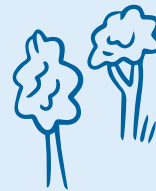
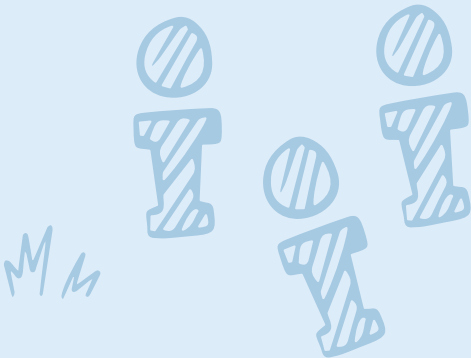




# Ideenschatz

für Mecklenburg-Vorpommern



#IdeenMachenTourismus

MV   
tut gut.

## Impressum

### Herausgeber

Tourismusverband Mecklenburg-Vorpommern e. V.  
Konrad-Zuse-Straße 2 | 18057 Rostock  
Fon +49 381 40 30-500 | info@auf-nach-mv.de  
www.auf-nach-mv.de

### Konzeption und Design

WERK3 Werbeagentur GmbH & Co. KG  
Doberaner Str. 155 | 18057 Rostock  
www.WERK3.de

### Realizing Progress

Siedlerstraße 1c | 83607 Holzkirchen  
www.realizingprogress.com

### Fotos

TMV/Danny Gohlke, TMV/Dan Petermann,  
AdobeStock.com

### Lektorat

Marion Kümmel

### Druck und Verarbeitung

Druckerei Weidner GmbH | Carl-Hopp-Straße 15  
18069 Rostock | www.druckerei-weidner.de

## Grußwort



### **Tobias Weitendorf**

*Geschäftsführer Tourismusverband  
Mecklenburg-Vorpommern e. V.  
Tourismusbeauftragter des Landes  
Mecklenburg-Vorpommern*

Was bedeutet es eigentlich, Urlaubsland zu sein? Viele Jahre waren unsere Bemühungen vor allem darauf ausgerichtet, immer mehr Gäste zu begrüßen, immer mehr touristische Infrastruktur zu entwickeln, mehr Wertschöpfung für die Unternehmen zu generieren und Arbeitsplätze zu schaffen. Alles war auf Wachstum ausgerichtet. Heute ist der Tourismus überall im Wandel. Uns ist klar geworden, dass wir nicht mehr brauchen, sondern noch besser werden müssen. Tourismus muss Zufriedenheit schaffen.

In Mecklenburg-Vorpommern sollen sich alle wohlfühlen: die Gäste, die hier ihren Urlaub mit der Familie verbringen, genauso wie die Mitarbeitenden, die sie herzlich im Hotel willkommen heißen, und die Einwohnerinnen und Einwohner, denen sie auf ihren Entdeckungstouren durch unser Land begegnen. Um zu erfahren, was zur Zufriedenheit führt, müssen wir miteinander reden. Deshalb haben wir den Dialog mit den Einwohnerinnen und Einwohnern gestartet, Ideenwerkstätten initiiert und die Bevölkerung eingebunden. Wir haben verstanden: Um unsere touristischen Erfolge der vergangenen Jahre für alle wirksam werden zu lassen, müssen wir umdenken und die Bedürfnisse der Einwohnerinnen und Einwohner im gleichen Maße berücksichtigen, wie wir es für unsere Gäste immer getan haben.

# Inhaltsverzeichnis

<b>Willkommen im Ideenschatz</b> .....	<b>6</b>
Über die Dialogkampagne #IdeenMachenTourismus .....	10
<b>Das haben wir getan und erreicht</b> .....	<b>12</b>
Die Bürgerdialoge .....	14
Die Ideenwerkstätten .....	16
10 Gestaltungsfelder für den Tourismus .....	20
Zahlen, Daten & Fakten .....	22
<b>Unsere Ideen für Mecklenburg-Vorpommern</b> .....	<b>24</b>
Ideenwerkstatt Insel Usedom .....	29
Ideenwerkstatt Peenetal .....	37
Ideenwerkstatt Stettiner Haff .....	43

Ideenwerkstatt Insel Rügen .....	49
Ideenwerkstatt Fischland-Darß-Zingst .....	55
Ideenwerkstatt Mecklenburg-Schwerin .....	63
Ideenwerkstatt Mecklenburgische Seenplatte .....	71
Ideenwerkstatt Mecklenburgische Ostseeküste .....	77
<b>Das war erst der Anfang</b> .....	<b>82</b>
Lasst uns weitermachen .....	84
Erweckt eure Ideen zum Leben .....	85
Mini-Werkzeuge für Co-Kreation .....	86
Glossar .....	90
Kontakt .....	94
Was wir mitnehmen .....	96
Epilog .....	97

Moin!

Willkommen im  
Ideenschatz

## Ein Ideenschatz für Mecklenburg-Vorpommern

Viele Menschen, viele Perspektiven

Viele Einwohnerinnen und Einwohner haben in unserer Kampagne #IdeenMachenTourismus mitgeredet und mitgestaltet. Viele Perspektiven und Ideen wurden dabei zusammengetragen und zu Lösungsansätzen weiterentwickelt. Über diese breite Beteiligung freuen wir uns sehr. Mit dieser Broschüre möchten wir auf die vielen schönen Momente zurückblicken und uns an das erinnern, was uns bewegt, berührt und begeistert hat.



**Roland Völcker | Tourismusverband MV**

**Meine Rollen in  
der Ideenwerkstatt**

Gastgeber,  
Hoffnungsträger,  
Tischlotse

Roland arbeitet seit mehr als 23 Jahren im Tourismus in MV und hat dabei verschiedene Rollen ausgefüllt: Projektmanager für den Landestourismus, selbstständiger Projektentwickler, Kurdirektor eines Ostseebades und Vorstandsvorsitzender einer Reiseregion. Heute beschäftigt er sich mit den Zukunftsthemen des Tourismus beim Landestourismusverband.

**Was mich besonders begeistert hat:**

Die Ideenwerkstätten haben mir gezeigt, dass sich die Einwohnerinnen und Einwohner gerne für ihr Land engagieren, wenn man ihnen dafür das richtige Format bietet. In den Ideenwerkstätten wurden unter anderem die unterschiedlichen Bedürfnisse in touristisch noch nicht so stark entwickelten Regionen und in hochfrequentierten Regionen deutlich. Diese müssen wir ernst nehmen.



### Christoph Aschenbrenner | Realizing Progress

#### Meine Rollen in der Ideenwerkstatt

Pinnwand-Experte,  
Ruhepol,  
Tischlotse

Christoph ist Politikwissenschaftler und hat Erfahrungen im Regionalmanagement sowie in der Wirtschaftsförderung. Daher interessieren ihn vor allem Strukturen der Zusammenarbeit und das Thema Lebensqualität. Bei Realizing Progress begleitet er am liebsten Prozesse, die sich mit Lebensräumen, Stakeholdern und Gemeinwohl befassen.

#### Was mich besonders begeistert hat:

Wenn wir uns mehr Lebensqualität wünschen, müssen wir Dinge neu denken und anders machen. Und dieser Wille zur Veränderung war in allen Ideenwerkstätten zu spüren. Jetzt ist es wichtig, die entwickelten Ideen ins Handeln einfließen zu lassen.



### Nicole Cogiel | Realizing Progress

#### Meine Rollen in der Ideenwerkstatt

Moderatorin,  
Motivatorin,  
Zeitwächterin

#### Was mich besonders begeistert hat:

Die Ideenwerkstätten sind für mich wunderbare Beispiele für die Ideenkraft, die engagierte Menschen gemeinsam entwickeln können. In diesem Fall haben Werkstätten von vier Stunden für starke Lösungsansätze genügt.



### Klara Seitz | Tourismusverband MV

Klara setzt sich beim TMV für die Stärkung eines nachhaltigen Tourismus in Mecklenburg-Vorpommern ein. Dabei ist es ihr besonders wichtig, die Einwohnerinnen und Einwohner ins Boot zu holen, damit sich der Tourismus auch wirklich positiv auf die Menschen und Orte auswirkt.

#### Was mich besonders begeistert hat:

Es hat mich sehr berührt, dass sich so viele Menschen die Zeit genommen haben, um mit uns Mecklenburg-Vorpommern noch lebenswerter zu gestalten. In jeder Ideenwerkstatt war eine hohe Motivation der Teilnehmenden zu spüren, aus der immer tolle Ideen entstanden sind.

#### Meine Rollen in der Ideenwerkstatt

Organisatorin,  
Mutmacherin,  
Tischlotsin

### Matthias Pens | Tourismusverband MV

Matthias hat in seinen bisherigen Tätigkeiten immer daran gearbeitet, Gästen einen besonders angenehmen Urlaub zu ermöglichen. Diese Erfahrung im Tourismus nutzt er jetzt, um Lösungen zu entwickeln, die das Leben der Einwohnerinnen und Einwohner bereichern.

#### Was mich besonders begeistert hat:

Von Usedom übers Peenetal bis an den Schaalsee – in jedem Bürgerdialog und jeder Ideenwerkstatt habe ich gespürt, wie sehr den Einwohnerinnen und Einwohnern Mecklenburg-Vorpommern am Herzen liegt. Mit ihren vielfältigen Perspektiven und Ideen sind sie der eigentliche Schatz unseres Landes.

#### Meine Rollen in der Ideenwerkstatt

Organisator,  
Mutmacher,  
Tischlotse



# Über die Kampagne #IdeenMachenTourismus

## Für ein lebenswertes Urlaubsland

Wie sehen eigentlich die Einwohnerinnen und Einwohner den Tourismus in Mecklenburg-Vorpommern? Verbessert er ihre Lebensqualität? Und wenn nicht: Was können wir unternehmen, damit das gelingt? Die Fragen wollten wir mit möglichst vielen Menschen gemeinsam diskutieren und haben dafür die landesweite Kampagne mit dem Hashtag #IdeenMachenTourismus auf den Weg gebracht.

Gemeinsam mit Einwohnerinnen und Einwohnern sowie Touristikerinnen und Touristikern haben wir in neun Bürgerdialogen und acht Ideenwerkstätten in ganz Mecklenburg-Vorpommern über

Wünsche und Herausforderungen gesprochen und an Lösungen für ein lebenswertes Urlaubsland gearbeitet.

Die Ergebnisse der Kampagne sollen die Grundlage für die weitere touristische Entwicklung und für tourismuspolitische Entscheidungen in Mecklenburg-Vorpommern sein. Gleichzeitig hat die Kampagne #IdeenMachenTourismus gezeigt, wie bereichernd Beteiligung ist, und dass sich Herausforderungen gemeinsam am besten meistern lassen.

#cokreation

#mitreden

#mecklenburgvorpommern

#mitgestalten

#lebensqualität

## Wer dahintersteckt

### Tourismusverband Mecklenburg-Vorpommern

Der Tourismusverband Mecklenburg-Vorpommern e. V. (TMV) ist die Tourismusorganisation des Landes MV. Er koordiniert die Entwicklung des Tourismus, stärkt die branchenübergreifende Zusammenarbeit, vernetzt Akteurinnen und Akteure und macht Mecklenburg-Vorpommern mit Kommunikationsmaßnahmen auch international als Reiseziel bekannt. Der TMV hat die Dialogkampagne #IdeenMachenTourismus im Rahmen eines mehrjährigen Förderprojektes initiiert und begleitet.

### Regionale Tourismusverbände

Die regionalen Tourismusverbände sind die maßgeblichen Akteure in den sieben Urlaubsregionen des Landes. Ihre Aufgaben sind die Vermarktung, Koordination und Interessenvertretung des Tourismus in ihrer jeweiligen Region. Die regionalen Tourismusverbände agierten in ihren Gebieten als Partner der Bürgerdialoge und Ideenwerkstätten.

### Ostsee-Zeitung und Nordkurier

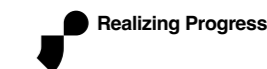
Die Medienhäuser der Ostsee-Zeitung und des Nordkuriers waren in ihren Verbreitungsgebieten in MV Initiatoren und Veranstalter der Bürgerdialoge.

### Realizing Progress

Das Expertennetzwerk Realizing Progress begleitet Organisationen, die sich mit der Zukunft von Tourismus, Standorten und Lebensräumen beschäftigen. Realizing Progress hat die Dialogkampagne mitkonzipiert, die Ideenwerkstätten moderiert und durchgeführt sowie die Ergebnisse ausgewertet.

### WERK3 Werbeagentur

WERK3 ist eine Full-Service-Agentur aus MV mit fundierten Erfahrungen im Tourismus. Die Agentur hat das Kommunikationskonzept zur Dialogkampagne entwickelt und sämtliche Maßnahmen dafür gestaltet.



Kurz  
& knapp

Das haben  
wir getan und  
erreicht

## Der Beteiligungsprozess im Überblick



# Die Bürgerdialoge

**In der ersten Phase der Kampagne #IdeenMachen-Tourismus stand das MITREDEN im Fokus. In neun Bürgerdialogen für und mit Einwohnerinnen und Einwohnern drehte sich alles um die Frage: Welcher Tourismus tut MV gut?**

**Was?**

Ziel der Bürgerdialoge war es, im direkten Gespräch die Meinung der Einwohnerinnen und Einwohner zum Tourismus in ihrer Regionen, Herausforderungen und Wünsche zu sammeln.

**Wann?**

Der erste Bürgerdialog fand am 21. Oktober 2022 in Zingst statt und der letzte am 31. Januar 2023 in Waren (Müritz).

**Wer?**

Alle Einwohnerinnen und Einwohner im Land waren eingeladen, sich in den öffentlichen Veranstaltungen einzubringen. Für alle Gespräche waren Touristikerinnen und Touristiker aus Hotellerie, Gastronomie und Verbänden in der Region sowie vom Tourismusverband Mecklenburg-Vorpommern vor Ort.

**Wie?**

Die jeweils zweistündigen Diskussionen wurden im Fishbowl-Format geführt. Dabei bildeten die Zuschauer einen Kreis, in dessen Mitte die Diskutierenden saßen. Auf dem Gaststuhl in der Mitte konnten sich Zuschauer abwechselnd dazu setzen, um den Touristikerinnen und Touristikern ihre Fragen zu stellen und mitzudiskutieren.

**Warum?**

Die gesammelten Anregungen und Wünsche waren die Grundlage für die darauffolgenden Ideenwerkstätten.

Alle Ansichten und Ergebnisse der Bürgerdialoge findest du hier: [wirsindurlaubsland.de/ideen-machen-tourismus/buergerdialoge](https://wirsindurlaubsland.de/ideen-machen-tourismus/buergerdialoge)



**STÄNDE DER BÜRGERDIALOGE**





# Die Ideenwerkstätten

**Im Mittelpunkt der acht Ideenwerkstätten stand das MITGESTALTEN. Jede der regionalen Ideenwerkstätten widmete sich dabei einer konkreten Fragestellung zum Tourismus.**

**Was?**  
Ziel der Ideenwerkstätten war es, konkrete und machbare Lösungen für Herausforderungen im Tourismus unter Beteiligung der Einwohnerinnen und Einwohner zu finden.

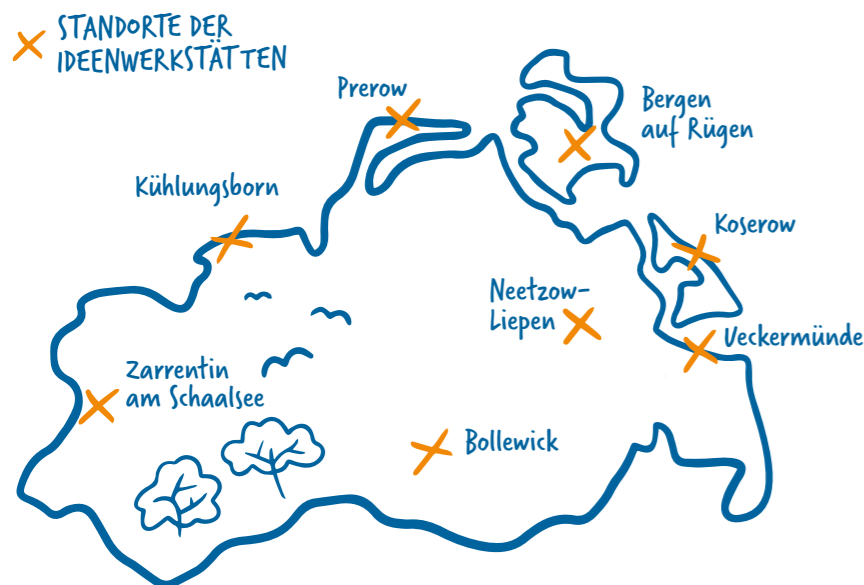
**Wann?**  
Die erste Ideenwerkstatt fand am 24. März 2023 in Koserow statt und die letzte am 4. Mai 2023 in Kühlungsborn.

**Wer?**  
Eingeladen waren alle Einwohnerinnen und Einwohner Mecklenburg-Vorpommerns. Bis zu 30 Personen arbeiteten in kleinen Arbeitsgruppen zusammen, die nach dem Zufallsprinzip zusammengestellt wurden.

**Wie?**  
In jeweils vier Stunden sammelten die Teilnehmenden Erkenntnisse zur Ausgangsfrage, leiteten konkrete Herausforderungen ab, entwickelten Lösungsideen und bauten Prototypen, um die Machbarkeit zu testen.

**Warum?**  
Die Zukunft ist voller Möglichkeiten und nicht vorhersehbar. In Ideenwerkstätten können Lösungen für komplexe Herausforderungen entwickelt werden, sodass man vom Reden ins Machen kommt.

Die Erkenntnisse aus den Ideenwerkstätten findest du in dieser Broschüre und im Internet:  
[wirsindurlaubsland.de/ideen-machen-tourismus/ideenwerkstaetten](http://wirsindurlaubsland.de/ideen-machen-tourismus/ideenwerkstaetten)



## Werbung und PR

Der Slogan #IdeenMachenTourismus und das Logo bilden eine Einheit und haben einen hohen Wiedererkennungswert. Davon profitierte die gesamte Kommunikationskampagne mit digitalen Plakaten, Social-Media-Postings, Anzeigen etc. Presse- und Öffentlichkeitsarbeit begleitete die Kampagne, unter anderem mit Beiträgen in Tageszeitungen und Newslettern.

**Tickets und Ideenkarten**  
Alle Teilnehmenden haben im Vorfeld der Ideenwerkstatt mit einem Brief ihr persönliches Ticket erhalten. Außerdem lagen mehrere Ideenkarten bei, auf denen sie Gedanken von Familie und Freunden sammeln und mitbringen konnten.

Die Webseite informierte über die Schritte und Erkenntnisse der einzelnen Maßnahmen.



Digitales Plakat

Social-Media-Posts

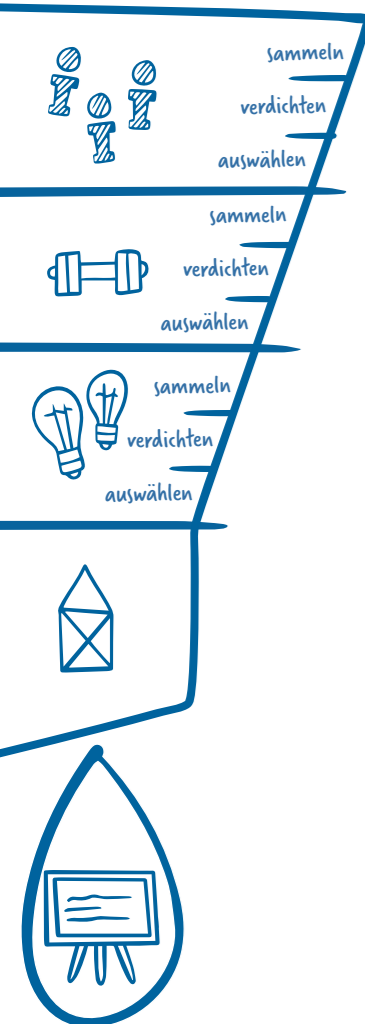


Ticket

Ideenwand mit Ideenkarten



## So lief eine Ideenwerkstatt ab



Eine Ideenwerkstatt verläuft in mehreren Phasen und orientiert sich am Design-Thinking-Prozess. In unserem Fall waren es fünf Phasen – von der Sammlung der Erkenntnisse über die Definition der Herausforderungen bis zur Entwicklung von Prototypen.

### Phase 1: Erkenntnisse sammeln

Jede Ideenwerkstatt begann mit einer Ausgangsfrage nach dem Muster: »Wie schaffen wir es, dass ...?« Zunächst wurden dazu in den Arbeitsgruppen die positiven Aspekte zusammengetragen und anschließend die Verbesserungspotenziale diskutiert. Die dabei gewonnenen Erkenntnisse bildeten die Grundlage für die Definition der Herausforderungen und damit für die nächste Phase.

### Phase 2: Herausforderungen definieren

In der zweiten Phase wurden die Verbesserungsmöglichkeiten genauer beschrieben und dann eine Herausforderung formuliert. Dazu stellten die Teams »Wir schaffen wir es, dass ...«-Fragen. Diese spezielle Art von Fragen fördert das kreative Denken und öffnet verschiedene Wege zur Lösung. Aus den Antworten wurde die jeweils wichtigste Herausforderung ausgewählt. Diese wurde allen im Plenum präsentiert und war das Sprungbrett für die nächste Phase, die Ideenentwicklung.

### Phase 3: Ideen entwickeln

Die dritte Phase verlief ähnlich wie die erste Phase. Hier hieß es also wieder: Ideen entwickeln, strukturieren, diskutieren, auswählen, verfeinern und dokumentieren. Dazu startete das Team mit einem stillen Brainstorming, um so viele Ideen wie möglich zu gewinnen. Danach wurde gemeinsam die vielversprechendste Idee oder sogar ein ganzes Ideen-Cluster ausgewählt. Mit der Ideenskizze wurden die Lösungsansätze verfeinert.

### Phase 4: Ideen bauen

*»Ideen zu bauen bedeutet mit den Händen zu denken!«*

Die grundlegenden Merkmale der Idee wurden in der vierten Phase mit Prototypen greifbar und begreifbar gemacht. Bei unseren Ideenwerkstätten standen dafür verschiedene Materialien zur Verfügung. Mit Prototypen fiel es leichter, die Idee zu beurteilen und Rückmeldung zu geben.

### Phase 5: Ideen vorstellen

In der fünften und letzten Phase wurden alle Prototypen in großer Runde vorgestellt und erläutert. Gemeinsam mit den Teilnehmenden, die jeweils nicht daran mitgearbeitet hatten, wurde jeder Prototyp weiterentwickelt. Auf diese Weise sollten Anknüpfungspunkte und weitere Ideen gefunden und der Prototyp so noch verbessert werden.

## Die acht Prinzipien der Ideenwerkstatt

**Mit einer Ideenwerkstatt können Herausforderungen so gemeistert werden, dass möglichst alle Beteiligten von der Lösung profitieren. Dabei helfen uns die folgenden acht Prinzipien.**

### Empathie: Alle Sichtweisen berücksichtigen

Empathie ermöglichte uns, Herausforderungen aus der Sicht anderer Personen zu betrachten und so deren Bedürfnisse und Anliegen besser zu verstehen. Auf diese Weise fiel es leichter, Lösungen zu finden, mit denen sich alle wohlfühlten.

### Co-kreatives Arbeiten auf Augenhöhe: Unterschiede machen stark

Alle Teilnehmenden besaßen jeweils eine besondere Expertise und brachten diese in die co-kreative Entwicklung der Lösung ein. Dabei arbeiteten alle auf Augenhöhe miteinander. Gerade die vielfältigen Erfahrungen und Sichtweisen ermöglichten Lösungen, die von allen getragen werden.

**Optimistisch und neugierig: Die Kraft des Positiven**  
Herausforderungen wurden als Chance begrüßt und neugierig angepackt. Diese positive Grundeinstellung erzeugte Enthusiasmus und erleichterte den Entwicklungsprozess.

### Aufbauendes Feedback: Das Mögliche fokussieren

Nach der goldenen Regel »Ja, und ...« anstelle von »Ja, aber ...« schaffte aufbauendes Feedback eine positive, konstruktive Atmosphäre. Sie richtete den Fokus auf das, was möglich ist. Zweifel und Bedenken bremsen nur und hatten hier keinen Platz.

### Ergebnisoffenheit: Mut zu unerwarteten Lösungen

Die Teilnehmenden waren offen für neue Blickwinkel und unvorhergesehene Lösungen. Sie wurden ermutigt, gewohnte Pfade zu verlassen und unkonventionelle Ansätze auszuprobieren.

### Weite und Dichte: Von der Fülle in die Tiefe

Um in der Fülle von Herausforderungen und Lösungsideen Klarheit zu bewahren, wurde der Fokus immer wieder justiert und priorisierte Ideen vertieft.

### Geschwindigkeit: Die Magie enger Zeitvorgaben

Enge Zeitrahmen erlaubten es, den Fokus und die Dynamik in der Ideenentwicklung aufrechtzuerhalten. Auf diese Weise wurden unter anderem Endlosdiskussionen verhindert.

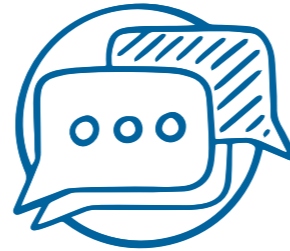
### Sichtbar und anfassbar: Denken mit den Händen

Prototypen erweckten abstrakte Ideen zum Leben. Sie wurden greifbar gemacht und damit auch begreifbar.

# Das Ergebnis

## 10 Gestaltungsfelder für den Tourismus

Aus allen gesammelten Herausforderungen und Ideen der Bürgerdialoge und Ideenwerkstätten haben wir zehn Gestaltungsfelder für den Tourismus herausgearbeitet. Mit positiven Zielvorstellungen leiten sie uns fortan auf unserem gemeinsamen Weg zu einem Tourismus, der allen Menschen in Mecklenburg-Vorpommern zugutekommt.



### Tourismuskultur

Der Tourismus orientiert sich an den Bedürfnissen der Bevölkerung ebenso wie am Schutz der Natur und verbessert das Leben aller Menschen in MV.



### Gemeinschaft

Der Tourismus fördert unsere regionale Identität und Kultur, stärkt unsere Werte und Traditionen und verbessert das Wir-Gefühl sowie das Engagement der Bevölkerung.



### Beteiligung

Im Tourismus werden transparente Entscheidungen getroffen und Mitsprache sowie Mitgestaltung ermöglicht.



### Arbeitsqualität

Im Tourismus arbeiten die Menschen zu fairen und familienfreundlichen Bedingungen. Dabei werden sie auch fair vergütet und motiviert, sich stetig weiterzuentwickeln.



### Regionalität

Der Tourismus fördert regionale Firmen und die Vermarktung regionaler Produkte.

### Mobilität

Die Stärkung und der Ausbau des ÖPNV tragen dazu bei, den motorisierten Individualverkehr mithilfe des Tourismus zu reduzieren.



### Freizeit

Über touristische Angebote wird besser informiert, beispielsweise mit Veranstaltungskalendern. Insbesondere für Jugendliche soll es ganzjährige Angebote geben.



### Umweltschutz

Der Tourismus wird natur- und umweltschonend gestaltet. Einnahmen aus dem Tourismus fließen in den Umweltschutz.



### Zusammenarbeit

Der Tourismus bringt Akteure zusammen, initiiert und koordiniert regionale Netzwerke und unterstützt die Zusammenarbeit zwischen Orten.



### Lebensgrundlagen

Der Tourismus sichert und verbessert unsere Lebensgrundlagen, die Infrastruktur wächst mit dem Tourismus und Wohnraum für alle ist bezahlbar und verfügbar.



## Zahlen, Daten & Fakten



# 47%

wünschen sich mehr  
**Beteiligung** an der  
**Tourismusentwicklung**

(Einwohnerbefragung zum Tourismus in MV 2022)

# 8 IDEENWERKSTÄTTEN



Laufzeit der  
Einwohnerbeteiligung  
**21. Oktober 2022**  
bis **4. Mai 2023**



## BÜRGER DIALOGE

**10** Gestaltungsfelder  
**26** Handlungsempfehlungen



**293** gesammelte  
**Herausforderungen** in allen  
Ideenwerkstätten



**773**  
**Ideen** in allen  
Ideenwerkstätten



**459** **aktiv Teilnehmende**

**312**

Einwohner\*innen in den Bürgerdialogen

**+147**

Einwohner\*innen in den Ideenwerkstätten

# 92%

**DER TEILNEHMENDEN KÖNNEN  
SICH VORSTELLEN, WIEDER  
AN EINER IDEENWERKSTATT  
TEILZUNEHMEN**

Wow!

Unsere Ideen  
für Mecklenburg-  
Vorpommern

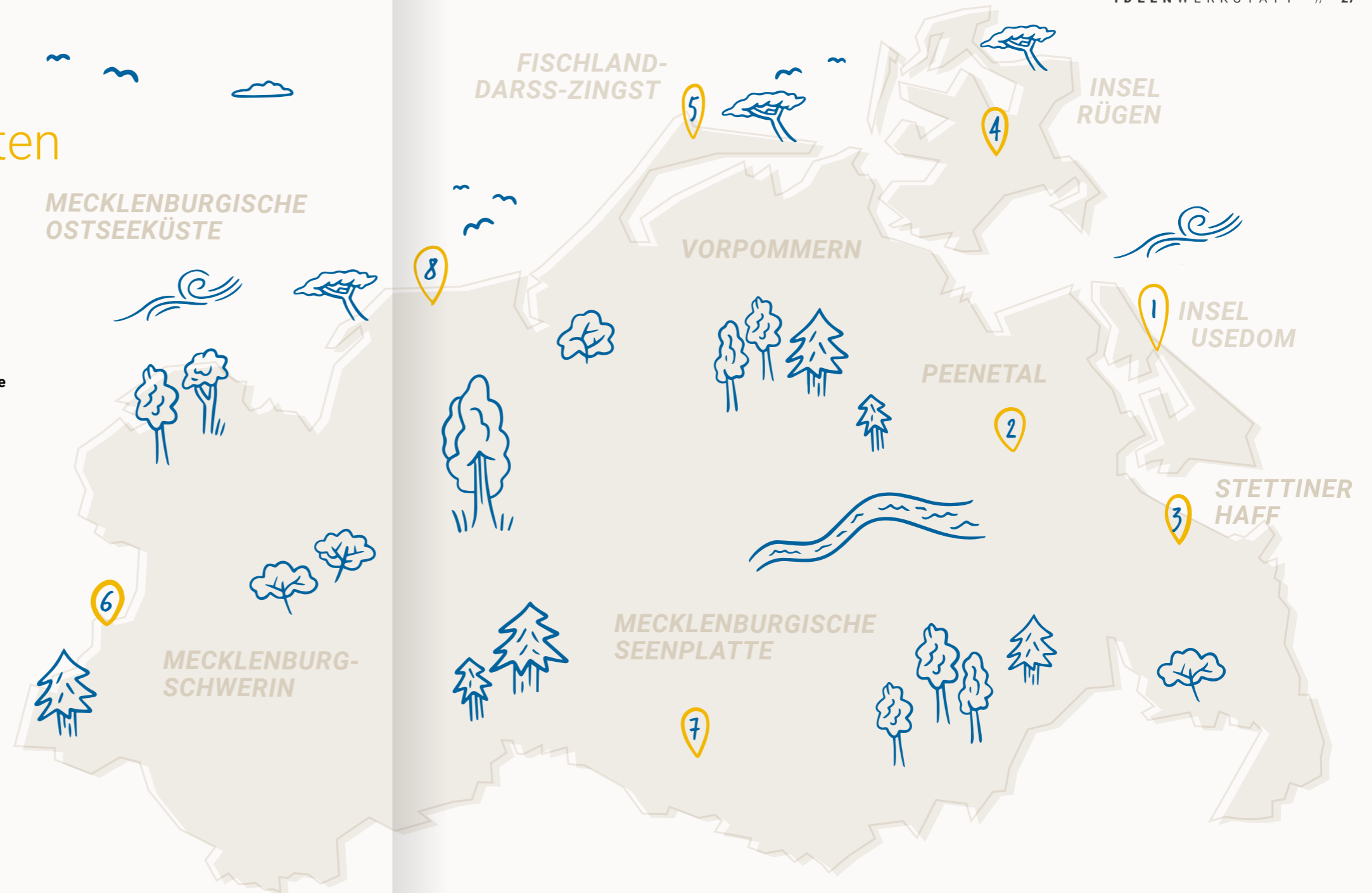
## Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer der 8 Ideenwerkstätten

**Koserow** Karsten B. | Jürgen B. | Ringo B. | Erik E. | Egon E. | Karin E. | Jutta F. | Jana F. | Katharina F. | Peter G. | Ann-Kathrin G. | Nele H. | Marc H. | Harald J. | Kati K. | Yvonne K. | Michaela K. | Bärbel K. | Stephanie L. | Marlen M. | Merle M. | Peter O. | René O. | Stefanie R. | Manuela R. | Christel S. | Mandy S. | Martina S. | Juliane S. | Roman S. | Henriette W. | Thomas W. | Ulf W. **Neetzow-Liepen** Klaus B. | Matthias D. | Sabine K. | Vincent H. | Heiko K. | Kerstin K. | Heidi K. | Hannah K. | Carolin K. | Nicole S. | Eva S. | Henriette Z. **Veckermünde** Bernd A. | Karin B. | Birgit F. | Sabine H. | Harald J. | Astrid K. | Ulrike L. | Holger M. | Brigitte R. | Steffen S. | Elke S. | Christel S. | Nicole S. | Uta S. | Sarah S. | Jana T. | Jana T. | Dorit W. | Kay W. **Bergen auf Rügen** Kerstin D. | Manuela F. | Julia K. | Eike L. | Birgit M. | Jennifer N. | Bernhard S. | Petra S. | Petra W. | Marie W. | Kathi W. **Prerow** Birgit B. | Andrea B. | Christine B. | Reinhard B. | Maria C. | Gerlinde C. | Dirk D. | Rosita G. | Jörg H. | Christin H. | Susann H. | Katja K. | Susanna K. | Constanze K. | Anna-Lena K.-H. | Nicole L. | Thomas L. | Hans-Peter P. | Hannes R. | Heike S. | Uta S. | Lutz S. | Annett S. | Jens V. | Silke W. **Zarrentin am Schaalsee** Ansgar A. | Alexandra B. | Markus B. | Denise G. | Katja H. | Susanne H. | Karin H. | Moritz K. | Stefanie K. | Felix K. | Ruth K. | Marty L. | Nadine L. | Martina M. | Natalie N. | Michael O. | Sabine P. | Michaela R. | Kristine R. | Gerd S. | Heidrun S. | Michael T. | Corinna W.-S. | Martina W. **Bollewick** Ludwig B. | Kirsten D. | Ralf H. | Jeanette H. | Katja H. | Doreen H. | Andreas H. | Sarah M. | Jana N. | Neda N.-F. | Holger S. | Antje S. | Matthias W. | Herbert W. | Manja W. **Kühlungsborn** Sven B. | Maren H. | Melanie J. | Nicole L. | Annika L. | Silvia M. | Annette M. | Katharina S. | Judith U. | Peter W.

# Einblicke in die 8 Ideenwerkstätten

## STANDORTE & SEITENVERWEISE

- |                                |                                      |
|--------------------------------|--------------------------------------|
| ① Koserow<br>Seite 29          | ⑤ Prerow<br>Seite 55                 |
| ② Neetzow-Liepen<br>Seite 37   | ⑥ Zarrentin am Schaalsee<br>Seite 63 |
| ③ Ueckermünde<br>Seite 43      | ⑦ Bollewick<br>Seite 71              |
| ④ Bergen auf Rügen<br>Seite 49 | ⑧ Kühlungsborn<br>Seite 77           |





Koserow  
24. März 2023

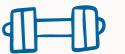
Wie schaffen wir es,  
dass der Tourismus unsere  
Lebensqualität steigert?

## Ideenwerkstatt Insel Usedom

Die Ideenwerkstatt in Koserow ging der Frage nach: Wie schaffen wir es, dass der Tourismus unsere Lebensqualität steigert? In Kleingruppen sammelten die Teilnehmenden zu einem Aspekt, die für die Lebensqualität auf Usedom stehen, wie Arbeitsplätze, regionale Identität und Naturerlebnisse. Zum anderen machten sie Aspekte mit Entwicklungspotenzial ausfindig wie Mobilität, bezahlbarer Wohnraum und medizinische Versorgung. Daraus wählten sie sechs Herausforderungen und formulierten Ideenansätze zur Lösung.



64 Hände



37 Herausforderungen



153 Ideen



6 Prototypen



## Prototyp

## Individualverkehr weg von der Straße

Wie schaffen wir es, die Mobilität für alle Gruppen abseits der Straße (Pkw) zu verbessern?



Attraktive und umweltfreundliche Angebote für die Mobilität auf Usedom sollen den Pkw-Verkehr reduzieren. Ein Wassertaxi-System könnte Verkehr von der Insel auf das Wasser verlagern. Wir schlagen drei Routen vor: Anklam-Route, Haff-Route und Ostsee-Route. Entlang der Häfen an Achterwasser und Ostsee werden die alten Seebrücken sowie die vorhandene touristische Infrastruktur der Kaiserbäder einbezogen. Eine Idee für die fernere Zukunft: eine schienengebundene Schwebbahn, die die gesamte Insel Usedom umweltverträglich umrundet und einen zusätzlichen touristischen Anziehungspunkt schafft.

Dazu muss die sichere Bahnanbindung der Insel kommen und ein gut organisierter Nahverkehr auf der Insel. Der ÖPNV auf der Insel wird attraktiver durch die Verbesserung der Bus-Taktung. Rufbusse auf Bestellung und Shuttle-Busse gestalten den Nahverkehr stärker bedarfsorientiert. Die Einrichtung eines Hop-on-Hop-off-Services auf ausgewählten Routen, auf denen Fahrgäste an Sehenswürdigkeiten und/oder Attraktionen aus- und wieder einsteigen können, schafft Flexibilität. Die Gestaltung von (destinations-)thematischen Bussen sowie die kostenlose Mitnahme von Fahrrädern könnten Gäste wie Einwohnerinnen und Einwohner dazu ermutigen, auf den Pkw zu verzichten. Ein kostenfreier ÖPNV für alle wäre ein zusätzlicher Anreiz. Zur Deckung des Personalbedarfs könnten ehrenamtliche Busfahrerinnen und Busfahrer für spezielle Touren eingebunden werden.

Die Modernisierung der Busflotte setzt auf Elektrobusse, reduziert den CO<sub>2</sub>-Ausstoß und damit die Umweltbelastung. Die Straßenführung muss für die Busse optimiert und die Infrastruktur (Haltestellen) verbessert werden. Zusätzlich wird das Radwegnetz weiter ausgebaut und zusätzliche Fahrradstationen eingerichtet.

Wenn es gar nicht ohne Pkw geht: Eine Mitfahrzentrale und ein Gemeinde-Gast-Carsharing-Programm reduzieren die Zahl der Fahrten und Pkw. Park-and-ride-Parkplätze an den Zugangsstrecken vom Festland auf die Insel ermutigen dazu, öffentliche Verkehrsmittel für den Inselbesuch zu wählen und Pkw auf dem Festland zu parken.



Prototyping einer umweltfreundlichen Mobilität

## Prototyp

## Azubi-Campus Usedom

Wie schaffen wir es, dass die Insel Usedom für junge Leute interessant wird?

Auf der Insel Usedom wollen wir einen Azubi-Campus entwickeln und einrichten, der das Leben und Arbeiten besonders für junge Menschen attraktiver macht. Der Campus soll Jugendliche anziehen, die eine berufliche Ausbildung absolvieren. Dazu wollen wir ihnen bezahlbaren Wohnraum anbieten und eine inspirierende Umgebung gestalten. So können sie ihre Ausbildung vorantreiben und gleichzeitig ein abwechslungsreiches soziales Leben führen.

Der Azubi-Campus sieht verschiedene Einrichtungen und Gebäude vor: Unterkünfte, Arbeitsbereiche und Gemeinschaftseinrichtungen. Die Integration von Gemeinschaftsbereichen scheint uns dabei besonders wichtig. Sie fördern die soziale Begegnung und laden zum Austausch zwischen den Bewohnerinnen und Bewohnern des Campus ein. Daneben könnte ein vielfältiges Angebot an Workshops, (Weiterbildungs-)Kursen, internen Austauschprogrammen

sowie Sport- und Kulturveranstaltungen entstehen. So wird der Campus zu einem lebendigen Ort zum Leben und Lernen.

Die Konzeption des Campus soll nach Prinzipien der Nachhaltigkeit erarbeitet werden: umweltfreundliche Bauweise, Energieeffizienz und Müllvermeidung. In Inhalt und Gestaltung will der Azubi-Campus junge Menschen fördern und eine aktivierende Umgebung für ihre persönliche und berufliche Entwicklung bieten.



Ideen für eine inspirierende Umgebung



## Prototyp

## Von der Kurkarte zur Naturkarte

## Wie schaffen wir es, Natur, Soziales und Tourismus in Einklang zu bringen?

Die Naturkarte Usedom funktioniert so, dass ein Teil der Einnahmen aus der Kurabgabe in einen »Naturfonds« eingezahlt wird. Daraus könnten zum Beispiel Naturschutzprojekte zum Schutz des Küstenökosystems, Klimaprojekte zur Reduktion von Abfall sowie soziale Projekte oder Initiativen finanziert werden.

Mit der Naturkarte Usedom wird ein nachhaltiger Tourismus gefördert, der lokale soziale und umweltfreundliche Projekte unterstützt. Die Naturkarte nutzt das Prinzip der Kurabgabe: Gäste der Insel zahlen pro Übernachtung eine Gebühr. Daraus werden zum Beispiel touristische Infrastruktur und Dienstleistungen finanziert. Im Gegenzug erhalten die Gäste eine Kurkarte, mit der sie verschiedene Vergünstigungen und Leistungen nutzen können, die aus der Kurabgabe finanziert werden. Das kann die kostenfreie oder ermäßigte Nutzung öffentlicher Verkehrsmittel sein, eine Ermäßigung für Bäder, kulturelle Veranstaltungen und vieles mehr.

Eine Liste der Projekte entsteht in Zusammenarbeit mit lokalen Organisationen. Touristinnen und

Touristen können aus dieser Liste online oder vor Ort Projekte auswählen, die durch den Naturfonds finanziert werden sollen. Der Naturfonds veröffentlicht regelmäßig Berichte über die finanzierten Projekte und deren Fortschritt, sodass Touristinnen und Touristen mitverfolgen können, welche positiven Veränderungen ihre Beiträge bewirken.

Als Ergänzung zur Naturkarte entstehen Informationsmaterialien, die Naturangebote bewerben und das Verständnis für Umwelt- und Naturschutz fördern. Ein Naturbonusprogramm ermutigt Touristen zu nachhaltigen Entscheidungen: Sie erhalten Prämien oder Rabatte, wenn sie zum Beispiel öffentliche Verkehrsmittel nutzen oder an Clean-up-Days mitwirken.

Die Naturkarte Usedom ist ein Angebot an alle Gäste, etwas zum Erhalt unserer schönen Insel beizutragen. Sie stärkt ganz sicher auch die Bindung der Touristen zur Insel Usedom.



Der Naturfonds finanziert Umweltprojekte



## Prototyp

## Wohninsel Usedom. Erfassen. Sensibilisieren. Aktivieren.

## Wie schaffen wir es, bezahlbaren Wohnraum bereitzustellen?

Mithilfe des Konzeptes »Wohninsel Usedom« wird eine Wohnraumstrategie entwickelt, die Leerstand reduziert, Investorenkäufe lenkt, bezahlbare Grundstücke fördert und den Wohnraumbedarf der Einwohnerinnen und Einwohner deckt. Ziel ist insbesondere ein Gleichgewicht zwischen Ferienwohnungen und bezahlbarem Wohnraum für die Inselbewohnerinnen und -bewohner. Dafür werden Datenerfassung und -analyse, Bürgerbeteiligung sowie rechtliche Maßnahmen und Anreize für die Schaffung von Wohnraum eingesetzt.

Die Basis bildet eine aktuelle Datenerhebung zu Leerständen, Ferienwohnungen, Zweitwohnsitzen und Bauland sowie zu Mietpreisen. Diese Daten werden über eine Internet-Plattform veröffentlicht. Das schafft Transparenz und ermöglicht es den Einwohnerinnen und Einwohnern, sich über die aktuelle Wohnraumsituation zu informieren.

Um das Bewusstsein für die Bedürfnisse der Einwohnerschaft zu stärken, werden Bürgerbeteiligungsprozesse bei der Entwicklung von Tourismusprojekten und Bauvorhaben eingesetzt. Informationskampagnen sensibilisieren Immobilieneigentümerinnen und -eigentümer für die Notwendigkeit, ein ausgewogenes Verhältnis zwischen Ferienunterkünften und dauerhaftem Wohnraum zu sichern.

Die Förderung des kommunalen Wohnungsbaus trägt dazu bei, bezahlbaren Wohnraum zu schaffen. Eine Mietpreisbremse soll exzessive Mietsteigerun-

gen verhindern und Mieterinnen und Mieter schützen. Die Bebauungspläne werden überarbeitet mit dem Ziel, den Bedarf an Wohnraum zu decken und den Neubau von Ferienwohnungen zu begrenzen. Eine Investorensperrung für Ferienwohnungsprojekte sowie die Einführung eines Bettenstopps werden erwogen.

Die Möglichkeit einer höheren Besteuerung von Ferienwohnungen ist zu prüfen, um zusätzliche Einnahmen für die Finanzierung von sozialen und infrastrukturellen Projekten zu generieren. Die Gemeinde könnte Anreize für Eigentümerinnen und Eigentümer setzen, dauerhaften Wohnraum bereitzustellen, und Einwohnerinnen und Einwohnern Priorität bei der Vergabe von Grundstücken und Baugenehmigungen gewähren.



Datenanalyse für mehr Wohnraumgerechtigkeit



## Prototyp

## Initiative »Inselärzte ohne Grenzen«

Wie schaffen wir es, die medizinische Versorgung der Einwohnerinnen und Einwohner zu gewährleisten?

Die Initiative »Inselärzte ohne Grenzen« soll Mängel in der medizinischen Versorgung auf Usedom angehen. Dafür sollen Fachärztinnen und Fachärzte ganz oder zeitweilig für die Insel gewonnen werden, sodass die medizinische Versorgung von Einwohnerinnen und Einwohnern sowie Besucherinnen und Besuchern verbessert wird.

Teil der Initiative ist die Idee, Ärztinnen und Ärzte dazu zu ermutigen, auf der Insel Usedom sowohl ihren (verlängerten) Urlaub zu verbringen als auch zu arbeiten und dadurch die medizinische Versorgung auf der Insel zu verbessern. Ärztinnen und Ärzte, die gleichzeitig Gäste sind, könnten so zeitweilig auf der Insel praktizieren und das Inselleben direkt erfahren. Im Idealfall finden sie Geschmack daran und entschließen sich, dauerhaft dort zu leben, wo andere Urlaub machen.

Die Initiative schlägt außerdem medizinische Dienstleistungen speziell für Gäste der Insel vor, zum Beispiel eine Touristensprechstunde, die in Touristenzentren und Hotels angeboten wird und dadurch die Arztpraxen entlasten könnte. Auch Telefon- und Online-Sprechstunden sind vorgesehen, um Gästen eine einfache Möglichkeit zur medizinischen Beratung zu bieten, wenn kein Praxisbesuch notwendig ist.



Ärztinnen und Ärzte machen Urlaub und arbeiten zeitweilig auf der Insel

Kernstück ist die Verbesserung der medizinischen Versorgung für die Einwohnerschaft. Um Versorgungslücken zu schließen und den Bedarf an medizinischem Fachpersonal auf der Insel zu decken, werden Assistenzärztinnen und -ärzte eingestellt. Für die Grundversorgung der Bevölkerung und präventive Maßnahmen können zusätzlich Gemeindegewestern sorgen, die eng mit den ärztlichen Fachpraxen zusammenarbeiten. Regelmäßige Einwohnersprechstunden sowie ein zentraler Terminservice sind weitere Vorschläge zur Verbesserung der medizinischen Versorgung.

## Prototyp

## Rising high – Naturerlebnisse von oben

Wie schaffen wir es, Besuche so zu lenken, dass wir Naturräume und Schutzgebiete schonen?

Im Mittelpunkt der Idee zur naturverträglichen Besucherlenkung auf Usedom steht ein Solar-Zeppelin, mit dem einzigartige Naturerlebnisse von oben möglich werden. So wird die Natur geschont, das Umweltbewusstsein gefördert und für die Insel Usedom eine besondere Möglichkeit geschaffen, die Natur aus einer neuen Perspektive zu erleben. Mit der Verbindung von Naturschutz und Tourismus kann Usedom sich als modernes Reiseziel positionieren und neue Zielgruppen ansprechen.

Sowohl Einwohnerinnen und Einwohner als auch Gäste können mit den geführten Zeppelin-Touren die Schönheit der Naturschutzgebiete der Insel völlig neu sehen. Sie nutzen dabei ein nachhaltiges Transportmittel, das umweltschonend ist und keine schädlichen Emissionen verursacht. Zudem wird der Besuch ökologisch sensibler Bereiche reduziert, da die Zeppelin-Touren Besucherinnen und Besucher nicht vor Ort in die empfindlichen Naturschutzbereiche führen.

Die Zeppelin-Touren fördern Umweltbildung und Naturschutz. Ranger und Naturführerinnen informieren die Gäste während der Fahrt über die besondere Flora und Fauna der Schutzgebiete unserer Insel. So ergänzen die Touren weitere Umweltbildungsangebote auf Usedom und können damit verbunden werden.

Die Touren mit dem Solar-Zeppelin werden erlebnisorientierte und naturbegeisterte Gäste anziehen, die etwas Besonderes suchen und sich ein einzigartiges Naturerlebnis wünschen. Sie sind aber ebenso attraktiv für technikbegeisterte Einwohnerinnen und Einwohner, für Schulklassen und Kindergruppen, die in der Natur etwas über die Natur lernen möchten.



Keine Emissionen, dafür viel Erlebnis



Neetzow-Liepen  
30. März 2023

Wie schaffen wir es,  
dass der Tourismus unsere  
regionale Identität  
stärkt?

## Ideenwerkstatt Peenetal

Die Ideenwerkstatt in Neetzow-Liepen widmete sich der Verbindung von regionaler Identität und Tourismus. Die Frage war: Wie schaffen wir es, dass der Tourismus unsere regionale Identität stärkt? Die Teilnehmenden nannten als positive Aspekte: die Verbundenheit mit der Region und ihrer Tradition und die Schönheit der Natur. Verbesserungspotenziale sahen sie für die Zusammenarbeit aller Akteure, das Bewusstsein für Kultur und Geschichte sowie die Präsenz von Informationen. Sie erarbeiteten drei Herausforderungen und Ideenansätze zur Lösung.



24 Hände



24 Herausforderungen



55 Ideen



3 Prototypen



## Prototyp

## Unsere Region macht Schule

Wie schaffen wir es, dass für alle klar ist, wofür unsere Region steht?



Das Konzept »Unsere Region macht Schule« soll Kindern und Jugendlichen von der Kita bis zum Abitur ermöglichen, Vorpommern vielfältig kennenlernen, eine Beziehung zur Region zu entwickeln und unsere Umwelt, Kultur und Geschichte besser zu verstehen. So können junge Menschen begeisterte Botschafter und Botschafterinnen ihrer Heimatregion werden.

Kern des Konzepts sind Projektwochen, in denen Schülerinnen und Schüler die regionale Geschichte, Geografie und Kultur Vorpommerns erkunden – und dies nicht im Klassenzimmer, sondern durch Erfahrungen und Erlebnisse vor Ort. Basis für die Umsetzung dieses Konzepts ist die Kooperation mit dem Bildungsministerium. Die Einführung eines Pflichtfaches »Regionalkunde« könnte dazu beitragen, einen stärkeren regionalen Bezug zu ermöglichen.

Zur Umsetzung in den Schulen schaffen wir eine zentrale Anlauf- oder Fachstelle, die Schulen, Lehrpersonen und Eltern berät, informiert und vernetzt. Zusätzlich schlagen wir eine digitale Plattform für Lehrerinnen und Lehrer vor, auf der Unterrichtsmaterialien, Lehrpläne und weitere Ressourcen für den Unterricht abrufbar sind. Schulungen und Workshops können Lehrpersonen motivieren und die Arbeit zur Vermittlung regionaler Inhalte unterstützen.

Neben Schulen und Lehrkräften wollen wir Vereine, Ehrenamtliche, pensionierte Lehrkräfte, andere Fachleute und interessierte ältere Menschen einbeziehen. Sie können für inhaltliche Beiträge in Projektwochen oder für die Betreuung von Arbeitsgemeinschaften am Nachmittag gewonnen werden und ihr Wissen und ihre Erfahrung weitergeben.

Das Konzept verbindet Bildung, Naturerlebnis und soziale Integration. Es fördert das Verständnis für die Region, stärkt das lokale Engagement und den Austausch sowie die sozialen Beziehungen zwischen den Generationen.



## Prototyp

## Plattform – das regionale Medienbüro Vorpommern

Wie schaffen wir es, zielgruppengenau zu informieren, um Wertschätzung und Engagement zu erreichen?

Mit der Plattform wollen wir ein Medienbüro für Vorpommern einrichten, das als zentrale Anlaufstelle dient. Hier kommen Informationen über die Region und ihre Geschichte, zu aktuellen Veranstaltungen und kulturellen Angeboten zusammen. Auch Mitteilungen von Vereinen und Institutionen stehen hier einfach, schnell und vollständig zur Verfügung. Schülerinnen und Schüler sowie Schülerzeitungen werden eingebunden, was das Interesse der jungen Generation an der Region stärken soll.

Mit der Plattform möchten wir Informationslücken schließen, vor allem über regionale Ereignisse berichten und damit ein umfassendes Bild von der Lebendigkeit und den Besonderheiten Vorpommerns vermitteln. Grundsätzlich soll das Medienbüro für alle zugänglich sein und die Möglichkeit bieten, Informationen beizutragen und zu teilen. Dies fördert die Beteiligung und Vernetzung sowie den sozialen Zusammenhalt in der Region.

Um möglichst viele Zielgruppen zu erreichen, verbreitet das regionale Medienbüro die gesammelten Informationen über verschiedene Kanäle, darunter die Website, Social-Media-Kanäle, Newsletter, lokale Zeitungen und Radiosender. Eine informierte Gemeinschaft von Einwohnerinnen und Einwohnern entwickelt ein vertieftes Verständnis für die Geschichte, Kultur und die Traditionen Vorpommerns und steigert das Selbstbewusstsein und das bürgerschaftliche Engagement.



## Prototyp

## Das Mitmach-Schaufenster Vorpommern

Wie schaffen wir es, dass regionale Besonderheiten (Bauwerke, Kunst, Kultur) sichtbar werden?

Das »Mitmach-Schaufenster Vorpommern« schafft Sichtbarkeit für regionale Besonderheiten, für Kultur, Kunst und Handwerk. Es ist ein weiterer Beitrag, um das Bewusstsein für die Region zu stärken und Möglichkeiten zur Begegnung zu schaffen. Das Mitmachfenster ist mobil und kann Leerstände in den Innenstädten nutzen und leere Fenster beleben.

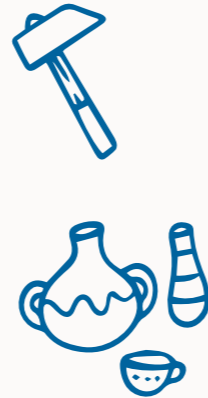
Das Mitmach-Schaufenster bringt die regional verwurzelte Kultur und ihre Akteure zum Beispiel aus den Bereichen Musik, Korbflechterei, Teppichweberei, Töpferei und Kochkunst direkt zu den Menschen. Künstlerinnen und Künstler sowie Handwerkerinnen und Handwerker können ihre Arbeiten präsentieren und sich selbst vorstellen.

Das Fenster kann für vielfältige Formen genutzt werden. So könnte ein Künstler oder eine Handwerkerin für eine Zeit in einem offenen Atelier im Fenster arbeiten, sodass Interessierte einen direkten Einblick in den kreativen Prozess erhalten.

Dazu sollen Mitmachangebote kommen, die Einwohnerschaft und Touristen einbinden. So werden regionale Akteure aus Kunst und Handwerk nicht nur sichtbar, sondern es entstehen auch Anlässe für eigene Aktivitäten und die Begegnung mit anderen. So schaffen wir zusätzliche Anregungen für die regionale Identität, bereichern das kulturelle Leben in Vorpommern um einen Aspekt und fördern das Verständnis für hiesige Traditionen und Kunstformen.



Kunst, Kultur und Handwerk sichtbar machen



## Rätsel

L	K	K	Z	B	M	N	Y	I	I	N	H	I	Y
E	Q	N	A	A	P	I	N	N	W	A	N	D	G
B	J	V	V	S	I	M	P	K	M	A	F	E	J
E	G	S	Z	T	V	L	V	F	Q	A	E	E	B
N	I	D	E	E	N	S	K	I	Z	Z	E	N	V
S	N	Z	P	L	S	Y	H	S	B	P	D	M	L
Q	P	Z	P	N	Q	A	V	Y	D	R	B	E	M
V	A	Z	E	Y	C	R	X	F	W	O	A	I	R
A	C	M	L	Q	B	I	F	T	R	T	C	S	E
L	G	L	I	T	Z	E	R	F	P	O	K	T	K
I	M	B	N	J	M	S	G	N	F	T	R	E	H
T	K	V	V	L	X	S	I	G	R	Y	P	R	E
Ä	O	G	H	N	F	L	B	W	R	P	Q	W	S
T	A	B	K	L	E	B	E	R	V	Z	W	T	H

Finde 10 Begriffe aus den Ideenwerkstätten.





Ueckermünde  
31. März 2023

Wie schaffen wir es,  
dass die Entwicklung unserer  
Orte und Regionen vom  
Tourismus profitiert?

## Ideenwerkstatt Stettiner Haff

Die Ideenwerkstatt in Ueckermünde stand unter der Leitfrage: **Wie schaffen wir es, dass die Entwicklung unserer Orte und Regionen vom Tourismus profitiert?** Zunächst sammelten die Teilnehmenden positive Aspekte zu den Bereichen Natur und Landschaft, Freizeitmöglichkeiten und Erholung, Infrastruktur sowie regionale Identität. Verbesserungspotenziale zeigten sich für Mobilität, Tourismus, Infrastruktur, Freizeitangebote, im sozialen Bereich und im Umweltschutz. Sie formulierten vier Herausforderungen und Ideenansätze zur Lösung.



38 Hände



47 Herausforderungen



120 Ideen



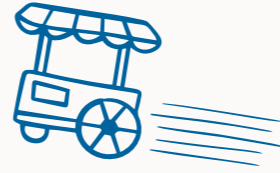
4 Prototypen



## Prototyp

## Landmarkt-Rallye

Wie schaffen wir es, regionale Produkte in den Mittelpunkt zu stellen?



Hinter der »Landmarkt-Rallye« steckt die Idee eines wandernden Marktes für den Verkauf von regionalen Lebensmitteln wie Gemüse, Obst, Eiern oder Wild. Der Landmarkt soll nach einem regelmäßigen System abwechselnd (rollierend) an verschiedenen Orten in der Region stattfinden. Die Landmarkt-Rallye erhöht die Sichtbarkeit für regionale Produkte, verbessert die Versorgung in kleinen Orten und fördert private Kleinproduzenten, indem sie die Eintrittsschwelle für den Vertrieb senkt.

Die Kooperation mit Gartenvereinen ermutigt lokale Gartenbauer sowie alle, die hobbymäßig gärtnern, ihre Produkte auf dem Markt anzubieten und erhöht die Produktvielfalt. Die Marktstände stehen für alle Teilnehmenden zur Verfügung. Werbung für den Landmarkt erscheint in Regionalzeitungen, lokalen Printprodukten sowie in Online-Medien, sodass alle, unabhängig von ihren Vertriebserfahrungen, regionale Produkte verkaufen können.

Wir wollen Einwohnerinnen und Einwohner motivieren, den Landmarkt auch in anderen Orten der Region zu besuchen. Dazu schlagen wir die spielerischen, erlebnisorientierten Elemente einer Rallye vor. So können die verschiedenen Veranstaltungsorte gemeinsam als Stationen der Landmarkt-Rallye beworben werden. An den einzelnen Stationen trägt eine thematische Gestaltung dazu bei, verschiedene Aspekte der jeweiligen lokalen Kultur und des Handwerks zu betonen. Zusätzlich können wir Preise und Belohnungen für eine erfolgreiche Teilnahme an der gesamten Rallye aussetzen. Das macht die Landmarkt-Rallye sowohl für Einwohnerinnen und Einwohner als auch für Gäste interessant. Die Rallye belebt die regionale Gemeinschaft, fördert die Einbindung regionaler Akteure und ermöglicht Begegnungen vor Ort.



Spielerisch und erlebnisorientiert



## Prototyp

## Stettiner Haff: Eine Region am und übers Wasser hinweg

Wie schaffen wir es, den Tourismus in der Region Stettiner Haff zu zeigen?

Die Region Stettiner Haff verfügt über ein einzigartiges, zusammenhängendes Ökosystem, eine Vielzahl an Attraktionen und Besonderheiten, die bisher noch nicht ausreichend miteinander vernetzt und touristisch vermarktet werden. In dem Vorhaben »Stettiner Haff: Eine Region am Wasser und übers Wasser hinweg« entwickeln wir eine gemeinsame Vermarktungsstrategie zur Förderung des Tourismus, vor allem auch in der Nebensaison.

Ziel ist es, die Region als ganzjährig attraktives Reiseziel zu zeigen, eine Verbindung zwischen dem Stettiner Haff und der Ostseeküste herzustellen, die vorhandenen Potenziale zusammenzuführen sowie die Kooperation zwischen Gemeinden, Unternehmen und Tourismusorganisation zu stärken. Das sorgt für mehr Sichtbarkeit für vorhandene Angebote. Zusätzlich entstehen neue Angebote für unterschiedliche Zielgruppen und beleben die Wirtschaft in der Nebensaison.

In einem ersten Schritt entsteht ein Tourismuskonzept, das die künftigen Zielgruppen definiert und thematische Angebote entwickelt, zum Beispiel für Tagestourismus, Fernradfahrten, Fernwanderungen, für Wasser- und Angelsport, Naturtourismus und Tierbeobachtung. Für die Vermarktung sehen wir die Entwicklung von thematischen Broschüren und den Aufbau einer Online-Plattform vor, die Informationen und Angebote bündelt. Eine Arbeitsgruppe aus touristischen und öffentlichen Akteuren trifft sich regelmäßig, um Ideen auszutauschen und gemeinsam auf den Weg zu bringen. So wird die Region Stettiner Haff als attraktives Ziel für die Region und ihre Gäste positioniert.



Bessere Vernetzung der vielen Attraktionen



## Prototyp

## Landtour Hop-on, Hop-off

Wie schaffen wir es, dass der ÖPNV für Einwohnerinnen und Einwohner sowie Gäste attraktiver wird?

Die »Landtour Hop-on, Hop-off« überträgt die Idee touristischer Hop-on-Hop-off-Bustouren aus Großstädten auf eine ländliche Region. Sie bietet Einheimischen und Gästen die Möglichkeit, die Region Stettiner Haff bequem, nachhaltig und umweltfreundlich zu erkunden. Die Fahrgäste können auf der Tour mehrmals am Tag ein- und aussteigen, wann und wo sie möchten. So lässt sich die Region auch ohne eigenes Auto auf einer eigenen Route erfahren.

Die Landtour hält an landschaftlich und kulturell attraktiven Orten sowie an größeren Unterkünften und Bahnhöfen. Sie macht Gäste ohne Auto mobil und schließt Lücken im ÖPNV-Netz. Fahrräder können

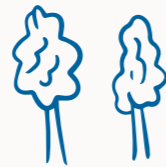
mitgenommen werden. Wer mitfahren möchte, kann Tickets im Voraus online buchen und während der Hauptsaison auch spontan bei Fahrtantritt kaufen. Wir entwickeln mehrere thematische Touren, die auf Natur, Kultur, Geschichte und/oder Kulinarik ausgerichtet sind und ihr Angebot an Einwohnerschaft und Gäste richten.

Wir denken auch an die Entwicklung von speziellen Bildungstouren für Schulklassen und Bildungseinrichtungen, die Wissen über die Region erlebnisorientiert vermitteln. Eine weitere Idee: Die Landtour könnte neben Fahrgästen auch regionale Erzeugnisse transportieren und so zusätzlich zur Verringerung des Straßenverkehrs beitragen.

Die »Landtour Hop-on, Hop-off« wird als umweltschonendes Transportmittel entwickelt, das die Schönheit und Vielfalt der Region Stettiner Haff näherbringt. Die Landtour erweitert das touristische Angebot, fördert die lokale Wirtschaft und bietet die Möglichkeit, die Region auf eine besondere Weise zu erkunden.



Das Stettiner Haff ohne eigenes Auto flexibel erkunden



## Prototyp

## Mehr-Generationen-Veranstaltungen für mehr Regionalität

Wie schaffen wir es, dass es Veranstaltungen gibt, die kleine Orte bekannt machen?

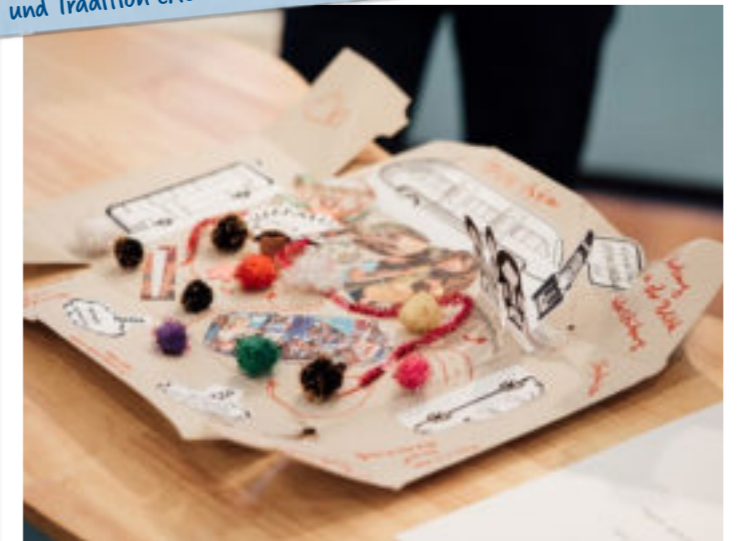
Die Mehr-Generationen-Veranstaltungen sind eine Idee, um kleine Orte zu beleben und gleichzeitig die Verbundenheit zwischen den Generationen zu stärken. Sie können als Gelegenheiten für Kommunikation, Austausch und Begegnung genutzt werden, sie stärken die Identität der Gemeinschaft sowie den Zusammenhalt. Durch vielfältige Formate wie Workshops, Wettbewerbe und Netzwerktreffen werden die örtliche Bevölkerung und Touristen aller Altersgruppen zusammengebracht.

Die Veranstaltungen bieten die Möglichkeit, die lokale Kultur, Kulinarik, das Kunsthandwerk und die Traditionen zu erleben und zu teilen. Lokale Gewerbetreibende können sich präsentieren und für ihre Produkte oder Dienstleistungen werben. Eine zentrale Stelle stellt die Infrastruktur für die Veranstaltungen zu Verfügung und entwickelt gemeinsam mit Engagierten aus dem jeweiligen Ort ein passendes Veranstaltungsformat. So entsteht über das Jahr verteilt ein Veranstaltungsreihe. Jede Veranstaltung kann einen bestimmten Schwerpunkt haben, um die Vielfalt der Region zu zeigen.

Wir erwarten, dass generationsübergreifende Veranstaltungsformate eine gute Anziehungskraft entwickeln: kulinarische Feste, bei denen regionale Köstlichkeiten im Mittelpunkt stehen, Kunsthand-

werkermärkte und Veranstaltungen mit Live-Musik, Tanzvorführungen, Theateraufführungen und andere kulturelle Ereignisse. Geeignet scheinen uns auch Sportveranstaltungen, die Menschen jeden Alters ansprechen, von Familienläufen bis zu Seniorenturnieren. Diese Formate ermöglichen die Einbindung der örtlichen Gemeinschaft, lokaler Vereine und Organisationen. All dies trägt dazu bei, die Orte bekannter zu machen und zu beleben.

Lokale Kultur, Kulinarik, Kunsthandwerk und Tradition erlebbar machen







Bergen auf Rügen  
13. April 2023

Wie schaffen wir es,  
dass Einheimische den  
Tourismus mitgestalten?

## Ideenwerkstatt Insel Rügen

Thema der Ideenwerkstatt in Bergen auf Rügen war die Beteiligung der Einwohnerinnen und Einwohner an der Tourismusedwicklung im Land. Ausgangspunkt war die Frage: Wie schaffen wir es, dass Einheimische den Tourismus mitgestalten? Die Teilnehmenden trugen positive Aspekte in den Bereichen Engagement, Freizeitangebote und Tourismusedwicklung zusammen. Verbesserungspotenziale sahen sie für Transparenz, politische Teilhabe, Bürgerbeteiligung und Nutzung touristischer Angebote. Es wurden drei Herausforderungen und Ideenansätze zur Lösung vorgestellt.



22 Hände



28 Herausforderungen



56 Ideen



3 Prototypen



## Prototyp

## Fischkopp-Card

Wie schaffen wir es, die Identifikation der Menschen mit ihrer Insel für mehr Engagement zu stärken?

Die »Fischkopp-Card« greift die Prinzipien einer touristischen Gästekarte auf. Sie soll jedoch exklusiv für Insulaner gelten und so die regionale Identifikation der Bevölkerung mit ihrer Insel stärken. Als digitale Einwohnerkarte könnte sie den Zugang zu einer Vielzahl von touristischen Attraktionen, Angeboten, Rabatten und Aktivitäten zu vergünstigten Preisen oder sogar kostenlos ermöglichen.

Die Karte wird mit einer App und auf einer Website zugänglich gemacht, sodass sie einfach auf dem Smartphone verwendet werden kann. App und Website bieten zusätzlich umfassende Informationen zu lokalen Veranstaltungen, zu Angeboten von Geschäften und Dienstleistern, zur Ärzteverfügbarkeit und mehr an. Auch Nachbarschaftsangebote können hier eingestellt werden: Mitfahrgelegenheiten, Baby- oder Hundesitting sowie Workshops für neu auf die Insel gezogene »Fischköpfe« sowie »Gemeindeleben«-Workshops, bei denen Menschen Kontakte knüpfen und ihre Interessen teilen können. Dafür werden Kategorien wie »Wer hilft mir jetzt?«



und »Wo kann ich mitmachen« eingerichtet, die das Engagement und die Einbindung der Menschen vor Ort fördern.

Die »Fischkopp-Card« ist nicht nur eine Einwohnerkarte, die Preisvorteile für auf der Insel lebende und arbeitende Menschen bringt, sondern auch ein Instrument zur Stärkung der Insulaner-Identität und der Gemeinschaft auf Rügen. Sie trägt dazu bei, dass die Menschen stolz auf ihre Insel sind, von deren touristischen Angeboten profitieren und sich aktiv für die Entwicklung der Insel einsetzen.



Aktionen, Vorteile und Nachbarschaftshilfe in einer App



## Prototyp

## Heimatblick mit Urlaubsbrille

Wie schaffen wir es, dass es für Anbieter touristischer Leistungen leichter wird, vergünstigte Angebote für die örtliche Bevölkerung zu machen?

Das Konzept »Heimatblick mit Urlaubsbrille« soll der Bevölkerung von Rügen touristische Angebote wie Tierparks, Museen oder Ausstellungen besser zugänglich machen, indem vergünstigte bzw. kostenfreie Zugänge möglich werden. Ein neuer Blick auf die Heimat kann das Interesse an den kulturellen und touristischen Angeboten der Insel fördern und dadurch gleichzeitig den Tourismus stärken.

Einzelne Regionen auf Rügen können Aktionstage veranstalten, bei denen verschiedene touristische Angebote verknüpft werden. Die Organisation liegt in der Hand regionaler Tourismuseinrichtungen, von Gemeinden oder Unternehmen. Sie planen und koordinieren die verschiedenen Angebote und Aktivitäten. Führungen, Workshops und Vorträge bringen den Teilnehmenden die Geschichte, Kultur und Natur ihrer Region näher. Daran können sich örtliche Gästeführer, engagierte Einwohnerinnen und Einwohner sowie Unternehmen beteiligen. Zusätzlich ermöglichen touristische Anbieter einen Blick hinter die Kulissen, sodass Einheimische die Unternehmen und ihre Leistungen näher kennenlernen können. Im Idealfall werden Menschen sogar für die Arbeit in der Branche interessiert. Unternehmen erhalten die Chance, sich zu präsentieren und Eindrücke zu vermitteln, die gerne weitererzählt werden und zu

Empfehlungen führen. Die Einbindung des regionalen öffentlichen Personennahverkehrs erleichtert die Anreise zu den Veranstaltungen.

Alle Angebote werden über verschiedene Kanäle beworben, einschließlich sozialer Medien, lokaler Medien und auf Plakaten, aber auch über die Unternehmen der Insel. Dabei werden bereits bestehende Plattformen für Werbung und Information genutzt und keine neuen Kanäle entwickelt.



Touristische Angebote auch Einheimischen schmackhaft machen



## Prototyp

## Rügen: Inselnetz – Verein für Inselgestalter

Wie schaffen wir es, dass die Menschen, die hier wohnen, zufriedener werden?

Die Initiative »Rügen: Inselnetz – Verein für Inselgestalter« will die Bewohnerinnen und Bewohner von Rügen stärker aktivieren, sich in die Gestaltung ihrer Insel einzubringen. Der Dreiklang von »**Kennen. Lieben. Schützen.**« steht im Mittelpunkt.

Die Initiative fördert das Wissen und die Fähigkeiten der Menschen, die auf der Insel wohnen, damit sie sich aktiv beteiligen und die Entwicklung ihrer Insel mitgestalten. Dazu werden Bildungsangebote, Workshops und Projekte entwickelt zu Themen wie Umweltschutz, Kultur, Geschichte und lokale Wirtschaft. Statt »Was können wir von der Insel bekommen?« ist »Was können wir für die Insel tun?« das Motto. Personen und Gruppen werden ermutigt, sich mit ihren Talenten, mit Zeit und Ressourcen in gemeinnützigen Projekten zu engagieren, die Rügen als lebenswerte und liebenswerte Insel erhalten und verbessern.

Die Initiative unterstützt die örtliche Bevölkerung dabei, Verantwortung für ihre Insel zu übernehmen. Möglich ist die Zusammenarbeit mit lokalen Organisationen und Unternehmen sowie die Beteiligung an Projekten, die Rügen schützen, verschönern

und nachhaltig gestalten wollen. Dies können zum Beispiel Umweltschutzinitiativen sein, aber auch kulturelle Veranstaltungen.

Die Förderung der regionalen Identifikation erhöht die Lebenszufriedenheit und stärkt den Zusammenhalt. Sie verbessert die Motivation und Kompetenz der Einheimischen, sich für die Gestaltung ihrer Insel einzusetzen und einen nachhaltigen Beitrag zur Entwicklung zu leisten.



Mit Talent, Zeit und Ressourcen mitmachen

Wenn du an Einwohnerbeteiligung im Tourismus denkst:

Was findest du schon gut? Und wo siehst du Verbesserungspotenzial?

Welche Ideen für die Verbesserung der Einwohnerbeteiligung im Tourismus fallen dir spontan ein?





Prerow  
14. April 2023

Wie schaffen wir es,  
dass die Natur vom  
Tourismus profitiert?

# Ideenwerkstatt Fischland-Darß-Zingst

Die Ideenwerkstatt in Prerow richtete den Blick auf Umwelt und Natur in Mecklenburg-Vorpommern. Im Zentrum stand die Frage: Wie schaffen wir es, dass die Natur vom Tourismus profitiert? Die Teilnehmenden machten positive Aspekte in den Bereichen Gästeverhalten, Naturschutz und Zusammenarbeit ausfindig. Sie formulierten Verbesserungspotenziale für Müllvermeidung, touristisches Management und Infrastruktur. Schließlich leiteten sie fünf Herausforderungen ab und entwickelten Ideenansätze zur Lösung.



50 Hände



50 Herausforderungen



123 Ideen



5 Prototypen



## Prototyp

## Autofreier Urlaub – leicht gemacht

Wie schaffen wir es, dass Touristen häufiger auf das Auto verzichten?

Die Idee »Autofreier Urlaub – leicht gemacht« soll es Touristinnen und Touristen erleichtern, während ihres Aufenthalts auf das Auto zu verzichten und häufiger umweltfreundliche und nachhaltige Verkehrsmittel zu nutzen. Wir schlagen eine Kombination aus mehr Komfort und zusätzlichen Serviceleistungen vor, um einen stressfreien und umweltfreundlichen Urlaub zu ermöglichen.

Der öffentliche Personennahverkehr (ÖPNV) soll besser werden: durch eine verkürzte Taktung auf 20 bis 30 Minuten und eine optimale Abstimmung zwischen öffentlichen Verkehrsmitteln wie Bus und Bahn. Dies gewährleistet nahtlose Übergänge und Anschlüsse nicht nur für Touristen, sondern auch für die Menschen, die hier wohnen und arbeiten. Zudem ermöglichen wir eine An- und Abreise mit Lufttaxis. Diese fliegen die Urlauberinnen und Urlauber über die Halbinsel und entlasten die Straßen.

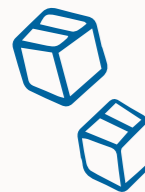
Zusätzliche Serviceleistungen im Nahverkehr sollen den Gästen den Aufenthalt so angenehm wie möglich machen. Wir stellen uns neben einem Bordservice mit Kaffeespezialitäten auch den Transport von Fahrrädern, einen Hol- und Bringdienst, Miet- und Verleihservices sowie einen Lieferdienst für Lebensmittel vor. Diese Dienstleistungen können Interessierte bereits vor dem Urlaub online über eine

entsprechende Plattform buchen. Wer die Reise im Voraus plant und Leistungen bucht, kann den Urlaub von der ersten Sekunde an genießen.

Ein attraktiver öffentlicher Verkehr ermutigt Menschen, auf das Auto zu verzichten, und trägt dazu bei, Verkehr und Abgase zu reduzieren. Dies ist ein Beitrag zum Umweltschutz und zur Renaturierung der Region. Das Angebot zusätzlicher Serviceleistungen schafft neue Arbeitsplätze im Dienstleistungssektor. Durch einen effizienteren ÖPNV und ein reduziertes Verkehrsaufkommen auf den Straßen verbessert sich auch die Lebensqualität der Bevölkerung vor Ort.



So geht Urlaub ohne Auto



## Prototyp

## Linienbus zum Natur-Erfahren

Wie schaffen wir es, dass sich Touristen rücksichtsvoll in der Natur verhalten?

Der »Linienbus zum Natur-Erfahren« ist eine Idee, um rücksichtsvolles Verhalten in der Natur zu fördern und eine tiefere Verbindung der Mitfahrenden zur Umwelt aufzubauen. Ein herkömmlicher Linienbus wird zum Erlebnisfahrzeug und macht die Natur erfahrbar – im doppelten Sinne.

Die Fahrten sollen die Fahrgäste besonders emotional erreichen. Dazu werden alle Sinne angesprochen und visuelle, auditive, physische und sensorische Erfahrungen ermöglicht. Ein besonderes Highlight des Busses könnte ein offenes Dach sein, das den Blick auf die Umgebung freigibt. Gäste können so die Natur über sich spüren, die frische Luft atmen und die Geräusche und Gerüche der Natur hautnah erleben. Während der Fahrt werden Naturfilme auf Bildschirmen im Bus gezeigt. Experten und Naturführerinnen sind an Bord und kommentieren live, um die Fahrgäste für die Umgebung, die Tierwelt und die Naturschönheiten zu begeistern.

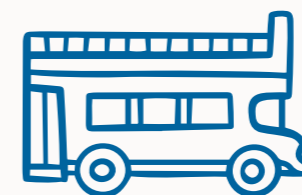
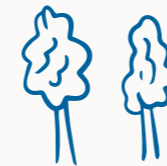
Indem die Mitfahrenden, Einheimische wie Gäste, die Natur mit allen Sinnen wahrnehmen, entwickeln sie ein tieferes Verständnis und eine größere Wert-

schätzung für die natürliche Umwelt. Schulklassen können den Bus für erlebnisorientierte Naturtage nutzen und ihr Wissen über Natur und Landschaft erweitern. Gute Umweltbildung regt Kinder und Jugendliche zu naturschonendem Verhalten an.

Der »Linienbus zum Natur-Erfahren« fördert rücksichtsvolles Verhalten und trägt dazu bei, die Umgebung mit Respekt zu genießen.



Aus einem Linienbus wird ein Erlebnisfahrzeug



## Prototyp

## APP in den Urlaub

Wie schaffen wir es, dass die Achtsamkeit der Touristen gegenüber der Natur steigt?

**Das Konzept »APP in den Urlaub« möchte die Achtsamkeit von Touristen gegenüber der Natur steigern. Die App bietet eine zeitgemäße Möglichkeit, den Service einer Gästekarte sinnvoll mit dem Naturschutz zu verbinden.**

Über die App können Gäste vielfältige Informationen über die Naturschönheiten der Region und lokale kulturelle Angebote abrufen. Sie können die App nach ihren Interessen und Bedürfnissen individualisieren und so ein persönliches Naturerlebnis gestalten. Ein integrierter Chatbot beantwortet Fragen und stellt zusätzliche Informationen bereit. Dieser Begleiter auf allen Wegen sorgt dafür, dass die Touristen sich nie allein fühlen und stets Zugang zu hilfreichen Ratschlägen haben.



Die APP als kluger Begleiter auf allen Wegen

Die App bietet Informationen zum Naturschutz, enthält Wegweiser und Nutzungsregeln. Dadurch werden Touristen auf umweltfreundliches Verhalten hingewiesen. Elemente wie Spiele und Quizze können spielerisch und unterhaltsam für Naturschutzthemen sensibilisieren.

Zusätzlich ermöglicht die App die Besuchermessung und -lenkung, insbesondere in Naturschutzgebieten. Sie kann informieren, wenn bestimmte Gebiete überlastet sind, und alternative Ziele vorschlagen, um die Umweltbelastung zu reduzieren.

Die App kann während des Urlaubs genutzt werden, aber auch davor und danach. Dadurch kann die Gästebindung gestärkt werden. Sie dient als wertvolle Quelle für Informationen und Empfehlungen für Gäste und Gastgeber. Sie ist ein Baustein, um Natur und Tourismus besser in Einklang zu bringen und das Bewusstsein für den Naturschutz zu fördern.



## Prototyp

## Natur vor der Haustür

Wie schaffen wir es, dass Nutzflächen ökologisch sinnvoller gestaltet werden?

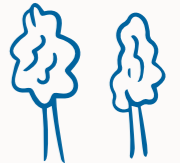
**Die Initiative »Natur vor der Haustür« hat das Ziel, Nutzflächen ökologisch sinnvoller zu gestalten und die ökologische Vielfalt in Dörfern und Städten zu fördern. Die Aktionen sollen sowohl Einwohnerinnen und Einwohner als auch Touristen ermutigen, zur ökologischen Gestaltung von Flächen beizutragen.**

Angebote wie Vorträge oder Fotowettbewerbe informieren die Gemeinden über ökologische Gestaltungsmöglichkeiten und die Vorteile für die Umwelt. Kostenlose Beratungsdienste unterstützen Einzelpersonen und Gemeinden bei der ökologischen Gestaltung von Flächen. Fachleute stehen für modulare Nutzungsvorschläge zur Verfügung.

Die Initiative fördert Vorbilder in der ökologischen Gestaltung, um andere zu inspirieren und zu motivieren. Sie setzt sich dafür ein, dass Fördergelder für ökologische Projekte bereitgestellt werden. Sie unterstützt Kommunen bei der Beantragung finanzieller Mittel. Sie schafft Anreize, indem sie zum Beispiel den schönsten ökologischen Garten prämiiert und finanzielle Mittel für ökologische Projekte einwirbt sowie Crowdfunding für Naturschutzprojekte unterstützt.

Zusätzlich können Insektenhotels bereitgestellt und Samenbanken für ökologisch wichtige Pflanzen eingerichtet werden. Wettbewerbe ermutigen die Einwohnerinnen und Einwohner sowie Gäste dazu, Nutzflächen zu bepflanzen und so die ökologische Vielfalt zu erhöhen. All das fördert gemeinsame Aktivitäten und den gegenseitigen Austausch.

Die vorgestellten Ideen tragen zum Schutz der Umwelt und zur Erhöhung der Artenvielfalt bei, indem sie ökologische Gestaltungsmaßnahmen in den Fokus rücken. Dies kann die Attraktivität für Touristen steigern und damit auch die lokale Wirtschaft unterstützen. Gleichzeitig tragen sie zur Umweltbildung bei und stärken die Gemeinschaft.



Zur ökologischen Flächengestaltung inspirieren und motivieren



## Prototyp

## NATURLEBEN mit dem gelben Faden

Wie schaffen wir es, dass Natur wirklich als schützenswert wahrgenommen wird?

»NATURLEBEN mit dem gelben Faden« ist eine Initiative mit dem Ziel, Natur als schützenswert zu vermitteln und Menschen für die lokale Umwelt in der Region zu sensibilisieren. Sie will Naturerlebnisse und Naturerfahrung für Gäste, aber auch für Einheimische fördern. Ziel ist es, dass sich Gastgeberinnen und Gastgeber sowie Einwohnerinnen und Einwohner für die Natur verantwortlich fühlen und dieses Bewusstsein vorleben.

Die Natur ist unser gemeinsames Erbe, das es zu schützen gilt. Alle Menschen, die hier wohnen oder zu Gast sind, können die lokale Umwelt erleben und zu ihrem Schutz beitragen. Insbesondere längere Aufenthalte werden daher gefördert und belohnt.

Wir schlagen vor, ein Welcome-Center einzurichten, das den Service einer Tourist-Information mit den Anliegen des Naturschutzes kombiniert. Hier erhalten Gäste sowie Einwohnerinnen und Einwohner Informationen über die Natur und deren Schutz. Zusätzlich können Aktivitäten und Initiativen vorgestellt sowie Workshops und Vorträge angeboten werden.

Die Initiative fördert nachhaltige Möglichkeiten zur Anreise. Wer mit öffentlichen Verkehrsmitteln anreist, erhält Boni, während die Anreise mit privaten Fahrzeugen stärker besteuert wird. Zusätzlich raten wir zur Nutzung von umweltfreundlichen Elektro-

und Wasserstoffautos. Um die Umweltbelastung zu reduzieren und die Natur zu schützen, ziehen wir eine Begrenzung der Bettenzahlen in der Region in Betracht.

Die Initiative ermutigt Menschen, die Natur zu erleben, zu schätzen und zu schützen, und fördert einen nachhaltigen Ansatz für den Tourismus.



Tourist-Information mit Naturschutz-Tipps

## Notizen





Zarrentin am Schaalsee  
20. April 2023

Wie schaffen wir es,  
dass der Tourismus die  
regionale Wertschöpfung  
steigert?

## Ideenwerkstatt Mecklenburg-Schwerin

In der Ideenwerkstatt in Zarrentin ging es darum, was der Tourismus wirtschaftlich für die Menschen bringt. Die Frage lautete: Wie schaffen wir es, dass der Tourismus die regionale Wertschöpfung steigert? Positive Aspekte sahen die Teilnehmenden in den Bereichen Gastronomie, regionale Produkte und Kultur. Verbesserungspotenziale erkannten sie bei Klima und Mobilität, Vernetzung und Gemeinschaft sowie Infrastruktur und Dienstleistungen. Als Ergebnis stellten sie fünf Herausforderungen und Ideenansätze zur Lösung vor.



46 Hände



39 Herausforderungen



130 Ideen



5 Prototypen





## Prototyp

## Der Weg ist die Vision

Wie schaffen wir es, dass die Region ganzjährig attraktiv bleibt?

Das Konzept »Der Weg ist die Vision« beschreibt den Prozess, in dem wir touristische Angebote in der Region entwickeln und sichtbar machen wollen. Diesen Prozess können und sollen alle Interessierten mitgestalten: Einwohnerinnen und Einwohner sowie Gäste, Menschen aus Vereinen, Unternehmen und Verwaltung der Region. Auf diesem Weg entwickeln wir gleichzeitig eine Vision für die Region, die von allen getragen wird.

Wir rufen einen Ideen-Wettbewerb »Ideenexplosion« aus, bei dem Menschen gemeinsam an Ideen arbeiten können. So schöpfen wir aus der Kreativität



vor Ort und ermöglichen den Austausch. Ideen, Angebote und Kooperationen werden auf einer eigenen Website und in einer App dokumentiert und sichtbar gemacht. Angebote und die Personen dahinter können sich so sinnvoll vernetzen. Als mobile Ideenzentrale bringen wir ein Festival-Mobil auf den Weg: als Platz für Gesprächsrunden, Ideenaustausch und kreative Workshops.

Gemeinden und alle weiteren Akteure in der Region arbeiten in diesem Prozess eng zusammen, um eine gemeinsame Vision für unsere Region zu entwickeln. Es gilt, gemeinsame Ziele und Kooperationen zu entwerfen, um die Attraktivität der Region zu steigern. So werden Synergien aufgespürt und Ressourcen für die Entwicklung der Region gemeinsam genutzt.

Der Prozess lebt vom Engagement der Menschen. Eine breite Beteiligung bei der Entwicklung von attraktiven Angeboten und einer gemeinsamen Vision stärkt das Gemeinschaftsgefühl und die Identifikation mit der Region.



## Prototyp

## Weniger Input, mehr Output

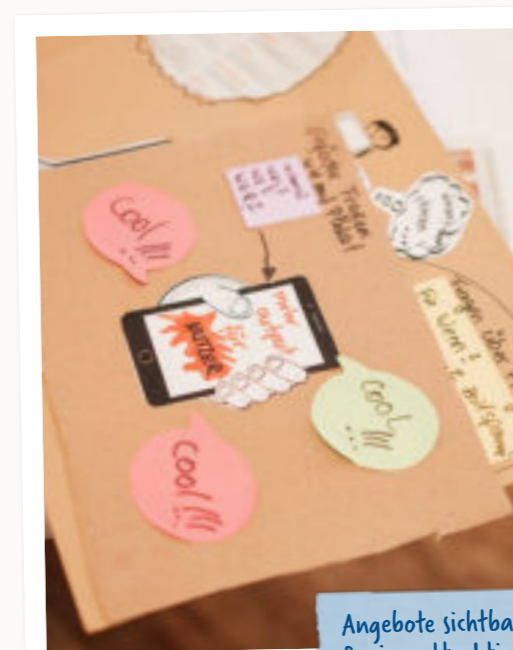
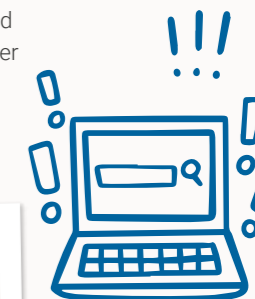
Wie schaffen wir es, den Veranstaltungskalender des TMV zu vereinfachen und zu vernetzen?

Mit dem Konzept »Weniger Input, mehr Output« schlagen wir vor, den Veranstaltungskalender des Tourismusverbandes Mecklenburg-Vorpommern zu vereinfachen.

Durch eine verbesserte Bedienbarkeit soll das dargestellte Veranstaltungsangebot in der Region breiter werden, eine größere Zielgruppe erreicht und die Attraktivität des Kalenders gesteigert werden. Eine benutzerfreundliche Eingabemaske kann die Eingabe von Veranstaltungen in den Kalender vereinfachen. Dann sind Informationen wie Zielgruppe, Alter der Kinder, Familie, Singles, Parkplatz, Anreise mit dem ÖPNV, Hunde usw. unkompliziert zu erfassen. Detaillierte Informationen erleichtern es, die Interessen und Bedürfnisse der Nutzerinnen und Nutzer zu treffen.

Gleichzeitig reduziert sich der Aufwand für die Einstellung von Angeboten. Das könnte auch kleinere Veranstalter wie Vereine und einzelne Kulturschaffende ermutigen, ihre Angebote in den Kalender einzustellen.

Der Veranstaltungskalender wird mit anderen touristischen Ressourcen und Plattformen verknüpft, so dass Informationen besser auffindbar werden. Dazu gehören Informationen über öffentliche Verkehrsmittel, Parkmöglichkeiten und Dienstleistungen. Die Verbesserung des Veranstaltungskalenders und die stärkere Vernetzung erhöhen die Sichtbarkeit der Angebote und steigern die Attraktivität der Region für Einwohnerinnen und Einwohner sowie Gäste.



Angebote sichtbarer und die Region attraktiver machen

## Prototyp

## Bett und Bühne

Wie schaffen wir es, aus Tagesgästen  
Übernachtungsgäste zu machen?

Die Idee »Bett und Bühne« hat das Ziel, aus Tagesgästen, insbesondere aus Hamburg, Übernachtungsgäste in der Region zu machen und so die regionale Wertschöpfung zu steigern. Der Kern dieser Idee ist ein Open-Air-Musikfestival, das in Kooperation mit den Festspielen Mecklenburg-Vorpommern an einem Wochenende am See stattfindet.

Die Zusammenarbeit mit den bekannten Festspielen Mecklenburg-Vorpommern ermöglicht ein erstklassiges Angebot. Ein vielfältiges musikalisches Programm wird mit weiteren Festivalelementen verbunden, zum Beispiel mit Wegen am See, auf denen Melodien erklingen. Dies verleiht dem Festival eine besondere Atmosphäre und bietet ein einzigartiges Klangerlebnis. Das Festival kann auch lokalen Künstlerinnen und Künstlern eine Bühne bieten und die Bindung der Besucherinnen und Besucher an die Region stärken. Kleinere Veranstaltungen und Konzerte ergänzen das Angebot zwischen den Hauptspieltagen.

Gäste aus Hamburg und anderen Städten können das Festival zum Anlass nehmen, ein ganzes Wochenende in der Region zu verbringen. Übernachtungspakete, die in Zusammenarbeit mit

regionalen Unterkünften geschnürt werden, machen die Entscheidung leicht. Dies steigert die Wertschöpfung in der Region, da die Gäste nicht nur für den Festivalbesuch, sondern auch für Unterkunft, Gastronomie und lokale Geschäfte Geld ausgeben.

Das Festival könnte sich zu einem jährlichen Highlight entwickeln und die ganzjährige Attraktivität der Region fördern.



open-Air-Festival soll zu  
Übernachtungen animieren



## Prototyp

## Digitale Schatzkarte

Wie schaffen wir es, vorhandene  
Angebote besser sichtbar zu machen?

Die »Digitale Schatzkarte« ist ein Vorschlag mit dem Ziel, die vorhandenen Angebote in unserer Region besser sichtbar zu machen und zu vernetzen. Die Schatzkarte kann die regionalen Highlights und Veranstaltungen über Kommunen und Landesgrenzen hinweg präsentieren. Sie unterstützt die Besucherlenkung und -verteilung und steigert die Attraktivität der gesamten Region.

Die Digitale Schatzkarte hebt die speziellen Angebote und Sehenswürdigkeiten einer Region hervor, um Menschen, die hier leben oder zu Gast sind, die Vielfalt der Gegend zu zeigen. Da die Karte Informationen aus verschiedenen Kommunen und Regionen zusammenfasst, verbessert sie die Vernetzung und Zusammenarbeit zwischen den Gemeinden. Sie macht die Besucher auf weniger bekannte Orte aufmerksam und entlastet damit gleichzeitig die Hotspots.

Als Basis stellen wir uns eine gemeinsame regionale Datenbank für Veranstaltungen und Sehenswürdigkeiten vor, die von verschiedenen Kommunen und Einrichtungen genutzt werden kann. Gedacht ist auch an eine Website, auf der Anbieter, Veranstaltungen und Gastronomiebetriebe gelistet sind,

um die Informationen zu bündeln. Dazu ist eine verstärkte Zusammenarbeit zwischen Kommunen, Anbietern, regionalen Produzenten, Tourist-Informationen, Hotels und anderen touristischen Leistungsträgern notwendig.

Eine abgestimmte Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit sollte die Schatzkarte bekannt machen. Zusätzlich zur digitalen Ausgabe kann die Schatzkarte in Form von gedrucktem Material wie etwa Flyern angeboten werden, um eine breitere Zielgruppe zu erreichen.



Veranstaltungen und  
Sehenswürdigkeiten als  
besondere Schätze



**Prototyp**

## »Tu Hus« – Regionalität und Lebensraum erleben

Wie schaffen wir es, regionale Erzeugnisse und Ressourcen zu vermarkten und zu nutzen?

Die Initiative »Tu Hus« verfolgt das Ziel, regionale Erzeugnisse und Ressourcen besser zu vermarkten und zu nutzen. Doch »Tu Hus« soll auch die Verbundenheit mit der Region als Ort zum Leben fördern. Zentraler Bestandteil der Initiative ist die Einführung einer gemeinsamen Dachmarke für Produkte aus der Region und Erlebnisse in der Region. »Tu Hus« wird dabei zum Identifikations- und Erkennungsmerkmal.

Die Vermarktung von regionalen Produkten wird zusätzlich durch die Einführung eines Online-Portals unterstützt, auf dem lokale Erzeuger ihre Produkte präsentieren und verkaufen können. Die

höhere Sichtbarkeit eröffnet bessere Vermarktungschancen. Die Schaffung von Qualitätsstandards für regionale Produkte ergänzt den Prozess.

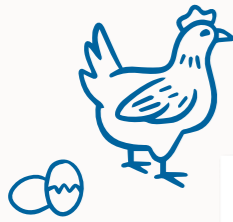
Um die Marke »Tu Hus« einzuführen und bekannt zu machen, empfehlen wir Veranstaltungen wie Roadshows mit Erzeugerinnen und Erzeugern und Food-Messen, auf denen regionale Produkte und Erlebnisse vor Ort vorgestellt werden. Über Social-Media-Kanäle und die Zusammenarbeit mit Influencern können wir ein breites Publikum ansprechen. Die Initiative sieht Schulprogramme, Informationsveranstaltungen und Bildungsangebote vor, die Wissen über die Vorteile regionaler Produkte vermitteln. Sie können dazu beitragen, dass Konsumentinnen und Konsumenten ihr Verhalten zugunsten regionaler Produkte verändern.

Die Initiative »Tu Hus« möchte lokale Wirtschaftskreisläufe fördern. Dies kann durch die Zusammenarbeit von Erzeugern, landwirtschaftlichen und Handwerksbetrieben erreicht werden, die eine nachhaltige Produktion und Lieferung von Lebensmitteln und Produkten sicherstellen.

Die Initiative »Tu Hus« verbessert die Vermarktung regionaler Produkte sowie die nachhaltige Wertschöpfung in der Region und sie stärkt die Verbundenheit der Menschen mit der Region.



»Tu Hus« als Dachmarke für regionale Produkte



Welche Idee hat dich bis jetzt am meisten überrascht und warum?

Welche weiteren Ideen, die du ergänzen möchtest, sind dir in den Sinn gekommen?





Bollewick  
21. April 2023

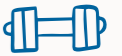
Wie schaffen wir es, dass der  
Tourismus zur Attraktivierung  
unserer Infrastruktur  
beiträgt?

## Ideenwerkstatt Mecklenburgische Seenplatte

Die Ideenwerkstatt in Bollewick nahm Verkehr, Einkaufsmöglichkeiten und medizinische Versorgung in den Blick. Die Arbeitsfrage war: Wie schaffen wir es, dass der Tourismus zur Attraktivierung unserer Infrastruktur beiträgt? Die Teilnehmenden fanden positive Aspekte in den Bereichen Umwelt, Infrastruktur sowie Wirtschaft und Arbeit. Ansätze für Verbesserungen sahen sie bei Kommunikation und Information, Gemeinschaft und Bürgerengagement sowie Jugend und Familie. Sie wählten drei Herausforderungen und entwickelten Ideenansätze zur Lösung.



30 Hände



33 Herausforderungen



64 Ideen



3 Prototypen



## Prototyp

## Der Ort lädt ein

Wie schaffen wir es, die Anonymität aufzubrechen und die Wünsche der Einwohnerschaft zu berücksichtigen?

Die Initiative »Der Ort lädt ein« will Einwohnerinnen und Einwohner aus der Anonymität holen und ihre Wünsche und Anliegen in die Tourismusentwicklung integrieren. Die Ortsentwicklung wird von denen getrieben, die dort leben und arbeiten. Die Initiative schlägt die Einrichtung einer Plattform »Dorfschnack« vor. Hier können die Bewohnerinnen und Bewohner sich austauschen, damit ihre Anliegen und Ideen besser erfasst und in Einklang mit der örtlichen Tourismusentwicklung gebracht werden.

Dasselbe Ziel verfolgen regelmäßige Workshops zu regionalen Themen. Diese Angebote für Einwohnerinnen und Einwohner bieten ein Forum für das offene Gespräch und vermitteln Wertschätzung für die Anliegen der Bevölkerung.

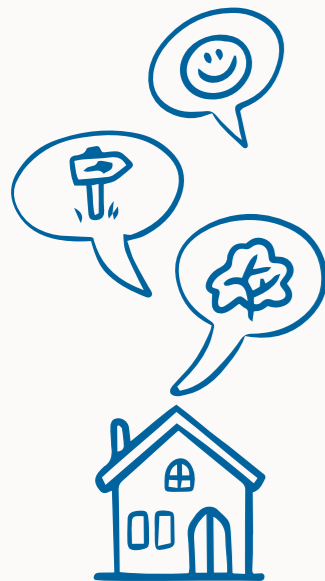
Es kommt darauf an, Hemmnisse und unsichtbare Grenzen abzubauen. Daher besuchen Verbandsvertretungen kommunale Sitzungen, die Stadtvertreterversammlung nimmt Kritik und Unmut auf und Online-Protokolle werden für alle zugänglich gemacht. Soziale Problemfelder werden in der Priorisierung und Planung von Tourismusprojekten berücksichtigt und Lösungen gesucht, die die Gemeinschaft stärken. Die Zusammenarbeit von örtlichen Unter-

nehmen und Tourismusanbietern wird gefördert. Menschen aus Unternehmensführung, aus sozialen Einrichtungen und Schulen werden als Multiplikatorinnen und Multiplikatoren gewonnen. Gemeinsame Vorhaben wie Aufräumaktionen oder gemeinsames Essen stärken die Gemeinschaft.

»Der Ort lädt ein« fördert die Kommunikation und Zusammenarbeit in der Gemeinschaft. Ziel ist ein Tourismus, der die örtliche Bevölkerung angemessen einbezieht und die Attraktivität des Ortes für alle steigert.



Ein offenes Ohr für Einwohnerinnen und Einwohner



## Prototyp

## »Tau-Seen-Nett«

Wie schaffen wir es, Netzwerkstrukturen zum Leben zu erwecken und zu erhalten?

Die Idee »Tau-Seen-Nett« will Netzwerkstrukturen in der Region entwickeln und pflegen, um das Miteinander und den Austausch zu beleben. Sie setzt dabei auf die Vielfalt von analogen und digitalen Formaten, um verschiedene Alters- und Interessengruppen zu erreichen. Das Netzwerk soll dazu beitragen, die Stärken und Potenziale der Region hervorzuheben und für positive Veränderungen in der Gemeinschaft zu nutzen.

Wir wollen Begegnungsorte schaffen, die Menschen unkompliziert für Treffen, Workshops oder virtuellen Foren und Websessions nutzen können. In regelmäßigen Netzwerktreffen, online oder offline, können Menschen Ideen austauschen, gemeinsame Projekte entwickeln und voneinander lernen. Diese Orte dienen als Treffpunkte und fördern durch gemeinsame Aktivitäten und Erlebnisse den sozialen Zusammenhalt. Dies kann von Wanderungen (»Geh-Spräche«) und Sportveranstaltungen bis hin zu kulturellen Ereignissen reichen.

»Tau-Seen-Nett« will Ressourcen in der Region identifizieren und gemeinsam nutzen. Wir denken an gemeinsam genutzte Arbeitsräume oder die Kooperation mit Unternehmen und sozialen Initiativen. Wir suchen die Partnerschaft zu bereits etablierten Netzwerken und Institutionen in der Region.

»Tau-Seen-Nett« soll Menschen jeden Alters ansprechen und zusammenbringen, die ein gemeinsames Interesse an der Region und am Netzwerken haben. Durch den Austausch und die Zusammenarbeit können Energien gebündelt und Konflikte konstruktiv gelöst werden.



Ressourcen in der Region identifizieren und nutzen



## Prototyp

## Das smarte Radnetz MSE

Wie schaffen wir es, dass die Infrastruktur verbessert und ausgebaut wird?

**Das Konzept »Das smarte Radnetz MSE« soll die Infrastruktur für Radfahrende im Landkreis Mecklenburgische Seenplatte (MSE) verbessern und ausbauen.**

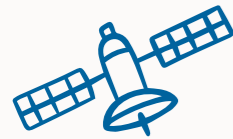
Als Herzstück ist eine digitale Plattform gedacht, die detaillierte Routeninformationen bereitstellt: Sehenswürdigkeiten, öffentliche Toiletten, Veranstaltungen, Streckenlänge, Schwierigkeitsgrad und Beschaffenheit der Radwege. Die Plattform integriert Schnittstellen zu Routenplanungs-Apps wie Komoot. Rezensionen und Feedback erreichen den Landkreis und die Kommunen direkt.

Das Radwegenetz selbst wird mit QR-Codes ausgestattet, die weitere Informationen und Orientierungshilfen bieten. Das erleichtert die Navigation

und den Zugriff auf die digitale Plattform. Zusätzliche Knotenpunkte optimieren das Radwegenetz und ermöglichen es, individuelle Touren zu planen. Das Radwegenetz wird so gestaltet, dass Routen (weiter)entwickelt werden können, die durch die gesamte Region führen und auch weniger bekannte, aber reizvolle Gebiete einschließen. Zugleich entstehen spezielle Touren wie eine Gutshaus-Fahrradtour oder eine Radtour mit Landschaftsführung. Die Umsetzung des Konzepts bindet die Einwohnerinnen und Einwohner ein, ihre Bedarfe werden erfasst und einbezogen. Sie können über eine App die Routen abfahren und Verbesserungen vorschlagen.

»Das smarte Radnetz MSE« richtet sich an Einwohnerinnen und Einwohner, Fahrerinnen und Fahrer von E-Bikes, Mountainbikes und Gravelbikes, Gäste sowie Familien. Die Zusammenarbeit mit digitalen Anbietern, Sharing-Modelle für Fahrräder sowie Bike-Sharing-Stationen im gesamten Landkreis ergänzen das Angebot. Dank Mobilitätsgarantie können Radfahrende einfach auf andere Verkehrsmittel wie Busse mit Fahrradanhängern umsteigen.

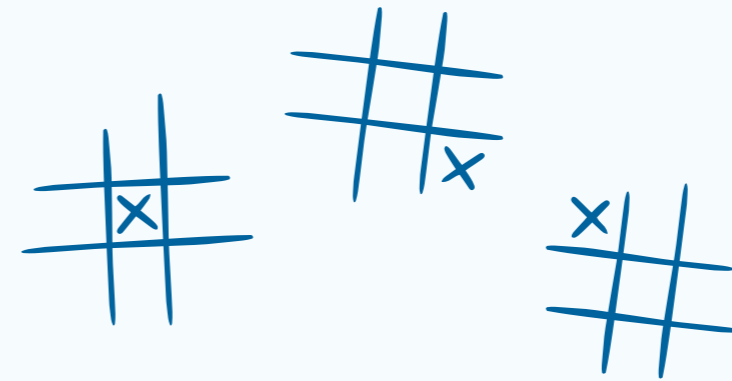
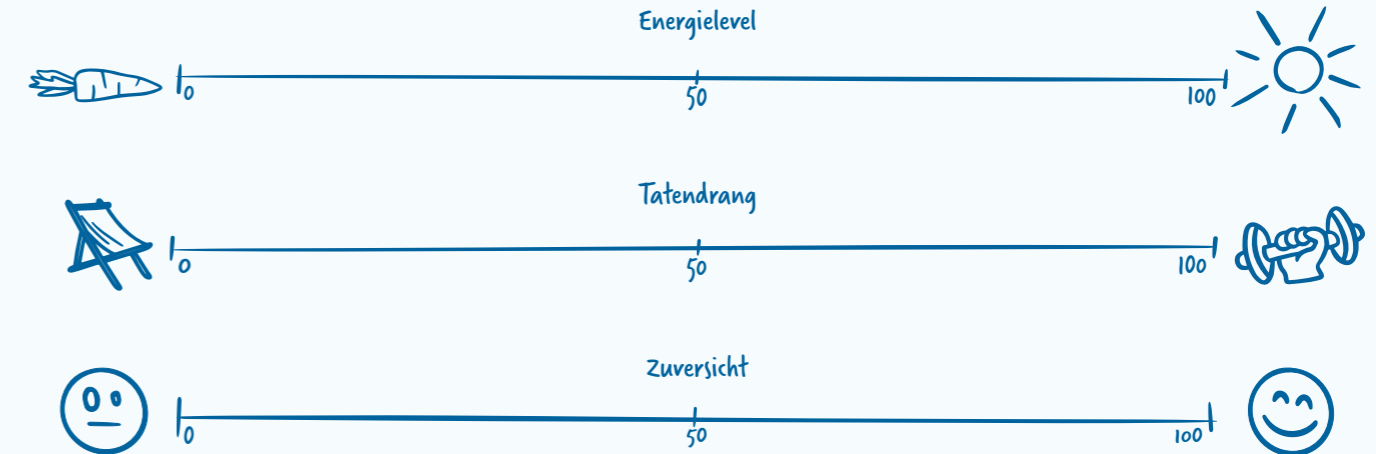
»Das smarte Radnetz MSE« steigert die Attraktivität der Mecklenburgischen Seenplatte für Radfahrende und fördert Nachhaltigkeit in Tourismus und Freizeitgestaltung.



Digitale Plattform und optimiertes Radwegenetz für mehr Nachhaltigkeit



Wie geht es dir gerade?





Kühlungsborn  
4. Mai 2023

Wie schaffen wir es, dass der Tourismus zu einem attraktiveren Arbeitsumfeld wird?

# Ideenwerkstatt Mecklenburgische Ostseeküste



20 Hände



35 Herausforderungen



72 Ideen



3 Prototypen

In der Ideenwerkstatt in Kühlungsborn ging es um Inhalte und Rahmenbedingungen für gute Arbeit in der Tourismusbranche. Die Frage war: Wie schaffen wir es, dass der Tourismus zu einem attraktiveren Arbeitsumfeld wird? Die Teilnehmenden gingen von positiven Aspekten in Wirtschaft, Arbeitsmarkt und Kommunikation aus. Verbesserungspotenziale zeigten sich bei Arbeitsbedingungen, Karriere-möglichkeiten, Wohnen und Vergütung. Für drei Herausforderungen stellten sie Ideenansätze zur Lösung vor.



## Prototyp

## Das Hotel der Möglichkeiten

Wie schaffen wir es, dass Mitarbeitende langfristig an Unternehmen gebunden werden?

Das »Hotel der Möglichkeiten« schafft eine Lernumgebung für Hoteliers aus Mecklenburg-Vorpommern. Das Ziel ist eine bessere Bindung von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern.

Die Teilnehmenden lernen theoretische Konzepte und Ideen zur Mitarbeiterbindung in der Hotellerie kennen und erproben sie in der Praxis. Sie sammeln Ideen und Inspirationen, um die Anziehungskraft ihrer Betriebe als Arbeitgeber für gutes Fachpersonal zu verbessern.

Das »Hotel der Möglichkeiten« stellt erfolgreiche Beispiele und bewährte Methoden zur Mitarbeiterbindung vor und ermutigt andere Hotels, ähnliche Ansätze zu verfolgen. Es fördert den Austausch von Erfahrungen und Wissen. Hoteliers können Best Practices teilen und gemeinsam an neuen Ideen arbeiten.

Das Reallabor setzt Schwerpunkte auf Themen, die zur Mitarbeiterbindung in der Hotellerie beitragen. Dazu zählen unter anderem: die Zusammenarbeit in Teams, Mitarbeiterbefragungen, faire Gehälter und Gehaltsstrukturen, Wertschätzung für Personen und

ihre Leistung, eine positive Fehlerkultur, Möglichkeiten für Weiterbildung und Entwicklung, Familienfreundlichkeit und flexible Arbeitszeitmodelle.

Führungspersonen aus Hotels in Mecklenburg-Vorpommern lernen, wie sie langfristig motivierte, loyale und engagierte Mitarbeitende an ihre Unternehmen binden können. Damit soll die Entwicklung einer nachhaltigen Unternehmenskultur in der Hotellerie vorangebracht werden, um die Attraktivität der Hotels als Arbeitgeber zu steigern.



Lernen und austauschen: Wie lassen sich Mitarbeitende binden?



## Prototyp

## Networking – eine runde Sache

Wie schaffen wir es, dass ein Arbeitgebernnetzwerk entsteht, das miteinander gestaltet und sich austauscht?

Die Initiative »Networking – eine runde Sache« regt ein Netzwerk für die Tourismusbranche an, das Arbeitgeber, Mitarbeitende und Azubis einschließt. Es soll dazu beitragen, Fachkräfte langfristig an die Branche zu binden und attraktive Perspektiven für Azubis zu schaffen.

Dazu sieht die Initiative zwei digitale Bausteine vor: ein Portal, das allen in der Branche Tätigen als zentrale Anlaufstelle für Informationen und Kontakte dient, sowie einen zentralen Pool, in dem Azubis sich zu Fachfragen austauschen können. Zusätzlich sollen echte Begegnungen genutzt werden, zum Beispiel eine Kick-off-Veranstaltung zur Einführung des Netzwerks sowie regelmäßige Treffen und Stammtische.

Auszubildende erhalten über das Netzwerk die Möglichkeit, in ihrer Ausbildung verschiedene Stationen zu durchlaufen und vielfältige Einblicke in das Gastgewerbe zu nehmen, die ein Unternehmen allein nicht bieten kann. Die Initiative organisiert ein Rotationsprogramm und unterstützt den Austausch von Mitarbeitenden und Azubis. Das könnte das Konkurrenzdenken in der Branche reduzieren und Kooperationen fördern. Ein »Tag der offenen Wettbewerber« für Arbeitgeber wäre eine Gelegenheit, sich gegenseitig vorzustellen und zu besuchen.

Das Netzwerk soll saisonale Schwankungen in der Branche reduzieren und neue Angebote für die Nebensaison entwickeln. Zusätzliche Arbeitsmöglichkeiten für Fachkräfte, beispielsweise in Wellness-Hotels im Winter, könnten dazu beitragen, mehr Personal in der Branche zu halten.

Das Netzwerk profitiert von einer breiten Beteiligung von Betrieben und Fachkräften, die durch das Netzwerk gesichert und gehalten werden. Für Azubis sind vielfältige Praxiseinblicke in der Ausbildung förderlich. Die Unterstützung durch regionale Wirtschaftsverbände wie die IHK, Handelskammer und DEHOGA gewährleistet Nachhaltigkeit und Qualitätssicherung.



Gemeinsam Betriebe sichern, Fachkräfte halten





## Prototyp

## MV – Land zum Arbeiten

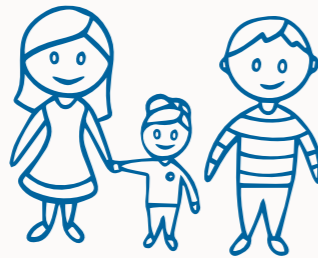
Wie schaffen wir es, dass Unternehmen neue Arbeitsmodelle in Betracht ziehen, die familien- und lebensfreundlich sind?

**Die Initiative »MV – Land zum Arbeiten« prüft Möglichkeiten, die Arbeitswelt in Mecklenburg-Vorpommern durch neue und familienfreundliche Arbeitsmodelle zu verbessern. Sie will den Wissenstransfer von der Wissenschaft in die Unternehmenspraxis fördern und schlägt dafür ein New-Work-Festival vor.**

Das New-Work-Festival fungiert als Plattform der Initiative und findet regelmäßig statt. Verschiedene Bühnen und Festivalbereiche bieten Raum für Workshops, Vorträge, Diskussionen und Präsentationen zu vielfältigen Aspekten von New Work. Die Veranstaltungen greifen Themen wie Remote-Arbeit (ortsunabhängige Arbeit), flexible Arbeitszeiten oder die Vereinbarkeit von Familie und Beruf auf. Expertinnen und Experten aus der Wissenschaft, aus Unternehmen und anderen Bereichen präsentieren Ansätze aus Theorie und Praxis und ermöglichen

einen Austausch. Wer sich beteiligen möchte, kann Ideen einbringen und aktiv am Festival teilnehmen. So führen unterschiedliche Perspektiven, Kompetenzen und Erfahrungen zu Anregungen und Anstößen für Veränderungen.

Die Initiative »MV – Land zum Arbeiten« unterstützt den Wissenstransfer rund um New Work und die Entwicklung Mecklenburg-Vorpommerns zu einem familien- und lebensfreundlichen Ort zum Arbeiten.



Ein Festival für den Wissenstransfer

Welche Idee würdest du auswählen, wenn du die Chance hättest, sie sofort umzusetzen?

Wie könnte diese Idee dazu beitragen, dass die Lebensqualität in deinem Wohnort oder deiner Region verbessert wird?



Los  
gehts!

Das war erst  
der Anfang

## Alles aus der Kampagne #IdeenMachenTourismus

Die Kampagne war ausgesprochen vielseitig. Es wurden aufschlussreiche Gespräche geführt, Herausforderungen benannt, Erkenntnisse gewonnen und Problemlösungen entwickelt. Neben dem Ideenschatz haben wir weitere wertvolle Informationen für dich zusammengetragen. Viel Spaß beim Stöbern in den Prozessen und Ergebnissen.  
[wirsindurlaubsland.de/ideen-machen-tourismus](https://wirsindurlaubsland.de/ideen-machen-tourismus)

### Die Dialogprotokolle

Was wurde in den Bürgerdialogen besprochen? Die Dialogprotokolle zeigen dir, wie die Einwohnerinnen und Einwohner Mecklenburg-Vorpommerns den Tourismus in ihrer Region sehen.  
[wirsindurlaubsland.de/ideen-machen-tourismus/buergerdialoge](https://wirsindurlaubsland.de/ideen-machen-tourismus/buergerdialoge)



### Die Werkstattprotokolle

Worum drehten sich die Ideenwerkstätten? In den Werkstattprotokollen findest du alle gesammelten Erkenntnisse, Herausforderungen und Ideen.  
[wirsindurlaubsland.de/ideen-machen-tourismus/ideenwerkstaetten](https://wirsindurlaubsland.de/ideen-machen-tourismus/ideenwerkstaetten)



### Das Handlungspapier

Erfahre mehr über die Gestaltungsfelder, die zentralen Herausforderungen und die Handlungsempfehlungen für Landespolitik, Tourismusbranche und Kommunen.  
[wirsindurlaubsland.de/ideen-machen-tourismus/handlungspapier](https://wirsindurlaubsland.de/ideen-machen-tourismus/handlungspapier)



### Die Ideenausstellung

In der Ideenausstellung kannst du dir die Ergebnisse der Kampagne #IdeenMachenTourismus anschauen und den Prozess noch einmal miterleben. Wo diese Wanderausstellung als Nächstes Station macht, erfährst du hier.  
[wirsindurlaubsland.de/ideen-machen-tourismus/ideenausstellung](https://wirsindurlaubsland.de/ideen-machen-tourismus/ideenausstellung)



## Lasst uns weitermachen und die Kraft des Tourismus nutzen!

Große Herausforderungen lassen sich am besten meistern, wenn alle Beteiligten co-kreativ zusammenarbeiten. In der Kampagne [#IdeenMachenTourismus](#) haben darum Vertreterinnen und Vertreter aus Politik und Tourismus sowie Einwohnerinnen und Einwohner aus Mecklenburg-Vorpommern miteinander diskutiert und gemeinsam Ideen für die Zukunft unseres Bundeslandes entwickelt. Das war der erste Schritt.

Wir arbeiten bereits an der Entwicklung weiterer Beteiligungsmöglichkeiten und freuen uns, wenn du auch künftig mitmachst. Rede mit bei Bürgerdialogen und beteilige dich an Umfragen und Mitmachaktionen. Deine Ideen und deine Sichtweise sind wichtig. So wird es uns gelingen, mit dem Tourismus das Leben für dich und den Aufenthalt für unsere Gäste zu verbessern.

Gestalte mit uns Mecklenburg-Vorpommern!

→ Damit du gleich loslegen kannst, haben wir dir auf den folgenden Seiten ein paar Anregungen, Tipps und Tricks zusammengestellt.

- Mini-Werkzeuge S. 86
- Ideenskizze S. 88
- Glossar S. 90
- Lesetipps S. 94
- Kontakt S. 94




## Erweckt eure Ideen zum Leben

**Tourismus und Kultur leben von Engagement. In Mecklenburg-Vorpommern gibt es einige Förderprogramme für Projekte und Beratungsstellen, bei denen du Unterstützung bekommst. Und in lokalen Aktionsgruppen kannst du dich mit deinen Ideen in die Entwicklung deiner Region einbringen. Hier ein paar Beispiele:**


### LEADER Lokale Aktionsgruppen

LEADER ist ein Programm der Europäischen Union, das Maßnahmen zur wirtschaftlichen Entwicklung ländlicher Regionen fördert. Lokale Aktionsgruppen (LAG) erarbeiten Entwicklungskonzepte und entscheiden innerhalb eines zugewiesenen Budgets selbst, welche örtlichen Initiativen gefördert werden.

Weitere Infos:  
 [wirsindurlaubsland.de/engagieren/leader](https://wirsindurlaubsland.de/engagieren/leader)

### Servicecenter Kultur

Das Servicecenter Kultur richtet sich an alle Kunstschaffenden und Kreativen in Mecklenburg-Vorpommern. Es bietet Informationen zu Fördermöglichkeiten und Hilfestellung bei der Beantragung von Fördermitteln. Neben persönlichen Beratungsgesprächen werden auch Sprechstage und individuelle Termine in allen kreisfreien Städten und Landkreisen angeboten.

Weitere Infos:  
 [wirsindurlaubsland.de/engagieren/kulturfoerderung](https://wirsindurlaubsland.de/engagieren/kulturfoerderung)


### Landesförderinstitut Mecklenburg-Vorpommern

Das Landesförderinstitut MV ist der zentrale Förderdienstleister des Landes Mecklenburg-Vorpommern für Investitionen und Modernisierungen im Bereich der Wirtschaft und Infrastruktur. Im Fokus stehen dabei Wohnungs- und Städtebau, Umwelt und Energie sowie Landwirtschaft.

Weitere Infos:  
 [lfi-mv.de](https://lfi-mv.de)

### Förderwegweiser des Kompetenzzentrums Tourismus des Bundes

Der Förderwegweiser ist die Anlaufstelle für touristische Unternehmen, Destinationen, Verbände sowie Start-ups und Existenzgründer im Tourismus. Die Datenbank mit mehr als 500 Förderoptionen bietet Informationen über relevante Förderangebote je nach Antragstellendem, Förderzweck und Bundesland.

Weitere Infos:  
 [foerderwegweiser-tourismus.de](https://foerderwegweiser-tourismus.de)

# Mini-Werkzeuge für Co-Kreation



## Die sechs W-Fragen

Mit den sechs W-Fragen lassen sich Informationen gewinnen und Probleme besser überblicken.

**Was** ist das Problem?

**Wer** ist beteiligt?

**Warum** ist das Problem wichtig?

**Wo** findet das Problem statt?

**Wann** hat das Problem begonnen?

**Wie** könnte das Problem eine Chance sein?

## Die WSWE-Frage

Mit der »Wie schaffen wir es, dass«-Frage (WSWE-Frage) lassen sich Probleme in konkrete Herausforderungen verwandeln. Als offene Fragen gestatten sie ein breites Spektrum an Antworten und inspirieren zu kreativen Lösungen. Das »Wie« schließt ein, dass es mehrere mögliche Wege gibt, die Herausforderung zu lösen. Das »schaffen« erzeugt eine optimistische Haltung, und das »wir« erinnert daran, dass das Problem gemeinsam gelöst wird.

## Die Top-3-Regeln des Brainstormings

Es gibt viele Brainstorming-Regeln. Unsere Top 3 sind:

**Kreativer Mut:** Wir äußern sämtliche Ideen, die uns in den Sinn kommen – mögliche und scheinbar unmögliche. Denn in garantiert jeder Idee steckt etwas Brauchbares.

**Quantität vor Qualität:** Im Brainstorming geben wir uns nicht mit der erstbesten Idee zufrieden. Ziel ist es, möglichst viele Ideen zu sammeln – egal, ob diese als ein Wort oder Satz daherkommen.

**Keine Kritik an Ideen:** Die Ideen werden weder kritisiert noch diskutiert. Erst wenn alle Ideen auf dem Tisch liegen, werden sie in einem separaten Schritt beurteilt.

## Ideenskizze

Mit einer Ideenskizze lassen sich Ideen dokumentieren und mit anderen Personen teilen. Lose Gedanken werden dafür mit einem Mini-Konzept in Form und Struktur gebracht. Hier werden die wichtigsten W-Fragen beantwortet.



→ Eine kurze Anleitung findest du auf der nächsten Seite.



## Feedback-Erfassungsraster

Das Feedback-Erfassungsraster erleichtert die Dokumentation von Rückmeldungen. Es besteht aus vier Bereichen:



### Was gefällt mir?

Hier stehen Dinge, die mir gefallen oder erwähnenswert sind.



### Welche Wünsche habe ich?

Hier ist Platz für konstruktive Kritik.



### Welche Fragen sind aufgekommen?

Gibt es Fragen zur Präsentation, stehen sie unter diesem Punkt.



### Welche Ideen habe ich?

Ideen, die ich bei der Präsentation hatte, gehören hierher.



# Die Ideenskizze



**Eine Ideenskizze funktioniert wie ein Mini-Konzept zur Lösung eines Problems bzw. zum Meistern einer Herausforderung.**

- ✓ Mit der Ideenskizze lassen sich das Problem und die aktuelle Situation beschreiben.
- ✓ Die hier einfließenden unterschiedlichen Sichtweisen verbessern das Verständnis des Problems, aber auch der Ideen.
- ✓ Wir bringen Ordnung in unsere komplexen Gedanken.
- ✓ Lösungsansätze werden leichter erkennbar.
- ✓ Mit der Ideenskizze lässt sich unser Wissen dokumentieren und zusammenfassen.

**So ist eine Ideenskizze aufgebaut:**

## 1. Titel

Denk dir einen einzigartigen Titel für deine Idee, dein Projekt oder dein Produkt aus.

## 2. Was?

Beschreibe deine Idee in wenigen Sätzen.

## 3. Warum?

Erläutere, warum deine Idee sinnvoll ist und welches Problem sie wie löst.

## 4. Wow!

Erkläre, was deine Idee so einzigartig macht. Worüber würde die Zeitung berichten?

## 5. Wer?

Beschreibe, wer von deiner Idee profitiert. Wer ist deine Zielgruppe?



**Probieren es gleich mal aus.**



Ideenskizzen  
zum Download:  
[wirsindurlaubsland.de/  
downloads/ideenskizze](http://wirsindurlaubsland.de/downloads/ideenskizze)



Ein außergewöhnlicher Titel für die Idee ...

**Was?** So lässt sich die Idee beschreiben:

**Warum?** Die Idee ist sinnvoll und bringt uns voran, weil ...

**Wow!** Das ist das Besondere an der Idee:

**Wer?** Das sind die Nutzer\*innen und so können sie von der Idee profitieren:



# Glossar



## Ausgangsfrage

Die Ausgangsfrage spielt eine zentrale Rolle in der Ideenwerkstatt, sie legt den Grundstein für das Finden kreativer Lösungen. Sie muss präzise und klar formuliert sein, um die zielgerichtete Entwicklung von Ideen zu ermöglichen. Eine ausgewogene Formulierung schafft Raum für Kreativität und richtet zugleich den Fokus auf das zu lösende Problem.

## Brainstorming

Brainstorming ist eine Methode zur Ideenentwicklung. Sie nutzt die Tatsache, dass mehr kreatives Potenzial frei wird, wenn man ungefiltert Ideen sammelt und erst später bewertet. Der Prozess beginnt mit einer klaren Definition des zu lösenden Problems. In der ersten Phase steht die Quantität der Ideen im Vordergrund, nicht ihre Qualität. Die Ideenentwicklung wird bewusst von der Bewertung getrennt. Die Bewertung und Weiterentwicklung folgt erst im nächsten Schritt. Die Methode kann in Gruppensitzungen oder individuell angewendet werden.

## Brainwriting

Brainwriting ist ebenfalls eine Methode zur Ideenentwicklung. Sie basiert auf dem Prinzip des Brainstormings. Der Hauptunterschied besteht darin, dass die Teilnehmenden beim Brainwriting die Ideen zunächst für sich selbst entwickeln und schriftlich festhalten. Erst danach platzieren sie ihre Ideen für alle gut sichtbar. In einer zweiten Phase ergänzen, erweitern und entwickeln die Teilnehmenden die vorhandenen Ideen.

## Check-in und Check-out

Check-in und Check-out sind zwei Rituale der Ideenwerkstatt und anderer Workshops. Der Check-in ermöglicht allen Teilnehmenden, im Workshop anzukommen und eine Verbindung herzustellen. Der Check-out dient als Abschluss und bietet die Möglichkeit, gemeinsam zu reflektieren und für die Zukunft zu lernen.

## Co-Kreation

Co-Kreation ist ein kollaborativer Ansatz, bei dem Menschen mit unterschiedlichen Hintergründen zusammen Lösungen erarbeiten. Auf der Basis gleichberechtigter Kooperation eignet er sich für Gruppen, die aktiv an einer bestimmten Herausforderung arbeiten wollen. Ein Grundgedanke der Co-Kreation ist, dass Menschen Experten dank ihrer eigenen Erfahrungen sind. Dieses individuelle (Erfahrungs-)Wissen wird wertgeschätzt und als wichtige Ressource genutzt. Die partizipative Vorgehensweise bindet die verschiedenen Perspektiven ein und führt zu innovativen Ergebnissen. Co-Kreation wird in verschiedenen Bereichen angewendet – von der Produktentwicklung bis zur Lösung komplexer sozialer Herausforderungen.

## Design-Thinking

Design Thinking ist ein Ansatz, der ursprünglich aus dem Bereich des Produkt-Designs stammt, aber auf die Arbeit an Lösungen für Probleme aller Art übertragen werden kann. Der Ansatz orientiert sich an der Perspektive der Nutzerinnen und Nutzer, um neue Problemlösungen zu entwickeln. Design-Thinking zeichnet sich durch eine schrittweise Annäherung und kooperative Arbeitsweise aus.

Der Prozess umfasst oft mehrere Phasen, darunter das Verstehen des Problems, die Ideenfindung, die Prototypenentwicklung und die Testphase.

## Divergentes Denken

Der Begriff »divergent« stammt aus dem Lateinischen und kann übersetzt werden mit »auseinanderstrebend«. Divergentes Denken wird umgangssprachlich auch als »Querdenken« oder »Denken in Möglichkeiten« bezeichnet. Es handelt sich um einen Denkansatz, der in verschiedenen Kreativprozessen und -techniken eingesetzt wird, um Probleme zu lösen. Divergentes Denken schafft Raum für Kreativität und trägt dazu bei, eine breite Palette von Perspektiven und Ideen zu generieren. Anstatt sich frühzeitig auf eine einzige Lösung zu fokussieren, ermutigt das divergente Denken dazu, in verschiedene Richtungen zu denken, und fördert so den Ideenfluss. Es ermöglicht Teams, über den Tellerrand zu schauen und neue Wege zur Lösung von Problemen zu erkunden.

## Feedback/Feed-Forward

Feedback ist eine Technik, die in verschiedenen Kontexten eingesetzt wird, um Rückmeldungen zu Leistungen oder Ideen zu formulieren. Es ermöglicht eine Reflexion und bietet Gelegenheit zur Verbesserung. Feedback kann auf vielfältige Weise gegeben werden. Aufbauendes Feedback zielt auf einen konstruktiven Dialog ab, um Ideen weiterzuentwickeln. Eine wichtige Prämisse dabei ist das Prinzip des »Ja, und ...« statt des »Ja, aber«. Während »Ja, aber« Zweifel und Bedenken in den Vordergrund stellt, erlaubt »Ja, und ...« das Anknüpfen an Ideen, fördert konstruktive Rückmeldungen und die gemeinsame Weiterentwicklung von Ideen.

## Fishbowl

Fishbowl ist eine Methode für Gruppendiskussionen. In einem Fishbowl-Gespräch sitzen die Teilnehmenden in einem Innen- und einem Außenkreis. Im Innenkreis sitzt eine kleinere Gruppe, deren Mitglieder an der Diskussion teilnehmen. Die Gruppe im Außenkreis bildet das Publikum und hört den Diskutierenden zu. Die Besetzung von Innen- und Außenkreis kann wechseln, sodass alle Teilnehmenden die Möglichkeit haben, sowohl Ideen einzubringen als auch zuzuhören.

## Herausforderung

Die Herausforderung in der Ideenwerkstatt ist das zentrale Problem oder die Fragestellung, die im Rahmen des Prozesses bearbeitet wird. Sie soll das zu lösende Problem klar und präzise formulieren, um den Weg für kreative Lösungen zu ebnen. Oft werden Formulierungen wie »Wie schaffen wir es, dass ...« verwendet, um den Fokus auf Lösungen zu legen und den Ideenfindungsprozess zu stimulieren.

## Idee

Der Begriff »Idee« hat seinen Ursprung im Griechischen und kann als »Urbild, Gedanke, Begriff, Einfall, Kleinigkeit« übersetzt werden. In der Ideenwerkstatt wird eine Idee als die Antwort auf die im Team erarbeitete Herausforderung definiert.

## Ideenskizze

Die Ideenskizze ist ein Werkzeug der Ideenwerkstatt, um die von den Teams gesammelten Ideen strukturiert darzustellen. Eine Vorlage für die Ideenskizze findest du im Umschlag des Ideenschatzes.

**Kollaboration**

Kollaboration bezeichnet die Zusammenarbeit von Menschen mit gemeinsamen Zielen. Kooperativ und teamorientiert vereinen hierbei Individuen oder Gruppen ihre Fähigkeiten, Ressourcen und Ideen, um gemeinsame Aufgaben zu bewältigen oder Ziele zu erreichen. Sie fördert den Wissensaustausch, die Diversität der Perspektiven und die Innovation.

**Konvergentes Denken**

Konvergentes Denken leitet sich vom lateinischen Wort »convergere« ab, das »sich hinneigen« bedeutet. Der linken Gehirnhälfte zugeordnet, werden bei diesem Denkansatz verschiedene Ideen und Informationen zusammengeführt, um auf eine einzige präzise Lösung hinzuarbeiten. Im Gegensatz zum divergenten Denken geht es hier darum, die beste Lösung aus den verfügbaren Optionen auszuwählen und die Vielzahl von Informationen und Ideen zu ordnen und zu analysieren. Kombiniert mit divergentem Denken führt es zum zielgerichteten Prozess der Ideenwerkstatt.

**Lösungsorientiertes Denken**

Lösungsorientiertes Denken bezieht sich auf die Entwicklung konkreter Lösungen für bestimmte Probleme. Es beginnt mit der Problemidentifikation und dem Problemverständnis. Dann verschiebt sich der Fokus allerdings auf die Suche nach Lösungen. In der Ideenwerkstatt fördert es die Handlungsfähigkeit und unterstützt die Ideenfindung sowie Prototypenentwicklung, indem der Fokus auf die praktische Umsetzung von Lösungen gelenkt wird. Diese Denkweise ermutigt dazu, Ideen in handfeste Lösungen umzuwandeln.

**Lösungsraum**

In der Ideenwerkstatt und in Anlehnung an → **Design-Thinking** bezeichnet der Lösungsraum neben dem → **Problemraum** eine Phase im Prozess zur co-kreativen Entwicklung von Ideen. Dieser Raum entsteht als Reaktion auf die Erkenntnisse und das Problemverständnis, die im → **Problemraum** gewonnen wurden. Hier arbeiten Teams daran, innovative Lösungen zu generieren, die die identifizierte Herausforderung bewältigen können. Diese Phase ist geprägt von Brainstorming, Prototyping und Tests, in denen verschiedene Ideen und Konzepte entwickelt, verfeinert und auf ihre Machbarkeit und Akzeptanz geprüft werden.

**Perspektivenwechsel**

Perspektivenwechsel bedeutet, andere Standpunkte und Blickwinkel zu verstehen und zu berücksichtigen. Dies erweitert das Verständnis für unterschiedliche Gedanken und Erfahrungen, die verschiedene Personen in Diskussionen oder kreativen Prozessen einbringen. Ein Perspektivenwechsel eröffnet die Chance, über den eigenen Horizont hinauszublicken und gemeinsam bessere Lösungen zu finden.

**Problemraum**

In der Ideenwerkstatt und in Anlehnung an → **Design-Thinking** bezeichnet der Problemraum neben dem → **Lösungsraum** eine Phase im Prozess zur co-kreativen Entwicklung von Ideen. Der Problemraum ist der Startpunkt der Ideenwerkstatt. Hier geht es darum, die → **Ausgangsfrage** zu verstehen, die Herausforderung zu definieren und die Bedürfnisse und Perspektiven der Nutzer\*innen, Kunden\*innen oder Stakeholder zu analysieren. Dieser Schritt umfasst Recherche, Interviews, Beobachtungen und das Sammeln von Informationen, um ein tiefes Verständnis für das Problem zu entwickeln.

**Prototyp**

Ein Prototyp ist ein frühes Modell einer Lösung, Idee oder eines Produkts. Der Begriff stammt aus dem Griechischen und bedeutet so viel wie »Urbild, Grundform, Original«. Prototypen machen die entwickelten Ideen greifbar. Oft werden Prototypen genutzt, um Ideen anhand einer ersten nicht-perfekten Version zu überprüfen und dann auf dieser Grundlage fertige Produkte schrittweise zu entwickeln. Prototypen erleichtern den Austausch und die teaminterne Kommunikation. Anstatt über abstrakte Konzepte zu sprechen, wird die Diskussion auf konkrete Aspekte der Lösung gerichtet. Prototypen ermöglichen das Testen von Ideen, um frühzeitig Rückmeldungen zu sammeln und mögliche Probleme zu identifizieren.

**Prototyping**

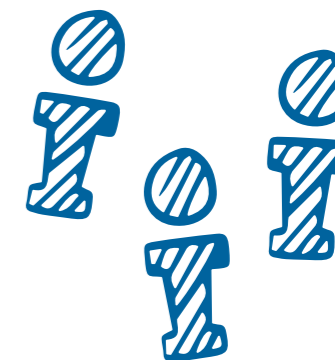
Der Begriff »Prototyping« leitet sich von → **Prototyp** ab. In der Ideenwerkstatt bezeichnet er die Phase, in der die Teams ihre Ideen bauen. Prototyping ist ein kreativer Prozess, bei dem Ideen und Konzepte in handfeste Modelle umgesetzt werden.

**Time-Boxing**

Time-Boxing ist eine Methode, bei der feste Zeitintervalle (Time-Boxen) für die Bearbeitung von Aufgaben festgesetzt werden. Die Länge einer Time-Box richtet sich nach der Aufgabenschwierigkeit: kurz genug, um produktiven Druck zu erzeugen, aber ausreichend lang, um die Qualität der Ergebnisse zu wahren. Damit die knappe Zeit zielgerichtet verwendet wird, ist es wichtig, klar zu definieren, was bis zum Ende der Zeitbox erledigt sein sollte. Zeitdruck behindert die Kreativität oft nicht, sondern fördert sie sogar. Die kurze Taktung hilft dabei, sich auf das Wesentliche zu konzentrieren und die aktive, dynamische Arbeit nicht durch lange Monologe einzelner Personen zu ersticken.

**»Wie schaffen wir es, dass ...«-Fragen**

WSWE-Fragen (engl. How Might We) sind eine Technik bei der Ideenwerkstatt und im → **Design-Thinking**. Sie dient dazu, problematische Situationen oder Herausforderungen in Chancen umzuwandeln, indem sie diese als Fragen formuliert. Die spezielle Ausdrucksweise der WSWE-Fragen hilft, in eine erkundende Denkweise zu kommen, wobei das »Wie« der Schlüsselbegriff ist. WSWE-Fragen fördern eine positive und optimistische Herangehensweise an Herausforderungen. Sie ermutigen dazu, verschiedene Perspektiven zu berücksichtigen und kreativ zu denken.



## Lesetipps

Bartl, Diemut. Digital Innovation Playbook: Das unverzichtbare Arbeitsbuch für Gründer, Macher und Manager. Taktiken, Strategien, Spielzüge. Hamburg 2017.

Lewrick, Michael u. a. (Hrsg.). Das Design Thinking Playbook: Mit traditionellen, aktuellen und zukünftigen Erfolgsfaktoren. Zürich 2018.

Pogatschnigg, Ilse M. The Art of Hosting: Wie gute Gespräche Führung und Zusammenarbeit verbessern. München 2021.

Leitfaden zum Thema »Co-Creation«  
[wirsindurlaubsland.de/downloads/leitfaden-co-creation](https://wirsindurlaubsland.de/downloads/leitfaden-co-creation)



Materialien und Kurse für kreative Prozesse  
[digital.berliner-ideenlabor.de](https://digital.berliner-ideenlabor.de)



## Kontakt

**Hast du Fragen, Ideen, Lob oder Kritik zum Tourismus in Mecklenburg-Vorpommern? Sprich uns gerne an! Hier findest du Kontaktpersonen in deiner Nähe.**

### Landestourismusorganisation

Tourismusverband Mecklenburg-Vorpommern e. V.  
 Konrad-Zuse-Straße 2 | 18057 Rostock  
[info@auf-nach-mv.de](mailto:info@auf-nach-mv.de)  
[tmv.de](https://tmv.de)

### Initiative »Wir sind Urlaubsland«

- Informationen für Einwohnerinnen und Einwohner zum Urlaubsland MV
- Mitmachaktionen
- Community für Ideenentwicklung

[info@wirsindurlaubsland.de](mailto:info@wirsindurlaubsland.de)  
[wirsindurlaubsland.de](https://wirsindurlaubsland.de)



### Tourismusverbände und Kontakte für die Tourismusentwicklung in den sieben Urlaubsregionen

#### Tourismusverband Vorpommern e. V.

Fischstraße 11 | 17489 Hansestadt Greifswald  
[info@vorpommern.de](mailto:info@vorpommern.de)  
[vorpommern.de](https://vorpommern.de)

#### Tourismusverband Fischland-Darß-Zingst e. V.

Im Kloster 15 | 18311 Ribnitz-Damgarten  
[info@tv-fdz.de](mailto:info@tv-fdz.de)  
[tv-fdz.de](https://tv-fdz.de)

#### Verband Mecklenburgischer Ostseebäder e. V.

Konrad-Zuse-Straße 2 | 18057 Rostock  
[info@ostseeferien.de](mailto:info@ostseeferien.de)  
[ostseeferien.de](https://ostseeferien.de)

#### Tourismusverband Mecklenburg-Schwerin e. V.

Puschkinstraße 44 | 19055 Schwerin  
[info@mecklenburg-schwerin.de](mailto:info@mecklenburg-schwerin.de)  
[mecklenburg-schwerin.de](https://mecklenburg-schwerin.de)

#### Tourismusverband Mecklenburgische Seenplatte e. V.

Turnplatz 2 | 17207 Röbel/Müritz  
[info@1000seen.de](mailto:info@1000seen.de)  
[mecklenburgische-seenplatte.de](https://mecklenburgische-seenplatte.de)

#### Tourismusverband Insel Usedom e. V.

Strandstraße 23 | 17459 Seebad Loddin  
[info@tviu.de](mailto:info@tviu.de)  
[tviu.de](https://tviu.de)

#### Usedom Tourismus GmbH

Hauptstraße 42 | 17459 Seebad Koserow  
[info@usedom.de](mailto:info@usedom.de)  
[usedom.de](https://usedom.de)

#### Tourismusverband Rügen e. V.

Markt 25 | 18528 Bergen auf Rügen  
[mail@tourismus-ruegen.de](mailto:mail@tourismus-ruegen.de)  
[tourismus-ruegen.de](https://tourismus-ruegen.de)



# Was wir mitnehmen

Wir nähern uns dem Ende der Broschüre. Ein guter Platz für die Reflexion, was passiert ist. Wir sind der festen Überzeugung, dass dieser Ideenschatz nützlich für uns alle ist, um die Entwicklung eines Tourismus voranzutreiben, der die Lebensqualität der Einwohner\*innen in Mecklenburg-Vorpommern stetig und spürbar verbessert. Es gibt drei wichtige Erkenntnisse, die uns in Zukunft helfen können, den Tourismus gemeinsam zu gestalten.

## 1. Die Magie der Co-Kreation

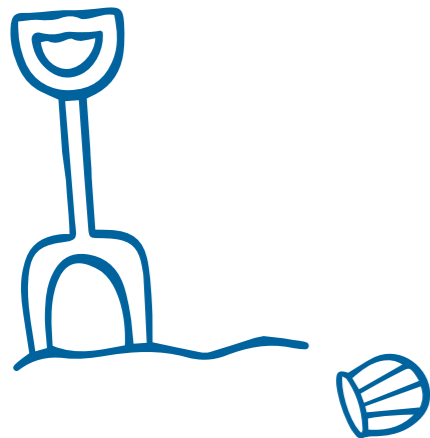
Dieser Ideenschatz zeigt die magische Kraft der Co-Kreation. Er zeigt, was entsteht, wenn engagierte Menschen mit unterschiedlichen Blickwinkeln und ihrem Erfahrungswissen zusammenkommen, auf Augenhöhe über Herausforderungen diskutieren und gemeinsam Ideen entwickeln. In kürzester Zeit entstehen passgenaue Lösungen, die mehr sind als die Summe ihrer Einzelteile.

## 2. Veränderung braucht Begeisterung

Wir nehmen einen großen Schatz aus Erkenntnissen, Impulsen und konkreten Lösungsansätzen mit. Dazu kommen die Offenheit und der Wille zur Veränderung bei allen Teilnehmenden, wenn es um die Zukunft der Tourismusentwicklung in Mecklenburg-Vorpommern geht. Aus dieser Energie entsteht Zukunftsmut – *Mut, die Zukunft aktiv mitzugestalten.*

## 3. Komplizenschaft

Wenn wir wollen, dass die erarbeiteten Lösungen und Ideen ihren Weg in die Praxis finden, braucht es Komplizenschaften – Unternehmen, Landes- und Lokalpolitiker und Privatpersonen, die sich zusammen tun, sich für gemeinsame Ziele einsetzen und zu gemeinsamen Werten bekennen. Es braucht die Unterstützung aller.



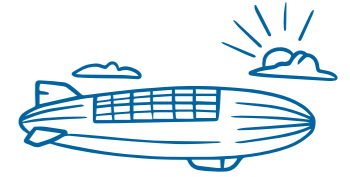
# Epilog

## Eine kurze Geschichte über Mecklenburg-Vorpommern im Jahr 2035

**Willkommen im Mecklenburg-Vorpommern des Jahres 2035. Ja, richtig gelesen: 2035! Wir nehmen dich mit auf eine kleine Zeitreise. Du wirst staunen, wie sich dein Land entwickelt hat. Kommst du mit?**

Alles begann im Jahr 2022. Mecklenburg-Vorpommern war ein erfolgreiches Tourismusland. Dennoch war spürbar, dass der Tourismus auch einige Herausforderungen mit sich brachte. Diese wollte der Tourismusverband MV gemeinsam mit den Einwohnerinnen und Einwohnern anpacken und meistern. Die Idee für eine Dialogkampagne war geboren und wurde zügig umgesetzt. Schon kurze Zeit später war sie in aller Munde, sodass selbst die Kraniche während ihrer Rast auf den Stoppelfeldern Wind davon bekamen.

Und so wurde geredet, debattiert und gegrübelt, dass die Köpfe glühten. Dabei kamen viele Herausforderungen, Wünsche und Lösungsansätze zusammen. Sie waren so vielfältig und bunt wie das Herbstlaub. Man hörte von neuen Begegnungsorten und modernen Wohnkonzepten für Azubis sowie vielen anderen Ideen. Sogar Zeppeline und Lufttaxis waren im Gespräch. Nach nur wenigen Jahren war



davon schon manches umgesetzt und das Leben in Mecklenburg-Vorpommern ganz wundervoll. Einmal mit dem Finger getippt, schon konnte man sich eine Bohrmaschine im Nachbarort ausleihen. Mitarbeitende in Hotels hatten neben ihrem tollen Beruf noch genug Zeit für Familie und Freunde. Und mit jeder Übernachtung eines Gastes klingelte es im Beutel des Umweltschutzes.

Die Menschen im Land waren nicht einfach nur zufrieden, sie waren begeistert. Sie haben die Kraft des Tourismus für ihren eigenen Freiraum genutzt und sind wieder enger zusammengerückt. Und nicht nur sie! Auch mit den Gästen verstanden sie sich so gut, dass sie gerne alles dafür taten, dass diese sich rundum wohlfühlten und immer wiederkommen wollten.

Ja, so war das damals! Und heute ist es zum Glück noch immer so. Noch mehr Ideen sind bis heute, also 2035, umgesetzt worden. Mecklenburg-Vorpommern ist ein Land, in dem sich alle wohlfühlen.

**Willkommen im Land zum Leben!**







Tourismusverband  
Mecklenburg-Vorpommern  
**2023**