

Zukunftsstrategie für die „Infrastrukturgesellschaft Mönchgut-Granitz“

Der Tourismus als bedeutendster Wirtschaftsfaktor eint die Gemeinden des Amtsbereiches Mönchgut-Granitz. Den Herausforderungen, die der Tourismus mit sich bringt, müssen sich alle politischen Gremien, touristischen Leistungsträger, aber auch Einwohner gleichwohl stellen. Überörtliche Kooperationen auf den unterschiedlichsten Ebenen machen es möglich, Ressourcen zu bündeln, um globale Ziele schneller erreichen zu können. Das übergeordnete Ziel einer überörtlichen Kooperation muss es sein, den Tourismus als Faktor für Wertschöpfung und Lebensqualität vollumfänglich zu erschließen. Alle Gemeinden des Amtes Mönchgut-Granitz zeichnen sich durch eine dynamische Tourismusedwicklung aus, weshalb eine gemeinsame Tourismusförderung für die Zukunft unumgänglich ist. Mit zunehmendem Wettbewerb im Deutschlandtourismus wachsen die Ansprüche der Reisenden an die Destination: der Wunsch nach Multioptionalität und uneingeschränkter Mobilität am Urlaubsort wird zum zentralen Bedürfnis - Gemeindegrenzen existieren in ihren Köpfen nicht. Diese Grenzen bestehen jedoch in den Köpfen der meisten touristischen Leistungsträger und diese gilt es im Sinne des Gastes und seines Urlaubswertes zu überwinden.

Kooperationen bieten die Chance, die Tourismusedwicklung einzelner Orte aufeinander abzustimmen, fortzuschreiben, neu zu definieren oder auch komplett neue Entwicklungsperspektiven aufzuzeigen und Geschäftsfelder zu erschließen. Die Realisierung von Großprojekten im Infrastruktur- oder Marketingsegment wird für Kooperationsgemeinschaften aufgrund der Optimierung ihres Ressourceneinsatzes möglich - durch die Bündelung finanzieller und/ oder personeller Mittel, aber auch durch die gesteigerten Fördermöglichkeiten für Projekte in regionaler Zusammenarbeit.

Für die regionale Zusammenarbeit im Amtsbereich Mönchgut-Granitz eignet sich eine horizontale Kooperation, da hier neben der Infrastrukturentwicklung ebenfalls das gemeinsame Marketing im Fokus steht. In ihrer weitesten Ausprägung soll die Kooperation zukünftig zu einer integrierten touristischen Infrastrukturgesellschaft werden.

Aufgrund der sich verschärfenden Marktdynamik hat das Thema der Kooperationen in den letzten Jahren an Bedeutung gewonnen und wird auch in Zukunft ein strategischer Erfolgsfaktor für eine Erfolg versprechende Positionierung der Destination Mönchgut-Granitz am Markt sein.

Die Infrastrukturgesellschaft soll zukünftig eine Mischung aus Markt- und Ressourcenorientierung sein. Der marktorientierte Ansatz bezieht sich vor allem auf die Verbesserung der Wettbewerbssituation gegenüber Konkurrenten sowie der Stellung gegenüber potenziellen Gästen. Dies kann bspw. durch die Nutzung **gemeinsamer Distributionskanäle** oder **Marketingaktionen** geschehen. Kooperativ aufgebaute **Informations- oder auch Reservierungssysteme** könnten eine Steigerung der Kapazitätsauslastung außerhalb der Hauptsaison bringen und die Nutzung gemeinsamer moderner **Kommunikationstechnologien** das Gästebeziehungsmanagement verbessern.

Ein **einheitliches Qualitätsniveau**, bzw. genau definierte Qualitätsstandards können sich ebenfalls zu einem Wettbewerbsvorteil entwickeln, da es sich über die gesamte Destination Mönchgut-Granitz erstrecken würde – ein Imagetransfer ist nur ein Vorteil einer gemeinsamen Qualitätsstrategie.

Die Beteiligung an einer Kooperation eröffnet die Chance, **bestehende Märkte** stärker zu durchdringen und **neue Märkte** (wie z.B. südliche Bundesländer, Skandinavien) zu erschließen. Hinzu kommt die **Verteilung von Kosten und Risiken**, der Größenvorteil und die Effekte einer gemeinsamen Erfahrungskurve. Der Wettbewerb untereinander wird vermindert und im Gegenzug werden Barrieren gegenüber Wettbewerbern (regional und überregional) aufgebaut und damit eine größere Marktmacht zur **Durchsetzung von Innovationen** erzielt.

Der ressourcenorientierte Ansatz innerhalb des Netzwerkes bezieht sich vor allem auf die Schaffung und Nutzung von **Synergieeffekten**. Die Zerstreung finanzieller Mittel kann durch aufeinander abgestimmte Verteilung eines gemeinsamen **Pools an Ressourcen und Kompetenzen** vermieden werden. Dies führt zu einer gesteigerten **Effizienz bei der gemeinsamen Zielerreichung**. Gemeinsam entwickelte **Aus- und Weiterbildungsangebote** für das eigene Personal oder ein Job-Pool in Zusammenarbeit mit den gemeindeansässigen touristischen Leistungsträgern kann außerdem die besonders wichtige Ressource Personal stärken und ausbauen.

Netzwerkarbeit bietet umfassende Möglichkeiten zum **Erfahrungsaustausch und Know-How-Transfer** zwischen den Partnern: Entscheidungsrelevantes Wissen der einzelnen Eigenbetriebe wird zusammengeführt und damit die **Lernprozesse gefördert** sowie das **Innovationspotenzial gesteigert**.

Die Infrastrukturgesellschaft Mönchgut-Granitz bietet den Gemeinden des Amtsbereiches die Möglichkeit, **regionale Kernkompetenzen** zu entwickeln, die von Wettbewerbern schwer imitierbar oder im besten Falle ein Alleinstellungsmerkmal sind. Durch die Zusammenarbeit wird die Kommunikationskultur innerhalb des Amtsbereiches verbessert und Sozialkapital aufgebaut. Die regionale Nähe erhöht die persönlichen Kontakte zwischen den Kooperationspartnern und stärkt somit das Vertrauen, welches einen wesentlichen Erfolgsfaktor von Kooperationen darstellt.

Kooperationen bieten grundsätzlich die Chance, den Horizont durch Austausch zu erweitern und übergreifende Probleme durch einen regelmäßigen Dialog zu identifizieren und beseitigen. Gleichzeitig erhöht sich durch die Zusammenarbeit die **politische Legitimität** gemeinsam entwickelter Ergebnisse. Die stärkere Anerkennung und Tragfähigkeit basiert auf der kooperativen Entscheidungsfindung und der daraus resultierenden Transparenz, die Berücksichtigung verschiedener Interessen sowie die stärkere Verbindlichkeit gemeinsam erzielter Beschlüsse.

Die horizontale Kooperation der Gemeinden des Amtsbereiches Mönchgut-Granitz in Form der Infrastrukturgesellschaft kann den Tourismus auf eine vollkommen neue Ebene heben – sowohl für die Gäste als auch für die Leistungsträger, Bürger und politischen Gremien der einzelnen Gemeinden. Eine wesentliche Herausforderung dabei wird sein, eine angemessene Balance zwischen Konkurrenz- und Kooperationsdenken zu entwickeln.

Aufgaben

Mit dem Start der Infrastrukturgesellschaft beginnen die strategisch-konzeptionellen Arbeiten:

1. Leitbildentwicklung
2. Marketing & Information
3. Angebotsvernetzung
4. Vernetzung von Wegesystemen und Infrastrukturen

Die wichtigste Eigenschaft der Infrastrukturgesellschaft Mönchgut-Granitz wird es sein, dass die teilnehmenden Partner gleichberechtigt sind. So können Entscheidungen ausschließlich demokratisch entschieden und die Kompetenzen klar verteilt werden.

Die Erstellung des Leitbildes, bzw. der Vision bildet die Grundlage der Zusammenarbeit und ist für die Entwicklung der Destination richtungsweisend.

1. Leitbild & Vision

Mit der Realisierung der Infrastrukturgesellschaft Mönchgut-Granitz soll ein Wettbewerbs- und Standortvorteil geschaffen werden, der sich inhaltlich auf

- **(Lebens-) Qualität**
- **(Ganzjahres-) Nachfrage**
- **Wertschöpfung**
- **Mobilität**
- sowie **Innovative Destinationsentwicklung** bezieht.

Alternative Mobilitätskonzepte, die Entwicklung neuer und der Ausbau bestehender Freizeitinfrastruktur sowie die Erschließung neuer Märkte und Zielgruppen stehen im Fokus der gemeinschaftlichen Arbeit. Somit wird die touristische Destination Mönchgut-Granitz ein attraktiver Lebens-, Arbeits- und Freizeitraum für Gäste und Einheimische. Die Verwischung von Gemeindegrenzen und die daraus entstehenden multioptionalen Möglichkeiten für Gäste und Einwohner soll in dieser Form einmalig auf der Insel Rügen und als innovatives Beispiel für den Tourismus der Zukunft sein.

2. Marketing & Information

Modernes Tourismusmarketing ist mehr als „nur“ verkaufen, mehr als „etwas“ Werbung, Öffentlichkeitsarbeit oder Prospektgestaltung, es ist auch mehr als einzelne Marketing-Instrumente. Marketing umfasst ein weites Feld und ist mehrdimensional, wenn nicht sogar ganzheitlich. Strategien und Konzeptionen sowie die Konsumentenorientierung spielen eine übergeordnete Rolle.

Um das Tourismus-Marketing auf die Ebene einer Führungstechnik heben zu können, bedarf es ausreichend fachlicher und personeller Ressourcen, um über die üblichen Grenzen des ortseigenen Marketings hinauszukommen.

Dies gelingt den meisten Kurverwaltungen nur selten aus eigener Kraft, weshalb das überregionale Destinationsmarketing üblicherweise auf höheren Ebenen (bspw. durch Tourismusverband, Bäderverband) koordiniert wird.

Mit der Infrastrukturgesellschaft eröffnen sich den Teilnehmergebänden vollkommen neue Möglichkeiten des Tourismusmarketings.

Die fachlichen Ressourcen können hier gebündelt und zukunftsfähige Strategien entwickelt werden. Im Verbund lassen **sich hochpreisige Kampagnen (online & offline), Messebesuche oder Pressereisen** zum Erreichen von überregionaler Aufmerksamkeit problemlos finanzieren, als für einen einzelnen Ort. Die Möglichkeiten sowie die Chancen auf Erfolg, neue Zielgruppen und Märkte zu erschließen, sind im Verbund weitaus größer als für eine einzelne Gemeinde.

Als **neue touristische Einheit** kann sich das Amt Mönchgut-Granitz außerdem einen enormen Wettbewerbsvorteil gegenüber den Mitbewerbern auf der Insel und auch überregional verschaffen. Der Tourist nimmt geographische Grenzen während seines Aufenthalts nur selten wahr und mithilfe der Infrastrukturgesellschaft ergibt sich die Möglichkeit, diese Grenzen auch in der Realität zu verwischen. Instrumentelles und strategisches Marketing versprechen dem Gast ein nahtloses Urlaubserlebnis im gesamten Amtsbereich. Neben der offiziellen Anerkennung der Kurkarte, die bisher bereits gelebt wird, ist eine gemeinsame Kurabgabe und damit eine gemeinsame Kurkarte in Zukunft denkbar. Mit der Digitalisierung dieses Prozesses und den neuen Möglichkeiten die sich daraus ergeben, soll zusätzlich die Kurabgabenehrlichkeit gesteigert werden, da das Angebot entsprechend vergrößert wird.

Auch das **Binnenmarketing** wird von der Infrastrukturgesellschaft profitieren. Mit der Kompetenz aller Kurverwaltungen und politischen Gremien besitzt sie ein gewichtiges Sprachrohr und den entsprechenden Rückhalt den es braucht, um Gewerbetreibende, Bürger, Vereine und sonstige Anspruchsgruppen zu einen und die Zusammenarbeit voranzubringen. Die **Tourismusakzeptanz** ist in Zeiten von Corona, boomendem Deutschlandtourismus und steigenden Gästezahlen ein Thema, welches unbedingt größerer Beachtung bedarf.

Neben **Einwohner- oder Incentive Karten** (Incentive = engl. Ansporn/ Anreiz: im Zusammenhang mit Wirtschaftstätigkeiten besondere Maßnahmen oder Anreize, die geeignet sein sollen, Mitarbeiter oder Kunden zu Verhalten im Interesse des Incentive-Gebers zu motivieren) müssen weitere Anreize für Einwohner und Arbeitnehmer geschaffen werden, um ein attraktives Leben- und Arbeitsumfeld zu schaffen. Damit einher geht die Problematik des **Fachkräftemangels**. Mit Hilfe einer attraktiven Binnenmarketingstrategie, Angeboten für Einheimische/ Arbeitnehmer und der Bearbeitung der Wohnraumproblematik könnte der Amtsbereich dem Fachkräftemangel entgegenwirken und ihn zu einem attraktiven Wohn- und Lebensraum machen. Der touristische Einfluss der Kurverwaltungen könnte sich im Wesentlichen auf die **Netzwerkarbeit**, die **Bereitstellung von interaktiven und informativen Plattformen** oder die **fachliche Beratung** konzentrieren.

3. Angebotsvernetzung

Die Vernetzung der Angebote bildet ein wichtiges Element der Infrastrukturgesellschaft. Zu Beginn stehen vor allem die **Mönchguter Museen** und die **AHOI Rügen Bade- & Erlebniswelt** im Zentrum der Zusammenarbeit.

Zukünftig ist es außerdem gedacht, weitere Angebote miteinander zu vernetzen, wie **Veranstaltungen, Dienstleistungen** oder das **digitale Freizeitangebot**.

Die Entwicklung neuer, gemeinsamer Angebote ist zusätzlich eine Aufgabe, der sich die Infrastrukturgesellschaft in Zukunft stellen wird. Die zunehmende Multioptionalität der Gäste zwingt touristische Destinationen dauerhaft zur Realisierung neuer Attraktionen und Angebote. In einer Kooperation kann diese ständige Weiterentwicklung jedoch von unterschiedlichen Kompetenzen entwickelt und von mehreren Schultern getragen werden – so erlaubt es den Gemeinden im Amtsbereich, sich auszuprobieren und **innovative Konzepte** hervorzubringen.

Digitale Informationsinfrastruktur, flächendeckendes WLAN oder auch die **digitale Erlebbarkeit naturnaher Erlebnisse** könnten das touristische Erlebnis der Gäste im Amtsbereich auf eine neue Ebene heben. Überhaupt wird die **Digitalisierung des touristischen Angebotes** (bspw. digitale Kurkarte) in den nächsten Jahren eine übergeordnete Rolle spielen.

Im Zuge der weiterhin steigenden Beliebtheit des Deutschlandtourismus‘ und damit einhergehend die steigende Urlauberzahl muss eine intelligente und **bedürfnisorientierte Besucherlenkung** entwickelt werden. So können Besucherströme gezielt verteilt und große Menschenansammlungen vermieden werden. Damit einhergehend kann die **digitale Buchbarkeit von Angeboten** bereits im Vorfeld eine Einschätzung darüber geben, wie stark frequentiert gewisse Orte zu bestimmten Zeiten sein werden.

Auch digitale Instrumente wie **Beacon Miles** (kleine Bluetooth-Sender, die in einem Umkreis von 70 Metern eine Push- Nachricht auf dem Smartphone auslösen, wenn man in ihre Nähe kommt, so können Orte auf eigene Faust via Podcast erkundet werden. Veranstaltungshinweise, Angebote aus Gastronomie oder Einzelhandel können ebenfalls empfangen werden) können das touristische Angebot digital ergänzen und erweitern. Die **digitale Erlebbarkeit** könnte für die Gemeinden der Infrastrukturgesellschaft ein Alleinstellungsmerkmal werden. Der Einsatz neuer und intelligenter Technologien geht mit einem hohen Zeitaufwand und Geldeinsatz einher, weshalb das Teilen dieser wesentlichen Ressourcen innerhalb eines Verbundes den Fortschritt vorantreiben kann und soll.

4. Vernetzung von Wegesystemen und Infrastrukturen

Infrastruktur und Mobilität bilden gemeinsam mit der Vernetzung des touristischen Angebotes das Herzstück der Infrastrukturgesellschaft, was bereits der Arbeitstitel verrät. Die Notwendigkeit **alternativer Mobilitätskonzepte** ist bereits seit Jahren allgegenwärtig. Als erste Maßnahme wird eine **Anbindung über die Weiße Flotte** über den Seeweg angedacht, um u.a. an Tagen mit besonders hoher Gästefrequenz (z.B. an den Markttagen) ein Alternativangebot zu schaffen. So wird u.a. den Gästen der Gemeinde Mönchgut zusätzlich eine Anbindung an den inselweiten ÖPNV (DB, RÜKB) geschaffen, welche bisher nicht besteht. Neben dem kostenlosen ÖPNV würde der ermäßigte oder kostenfreie Schiffstransfer eine weitere attraktive Möglichkeit zur autofreien Erkundung der Insel Rügen sein.

Das bereits etablierte „**Bus-frei**“ **Angebot** innerhalb der Gemeinden Sellin, Baabe, Göhren und Mönchgut soll weitergeführt und ausgebaut werden, um die autofreie Mobilität attraktiver zu gestalten und die Kurabgabenehrlichkeit zu steigern.

Auch der Ausbau der **Infrastruktur für E-Mobilität** wird eine Rolle spielen: sowohl die Errichtung von Ladesäulen für E-Autos in ausreichender Anzahl als auch weitere Möglichkeiten der kontaktlosen Ausleihe von E-Bikes und Carsharing Angeboten. Aufgrund der vorherrschenden Infrastruktur ist es für die Zukunft unumgänglich, alternative Mobilitätskonzepte zu entwickeln und somit die überfüllten Straßen, Wege und Gemeinden zu entlasten und Nutzungskonflikte zu minimieren.

Mit den Häfen und Kurparkanlagen haben die einzelnen Kurverwaltungen **gemeinsame Schnittmengen**, von denen alle Gemeinden gleichwohl profitieren können. Die Angebote können innerhalb der Zusammenarbeit in Zukunft miteinander abgestimmt werden, damit das Gesamtangebot am Ende möglichst für viele Anspruchsgruppen ausgereift und attraktiv gestaltet werden kann.

Fahrradtourismus ist derzeit ein Megatrend, der auch in den kommenden Jahren weiterwachsen wird. Aus diesem Grund muss im Zuge der Zusammenarbeit für die **Erweiterung und den Ausbau der Fahrradwege** gesorgt werden. Die Verbreiterung von Wegen, die Erhöhung der allgemeinen Sicherheit durch verkehrssichere Straßenüberquerungen und die Überarbeitung der Wegebeschilderung erhöhen die allgemeine Attraktivität des Amtsbereiches als Fahrraddestination.

Ein gemeinsam entwickeltes **Qualitätsmanagement** soll sicherstellen, dass alle Gäste des Amtsbereiches im besten Fall an jedem Ort eine gleichbleibende (hohe) Qualität vorfinden wird. Diese kann sich anhand von Qualitätskriterien bei der touristischen Beratung wiederfinden, beim Besuch von Veranstaltungen (Thema Nachhaltigkeit: Verzicht auf Plastik, etc.) oder der Beschaffung von Informationen (Veranstaltungskalender, digitale Informationssäulen, etc.). Eine gemeinsame Qualitätskampagne, die Unterstützung bei Zertifizierungen oder Schulungen von Mitarbeitern können das gesamte Qualitätsniveau des Amtsbereiches anheben und den Urlaubswert der Gäste massiv steigern.

Zusammenfassend bilden die Felder Infrastrukturentwicklung, Angebotsvernetzung, Digitalisierung sowie gemeinsames Tourismusmarketing die Schwerpunktthemen der Infrastrukturgesellschaft. Die Möglichkeiten der Zusammenarbeit sind vielfältig und nahezu unerschöpflich. Aus diesem Grund müssen die Themen und daraus resultierenden Maßnahmen im nächsten Schritt gemeinsam mit den Bürgermeistern der beteiligten Gemeinden diskutiert und priorisiert werden.

Die Ostseebäder Sellin, Baabe, Göhren und die Gemeinde Mönchgut verfügen gemeinsam über die nötige Erfahrung, das Humankapital und den Mut, gemeinsam in eine neue Zukunft zu starten und den Tourismus im Amtsbereich Mönchgut-Granitz ganzheitlich und zukunftsfähig zu entwickeln.