Positions- und Handlungspapier“ Gemeinsam Zukunft gestalten – Unser Weg zur Umsetzung des Destinationsentwicklungsprozesses 2026 – 2028“

Der Tourismus in Mecklenburg-Vorpommern steht vor einem tiefgreifenden Wandel. Digitalisierung, verändertes Reiseverhalten, Tourismusakzeptanz, Klimawandel und Fachkräftemangel erfordern ein Umdenken: Weg vom reinen Marketing hin zu einem strategischen Destinationsmanagement.

Die regionalen Tourismusverbände im Land Mecklenburg-Vorpommern wurden Anfang der 90er Jahre als Destinationsmarketingorganisationen gegründet. Die Aufgabenstellung moderner Destinationsorganisationen hat sich fundamental gewandelt. Heute stehen Destinationsmanagementorganisationen (DMOs) für umfangreiche außen und innen gerichtete Managementaufgaben rund um die Kernaufgabe „Tourismussteuerung und -entwicklung“. Für die Umsetzung der Managementaufgaben sind die Regionalverbände strukturell, rechtlich und finanziell nicht entsprechend ausgestattet. Von daher ist es an der Zeit, dass sich die Regionalverbände zu schlagkräftigen, verlässlich finanzierten Management-Einheit für den gesamten Lebensraum in der Destination entwickeln.

Der zweijährige Destinationsentwicklungsprozess, gefördert und begleitet durch das Land Mecklenburg-Vorpommern, wird in allen sieben Tourismusdestinationen umgesetzt. Er ist kein abstrakter Organisationsprozess „für den Verband“, sondern ein gemeinsamer Klärungs- und Umsetzungsprozess für die touristische Zukunft der gesamten Ostseeküste Mecklenburg.
Er soll helfen, Rollen, Aufgaben, Finanzierung und Zusammenarbeit zwischen Kommunen, Landkreisen und VMO verbindlich zu sortieren – damit Tourismusentwicklung künftig wirksamer, planbarer und ressourcenschonender gelingt.
Im Kern geht es darum, eine zukunftsfähige, leistungsfähige und aufgabenadäquat finanzierte Destinationsorganisation aufzubauen, die kommunale Partner entlastet, Doppelarbeit reduziert, strategische Themen bündelt und die Region gegenüber Land, Markt und Gästen stärker aufstellt.

Worin besteht der konkrete Nutzen für die Partner?

1. **Klarheit über Rollen, Aufgaben und Zuständigkeiten**
   Ein zentraler Mehrwert des Destinationsentwicklungsprozesses liegt darin, die künftige Rollen- und Aufgabenverteilung zwischen Kommunen, Landkreisen und regionaler Destinationsebene gemeinsam zu klären.

2. **Entlastung der Kommunen bei übergreifenden Zukunftsaufgaben**
   Viele Zukunftsaufgaben im Tourismus lassen sich auf lokaler Ebene allein nur schwer dauerhaft und professionell bearbeiten – Personal dafür vorzuhalten ist teilweise kaum möglich und wenig sinnvoll, wenn alle sich mit den gleichen Themen beschäftigen.
   Die Orte behalten ihre lokale Stärke, werden aber bei übergreifenden Zukunftsaufgaben, wie: Nachhaltigkeit, Datenmanagement, Digitalisierung, Qualitätssicherung, Mobilität, Produktentwicklung oder Krisen- und Resilienzthemen, durch eine leistungsfähigere regionale Organisation unterstützt.

3. **Transparente Entscheidungsgrundlage für Struktur und Finanzierung**
   Mit Unternehmenskonzept, Businessplan und Finanzierungsmodell wird nachvollziehbar dargestellt, welche Aufgaben die künftige Destinationsorganisation übernehmen soll, welche personellen und finanziellen Ressourcen dafür erforderlich sind und wie eine tragfähige Finanzierung aussehen kann. Die kommunalen Partner erhalten eine transparente Entscheidungsgrundlage für Struktur, Aufgaben und Finanzierung.

4. **Effizienter Ressourceneinsatz und tragfähige Finanzierung**
   Angesichts begrenzter personeller und finanzieller Ressourcen im Tourismus hilft der Prozess, knappe Ressourcen wirksamer einzusetzen und eine aufgabenadäquate, langfristig tragfähige Finanzierung der Destination zu sichern.

5. **Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit und Sichtbarkeit der gesamten Destination**
   Der Prozess trägt dazu bei, die Ostseeküste Mecklenburg als gemeinsame Destination stärker, sichtbarer und zukunftsfähiger aufzustellen. Eine klar organisierte und gut ausgestattete regionale Ebene verbessert die gemeinsame Marktbearbeitung, stärkt die Markenführung, erleichtert die Abstimmung mit Landesebene und Förderprogrammen und erhöht die Handlungsfähigkeit bei strategischen Zukunftsthemen. Tourismus wird dabei nicht nur als Marketingaufgabe verstanden, sondern als Beitrag zu Standort- und Lebensqualität.

Rostock, Oktober 2026
Ort, Datum

Im Namen des Vorstandes des Verbandes Mecklenburgischer Ostseebäder e. V.

S. Don

Sibylle Donath
Vorstandsvorsitzende