

An aerial photograph of the Ostseebad Göhren coastline at sunset. The image shows a long, sandy beach curving along the Baltic Sea. A wooden pier extends into the water on the left. The beach is lined with a row of blue beach umbrellas. To the right of the beach is a green lawn area, followed by a road and a dense forest of trees. In the background, a town with white buildings and a red-roofed church is visible on a hillside. The sky is a mix of orange, pink, and blue, with a few clouds. The overall scene is peaceful and scenic.

Tourismuskonzept Ostseebad Göhren

Wo wir stehen. Wo wir hinwollen. Wie wir dorthin kommen.



Gemeinsam
Zukunft gestalten!

GEMEINSAM IN DIE ZUKUNFT!

Der Tourismus ist der wichtigste Wirtschaftsfaktor in Göhren. Er sichert uns Wohlstand und Lebensqualität. Mit seinen vielfältigen Wirkungen geht er uns alle an. Deshalb hat die Kurverwaltung Göhren im November 2019 eine **touristische Zukunftswerkstatt** veranstaltet und alle Interessierten eingebunden.

Ziele der Zukunftswerkstatt waren,

- für künftige Marktbedürfnisse und Herausforderungen zu sensibilisieren,
- Sichtweisen auszutauschen,
- Zukunftsstrategien zu entwickeln, die von der Mehrheit getragen werden sowie
- sinnvolle Maßnahmen und Projekte zu identifizieren, die unsere Lebensqualität durch den Tourismus langfristig sichern.

In einer Woche konzentrierter Arbeit mit Fachvorträgen, Diskussionen, gezielten Workshop-Einheiten mit ständiger Rückkopplung zwischen den Beteiligten wurden die Eckpunkte des vorliegenden Konzeptes erarbeitet.

Danke an alle Teilnehmer der Veranstaltungen und Gespräche, die mitgewirkt haben, um gemeinsam die Weichen für die touristische Zukunft von Göhren zu stellen.

Unser besonderer Dank gilt den **Teilnehmern der interdisziplinären Strategiegruppe**, die sich für unseren Prozess sehr viel Zeit genommen und mit großem Engagement an Strategie- und Handlungs-Workshops mitgewirkt haben:

Kathrin Bernhagen • Alexander P. C. Beddies • Ralf Blohm • Sven Colditz • Torsten Döring • Gerard Görcsi • Anne Grüning • Tina Klahr • Hendrik Krüger • Günter Krüger • Axel Kuhfeldt • Antje Lipp • Steven Weiß • Petra Westphal • Susanne Wilhelm • Holger Wille • Christine Zarges

Danke auch an alle, die ihr Wissen im Rahmen ausführlicher Interviews mit uns geteilt und uns Einblicke in verschiedene Sichtweisen zum Tourismus in Göhren gewährt haben:

Nadine Förster • Arne Fründt • Cathrin Münster • Wilfried Horst • Olaf Metz

Die Kurverwaltung freut sich auf die Umsetzung dieses Konzeptes mit gebündelten Kräften!

Ostseebad Göhren, im Dezember 2019, (Die vorliegende Version enthält redaktionelle Anpassungen aus Oktober 2020)

Herausgeber:

Kurverwaltung Ostseebad Göhren

Kurdirektor Jörn Fenske

Poststraße 9

18586 Ostseebad Göhren

Telefon: 03 83 08 - 66 79 0

Fax: 03 83 08 - 66 79 32

Mail: fenske@goehren-ruegen.de

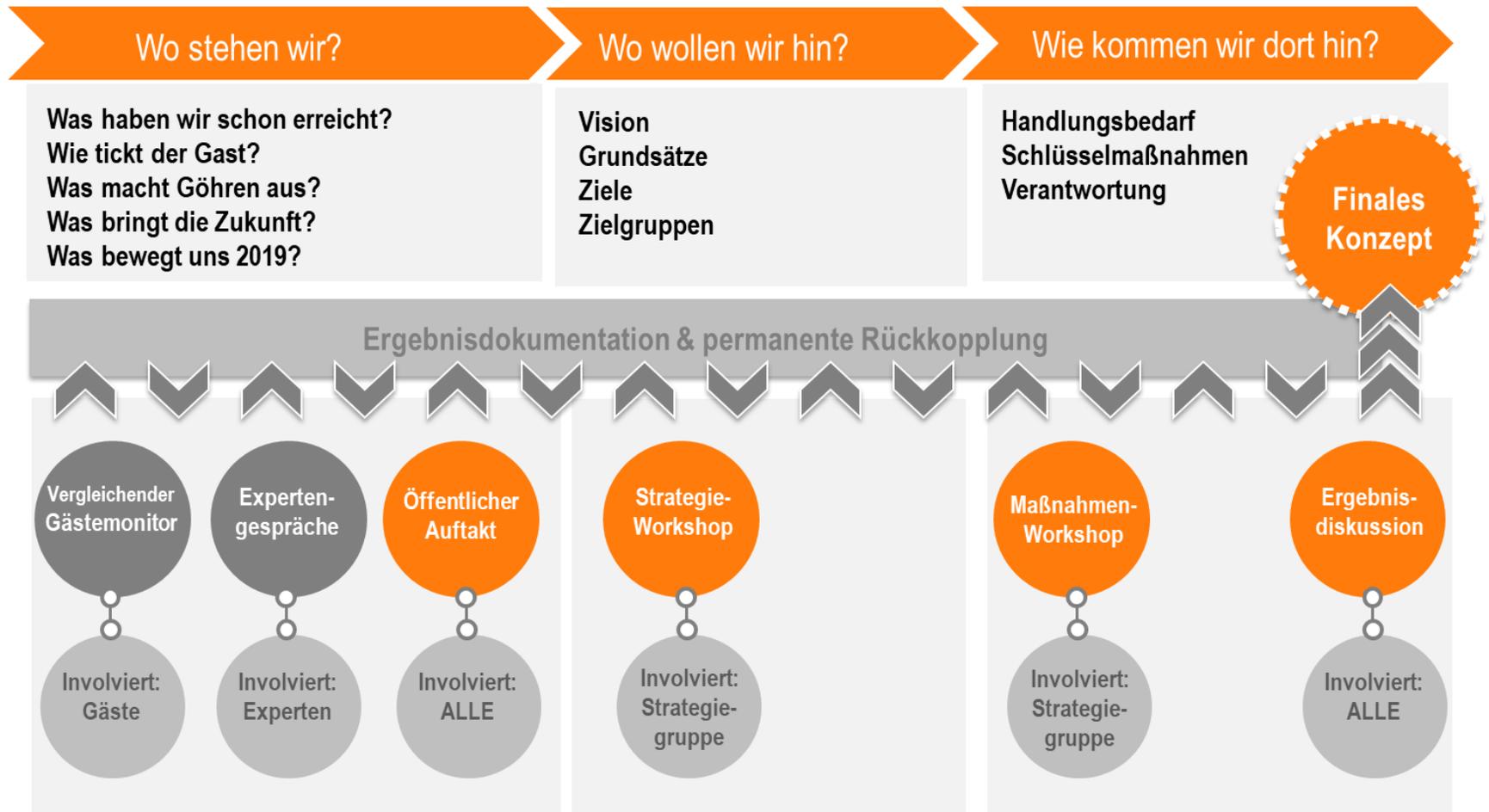
Web: www.goehren-ruegen.de

Fachliche Begleitung:

Dr. Alexandra Partale (Benchmark Services)

Karsten Palme (COMPASS GmbH)

DER PROZESS DER ZUKUNFTSWERKSTATT IM ÜBERBLICK



INHALT

WO STEHEN WIR?	1
WAS HABEN WIR SCHON ERREICHT?	1
WIE TICKT DER GAST IM OSTSEEBAD GÖHREN?	3
WAS MACHT DAS OSTSEEBAD GÖHREN AUS?	5
WAS BRINGT DIE ZUKUNFT?	6
WO WOLLEN WIR HIN?	15
UNSERE VISION	15
UNSERE GRUNDSÄTZE	17
UNSERE ZIELE	18
UNSERE POSITIONIERUNG	21
UNSERE TOURISTISCHEN THEMEN	22
WIE KOMMEN WIR DORT HIN?	24
GEMEINSAM IN DIE ZUKUNFT!	24
UNSERE AGENDA 2020	25
WIE GEHT ES WEITER?	38



WO STEHEN WIR?

WAS HABEN WIR SCHON ERREICHT?

Das Ostseebad Göhren blickt auf eine erfolgreiche touristische Entwicklung zurück, mit einer äußerst positiven Nachfrageentwicklung sowie einer gezielten Gestaltung des touristischen Angebotes:

Zertifizierung als Kneippkurort

Mit der Prädikatisierung zum Kneippkurort im Jahr 2007 hat das Ostseebad Göhren sein Profil als qualifizierte gesundheitstouristische Destination geschärft und sein Potenzial für den Gesundheitstourismus ausgebaut. Besondere Auszeichnungen waren auf dieser Basis die Aufnahme in die internationalen gesundheitstouristische Marketing-Kampagne der DZT als „Leitkurort“ sowie die Aufnahme in den Kreis der deutschlandweit nur acht Kneippheilbäder und -kurorte der „Premium-Class“ mit ihren besonders hohen Qualitätsanforderungen. Die Bedeutung der Heillehre nach Kneipp wurde 2015 durch die Erklärung zum immateriellen Weltkulturerbe der UNESCO unterstrichen.

Positive Nachfrageentwicklung

Die Gäste- und Übernachtungszahlen haben sich in den letzten zwanzig Jahren nahezu verdoppelt auf heute 836 Tausend Übernachtungen und 137 Tausend Gäste im Jahr 2018 (inkl. nicht gewerblicher Bereich). Diese Entwicklung hat Göhren zu einer bedeutenden Tourismusdestination in Deutschland gemacht. Allerdings sind heute auch Kapazitätsgrenzen spürbar.

Hohe Gästezufriedenheit

Die Gäste in Göhren sind besonders zufrieden und empfehlen ihr Reiseziel häufiger weiter als Gäste in anderen Seebädern. Dies bestätigen die Ergebnisse des Vergleichenden Gästemonitors 2018. Die Spitzenposition unter allen Teilnehmern des Vergleichenden Gästemonitors erreicht Göhren bei der Zufriedenheit mit dem kurmedizinischen und gesundheitstouristischen Angebot.

Starkes ÖPNV-Angebot

Herausragend ist die Position Göhrens in punkto nachhaltiger Mobilität während der Hauptsaison. Weit mehr als die Hälfte der Gäste nutzt den ÖPNV, um sich vor Ort fortzubewegen und die Insel zu erkunden. Dieser herausragende Wert ist einer systematischen Entwicklung des ÖPNV-Angebots zu verdanken mit „Bus Frei!“ und dem Ortsbus „BUSkam“ als wichtige Angebotssäulen.

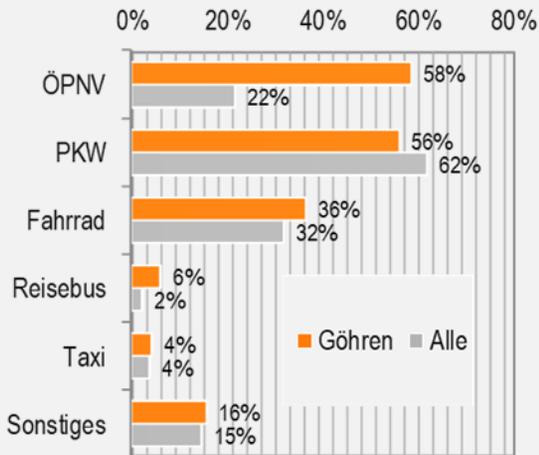
Digitales Marketing

Die Kurverwaltung vermarktet Göhren digital und zeitgemäß. Neben der Internetseite als bedeutendem Medium werden alle gängigen Social-Media-Kanäle bedient. Die Unterkünfte des Ortes sind sowohl über die Internetseite der Kurverwaltung als auch über die bedeutendsten Portale buchbar. Zukünftig wird es darum gehen, die Themenbereiche Datenmanagement, Open Data und semantisches Web zu entwickeln.

Vergleichender Gästemonitor Göhren

Mobilität vor Ort

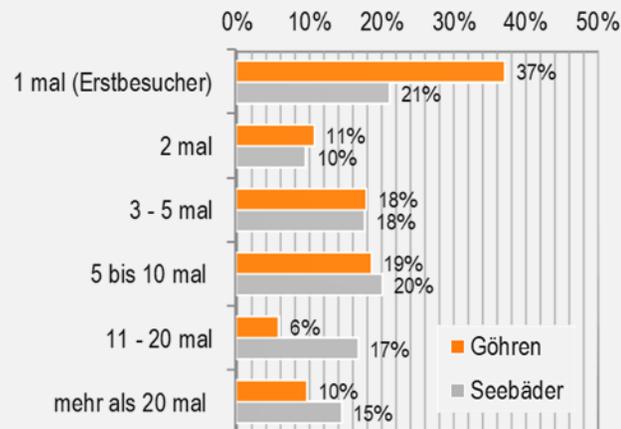
Frage: Welche Verkehrsmittel haben Sie vor Ort genutzt?



Basis: 318 Befragte

Reisehäufigkeit

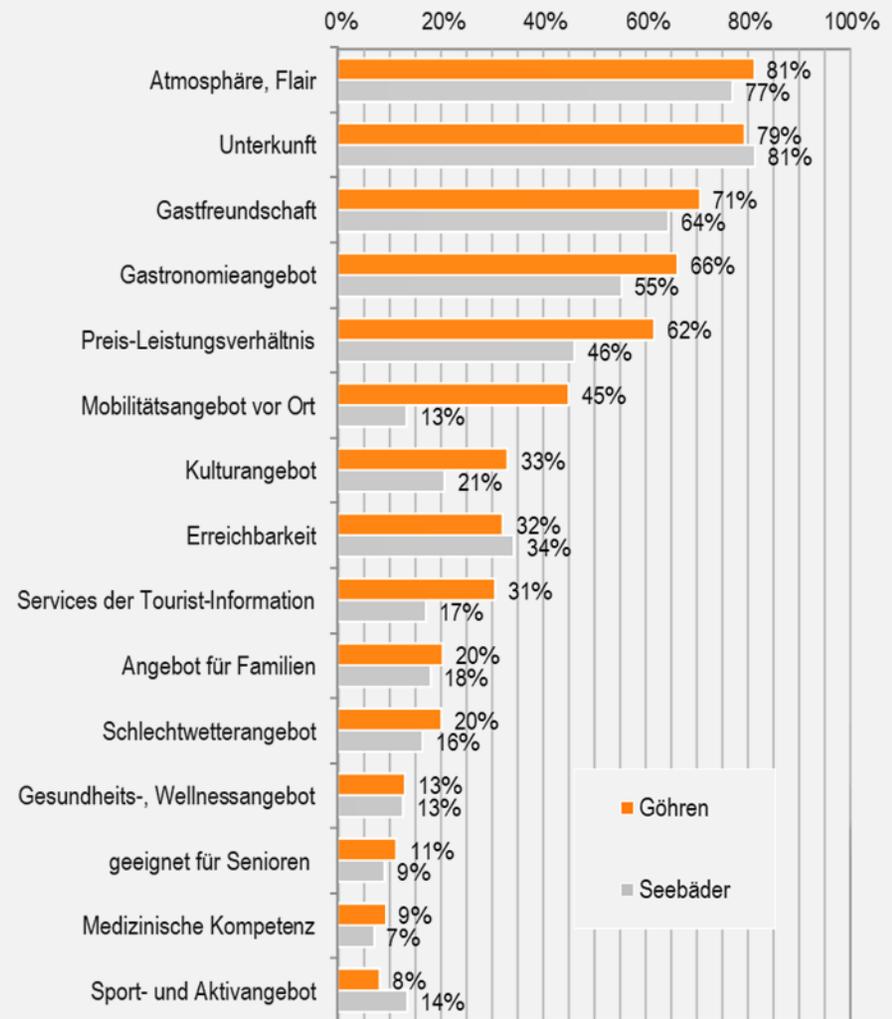
Frage: Wie oft waren Sie bereits im Ostseebad Göhren?



Basis: 309 Befragte

Angebotspräferenzen

Frage: Welche der folgenden Angebotsfaktoren waren für Sie wichtig?



Basis: 295 Befragte

WIE TICKT DER GAST IM OSTSEEBAD GÖHREN?

Seit 2018 nimmt Göhren am Vergleichenden Gästemonitor (VGM) teil. Die Gästebefragung liefert Daten zum Profil der Gäste, ihrem Reiseverhalten und ihrer Zufriedenheit sowie Vergleichswerte aus 15 weiteren Seebädern. Im Jahr 2018 wurden insgesamt 319 Übernachtungsgäste befragt. Die Gewinnung von Befragungsteilnehmern erfolgt beim VGM ganzjährig nach einem zuverlässigen System, das allen Gästen die Möglichkeit bietet, an der Befragung teilzunehmen. So werden sehr zuverlässige Stichproben und eine optimale Jahresrepräsentativität erreicht.

Soziodemografische Merkmale

Alter: Das Durchschnittsalter der Gäste in Göhren beträgt 53,7 Jahre und entspricht damit etwa dem Durchschnittsalter der Gäste in Seebädern.

Herkunft: Die meisten Gäste kommen aus Sachsen (17%), gefolgt von Nordrhein-Westfalen (13%), Niedersachsen und Berlin (je 12%).

Reisecharakteristika

Reisehäufigkeit: Der Neukundenanteil in Göhren liegt mit 37% deutlich über dem Durchschnittswert der Seebäder (21%). Dementsprechend ist der Anteil der Stammgäste, die schon mehr als zehnmal in Göhren waren, geringer (16% gegenüber 31%).

Reisebegleitung: Paare nehmen mit 54% den größten Anteil ein, gefolgt von Familien mit Kindern (25%). Alleinreisende, private Gruppen und organisierte Gruppen sind mit je 6% vertreten.

Unterkunft: Der größte Anteil der Gäste (46%) übernachtet in der Hotellerie, nur 36% in Ferienwohnungen und -häusern. Damit ist

das Verhältnis dieser beiden Unterkunftsarten gegenüber dem Durchschnitt in allen Seebädern genau umgekehrt. 11% der befragten Gäste haben auf dem Campingplatz übernachtet.

Verkehrsmittel

Anreise: Der Anteil derjenigen, die mit dem PKW anreisen, ist mit 71% vergleichsweise gering. Etwas höher als im Schnitt der Seebäder liegt demgegenüber der Anteil der Gäste, die mit der Bahn (18%) sowie mit dem Reisebus (6%) nach Göhren gereist sind.

Mobilität vor Ort: Mit 58% ist der Anteil der Gäste, der vor Ort den ÖPNV nutzt, auffällig hoch (Vergleichswert: 22%). 56% nutzen das Auto, um in der Region mobil zu sein, 36% das Fahrrad.

Aktivitäten und Angebotspräferenzen

Aktivitäten: Strandspaziergänge, Flanieren/Bummeln, Ausflüge und Wanderungen sind sehr wichtige Aktivitäten der Gäste. Insgesamt ist der Gast in Göhren sehr aktiv, nutzt viele verschiedene Freizeitangebote und hat eine vergleichsweise hohe Affinität zu kulturellen Aktivitäten. Auffällig ist die deutlich geringere Bedeutung von Radfahren als Freizeitaktivität.

Angebotspräferenzen: Bei der Bewertung des touristischen Angebots legen die Gäste besonders viel Wert auf das Flair von Göhren, die Unterkunft, Gastfreundschaft, das Gastronomieangebot sowie das PreisLeistungsverhältnis. Überdurchschnittlich wichtig ist dem Gast darüber hinaus das Kulturangebot sowie das Mobilitätsangebot. Weniger wichtig ist den befragten Gästen das Sport- und Aktivangebot.



WAS MACHT DAS OSTSEEBAD GÖHREN AUS?

Strände: Die Lage am Meer und Göhrens Strände mit ihren sehr unterschiedlichen Charakteren auf einer Länge von insgesamt 3 Kilometern sind die zentralen Anziehungsfaktoren für Gäste. Ergänzt durch die hervorragende Wasserqualität (Blaue Flagge am Nordstrand) bieten sich ihnen ideale Badebedingungen. Die Bernsteinpromenade macht den Strand und das Meer für die Gäste zusätzlich erlebbar – ein Angebotsfaktor, der von den Gästen sehr geschätzt wird.

Natur- und Landschaft: Die Landschaft in Göhren mit dem kleinräumigen Wechsel von Strand, Steilküste, Waldflächen und einer für einen Küstenort ausgeprägten Reliefs ist einzigartig. Zudem hat der Mensch über einen langen Zeitraum Spuren hinterlassen und eine abwechslungsreiche Kulturlandschaft auf der Halbinsel Mönchgut geprägt. Erlebbar wird diese durch Rad- und Wanderwege, aber auch durch begleitende Programme.

Gesundheitstouristisches Potenzial: Das gesundheitstouristische Potenzial von Göhren mit der Doppel-Prädikatisierung als Ostseebad und Kneippkurort, dem milden Reizklima und den gut ausgebauten gesundheitstouristischen Infrastrukturen ist außerordentlich groß. Das sehen auch die Gäste so. Göhren belegt im Vergleich aller VGM-Teilnehmer sowohl bei der Bewertung der medizinischen Kompetenz als auch des Gesundheitsangebots den besten Zufriedenheitswert. Ein Alleinstellungsmerkmal ist die Rügener Heilkreide.

Breites Angebot an Aktivitäten: In Zeiten der Individualisierung und vielschichtiger Bedürfnisse von Gästen schätzen diese eine

gewisse Angebotsvielfalt. Göhren bietet seinen Gästen eine große Bandbreite an Aktivitätsmöglichkeiten. Sowohl bei der Bewertung des Familienangebots, des Schlechtwetterangebotes, des Sport- und Aktivangebotes als auch des kulturellen Angebotes durch die Gäste im Rahmen des VGM schneidet Göhren gegenüber anderen Seebädern überdurchschnittlich gut ab.

Bäderarchitektur: Das Ortsbild des Ostseebades wird an vielen Stellen durch die typische „Bäderarchitektur“ des beginnenden 19. Jahrhunderts geprägt. Die architektonische Qualität bietet ein bedeutendes Potenzial und ergänzt die naturräumlichen, erholungs- und gesundheitstouristischen Angebote ideal.

Lebendiges Zentrum: Der Kurplatz bildet mit seinem kulturellen Angebot und der Nähe zum Strand in den Sommermonaten einen zentralen und lebendigen Treffpunkt.

Kultur und Tradition: Die Entwicklung Göhrens vom jahrhundertalten traditionsreichen Fischer- und Bauerndorf zu einem modernen Seebad, dessen Wurzeln aber nach wie vor sehr präsent sind, wird in den vier örtlichen Teilen der Mönchguter Museen anschaulich erlebbar gemacht. Jeder dieser Museumsteile (Heimatmuseum, Museumshof, Rookhus, Museumsschiff Luise) hat einen besonderen Charakter und gemeinsam stellen sie, auch und gerade aufgrund der wertvollen regionalgeschichtlichen Sammlung, einen wichtigen identitätsstiftenden Ankerpunkt für die Region dar. Die Bewahrung und Weiterentwicklung dieses Schatzes stellen sich als wichtige und große Herausforderungen für die Zukunft dar.

WAS BRINGT DIE ZUKUNFT?

Die Zukunft des Tourismus wird geprägt von Megatrends. Dies sind tiefgreifende Entwicklungen, die heute schon existieren und die noch lange auf unsere Gesellschaft wirken werden. Megatrends erklären und bedingen aktuelle Entwicklungen und geben uns Hinweise auf Herausforderungen für einen zukunftsgerechten Tourismus.

Megatrends, die den Tourismus insgesamt prägen

Megatrend 1: Individualisierung

Individualisierung beschreibt die Loslösung aus traditionellen Bindungen und Normen hin zu einem zum selbstbestimmten Leben mit einer Vielzahl an Wahlfreiheiten. Prägende Merkmale einer individualisierten Gesellschaft sind der Wunsch einzigartig zu sein sowie die Pluralisierung von Lebensstilen. Identitätssuche, Sinnfindung und die Suche nach Zugehörigkeit gewinnen an Bedeutung.

Megatrend 2: Silver Society

Die Menschen werden älter und die Zahl älterer Menschen steigt. Gleichzeitig bleiben die Menschen länger gesund. Damit entsteht eine neue Lebensphase nach dem bisher üblichen Renteneintritt, der Zeit und Raum für Selbstentfaltung bietet. Hier entstehen vielfältige neue Lebensstile, in denen das Thema Gesundheit eine wichtige Rolle spielt und die Nutzung digitaler Medien zur Selbstverständlichkeit geworden ist. Ältere Menschen gelten als reife Nutzer, die einen bewussten Umgang mit neuen Medien pflegen.

Megatrend 3: Nachhaltigkeit

Nachhaltigkeit hat sich in den vergangenen Jahren als Aspekt des Lebensstils zielgruppenübergreifend verbreitet und ist zu einer grundlegenden Anforderung von Konsumenten geworden. Die Wirtschaft reagiert mit optimierten Prozessen und nachhaltigen Produkten auf die neuen Bedürfnisse. Verstärkt durch handfeste Kostenargumente zielen technische Innovationen verstärkt darauf ab, Ressourcen zu schonen und die Umwelt zu entlasten. So verstärken sich Nachfrage und Angebot gegenseitig und manifestieren einen starken Trend, der auch und gerade im Tourismus wirkt.

Megatrend 4: Gesundheit

Gesundheit ist für viele Menschen zu einem Symbol für ein gutes Leben geworden. Gesundheit ist ein Lebensziel, das sämtliche Lebensbereiche prägt und gerade im Urlaub eine wichtige Rolle spielt. Treiber dahinter sind die demografischen Veränderungen, aber auch ein Wertewandel hin zu mehr Lebensqualität und Selbstverwirklichung.

Megatrend 5: Digitale Vernetzung

Kaum ein Megatrend wirkt stärker und vielschichtiger aus, als die digitale Vernetzung durch soziale Netzwerke, Plattformen und Kommunikationstechnologien. Sie beeinflusst unsere Werte, Lebensstile und Verhaltensmuster. Unternehmen bietet sie neue Möglichkeiten, Prozesse zu organisieren und Kunden anzusprechen oder neue Geschäftsmodelle zu entwickeln.

Megatrend 6: Mobilität

Mobilität ist heute selbstverständlich. Die Individualisierung, ein hoher Bedarf an Flexibilität sowie Zeitknappheit werden die Anforderungen an Mobilität weiter wachsen lassen. Demgegenüber steht ein gestiegenes Umweltbewusstsein und zunehmende Verkehrsprobleme. Technische Innovationen und veränderte Bedürfnisse werden daher zur Triebfeder für vernetzte, postfossile und geteilte Mobilitätsformen.

Quelle: Zukunftsinstitut 2018

Zehn wichtige Tourismustrends für Göhren

1. Marktdiversifizierung:

Die Individualisierung hat in der Tourismusbranche eine starke Differenzierung der Nachfrage zur Folge. Sinnvoll ansprechbare Marktsegmente werden kleiner, Bedürfnisstrukturen komplexer. Dies erfordert eine möglichst individualisierte Marktansprache und Angebotsgestaltung. Bei der Definition geeigneter Zielgruppen gewinnen psychografische Merkmale, also beispielsweise Einstellungen gegenüber gesellschaftlichen Themen an Bedeutung, während soziodemografische Faktoren wie Alter, Herkunft oder Gehalt für eine Marktsegmentierung weniger hilfreich sind.

2. Reisekompetenz

Touristen sind heute reiseerfahrener denn je. Die Erfahrung macht sie zu kompetenten Konsumenten mit gestiegenen Qualitätsanforderungen, die genau wissen, was sie wollen und was sie erwarten können. Eine hohe und verlässliche Angebotsqualität entlang der gesamten touristischen Leistungskette zu fördern, ist deshalb eine zentrale Aufgabe für Tourismusdestinationen.

3. Individualität

Die Individualisierung sowie der Trend zum „hybriden“, also unberechenbaren, Verbraucher erfordert auf der Anbieterseite flexible Systeme. Die Massenpauschalreise hat auf jeden Fall ausgedient und macht maßgeschneiderten Angeboten und individuell kombinierbaren Baukastensystemen Platz.

4. Entschleunigung

Getrieben durch die enorme Komplexität unseres Alltags wünschen sich die Menschen aber auch Entschleunigung im Urlaub. Sie wollen bewusst das Tempo drosseln und zu sich selbst finden. Dabei suchen sie nach intakten Landschaften, ästhetischen Settings und nachhaltigen Erlebnissen. Die neue Reisephilosophie ist zielgruppenübergreifend spürbar und lässt sich im Luxussegment ebenso verwirklichen wie im unteren Preissegment.

5. Nachhaltigkeit

Durch die Ökologisierung unserer Gesellschaft ist Nachhaltigkeit heute mehr denn je ins Bewusstsein gerückt und ein wichtiger Aspekt der Reiseentscheidung geworden. Für die meisten Touristen ist Nachhaltigkeit ein Lifestylethema. Es hat sich die Erkenntnis durchgesetzt, dass nachhaltige Angebote auch eine erhöhte Qualität mit sich bringen. Den Gästen ist bewusst, dass regionale Produkte, authentische Erlebnisse und sozialverträgliche Angebote das Reiseerlebnis steigern. Destinationen sind deshalb herausgefordert, für eine nachhaltige touristische Leistungserstellung zu sorgen und Nachhaltigkeit entlang der gesamten Customer Journey erlebbar zu machen. Eng verbunden mit dem Bedürfnis nachhaltig zu reisen, ist der Wunsch nach Authentizität sowie gesunder Ernährung und Lebensweise.

Hinweis: Der Begriff „Customer Journey“ beschreibt die Reise aus Sicht des Gastes von der ersten Information über die Buchung, die Anreise, den Aufenthalt vor Ort bis zur Heimreise und der Nachbereitung.



6. Neues Selbstbild

Eng verknüpft mit dem gewandelten Reisetil ist ein neues Selbstbild von Reisenden. Sie wollen nicht mehr als Touristen und damit Kunden der Reiseindustrie wahrgenommen (und angesprochen) werden, sondern als Reisende, die ihr Reiseziel entdecken und bewusst erleben. Sie möchten keine Fremden sein, sondern Teil eines echten Urlaubserlebnisses mit authentischen Begegnungen.

7. Digitalisierung

Kaum eine Entwicklung hat den Tourismus so verändert wie die fortschreitende Digitalisierung. Plattformgiganten wie booking.com, TripAdvisor oder Airbnb haben die Spielregeln der Branche auf den Kopf gestellt und neue Anbieter hervorgebracht. Digitale Medien spielen entlang der gesamten Customer Journey eine zentrale Rolle. Umgekehrt wird der Gast immer transparenter, weil er auf seiner Reise überall digitale Spuren hinterlässt. Der digitale Wandel schreitet unaufhaltsam voran. Wer hierauf nicht reagiert, verliert früher oder später die wichtigste Verbindung zum Gast. Von touristischen Destinationen erfordert er eine ganzheitliche Strategie. Zu den wichtigsten Herausforderungen auf lokaler Ebene gehört das Datenmanagement, die mobile Kommunikation mit dem Gast, die Präsenz der Beherbergungsbetriebe auf den großen Buchungsportalen sowie die Stimulierung des Teilens von positiven Erfahrungen über soziale Medien.

8. Overtourism vermeiden

Angesichts der seit Jahren positiven Nachfrageentwicklung im Deutschlandtourismus stößt der Tourismus vielerorts auf Belastungsgrenzen. Die negativen Auswirkungen massenhaft auftretender Touristen auf die Lebensgrundlagen der Bevölkerung werden

aktuell unter dem Begriff „Overtourism“ intensiv diskutiert. Da immer deutlicher wird, dass die ökologischen, sozialen und wirtschaftlichen Auswirkungen des Tourismus auf die Reiseziele angemessen gemanagt werden müssen, um ihre langfristige Lebensfähigkeit zu sichern, geht es nun darum, die Wertschöpfung zu erhöhen und geeignete Bewältigungsstrategien zu entwickeln.

9. Mobilität

Die Mobilität der Menschen ist in den letzten Jahren kontinuierlich gestiegen. Um dem immens hohen und weiterhin wachsenden Mobilitätsbedarf von Touristen zu begegnen, sind intelligente Gesamtkonzepte gefragt, die eine CO2-neutrale Mobilität fördern und verschiedene Mobilitätsformen miteinander verzahnen.

10. Rolle von Tourismusorganisationen

Vor dem Hintergrund der skizzierten Entwicklungen im Tourismus verändern sich auch die Herausforderungen, mit denen Tourismusorganisationen konfrontiert sind. So führen der digitale Wandel und die vielerorts sichtbaren Belastungsgrenzen dazu, dass traditionelles Marketing und Vertrieb als Aufgaben an Bedeutung verlieren, während der Dialog mit den verschiedenen Anspruchsgruppen (touristische Betriebe, Bürger, Gäste, Politik, Partner etc.) immer wichtiger wird. Auch entstehen immer schneller neue Herausforderungen, auf die Tourismusorganisationen flexibel reagieren müssen. Diese Veränderungen schlagen sich bisher kaum in einem veränderten Rollenverständnis und Aufgabenprofil von Tourismusorganisationen nieder. Häufig werden neue Aufgaben in das Pflichtenheft hinzugefügt ohne traditionelle Aufgaben zu überdenken. Dies führt zu Überlastungen und dazu, dass keine Freiräume existieren, um flexibel auf akute Herausforderungen zu reagieren.

Gästestimmen



"Wenn Rügen dann Göhren" –
immer wieder gerne!"

„Der Star von Göhren ist die
abwechslungsreiche und
manchmal atemberaubende Natur
der Umgebung.“

„Tolle Vorabinformation und
Buchungsunterstützung
durch Touristeninfo.“

„Führungen mitgemacht. Diese waren
informativ, kompetent und charmant“



„Der Charakter eines
Fischerdorfes sollte zumindest
in Spuren erhalten bleiben.“

„Ein "Größer, höher, und mehr"
für den eigentlich schönen Ort
und die eigentlich wunderschöne
Insel wäre schade und kein
Erlebnis mehr.“

„Es sollte die Möglichkeit bestehen
abends noch gemütlich etwas zu
trinken mit Blick auf die See.“



„Wie das jetzt schon überlastete
Straßennetz mit der immer größer
werdenden Zahl von Touristen fertig
werden soll, ist mir übrigens völlig
schleierhaft.“

„Ich hätte gern vor der Buchung
gewusst , dass es sich bei Göhren um
eine offenbar reine Aneinanderreihung
von Hotels und Ferienhäusern handelt.“

„Der Busverkehr (Regionalbus) ist
zu einem totalen Chaos
geworden.“

WAS BEWEGT UNS 2019?

Das bewegt die Gäste (Basis: Vergleichender Gästemonitor)

Unsere Gäste im Ostseebad Göhren sind überdurchschnittlich zufrieden, sehen bestimmte Dinge aber auch kritisch. Aufschluss hierüber geben zahlreiche Bewertungen, die die Gäste auf standardisierte Fragen oder durch offene Kommentare abgegeben haben.

Bauliche Gestaltung

Ein Thema, das die Gäste und Bürger sehr bewegt, ist die bauliche Entwicklung von Göhren und die dadurch möglichen Veränderungen des Ortsbildes. Die Gäste wünschen sich, dass der authentische Charakter des Ostseebades als ehemaliger Fischerort sowie die vorhandene Bäderarchitektur erhalten bleibt.

ÖPNV

Gerade weil der ÖPNV in Göhren so wichtig ist, blicken die Gäste sehr kritisch darauf. So stand die Verlegung der Haltestellen stark in der Kritik, ebenso wie die Taktung und die Pünktlichkeit. Vereinzelt wurde die Freundlichkeit des Personals kritisiert.

Verkehr und Parkplatzsituation

Wer mit dem Auto anreist und dieses vor Ort nutzt, verursacht Verkehr und benötigt Parkflächen. Demgegenüber stehen zahlreiche kritische Äußerungen zur Parkplatzsituation und der Höhe der Parkgebühren – ein klassischer Konflikt, dessen Lösung einen ganzheitlichen Ansatz erforderlich macht.

Gastronomieangebot

Als Schwachstelle wird das Gastronomieangebot von Göhren wahrgenommen. Aus Sicht der Gäste fehlen regionaltypische Angebote und Angebote für Vegetarier bzw. Veganer. Insgesamt wünschen sich die Gäste ein größeres und breiteres Angebot. Mehrfach wurde das Fehlen einer Strandgastronomie thematisiert, in der man den Abend am Strand genießen kann.

Museen

Zahlreiche Kommentare der Gäste unterstreichen die Bedeutung der Museen, um die regionale Kultur, das Brauchtum und die Traditionen zu vermitteln. Viele Gäste wünschen sich in diesem Zusammenhang bessere Öffnungszeiten.

Barrierefreiheit

Einige Gäste stellen Mängel in der Barrierefreiheit des Ortes fest. Immer wieder wird in diesem Kontext der Strandzugang thematisiert sowie der Aufzug, der im Jahr 2018 häufig nicht in Betrieb war. Dementsprechend bewerten die Gäste die Senioren-tauglichkeit von Göhren mit der Note 2,9 deutlich unterdurchschnittlich.

Qualitätsmängel in der Unterkunft

Vielfach verweisen die Gäste auf Qualitätsdefizite in der Unterkunft. Meist geht es hier um Mängel, die sich mit wenig Aufwand beheben lassen, wie z.B. die Ausstattung von Ferienwohnungen sowie Sauberkeitsdefizite sowie unfreundlicher Service.

Das bewegt uns Einheimische (Basis: Gespräche, Zukunftswerkstatt)

Nachhaltigkeit: Einer großen Mehrheit ist es besonders wichtig, dass die künftige Tourismusentwicklung nachhaltig erfolgt - also so, dass sich auch folgende Generationen als Bewohner oder als Gast in Göhren wohlfühlen („Enkeltauglichkeit“). Wirtschaftliche Ziele sollen stets im Einklang mit ökologischen und soziokulturellen Zielen verfolgt werden.

Konflikte: Bedingt durch mangelnde Kommunikation sowie Transparenz politischer Entscheidungen und hieraus resultierender Entwicklungen in Göhren ist in den vergangenen Jahren Vertrauen zwischen den Bürgern und den politischen Entscheidungsträgern sowie den Tourismusverantwortlichen verloren gegangen. Regionale Entwicklung im Dialog der Anspruchsgruppen sowie transparente Entscheidungen sind den Bürgern daher sehr wichtig.

Lebensqualität für Einheimische und Gäste: Die Teilnehmer der Zukunftswerkstatt wünschen sich eine Entwicklung von Göhren, die sowohl die Interessen der Einheimischen als auch der Gäste berücksichtigt. Besonders unter den Nägeln brennt den Menschen das Thema bezahlbarer Wohnraum. Weitere Wünsche betreffen die Schaffung eines ganzjährigen Versorgungsangebotes für Einheimische und eine Belebung der Ortsmitte. Handlungsbedarf wird auch in einer intensiveren Zusammenarbeit der Akteure gesehen.

Fachkräftemangel: Trotz großer Anstrengungen bleiben jedes Jahr viele Stellen im Gastgewerbe, aber auch in den benachbarten Branchen unbesetzt. Die Folge sind zusätzliche Schließzeiten oder mangelnde Servicequalität. Als Probleme erweisen sich in diesem Zusammenhang der fehlende bezahlbare Wohnraum sowie die ungenügende Anbindung von Göhren mit dem ÖPNV.

Regionale Wertschöpfung: Trotz der seit Jahren positiven Nachfrageentwicklung bleibt ein zu geringer Anteil der touristischen Wertschöpfung in der Region, um zu mehr Lebensqualität der Bevölkerung beizutragen. Zentrale Probleme sind die zu geringe Zahl ganzzjähriger Arbeitsplätze mit mittleren Einkommen sowie die Tatsache, dass Unternehmenssteuern teilweise nicht in Göhren bezahlt werden, obwohl die Ressourcen und bereitgehaltenen Strukturen von Göhren die Grundlage des Geschäfts bilden.

Angebotsqualität: Die Teilnehmer der Zukunftswerkstatt nehmen Defizite bzw. Handlungsbedarf im Bereich der Angebotsqualität wahr. Als zentrale Punkte werden der Investitionsbedarf im Bereich Ferienwohnungen genannt sowie die Qualität und Bandbreite in der Gastronomie. Ein Zusammenhang zwischen den Defiziten und dem Fachkräftemangel wird gesehen. Außerdem fehle es im Einzelhandel an wertigen Angeboten und die Museen sollten besser in Szene gesetzt werden. Insgesamt besteht der Wunsch nach mehr Qualität und Authentizität in der Angebotsentwicklung.

Saisonalität: Die starke Konzentration der touristischen Nachfrage auf die Sommermonate wird als großes Problem erachtet. Zum einen bringt es den Ort in der Hauptsaison sowohl verkehrsmäßig als auch in Bezug auf die Versorgungsstrukturen an seine Belastungsgrenzen. Zum anderen führt die starke Saisonalität dazu, dass (touristische) Unternehmen ihr Angebot nicht ganzjährig aufrechterhalten können. In der Folge ist das Versorgungsangebot für Gäste und Einheimische in der Nebensaison sehr lückenhaft und touristische Fachkräfte können nicht gehalten werden.



Foto © Martin Stöver

WO WOLLEN WIR HIN?

Die „Zukunft gemeinsam gestalten“ lautete das Motto unserer Zukunftswerkstatt. Die hierfür benötigte gemeinsame Zielvorstellung haben wir in einem intensiven, wertschätzenden und zielgerichteten Dialog gemeinsam erarbeitet.

UNSERE VISION

In Göhren gestalten wir den Tourismus gemeinsam.

Der Tourismus in Göhren basiert auf einer starken lokalen Gemeinschaft, die miteinander bewusste Entscheidungen für eine zukunftsgerechte und nachhaltige Tourismusedwicklung trifft.

Göhren weiß, was es will.

Göhren hat eine starke Identität nach innen und nach außen. Bewohner und Gäste fühlen sich mit Göhren verbunden. Eindeutige Grundsätze und klare Ziele bilden den Rahmen der touristischen Entwicklung und für die Zusammenarbeit innerhalb Göhrens und in der Region.

Göhren ist das Ostseebad für Gesundheitstourismus.

Mit seinem herausragenden gesundheits-touristischen Angebot bietet Göhren einen Ort, an dem gesundheitsorientierte Menschen ganzjährig Urlaub machen, weil sie alles finden, was sie zur Förderung der Gesundheit brauchen.



UNSERE GRUNDSÄTZE

✓ **In Göhren entscheiden wir gemeinsam über unsere Zukunft.**

In Göhren pflegen wir einen wertschätzenden und konstruktiven Umgang miteinander. Dafür kommunizieren wir offen und transparent. Wenn wir unterschiedliche Vorstellungen haben, suchen wir im Dialog nach Lösungen und orientieren uns an unseren gemeinsamen Zielen.

✓ **In Göhren kennen wir die Grenzen der Belastung und begegnen ihnen vorausschauend.**

Göhren ist ein attraktiver und lebenswerter Ort für Bewohner und Gäste - und soll es auch bleiben. Wir wollen den Charakter des Ortes erhalten und die natürlichen Grundlagen des Tourismus schützen. Dies geht nur, wenn wir die Belastungen durch den Tourismus für Natur und Gesellschaft kennen und steuernd eingreifen.

✓ **Göhren ist innovationsfreudig und offen für Veränderungen.**

In Göhren stellen wir uns den Herausforderungen der Zukunft. Unsere Geschichte und unsere Traditionen erhalten wir, indem wir sie lebendig, zeitgemäß und innovativ weiterentwickeln.

✓ **Göhren ist ein Ort der Kundenorientierung.**

Der Tourismus ist unsere Lebensgrundlage und wir möchten, dass Gäste sich wohlfühlen. Wir orientieren uns an den Wünschen der Gäste, vergessen dabei aber nicht unsere eigenen Bedürfnisse.

✓ **In Göhren setzen wir uns verbindliche Ziele und verwirklichen diese auch.**

In Göhren haben wir eine klare Haltung und formulieren unsere Ziele verbindlich. Wir setzen alles dran, unsere Ziele gemeinsam zu erreichen.

UNSERE ZIELE

Drei übergeordnete Ziele sind leitend für unsere touristische Entwicklung in Göhren. Sie bilden den Rahmen aller Entscheidungen im Ort und sind im Einklang miteinander zu verwirklichen. Acht Handlungsziele rücken verschiedene Themen und Funktionsbereiche in den Fokus. Sie bilden die Brücke zur Umsetzung, weil sich aus ihnen Handlungsbedarf unmittelbar ableiten lässt. **Hinweis:** In einem gesonderten Papier werden ausgewählte Ziele weiter konkretisiert und messbar gemacht, um eine kontinuierliche Kontrolle der Zielerreichung zu ermöglichen.

1. Regionale Wertschöpfung steigern

Der Tourismus in Göhren muss so gestaltet werden, dass ein maßgeblicher Anteil der Wertschöpfung in der Region bleibt und hier möglichst vielen Menschen langfristig eine Lebensgrundlage bietet.

Konkret wollen wir erreichen:

- Erzielung höherer Steuereinnahmen aus dem Tourismus
- Steigerung der Übernachtungszahlen in der Nebensaison
- Regionalisierung von Wertschöpfungsketten
- mehr Arbeitsplätze im mittleren Einkommensbereich
- mehr Auszubildende
- mehr Gründungen im Tourismus und in benachbarten Branchen
- Unternehmensansiedlung außerhalb des Tourismus

2. Lebensqualität Ort für Bürger und Gäste verbessern

Die Lebensqualität der Bewohner und die Urlaubsqualität der Touristen stehen im wechselseitigen Verhältnis und sollen im Einklang miteinander gestaltet werden.

Konkret wollen wir erreichen:

- positiver Wanderungssaldo: mehr Zuzüge als Wegzüge
- Erhöhung der Gästezufriedenheit
- Erhöhung der Lebenszufriedenheit und des Tourismusbewusstseins der Bevölkerung

3. Belastungen durch den Tourismus minimieren

Die natürlichen und soziokulturellen Ressourcen sind die zentralen Grundlagen und Anziehungsfaktoren für Touristen. Negative Wirkungen des Tourismus müssen soweit möglich reduziert werden.

Konkret wollen wir erreichen:

- Angemessenes Verhältnis zwischen Touristen und Einwohnern
- Verbesserung der Ökobilanz touristischer Betriebe
- Steigerung der Übernachtungszahlen durch Verlängerung der Aufenthaltsdauer
- Reduzierung von Verkehrsbelastungen zur Hauptsaison
- Wirkungen von Infrastrukturprojekten auf Landschaft und Ökosystem prüfen und bei Entscheidungen berücksichtigen

Acht Handlungsziele für den Tourismus im Ostseebad Göhren

1. Mobilität verträglicher gestalten

- Reduzierung des innerörtlichen Individualverkehrs
- Steigerung des Anteils an Gästen, die mit ÖPNV anreisen
- CO2-neutrale Mobilität vor Ort fördern - für Gäste und Einwohner

2. Saison verlängern

- Steigerung der Übernachtungszahlen in den Monaten Oktober – April
- Anzahl ganzjähriger Arbeitsplätze steigern

3. Den Ort wertig und attraktiv gestalten

- Steigerung der baulichen Qualität
- Bewahrung und Weiterentwicklung der regionalen Baukultur
- Ortsentwicklung auch auf die Bedürfnisse der Bürger abstimmen
- Belebung der Ortsmitte bezüglich Einzelhandel und Gastronomie
- vorrangig qualitative Entwicklung der Bettenkapazität statt Neuschaffung
- Sicherung Fremdenverkehrsfunktion

4. Fachkräfte sichern

- dem Fachkräftemangel in allen Branchen dauerhaft und gemeinsam entgegenwirken
- Steigerung der Mitarbeiterzufriedenheit in den Betrieben

5. Bezahlbaren Wohnraum schaffen

- dauerhaft bezahlbaren Wohnraum schaffen

6. Qualität in der Privatwirtschaft erhöhen (Hotellerie, Gastronomie, Einzelhandel...)

- Steigerung der Gästezufriedenheit
- Steigerung der Angebotsqualität (Ausstattung, Service)
- Einführung von Umweltstandards
- Steigerung der Anzahl zertifizierter Unternehmen

7. Attraktivität für die Jugend erhöhen

- Wegzug junger Erwachsener reduzieren und Zahl der Rückkehrer erhöhen
- Erhöhung der Identifikation junger Menschen mit ihrer Heimat
- Attraktivität Göhrens für Jugendliche erhöhen

8. Regionale Identität stärken

- regionale Identität und regionalen Zusammenhalt stärken
- klare Positionierung nach innen und außen



UNSERE POSITIONIERUNG

So sehen wir Göhren,
so wollen wir sein,
so wollen wir gesehen werden:

Göhren ist ein Ostseebad und Kneippkurort inmitten der Halbinsel Mönchgut auf Rügen. Seine Lage am Nordperd ist einzigartig. Wer die bewaldete Landzunge mit seinen steil abfallenden Küsten umwandert, hört und sieht Meer in allen Richtungen, spürt Freiheit und die Kraft der Natur. Zwei lange Sandstrände, einer im Norden und einer im Süden, bieten einen lebendigen Treffpunkt am Meer für die einen oder einen Ort der Naturnähe und Ruhe für die anderen. Die Kombination aus Fischerdorf und Bäderarchitektur verleiht unserem Ort einen ganz besonderen Charme, den unsere Gäste zu schätzen wissen. Bei uns soll sich jeder wohlfühlen so wie er ist, Gäste wie Bewohner.

UNSERE TOURISTISCHEN THEMEN



Unser Ostseebad verfügt über ein breites Angebotsportfolio, das unsere Gäste sehr zu schätzen wissen. Denn im Vergleich zu den Gästen anderer Seebäder sind sie besonders vielseitig aktiv. Um unser Profil zu schärfen und vorhandene Ressourcen gezielt einzusetzen, möchten wir bei der Entwicklung und Vermarktung unseres Angebots dennoch sinnvolle Schwerpunkte setzen. Hierfür haben wir im Rahmen der Zukunftswerkstatt drei Themengruppen gebildet, aus denen unterschiedliche Strategien resultieren:

Kernthemen

Dies sind Themen, bei denen wir hinsichtlich unseres Angebots sehr gut aufgestellt sind. Bei der Produktentwicklung und -vermarktung können wir unsere Stärken in die Waagschale werfen.

Themen:

- Strand & Relaxen

Strategie:

auf vorhandenen Stärken aufbauen und Angebot pflegen und ggfls. gezielt entwickeln

Profilthemen

Dies sind Themen, bei denen wir hinsichtlich unseres Angebots ganz besonders gut aufgestellt sind und gleichzeitig Wettbewerbsvorteile gegenüber anderen Standorten aufweisen. Bei der Produktentwicklung und -vermarktung können wir also nicht nur unsere Stärken in die Waagschale werfen, sondern uns auch gegenüber Mitbewerber abgrenzen.

Themen:

- Aktiv in der Natur
- Gesundheit

Strategie:

auf vorhandenen Stärken aufbauen, Angebot gezielt entwickeln und zur Profilierung von Göhren nutzen

Ergänzende Themen

Hier bieten wir qualitativ wie quantitativ ein Basisangebot, das die Kernthemen und Profilthemen ergänzt.

Themen:

- Wellness
- Kultur
- Fun & Action
- Kulinarik

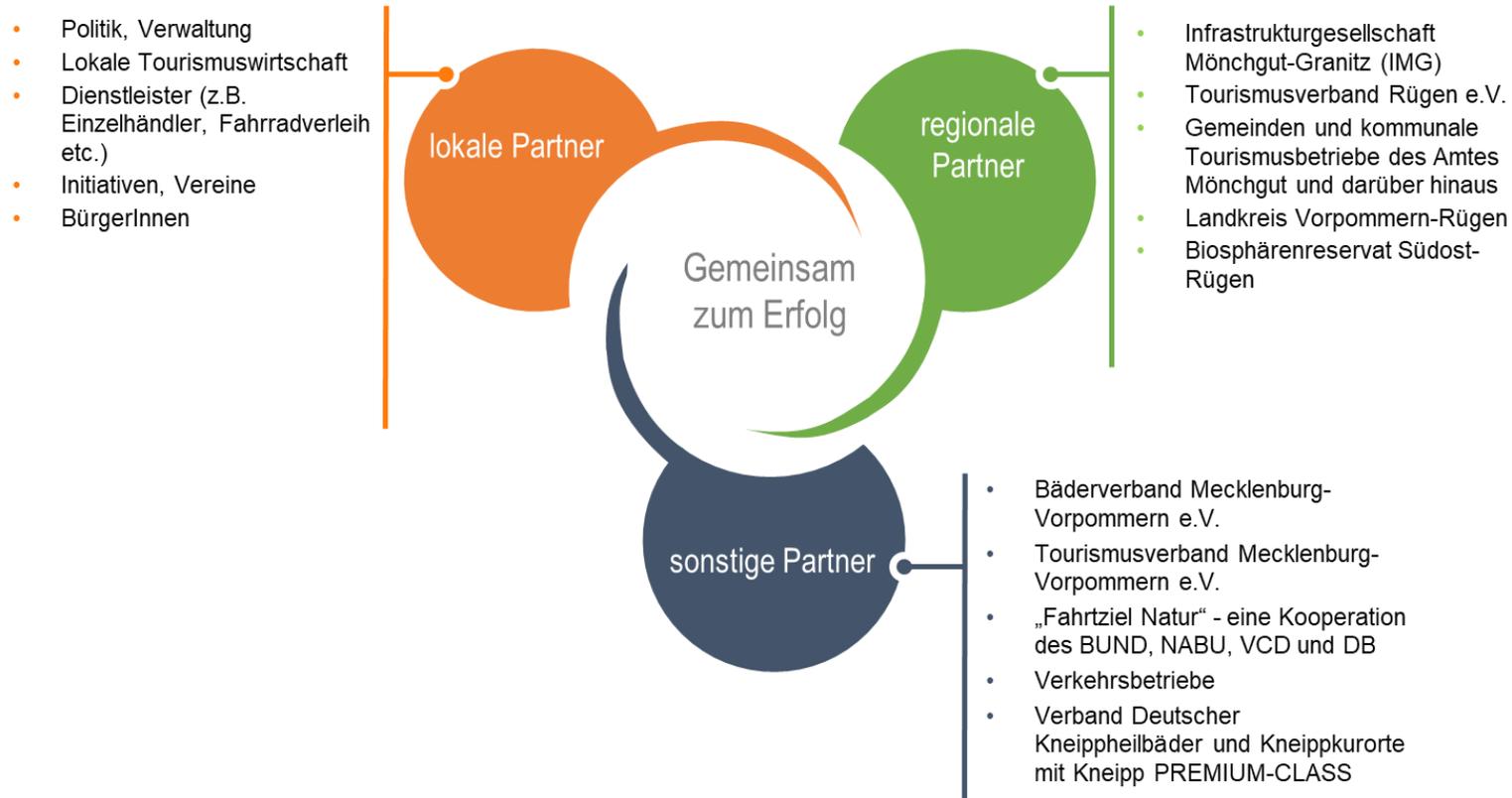
Strategie:

individuelle, zielgruppenspezifische Impulse zur Angebotsentwicklung setzen

WIE KOMMEN WIR DORT HIN?

GEMEINSAM IN DIE ZUKUNFT!

Wir haben uns ehrgeizige Ziele gesteckt, die wir nur mit gebündelten Kräften erreichen können.
Dies sind die entscheidenden Akteure für den Tourismus in Göhren:



UNSERE AGENDA 2020

Die Umsetzung unseres touristischen Zukunftskonzeptes verstehen wir als dauerhaften Prozess, im Rahmen dessen die Ziele und Strategien immer wieder auf den Prüfstand gestellt und regelmäßig neue Handlungsschwerpunkte festgelegt werden. Ab dem Jahr 2020 wollen wir insgesamt zehn konkrete Projekte angehen, die besonders auf unsere Ziele einzahlen. Bei der Festlegung der Projekte ging es uns nicht darum, den bestehenden Handlungsbedarf vollständig abzubilden, sondern vielmehr klare Prioritäten zu setzen und eine machbare Agenda aufzustellen, für die wir uns gemeinsam einsetzen möchten.

Hinter jedem Projekt wird mindestens ein Verantwortlicher stehen, der/die die Fäden des Projektes ziehen und - dort wo nötig - weitere Unterstützer einbeziehen wird. Die konkrete Zuordnung der Verantwortlichkeiten wird sich aus der Umsetzung von Projekt 1 ergeben.

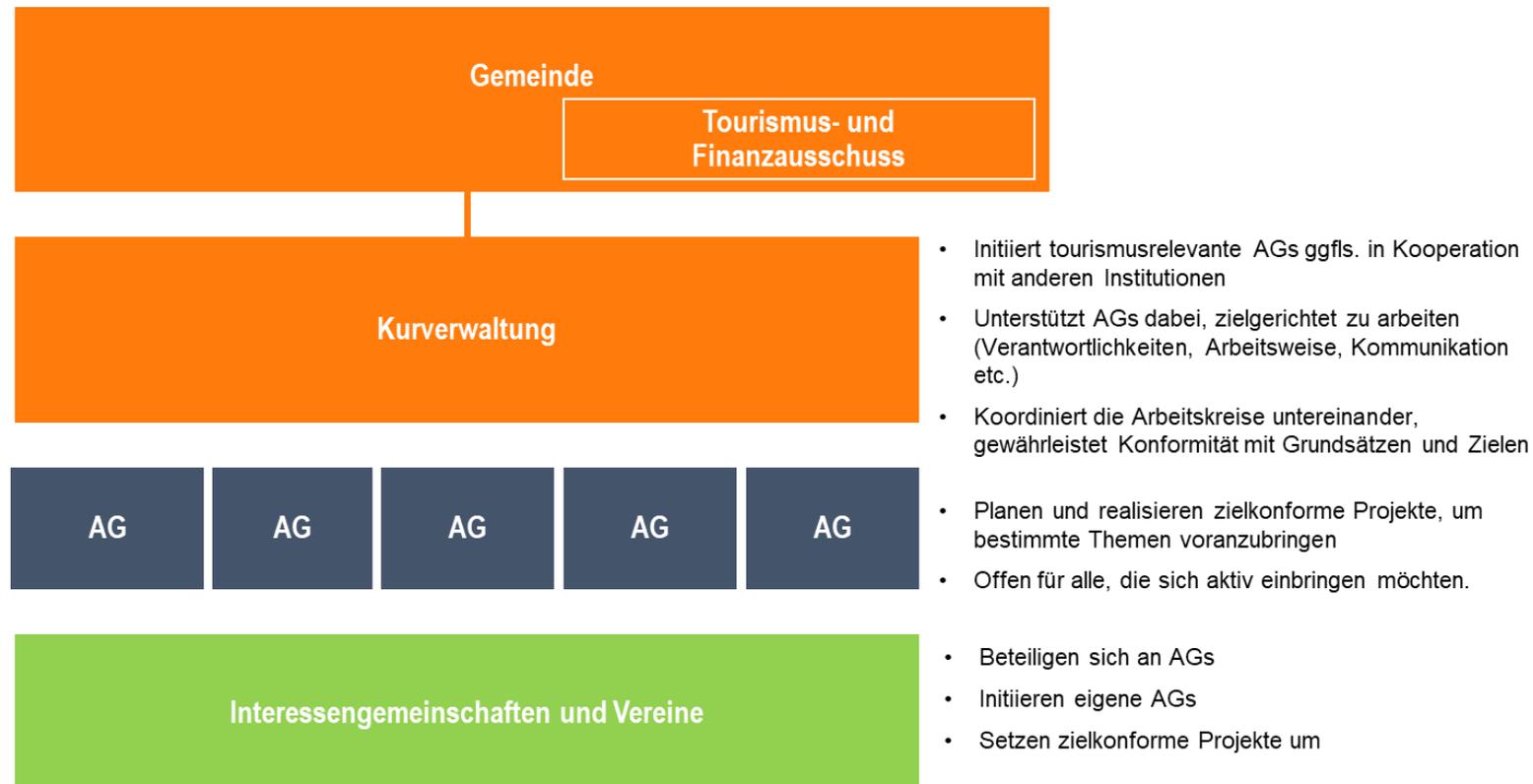
Projekt 1: Zusammenarbeit in Göhren organisieren

Verantwortlich: Interessengemeinschaft

Inhalte	Zahlt ein auf folgende Ziele:
<ul style="list-style-type: none"> • Gründung Interessengemeinschaft der Gewerbetreibenden (erfolgt) • Initiierung thematischer Arbeitsgruppen, die zielgerichtete Projekte planen und realisieren • Strukturierung, Koordination und zielgerichtete Steuerung der Arbeitsgruppen 	<ul style="list-style-type: none"> • Regionale Identität und regionalen Zusammenhalt stärken • Synergien zwischen den Kommunen auf Mönchgut erschließen
Nächste konkrete Schritte	Zeitplan
<ul style="list-style-type: none"> • Arbeitsweise der Arbeitskreise konkretisieren (Verantwortlichkeiten, Prozesse, Kommunikation, Schnittstellen) • Themenvorschläge für die Arbeitsgruppen entwickeln (in Abstimmung mit Interessengemeinschaften) • Gründungsveranstaltungen planen, bewerben, durchführen 	<p>Nächster Schritt: Januar bis Mai 2021</p> <p>Umsetzung: kontinuierlich</p>
Dabei zu beachten	
<ul style="list-style-type: none"> • Enge Zusammenarbeit mit Politik und Verwaltung • Enge Verzahnung mit Interessengemeinschaften • Abstimmung mit anderen Mönchgut-Kommunen • Vorschläge für Arbeitskreise: mitarbeiterfreundlicher Ort, Mobilität, Digitalisierung, Ortsgestaltung, Qualität • Erste konkrete Vorschläge für Maßnahmen: Litfaßsäulenkonzept (wurde geprüft und verworfen), gestalterische Umsetzung der Verbindung zwischen Strand und Ort 	

Zusammenarbeit Kurverwaltung, Arbeitskreise und Interessengemeinschaft

In Göhren haben wir uns das Ziel gesetzt, intensiv und transparent zusammenzuarbeiten. Eine wichtige Bündelung von Interessen und auch Ressourcen erfolgt durch die Gründung der Interessengemeinschaft Gewerbe. Die Aktivitäten von Kurverwaltung und Interessengemeinschaften sollten künftig miteinander verzahnt werden. Ein wichtiges Instrument hierfür sind thematische Arbeitskreise. In den Arbeitskreisen werden Projekte entwickelt und umgesetzt, die auf die definierten Ziele einzahlen. Der Impuls zur Gründung eines Arbeitskreises kann von der Kurverwaltung kommen oder auch von außen. Die Kurverwaltung unterstützt koordinierend und moderiert die Arbeit. Die Umsetzung der Projekte erfolgt durch die Mitglieder der Arbeitskreise oder die Interessengemeinschaft Gewerbe.



Projekt 2: Gestaltungssatzung und Gestaltungsbeirat

Verantwortlich: Bauausschuss

Inhalte	Zahlt ein auf folgende Ziele:
<ul style="list-style-type: none"> • Erarbeitung einer Gestaltungssatzung unter Beteiligung der Göhrener Akteure • Berufung eines Gestaltungsbeirates als beratendes Gremium 	<ul style="list-style-type: none"> • Steigerung der baulichen Qualität in Göhren • Bewahrung, Weiterentwicklung der regionalen Baukultur • eine auf Bürger abgestimmte Ortsentwicklung umsetzen • Steigerung der Aufenthaltsqualität im Ort • Attraktivität Göhrens für Jugendliche erhöhen
Nächste konkrete Schritte	Zeitplan
<ul style="list-style-type: none"> • Stellungnahme Amt Mönchgut-Granitz • Organisation zur Erarbeitung einer Satzung festlegen • Gestaltungsbeirat durch Gemeinde einberufen 	<p>Nächster Schritt: Mai 2021</p> <p>Umsetzung: Beirat: Mai 2021 Satzung: Mai 2022</p>
Dabei zu beachten	
<ul style="list-style-type: none"> • Beleuchtungskonzept inkludieren • Experten einbeziehen • Recherchieren, welche Angebote der Landkreis oder die Architektenkammer bieten • Satzung zur Erhaltung der Zusammensetzung der Wohnbevölkerung der Gemeinde Ostseebad Göhren – Aufstellungs- und Auslegungsbeschluss“ wurde erarbeitet 	

Projekt 3: Aktualisierung der Kommunikationsmaßnahmen

Verantwortlich: Kurverwaltung + Interessengemeinschaft Göhren + Werbegemeinschaft

Inhalte	Zahlt ein auf folgende Ziele:
<ul style="list-style-type: none"> aktuelle Kommunikationsmittel und Maßnahmen auf den Prüfstand stellen Entwicklung von Leitlinien für die Kommunikation auf dieser Basis: Medien- und Marketingplanung Textliche und grafische Modernisierung gemäß der Strategie (Corporate Design), Medienproduktion und Umsetzung der Marketingmaßnahmen 	<ul style="list-style-type: none"> klare Positionierung nach innen und außen Verlängerung der Aufenthaltsdauer Steigerung der Übernachtungszahlen in der Nebensaison
Nächster konkreter Schritt	Zeitplan
<ul style="list-style-type: none"> Erfassung und Bewertung aktueller Medien 	<p>Nächster Schritt: Februar bis Mai 2021 Umsetzung: Kontinuierliche Umsetzung</p>
Dabei zu beachten	
<ul style="list-style-type: none"> Moderne Außendarstellung unter Berücksichtigung einer weiteren Zertifizierung (z.B. als Seeheilbad) Enge Verknüpfung mit Digitalisierungsmaßnahmen Zusammenarbeit mit anderen Mönchgut-Gemeinden und IMG sowie weiteren Marketingpartner Konzept und Umsetzung Stammgastwoche 	

Projekt 4: Qualitätsförderung touristischer Anbieter

Verantwortlich: Kurverwaltung + Werbegemeinschaft

Inhalte	Zahlt ein auf folgende Ziele:
<ul style="list-style-type: none"> Aufbau eines Informations- und Begleitangebots zur Zertifizierung der Privatwirtschaft (Hotellerie, Ferienwohnungen, Gastronomie) 	<ul style="list-style-type: none"> vorrangig qualitative Weiterentwicklung der Bettenkapazitäten anstatt Neuentwicklung Steigerung der Übernachtungszahlen in der Nebensaison Umweltstandards definieren und umsetzen Steigerung der Gästezufriedenheit Steigerung der Angebotsqualität Steigerung der Anzahl zertifizierter Unternehmen regionale Wertschöpfungsketten fördern
Nächster konkreter Schritt	Zeitplan
<ul style="list-style-type: none"> Konzeptentwicklung (Standards, Begleitung, Unterstützungsangebote) 	<p>Nächster Schritt: März bis Juni 2021 Umsetzung: kontinuierlich</p>
Dabei zu beachten	
<ul style="list-style-type: none"> Vorrangige Vermarktung der Qualitätsbetriebe als Anreiz zur Klassifizierung bzw. Zertifizierung Nutzung existierender Klassifizierungsangebote (v.a. Sterneklassifizierung für Beherbergungsbetriebe) und Zertifizierungssysteme (v.a. das Qualitätsmanagement der Initiative Servicequalität Deutschland) Berücksichtigung von Umweltstandards Von der Einführung eines eigenen Göhren-spezifischen Gütesiegels wird aufgrund des damit verbundenen Aufwands sowie der ohnehin schon großen vorhandenen Vielfalt an Gütesiegeln abgeraten. Partnerbetriebe des Biosphärenreservats berücksichtigen 	

Projekt 5: Erstellung eines Digitalisierungskonzeptes

Verantwortlich: Kurverwaltung + Werbegemeinschaft + IMG

Inhalte	Zahlt ein auf folgende Ziele:										
<ul style="list-style-type: none"> • Binnenkommunikation: Jobbörse, Wohnraumbörse, Plattform • Im Ort: Zahlungssysteme, Anbieterberatung, Vernetzung mit KV, Buchungsservice für Vermieter durch KV • Marketing: Open Data, Datenmanagement zukunftsfähig umsetzen • Strukturen zur Umsetzung schaffen (KV, Amt) 	<ul style="list-style-type: none"> • Dauerhaft dem Fachkräftemangel in allen Branchen gemeinsam entgegenwirken • Steigerung der Übernachtungszahlen in der Nebensaison • Steigerung der Gästezufriedenheit • Regionale Identität und regionalen Zusammenhalt stärken • Klare Positionierung nach innen und außen 										
Nächste konkrete Schritte	Zeitplan										
<ul style="list-style-type: none"> • Informationsgewinnung auf Fachmessen und Fachunternehmen • Notwendigen Bedarf ermitteln • Konzepterarbeitung mit externer Unterstützung 	<table> <tr> <td>Nächster Schritt:</td> <td>März - Mai 2021</td> </tr> <tr> <td>Umsetzung:</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Binnenkommunikation:</td> <td>Dezember 2021</td> </tr> <tr> <td>Im Ort:</td> <td>Juni 2022</td> </tr> <tr> <td>Marketing und Strukturen:</td> <td>Dezember 2023</td> </tr> </table>	Nächster Schritt:	März - Mai 2021	Umsetzung:		Binnenkommunikation:	Dezember 2021	Im Ort:	Juni 2022	Marketing und Strukturen:	Dezember 2023
Nächster Schritt:	März - Mai 2021										
Umsetzung:											
Binnenkommunikation:	Dezember 2021										
Im Ort:	Juni 2022										
Marketing und Strukturen:	Dezember 2023										
Dabei zu beachten											
<ul style="list-style-type: none"> • Anforderungen Open Data berücksichtigen • Berücksichtigung der Entwicklungen auf Landesebene • Enge Zusammenarbeit mit Tourismusverband Rügen e.V. • Externe Berater hinzuziehen • Umfassende Sensibilisierung und Information von Unternehmen und Mitarbeitern • Intern: E-Card für Gäste, Bewohner und Mitarbeiter als Option prüfen 											

Projekt 6: Strandentwicklungskonzept

Verantwortlich: Gemeinde + Kurverwaltung + Interessengemeinschaft Göhren

Inhalte	Zahlt ein auf folgende Ziele:
<ul style="list-style-type: none"> • Konzepterarbeitung zur weiteren touristischen Angebotsentwicklung am Strand • Schaffung einer leistungsgerechten Infrastruktur am Nordstrand 	<ul style="list-style-type: none"> • Steigerung der Aufenthaltsqualität im Ort • Attraktivität Göhrens für Jugendliche erhöhen • Erhöhung der Identifikation junger Menschen mit ihrer Heimat • Regionale Wertschöpfungsketten fördern • Steigerung der Übernachtungszahlen in der Nebensaison • Steigerung der Gästezufriedenheit • Klare Positionierung nach innen und außen
Nächster konkreter Schritt	Zeitplan
<ul style="list-style-type: none"> • Sammlung konkreter Maßnahmen und Akteure 	Nächster Schritt: März - September 2021 Umsetzung: Mai 2025
Dabei zu beachten	
Folgende Ideen wurden in der Zukunftswerkstatt gesammelt: <ul style="list-style-type: none"> • Instandhaltung der Seebrücke sowie Prüfung zeitgemäßer Nutzungsformen • Aufrechterhaltung eines ganzjährigen Schiffsverkehrs • Etablierung qualitätvoller Gastronomie mit Blick auf Seebrücke und Kreidefelsen • Strandsauna • Erneuerung der Strandkörbe, Schlafstrandkörbe • Künstlerstrand (Blue Wave Camp, Literaturveranstaltungen, Ausstellungen) • Wandererlebnispfad, z.B. Fitnessparcours, Barfußpfad, Umweltbildung • Gesundheitsangebote im Winter 	

Projekt 7: Bedarf Göhrens in Mobilitätskonzept einbringen

Verantwortlich: Amt Mönchgut-Granitz / Gemeinde

Inhalte	Zahlt ein auf folgende Ziele:
<ul style="list-style-type: none"> • Anforderungen an regionales Mobilitätskonzept formulieren • Entwicklung des regionalen Mobilitätskonzeptes begleiten und Bedarf Göhrens einbringen 	<ul style="list-style-type: none"> • Reduzierung des innerörtlichen Individualverkehrs • Steigerung des Anteils an Gästen, die mit ÖPNV anreisen • CO2-neutrale Mobilität vor Ort fördern • Wegzug junger Erwachsener reduzieren • Attraktivität Göhrens für Jugendliche erhöhen
Nächster konkreter Schritt	Zeitplan
<ul style="list-style-type: none"> • Kontaktaufnahme Verantwortlicher Mobilitätskonzept 	<p>Nächster Schritt: März 2022</p> <p>Umsetzung: abhängig von Mobilitätskonzept</p>
Dabei zu beachten	
<p>Folgende Vorschläge sollten auf Machbarkeit und Verträglichkeit geprüft werden:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fördermittelakquise • Transferlösungen für die „letzte Meile“ (von und nach Binz/ Bergen) finden (in Bearbeitung mit IMG) • Mitarbeiterparkplätze, Mitarbeiter-Parkkarte, Mitarbeiter-Tarif für ÖPNV/ Rufbus • Einführung Mitfahrerbanken, lokale Mitfahrzentrale • Modernisierung Ortsbus, Bäderbahn • Nachhaltige Mobilität im Bereich Warenanlieferung 	

Projekt 8: Car- und Bike-Sharing Angebote etablieren

Verantwortlich: Kurverwaltung

Inhalte	Zählt ein auf folgende Ziele:
<ul style="list-style-type: none">• Analyse und Ansprache geeigneter Sharing-Anbieter<ul style="list-style-type: none">- E-Bike-Sharing- Carsharing	<ul style="list-style-type: none">• Reduzierung des innerörtlichen Individualverkehrs• Steigerung des Anteils an Gästen, die mit ÖPNV anreisen• CO2-neutrale Mobilität vor Ort fördern
Nächster konkreter Schritt	Zeitplan
<ul style="list-style-type: none">• E-Bike Sharing umsetzen	Nächster Schritt: April 2021
Dabei zu beachten	
<ul style="list-style-type: none">• Zusammenarbeit mit lokalen/regionalen Partnern• Kooperation mit Mönchgut- und Rügen-Kommunen• Ladeinfrastruktur berücksichtigen	

Projekt 9: AG Arbeitnehmerfreundlicher Ort

Verantwortlich: Interessengemeinschaft Göhren + Werbegemeinschaft

Inhalte	Zahlt ein auf folgende Ziele:	
<ul style="list-style-type: none"> • Regelmäßiger Informationsaustausch der Arbeitgeber, z.B. Stammtisch • Identifizierung von Kooperationsmöglichkeiten, z.B. gemeinsame Rekrutierung, gemeinsame Unterbringungen, gegenseitige Unterstützung • Vertretung der Interessen der Arbeitgeber bzw. Mitarbeiter bei der Planung von Mobilität und Wohnraum (Verzahnung mit entsprechenden Aktivitäten) 	<ul style="list-style-type: none"> • Dauerhaft dem Fachkräftemangel in allen Branchen gemeinsam entgegen • Steigerung der Mitarbeiterzufriedenheit 	
Nächste konkrete Schritte	Zeitplan	
<ul style="list-style-type: none"> • Auftaktveranstaltung 	<p>Nächster Schritt: Umsetzung:</p>	<p>Abhängig von Projekt 1 kontinuierlich</p>
Dabei zu beachten		
<ul style="list-style-type: none"> • Bestehende Konzeptideen nutzen 		

Projekt 10: Überprüfung des Aufgabenprofils der Kurverwaltung

Verantwortlich: Gemeinde + Kurverwaltung + Interessengemeinschaft Göhren + Werbegemeinschaft

Inhalte	Zahlt ein auf folgende Ziele:
<ul style="list-style-type: none"> • Überprüfung des Aufgabenprofils der Kurverwaltung gemäß zukünftiger Handlungsfelder • Prüfung der organisatorischen Strukturen • Ggfls. Entwicklung und Umsetzung eines Organisationskonzeptes • Anpassung an aktuelle Herausforderungen unter Berücksichtigung vorhandener Ressourcen 	<ul style="list-style-type: none"> • Tourismusorganisation in Göhren schlagkräftiger machen • Steigerung der Übernachtungszahlen in der Nebensaison • Steigerung der Gästezufriedenheit • Steigerung der Angebotsqualität
Nächster konkreter Schritt	Zeitplan
<ul style="list-style-type: none"> • Aufgabenanalyse durch die Kurverwaltung 	Nächster Schritt: Februar - Dezember 2021 Umsetzung: Kontinuierlich
Dabei zu beachten	
<ul style="list-style-type: none"> • Berücksichtigung der Anforderungen aus Digitalisierungsprojekt • Schnittstellen zum Projekt Servicequalität Deutschland beachten 	

Weitere Maßnahmen

Im Rahmen der Zukunftswerkstatt entstanden noch weitere Ideen und Maßnahmen, die wir umsetzen möchten.

1. Etablierung eines **Schlichters/ Ortsmoderators** zur Moderation bei Beschlüssen der Orts- und Regionalplanung
2. Umsetzung der Maßnahmen aus dem **Wohnraumentwicklungskonzept**, v.a. Umwandlung schlecht ausgelasteter Ferienwohnungen in Wohnraum
3. **Unternehmerbefragung**: Bestandsanalyse und Monitoring der wichtigsten wirtschaftlichen Kennziffern des Tourismus (Anzahl Auszubildende, Investitionen, Anzahl Ganzjahresarbeitsplätze, Bedarf Fachkräfte etc.)
4. Beratung **Unternehmensgründungen** und -weiterentwicklungen durch Wirtschaftsförderung des Kreises (vorab: Bedarfs- und Strukturanalyse)
5. **Mobilität verträglicher gestalten**:
 - Synergien nutzen: Mitfahrzentrale, Mitfahrbänke
 - Mehr Fahrradständer
 - Neuartige Mobilitätsformen integrieren (multimodale Mobilität)
 - Kooperation mit der Bahn im Programm „Klimafreundlich reisen“
 - Angebot von Insellogistik.com nutzen, um logistische Prozesse in Göhren zu optimieren
6. **Museen attraktiver gestalten**:
 - Konzeptentwicklung für den Museumshof zum Erlebnishof
 - Gesamtkonzept für die Mönchguter Museen erarbeiten
7. **Naturerlebnisangebote** erweitern oder vorhandene bekannter machen
8. Prüfung, ob die Einrichtung eines **Kur- oder Heilwaldes** möglich ist
9. Zustand und **Beschilderung der Rad- und Wanderwege** überprüfen und nach Möglichkeit verbessern
10. Weitere **Gesundheitsangebote im Winter** schaffen
11. Ideensammlung und -bewertung sowie Umsetzung von Maßnahmen zur **Belebung der Ortsmitte** bezüglich Einzelhandel und Gastronomie

WIE GEHT ES WEITER?

Mit dem vorliegenden Konzept haben wir eine Basis für eine gemeinsame und zielgerichtete touristische Entwicklung im Ostseebad Göhren geschaffen. Es soll allen Akteuren im Ort (Kurverwaltung, Unternehmen, Politik, Institutionen, Bürgerinnen und Bürgern) zukünftig Orientierung für ihr Handeln bieten.

Jeder und jede Einzelne ist ein Teil von Göhren als Ort, der für Gäste und Bewohner gleichermaßen attraktiv sein soll. Wenn sich jeder in seinem Bereich dafür einsetzt, unsere Ziele zu erreichen, die richtigen Zielgruppen anzusprechen und unsere Positionierung erlebbar zu machen, dann rückt unsere Vision in greifbare Nähe.

Den mit der Zukunftswerkstatt Göhren angestoßenen Prozess werden wir fortführen, um die Zukunft in Göhren auch weiterhin zielgerichtet im Dialog zu gestalten. In regelmäßig stattfindenden Arbeitsgruppen werden wir die Handlungsansätze vertiefen, deren Umsetzung gemeinsam voranbringen und ggfls. weitere Maßnahmen entwickeln.

Fühlen Sie sich herzlich eingeladen, sich einzubringen!

Machen Sie mit!

Sie wollen sich einbringen mit Gedanken, Ideen und Tatkraft?

Nehmen Sie Kontakt auf:

Kurverwaltung Ostseebad Göhren

Poststraße 9

18586 Ostseebad Göhren

Telefon: 03 83 08 - 66 79 0

Fax: 03 83 08 - 66 79 32

Mail: aktuell@goehren-ruegen.de

Web: www.goehren-ruegen.de