

Die neue Tourismuskonzeption für das Urlaubsland Mecklenburg-Vorpommern: Ein Werkstattbericht

26. Tourismustag | Göhren-Lebbin | 24. November 2016

Dr. Mathias Feige | dwif-Consulting GmbH Berlin | www.dwif.de

dwif
consulting

Alle Bestandteile dieses Dokuments sind urheberrechtlich geschützt. © 2016 dwif-Consulting GmbH.
Dieses Dokument ist Teil der Präsentation und ohne die mündliche Erläuterung unvollständig.

Landestourismuskonzeptionen für Mecklenburg-Vorpommern



2004



2010



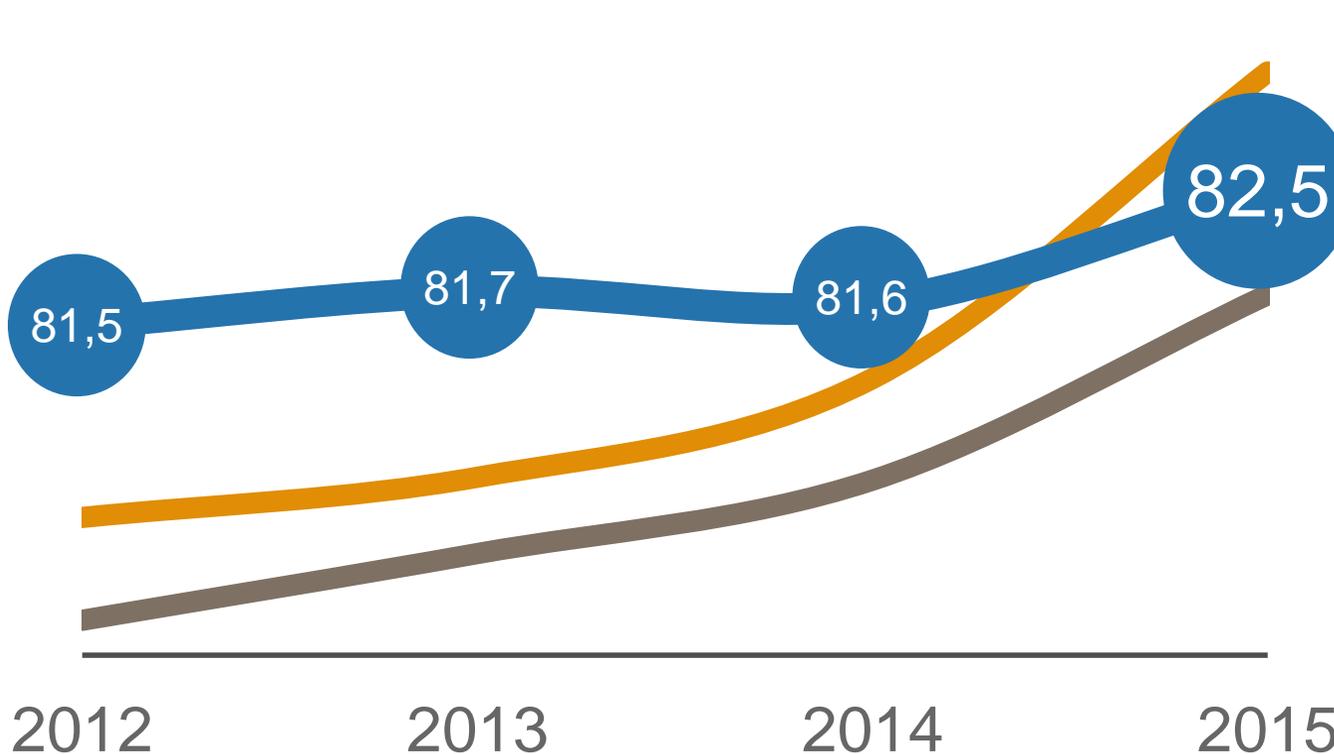
2016/2017

Vier Fakten zum MV-Tourismus

Erstens:

Gästezufriedenheit steigt, aber Konkurrenz holt auf!

Ø TrustScore-Punktzahlen von 0 bis 100



Schleswig-Holstein

Mecklenburg-Vorpommern

Deutschland



Zweitens:

Es ist ein leichter Saisonausgleich messbar!

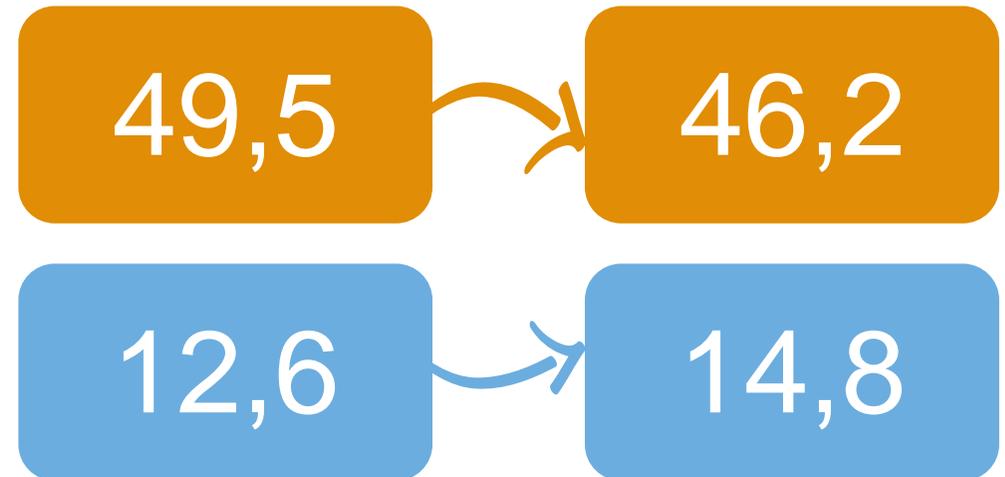


Anteil Übernachtungen MV:
TOP 3-Monate



Anteil Übernachtungen MV:
Jan, Feb, Nov, Dez

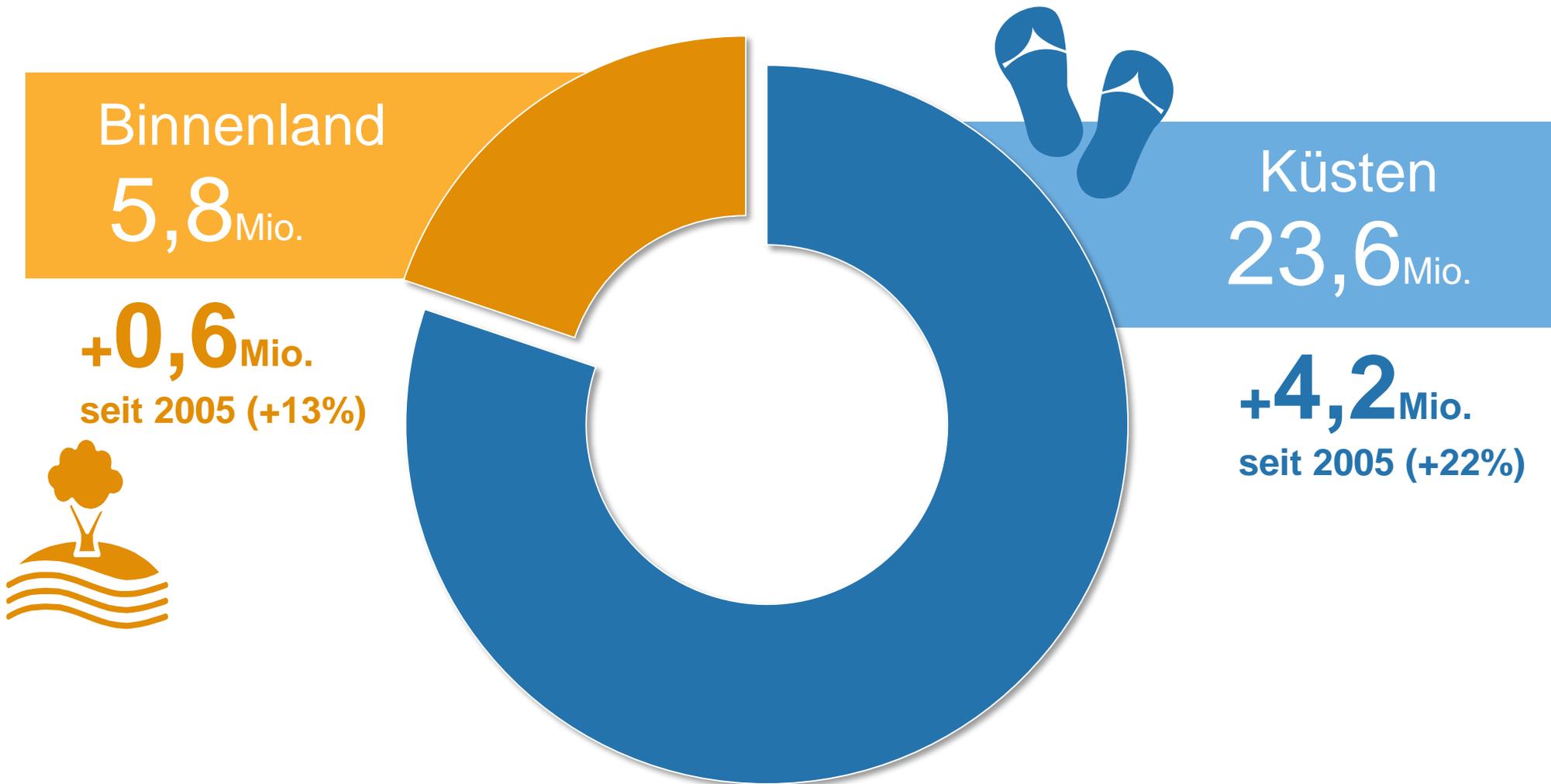
Marktanteil der Übernachtungen in %
2010 2015



Drittens:

Küste bleibt Kernmarkt, aber auch Binnenland wächst!

Übernachtungen in Mecklenburg-Vorpommern 2015

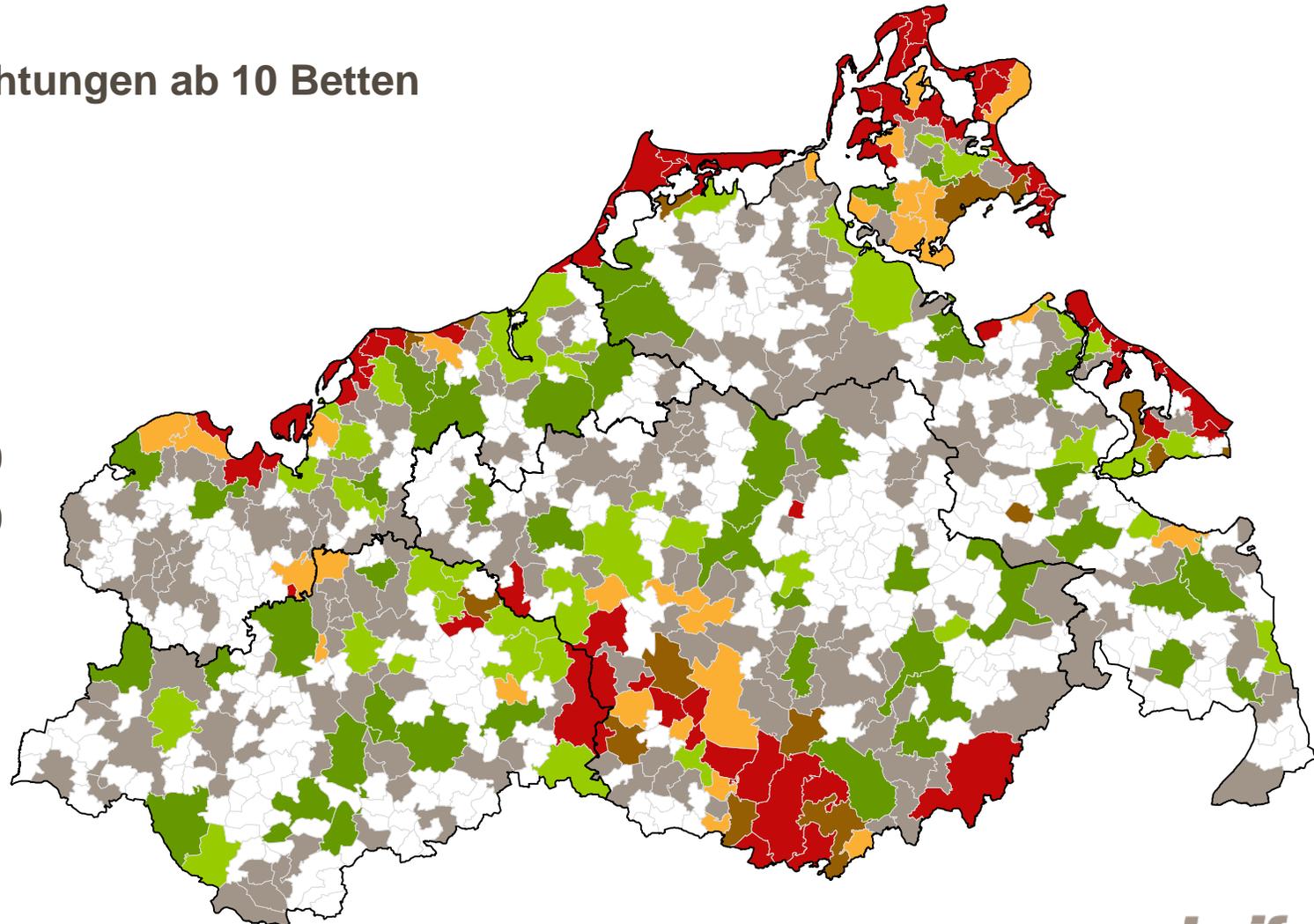
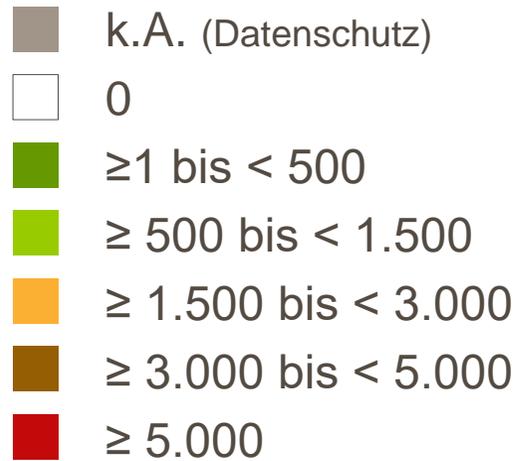


Viertens:

Es gibt Hotspots an der Küste und in der Seenplatte!

Übernachtungsintensität (Übernachtungen pro 100 EW)

Gewerbliche Übernachtungen ab 10 Betten
ohne „grauer Markt“



Schlussfolgerung:

Die Tourismuskonzeption muss die
**Verschiedenartigkeit im Land
berücksichtigen!**

A detailed map of a coastal region, likely in Germany, showing various planning overlays. The map includes a coastline, inland areas, and several colored and patterned regions. A blue banner is overlaid on the top part of the map.

**Individuelle Aussagen für
Küste - Binnenland - Teilräume**

A detailed map of a coastal region, likely in Germany, showing various planning overlays. The map includes a coastline, inland areas, and several colored and patterned regions. A blue banner is overlaid on the middle part of the map.

**Aktive Abstimmung Landestourismuskonzeption
mit Landes- & Regionalplanung**

A detailed map of a coastal region, likely in Germany, showing various planning overlays. The map includes a coastline, inland areas, and several colored and patterned regions. A blue banner is overlaid on the bottom part of the map.

**Vorschläge zu touristischen
Schwerpunkt-, Entwicklungsräumen und Zentren**

Hinzu kommt:
Marktentwicklungen,
Finanzierungsprobleme und das
EU-Beihilfe- & Vergaberecht
verändern die Marktperspektiven und
die Aufgabenpalette von
Tourismusorganisationen nachhaltig!

Die Tourismusedwicklung in MV hat die Reifephase erreicht!

Wachstumsphase

REIFEPHASE

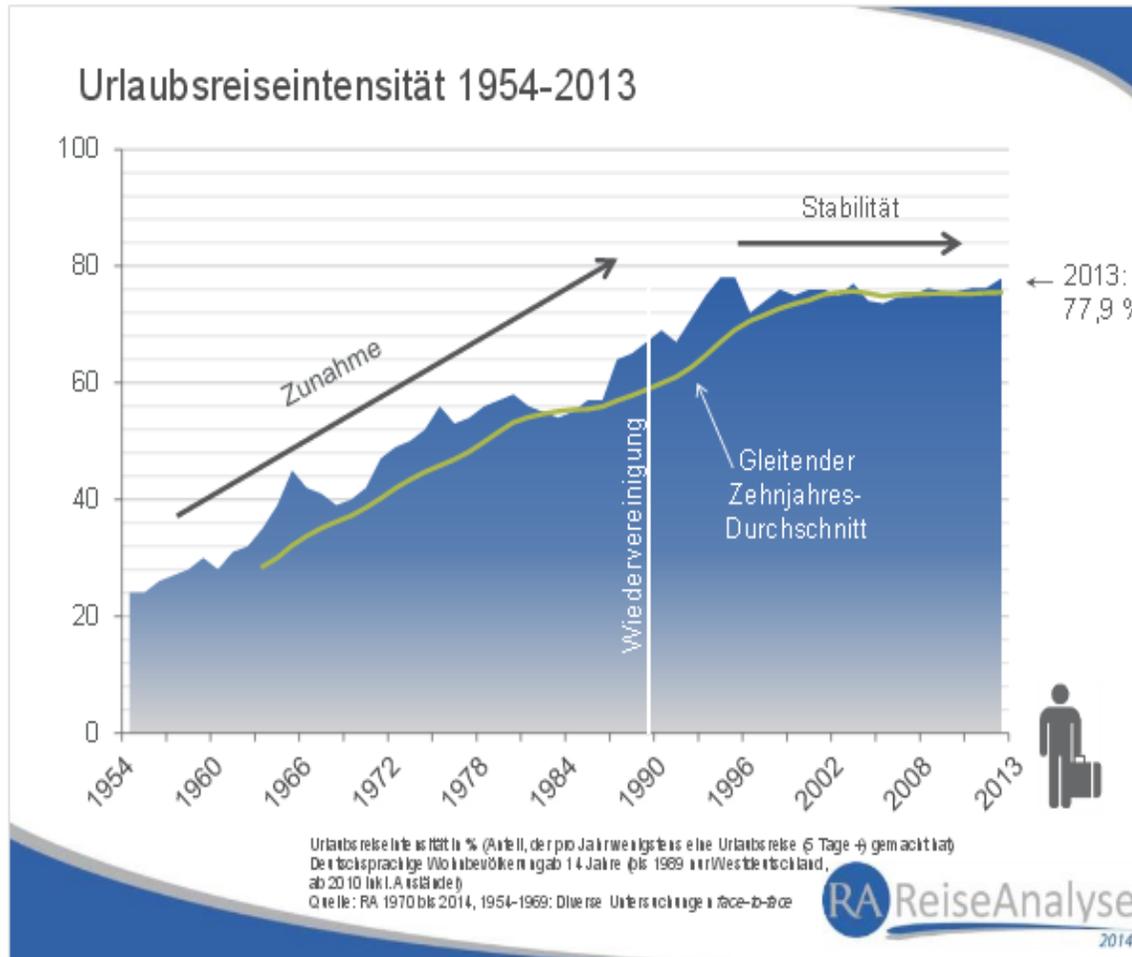
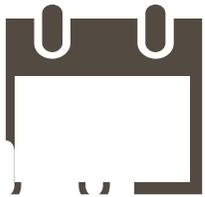
1990

2016



Marktpotenziale sind nicht mehr unbegrenzt!

Entwicklung der Inlandsnachfrage



Urlaubsreisen
2025:
70 Mio.

- stabil bis etwas weniger
- Reiseintensität steigt nicht
- Reishäufigkeit leicht rückläufig

Umbau touristischer Organisationen in Richtung „Regionalentwicklung“ erforderlich („DAWI-Leistungen“)



Leitfrage der LTK:

Wie kann der MV-Tourismus durch **qualitatives Wachstum** seine Wirkung als **Wirtschaftsfaktor** und **Treiber der Regionalentwicklung** weiter ausbauen?

Ziele für qualitatives Wachstum

Bisher



Mehr Gäste!



**Mehr
Übernachtungen!**

Künftig



**Mehr
Wertschöpfung!**



Zufriedenere Gäste!



**Stärkerer
Saisonausgleich!**



**Mehr
Lebensqualität!**

Vision und Zukunftsfelder der neuen Landestourismuskonzeption MV

Breitbandausbau

Infrastruktur & Mobilität

Wege(unterhaltung)

ÖPNV
Intermodalität

Finanzierung

Interministerielle
Abstimmung

Tourismusorganisationen



Marke/Marketing
Internationalisierung



Ganzheitliche Regionalentwicklung

Bevölkerung | Betriebe | Beschäftigte | Besucher

Aufgaben(-teilung)



Tourismusbewusstsein

Lebensqualität
Akzeptanz



Arbeitsmarkt

Fachkräfte | Azubis |
Nachfolger | Saisonkräfte



Betriebe | KMU

Förderpolitik

Koalitionsvertrag passt zu den Zukunftsfeldern

Infrastruktur: Wassertourismus, Radverkehr, Kreuzfahrttourismus, historische Bausubstanz, Breitbandnetz, Elektromobilität, Schienen-(fern)-verkehr

Ländlicher Raum: Entwicklung ländlicher Tourismus, Ausbau (über-)regionaler Vernetzung, Förderung von Branchennetzwerken,
Naturraum: Inwertsetzung Großschutzgebiete, Attraktivität Dörfer

Arbeitsmarkt: Fachkräftesicherung, Hotelfachschule/
Berufsakademie, Wohnraum in Zentren, Beruf und Familie

Koalitionsvertrag passt zu den Zukunftsfeldern

Marketing: Quellmärkte & Zielgruppen, Kinder-/Jugendtourismus, Kultur-/ Gesundheitstourismus

Internationalisierung: Ostseeraum, GTM 2020, Regionalflughäfen

Tourismusorganisationen: Leistungsfähigkeit, Verflechtung Tourismus- & Bäderverband im Marketing

Qualität: Angebote, Professionalisierung der Anbieter im ländlichen Raum

Rahmenbedingungen: Kurortegesetz, Tourismusförderung (Events Kulturtourismus, sanfter Tourismus im Hinterland)

Leitsätze für die Konzeption



Investitionen
stärken

Für die Anforderungen der Nachfrage ist der Tourismus in Mecklenburg-Vorpommern...



... weniger
gut aufgestellt

Barrierefreiheit
25%

Touristisches Angebot
66%



... gut aufgestellt

Mobilität
23%

Qualitätsansprüche
58%

Anteil der Befragten, die eine positive Wertung abgegeben haben.

Welche Infrastruktur braucht das Urlaubsland MV?



Radtourismus

Ziel: MV als Radwanderland Nr. 1
Aber: Wettbewerber holen auf



Wassertourismus

Küste: Etappenhafen
Binnenland: Neuordnung der
Bundeswasserstraßen



Aufgaben und Adressaten der TMOs neu denken



Die Tourismusorganisationen in MV

70% sehen für die Zukunft Anpassungsbedarf bei den Tourismusorganisationen

79% sehen keine klare Aufgabenteilung zwischen den Akteuren



Aufgaben, Strukturen und Finanzierung über die Ebenen hinweg prüfen

**Konsequenz:
Die neue Tourismuskonzeption
wird stark politisch geprägt sein!**

Zwei Gruppen von Adressaten

Politik

Land, Kreise, Gemeinden

...verbessert die
Rahmenbedingungen

Aufgabe:
Mehr
(interministerielle)
Koordination

Tourismusbranche

DMO, Orte, Verbände, Betriebe

...verbessert ihre
Wettbewerbsfähigkeit

Aufgabe:
Mehr
(Umsetzungs-)
Engagement



NEU: Eigenständiges Umsetzungsmanagement

Zufriedenheit der Akteure im Land mit der Umsetzung der bisherigen Landestourismuskonzeption MV

01

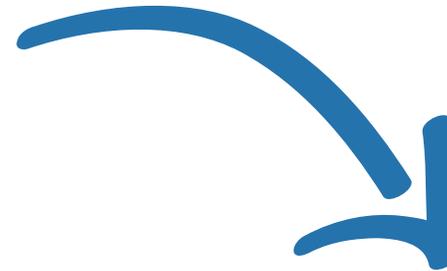
Zu geringer Informationsfluss

02

Zuständigkeiten für die Umsetzung teilweise unklar

03

Keine klare Priorisierung der Aufgaben



**Diesmal:
Umsetzungs-
management
mit eigenen
Ressourcen**

Verantwortung übernehmen!

Alle Partner müssen ihren Beitrag bei der Umsetzung leisten, von der Landesebene, über die Regionen und Orte, bis zu den einzelnen Betrieben.

**Ihre Forderung
aus der Evaluation:
Mehr Kommunikation!**

**Unser Angebot:
Sie können den Weg zur
Tourismuskonzeption
maßgeblich mitbestimmen**

Die Steuerungsgremien der Tourismuskonzeption

**Lenkungsgruppe Evaluation:
Auftraggeber!**

**Begleitgruppe:
Querdenker!**

**Verbänderunde:
strategische Player!**



**Themenkonferenzen:
Fachexperten!**

**Einzelgespräche:
Unterstützer!**

Drei Regionalkonferenzen



Für Sie: Online-Plattform mit Dialogfunktion www.tmv.de/tourismuskonzeption



Sie befinden sich hier:

[Startseite](#) > Landestourismuskonzeption

Landestourismuskonzeption

Um zu prüfen, ob die Themen der Landestourismuskonzeption 2010 nach wie vor zutreffen und die richtigen Prioritäten gesetzt sind, plant das Wirtschaftsministerium Mecklenburg-Vorpommern bis zum März 2017 im Dialog mit der Branche eine neue Landestourismuskonzeption zu erstellen.



Hintergrundinformationen, Ziele und Zeitplan

Das Wirtschaftsministerium Mecklenburg-Vorpommern plant, bis zum März 2017 eine neue Landestourismuskonzeption zu erstellen.

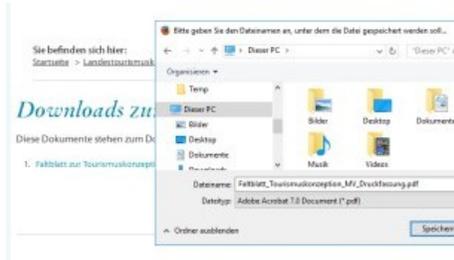
[mehr erfahren »](#)



Aktuelle News

Hier finden Sie aktuelle Pressemitteilungen und Terminankündigungen zu den Regionalkonferenzen und weiteren Meilensteinen.

[mehr erfahren »](#)



Downloads

Hier finden Sie aktuelle Dokumente und Informationen zum Download.

[mehr erfahren »](#)



Dialogplattform

Ihre Meinung ist gefragt! Gern möchten wir Sie als Akteur aus dem MV-Tourismus in die Erarbeitung der Landestourismuskonzeption einbinden und von Ihren Erfahrungen profitieren.

[mehr erfahren »](#)



Bereitschaft und Mut zum Umdenken

Drei Workshops für neue Ideen nach der Pause

1. Wie kann man die (neuen) Aufgaben künftig finanzieren?

Wer?: Karsten Heinsohn, Gerd Lange, André Kretzschmar

Wo?: Bankettbereich Schloss

2. Welche Infrastruktur braucht das Land künftig?

Wer?: Maike Berndt, Tobias Weitendorf

Wo?: Bankettbereich Schloss

3. Welche Schwerpunkte setzt die Tourismuskonzeption im Detail?

Wer?: Dr. Mathias Feige, Bernd Fischer

Wo?: Tenne