



Tourismuskonzeption 2023+

Barlachstadt Güstrow



16. Oktober 2023

Inhaltsverzeichnis

1.	Einleitung	3
2.	Tourismuskonzeption 2011: Rückblick und Analyse	5
3.	Rahmensetzung: Die Landestourismuskonzeption	7
3.1.	Güstrow als Teil einer Modellregion	7
4.	Situationsanalyse I: Touristischer Wettbewerb	9
4.1.	Tourismusmarketing in Mecklenburg-Vorpommern	9
4.2.	Wirtschaftsfaktor: Tourismus in Mecklenburg-Vorpommern	11
4.3.	Benchmarking: Touristische Entwicklung in Vergleichsstädten	11
5.	Situationsanalyse II: Tourismus in Güstrow	13
5.1.	Rahmenbedingungen	13
5.2.	Organisation der Tourismusarbeit	15
5.3.	Zielgruppen	16
5.4.	Beherbergungswesen	17
5.5.	Gastronomie	18
5.6.	Freizeit- und Kulturangebote	19
5.7.	Stadtführungen	21
5.8.	Veranstaltungen und Tagungen	22
6.	Strategischer Ansatz und Zukunftsfelder	24
6.1.	Analyse von Stärken, Schwächen, Chancen und Risiken	24
6.2.	Kernziele	30
6.3.	Touristisches Profil und Positionierung	31
6.4.	Künftige Zielgruppen und Quellmärkte	32
6.5.	Strategie- und Zukunftsfelder	33
7.	Umsetzungsmanagement	39
8.	Ausblick	44
9.	Bildverzeichnis	45
10.	Quellenverzeichnis	46

1. Einleitung

Die Barlachstadt Güstrow gehört vor dem Hintergrund der touristischen Leistungsfähigkeit zu den führenden Städten im Urlaubsland Mecklenburg-Vorpommern. Mit knapp 54.000 Gästeankünften und 114.000 Übernachtungen im Jahr (Stand 31.12.2023) – bei einer Einwohnerzahl von rund 30.000 Menschen – hat sich der Tourismus in der Region überdies zu einem bedeutenden Wirtschaftsfaktor für Mecklenburgs Mitte entwickelt.

Absolut betrachtet kann bei einem Blick auf die vergangenen zehn Jahre von einem Aufwärtstrend gesprochen werden, der sich an der positiven Entwicklung des Landes Mecklenburg-Vorpommern orientiert. Die Bettenauslastung ist gestiegen, Zimmerpreise haben sich erhöht, das Erlebnisangebot hat sich qualitativ, teils auch quantitativ verbessert und die Rentabilität von touristischen Betrieben ist gestiegen. Bei genauerer Betrachtung ist jedoch festzustellen, dass der Tourismus in Güstrow starken Schwankungen unterliegt, abweichend von der Entwicklung touristischer Regionen an der Ostseeküste und in der Mecklenburgischen Seenplatte.

Mit der Fortschreibung der Tourismuskonzeption der Barlachstadt Güstrow, die zukünftig im Zwei-Jahres-Rhythmus evaluiert und auf Aktualität geprüft werden sollte, gilt

es einen Blick auf die Gründe für diese Entwicklung zu werfen. Zusammenhänge sollen dar- und Potenziale herausgestellt, Zielsetzungen überarbeitet und eine neue strategische Ausrichtung definiert werden.

Nur durch eine gradlinige Analyse der zurückliegenden touristischen Entwicklung sowie durch eine Anpassung von Leitlinien an aktuelle Anforderungen ist es möglich, in der höchst dynamischen Branche zu bestehen und bei verstärkten Wettbewerbsbedingungen konkurrenzfähig zu bleiben. Nicht zuletzt veranlassen der schnelle Fortschritt im Bereich der Digitalisierung sowie die Veränderung der weltpolitischen Ordnung ein Überdenken der bisherigen Gangart.

In besonderem Maße zu berücksichtigen ist die Landestourismuskonzeption Mecklenburg-Vorpommern in ihrer Fassung aus dem Jahr 2018. Sie setzt den Rahmen für Güstrows zukünftige touristische Präsenz und stellt übergreifende strategische Felder heraus. Als Modellregion, die zur Umsetzung der Landestourismuskonzeption eingerichtet wurde, findet sich Güstrow unmittelbar in selbiger wieder: Mit der sogenannten „Rostock Card + Region“, einer digitalen Gästekarte, kann die Barlachstadt in erheblicher Weise von Erkenntnissen anderer Regionen, einer überregionalen Besucherlenkung sowie von zielgerichteten Fördermitteln profitieren.

Mit der vorliegenden Fortschreibung der Tourismuskonzeption der Barlachstadt Güstrow 2023+ soll die touristische Zukunftsfähigkeit der Stadt erhalten werden. Dies geht nur, wenn politische Entscheider, touristische Leistungsträger, aber auch Einwohner an einem Strang ziehen. Der Startschuss für dieses Gemeinschaftsprojekt ist mit diesem Strategiepapier gegeben. Denn eines ist klar: Ein attraktives, lebenswertes und weltoffenes Güstrow kommt allen zugute.

2. Tourismuskonzeption von 2011: Rückblick und Analyse

Im Jahr 2011 hat die Barlachstadt Güstrow die Fortschreibung des „Tourismuskonzeptes Güstrow“ aus dem Jahr 1997 vorgelegt, das ursprünglich in Zusammenarbeit mit dem Deutschen Wirtschaftswissenschaftlichen Institut für Fremdenverkehr (DWIF) entwickelt wurde. Neben einer Situationsanalyse des Tourismus in MV, der wirtschaftlichen Bedeutung des Tourismus im Land sowie einer Erhebung der touristischen Rahmenbedingungen in der Barlachstadt Güstrow wurde festgehalten, dass

- ein Zusammenwirken von touristischen Leistungsträgern und der Stadt/Güstrow Tourismus e. V. sowie Kooperationen die touristische Attraktivität verbessern sollen,
- eine stärkere Positionierung und territoriale Abgrenzung (Meckl. Schweiz, Seenplatte, Ostsee) nötig ist. Dabei ist „Barlachstadt“ nicht mehr als Alleinstellungsmerkmal zu sehen,
- das Kultur- und Freizeitangebot sowie die touristische Infrastruktur ausgebaut werden müssen,
- die drei Bausteine „Umwelt, Natur- und Wellness, Event- und Tages-tourismus sowie Kultur und Geschichte“ den Rahmen in der Vermarktung darstellen müssen. Das

Thema „Umwelt“ soll schwerpunktmäßig berücksichtigt werden,

- das Innenmarketing harmonisiert werden soll,
- das Beschilderungssystem ausgebaut werden soll,
- die Landesgartenschau 2014 langfristig positive Auswirkungen auf die Außenwahrnehmung der Stadt haben soll,
- die Kreisgebietsreform für die Erschließung der Ostseeküste genutzt werden soll.

Festzustellen ist, dass in allen Punkten Entwicklungen stattgefunden haben. Kooperationen und eine engere Vernetzung von touristischen Akteuren, insbesondere unter Themendächern wie „Genuss“ oder „Natur-tourismus“, konnten etabliert werden, die Region als „Mecklenburgs Mitte“ von touristischen Schwergewichten wie der Mecklenburgischen Seenplatte oder der Mecklenburgischen Schweiz abgehoben werden und das Thema „Umwelt“, insbesondere unter Federführung des Wildparks MV, hervorgehoben werden. Auch die Verschmelzung der Landkreise Güstrow und Bad Doberan trug in touristischer Hinsicht zu Gunsten einer besseren Verknüpfung mit der traditionell beliebten Ostseeregion bei und schuf neue Synergien – nicht zuletzt im Rahmen der Umsetzung der Landestourismuskonzeption und der Etablierung einer überregionalen Gästecard.

Festzustellen ist jedoch auch, dass zahlreiche Entwicklungen von dem gesamtdeutschen und landesinternen touristischen Fortschritt in Schach gehalten wurden und insbesondere die touristische Infrastruktur Güstrows nicht im gleichen Maße wie in anderen tourismusstarken Regionen entwickelt wurde.

Kurzum: Die Barlachstadt Güstrow muss zukünftig schneller auf neue Anforderungen im Tourismus reagieren und im Rahmen eines regelmäßigen Benchmarkings die Aktualität seiner Positionierung und strategischen Ausrichtung überprüfen.

3. Rahmensetzung: Die Landestourismuskonzeption

Um die herausragende Position eine der führenden deutschen Tourismusdestinationen langfristig halten zu können, vor allem angesichts einer bundesweit und international betrachtet äußerst dynamischen Branche und sehr aktiven Wettbewerbsdestinationen, muss sich der Tourismus in Mecklenburg-Vorpommern wiederkehrend neu erfinden und neue Impulse auch deutlich über seine Grenzen hinaus setzen. Den Rahmen bildet die Landestourismuskonzeption des Landes, die 2018 überarbeitet wurde. Die Aktualisierung war notwendig geworden, weil sich Ansprüche und Bedürfnisse von Reisenden, Beschäftigten und Bevölkerung verändert haben, neue Qualitätsdefinitionen am Markt vorhanden sind und Mecklenburg-Vorpommern flexibler wie auch zielgerichteter als bisher auf diese Herausforderungen reagieren wollte.

Die Konzeption ist unter großer Beteiligung im gesamten Land und einem breit angelegten Diskussionsprozess zur Ausrichtung der Konzeption, Finanzierung touristischer Investitionen und Strukturen sowie zum geplanten Umsetzungsmanagement entwickelt worden. Die Umsetzung der Landestourismuskonzeption ist in der Koalitionsvereinbarung 2021-2026 fest verankert und soll ökonomisch, sozial und ökologisch nachhaltig, fair und einwohnerorientiert umgesetzt werden.

In der Landestourismuskonzeption definiert sind drei Strategiefelder:

- Nachhaltigkeit
- Digitalisierung
- Internationalisierung

Zudem werden fünf Zukunftsfelder mit Schlüsselmaßnahmen (= Arbeitsschwerpunkte) festgeschrieben:

- Touristischer Arbeitsmarkt
- Organisation und Finanzierung des Tourismus
- Tourismusbewusstsein und Akzeptanz
- Infrastruktur und Mobilität
- Innovation und Qualität

Als Schlüssel des gemeinsamen Erfolgs steht dabei übergreifend ein integrativer Umsetzungsansatz, der zugleich von der Corona-Pandemie auf den Prüfstand gestellt wurde. Die Pandemie kann vor allem in den Bereichen Digitalisierung, Nachhaltigkeit, New Work, Urbanisierung vs. Rurbanisierung und Arbeitskräfte als Beschleuniger gesehen werden.

3.1. Güstrow als Teil einer Modellregion

Im Zuge der zukunftsfähigen Aufstellung des Tourismus in Mecklenburg-Vorpommern sollen Themen wie die Tourismusfinanzierung, die gebietsübergreifende und interkommunale Zusammenarbeit, die Tourismusakzeptanz, Digitalisierung, Mobilität

und Infrastrukturentwicklung diskutiert werden. Dazu wurden Modellregionen ins Leben gerufen, in denen mit Hilfe von Förderungen neue Wege im Tourismus erprobt werden. Vorrangiges Ziel der Modellregionen ist die Einführung von umlagefinanzierten GästeCards unter Einbeziehung von Mobilitätsangeboten und weiteren regional attraktiven Angeboten. Mit Hilfe einer anschließenden Evaluierung sollen so konkrete Ergebnisse vor Ort und Rückschlüsse für die weitere Umsetzung bis hin zur Anpassung gesetzlicher Grundlagen wie zum Beispiel einem novellierten Kurortgesetz (KOG) und einem angepassten Kommunalabgabengesetz (KAG) sichtbar werden.

Die Modellregionen wurden im Rahmen eines Projektwettbewerbs vergeben. Insgesamt hatten sich acht Regionen beworben. Eine der definierten Modellregionen ist: Stadt Rostock mit Güstrow, Teterow und Schwaaen.

In dem Vorhaben soll die „Rostock Card + Region“ zu einer digitalen Gästekarte entwickelt werden. Rostock fungiert in der Modellregion als Vorreiter. Das ist der unterschiedlichen Ausgangssituation der beteiligten Orte geschuldet. Während in Güstrow noch keine Kurabgaben erhoben werden – was seit Januar 2023 aufgrund der Zuweisung Güstrows als „anerkannter Tourismusort“ möglich wäre, gibt es in Rostock bereits ein Seebad mit Kurabgabe.

Mit der Kurabgabe leisten die Gäste selbst einen Beitrag für einen angenehmen Urlaubsaufenthalt. Dadurch werden etwa ganzjährige Veranstaltungsangebote, Umweltmanagement, touristische Infrastruktur und Services im gesamten Stadtgebiet zweckgebunden finanziert. Aufgrund der fehlenden Kurabgabe und der damit einhergehenden fehlenden Refinanzierung der digitalen Gästekarte wird das Angebot, das perspektivisch auch eine Nutzung des ÖPNV umfassen soll, nach seiner voraussichtlichen Einführung im Sommer 2023 zunächst nur Übernachtungsgästen der Region Rostock und Warnemünde vorbehalten sein.

Die Modellregion erhielt für die Dauer von zwei Jahren (2021-2022) jeweils 100.000 Euro pro Jahr zur Finanzierung von Personalstellen für die Projektleitung. Die Finanzierung der konkreten Vorhaben in der Modellregion erfolgte aus verschiedenen Förderprogrammen. Weiterhin standen Fördermittel in Höhe von rund 200.000 Euro zur Beauftragung von externen Fachleuten für spezielle Themen wie Digitalisierung, Gästekarte, Mobilität oder Kommunalrecht bereit.

4. Situationsanalyse I: Touristischer Wettbewerb

Mecklenburg-Vorpommern ist das zweitbeliebteste Urlaubsreiseziel in Deutschland (Quelle und Stand: FÜR 2022). 2016 wurde erstmals die Schallmauer von 30 Millionen Übernachtungen in gewerblichen Beherbergungsbetrieben durchbrochen, und auch nach einem Rückgang von Gästeankünften und Übernachtungen im Zuge der Corona-Krise liegt der Marktanteil Mecklenburg-Vorpommerns am Deutschland-Tourismus weiterhin hoch. 2022 wurden dem Landesamt für Innere Verwaltung/Statistischen Amt Mecklenburg-Vorpommern zufolge rund 31,8 Millionen Gästeübernachtungen landesweit gezählt (bei 7,4 Millionen Ankünften).

Das OSV-Tourismusbarometer sagt in einer Analyse aus Februar 2023 aus, dass im Jahr 2023 annähernd das Vor-Corona-Niveau erreicht wird; dies gelte insbesondere für Wasserregionen. Städtische Ziele, wie auch die Barlachstadt Güstrow eines ist, liegen aktuell noch bei mehr als zehn Prozent unter den Erfolgen des Jahres 2019.

Die Freizeitwirtschaft hat weiterhin mit den Folgen der Krise zu kämpfen, auch wenn die Besucherzahlen 2022 um 56 Prozent gegenüber dem Vorjahr gestiegen sind. Vermeintliche Opfer der Corona-Krise, Museen/Ausstellungen (+91,3 Prozent) und Spaßbäder/Thermen (+ 91,5 Prozent) profitierten vom Nachholeffekt. Zoos/Tierparks (+24,9 Prozent) und Freilichtmuseen

(+41,4 Prozent) liegen ebenfalls wieder über dem Ausgangsniveau von 2019. Absolut betrachtet liegen die Besucherzahlen ostdeutschlandweit jedoch immer noch mehr als 15 Prozent unter dem Niveau des Vergleichsjahres und damit auch im bundesweiten Ranking unterhalb des Durchschnitts.

Einen neuen Trend markieren Tagesausflügler. Sie haben in den vergangenen Jahren seit 2019 Destinationen im Nordosten, aber auch in Gesamt-Ostdeutschland eine hohe Grundauslastung über das ganze Jahr ermöglicht. Rund 460 Millionen Tagesreisende besuchten 2022 Ostdeutschland – eine Zunahme von neun Prozent im Vergleich zum Vorjahr. Davon profitierten auch Städte und Regionen. Das OSV-Tourismusbarometer empfiehlt, dem Tagestourismus, insbesondere in ländlichen und kleinstädtischen Regionen, eine höhere Wertschätzung zukommen zu lassen. Dies sollte in Zusammenarbeit und Mitwirkung mit bzw. der Bevölkerung geschehen.

4.1. Tourismusmarketing in Mecklenburg-Vorpommern

Das Tourismusmarketing in Mecklenburg-Vorpommern wird im Wesentlichen vom Landestourismusverband Mecklenburg-Vorpommern gestaltet. Die Grundsätze wurden im Rahmen der Landestourismuskonzeption (2018) neu festgesetzt. Sie lauten: „Qualitatives Wachstum anstreben“, „Aufgaben und Zielgruppen einer integrierten Tourismusedwicklung neu denken“,

„Innovationen und Investitionen stärken“, „Stärker regional differenzieren“, Erfolgsindikatoren weiterentwickeln (Paradigmenwechsel von Quantität zu Qualität) sowie „Bereitschaft und Mut zum Umdenken. Bei allen Handlungen sollen Kooperationen und die Kommunikation als Schlüsselfaktoren gedacht werden. Die Rahmenbedingungen für die touristische Entwicklung setzt dabei die Raumplanung, wobei es regionale Unterschiede zu akzeptieren gilt und touristische Entwicklungszentren zu schaffen, um die Attraktivität auch in benachteiligten touristischen Regionen zu steigern.

Im Mittelpunkt der Maßnahmen und Aktivitäten des Landestourismusverbandes stehen die Besucher, was ein ständiges Hinterfragen von Situationen und Gegebenheiten erfordert.

In den Bereichen Marke und Marketing werden die bereits seit vielen Jahren definierten „Urlaubswelten“ und die anhängigen Zielgruppen weiter in den Fokus gestellt und bearbeitet. Sie lauten: Natur und Aktivität (Zielgruppen: Aktive und Sportive), Familien und Kinder (Zielgruppe: Familie), Genuss und Kultur (Zielgruppe: Genießer), Lifestyle und Trends (Zielgruppe: Erlebnisorientierte).

Weiterhin soll die Markenstärke weiter genutzt werden und damit das Profil des Urlaubslandes Mecklenburg-Vorpommern

geschärft werden. Jegliche tourismusmarketingrelevanten Maßnahmen von Akteuren im Land sollen unter einer gemeinsamen touristischen Marke stattfinden. Das Markenversprechen „Hier ist die Welt in Ordnung“ muss als Maßstab und Richtlinie gelten.

Als Markenzugpferde wurden „Natur“, „Ostsee“ und „Rügen/Usedom/Seenplatte“ definiert.

Hauptquellmärkte stellen im Inland Reisende aus Mecklenburg-Vorpommern, Nordrhein-Westfalen, Niedersachsen, Brandenburg und Berlin dar, im Ausland können Niederländer, Schweizer, Österreicher, Dänen und Schweden als Hauptreisende ausgemacht werden.

Im Rahmen eines breiten Beteiligungsprozesses hat der Landestourismusverband im Zuge der Erarbeitung des Landestourismuskonzeption fünf Zukunftsfelder für einen erfolgreichen MV-Tourismus festgelegt. Sie lauten: Touristischer Arbeitsmarkt, Tourismusbewusstsein und Akzeptanz, Organisation und Finanzierung vor allem der regionalen Tourismusorganisationen, Infrastruktur und Mobilität sowie Innovation und Qualität. Die genannten Felder sind Teil eines integrativen Umsetzungsansatzes und Schlüssel des gemeinsamen Erfolgs.

Als koordinative Strategiefelder wurden die Nachhaltigkeit (als Grundmaxime), die Digitalisierung und die Internationalisierung niedergeschrieben.

4.2. Wirtschaftsfaktor: Tourismus in Mecklenburg-Vorpommern

Eine wichtige Voraussetzung für eine zukunftsorientierte und strategisch ausgefeilte Tourismuspolitik der Barlachstadt Güstrow ist die Auswertung von Daten zur volkswirtschaftlichen Wertschöpfung im Bereich des Tourismus' in Mecklenburg-Vorpommern und der Region Güstrow.

Die gesamten touristischen Ausgaben in Mecklenburg-Vorpommern beliefen sich dem Tourismusverband Mecklenburg-Vorpommern nach im Erhebungsjahr 2014 auf rund 7,75 Milliarden Euro. Dabei waren Bundesland-fremde Urlauber für 66 Prozent der gesamten touristischen Ausgaben verantwortlich. Weitere 25,8 Prozent konnten Binnen-Reisenden zugeschrieben werden, 2,4 Prozent Reisenden aus dem Ausland und 6 Prozent dem sonstigen Konsum (unter anderem Selbstnutzung eigener Ferienimmobilien, staatliche Nachfrage).

Der Gesamtbeitrag der Aktivitäten der Tourismuswirtschaft zur Wirtschaftsleistung belief sich auf 4,1 Milliarden Euro, ein Anteil in Höhe von fast zwölf Prozent der gesamten Bruttowertschöpfung in Mecklenburg-Vorpommern.

Rund 131.300 Personen waren zum genannten Zeitpunkt in der Tourismuswirtschaft und in ihren Zulieferbranchen beschäftigt. Das ist ein Anteil von fast 18 Prozent an allen Erwerbstätigen in Mecklenburg-Vorpommern. Hinsichtlich ihrer Beschäftigungswirkung ist die Tourismusbranche in Mecklenburg-Vorpommern damit bedeutsamer als das verarbeitende Gewerbe und übersteigt auch das Gesundheits- und Sozialwesen.

Im Jahr 2021 waren immernoch etwa 131.000 Menschen im Tourismus in Mecklenburg-Vorpommern angestellt. Laut OSV-Tourismusbarometer (Stand: Februar 2023) und dem dwif stellen jedoch der Arbeitskräftemangel und der Nachwuchsmangel die Branche vor große Herausforderungen. Seit zehn Jahren sei den Angaben zufolge jede vierte Ausbildungsstelle im Gastgewerbe in Mecklenburg-Vorpommern unbesetzt.

Besonders herausgestellt werden kann der Querschnittscharakter und die erhebliche Breitenwirkung der landesweiten Tourismuswirtschaft. Dazu kommt, dass die Tourismuswirtschaft in Mecklenburg-Vorpommern relativ betrachtet eine größere Rolle als in allen anderen Bundesländern einnimmt.

4.3. Benchmarking: Touristische Entwicklung in Vergleichsstädten

Zur besseren Einordnung den Tourismus in Güstrow betreffender Statistiken wird im

Folgendes ein Vergleich touristischer Kennzahlen mit drei in Größe, Infrastruktur, Anbindung und Lage ähnlich aufgestellter Städte vorgenommen. Diese sind Waren (Müritz), 21.116 Einwohner (Stand: 2021), Neustrelitz, 20.103 Einwohner (Stand: 2021), sowie Bad Doberan, 12.752 Einwohner (Stand: 2021). Als Referenzzeitraum werden die Jahre 2019, 2020, 2021, 2022 gewählt.

Zunächst gilt es, relevante Zahlen der Barlachstadt Güstrow festzuhalten: Die Gästeankünfte in der Stadt bewegten sich zwischen 39.277 und 67.398 (Mittel: 53.338). Die Übernachtungszahlen lagen im genannten Zeitraum zwischen 91.060 und 142.781 (Mittel: 116.921). Die Aufenthaltsdauer von Urlaubern betrug im Mittel in der Region 2,23 Tage.

Die Gäste-Ankunftszahlen in der Stadt Waren (Müritz) lagen im genannten Zeitraum zwischen 148.129 und 196.760 (Mittel: 172.445). Die Übernachtungszahlen rangierten zwischen 642.658 und 761.711 (Mittel: 702.185). Die Aufenthaltsdauer von Gästen betrug im Mittel 4,13 Tage.

In Neustrelitz konnten zwischen 2019 und 2022 zwischen 25.605 und 34.269 Gästeankünfte registriert werden – das sind im Mittel 29.937. Die Übernachtungszahlen lagen zwischen 45.581 und 76.287 (Mittel: 60.934). Die Aufenthaltsdauer von Gästen betrug im Mittel 2,2 Tage.

Zwischen 16.219 und 35.683 Gäste (Mittel: 19.464) konnten in Bad Doberan im Referenzzeitraum empfangen werden. Die Übernachtungen betragen in den Jahren minimal 107.238, maximal 140.769 (Mittel: 124.004). Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer betrug 5,35 Tage.

Festgehalten werden kann, dass Güstrow im vorgenommenen Vergleich hinsichtlich der Gästeankünfte unmittelbar nach dem touristischen Flaggschiff in Mecklenburg-Vorpommerns Binnenland, Waren (Müritz), einzuordnen ist. Im Hinblick auf Übernachtungszahlen reiht sich Güstrow vor Neustrelitz, jedoch hinter Waren (Müritz) und Bad Doberan ein. Als Gründe können die erheblich längere Aufenthaltsdauer von Gästen angebracht werden (Güstrow im Mittel: 2,23 Tage versus 4,13 Tage in Waren (Müritz) beziehungsweise 5,35 Tagen in Bad Doberan).

Ein genauer Blick auf die touristische Entwicklung der in diesem Punkt aufgeführten Städte macht sichtbar, dass im Jahr 2022 in Neustrelitz bereits die Vor-Corona-Zahlen von 2019 überschritten wurden, während die Statistik der Gästeankünfte und Übernachtungen in den anderen Vergleichsstädten ähnlich verlief: Höchstwerte im Jahr 2019, abfallende Werte in den Jahren 2020 und 2021, stark ansteigende Zahlen im Jahr 2022.

5. Situationsanalyse II: Tourismus in Güstrow

Die Barlachstadt Güstrow ist angesichts ihrer Lage und touristischen Infrastruktur ein lohnendes und beliebtes Ausflugs- und Urlaubsziel in Mecklenburg-Vorpommern mit guten Rahmenbedingungen. Es folgt eine Bestandsaufnahme der Struktur des touristischen Marketings, des Beherbergungswesens, der Gastronomielandschaft, von Freizeit- und Kulturangeboten sowie eine Feststellung von Zielgruppen, Quellmärkten und der Nachfrage.

Im Zuge einer Einwohner-, Branchen- und Gästebefragung, die zwischen September 2022 und April 2023 erfolgte, konnten Meinungen, Einschätzungen und Wünsche akquiriert werden, die bei der Situationsanalyse Berücksichtigung finden.

5.1. Rahmenbedingungen

Güstrow ist eine Kleinstadt mit 29.026 Einwohnern (Stand: 2021) im Rücken der Mecklenburgischen Ostseeküste und am nördlichen Ausgang der Mecklenburgischen Seenplatte. Sie ist umgeben von den größeren Städten Rostock im Norden, Wismar und Schwerin im Nordwesten bzw. Westen, Waren (Müritz) im Süden sowie Teterow im Osten. Die nächste „Bezugsstadt“ ist Rostock.

Güstrow hat einen Bahnhof, der von der Deutschen Bahn im Fernverkehr und Regi-

onalverkehr bedient wird, wobei es eine Anbindung aus Großstädten wie Hamburg und Berlin nicht auf direktem Weg gibt. Mit der Hansestadt Rostock ist Güstrow über eine S-Bahn verbunden. Die Zug-Anbindung ist von Güstrower Bürgern mehrheitlich (> 66 Prozent) als gut befunden worden.

In weniger als 20 Autominuten ist der Flughafen Rostock-Laage erreichbar, der derzeit (Stand: 2023) jedoch nicht im Linienverkehr von innerdeutschen Flughäfen angesteuert wird.

Fernbuslinien erreichen Güstrow aus Richtung Hamburg und Berlin; zudem ist Güstrow über die Autobahnen 19 und 20 gut erreichbar.

Die Lebensqualität in Güstrow wird mehrheitlich positiv bewertet – mehr als 52 Prozent der hier ansässigen (befragten) Menschen leben gerne in der Stadt. Rund zwei Drittel aller befragten Güstrower nutzt im Alltag regelmäßig das Kultur- und Freizeitangebot in der Region – es wird zugleich von mehr als 73 Prozent der befragten Güstrower als ausreichend bis gut eingeschätzt.

Das Angebot an Kultur- und Freizeitangeboten in Güstrow ist breit: Neben einer geschichtsträchtigen Innenstadt mit gut erhaltenem Altstadtkern ist ein sehenswertes Renaissance-Schloss auffindbar, das sich

jedoch (Stand: 2023) in Sanierung befindet. Zahlreiche Museen wie das Norddeutsche Krippenmuseum, das Stadtmuseum, die Städtische Galerie Wollhalle, die Ernst Barlach Museen oder touristische Einrichtungen wie der Wildpark MV, das Erlebnisbad OASE oder das Ausflugsziel „Insensee“ bieten Erlebnisse für Urlauber und Ausflügler.

Die weitere touristische Infrastruktur setzt sich zusammen aus einer zertifizierten Tourist-Information, Hotels, Pensionen und zahlreichen Privatzimmern. Öffentliche Toiletten sind vorhanden, wenngleich diese vielfach bemerkt in nicht ausreichender Zahl und in zu geringer Anzahl vorhanden sind. Parkplätze sind in ausreichender Zahl rund um die Altstadt vorhanden. Zudem gibt es ein Hotelleitsystem und ein ausgebautes Straßen- und Radwegenetz, das nahtlos an Fernradwege wie Berlin-Kopenhagen oder Hamburg-Rügen anschließt.

Als Alleinstellungsmerkmale sind die Altstadt mit Dom und Renaissance-Schloss sowie Erlebnisse rund um den bekanntesten Bürger der Stadt, Ernst Barlach (Ernst-Barlach-Museen, Dom, Gertrudenkappelle) herauszustellen. Als touristische Zugpferde können Umfrageergebnissen entsprechend weiterhin Uwe Johnson, der Insensee, das Speedway-Stadion sowie die OASE definiert werden.

Das einzelhandelsrelevante Kaufkraftniveau der Bevölkerung Güstrows bewegt

sich – ableitend vom Land Mecklenburg-Vorpommern – im durchschnittlichen bis leicht unterdurchschnittlichen Bereich. Es wird mehr Einzelhandelsumsatz getätigt, als den Einwohnern Güstrows an einzelhandelsrelevanter Kaufkraft zur Verfügung steht.

Der Bereich Wirtschaftsförderung der Barlachstadt Güstrow dokumentierte auf Grundlage der Daten des Einzelhandelsfachplans aus dem Jahr 2016 die Entwicklung des Leerstands von Einzelhandelsgeschäften. War im Jahr 2016 in Güstrow noch ein Leerstand von 35 Geschäftsstandorten zu verzeichnen, so nahm der Leerstand bis 2020 auf 32 ab. Im Jahr 2021 verringerte sich der Leerstand auf 27 leerstehende Geschäftsstandorte in der Güstrower Innenstadt. Das bedeutete zwar weniger Leerstand in Zahlen, die neuen Mieter kamen jedoch meistens aus den Bereichen Dienstleistung und Schnellgastronomie – entsprechend gab es nicht zuletzt pandemiebedingt neue Leerstände gegenüber 2020, vor allem im Einzelhandel. Seit 2022 ist der Leerstand wieder steigend.

Öffentlich angeregt wird eine Belebung des Einzelhandels.

Grundsätzlich wird die Tourismusedwicklung in der Region Güstrow in den letzten zehn Jahren von Einwohnern als mittelgut

bis gut bewertet, wobei der Blick in die Zukunft der Urlaubsdestination Güstrow eher verhaltend ausfällt.

Auf mehrere der in diesem Punkt genannten Rahmenbedingungen wird in den folgenden Unterpunkten nochmals vertieft eingegangen.

5.2. Organisation der Tourismusarbeit

Der tourismuspolitische Träger auf kommunaler Ebene ist der eingetragene Verein GüstrowTourismus, der im Jahr 1991 als Fremdenverkehrsverein Güstrow e. V. gegründet wurde. Mitglieder sind Privatpersonen, Hoteliers, Vermieter von Fremdenzimmern, Gastronomen, die Barlachstadt Güstrow, Vereine, Verbände und Stadtführer.

Den Vorstand bilden sechs Mitglieder, deren Vertreter der Stadt, von Hotels, gastronomischen Betrieben, Stiftungen sowie Privatpersonen angehören.

Der GüstrowTourismus e. V. beschäftigt derzeit sechs MitarbeiterInnen, davon vier Teilzeitkräfte, zudem vier Auszubildende.

Die Geschäftsstelle des Vereins ist die Tourismusinformation „Güstrow-Information“ am Franz-Parr-Platz in Güstrow.

Hauptziel des Vereins ist die Förderung der touristischen Entwicklung in der Barlachstadt und der Region. Des Weiteren zählen zu den Aufgabenfeldern:

- Betrieb der Geschäftsstelle „Güstrow-Information“ zur Beratung und Betreuung von Gästen sowie Organisation, Koordination, Entwicklung und Vermittlung von touristischen Leistungen
- Zimmervermittlung und Organisation von Stadtführungen
- Vorbereitung und Durchführung des touristischen Marketings im Vereinsgebiet (insbesondere Leistungsentwicklung, Werbung, Verkaufsförderung)
- Stetige Förderung der touristischen Infrastruktur durch Unterstützung von Maßnahmen zur Erhöhung der touristischen Attraktivität der Barlachstadt Güstrow
- Kontinuierliche Zusammenarbeit mit der Stadtvertretung, der Stadtverwaltung und mit den Vereinen, Verbänden und kulturellen Einrichtungen im Stadtgebiet
- Organisation und Durchführung von Veranstaltungen, Stadtführungen, etc.
- Aufrechterhaltung der mit der Barlachstadt Güstrow abgestimmten Öffnungszeiten
- Absicherung der Aufsicht in den Ausstellungsräumen, Verkauf der

Druckerzeugnisse, Produkte und Eintrittskarten sowie Reinigung des Stadtmuseums

Zur Umsetzung seiner Ziele bedient sich der Verein verschiedener eigener Ausschüsse: Stadtführerausschuss, Vermieter-ausschuss und Marketingausschuss.

Als Grundlage der Finanzierung wird dem Verein Güstrow Tourismus e. V. eine institutionelle Förderung der Barlachstadt Güstrow durch eine jährliche Zuwendung in Höhe von derzeit 175.000 Euro sowie die mietzinsfreie Nutzung von Räumen im städtischen Museum und in der städtischen galerie Wollhalle.(Verzicht auf Grundmiete und Nebenkosten) gewährt. Im Gegenzug betreibt der GüstrowTourismus e.V. die Einrichtungen. Weitere Einnahmen entstehen aus Mitgliedsbeiträgen, Vermittlung von Leistungen, durch den Verkauf und Marketingmaßnahmen für Dritte.

Um bessere Vermarktungschancen im Bereich Radtourismus zu nutzen, hat sich der Güstrow Tourismus e. V. für eine Mitgliedschaft (Fördermitglied) beim ADFC Mecklenburg-Vorpommern entschieden.

5.3. Zielgruppen

Einer Zielgruppenanalyse nach können folgende Ziel- beziehungsweise Anspruchsgruppen festgehalten werden –

nach soziodemografischen Merkmalen:

- Best Ager (50+) und Golden Ager (60+) mit hohem Bildungsniveau und Einkommen
 - Urlauber mit Interesse an Kulturthemen
 - Aktiv- und naturtouristische interessierte Urlauber
- Familien (nachrangig)

nach Reiseform:

- Kurz- und Wochenendurlauber
- Tagestouristen (insbesondere aus Ausflügler von Standorten an der Ostseeküste aus)
- Busreisegruppen
- Transitgäste aus Skandinavien
- Rundreisende (Fahrradtouristen, Wanderer/Pilgerer, Autoreisende)

nach Quellgebieten (Stand: 2022):

- Urlauber aus Mecklenburg-Vorpommern (36 Prozent)
- Urlauber aus Berlin (16 Prozent)
- Urlauber aus Nordrhein-Westfalen (12 Prozent)
- Urlauber aus Brandenburg (14 Prozent)
- Urlauber aus Sachsen (12 Prozent) sowie
- Urlauber aus Niedersachsen (11 Prozent).

In Ableitung einer Zielgruppenanalyse des Landestourismusverbandes Mecklenburg-

Vorpommern (aus dem Jahr 2016) kann zudem ergänzend herausgestellt werden, dass zahlreiche Stammgäste nach Mecklenburg-Vorpommern anreisen (mehr als 42 Prozent), dass mehr als die Hälfte aller Besucher ihren Aufenthalt für Spaziergänge an der frischen Luft sowie zum Besuch von Sehenswürdigkeiten nutzen, dass durchschnittlich 71 Euro pro Person und Tag ausgegeben werden (zusätzlich zur An- und Abreise, für die 77 Euro pro Person im Mittel ausgegeben wird).

5.4. Beherbergungswesen

Güstrow kann ein breites Angebot an Übernachtungsmöglichkeiten vorweisen. Dazu gehören Hotels (Hotel Garni bis Vier-Sterne-Plus-Hotel), Pensionen, ein Hostel ,private Ferienzimmern und ein Caravan-Stellplatz. Ein Campingplatz ist aktuell nicht vorhanden. Aufgrund der Schließung der Jugendherberge ist derzeit (Stand: 2023) kein explizites Schlafangebot für Bildungsreisende beziehungsweise Kinder- und Jugendgruppen vorhanden.

Die Beherbergungslandschaft hat sich in vergangenen Jahren geändert – zahlreiche Betten sind weggefallen. Aktuell (Stand: 2023) sind in 13 Hotels/Pensionen 686 Betten und bei 70 privaten Vermietern 416 Betten buchbar. Insbesondere das Angebot an Ferienwohnungen ist geschrumpft: Insgesamt gibt es damit 1.102 Schlafgelegenheiten.

Hotels und Pensionen:

- Hotels am Insensee „Kurhaus und Strandhaus“
- Hotel am Schlosspark
- Karin und Detlef Hertzsch OHG, Hotel am Tierpark, Ringhotel Altstadt
- Sweet Dream Hostel
- Hotel & Pension „Villa Camenz“
- Haus der Kirche „Sibrand Siegert“
- Pension Lindenhof
- Pension am Pferdemarkt
- Diakonie Güstrow e. V.

Ferienwohnungen und Apartments:

- Ferienwohnung Beynio
- Apartment in Güstrow
- Ferienhaus Bützow
- Ferienwohnung Dräger
- Ferienwohnung Emmrich
- Ferienwohnung Mecklenburg
- Ferienwohnung Sonnenschein p. P.
- Ferienwohnung Hagen
- Ferienwohnung Holst
- Ferienwohnung Mende
- Ferienwohnung Moritz
- Ferienwohnung Güstrow
- City-Apartment „royshell“
- Ferienwohnung Marie-Luise
- Bootshaus am Insensee
- Dornbuschhaus am Insensee
- Ferienwohnung Schmidt
- Ferienwohnung „Alte Ziegelei“
- Ferienwohnung Seemann

Die Auslastung liegt in den Sommermonaten regelmäßig bei über 90 Prozent, in der Nebensaison bei durchschnittlich 30 bis 35 Prozent.

Laut einer Umfrage unter Güstrower Bürgern und touristischen Leistungsträgern der Region ist das Beherbergungsangebot in Quantität und Qualität nur als ausreichend einzustufen. Insbesondere fehlende Übernachtungsangebote für junge Reisende, Gruppenreisende und Bildungsreisende sowie fehlende Stellplatzangebote für Wohnwagen- und Wohnmobilreisende wurden kritisiert.

5.5. Gastronomie

Das gastronomische Angebot ist breit gefächert und erstreckt sich von Schnellrestaurants über Eisdielen und Cafés bis zu Gaststätten beziehungsweise Restaurants.

Derzeit (Stand: 2023) gibt 38 Restaurants, Imbisse und Bistros sowie fünf Cafés. Das Angebot hat sich in den vergangenen zehn Jahren um 26 Betriebe erhöht.

Restaurants:

- Asia Restaurant Family
- China Restaurant Hong Kong
- El Dorado
- Barlach Stuben
- Gaststätte zur Post
- Restaurant Akropolis
- Restaurant Edessa

- Restaurant Kristall
- Markt-Restaurant-Voss
- Markt 7 – Das kleine Restaurant
- Restaurant Wallenstein
- Restaurant im Strandhaus
- Restaurant „Schröders“ im Kurhaus
- Buffet-Restaurant im Hotel am Tierpark
- Ratskeller Güstrow
- Bistro Verdura
- WunderBar Restaurant
- Bistro Derzscher Hof
- Bistro Verdura
- Restaurant Afrin
- Clubhaus am Inselfsee

Cafés:

- Café Küpper
- Wiener Café
- Eiscafé Hahn
- Anmut.Bar
- Café Kardinal

Schnellrestaurants:

- McDonald's
- Dominos
- Burger King
- Funky Pizza

Kneipen und Weinlokale:

- Schnick-Schnack
- Barocktikum
- Weinhaus im Hof
- Mac Pears Irish Pub
- Fantasy sky sportsbar

Bars und Diskotheken:

- Stuk

Sonstige gastronomische Angebote:

- Bowling Center Güstrow
- Ohde Fleischwaren
- Ali Baba Grill
- China Imbiss
- Döner Tankstelle

Die meisten gastronomischen Betriebe haben ganzjährig geöffnet. Vielfach angemerkt wurde von Güstrower Bürgern und touristischen Akteuren sowie von Urlaubern die mangelnde Barrierefreiheit sowie die zu kurzen Öffnungszeiten. So würden zu späterer Stunde in vielen Restaurants oftmals keine warmen Gerichte mehr erhältlich oder die Türen gänzlich verschlossen sein.

5.6. Freizeit- und Kulturangebote

Die Barlachstadt Güstrow hält ein hohes Spektrum an Kultur- und Freizeitangeboten für Urlauber und Ausflügler bereit. Zudem finden jährlich zahlreiche Veranstaltungen statt, die auch von überregionalem Interesse sind.

Museen:

- Stadtmuseum
- Barlachmuseen: Atelierhaus und Gertrudenskapelle
- Norddeutsches Krippenmuseum

- Schlossmuseum
- Heilig Geist Kirche

Theater:

- Ernst-Barlach-Theater

Galerien:

- Städtische Galerie Wollhalle
- Galerie Rambow
- Galerie Güstrow
- Galerie 21
- Galerie Martina Fregin
- Roesnerie
- Galerie „Kunst am Alten Hafen“

Kino:

- Movie Star Kino
- Filmclub
- Wohnzimmerkino Anmut.Bar
- Kino im Kunsthaus

Schloss:

- Renaissance-Schloss mit Parkanlage

Kirchen/Kapellen:

- Dom
- Pfarrkirche St. Marien
- Katholische Kirche

Baden/Wellness:

- Familien- und Freizeitbad OASE
- Hotel „Kurhaus am Insee“
- Freizeitbad Insee

Wildpark:

- Wildpark-MV

Sportanlagen:

- Segelvereine am Insensee
- Speedwaystadion
- Jahn-Stadion
- Niklot-Stadion mit Sportschule
- Sport- und Kongresshalle
- Tennisanlage
- Sportflugplatz (Bockhorst)
- Fitnessstudio mit Angeboten für Touristen
- Reitanlage am Sonnenplatz
- Schießplätze am Bockhorst und am Sonnenplatz
- Hundesportplatz

Boots- Fahrradverleih Fa. Wanderer:

- Boots- und Fahrradverleih am Insensee (Wanderer Aktivtour)
- Fahrradverleih Hotel am Schlosspark

Kegeln/Bowling:

- Bowlingcenter Güstrow
- Meck-Bowl
- Kegelbahn „Alle Neune“

Sonstiges:

- Rathaus und Markt
- Borwin-Brunnen
- Uwe Johnson Stele
- Brinkman-Brunnen
- Stadtmauer
- Wallanlagen
- Bummelmeile Pferdemarkt

Güstrow-Information:

- Stadtführungen
- Stadtrundfahrten
- Nachtwächterführungen

Hervorzuheben ist die Erlebnisvielfalt am Insensee: Der Insensee ist ein beliebtes Naherholungsziel für Einheimische und Gäste der Barlachstadt und einer der touristischen Hotspots der Stadt. In diesem Bereich lassen sich alle Themen, die die Besonderheit der Barlachstadt Güstrow und des sie umgebenden Landschaftsraumes auszeichnen – Kultur und Natur, Land und Wasser, Freizeit, Erholung und Bildung – vereinen.

Der räumliche Schwerpunkt der „Erlebnisvielfalt Insensee“ liegt rund um den Insensee und reicht vom Inselseekanal und den sich nördlich daran anschließenden Liebnitzwiesen im Westen über die Heidberge bis zum Wildpark MV im Osten.

Folgende Einrichtungen, Aktivitäten und Tourismusformen sind rund um den Insensee erlebbar beziehungsweise vorhanden:

- die Badestelle am Nordostufer mit bewachtem Badestrand, Sanitäreinrichtungen, Beachvolleyballfeld, Kinderspielbereich, Grillplatz, Parkieranlagen, Servicepunkt für Radfahrer und Wanderer,

- individuelle Bootstouren mit Kanus, Ruderbooten, Tretbooten, Wasserfahrrädern und einem alten Segelkutter,
- Wassersportmöglichkeiten durch die örtlichen Wassersportvereine einschließlich Eissegeln,
- Drachenboot- und Kutterfahrten durch örtliche Vereine.
- Für Angler sind der Insensee (Freizeitgelände des Anglervereins 1923 e. V.), aber auch der Sumpfsee und die Nebel lohnende Angelreviere.
- Rad- und Wandertourismus:
 - Der Insensee wird gekreuzt von internationalen Radfernrouen R7 – Berlin-Kopenhagen und R11 – Hamburg-Rügen mit Infopunkten und Rastplätzen; hervorzuheben ist der Radwanderastplatz an der Badestelle mit Sanitäranlagen, abschließbaren Fahrradboxen und Grillstelle.
 - Der europäische Fernwanderweg E 10 streift den Insensee auf dem Weg von der Mecklenburgischen Seenplatte nach Rügen.
 - Der Barlachweg führt via Insensee von der Altstadt zum Barlach-Atelierhaus.
 - Die Pilgerwege Birgittaweg und Baltisch-Mitteldeutscher Weg queren den Erlebnisraum Insensee.
 - Der Aussichtsturm „Utkiek“ bietet von den Heidbergen einen Blick über den Insensee.
 - Waldwege führen nahe des Insesees zum Elisabethstein (Gedenktafel für Erstaufforstung) und zum Rodelberg.

5.7. Stadtführungen

In der Barlachstadt Güstrow werden vom Güstrow Tourismus e. V. ganzjährig Stadtführungen angeboten. Diese unterteilen sich in Angebote für Reisegruppen, öffentliche Stadtführungen, Stadtrundfahrten, Nachtwächterführungen und Schlemmernachtwächterführungen sowie Nachtwächterführungen in der Vorweihnachtszeit, Adventsführungen, 90-Minuten-Güstrow-Erleben, Führungen durch die historische Altstadt, Ernst-Barlach-Führungen, Zeitzeugen-Rundgänge, Führungen zur Stadtgeschichte, John-Brinckman-Führungen, romantische Stadtrundgänge, kulinarische Abendspaziergänge, Kinderstadtrundgänge, Krippenführungen und Renaissance-Rundgänge.

Die meisten Teilnehmer erfahren Angebote für Reisegruppen, öffentliche Stadtführungen und Stadtrundfahrten.

Bis zum Beginn der Corona-Pandemie war der Zuspruch an Führungen durch Güstrow stetig wachsend. Im Jahr 2019 wurden 587 Interessierte durch die Stadt gelotst. In den Jahren 2020 und 2021 wurden 282 beziehungsweise 305 Teilnehmer gezählt, im Jahr 2022 konnte wieder eine Zunahme des Interesses bemerkt werden. 404 Menschen nahmen zwischen Januar und Dezember an einer der thematischen Führungen teil.

Im Rahmen der erfolgten Befragung von Einwohnern und touristischen Akteuren (2022) wurde angemerkt, dass Stadtführungen für neue Anspruchsgruppen angeboten bzw. diese gewonnen werden sollten – hier wurden unter anderem Kreuzfahrttouristen genannt.

5.8. Veranstaltungen und Tagungen

Für Tagungen und Kongresse, öffentliche Veranstaltungen und private Feierlichkeiten werden in Güstrow Räume mit Kapazitäten für 40 bis 400 Personen angeboten. Großveranstaltungen sind in der Sport- und Kongresshalle sowie in der Fachhochschule für öffentliche Verwaltung möglich – hier stehen Plätze für jeweils mehr als 1.000 Personen zur Verfügung.

Folgende Räumlichkeiten stehen zur Verfügung (Kapazitätsangabe in Personen):

- Kurhaus am Insee: 160
- Hotel am Tierpark: 80
- Hotel am Schlosspark: 80
- Wildpark MV: 90
- Bürgerhaus Güstrow: 200
- Sport- und Kongresshalle: 2.500
- Renaissance-Raum in der Mühlenstraße: 40
- Fachhochschule für öffentliche Verwaltung: 1.271
- Veranstaltungszentrum des MRV – Viehhalle: 400
- Haus der Kirche „Siebrand Sieger“: 60
- Freizeit-Treff Südkurve: 60
- Städtische Galerie Wollhalle: 80

Die Offerte an Tagungs- und Veranstaltungsorten in Güstrow ist angesichts von Umfrageauswertungen als gut bis ausreichend zu betrachten.

Das Angebot an öffentlichen Veranstaltungen – sowohl an kleineren als auch an größeren – ist breit. Insgesamt können jährlich mehr als 300 für Urlauber relevante Veranstaltungen in Güstrow sowie seinem Umland gezählt werden.

Jährlich wiederkehrende Veranstaltungen mit überregionaler Ansprache und Strahlkraft sind insbesondere:

- **März/April:** Osterfest im Wildpark MV
- **Mai:** Internationaler Museumstag in Güstrower Kultureinrichtungen
- **Juni:** Stadtfest Güstrow
- **Juni:** „Kunst:offen“ in Güstrower Museen, Galerien und Werkstätten
- **Juli:** Sommerfest im Wildpark MV
- **August:** Insensee- und Lampionfest am Güstrower Insensee
- **September:** Einkaufsnacht
- **September:** Uwe-Johnson-Literartage
- **Oktober:** Kunstnacht Güstrow

tungskalender auf der Webseite. Alle Veranstaltungen sind über die landesweite Veranstaltungsplattform des Tourismusverbandes Mecklenburg-Vorpommern abruf- und einsehbar.

Zusätzlich zu den hier aufgelisteten Veranstaltungen finden in der Barlachstadt Güstrow jedes Jahr viele weitere Ausstellungen, Konzerte, Lesungen, Sportveranstaltungen (insbesondere Speedway-Motorsport) und verschiedene Veranstaltungen der unterschiedlichsten Träger statt. Diese sprechen ein vielschichtiges Publikum an.

Hervorzuheben ist an dieser Stelle die geplante 800-Jahrfeier, die die Barlachstadt Güstrow im Jahr 2028 plant.

Zur Koordination der Veranstaltungen findet einmal im Jahr eine Abstimmungsrunde statt. Im Ergebnis entsteht als Printprodukte ein Jahresveranstaltungskalender und drei Quartalsflyer, der diese veröffentlicht, sowie ein ausführlicher Veranstal-

6. Strategischer Ansatz und Zukunftsfelder

Der Tourismus in Deutschland ist im Wandel. Die Corona-Pandemie bremste den stetigen Bergauftrend und führte zur Rezession beziehungsweise Stagnation der Besuchs- und Übernachtungszahlen. Dazu fanden und finden Verschiebungen bei Gästegruppen statt, die nationale Urlaubsdestinationen ansteuern. Besonders hervorzuheben ist die veränderte Entwicklung im Bereich des Tagestourismus (siehe Kapitel 4). Ein weiterer Punkt, der insbesondere im Tourismus in Mecklenburg-Vorpommern aktuell ist, ist der aufkommende Massentourismus, der vor allem die Vor-Corona-Jahre prägte. Vielerorts mehrten sich die Stimmen nach einem Einhalt in der touristischen Entwicklung.

All das bedingt eine Anpassung der bisherigen Strategie und Mut zum Umdenken, um zukünftigen Anforderungen gerecht zu werden. Die Landestourismuskonzeption Mecklenburg-Vorpommern empfiehlt „Evolution statt Revolution“ und eine werteorientierte Entwicklung. Dies bedeute, die qualitative Entwicklung in den Fokus zu setzen und als Maxime in der Tourismusarbeit zu wählen. Die Barlachstadt Güstrow sollte dies in ihrer Strategie berücksichtigen – soweit nicht andere Gründe quantitatives Wachstum benötigen.

Konkret bedeutet dies:

- Qualitative Weiterentwicklung vorhandener Angebote
- Nutzen von touristischen Zertifizierungsoptionen zur Stärkung der Angebotsqualität
- Häufigere Evaluation der Gästezufriedenheit und verstärkter Fokus auf selbige
- Berücksichtigung der Zufriedenheit Einheimischer im Bezug auf das touristische Angebot und die touristische Entwicklung
- Kooperationen entwickeln und integrierte regionale Wertschöpfungsketten schaffen.

6.1. Analyse von Stärken, Schwächen Chancen und Risiken (SWOT)

Um eine Positionierung der Barlachstadt Güstrow, einen strategischen Ansatz, Zukunftsfelder sowie konkrete Maßnahmen entwickeln zu können, ist es wichtig, die aktuellen Gegebenheiten der Stadt einer SWOT-Analyse zu unterziehen. Sie kristallisiert Stärken, Schwächen, Chancen und Risiken heraus und ermöglicht eine 360-Grad-Betrachtung der städtischen Urlaubsregion.

Stärken:

- **Zusammenspiel Stadt und Natur:** Die Städtedestination Güstrow liegt eingebettet in einer touristisch attraktiven und nutzbaren Naturlandschaft. Der Güstrower Insensee ist

Gegenspieler zum kulturellen Stadterleben.

- **Gute Anbindung an Rostock und Ostseeküste:** Die Bezugsstadt und zugleich größte Stadt Mecklenburg-Vorpommerns ist direkt, schnell und in hoher Frequenz mit öffentlichen Verkehrsmitteln von Güstrow erreichbar. Damit wird das touristische Angebot der Stadt wesentlich erweitert und schafft auf der anderen Seite ein attraktives Ausflugsziel für Ostseeküstenurlauber.
- **Touristische Infrastruktur:** Kulturelle Stätten wie das Schloss Güstrow, der Güstrower Dom, historische Bürgerhäuser in der Altstadt, Museen wie die Ernst Barlach Museen, aber auch eine Tourist-Information, gastronomische Betriebe, Erlebnisbäder- und Einrichtungen wie die OASE Güstrow oder der Wildpark MV bilden ein erlebenswertes Konglomerat an Besuchsorten für Urlauber, die in Güstrow zu Gast sind.
- **Überregionales Marketing:** Die Barlachstadt Güstrow und sein Tourismusverein Güstrow Tourismus e. V. haben sich insbesondere in den vergangenen Jahren mit nahegelegenen und im Angebot ergänzen-

den Destinationen zusammengenommen, um Vermarktungspotenziale zu nutzen und die touristische Strahlkraft zu erhöhen. Als Beispiel ist das „Mecklenburgs Mitte – Güstrow, Krakow am See und Bützow – Ihr Urlaubsmagazin 2023/24“ zu nennen.

- **Servicequalität:** Die Servicequalität touristischer Betriebe in Güstrow ist in Ordnung. Mehr als 66 Prozent der Einwohner und touristischen Akteure der Stadt (Umfrage 2022) sehen dies so, nur 13,2 Prozent betrachten die Servicequalität als nicht ausreichend.
- **Zertifizierte Einrichtungen:** Zu Sicherung der Servicequalität, aber auch zur Sicherung eines adäquaten und qualitativ hochwertigen Angebots, das allen relevanten Anspruchsgruppen gerecht wird, hat die Barlachstadt Güstrow an mehreren Zertifizierungsprogrammen teilgenommen. Hervorzuheben sind die Auszeichnungen als „geprüfte Tourist-Information“ (Deutscher Tourismusverband) und „Reisen für alle“ (TMV), welche verschiedenen touristischen Angeboten ein ausreichendes Maß an Barrierefreiheit bescheinigt.

- **Gut entwickelte touristische Wegenetze:** Gleich mehrere überregionale, teils transnationale Wander-, Pilger- und Radrouten queren Güstrow (u. a. Radweg Hamburg-Rügen, Jakobsweg, Birgittaweg), Wanderern, Pilgerern und Radlern bietet sich mit Güstrow ein attraktiver Wegpunkt, der von touristischen Akteuren der Stadt mit Leben gefüllt werden kann. *Achtung:* Es sind zunehmend Qualitätsverluste zu verzeichnen, insbesondere im Bezug auf die Radwegequalität. Rad- und Wanderwege rund um den Inselfee sollten einen schnellen Ausbau erfahren.
- **Image Reiseland Mecklenburg-Vorpommern:** Güstrow, als städtische Destination im Urlaubsland Mecklenburg-Vorpommern, profitiert vom positiven Image und der hohen Bekanntheit des Bundeslandes als attraktives Urlaubsziel. Mecklenburg-Vorpommern ist seit vielen Jahren auf einem der ersten beiden Plätze in der Skala der beliebtesten deutschen Reiseziele zu finden (abwechselnd mit Bayern; Quelle: FUR Reiseanalysen 2015-22).
- **Hohe Konkurrenz zur Ostseeküste und Seenplatte:** Wie auch die Untersuchung des touristischen Wettbewerbs inklusive Benchmarking (siehe Kapitel 4) zeigen, sind Ziele an der Ostseeküste besonders nachgefragt und die touristischen Zugpferde im Nordosten Deutschlands. Die Ankunfts- und Übernachtungszahlen betragen ein Vielfaches von Zielen im Binnenland Mecklenburg-Vorpommern. Gründe sind die natürliche Präsenz der Ostsee und -küste – entsprechend die Geographie.
- **Geringes Marketingbudget:** Mit einem bereinigten Marketingbudget von weniger als 50.000 Euro p. a. ist die Barlachstadt Güstrow im regionalen wie überregionalen Vergleich zurückhaltend aufgestellt. Dies schränkt Maßnahmen ein und führt dazu, dass Potenziale nicht genutzt werden können.
- **Fehlende Berherbergungsangebote (teilweise):** Während im Winter ein ausreichendes Beherbergungsangebot zu verzeichnen ist, ist das Angebot an Betten im Sommer wiederkehrend nicht ausreichend. Grundsätzlich fehlt seit dem Wegfall der Güstrower Jugendher-

Schwächen:

berge im Jahr 2021 ein Beherbergungsangebot für Bildungsreisende und Jugendgruppen.

- **Zu schwache überregionale und internationale Wahrnehmung:**

Aus der Analyse der Ziel-/Gästegruppen und Quellmärkte der Barlachstadt Güstrow (und als Referenz des Urlaubslandes Mecklenburg-Vorpommern) lässt sich eine zu schwache überregionale und internationale Wahrnehmung ableiten. Güstrows Angebot, Vielfalt und Attraktivität gilt es einem breiteren Kreis bekannt zu machen. Es müssen verstärkt skandinavische Urlauber und Urlauber außerhalb Mecklenburg-Vorpommerns und angrenzenden Ländern angesprochen werden.

- **Unzureichende Öffnungszeiten:**

Während das touristische Angebot in Güstrow und Umgebung quantitativ als gut einzustufen ist, hindern die teilweise eingeschränkten Öffnungszeiten touristischer und touristisch genutzter Einrichtungen Inanspruchnahme dieser. In üblichen Kernzeiten, in denen Urlauber die Stadt erkunden, müssen Erlebnisräume wie etwa der Güstrower Dom oder gastronomische Betriebe für Gäste offen stehen beziehungsweise nutzbar sein.

- **Zu geringes Tourismusbewusstsein:**

Trotz der hohen Bedeutung des Tourismus für Güstrow ist das Tourismusbewusstsein bei Bürgern der Stadt als zu gering einzustufen. Eine Einbindung der Einwohner in die touristische Entwicklung der Stadt findet unzureichend statt.

- **Digitalisierungspotenziale nicht genutzt:**

Digitalisierungsmöglichkeiten im Bezug auf die Kundenkommunikation und Produktentwicklung wurden bisher in nicht ausreichender Weise genutzt. Dies ist auch einer zu schwachen Ausstattung mit digitaler Infrastruktur geschuldet.

Chancen:

- **Profit von Ostseeküstenurlaubern bei Etablierung einer regionalen Gästecard:**

Bei Etablierung einer Gästecard für Rostock und die Region (Hintergrund: Modellregion Landestourismuskonzeption) kann Güstrow von einem verstärkten Zufluss von Urlaubern ausgehen, die an der Ostseeküste weilen und zu einem Tagesausflug ins Binnenland kommen. Voraussetzung ist die Integration eines kostenlosen Mobilitätsangebots für Nutzer der Gästecard.

- **Positive Außenwahrnehmung:** Güstrow zählt viele Wiederholungsurlauber. Zugleich ist die Zufriedenheitsrate bei Güstrow-Urlaubern durchweg zufriedenstellend bis gut.
- **Deutschland-Urlaub liegt im Trend:** Hoteliers, Ferienwohnungsbetreiber und touristische Erlebnisanbieter profitieren davon.
- **Steigende Zahl von Zweit- und Drittreisen:** Seit der Corona-Pandemie ist die Aufenthaltsdauer von Gästen überregional betrachtet zurückgegangen (2023: wieder steigend!). Es kann jedoch ein Trend zu Zweit- und Drittreisen festgestellt werden. „Kleinere“ Tourismusorte wie Güstrow können davon profitieren.
- **Gute Lage zwischen Metropolregionen:** Güstrow ist besser als exponierte Urlaubsorte an der Ostseeküste von den Metropolregionen Berlin und Hamburg erreichbar. Von beiden Städten kann die kontrastierende mecklenburgische Kleinstadt in rund zwei Stunden angesteuert werden.
- **Breite Fächerung von Angeboten und Themen:** Die Angebotspalette, die Güstrow seinen Gästen bietet, reicht von einer breiten Kulturofferte, über Aktiv- und Naturerlebnisse bis zum Genussprogramm (Kulinarik). Urlauber können sich geistig und auch aktiv erholen.
- **Einbettung in ländliche Kulturregion:** Angrenzend an Güstrow findet sich das Mecklenburger Parkland, die Mecklenburgische Schweiz und die Mecklenburgische Seenplatte. Alle drei Regionen sind durch zahlreiche historische Kulturstätten wie Guts- und Herrenhäuser geprägt. Güstrow bietet sich für Standortrundreisen/Sternntouren an.
- **Vorhandene touristische Infrastruktur:** Diese kann nicht nur als Stärke beschrieben werden, sondern auch als Chance. Das Basisangebot ist ausreichend vorhanden, es gibt jedoch Optimierungspotenziale. Leerstände gilt es mit Leben zu füllen, die Angebotsqualität in bestehenden Erlebnisräumen zu verbessern.
- **Alleinstellungsmerkmale:** Die Barlachstadt Güstrow kann bei Urlaubern mit mehreren Alleinstellungsmerkmalen punkten, die von überregionaler Relevanz und von breitem touristischen Interesse sind. Zu den Aushängeschildern zählen insbesondere das Güstrower Schloss und die Person Ernst

Barlach mitsamt den ihm zugeschriebenen Erlebnisräumen.

Risiken:

- **Sanierungsstau:** Neben einem Sanierungsstau im Bereich der Verkehrsführung und der (touristischen) Beschilderung ist hier die Verzögerung der Sanierung des Güstrower Schlosses zu nennen. Dieses ist als eines der wesentlichen Aushängeschilder Güstrows von hoher Bedeutung für den Tourismus der Stadt – der Verzug ist ein hohes Risiko für die touristische Fortentwicklung. Zusätzlich verstärkt wird diese Risiko durch die parallel stattfindende Marktsanierung.
- **Mecklenburg-Vorpommern strebt keinen quantitativen Aufbauprozess des Binnenlandes an:** Die aktuelle Landestourismuskonzeption Mecklenburg-Vorpommern hält fest, dass es regionale Unterschiede zu akzeptieren gilt und ein quantitativer Aufholprozess des Binnenlandes nicht auf der Agenda im breiten touristischen Marketing steht. Dies birgt das Risiko, von Vorteilen des Markenzugpferdes Mecklenburg-Vorpommern ausge-

schlossen zu werden und den Anschluss an die überregionale touristische Entwicklung zu verlieren.

- **Gesamtdeutsche touristische Entwicklung:** Güstrows touristische Entwicklung hat in den vergangenen zehn Jahren anders als in vielen anderen touristischen Regionen Deutschlands und Mecklenburg-Vorpommerns stattgefunden. Während im Gros überregional ein stetiger Anstieg von Gäste- und Übernachtungszahlen stattgefunden hat (unterbrochen von der Corona-Pandemie ab 2020), erfolgten in Güstrow Fortschritte und Rückschritte.
- **Strategisch wichtige Themen der Zeit nicht bearbeitet:** Angebotsqualität, Mobilität, Digitalisierung und Nachhaltigkeit erfahren seit einigen Jahren hohe Aufmerksamkeit und Anwendung. Güstrow hat diese Felder in nicht ausreichende Weise bearbeitet und damit Potenziale vergeben.
- **Kosten für den Ausbau der Infrastruktur und des touristischen Angebots:** Für den Erhalt und den Ausbau touristischer Angebote sind erhebliche Investitionen zu tätigen. Diese Gelder stehen zum Zeitpunkt der Bestandsaufnahme nicht in ausreichender Form zur Verfügung.

- **Wegfall von Stadtführern/Mangel an touristischem Fachpersonal:** Güstrow ist ein etabliertes Reiseziel für Gruppenreisende und -ausflügler. Daran anknüpfend werden rund ums Jahr zahlreiche Stadtführungen angeboten und in Anspruch genommen – auch von Individualreisenden. Das Angebot an Stadtführern ist aufgrund von Nachwuchsmangel abnehmend, die Nachfrage jedoch gleichbleibend hoch. Auch das allgemeine Fehlen von touristischem Fachpersonal und vielfach unbesetzte Stellen/nicht qualifiziert besetzte Stellen sind als Risiko zu beschreiben.
- **Wegfall von Betten:** Während sich das gastronomische Angebot in den vergangenen zehn Jahren deutlich erhöht hat, ist das Bettenangebot erheblich gesunken. Besonders das Angebot an Ferienwohnungen und für Bildungs- beziehungsweise Gruppenreisende ist stark gesunken. Ein Gewinn von neuen Gästen bedingt ein ausreichendes und vor allem passendes Angebot an Beherbergungsmöglichkeiten.

6.2 Kernziele

Basierend auf der vorhergegangenen Untersuchung und Feststellung kann zunächst ein Kernziel und Mission Statement entwickelt werden. Es lautet wie folgt:

Die vorliegende Tourismuskonzeption hat die Aufgabe, die Grundlage für eine gezielte und wirkungsvolle Weiterentwicklung des Tourismus in der Barlachstadt Güstrow darzustellen. Dazu sichern und steigern die touristischen Akteure die ganzjährige Attraktivität der Stadt und ihres touristischen Angebots und verbessern die Gästeansprache. Es gilt, die Aufmerksamkeit auf Güstrow überregional zu erhöhen und neue Gästegruppen anzusprechen beziehungsweise zu gewinnen.

Ableitend folgen die qualitativen Ziele:

- Hohe Lebensqualität und gleichwohl hohe Aufenthaltsqualität für Einheimische und Gäste bieten
- Güstrow als lebendigen Tourismusort erscheinen lassen
- hohe Wettbewerbsfähigkeit generieren
- nachhaltige Tourismusedwicklung schaffen
- Bekanntheit der Stadt als Urlaubsort überregional erhöhen
- Güstrow als attraktives Ausflugsziel und Standortreiseziel vermitteln

Quantitative Ziele:

- Wirtschaftlich verträgliche Entwicklung touristischer Angebote
- Steigerung des Marketingbudgets
- Steigerung der Tagestouristen
- Steigerung der Übernachtungs- und Gästezahlen (vor allem in der Nebensaison) mit einhergehender Verbesserung der Auslastung von Übernachtungsstätten
- Aufenthaltsdauer erhöhen

Zur Erreichung der Ziele ist die Umsetzungsplanung im Kapitel 7 zu beachten.

6.3. Touristisches Profil und Positionierung

Alle Kernziele können nur vor dem Hintergrund einer klar definierten und abgegrenzten Positionierung geschehen.

Güstrow hat(te) viele Beinamen – offizieller wie inoffizieller Natur: Barlachstadt, Fair-Trade-Stadt, Residenzstadt, Klein-Paris. Für die Weiterentwicklung der touristischen Infrastrukturen und des Ausbaus eines nachhaltigen Marketings ist es von Bedeutung hervorzuheben, was im Kern das Besondere an Güstrow ist.

Der folgenden Positionierung (kein Slogan!) liegt eine Auswertung der vorhergehenden Untersuchung zugrunde. Sie lautet:

Die Barlachstadt Güstrow ist eine Kulturstadt in Ostseennähe mit historischer Bausubstanz und breitem aktivtouristischem Angebot in einer naturreichen Umgebung.

Entsprechend sollte der Fokus im touristischen Marketing auf die Komplexe „Städtetourismus“, „Aktivtourismus“ sowie „Kultur-tourismus“ gelegt werden.

Als Marketing-Zugpferde sind zu nutzen:

- Ernst Barlach
- Uwe Johnson
- Historische Altstadt mit Dom
- Schloss Güstrow
- Inselsee

Als Profileigenschaften, die Güstrow im Detail beziehungsweise ergänzend zugeschrieben werden können, sind folgende zu nennen:

- Idealer Standort für Ausflüge in Mecklenburgs Mitte
- Nahe Lage zur Ostsee
- Altstadt mit viel historischer Bausubstanz
- Lebendige Atmosphäre rund um den Marktplatz
- Umgeben von viel Natur
- Ausgangspunkt für Aktiverlebnisse
- Backsteingotik

Weitere Assoziationen mit Güstrow:

- Schön, schmuck, sehenswert
- Klein, einheitlich und übersichtlich
- Lebenswert
- Ruhig und idyllisch
- Gemütlich
- Saniert und gut erhalten
- Kleine Gassen und kurze Wege
- Künstlerisch geprägt
- Authentisch
- Freundliche Einwohner

6.4. Künftige Zielgruppen und Quellmärkte

Wichtige Zielgruppen im Bezug auf Ziele und Motive der Destination Güstrow sind zukünftig:

- Alleinreisende: im Alter von 50 Jahren und älter, mit einem höheren Bildungsniveau und Einkommen, bodenständig, mit Interesse an Kulturthemen – oder Aktivreisende
- Paare: im Alter von 50 Jahren und älter, mit einem höheren Bildungsniveau und Einkommen, bodenständig, mit Interesse an Kulturthemen – oder Aktivreisende

Nachrangig, jedoch auch anzusprechen sind Familien mit Kindern und jüngere Erwachsene ab 30 Jahren. Perspektivisch ist diese Anspruchsgruppe (Familien mit Kindern) höher zu werten – dies setzt jedoch

die Entwicklung entsprechender Angebote voraus.

Aufgrund eines fehlenden Angebots sind junge Erwachsene unter 30 Jahren sowie Schulklassen oder Bildungsreisende nicht in den Fokus des touristischen Marketings zu nehmen, wenngleich Offerten für ebendiese Gruppen mitgedacht werden sollten.

Über alle Zielgruppen hinweg sollten Reiseinteressierte nicht nur für einen längeren Urlaubsaufenthalt in Güstrow begeistert werden, sondern auch für Tagesausflüge. Ergo Fokus: Tagestouristen

Nach Quellregionen sollten neben Güstrow affinen Gästegruppen aus Mecklenburg-Vorpommern und Berlin verstärkt Urlauber aus den bevölkerungsreichen und zugleich verkehrstechnisch gut angebundenen Bundesländern Nordrhein-Westfalen und Niedersachsen angesprochen werden. Auch der Quellmarkt Sachsen ist aufgrund seiner traditionellen Verbindung mit ostseenahe Urlaubregionen in den Fokus der Marketingarbeit zu nehmen.

In der internationalen Marktbearbeitung gilt es insbesondere den skandinavischen Quellmärkten Schweden und Dänemark aufgrund der direkten Anbindung an Mecklenburg-Vorpommern Aufmerksamkeit zu schenken.

6.5. Strategie- und Zukunftsfelder

Mit der Neuausrichtung der touristischen Arbeit der Barlachstadt Güstrow sollten strategische Schwerpunktfelder festgelegt werden, die aktuelle Rahmenbedingungen berücksichtigen und wegweisende Wirkung entwickeln. Mit der Definition der folgenden Strategie- und Zukunftsfelder ist unter Umständen auch ein Umdenken sowie eine Sensibilisierung von touristischen Akteuren erforderlich.

Im Folgenden sind die Strategie- und Zukunftsfelder genannt; im Kapitel 7 ist eine Maßnahmenplanung abgeleitet:

Nachhaltigkeit: Das Thema Nachhaltigkeit erfährt seit einigen Jahren eine besonders hohe Bedeutung in allen Gesellschaftsbereichen. Insbesondere im Tourismussegment haben sich zahlreiche Anbieter auf nachhaltigen Tourismus spezialisiert und entsprechende Angebote entwickelt, die auf einer steigenden Nachfrage nach entsprechenden Erlebnissen beruht. Laut Untersuchungen der Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen legen inzwischen mehr als 30 Prozent aller deutschen Urlauber Wert darauf, ökologisch und sozial verträgliche Reisen zu unternehmen.

Von besonders hoher Bedeutung ist der Umwelt-, Ressourcen- und Landschaftsschutz für die Tourismusbranche, da eine intakte Naturlandschaft eine wichtige

Grundlage für das touristische Angebot und Erleben darstellt. Insbesondere in einer Region wie Güstrow, die neben seinem städtischen Erleben vom kontrastierenden In-see, der in eine reiche Naturlandschaft eingebettet ist, lebt. Auf diese Weise ist ein wechselseitiges Verhältnis gegeben. Nachhaltiger Tourismus bietet beste Voraussetzungen, zu einer regionalen Wertschöpfung beizutragen – und das auf lange Sicht. Demzufolge sind naturverträgliche und naturbezogene Angebote für Urlauber auszubauen. Dies trägt nicht zuletzt dazu bei, zunehmenden Qualitätsansprüchen gerecht zu werden und die Wettbewerbsfähigkeit zu steigern.

Ein weiterer Punkt ist eine nachhaltige Führung touristischer Unternehmen, und zwar in betrieblicher Hinsicht. Touristische Betriebe sind der Motor des Tourismus – hier ist wesentlich darauf zu achten, dass ihr Management gesellschaftlichen Trends und Anforderungen folgt. Zu nennen sind die Betriebsführung nach dem CSR-Prinzip (Corporate Social Responsibility) und Aspekte sozialverträglicher Arbeitszeiten, Ruhepausen und Gehälter sowie eine Familienfreundlichkeit oder die Gesundheitsvorsorge. Dazu ist auf eine ressourcenschonende Nutzung touristischer Dienstleistungen zu achten, auf ein energieeffizientes Verwalten von Gebäuden sowie auf Lieferbeziehungen – im Hinblick auf die Verwendung regionaler Produkte. Auch hier geht

es um den Erhalt der Wettbewerbsfähigkeit. Zugleich ist eine nachhaltige Betriebsführung eines der Markenzeichen einer modernen und erfolgreichen Tourismuswirtschaft.

Den dritten Teil in diesem Strategie- und Zukunftsfeld bildet die nachhaltige Mobilität. Für ein Land wie Mecklenburg-Vorpommern ist die nachhaltige Mobilität ein wichtiges Thema. Der Integrierte Landesverkehrsplan (ILVP M-V) gibt vor, dass möglichst viele Touristen ohne PKW anreisen oder ihr Auto im Ort stehen lassen. Ziel ist ein Beitrag zum Klimaschutz, jedoch auch die Verringerung der Verkehrsbelastung zugunsten einer Senkung des Lärmpegels und einer Steigerung des touristischen Erlebens. Der Tourismusstandort Güstrow bietet mit ausreichend zentral gelegenen Parkplätzen und einem funktionierenden öffentlichen Verkehrsnetz sowie einer Anbindung an den Bahn-Regional- und Fernverkehr bereits gute Voraussetzungen durchgängige, intermodal vernetzte Mobilitätsketten anzubieten. Dies gilt es auszubauen.

Kultur und Genuss: Untersuchungen des Tourismusberatungsinstituts dwif zufolge besichtigen mehr als die Hälfte der Urlaubsgäste in Deutschland während ihres Aufenthaltes Sehenswürdigkeiten, viele weitere besuchen Museen, Ausstellungen oder adäquate Angebote. Eines der we-

sentlichen touristischen Angebote der Barlachstadt Güstrow stützt sich auf genau diesen Themenbereich: Kultur. Wie in der vorhergehenden Analyse der Gegebenheiten und touristischen Strukturen Güstrows herausgestellt werden konnte, sind unter anderem das Schloss Güstrow, die historische Altstadt, Ernst Barlach und Uwe Johnson Zugpferde der Stadt. Umfragen zeigten, dass diese Zugpferde maßgeblich für einen Besuch Güstrows erhalten. Auf dieser Kenntnisbasis gilt es entsprechende beziehungsweise vorhandene Angebote auszubauen. Nicht zuletzt kann dies dazu beitragen, die lokale Identität der Region zu erhalten und Traditionspflege zu betreiben.

Als Begleitfeld knüpft sich das Thema Genuss ans kulturelle Erleben an. Hier sind sowohl der kulinarische Genuss als auch regionaler und kultureller Genuss gemeint. Die Barlachstadt Güstrow lanciert bereits seit 2015 das Motto „hier wird GENUSS groß geschrieben“ im Rahmen der Initiative und des Netzwerks „Genüßliches Güstrow“. Dabei stehen qualitativ hochwertige Erzeugnisse aus Güstrow und Umgebung im Fokus und werden unterstützend vermarktet. Dieses Angebot gilt es weiterzuentwickeln, um zu einer Schärfung des Profils zu finden und das kulturelle Erleben in Güstrow zu individualisieren.

Neben dem allgemeinen Etablieren vorhandener Kultur- und Genussangebote gibt

es weitere Erfolgsfaktoren, die in der fachtouristischen Arbeit Güstrows Berücksichtigung finden müssen. So sollten insbesondere eine gezieltere Ansprache von kultur- und genussaffinen Gruppen erfolgen, die Angebotsqualität verbessert, besondere Kultur- und Genusserlebnisse entwickelt sowie Kooperationsangebote aufgebaut werden. Auch eine flexiblere Preisgestaltung trägt maßgeblich zu einer höheren Gästefreundlichkeit im Kulturbereich bei.

Digitalisierung und Kooperationen:

Während in der zurückliegenden Tourismuskonzeption der Barlachstadt Güstrow, die im Jahr 2011 verabschiedet wurde, das Thema Digitalisierung nur eine untergeordnete Rolle spielte, muss dieses Feld heute als wesentliches Strategie- und Zukunftsfeld betrachtet werden. Dazu braucht es weniger technisches Know-How als einen breiten und offenen Blick auf das Thema und analoge Herausforderungen. Die Entwicklung digitaler Angebote in den letzten Jahren kam einer Revolution gleich – zugleich ist sie rasant. Touristische Entscheider sollten hier den Anschluss nicht verpassen und flexibler auf Markterfordernisse reagieren, auch wenn die hohe Dynamik der digitalen Branche herausfordernd ist.

Für die aktive Tourismusarbeit Güstrows ergeben sich vor allem drei Handlungsfelder:

1. Digitale(s) Marketing: Eine individuelle und zielgerichtete Ansprache

von Zielgruppen, die online gut auszumachen sind, ist eine der größten Stärken digitaler Möglichkeiten. In diesem Zuge gilt es die Vielzahl von Kanälen zu nutzen, um touristische Themen und Angebote Güstrows zu vermarkten. Zu den Kanälen zählen Webseiten, Social-Media-Kanäle wie Facebook, Instagram und Youtube, aber auch E-Mail-Marketingsysteme und Buchungsplattformen.

2. Daten- und Kontaktpflege: In den letzten Jahren haben sich in touristischen Destinationen, wie explizit in Güstrow, zahlreiche elektronische Kontakte gesammelt, zudem wurden unzählige touristische Angebote digitalisiert beziehungsweise über Content-Management-Systeme vertrieben. Diese Datenfülle gilt es zu organisieren und unter Berücksichtigungen von Erfordernissen, etwa der DSGVO, zu pflegen. Sie sind ein wesentliches Kapital, das ein zielgerichtetes Marketing (siehe Punkt 1) ermöglicht.
3. Gästeangebot: Mit einem Ausbau des digitalen Angebots, zum Beispiel mit einer Überführung von mehr Angeboten touristischer Leistungsträger ins Internet oder einer Optimierung von Online-Buchungsmöglichkeiten, wird die Customer Journey effektiv verbessert. Auf

diese Weise kann das Gästelerlebnis vor Ort leichter zugänglich, der Komfort erhöht und Buchungsschwellen niedrig gehalten werden. Auch das konkrete Erlebnisangebot vor Ort sollte mit Hilfe digitaler Optionen (Apps, Online-Guides, o. ä.) optimiert werden.

Dringend mitgedacht werden muss ein Ausbau der Kooperationen mit Hilfe des digitalen Angebots. In der heutigen Zeit erlauben bereits vorhandene digitale Infrastrukturen eine bessere Zusammenarbeit und One-Voice-Politik. Hier kann vor allem die Verknüpfung des touristischen Angebots und Marketing von ergänzenden Orten und Gemeinden wie Güstrow mit Krakow am See und/oder Bützow verstanden werden. Des Weiteren ermöglichen integrierte Veranstaltungskalender, etwa jener des Landestourismusverbandes Mecklenburg-Vorpommern, eine überregionale Auspielung von Güstrower Erlebnisangeboten und damit eine vielfach erhöhte Präsenz. Ziel ist es, die Sichtbarkeit zu erhöhen, vorhandene Zielgruppen zu erreichen, neue zu erschließen und die Wettbewerbsfähigkeit aufrecht zu erhalten.

Internationalisierung: Die vorrangigen Quellmärkte der Barlachstadt Güstrow sind, wie die Analyse selbiger aufgezeigt hat, im Westen, Osten und im Norden Deutschlands zu finden. Nur wenige inter-

nationale Gäste erreichen bisher die Barlachstadt Güstrow – trotz eines für sie attraktiven Angebots. Insbesondere skandinavische Gäste, die in kurzer Zeit Mecklenburg-Vorpommern erreichen, passieren Güstrow oftmals ohne Stadterleben. Das Potenzial ist enorm: Mehr als 30.000 Gäste aus Dänemark, mehr als 35.000 Gäste aus Schweden erreichen jedes Jahr das Bundesland, vornehmlich über den Seehafen Rostock. Diese Chancen gilt es zu nutzen – nicht zuletzt aufgrund der historischen Verflechtung Güstrows mit den skandinavischen Ländern. Auch niederländische Gäste (MV: mehr als 50.000 Gästeankünfte im Jahr) sollten in die zugehörige Quellmarkt- und Marketingarbeit Güstrows einbezogen werden. Sie machen bisher nur einen kleinen Anteil der Gäste Güstrows aus.

Eine Unterstützung für die Bearbeitung relevanter internationaler Märkte kann die sich derzeit in der Entwicklung befindliche Gästecard der Modellregion Rostock mit Güstrow, Schwaan und Teterow sein, die Aufmerksamkeit auf Rostocks Umland lenken wird und aufgrund der geplanten Benefits zahlreiche Anreize für Tagesausflüge aus Rostock ins benachbarte Güstrow vermittelt.

Bei allem Potenzial geht es nicht ohne entsprechende Qualifizierungsoffensiven von touristischen Betrieben und Mitarbeitern. Der Incoming-Anteil kann nur gesteigert

werden, wenn internationale Kooperationen angestoßen werden, an länderübergreifenden Projekten mitgearbeitet wird und vor allem in die sprachliche und kulturelle Bildung von Mitarbeitern investiert wird. Nur so können Angebote für nicht-deutschsprachige Urlauber vertrieben werden und Reisende aus dem Ausland zufriedenstellend empfangen und betreut werden.

Stadtentwicklung: Wie soll städtischer Tourismus zukünftig aussehen – eine Frage, die vielfach diskutiert wurde und keine einheitliche Antwort erfahren kann. Gleichwohl lässt sich feststellen, dass Güstrow zwar eine gewisse touristische Infrastruktur und ein attraktives Angebot für Urlauber im städtischen Erlebnisbereich bereithält, dennoch im Detail erheblicher Verbesserungsbedarf besteht, damit sich die Aufenthaltsqualität verbessert und die Stadt zukünftigen Anforderungen gerecht wird.

Folgende Punkte muss Güstrow zukünftig in den Fokus nehmen:

1. Touristische Mobilität: Ausbau des Linienverkehrs, jedoch auch ein umweltverträgliches Management. Dazu Entwicklung neuer Mobilitätsangebote
2. Touristische Infrastruktur: Ausbau von Einrichtungen, die von Gästen genutzt werden. Entwicklung von

öffentlichen Plätzen und Orten. Dabei: Berücksichtigung der Barrierefreiheit

3. Veranstaltungswesen: Events und Projekte mit regionaler wie auch überregionaler Bedeutung als Chance für eine Stadtentwicklung nutzen
4. Schutz und Pflege historischer Orte: Historische und zugleich touristisch attraktive Orte (wie das Güstrower Schloss oder die historische Altstadt) erhalten, weiterentwickeln sowie ihre Sanierung prioritär behandeln

Tagestourismus: Wie in der Situationsanalyse herausgestellt werden konnte, markiert die Zunahme von Tagesausflüglern (deutschlandweit) einen neuen Trend im Tourismus. Entsprechend der Empfehlung des OSV-Tourismusbarometers, die vor allem kleineren Städten und Regionen eine Annahme des Trends nahelegt, sollte die Barlachstadt Güstrow in einem weiteren Strategie- und Zukunftsfeld das Thema „Tagestourismus“ bearbeiten. Dieses Feld ist eng mit dem vorigen, der Stadtentwicklung, aber auch mit den anderen Strategie- und Zukunftsfeldern verzahnt und synergetisch verbunden.

Mit Hilfe verschiedener Maßnahmen kann die ganzjährige Grundauslastung in Güst-

row erhöht werden – so finden Tagesausflüge dem Tourismusbarometer nach gleichmäßig verteilt unter der Woche wie auch sommers wie winters statt. Gleichzeitig kann über das touristische Aufkommen die Nachfrage im lokalen Einzelhandel, der in Güstrow nicht ausschließlich durch Einheimische gestützt werden kann, gesteigert und für ein wirtschaftliches Überleben von Betrieben gesorgt werden. Ein weiterer positiver Effekt bei der Stärkung des Tagestourismus in Güstrow ist, dass die Stadt-Land-Verflechtung verbessert wird und ein gegenseitiger Profit vom Ausflugsverkehr ermöglicht wird. Auch kann das Freizeit- und Kulturangebot Güstrows durch ein erhöhtes tagestouristisches Aufkommen ausgebaut werden.

Herauszustellen ist, dass Tagestourismusmanagement ein gemeinschaftliches Engagement erfordert und nur durch eine intensive Zusammenarbeit aller touristischen Entscheider und Leistungsträger zielführend entwickelt werden kann.

7. Umsetzungsmanagement

Mit der Erarbeitung eines strategischen Ansatzes und der Definition der Strategie- und Zukunftsfelder ist die Grundlage für die Schärfung des touristischen Profils der Barlachstadt Güstrow gelegt und die Route der touristischen Aktionen definiert. Wie der Weg beschritten wird, gilt es im Rahmen eines Aktivitätenplans festzuhalten.

Die im folgenden aufgeführten Maßnahmen, die sich den im Punkt 6.5 beschriebenen Feldern zuteilen lassen, erheben in keiner Weise den Anspruch auf Vollständigkeit, sondern bilden einen Ideenpool, aus dem vor dem Hintergrund des vorhandenen Budgets, der jeweiligen politischen Ausgangslage, der aktuellen Stadtentwicklung und der Kooperationsbereitschaft von touristischen Leistungsträgern geschöpft werden kann.

Die Reihenfolge der genannten Maßnahmen entspricht keiner Gewichtung.

Maßnahmenkomplex 1 (Natur- und Nachhaltigkeit):

- Erarbeitung einer Nachhaltigkeitsstrategie (generell oder für den Bereich Tourismus) für die Barlachstadt Güstrow

- Intensiviere Vermarktung von Rad- und Wanderthemen: Medienkooperationen mit Special-Interest-Medien (Wandern, Radfahren), Pressemitteilungen zum Rad- und Wanderangebot, Kooperationen mit Landestourismusverband im Bezug auf Aktivthemen und Beteiligung an entsprechenden Kampagnen, Erarbeitung von Rad- und Wanderbrochüren für die Region, Toureinspielungen auf Online-Outdoor- und Navigations-Plattformen wie Komoot
- Ausbau der Rad- und Wanderwegeinfrastruktur: Beschilderungssystem überarbeiten, neue Rad- und Wanderwege erarbeiten und ausweisen, Qualität der Rad- und Wanderwege sichern, ausreichendes Angebot an Rund- wie auch an Fernwegen sicherstellen, Etablierung eines Fahrradverleihs am Güstrower Bahnhof
- Ausbau von Kooperationen mit Natur- und Erlebnisanbietern: Stärkung der Zusammenarbeit mit dem Wildpark MV als wichtigsten Naturerlebnisanbieter in Güstrow, touristische Leistungspartner motivieren zur Aufnahme/Etablierung von Naturerlebnisangeboten, Naturerlebnispartner der Region Güstrow fördern und stützen

- Initiierung von Veranstaltungen: Erarbeitung von Konzepten für Veranstaltungen zum Thema Natur- und Nachhaltigkeit mitsamt Organisation und Durchführung – zum Beispiel Fischertage, Radelwochen oder Nachhaltigkeitstage
- Aufgreifen überregionaler Thementage: Teilnahme an landesweiten Aktionen zum Thema Natur- und Nachhaltigkeit und/oder Beteiligung an Festivitäten in nahegelegenen Städten/Regionen, die sich dem Thema widmen

Maßnahmenkomplex 2 (Kultur und Genuss):

- Erhaltung und Ausbau des Angebots „Genussliches Güstrow“: Fortführung der bestehenden Veranstaltungen und Angebote sowie deren Weiterentwicklung – etwa die Entwicklung eines Genusspfades oder einer Genussroute, verstärkte Einbindung und Ansprache von regionalen Tourismusakteuren, die dem Thema nah sind
- Abgestimmte Marketing- und Präsentationsstrategie mit dem Güstrower Schloss; gemeinsame Definition von Zielgruppen, Verknüpfung Schloss – Museum –

(punktuell) Galerien; Schaffung eines „selfie-points“

- Etablierung der Uwe-Johnson-Position: Aufsetzen von Infomaterial/Broschüren zum Thema, Entwicklung der Erlebnisroute „Auf den Spuren von Uwe Johnson“, Erarbeitung von Sonderausstellungen zum Thema, Etablierung von jährlichen Thementagen (z. B. in Kooperation mit Rostock)
- Aufsetzen von Veranstaltungen mit überregionaler Strahlkraft: Veranstaltungsangebot überprüfen und schmälern – gleichzeitig bedeutende und potenzialtragende Veranstaltungen erweitern, große Veranstaltungen durch ein intensiveres Marketing in eine breitere Öffentlichkeit tragen, Highlighten von Top-Veranstaltungen auf der Webseite und Infomaterialien, evtl. Anstellung eines Veranstaltungsmanagers
- Gastronomiewesen optimieren: Angebot an Nachfrage anpassen, regionale sowie regionstypische Angebote verstärken, „Genusswochen“ in Verbindung mit dem „Genusslichen Güstrow“ etablieren
- Öffnungszeiten optimieren: Öffnungszeiten von gastronomischen und kulturellen Einrichtungen an Nachfrage anpassen

- Marketingmaßnahmen zum Thema erweitern: Medienkooperationen und -kampagnen aufsetzen, Presseaktivitäten im Bereich Kultur und Genuss intensivieren, Online-Angebot entsprechend ausrichten, Marketingmaterial überarbeiten und mit Schwerpunkt versehen
- Stärkung und Ausbau der bestehenden Galeriemeile – Verstärkung im touristischen Angebot
- Überführung von Kunstwerken in den öffentlichen Raum; Errichtung von dauerhaft präsenten Skulpturen und Kunstwerken im öffentlichen Raum

Maßnahmenkomplex 3 (Digitalisierung):

- Entwicklung/Relaunch der Webseite: Technische und visuelle Anpassung der Webseite an aktuellen Anspruch der Nutzer, Überarbeitung der Inhalte im Hinblick auf Storytelling
- Ausbau von Social-Media-Aktivitäten: Situationsanalyse und Entwicklung einer Konzeption, Aufbau neuer, passender Kanäle, starkes

Community-Management, Redaktionsplanung, Influencer-Kooperationen

- Digitale Erlebnisrundgänge aufbauen: Erarbeitung von „DigiWalks“ – Stadtrundgänge mit dem Handy via App
- Verknüpfung digitaler Angebote Güstrows mit jenen von touristischen Partnern (lokal und regional): Schnittstellen schaffen, Teilnahme des Güstrow Tourismus e. V. sowie von touristischen Partnern am Informationsnetzwerk Mecklenburg-Vorpommern des TMV

Maßnahmenkomplex 4 (Internationalisierung):

- Überarbeitung von vorhandenem Marketingmaterial/Auflegen von mehrsprachigen Imagebroschüren und Informationsmaterial – Wahl der Sprachen entsprechend der Hauptquellmärkte
- Online-Angebot (Webseite) in englischer Sprache zur Verfügung stellen. Idealerweise in weiteren Sprachen entsprechend der Hauptquellmärkte
- Angebot von mehrsprachigen Stadtführungen ausbauen – Wahl

der Sprachen entsprechend Hauptquellmärkten

- Sprachkursangebot für Mitarbeiter der Güstrower Tourist-Information
- Sensibilisierung von touristischen Leistungsträgern, fremdsprachlichen Gästen ein entsprechendes (Informations-)Angebot zur Verfügung zu stellen (mind. in englischer Sprache)
- Intensivierung von Marketingaktivitäten (Medienkooperationen, PR, Kooperationen mit touristischen Partnern wie Fähren oder Hotels, Verteilung von Imagebroschüren in ausländischen Hauptquellmärkten)

Maßnahmenkomplex 5 (Stadtentwicklung):

- Erweitertes Angebot an öffentlichen Toiletten schaffen/bestehende Toiletten sanieren; durchgehende Öffnung sicherstellen
- Prüfung und Sicherstellung von ausreichend öffentlichen Papierkörben und Sitzbänken in der Innenstadt sowie in touristisch genutzten Bereichen
- Touristisches Beschilderungssystem optimieren: Prüfung der Beschilderungssituation (insbesondere auf Aktualität) und Erweiterung um Wegweiser zu wichtigen touristischen Zielen in Güstrow
- Verkehrsführung in der Innenstadt optimieren: Prüfung der Situation und Sicherstellung einer adäquaten Verkehrsführung, die den Bedürfnissen von Einheimischen, aber auch Touristen gerecht wird.
- Erhaltung der Attraktivität öffentlicher Plätze durch Schaffung von neuen Verweilplätzen, von öffentlichen (Wasser-)Spielplätzen, von Trimm-Dich-Pfaden und/oder Stolpersteinen
- Erhaltung/Schaffung einer ansprechenden Begrünung im Innenstadtbereich sowie in touristisch genutzten Bereichen
- Barrierefreiheit von touristisch genutzten Gebäuden bei Sanierungsvorhaben beachten/Zertifizierungssystem nutzen und Barrierefreiheit weiter fördern
- Hundekotproblem lösen durch breitflächige Aufstellung von öffentlichen Hundekottüten-Spendern und

Entsorgungsbehältnissen im Innenstadtbereich sowie in touristisch genutzten Bereichen

- (Neu-)Ausweisung von touristisch relevanten Flächen, die eine Wohnmobil- und Wohnwagennutzung erlauben
- Anwerbung und Förderung von Investoren für die Errichtung einer Unterkunft für Bildungs- und/oder Gruppenreisende
- Schaffung neuer innovativer Unterkunftsformen, die sich an den Bedürfnissen von Rad- und Individualtouristen ausrichten

Maßnahmenkomplex 6 (Tagestourismus):

- Etablierung einer Gästecard mit Mobilitätsangebot, die von Urlaubsgästen an der Ostseeküste, v. a. Rostock, genutzt werden kann
- Ein zum Angebot an der Mecklenburgischen Ostseeküste und Seenplatte kontrastierendes beziehungsweise ergänzendes Veranstaltungsangebot schaffen
- Innerstädtische Mobilität verbessern durch die Erhöhung der Fre-

quenz von Buslinien, die im touristischen Verkehr relevant sind; In-see-Anbindung optimieren; moderne innerstädtische Mobilitätsangebot schaffen (z. B. Kooperation mit E-Scooter-Verleihern)

- Spezielle Angebote schaffen, die sich explizit an Tagestouristen richten, zum Beispiel „Güstrow an einem Tag“ – mitsamt entsprechendem Marketing (insbesondere im Großraum Rostock)
- Stärkung des Einzelhandels durch Einbindung in touristisches Marketing und durch Kooperationen
- *Weitere Maßnahmen leiten sich von anderen Strategie- und Zukunftsfeldern ab. Hier sollten Synergien genutzt werden.*

Alle Aktivitäten gilt es zum jeweiligen Zeitpunkt ihrer Umsetzung einer Aktualitätsprüfung zu unterziehen.

8. Ausblick

Güstrows touristisches Fahrwasser konnte im Rahmen dieser Konzeption neu betont werden. Basierend auf der Feststellung, dass Güstrow ein im landesweiten Vergleich gutes touristisches Kapital hat, wurden aktuelle Zielgruppen identifiziert, Quellmärkte festgestellt und ein Profil entwickelt, das Potenzial hat, bestehende Besuchergruppen langfristig zu halten, neue Gästegruppen zu erschließen und die touristische Attraktivität und Einzigartigkeit auf lange Sicht in der breiten Öffentlichkeit erkennen zu lassen.

Die Voraussetzungen, dass diese Entwicklung stattfinden kann und definierte Strategie- und Zukunftsfelder wie Nachhaltigkeit, Digitalisierung oder eine Förderung des Tagestourismus angegangen werden können, sind Entschlossenheit, Pragmatismus und ein *gemeinsames* Handeln. Zugleich gilt es, von verantwortlicher, vor allem politischer Seite die Rahmenbedingungen so zu schaffen, dass Maßnahmenkomplexe, wie sie in dieser Konzeption aufgeführt sind, umgesetzt werden können. In diesem Zuge sind Fragen der Tourismusfinanzierung genauso zu klären wie etwa die Forcierung und Umsetzung von städtebaulichen Vorhaben, die der touristischen Infrastruktur zugutekommen.

Die Barlachstadt Güstrow ist gut daran getan, den touristischen Wettbewerb im Land Mecklenburg-Vorpommern kontinuierlich

im Blick zu haben, und auch über den Tellerrand des Bundeslandes hinauszuschauen. Die Corona-Pandemie hat die Branche in vielen Bereichen auf den Kopf gestellt, Prozesse beschleunigt und neue Schwerpunkte gesetzt. Nur durch eine regelmäßige Wettbewerbsanalyse kann der touristische Erfolg gesichert werden. Dabei benötigt es aufgrund der zahlreichen konkurrierenden Städte-, aber auch Ostseedestinationen einen erhöhten Aufwand, um Gästegruppen für einen Besuch in der Barlachstadt zu gewinnen.

Zu guter Letzt bleibt zu sagen, dass jegliche Umsetzung touristischer Strategien und Maßnahmen mit dem Geist und Willen in der Bevölkerung und unter den Akteuren der Branche steht oder fällt. Sie alle mitzunehmen, in die touristische Entwicklung Güstrows einzubinden, zufrieden zu stellen und profitieren zu lassen, jene Tourismusakzeptanz aufkommen zu lassen, ist ein Anspruch unserer Zeit und entscheidend für den weiteren Weg, den die Stadt nimmt.

Bildverzeichnis

Abb. 1: Luftaufnahme Schloss Güstrow (Güstrow Tourismus e. V.)

Quellenverzeichnis

Tourismuskonzeption der Barlachstadt Güstrow, 2011, Barlachstadt Güstrow

Jahreswirtschaftsberichte 2018-2021, Barlachstadt Güstrow

Landestourismuskonzeption Mecklenburg-Vorpommern, 2019, Ministerium für Wirtschaft, Arbeit und Tourismus Mecklenburg-Vorpommern

Präsentation „6 Thesen zur digitalen Transformation in Destinationsmanagementorganisationen“, 2019, dwif-Consulting GmbH

Sparkassen-Tourismusbarometer, 2022, Ostdeutscher Sparkassenverband

Wirtschaftsfaktor „Tourismus in Deutschland“ – Kennzahlen einer umsatzstarken Querschnittsbranche, Ergebnisbericht, 2017, Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BMWi)

FUR Reiseanalyse 2022, Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e. V.

Qualitätsmonitor Deutschland 2021/2022, dwif-Consulting GmbH

Statistische Berichte „Tourismus, Gastgewerbe“ – Tourismus in Mecklenburg-Vorpommern 2012-2022, Statisches Amt Mecklenburg-Vorpommern

Branchenportal „tmv.de“, November 2022 – Juni 2023, Landestourismusverband Mecklenburg-Vorpommern

Weiterhin fanden Ergebnisse aus öffentlichen Umfragen unter Gästen, Einheimischen und touristischen Leistungsträgern, Akteursbefragungen, Vertiefungsgesprächen sowie aus öffentlichen Beteiligungsrounds Eingang in diese Konzeption.

Diese Tourismuskonzeption wurde für die Barlachstadt
Güstrow erstellt von:



