteinstadt Ribnitz-Damgarten.

Geschlecht

weiblich ○ männlich ○

Alter

bis 20 Jahre ○ 51 bis 60 Jahre ○
21 bis 30 Jahre ○ 61 bis 70 Jahre ○
31 bis 40 Jahre ○ 71 bis 80 Jahre ○
41 bis 50 Jahre ○ > 80 Jahre ○

Wo leben Sie?

Bundesland
Ausland

Bildungsabschluss

Studium (Uni/FH) ○
Lehre, Ausbildung ○
Abitur ○
sonstiger Schulabschluss ○

Der wievielte Aufenthalt in Ribnitz-Damgarten ist das für Sie?

Wie oft waren Sie in den letzten fünf Jahren hier?

Mit wem halten Sie sich in Ribnitz-Damgarten auf?

allein ○
(Ehe-) Partner ○
Freunden / Bekannten ○
Familie mit Kindern ○
Anzahl ..... und Alter ..... der Kinder
Reisegruppe ○

Anlass Ihres Besuches?

Urlaubsreise (5 und mehr Tage) ○
Kurzaufenthalt / Wochenendreise (-4 Tage) ○
Tagesgast / Ausflug ○

Ihre Anreise erfolgte mit ...?

Pkw ○
Bahn ○
Bus ○
Wohnmobil ○
Boot ○
Fahrrad ○
sonstiges (wenn ja, womit?) ○

Wie zufrieden sind Sie bisher mit Ihrem Aufenthalt in der Stadt?

sehr zufrieden ○
zufrieden ○
weniger zufrieden ○
nicht zufrieden ○

Welche Kriterien sind für Ihren Aufenthalt wichtig? Wie bewerten Sie alle nachfolgenden Kriterien?

mir wichtig	sehr gut	gut	zufrieden stellend	aus-reichend	mangel-haft
Atmosphäre/Flair	○	○	○	○	○
Unterkunft	○	○	○	○	○
Gastronomieangebot	○	○	○	○	○
Gesundheitsangebot	○	○	○	○	○
Wellnessangebot	○	○	○	○	○
Angebot für Familien	○	○	○	○	○
Sport- und Aktivangebot	○	○	○	○	○
kulturrelle Einrichtungen	○	○	○	○	○
Veranstaltungsangebot	○	○	○	○	○
Schlechtwetterangebot	○	○	○	○	○
Erreichbarkeit	○	○	○	○	○
Preis-Leistungsverhältnis	○	○	○	○	○
Mobilitätsangebot vor Ort	○	○	○	○	○
barrierefreie Angebote	○	○	○	○	○
Einkaufsmöglichkeiten	○	○	○	○	○
Stadtbild	○	○	○	○	○
Landschaftsbild	○	○	○	○	○
Parkplatzangebot	○	○	○	○	○
Beschilderung	○	○	○	○	○
Radfahrmöglichkeiten	○	○	○	○	○
Wandermöglichkeiten	○	○	○	○	○

Haben Sie konkrete Empfehlungen zur Verbesserung des Infrastrukturangebots (ÖPNV / Gastronomie /...)?

Haben Sie während Ihres Aufenthalts Restaurants in Ribnitz-Damgarten besucht?

einmal ○
2 - 3 mal ○
häufiger ○
nein ○

Wie beurteilen Sie die besuchten Restaurants?

	sehr gut	gut	zufrieden stellend	aus-reichend	mangel-haft
Angebotsvielfalt	○	○	○	○	○
Qualität des Essens	○	○	○	○	○
Bedienung	○	○	○	○	○
Preis-Leistungsverhältnis	○	○	○	○	○
Ambiente / Atmosphäre	○	○	○	○	○

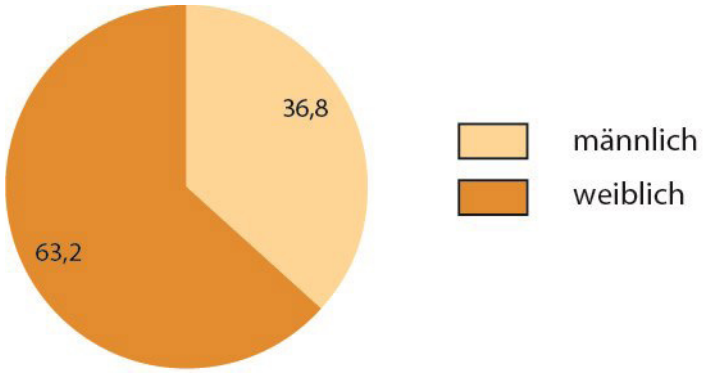
Wünschen Sie sich mehr Angebote regionaler Küche?

ja ○ nein ○

QUELLE: Amt Ribnitz-Damgarten, Eigene Erhebung
DARSTELLUNG: wagner Planungsgesellschaft

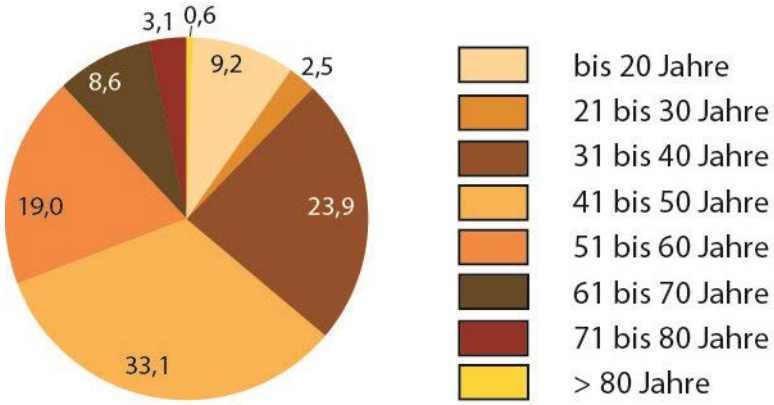
4. |Grafiken Auswertung Gästefragebogen

GRAFIK 57
Gästestruktur - Geschlecht



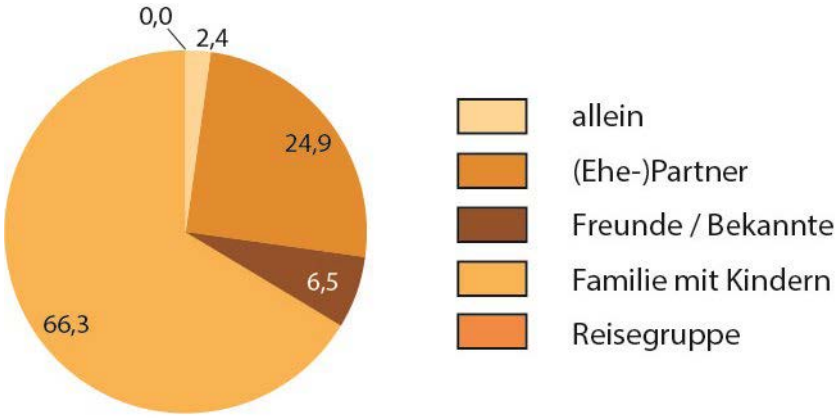
QUELLE: Gästebefragung Ribnitz-Damgarten 2014
DARSTELLUNG: wagner Planungsgesellschaft

GRAFIK 58
Gästestruktur - Alter



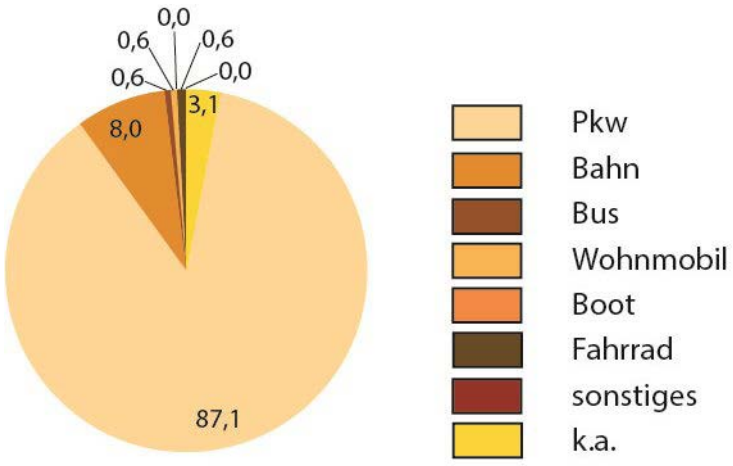
QUELLE: Gästebefragung Ribnitz-Damgarten 2014
DARSTELLUNG: wagner Planungsgesellschaft

GRAFIK 59
Reisekonstellation



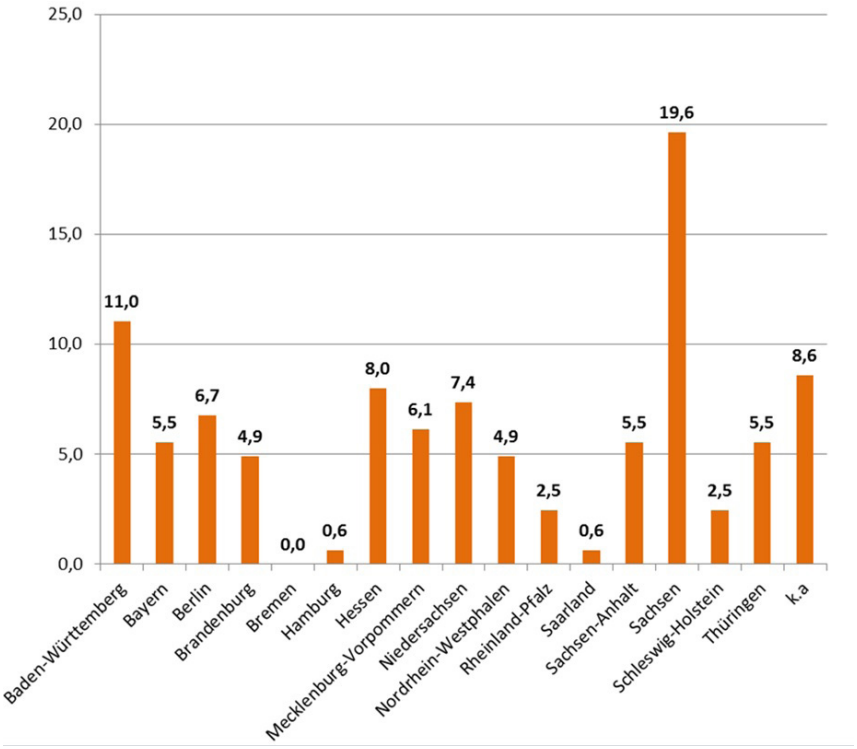
QUELLE: Gästebefragung Ribnitz-Damgarten 2014
DARSTELLUNG: wagner Planungsgesellschaft

GRAFIK 60
Reiseverkehrsmittel



QUELLE: Gästebefragung Ribnitz-Damgarten 2014
DARSTELLUNG: wagner Planungsgesellschaft

GRAFIK 61
Quellgebiete

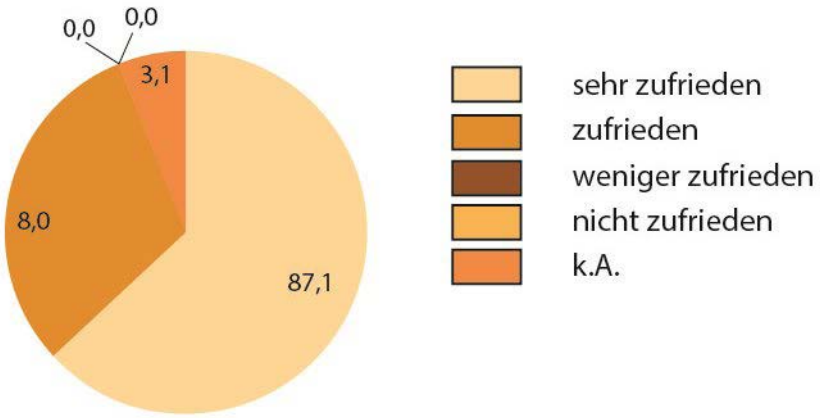


QUELLE: Gästebefragung Ribnitz-Damgarten 2014
DARSTELLUNG: wagner Planungsgesellschaft

GRAFIK 62
Aufenthaltsform / Urlaubsart

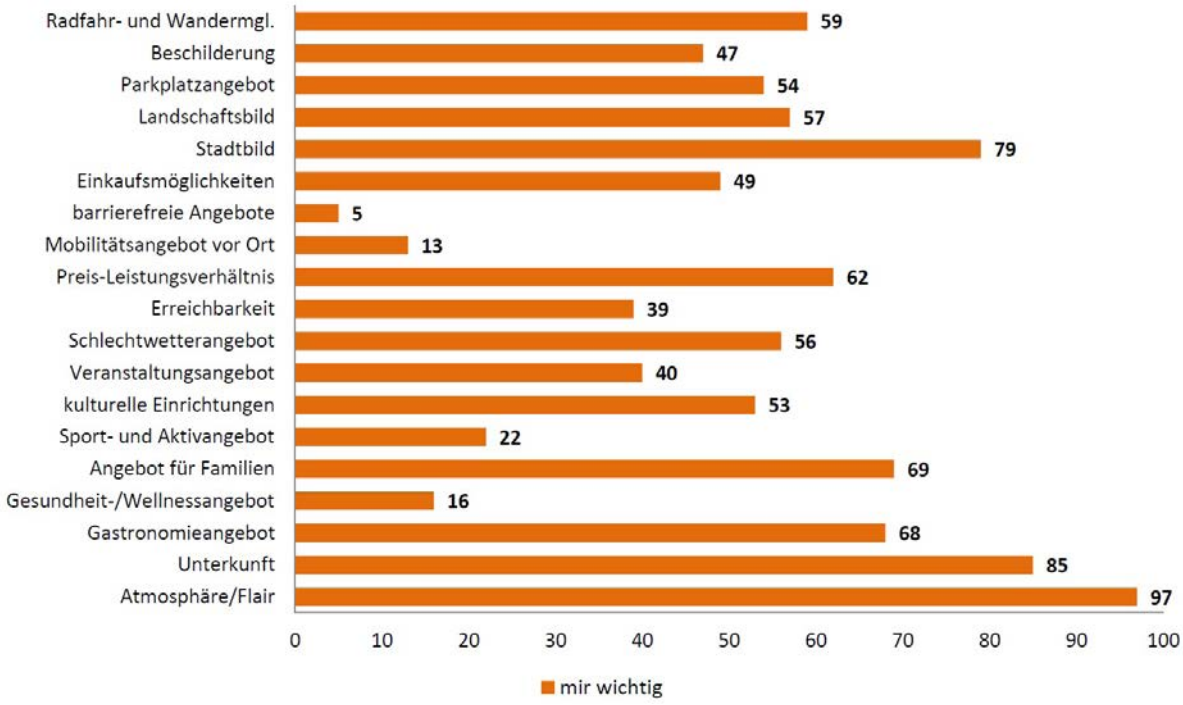
QUELLE: Gästebefragung Ribnitz-Damgarten 2014
DARSTELLUNG: wagner Planungsgesellschaft

GRAFIK 63
Gästezufriedenheit



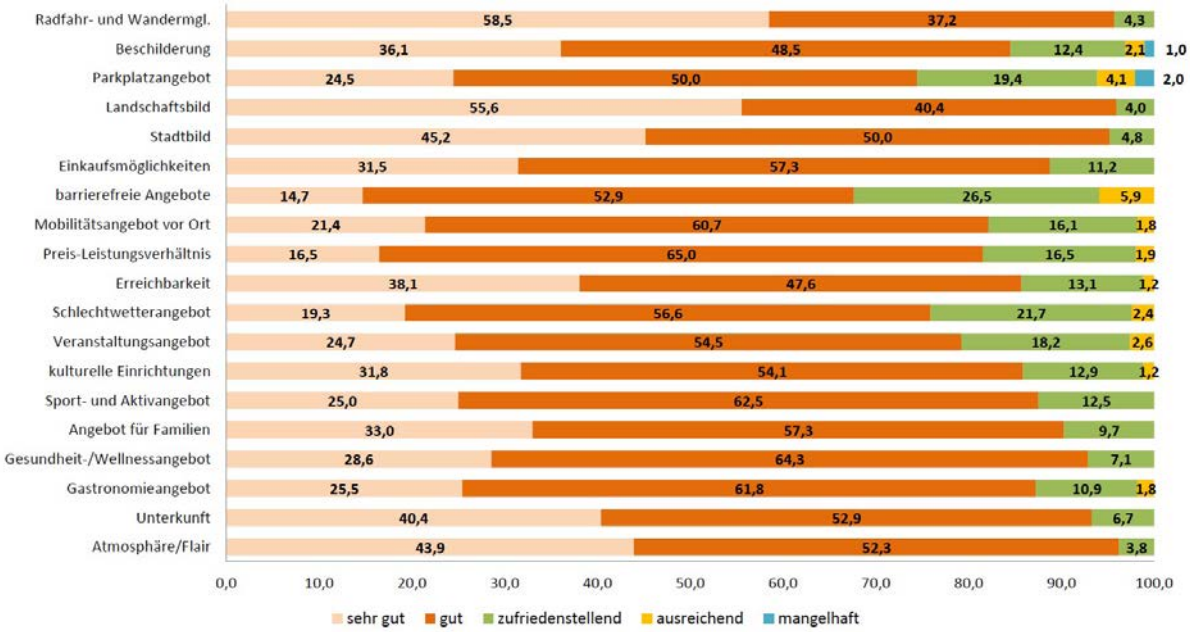
QUELLE: Gästebefragung Ribnitz-Damgarten 2014
DARSTELLUNG: wagner Planungsgesellschaft

GRAFIK 64
Wichtigkeit touristischer Angebote und Infrastruktur



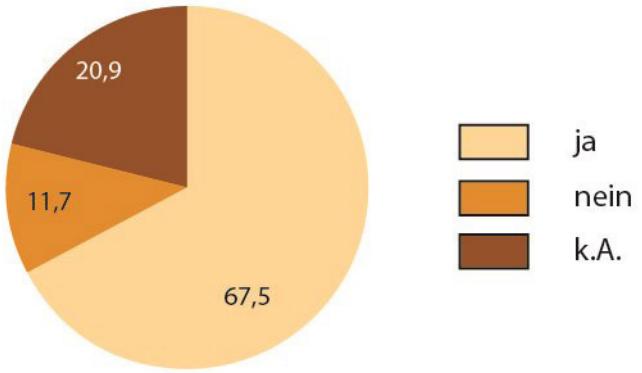
QUELLE: Gästebefragung Ribnitz-Damgarten 2014
DARSTELLUNG: wagner Planungsgesellschaft

GRAFIK 66
Bewertung touristischer Angebote und Infrastruktur



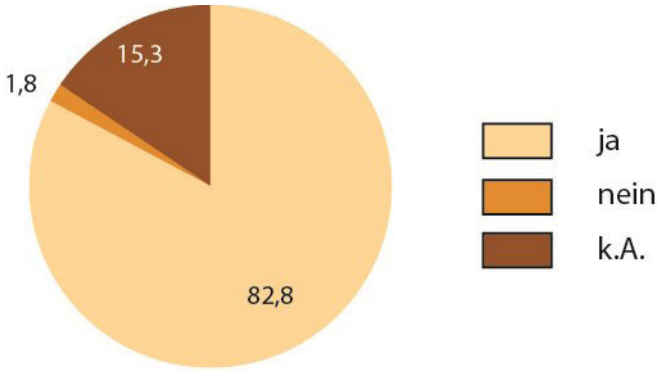
QUELLE: Gästebefragung Ribnitz-Damgarten 2014
DARSTELLUNG: wagner Planungsgesellschaft

GRAFIK 65
Wahrnehmung Ribnitz-Damgarten als Bernsteinstadt



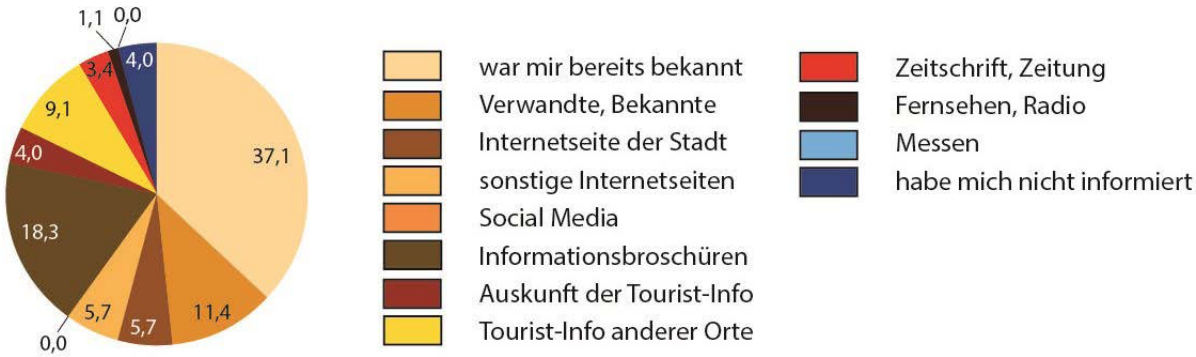
QUELLE: Gästebefragung Ribnitz-Damgarten 2014
DARSTELLUNG: wagner Planungsgesellschaft

GRAFIK 67
Weiterempfehlung von Rbnitz-Damgarten



QUELLE: Gästebefragung Ribnitz-Damgarten 2014
DARSTELLUNG: wagner Planungsgesellschaft

GRAFIK 68
Informationsquelle



QUELLE: Gästebefragung Ribnitz-Damgarten 2014
DARSTELLUNG: wagner Planungsgesellschaft

GRAFIK 69

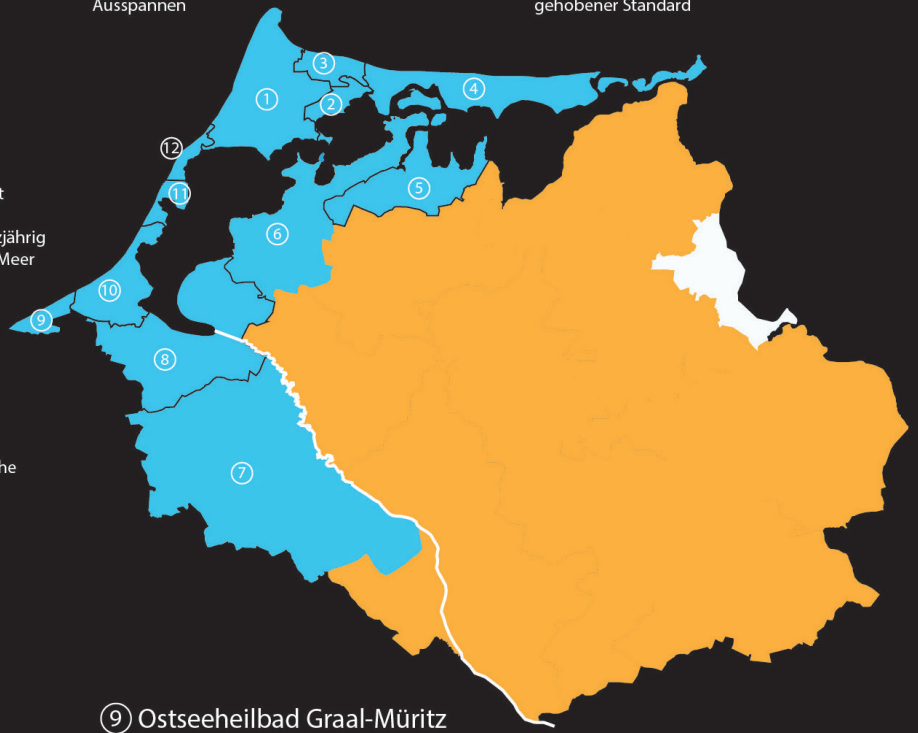
Steckbriefe der Orte in der Tourismusregion Halbinsel Fischland-Darß-Zingstm südliche Boddenküste und Küstenvorland

① Born a. Darß
(staatlich anerkannter Erholungsort)
- Alleinstellung: Thema „Kulturlandschaft“ (Gut Darß, Jagd- u. Forstmuseum, Landesforschungsanstalt für Fischerei)
- authentische, dörfliche Struktur
- regional geprägtes Kulturangebot „zum Anfassen“
- Beherbergungen dominiert von Camping, Ferienwohnungen mit teilweise hohem Standard
- Beherbergungsangebot für junge Zielgruppen (DJH, Camping)

② Wieck a. Darß
(staatlich anerkannter Erholungsort)
- (wachsende) Alleinstellung: Nationalpark (Ausstellung)/ Naturfilmfestival
- dörfliches Ambiente
- kulturelle Angebote auf Themen Nationalpark / Natur und „Dorf“ ausgerichtet
- Angebote regionale Produkte / ökologischer Anbau
- Wellness / Gesundheitsangebote mit Schwerpunkt Ausspannen

③ Ostseebad Prerow
- Alleinstellungspotenzial: Tradition erlebbar gemacht u. alternative Gesundheitsangebote (Kurklinik, Gesundheitshotels, Kneippverein, Gesundheitssport)
- besonderer Naturraum Wald-Prerowstrom-Meer
- Kultur- und Bildungsangebot mit Schwerpunkt auf Regionales / Tradition
- in Beherbergung Schwerpunkt Ferienwohnungen, gehobener Standard

④ Ostseeheilbad Zingst
- Alleinstellung: Seeheilhad mit umfassenden Gesundheitsangeboten (u.a. Kurmittelhaus, Mutter-Kind-Klinik)
- umfassendes Beherbergungsangebot von Camping bis höherklassige Hotels
- umfassendes Hotelangebot inkl. Wellness- u. Sportangeboten
- umfassendes Sport-, Freizeit-, Laden- u. Dienstleistungsangebot
- kultureller Schwerpunkt: Naturfotoausstellungen / Partner NP



⑤ Barth (staatlich anerkannter Erholungsort)
- Ansatz: Alleinstellung Vinetastadt mit Vinetamuseum
- im Kulturbereich weitere Museen, Theater, Events (Hafen- und Kinderfest)
- Jugend- u. gruppenorientierte Beherbergung (DJH mit Zeltplatz, Seglerverein)
- umfassendes Hotelangebot inkl. Wellness- und Sportangeboten
- umfassendes Sport-, Freizeit-, Laden- und Dienstleistungsangebot

⑥ Südliche Boddenküste
(Saal, Fuhlendorf, Pruchten)
- Ansätze Naturtourismus (Bird Watching)
- touristischer Schwerpunkt: Bewegung in der Natur (Radfahren, Reitangebot)
- Wassersport (Boddenhäfen mit teilw. Bootsverleih, Surfstation Saal)
- Beherbergung: Ferienhäuser u. -wohnungen aller Preislagen

⑦ Vogelparkregion Recknitztal
- Wasserwandertourismus/-Rastplätze
- Ansätze Naturtourismus mit Lehrpfaden, Projekt Recknitzquerung
- Kultur: Schlösser, Salzmuseum, Kurpark, Bad Sülze, Vogelpark Marlow
- kleinere Reiteinrichtungen, Reitwegenetz beidseits der Recknitz
- Beherbergung: Schloss Schlemmin, Recknitztalhotel Ferienhäuser verschiedener Standards
- Potenzial Gesundheitstourismus: Moor- u. Soleheilbad / Klinik Bad Sülze

⑧ Ribnitz-Damgarten
(staatlich anerkannter Erholungsort)
- (Ansatz)Alleinstellung: Bernstein(Stadt), Museum u. Manufaktur
- weitere Museen u. Sehenswürdigkeiten, u.a. Freilichtmuseum, Technikmuseum
- Angebotsschwerpunkt Reittourismus
- umfassendes Sport- (Bad), Freizeit-, Laden- u. Dienstleistungsangebot

⑨ Ostseeheilbad Graal-Müritz
- Alleinstellung: Seeheilbad mit umfassenden Gesundheitsangeboten (u.a. Kurmittelhaus, 4 Kurkliniken, Therapiezentren, NW-Park)
- Alleinstellung Natur: Lichtung in Rostocker Heide, Rhododendronpark
- umfassendes Beherbergungsangebot von Camping bis Hotel
- umfassendes Hotelangebot inkl. Wellness- und Sportangeboten
- umfassendes Sport-, Freizeit-, Laden- und Dienstleistungsangebot

⑩ Ostseebad Dierhagen
- Strand- und Dünenlandschaft mit Alleinstellungspotenzial
- großzügiger, attraktiver Naturraum für Sport- und Freizeitaktivitäten
- familienorientiertes Veranstaltungsprogramm
- Nachbar Ribnitz-Damgarten mit Schlechtwetterangeboten (Hallenbad, Museen)
- 3 größere Hotels mit Familieneignung, Sport- und Wellnessangeboten

⑪ Ostseebad Wustrow
- Alleinstellung (im Aufbau): Seefahrtthema - historische Ostroute, Kapitänshäuser, Hafen, Ansatz maritime Events, Nutzung Seefahrtschule in Planung
- landschaftliche Besonderheit: Nähe der beiden Küsten - „Inselgefühl“
- Gesundheitsangebote durch Kurklinik und teilw. Hotels (Dorint)
- Bade- u. Familienferienangebot im Sommer
- sportives Schlechtwetterangebot (Hallenbad u. Sporthalle)

⑫ Ostseebad Ahrenshoop
- Alleinstellung: ehemalige Künstlerkolonie, heute noch erlebbar, Kunstmuseum, umfassendes Angebot Kunstausstellungen und Galerien
- umfassende kulturelle Veranstaltungen / Events ganzjährig
- Zusammenspiel historischer Ortskern / Landschaft / Meer
- Vielzahl hochklassiger Hotels, 5 Hotels mit guten Wellnessangeboten
- Kurhaus als besondere Veranstaltungslokalität

QUELLE: eigene Erhebung
DARSTELLUNG: wagner Planungsgesellschaft

wagner Planungsgesellschaft
Doberaner Straße 7
18057 Rostock

Tel.: 0381 37706940
Fax: 0381 37706949

info@wagner-planungsgesellschaft.de
www.wagner-planungsgesellschaft.de