

## Protokoll 2. Treffen der Innovatorengruppe am 03.08.2020

### Thema: „Tourismusakzeptanz“

Uhrzeit: 13:00 Uhr bis 16:30 Uhr

Ort: Supreme Surf in Rostock

#### Teilnehmer:

Hans Jensen (Supreme Surf)

Alexander Winter (Arcona Hotels)

Christoph Krause (Dock Inn Hostel)

Jenny Elshout (Schloss Kaarz / Winston Golf)

Dr. Dirk Gramsch (Ostseekurklinik Fischland)

Marie Zürnstein (TMV)

Josephine Franz (WM)

Cornelia Hass (WM)

Nach einer kurzen Vorstellung des Unternehmens Supreme Surf durch Hans Jensen gab Marie Zürnstein einen Überblick über die bisherigen Umsetzungsschritte der Tourismusakzeptanzkampagne des TMV. Diese wurde Pfingsten 2020 gestartet und wirbt durch Banner, Anzeigen, City light Poster, Videos und Social Media Aktionen für mehr Tourismusakzeptanz. Die Kampagne ist auch als Baustein für die Umsetzung des Zukunftsfeldes „Tourismusbewusstsein und Akzeptanz“ aus der Landestourismuskonzeption zu verstehen.

Ein ausgeprägtes Tourismusbewusstsein in Verbindung mit einer hohen Tourismusakzeptanz ist wichtig für das Investitionsklima, eine offene Willkommenskultur und damit für den künftigen Erfolg des Urlaubslandes. Ziel ist es – so die Landestourismuskonzeption - die Einstellung von Politik, Wirtschaft und Bevölkerung gegenüber dem Tourismus zu verbessern und seine Relevanz auf allen Ebenen nachhaltig zu stärken, um auf diese Weise ein noch besseres Tourismusklima zu schaffen. Dabei muss die Tourismusedwicklung im Einklang mit den Bedürfnissen der Bevölkerung rund um die Gestaltung ihres Alltags erfolgen, um Konflikten vorzubeugen.

Die Erfahrungen aus der Corona-Krise bestätigen, wie wichtig und dringend die Bearbeitung dieses Zukunftsfeldes ist. Das Innovatortreffen hatte zum Ziel, mit den Unternehmern über die Umsetzung dieser Aufgabe aus der LTK zu diskutieren. Die Ergebnisse sollen in die weitere Planung der Akzeptanzinitiative einfließen.

Folgende Ideen/Schritte zu den einzelnen Schlüsselmaßnahmen der LTK wurden erarbeitet:

#### **1. Tourismusbewusstsein regelmäßig messen**

(dieses Thema wurde ausgeklammert im Workshop)

#### **2. Konsequente Lobbyarbeit für den Tourismus**

- Regionalkonferenzen mit Bürgermeistern, Unternehmern, Bevölkerung
- Weihnachtskarte/Jahresbrief an alle Einwohner mit Aufkleber „Wir sind Urlaubsland“ – Wir für dich/uns mit Dank an Einwohner
- Einbindung von Regionalvermarktungsinitiativen – mehr regionale Produkte erhöhen die Bindung zur Region
- Aktive Zusammenarbeit mit Tourismusausschüssen der IHKn und Unternehmensverbänden

- Durchführung von Projektwochen in Schulen mit Verankerung im Lehrplan; Nutzung des Entdeckerpasses des TMV
- [www.loewenpitch.de](http://www.loewenpitch.de) – modernes Talentrecruiting für Azubis nutzen
- Änderung des Kommunalabgabengesetzes
- Kleinteilige Kümmerer Arbeit vor Ort notwendig
- Aktive Kooperation mit allen Medien – Aufstellung von Plänen für regelmäßige Berichterstattung von positiven Tourismusbeispielen

### **3. Mehr Gastfreundschaft und mehr Kooperation für mehr Wertschöpfung**

- Ausbildung besser nutzen für die Sensibilisierung für Gastfreundschaft
- Kostenlose Teilnahme am Tourismustag ermöglichen, um viele Teilnehmer zu generieren, die sonst nicht dabei wären
- „Wir sind Urlaubsland“ erweitern
- Praxisbezogene Berufsschulbildung
- Attraktive und qualitativ hochwertige Weiterbildung im Tourismus anbieten – derzeit kaum Angebote in MV!
- Zentrale Lösungsansätze innerhalb der föderalen Struktur notwendig
- IHK als Transporteur der Botschaften an Unternehmen stärker einbinden und verpflichten
- Botschaften der Willkommenskultur dort platzieren, wo Einwohner sind (z.B. Ämter etc.)
- Respektvoller Umgang zwischen Bevölkerung und Touristen unterstützen

### **4. Einheimische, Gastgeber, Erholungssuchende – Perspektiven für die Bevölkerung aufzeigen**

- Schulen einbeziehen, um den Kindern von klein auf Tourismus näher zu bringen
- Werte definieren für den Begriff „Heimat“
- Dynamik durch Corona nutzen
- Kurabgabe verwenden zum Nutzen der Bevölkerung (und diesen auch bewusst transparent darstellen)
- E-Mobilitätskarte für die Region entwickeln
- Mehr Wertschätzung für die touristischen Berufe (fängt zum Teil im Kleinen an durch ein hochwertiges Zeugnis nach Berufsausbildung)
- NDR als starker Medienpartner, der die Region prägt: statt plumpe Dorfgeschichten im Nordmagazin besser Geschichten über positive Auswirkungen des Tourismus an konkreten Beispielen
- Bevölkerung aufzeigen, welche vielschichtigen Vorteile der Tourismus bietet

Das nächste Treffen der Innovatorengruppe findet am Dienstag, dem 12.01.2021 im Dock Inn Hostel in Warnemünde statt.

Cornelia Hass  
Protokoll