

REGIONALES ENTWICKLUNGSKONZEPT RÜGEN

Abschlussbericht



Regionales Entwicklungskonzept Rügen

Abschlussbericht

IMPRESSUM:

Auftraggeber	Landkreis Rügen Billrothstr. 5 18528 Bergen
Auftragnehmer	FUTOUR Umwelt-, Tourismus- und Regionalberatung GmbH & Co. KG Bertolt-Brecht-Allee 24 01309 Dresden
Bearbeiter	Dieter Popp Heike Glatzel Petra Henke unter Mitarbeit des REK-Büros Rügen

Dresden, den 01.02.02



Mit freundlicher Unterstützung
der Sparkasse Rügen



Europäische Gemeinschaft
Europäischer Fonds für
Regionale Entwicklung

INHALTSVERZEICHNIS

GRÜßWORT DER LANDRÄTIN	3
-------------------------------	----------

1 EINLEITUNG	5
---------------------	----------

2 POTENZIALANALYSE FÜR DAS WIRTSCHAFTSSYSTEM UND ANSATZPUNKTE EINER REGIONALEN KREISLAUFWIRTSCHAFT	11
---	-----------

2.1 RÄUMLICHE GLIEDERUNG	11
2.2 VERKEHR	12
2.3 BEVÖLKERUNG	13
2.4 ARBEITSMARKT	14
2.5 WIRTSCHAFT	15
2.5.1 WIRTSCHAFTSSTRUKTUR ALLGEMEIN	15
2.5.2 TOURISMUS	15
2.5.3 LAND- UND FORSTWIRTSCHAFT	20
2.5.4 FISCHEREI	24
2.5.5 GEWERBE/INDUSTRIE/HANDWERK	25
2.5.6 HANDEL UND PRIVATE DIENSTLEISTUNGEN	26
2.5.7 LOGISTIK	27
2.6 VER- UND ENTSORGUNG	28
2.7 SOZIOKULTURELLER UND BILDUNGSBEREICH	28
2.8 NATUR UND LANDSCHAFT	29
2.9 ANSATZPUNKTE FÜR EINE REGIONALE KREISLAUFWIRTSCHAFT	30
2.9.1 TOURISMUS	30
2.9.2 LANDWIRTSCHAFT	31
2.9.3 FISCHEREI	31
2.9.4 PRODUZIERENDES GEWERBE/ INDUSTRIE	32
2.9.5 HANDEL UND PRIVATE DIENSTLEISTUNGEN	33
2.9.6 LOGISTIK	34

3 STÄRKEN-SCHWÄCHEN-ANALYSE / CHANCEN-RISIKO-ABSCHÄTZUNG	34
---	-----------

4	REGIONAL-LEITBILD RÜGEN	50
4.1	WIRTSCHAFT	51
4.2	TOURISMUS	51
4.3	LANDWIRTSCHAFT	52
4.4	WALD- UND HOLZWIRTSCHAFT	53
4.5	FISCHEREI	53
4.6	HANDWERK/GEWERBE/INDUSTRIE/HANDEL	54
4.7	VERKEHR/ MOBILITÄT	54
4.8	FREIRAUM- UND SIEDLUNGSENTWICKLUNG	55
4.9	VER- UND ENTSORGUNG	56
4.10	BILDUNG UND KULTUR	56
4.11	SOZIALES UND FREIZEIT	57
4.12	NATUR UND UMWELT	57
5	DER WEG VOM LEITBILD ZUM REGIONALEN ENTWICKLUNGSKONZEPT	59
5.1	VORBEMERKUNG	59
5.2	UMSETZUNGSSTRATEGIEN	60
5.3	ARBEITSGRUPPENSITZUNGEN	62
6	KONKRETE MAßNAHMENIDEEN UND PROJEKTE AUS DEN ARBEITSGRUPPEN	66
6.1	BESCHREIBUNG DER LEITPROJEKTE	66
6.2	WEITERE PROJEKTE DER ARBEITSGRUPPEN	102
6.2.1	ARBEITSGRUPPE LANDWIRTSCHAFT / ÖFFENTLICHKEITSARBEIT	102
6.2.2	ARBEITSGRUPPE LANDWIRTSCHAFT / VERMARKTUNG	103
6.2.3	ARBEITSGRUPPE VERKEHR	104
6.2.4	ARBEITSGRUPPE NAHVERSORGUNG	105
6.2.5	ARBEITSGRUPPE KULTUR	105
6.2.6	ARBEITSGRUPPE VER- UND ENTSORGUNG	106
6.2.7	ARBEITSGRUPPE LÄNDLICHE RÄUME	107
6.2.8	ARBEITSGRUPPE BILDUNG	108
6.2.9	ARBEITSGRUPPE TOURISMUS	108
7	ÖFFENTLICHKEITSARBEIT/ PRESSE, RÜGANA	110
	SCHLUSSWORT	111

Grußwort der Landrätin

**Liebe Rüganerinnen und Rüganer,
sehr geehrte Gäste,**

vor Ihnen liegt das Ergebnis intensiver gemeinsamer Arbeit: das Regionale Entwicklungskonzept Rügen als Weichenstellung für die nachhaltige Gestaltung unserer Insel.

Seit Beginn der 90er Jahre wurde für einzelne Bereiche, wie zum Beispiel den Tourismus, sehr gute konzeptionelle Arbeit geleistet. Auf Dauer war dies für eine ganzheitliche, prosperierende Entwicklung Rügens jedoch nicht ausreichend.

Wir haben uns deshalb entschieden, ein Gesamtkonzept, das REK, zu erstellen. In dieses Konzept sind wichtige Denk- und Lösungsansätze von damals mit eingeflossen. Den aktuellen Anforderungen und Gegebenheiten Rechnung tragend, wurden neue Wege und Möglichkeiten definiert, gemeinsame Visionen und Ziele formuliert. Das alles, um Rügen voran zu bringen.



Rügen verfügt über einen einzigartigen Reichtum an Natur- und Kulturgütern. Dies wird unter anderem durch die Ausweisung verschiedener Schutzgebiete deutlich. Das Biosphärenreservat Südostrügen, der Nationalpark Jasmund und der Nationalpark Vorpommersche Boddenlandschaft sind herausragende Beispiele. Schutz, Pflege und Entwicklung von Natur und Landschaft sind ganz wesentliche Aufgaben. Auf der anderen Seite stehen berechnigte Nutzungsinteressen und die Notwendigkeit, wirtschaftlich tragfähige Strukturen zu schaffen und auszubauen. Beides konstruktiv miteinander zu verbinden, ist eine große Herausforderung!

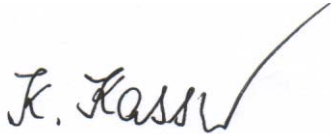
Der Anspruch, Natur und Wirtschaft unter Berücksichtigung sozialer Belange auf Dauer im Einklang zu gestalten, war Ausgangspunkt für die Erarbeitung des Regionalen Entwicklungskonzeptes.

Die Art und Weise, wie das REK zustande kam, muss ausdrücklich hervor gehoben werden. Es gab eine bemerkenswerte Qualität im Umgang miteinander und im Streben nach Konsens. So ein Herangehen an die Lösung von Problemen kann man sich nur wünschen, wenn es um künftige Vorhaben geht! Sachkundig und ohne Vorurteile wurde beraten, Meinungsverschiedenheiten haben die Beteiligten in kultivierten Streitgesprächen ausdiskutiert – quer durch alle Bevölkerungsschichten, Berufsgruppen und Parteien. Bei allem Für und Wider hatten die Akteure immer das eine Ziel vor Augen: die nachhaltige Entwicklung des Landkreises Rügen bei Beachtung seiner regionalen Bedeutung und Besonderheiten. Einmal mehr wurde deutlich, wie wichtig es ist, miteinander zu reden und gemeinsam nach Lösungen zu suchen.

Ich bin sicher: Die so erzeugte Aufbruchstimmung wird die Arbeit auf anderen Gebieten positiv beeinflussen. Das Regionale Entwicklungskonzept kann dabei als Plattform für weiteres, konkretes Handeln und für einen zielorientierten Dialog dienen.

Mein Dank gilt den Bürgerinnen und Bürgern Rügens, die sich so engagiert eingebracht haben, sowie der FUTOUR GmbH für ihre kompetente Leistung. Für die Kofinanzierung erhielt der Landkreis neben EU-Fördermitteln großzügige Unterstützung durch die Sparkasse Rügen – auch dafür vielen Dank!

Ein Fahrplan in die Zukunft kann nur dann hilfreich sein, wenn er mit Leben erfüllt wird. Die Umsetzung des REK ist eine Aufgabe, die alle betrifft und von allen gemeinsam gelöst werden muss. Politik, Verwaltung, Verbände, Vereine, Wirtschaft, ja jeder einzelne Bürger ist hier gefordert. Ich möchte Sie alle herzlich bitten, diesen Prozeß im Interesse unserer Insel mit zu gestalten und am weiteren Dialog zur Zukunft Rügens teilzunehmen.

A handwritten signature in dark ink, appearing to read 'K. Kassner', with a long, sweeping flourish extending upwards and to the right.

Kerstin Kassner

1 Einleitung

Auf dem Weg zu einem gemeinsamen Lebensraum Rügen

Damit Rügen dem Ziel eines gemeinsamen Lebensraumes mit dem vorliegenden REK ein Stück näher kommen konnte, mussten sinnvolle Arbeitsetappen innerhalb sinnvoller Strukturen entwickelt werden. Diese sollen hier mit ergänzenden Abbildungen kurz erläutert werden.

Mit einem Beschluss des Kreistages vom Februar 1999 wurde bestätigt, dass der Landkreis Rügen einen Konsens über Leitlinien zur weiteren Entwicklung der Insel benötigt. Die Erarbeitung eines REK für Rügen als ein verknüpfendes Gesamtkonzept bot sich dafür als Weg an. Im September 2000 konnte das Verfahren nach Sicherung der Finanzierung und Klärung wichtiger organisatorischer Fragen beginnen.

Struktur und Organisation

Für die Organisation und Koordination des Verfahrens vor Ort war Kreisentwicklungsplaner Dr. Christian Theel im Amt für Wirtschaft und Kultur verantwortlich. Bei ihm wurde ein „Projektbüro REK“ als zentrale Anlauf- und Informationsstelle eingerichtet, in dem ihm die angehende Diplom-Geographin Kerstin Rönick tatkräftig zur Seite stand. Mit der Auswahl der Firma FUTOUR ab September 2000 hatte die Landkreisverwaltung eine kompetente Begleitung für das REK gewonnen. Als neutraler Moderator und Katalysator bestand die Aufgabe von FUTOUR darin, in den zahlreichen Sitzungen die verschiedenen Interessengruppen und Akteure zu neuen Lösungen und Ideen zusammenführen.

Begleitet wurde das Verfahren von einem zeitweiligen Ausschuss des Kreistages, bestehend aus je einem Mitglied der Kreistagsfraktionen, Vertretern der Verwaltung und der Firma FUTOUR. Dessen Aufgabe war keineswegs eine inhaltliche Filterung oder Einflussnahme, sondern eine strukturelle Lenkung des Prozesses, der ja vom Kreistag selbst politisch beschlossen wurde. Dabei sollte zum einen die Transparenz des Verfahrens, aber auch der Informationsfluss zu den demokratisch legitimierten Volksvertretern gesichert werden. Die Arbeit in diesem Ausschuss gestaltete sich erfrischend überparteilich und trug so wesentlich zum guten Gelingen des Verfahrens bei.

Als kontinuierlich arbeitendes Gremium wurde ein „Forum REK“ eingerichtet, das sich aus ca. 40 Vertretern aller gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Bereiche zusammensetzte. Diese brachten die Interessen ihrer jeweiligen Bereiche vor allem in der Phase der Leitbilderarbeitung ein und bemühten sich am Schluss des Verfahrens um eine Ausgewogenheit der Leitprojekte.

Den wesentlichsten Beitrag zum REK leisteten jedoch die zahlreichen Bürgerinnen und Bürger, die sich an dem Prozess beteiligten, ihr ganz spezifisches Wissen, ihre Erfahrungen und ihren Elan einbrachten.

Wo stehen wir und wo wollen wir hin?

Unter diesem Motto können die ersten beiden Phasen des REK-Prozesses gesehen werden: In der Phase 1 wertete die Firma FUTOUR mit Hilfe des Amtes für Wirtschaft und Kultur bereits existierende Konzepte und Materialien aus. Dabei handelte es sich um Daten, Einzelkonzepte und Studien (als Beispiele seien das Strukturkonzept von 1993, das Tourismuskonzept von 1993 oder das Umweltkonzept von 1995 genannt), die in verschiedenen Bereichen vorliegen. Sie alle enthalten wertvolle Informationen, die miteinander verknüpft und aktualisiert werden mussten, um später in das Gesamtkonzept einzufließen. Parallel und in Kooperation wurde durch die ebenfalls involvierte Firma „Konzept & Markt“ eine Wirtschaftssystemanalyse erstellt. Die von ihnen und von FUTOUR durchgeführten Befragungen von Betrieben, Unternehmen, Verbänden und Organisationen halfen, ein differenziertes und aktuelles Bild von der Situation einzelner Bereiche zu gewinnen. Diese Arbeiten wurden in einer Potenzialanalyse zusammengeführt, die in einem Stärken – Schwächen – Profil und einer Chancen- und Risikobewertung der Insel münden.

Um die Ergebnisse der Potenzialanalyse zu überprüfen und für den weiteren Verlauf nutzbar zu machen, wurde sie in **Phase 2** mit verschiedenen Interessenvertretern von z.B. Organisationen, Unternehmen und Gemeinden der Insel diskutiert. Dies geschah in Form von drei thematischen Zukunftswerkstätten im Dezember 2000. Sie waren unterteilt in die Bereiche

- Wirtschaft/ Gewerbe/ Handwerk
- Tourismus/ Mobilität
- Landnutzung/ Fischerei/ Naturschutz

Die Ergebnisse der Zukunftswerkstätten gingen gemeinsam mit der Potenzialanalyse als Basis in die nun folgende Entwicklung eines Leitbildes für die Insel, also einer Vision für die Zukunft Rügens, ein.

Danach wurde ein Regionalforum, das sogenannte „REK-Forum“, einberufen. Ähnlich den Zukunftswerkstätten wurden in einer größeren interdisziplinär zusammengesetzten Gruppe die bisherigen Ergebnisse erörtert und zusammengeführt. In mehreren langen Sitzungen kam es zur Abstimmung über das Regionalleitbild Rügen mit über 90 Leitzielen. Diese Leitziele als Prinzipien für die zukünftige Entwicklung des Landkreises verstärken und differenzieren die Vision für die Insel, zeigen, wohin Rügen will. Als Abschluss dieser Phase wurde das gemeinschaftlich entwickelte Leitbild mit seinen Leitlinien am 10. Mai 2001 im Kreistag beschlossen.

Präzisierung und Umsetzung

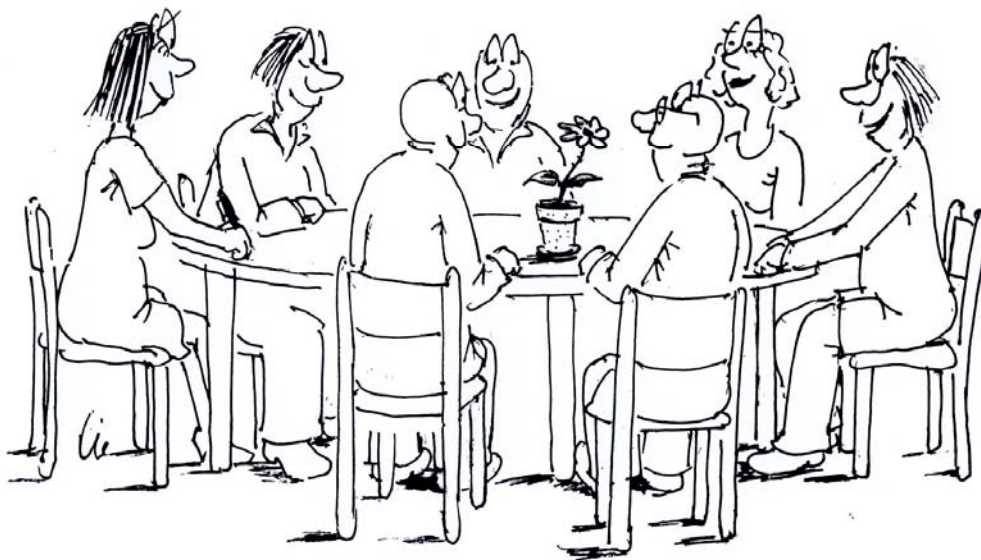
In **Phase 3** erfolgte die Öffnung des Verfahrens für alle interessierten Bürgerinnen und Bürger. Bereits vorher sammelte das Projektbüro Anregungen, Ideen und Kritik und brachte sie in das Verfahren ein. Aus dem bisherigen Prozess und zahlreichen Interessensbekundungen ergaben sich Themenbereiche, in denen durch konkrete Maßnahmen der Schritt vom Leitbild zur Praxis gelingen soll. In insgesamt 14 Arbeitsgruppen sollten Projekte entwickelt, präzisiert und damit das Leitbild umsetzbar gemacht werden. Diese Arbeitsgruppen waren zu jeder Zeit und für Jeden offen, gerade in ihnen waren Ideen und Mitarbeit eines möglichst breiten Teilnehmerkreises sehr gefragt. Hier galt es häufig, einige Hürden erst zu überwinden, finanzielle Zwänge für einen Augenblick nicht die Tatkraft lähmen zu lassen, sondern unabhängig davon zu

fixieren, was – ohne Rücksicht auf momentane Machbarkeiten – für notwendig gehalten wird. Kooperationen wurden geknüpft, Pläne geschmiedet. Um die schier unüberschaubare Anzahl der Projekte zu gewichten, erfolgte bereits in den Arbeitsgruppen ein „ranking“ nach zeitlichen Prioritäten. Diese bevorzugt zu entwickelnden Projekte wurden von den Arbeitsgruppen in das erneut und abschließend tagende REK-Forum eingebracht. In diesem bereits bewährten Kreise wurden daraus in einem ausgewogenen Verhältnis Leitprojekte gewählt, denen eine besondere Dringlichkeit bei der Bearbeitung eingeräumt wurde.

Nach einem Jahr sollen konkrete Maßnahmen und Projekte entwickelt sein, von denen sich ein Teil schon in der Umsetzung befindet. Das REK als Gesamtkonzept wurde am 24. Januar 2002 durch einen beeindruckenden Kreistagsbeschluss auch von der politischen Seite abschließend bestätigt.

Die Arbeit ist damit selbstverständlich noch nicht beendet. Tatkräftig muss an der Umsetzung gearbeitet werden, um Schritt für Schritt dem Leitbild näher zu kommen. Wie am Anfang schon angedeutet, ist dies eine Reise, die uns erst durch unser gemeinsames Engagement zum Ziel bringen wird.

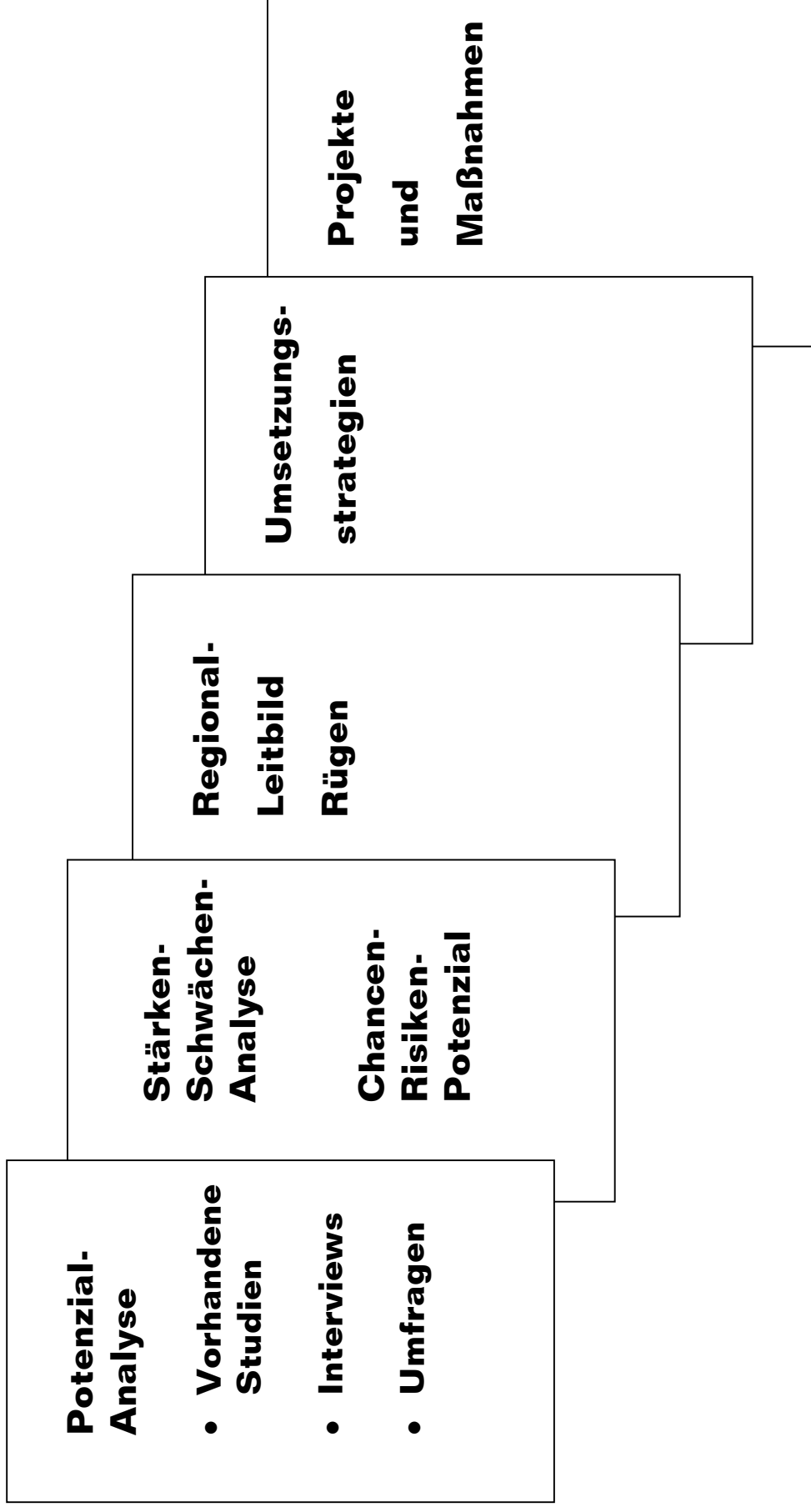
Mit unserer Bereitschaft, miteinander zu arbeiten, bestimmen wir gemeinsam den Erfolg des REK.



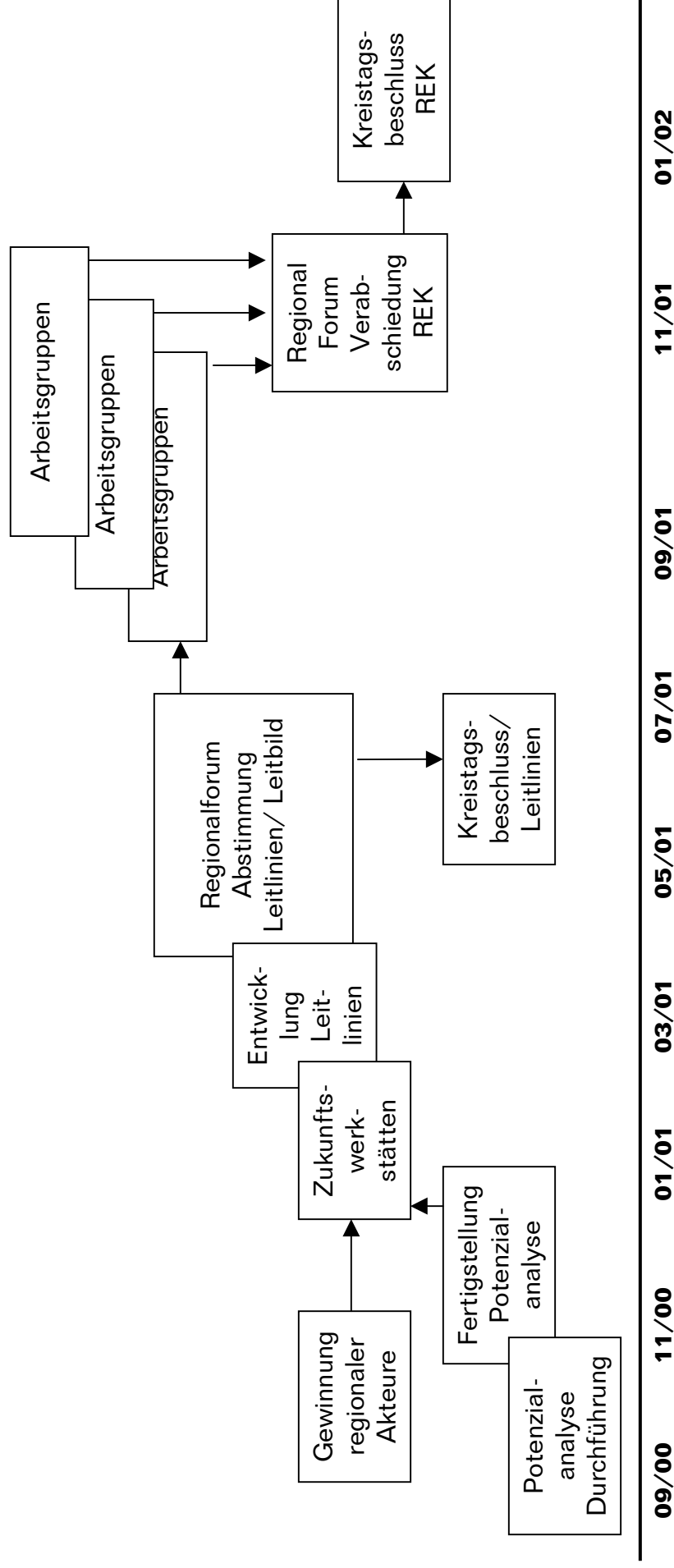
HERZLICHE GRÜSSE NACH RÜGEN
MIT BESTEN WÜNSCHEN FÜR GUTE GESPRÄCHE

IHR Eil. Liebrum
19.2.2001

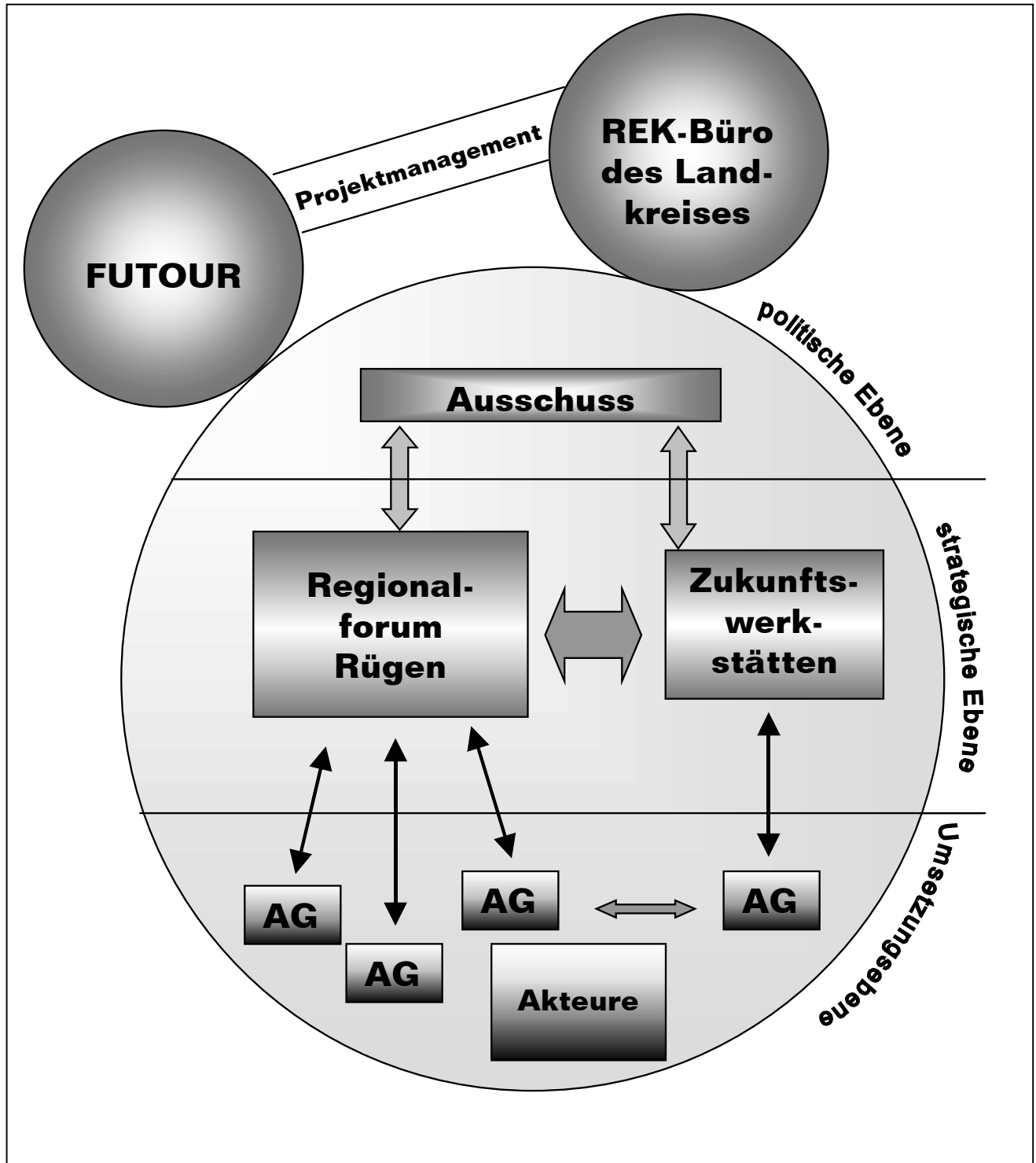
Aufbau des Regionalen Entwicklungskonzeptes Rügen



Zeitlicher Ablauf Regionales Entwicklungskonzept Rügen



Strukturen des Regionalen Entwicklungskonzeptes Rügen



2 Potenzialanalyse für das Wirtschaftssystem und Ansatzpunkte einer regionalen Kreislaufwirtschaft

Der erste Schritt zur Erstellung des Regionalen Entwicklungskonzeptes bestand darin, sich ein klares Bild über die Ist-Situation auf der Insel Rügen zu verschaffen. Diese Situationsbestimmung – die im Stärken-Schwächen-Profil mündet – ist die Grundlage, auf der ein tragfähiges und umfassendes Entwicklungskonzept aufgebaut werden kann.

Die Potenzialanalyse wurde gemeinsam von FUTOUR und der Konzept & Markt GmbH in Wiesbaden erarbeitet. Neben der Auswertung bestehender Gutachten und Untersuchungen wurden insgesamt ca. 400 Personen aller Bereiche befragt. Die Befragung erfolgte einerseits schriftlich mit auf die Teilbereiche (z.B. Gastronomie, Fischerei, Tourismus) abgestimmten Fragebögen. Andererseits wurden viele persönliche Gespräche vor Ort geführt. Zudem haben wir aktuelle Zahlen und Fakten zur Ergänzung bestehender Analysen recherchiert.

Die Ergebnisse dieser ca. dreimonatigen Arbeit sind in der Potenzialanalyse sowie dem daraus abgeleiteten Stärken-Schwächen-Profil zusammengefasst.

2.1 Räumliche Gliederung

Rügen ist der nordöstlichste Landkreis Deutschlands. Die größte deutsche Insel umfasst eine Fläche von 973,17 qkm. An der Außengrenze der EU liegt Rügen zudem auch an exponierter Stelle im Ostseeraum.

Rügen bietet mit seiner gesamten Küste und der Vielfältigkeit der Landschaftsstrukturen, die insbesondere durch die letzten Eiszeiten geprägt sind, ein in Deutschland nur selten anzutreffendes Mosaik von naturnah geprägten Lebensräumen. Dies unterstreicht seine ökologische Wertigkeit und damit auch die überproportional hohe Bedeutung des Tourismus.

Derzeit (Stand 30.06.2001) leben rund 75.000 Einwohner in drei Städten, 2 amtsfreien Gemeinden und 7 Ämtern mit 39 Gemeinden auf der Insel Rügen. Die geringe Bevölkerungsdichte von 79 EW/qkm unterstreicht aber andererseits auch die landschaftliche Attraktivität. Sie bedingt jedoch auch das unterdurchschnittlich ausgeprägte Hierarchie-System Zentraler Orte. Die bedeutendste gewerbliche Entwicklungsachse stellt dabei Stralsund-Bergen-Sassnitz/Mukran dar. Da auf Rügen selbst kein Oberzentrum vorhanden ist, werden diese Funktionen gemeinsam durch die Städte Stralsund und Greifswald wahrgenommen. Das einzige Mittelzentrum der Insel bildet die Stadt Bergen. Ergänzt wird das Hierarchie-System auf der Insel durch Sassnitz als Unterzentrum und einige Ländliche Zentralorte (Altenkirchen, Binz, Garz, Gingst, Putbus, Sagard, Samtens und Sellin / Baabe).

Die westlichen und nördlichen Regionen Rügens sind stärker von der Landwirtschaft geprägte Räume, die insgesamt weniger dicht besiedelt sind. Im Zentralbereich der Insel, überlagern sich landwirtschaftliche, touristische und gewerbliche Nutzungen, während der nördliche bis südöstliche Teilraum des Landkreises eine vorrangig touristische Prägung erfährt.

2.2 Verkehr

Das Straßennetz des Landkreises Rügen umfasst insgesamt 1.995 km. Die wichtigste Straßenverbindung der Insel führt von Sassnitz über Bergen auf das Festland nach Stralsund (B 96), die aber im Bereich der Sundquerung und der Umfahrung Stralsunds einer Optimierung bedarf. Durch weitere Bundes-, Landes- und Kreisstraßen werden regionale und flächenerschließende Verbindungen v.a. zwischen den einzelnen Zentralen Orten geschaffen, so dass Rügen im Hinblick auf das Straßennetz als erschlossen gelten kann. Dagegen besteht jedoch ein Bedarf an qualitativen Verbesserungsmaßnahmen im Hinblick auf Straßenbreite bzw. Ortsdurchfahrten und sich daraus ableitenden Entlastungsstraßen. Die Verbesserung der Sundquerung (B 96) stellt eine zusätzliche Erschließungsmaßnahme dar, gegen die vor allem ökologisch begründete Argumente ins Feld geführt werden. In der Kritik der Gesprächspartner steht aber auch die ungenügende Anbindung an das nationale Verkehrsnetz (A20) und die kreisinterne Straßenverkehrssituation. Neben dem anvisierten Straßenneubau und –ausbau soll der Verkehrsfluss auf der Insel nach Vorstellungen des Landkreises durch ein intelligentes Verkehrsleitsystem IVR (Intelligentes Verkehrsleitsystem Rügen) ergänzt werden.

Das Schienennetz stellt heute auf Rügen nur noch eine Erschließungsergänzung im Personenverkehr zur Entlastung der Straßenverbindungen dar. Der Bestand bzw. die Zahl der Personenverkehrsverbindungen ist aber nicht unbedingt gesichert. Wegen der erheblichen Verkehrsbelastungen in der Hauptsaison müssen in Zukunft die touristisch bedeutenden Komfortverbindungen nach Rügen unbedingt abgesichert werden. Die schienengebundene Anbindung ist jedoch auch Voraussetzung zur optimalen Erreichbarkeit des Wirtschaftsstandortes Rügen. Im Fährhafen Mukran steht eine Umspuranlage zur Verfügung, die es erlaubt, binnen kurzer Zeit finnische und russische Waggons von der Breitspur auf die mitteleuropäische Spur zu spuren und so die Güter schnellstmöglich weiterzutransportieren. Dieser einzigartige Verladestandort muss in seiner Qualität erhalten und besser ausgelastet werden.

Das Netz des straßengebundenen öffentlichen Verkehrs kann auf Rügen nicht als gesichert angesehen werden. Hier stellen die Effizienz des Verbundnetzes sowie die Auslastungszahlen entscheidende Grenzwerte dar. Bereits heute wird das öffentliche Verkehrsnetz besonders von den Jugendlichen der Insel als unzureichend betrachtet. Der RügenVerkehr als Verbund sollte daher reaktiviert werden, zumal dies dem Willen der Mehrheit des Kreistages entspricht. Um ein hohes Maß an Mobilität für die gesamte Bevölkerung zu gewährleisten, wären die Empfehlungen des ökologisch orientierten Verkehrskonzeptes für Rügen von 1993 aufzugreifen.

Der Radverkehr kann überörtlich noch nicht durchgängig auf einem Verkehrsnetz abgewickelt werden, das unabhängig von klassifizierten Straßen durchgeführt wird. Außerhalb der zentralen touristisch frequentierten Regionen bietet die Qualität des Wegenetzes und ihre durchgängige Beschilderung außerdem noch nicht genügend Motivation, um vor allem auch Besucherverkehr aktiv in diese Bereiche zu lenken.

Für die zunehmende Nachfrage nach Reitsportangeboten fehlt ein umfassendes Reitwegeangebot, das auch durch seine Wegeführung zu einer Konfliktminimierung mit dem Naturschutz und mit Naherholern beitragen kann.

Mit dem Hafen Sassnitz-Mukran verfügt der Landkreis Rügen über einen modernen Hafen mit wachsender internationaler Bedeutung. Momentan könnte Mukran auch noch als Fährhafen für westpolnische Regionen interessant sein. Der größte Bahnverladehafen Deutschlands verfügt aber noch über ungenutzte Kapazitäten und Logistikstrukturen und damit Entwicklungsperspektiven. Dagegen ist die Bedeutung der Fischerei-Schifffahrt zwar gesunken, allerdings stellt sie die Grundlage eines wichtigen traditionellen Erwerbszweiges dar. Ihre Gewichtung darf daher nicht nur an der aktuellen Tonnage gemessen werden.

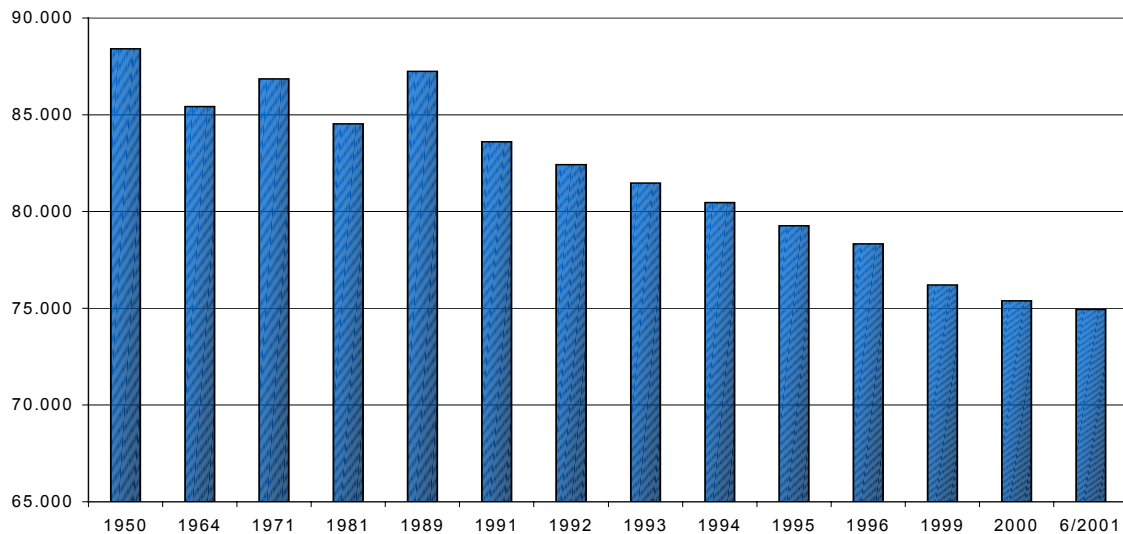
Der Ausflugsschiffverkehr wird seine Position vor allem durch die neuen Seebrücken festigen und eher noch ausbauen können. Der maritime Tourismus (Yacht- und Segelangebote) verfügt in 22 der 25 Häfen auf Rügen mit über 1000 sanierten Liegeplätzen über ein zukunftsfähiges Angebotselement.

Mit Gütlin, ca. 8 km von der Kreisstadt Bergen entfernt, existiert eine Fluglandebahn, auf der kleinere und mittlere Flugzeuge abgefertigt werden können. Die Ausstattung des Flughafens Gütlin entspricht jedoch nicht den zukünftigen EU-Standards. Vor allem ist Gütlin aber nicht instrumentenflugtauglich. In den Sommermonaten wird zwar von der Aero Berlin-Fluggesellschaft zusätzlich zu den Charterangeboten die Verbindung Berlin – Rügen angeboten, andere wichtige deutsche Ballungsräume werden jedoch derzeit nicht bedient. Im Vordergrund der Nutzung des Verkehrslandeplatzes stehen eher touristische Rundflüge über die Insel.

2.3 Bevölkerung

Im Landkreis Rügen leben 74.934 Menschen (30.06.2001). Die Bevölkerungsentwicklung der letzten zehn Jahre ist durch einen kontinuierlichen Rückgang gekennzeichnet, der auf Rügen deutlich höher verläuft als im Durchschnitt des Landes Mecklenburg-Vorpommern. Dem damit einhergehenden Bedeutungsverlust des Landkreises geht meist auch ein Funktionsverlust voraus. Gerade dann, wenn Nahversorgungsfunktionen nicht mehr erfüllt werden können, führt dies verstärkt zur Bevölkerungsabwanderung. Durch die Migration kommt es außerdem zu einer Erhöhung des Anteils von Bevölkerungsgruppen, die nicht auf Rügen geboren wurden. Eine weitere Konsequenz, die durch die Abwanderung v.a. jüngerer und gut ausgebildeter Bevölkerungsschichten hervorgerufen wird, ist der sog. „brain drain-Effekt“, also die Know-how-Abwanderung. Ferner ergeben sich daraus Konsequenzen sowohl für bestehende als auch für die Planung von neuen Bildungseinrichtungen und Schulen sowie für die administrative Eigenständigkeit der Kommunen.

Entwicklung der Bevölkerung 1950-2001



Quelle: Landkreis Rügen, Amt für Wirtschaft und Kultur 2001

2.4 Arbeitsmarkt

Der Arbeitsmarkt auf Rügen ist sehr stark vom Dienstleistungssektor geprägt, was im wesentlichen auf den Wirtschaftsfaktor Tourismus zurückzuführen ist. Neben dem Dienstleistungssektor sind in den vergangenen fünf Jahren aber auch im Handel, im Bereich Energiewirtschaft/Wasserversorgung und auch wieder im Bereich Land-/Forstwirtschaft/Tierhaltung/Fischerei neue Arbeitsplätze geschaffen worden. Insbesondere bei der Nachrichtenübermittlung bzw. neuen Medien sind die Arbeitsplätze auf Rügen kontinuierlich angestiegen und nehmen eine immer bedeutender werdende Rolle für den Arbeitsmarkt wahr. Im verarbeitenden Gewerbe hingegen sind im selben Zeitraum rund 900 Arbeitnehmer freigesetzt worden. Dieser Stellenabbau trifft Rügen insofern sehr hart, weil damit vor allem lebensmittelverarbeitende Strukturen verloren gegangen sind, die für die Veredelung von land- und fischereiwirtschaftlichen Produkten (Imageträger der Region) von großer Bedeutung waren.

Die im nationalen Vergleich hohe Arbeitslosenquote (19,1% in 2000) wird auch von hohen saisonalen Schwankungen unterworfenen Berufen im Dienstleistungssektor sowie bei den Fertigungsberufen geprägt. Zu ersterem gehören neben den direkt mit dem Tourismus verbundenen Berufen wie Gästebetreuer, Reinigungspersonal und Ernährungswirtschaft z.B. auch Warenkaufleute. Die hohe Jugendarbeitslosigkeit auf der Insel führt in der Folge auch zu den relativ hohen Wanderungsverlusten der Region.

Das mit 12,5% - im Vergleich zu anderen ländlichen Regionen - noch relativ geringe Auspendlersaldo hängt sicherlich auch mit der Insellage des Landkreises zusammen, welche ein berufsbedingtes Pendeln ausschließlich über den häufig stark belasteten Rügendamm im Südwesten ermöglicht.

Erwerbstätige nach Wirtschaftsbereichen auf Rügen (in 1.000)

	1996	1997	1998	1999
insgesamt	28,7	28,9	29,4	30,2
Land-, Forstwirtschaft und Fischerei	1,8	1,7	1,8	1,8
Produzierendes Gewerbe darunter	6,3	6,5	5,9	5,4
-verarbeitendes Gewerbe	2,2	2,4	2,2	2,1
-Baugewerbe	3,8	3,9	3,5	3,1
Dienstleistungsbereiche	20,6	20,7	21,7	23

Quelle: Landkreis Rügen, Amt für Wirtschaft und Kultur 2001

2.5 Wirtschaft

2.5.1 Wirtschaftsstruktur allgemein

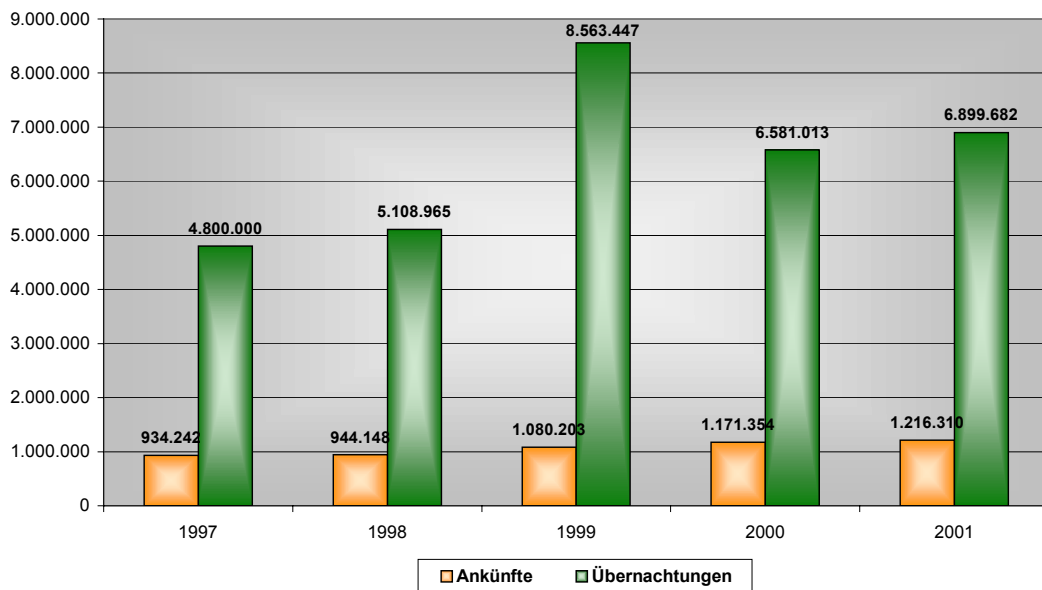
Der Beschäftigtenanteil der Land- und Forstwirtschaft ist auf Rügen deutlich größer als im Durchschnitt des Landes Mecklenburg-Vorpommern und Deutschlands, auch wenn die absoluten Zahlen seit 1990 um etwa 6.000 zurückgegangen sind. Auch das produzierende Gewerbe, das 1990 noch einen Anteil von 22% aller Beschäftigten besaß, ist durch die strukturellen Anpassungen auf einen Anteil von etwa 7% und damit weit unter den nationalen Durchschnitt zurückgegangen. Eine stark überdurchschnittliche Bedeutung besaß bislang das Baugewerbe, bedingt durch den Bauboom der Nachwendezeit, wo derzeit aber ein massiver Arbeitsplatzabbau erfolgt. Überdurchschnittliche Bedeutung besitzen dafür aber erwartungsgemäß Tourismus und Gastgewerbe, während andere Dienstleistungsbereiche wie das Kredit- und Versicherungsgewerbe mit Arbeitsplatzangeboten eher unterrepräsentiert sind.

Die wirtschaftliche Stärkung Rügens wird innerhalb der Bevölkerung als bedeutende Aufgabe der Zukunft betrachtet. Neben der weiteren Ansiedelung industrieller Betriebe (z.B. im Bereich Holz- oder Lebensmittelverarbeitung, regenerative Energien) soll vor allem auch die Tourismuswirtschaft gestärkt werden. Zudem sollen bessere Ausbildungs- und Arbeitsplatz-Chancen sowie der Ausbau der öffentlichen Verkehrsanbindungen auf Rügen Priorität haben.

2.5.2 Tourismus

Ohne Zweifel gehört die Insel Rügen zu den bekanntesten Tourismus-Destinationen in Deutschland. Der Landkreis Rügen ist derjenige in Mecklenburg-Vorpommern, in dem der Tourismus die mit Abstand herausragendste Rolle spielt. Daneben nimmt der Tourismus aber auch in den Landkreisen Ostvorpommern, Nordvorpommern und der Stadt Bad Doberan eine dominante Rolle ein. Auf diese vier Gebietskörperschaften, die alle an der Ostseeküste liegen, entfällt gegenwärtig etwa die Hälfte der touristischen Nachfrage Mecklenburg-Vorpommerns und erreicht die Beschäftigung im Tourismus bzw. Nachbarbereichen Höchstwerte.

Ankünfte und Übernachtungen in allen Beherbergungseinrichtungen Rügens (1997 - 2001)



Quelle: Landkreis Rügen, Amt für Wirtschaft und Kultur 2001

Besonderer Beliebtheit erfreut sich auf Rügen der Badeort Binz; Kap Arkona und die berühmten Kreidefelsen dagegen sind die bekanntesten Ausflugsziele. Hauptgrund der Attraktivität der Insel als eines der beliebtesten deutschen Urlaubsziele ist die außergewöhnliche und stellenweise einmalige Natur. Zu dem wichtigsten natürlichen Angebot Rügens zählt neben der landschaftlichen Vielfalt die attraktive Flora und Fauna mit zahlreichen ausgewiesenen Schutzgebieten, das angenehme Klima sowie eine Vielzahl an kulturhistorischen Sehenswürdigkeiten.

Die Beliebtheit Rügens spiegelt sich in einem neuen Gästerekord wieder: rund 1,2 Millionen Gäste und 6,9 Millionen Übernachtungen im Jahr 2001. Campingplätze machen dabei mit nahezu 13% der Gästeankünfte in 2001 einen nicht unbedeutenden Anteil aus. Waren die Auslastungszahlen von 1994 bis 1999 noch rückläufig, so steigen sie seit 2000 wieder an und erreichten 2001 37%. Damit liegen sie jedoch noch unter allen anderen Feriengebieten entlang der Ostseeküste, wo die durchschnittliche Auslastung fast 40% beträgt. Darin drückt sich auch das wachsende Bettenangebot auf Rügen aus, welches vor allem durch einige Neuinvestitionen entstanden ist.

Derzeit sind auf Rügen – je nach Interpretation - rund 65.000 Betten in verschiedenen Kategorien erfasst, wobei von ca. 43.000 gewerblichen Betten ausgegangen wird. Die Stellplätze auf den Campingplätzen Rügens sind in der Gesamtzahl berücksichtigt. Die Insel ist bereits heute diejenige Region in Ostdeutschland, in der die Bettenintensität mit 86 Betten pro 100 Einwohner den höchsten Wert erreicht hat. Die angestrebte Bettenkapazität im Verhältnis 1:1 zur Einwohnerzahl wird mit den Bauvorhaben in Prora und Bug schon annähernd erreicht, so dass zumindest von weiteren großflächigen Neubauten - bei den geringen Auslastungszahlen – abgesehen werden sollte.

Wirtschaftsfaktor Tourismus

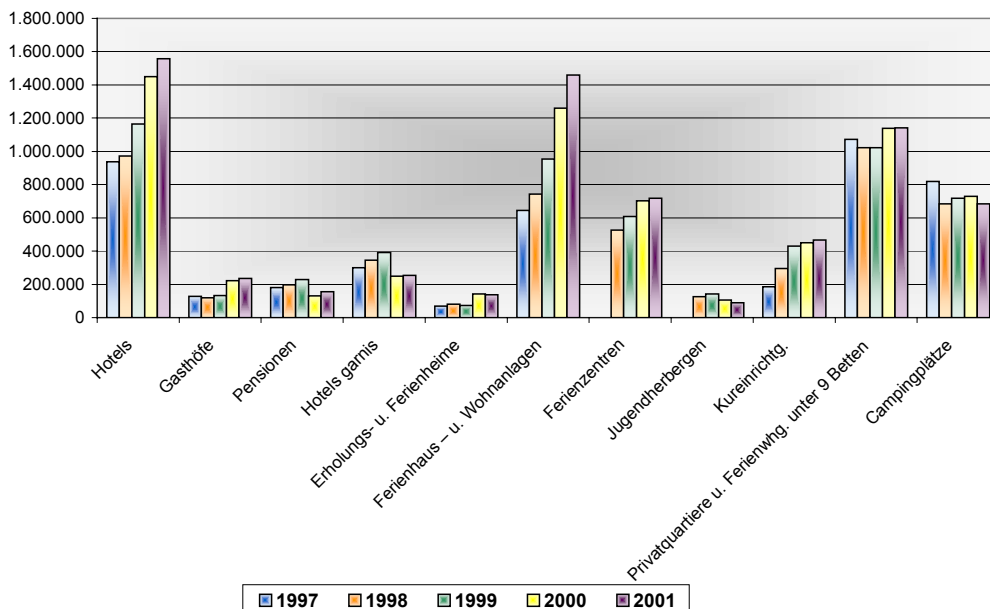
Der Nettoprimärumsatz mit über 590 Millionen DM macht die wirtschaftliche Bedeutung des Tourismus für die Insel transparent, mit der alleine rd. 40% der Beschäftigten sowie auch der Wirtschaftskraft erreicht wird. Er macht aber auch deutlich, dass neben dem Tourismus bedeutende andere Wirtschaftsbereiche vorhanden sind, die vor allem dazu beitragen können, dass keine Monostruktur entsteht. Eine Basis des touristischen Erfolges und damit des Wirtschaftsfaktors ist die zunehmend gute Qualität der Angebote auf Rügen. Der Zusammenhang von nachhaltiger Betriebsführung und wirtschaftlichem Erfolg ist gerade für einen Standort wie Rügen von herausragender Bedeutung. Das haben einige Unternehmen erkannt, andere müssen dafür noch sensibilisiert werden.

Für den touristischen Vertrieb eröffnen sich im Verbund mit dem sehr sensiblen Naturraum und darauf abgestellten nachhaltigen Reiseangeboten noch beachtliche Zukunftsperspektiven. Diese können zu einer stärkeren Profilierung und Positionierung der Insel – z.B. im UN-Jahr des Ökotourismus - beitragen.

Beherbergungswesen

Im Beherbergungswesen dominieren auf Rügen die Ferienhäuser und -wohnungen noch vor den Hotels und Ferienzentren. Die Mehrheit der Betriebe sind mittelständisch geprägt und es existieren nur wenige größere Anlagen mit mehr als 100 Betten. Gerade diese kleineren Betriebe verfügen jedoch oftmals nicht über ausreichendes Know-how und eine entsprechende Kapitalausstattung. Für spezielle Zielgruppen wie z.B. Behinderte, Radfahrer oder kulinarisch Interessierte bestehen bislang wenig Angebote, obwohl diese einen mittlerweile beachtlichen Markt darstellen.

Entwicklung der Übernachtungszahlen (1997 - 2001)



Quelle: Landkreis Rügen, Amt für Wirtschaft und Kultur 2001

Einer Befragung des Tourismusverbandes Mecklenburg-Vorpommern aus dem Jahr 1997 zufolge, ist das Gros der Rügenbesucher zwischen 30-60 Jahre alt und kommt aus den

östlichen Bundesländern, dem bevölkerungsreichen Nordrhein-Westfalen sowie dem nahe gelegenen Niedersachsen und der Stadt Berlin. Über 40% der Gäste kamen mit Partner/in, Familien mit Kind(ern) waren mit knapp 35% vertreten. Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer zwischen Januar und September 2000 lag in den Beherbergungsbetrieben bei 5,7 und auf den Campingplätzen bei 4,5 Tagen.

Gastronomie

Die Gastronomie auf Rügen erzielte durch Umsetzung von Maßnahmen aus dem Tourismuskonzept von 1993 einen Qualitätssprung. So wurden zahlreiche herausragende Initiativen zur Profilierung des Küchenangebots und der Servicequalität eingeleitet. Dennoch zeigt eine Umfrage bei touristischen Leistungsträgern, dass vor allem bei der Herkunft der Produkte des Küchenwareneinsatzes ein nachhaltiger Bezug zu Erzeugern oder Veredelungsbetrieben der Region noch fehlt oder nicht umfassend ausgeschöpft ist. Zudem werden sowohl die regionale Küche als auch die Besonderheiten Rügener Produkte bislang noch zu wenig nach außen dargestellt. So tragen bisher nur etwa 20 Betriebe der Insel das Gütesiegel „Regionale Esskultur“, obwohl rund 90% aller Betriebe nach eigener Einschätzung mit Produkten aus regionaler Erzeugung arbeiten. Auch ist bei den meisten dieser Betriebe die Herkunft der Produkte noch nicht konkret über die Speisekarte nachvollziehbar. Allerdings besteht ein erhebliches Interesse, künftig regionale Produkte als touristisches Alleinstellungsmerkmal besser zu vermarkten.

Freizeitangebot

Das Kultur- und Freizeitangebot wird von den Rügenbesuchern im allgemeinen als vielseitig und ausreichend eingeschätzt. Das Angebot an Sportaktivitäten reicht z.B. von jeglichen Wassersportarten wie Tauchen, Surfen und Segeln über Möglichkeiten zum Reiten, Fahrradfahren, Golfen oder Volleyballspielen bis hin zur GoKart- und Buggybahn. Baden kann man auf Rügen nicht nur in der Ostsee, sondern auch in mehreren Erlebnisbädern.

Seit dem Jahr 2000 verfügt Rügen mit dem Miniaturpark „Rügen Park Gingst“ über eine weitere attraktive Freizeiteinrichtung. Hinzu kommen im kulturellen Bereich eine Vielzahl von Museen und Galerien sowie Veranstaltungen wie die traditionellen Störtebeker-Festspiele, der Theatersommer am Kap Arkona, Konzerte oder Disco-Events. Die besonderen kulturellen Veranstaltungen beschränken sich jedoch weitestgehend auf die Hauptreisezeit im Sommer.

Die Bewertung des Freizeitangebots durch die Gäste wird jedoch von den Einheimischen nicht in gleichem Maße geteilt. Bei der Eigenimageanalyse der Insel Rügen (2000) haben 37,5% der Befragten die Vielfalt der Freizeitmöglichkeiten als mittelmäßig beurteilt. Besonders die Jugendlichen auf Rügen wünschen sich zur Erhöhung der Lebensqualität z.B. mehr Events oder Sportmöglichkeiten auf der Insel. Das vielseitige Angebot der Vereine findet bei ihnen nicht den gewünschten Anklang. Zustimmung erfährt jedoch das Vorhaben, das Arndt-Stadion in Bergen zu rekonstruieren.

Insgesamt wird deutlich, dass das Freizeitangebot sehr viel stärker auch an den Wünschen der Rügäner orientiert werden muss, deren Vorstellungen teilweise erheblich von denen der Gäste abweichen.

Touristische Vermarktung

Für die touristische Vermarktung von Rügen wurde im Jahre 2000 ein Kommunikations- und Marketingkonzept als unmittelbare Umsetzungsfolge aus dem Tourismus-Leitbild vorgelegt. Der neue Katalog für Rügen 2001 mit dem Slogan „Zeit für uns“ setzt bereits einige Empfehlungen daraus um. Eine eindeutige Abgrenzung zum Hauptwettbewerber Usedom wird bislang jedoch nicht vorgenommen, obwohl es dafür zahlreiche Ansatzpunkte gäbe. Die Marketingstrategie für Rügen muss auf dem Leitsatz „Unsere einzigartige Insel ist eine ganzjährig lebens- und erlebenswerte Tourismusregion!“ aufbauen und dieses Gefühl animativ vermitteln. Angebotsbündelungen und Produkt-erstellungen sowie deren Vertrieb müssen ganzjährig verstärkt werden. Ein Defizit stellt die mangelnde Kenntnis der Angebotssegmente auf dem benachbarten skandinavischen Markt dar.

Das Internet gewinnt als Instrument für eine erfolgreiche Wirtschaftsförderung und ein gutes Regionalmarketing zunehmend an Bedeutung. Es bietet gerade für ländliche Regionen und für Urlaubsdestinationen hervorragende Möglichkeiten, Investoren und Gäste weltweit zu bewerben und Dienstleistungen für die Bürgerinnen und Bürger anzubieten. Auf Rügen ist es aber in der Vergangenheit nicht gelungen, die Inselwirtschaft umfassend und attraktiv im Internet zu präsentieren. Die Kooperationsvereinbarung zwischen Landkreis, Sparkasse Rügen und Tourismusverband zum gemeinsamen Aufbau und Betrieb eines zentralen Informations- und Reservierungssystems (IRS) für die Insel Rügen unter Einbeziehung der Nutzung der Internet-Domain „ruegen.de“ ist allerdings ein wichtiger Schritt in die richtige Richtung.

Touristische Trends

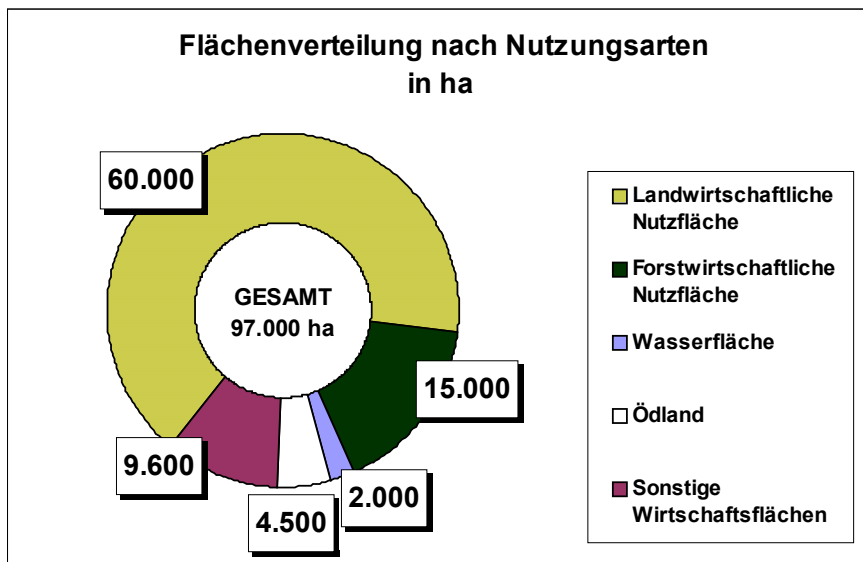
Urlaub im eigenen Land hat in den vergangenen Jahren an Attraktivität gewonnen. 1999 nahmen die Übernachtungen von Inländern um 4,7% zu. Im Trend liegen der Aufenthalt am Wasser und Gesundheitsurlaub, die mit inzwischen 14 beziehungsweise 12% Anteil an allen Urlaubsreisen die größten Zuwächse verzeichnen. Selbst organisierte Reisen machen aber nach wie vor mehr als 88% aller Deutschland-Aufenthalte aus. Die Nachfrage nach einem Deutschlandurlaub über Reisebüros ist immer noch sehr gering, gerade einmal 12% der Urlaubsreisen im Inland werden im Reisebüro gebucht. Dennoch hat sich Deutschland für einige Reiseveranstalter zu einem wichtigen Standbein entwickelt. Und gerade vom Interesse der Veranstalter profitiert auch das Produkt Deutschland, denn die Angebotspalette wird bunter und vielfältiger.

Innerhalb Deutschlands wird in den kommenden Jahren vor allem die Güte des Angebotes darüber entscheiden, wohin die Reiseströme in Zukunft ziehen, auch wenn der Preis ein wichtiges Parameter bleibt. Im Inland werden vor allem Angeboten mit persönlicher Ansprache und Atmosphäre sowie hoher Servicequalität eine Chance auf dem gesättigten Tourismusmarkt eingeräumt. Wichtige Prioritäten der deutschen Urlauber, die bei einer qualitätsorientierten Angebotsgestaltung von Rügen bedient werden können, sind laut B.A.T.-Freizeitforschungsinstitut „schöne Landschaft“, „gutes Essen“, ein „gutes Preis-Leistungs-Verhältnis“ sowie „Bademöglichkeiten im Meer“. Natur und Ruhe bleiben

weiterhin favorisierte Urlaubswünsche, parallel zum Besuch von Städten oder Themenparks.

2.5.3 Land- und Forstwirtschaft

Wie insgesamt in Mecklenburg-Vorpommern ist die Landwirtschaft auch auf Rügen die dominante Flächennutzungsform und traditioneller Erwerbszweig. Aufgrund der Bedingungen der EU-Agrarpolitik soll einerseits ein erheblicher Anteil der landwirtschaftlichen Nutzfläche (ca. 20%) stillgelegt und Grenzertragsböden aus der Nutzung genommen werden. Andererseits wird dann aber die Nutzung der verbleibenden Flächen intensiviert. Als Folge verändern sich zum einen die Struktur der Kulturlandschaft, zum anderen die Be- bzw. Entlastungen des Landschaftshaushaltes. Die Landwirtschaft hat damit einen eher einschränkenden Einfluss auf die Entwicklung von Natur und Landschaft und damit auch die touristische Attraktivität in der Region.



Die heute rund 60.000 ha landwirtschaftliche Nutzfläche auf Rügen werden von 236 Betrieben bewirtschaftet. Davon befinden sich nahezu 50% in Privatbesitz. Die übrigen 30.000 ha sind noch Treuhandeigentum und zu 86% fest über zwölfjährige Verträge verpachtet. Der überwiegende Teil der landwirtschaftlichen Nutzfläche wird von Großbetrieben bewirtschaftet und nur ein relativ kleiner Teil von rund 10.000 ha durch Familienbetriebe.

Der Arbeitsplatzverlust in der Landwirtschaft von rund 6.000 Personen oder knapp 80% im Zeitraum von 1990 bis 1997 wiegt für einen ländlich strukturierten Kreis sehr schwer. Dies wirkt sich umso dramatischer aus, wenn auch zeitgleich wichtige Weiterverarbeitungsstrukturen landwirtschaftlicher Produkte entfallen.

Im gleichen Zeitraum sind auch die Rinderbestände um 50%, die Schaf- und Schweinebestände um rund 80% seit 1989 zurückgegangen. Ökologisch weniger vorteilhaft wirkt sich in diesem Zusammenhang die Reduktion des Anbaus von Futterleguminosen und Hackfrüchten und deren Substitution durch Silomais aus. Die im ökologischen Anbau betriebene Fläche liegt mit 2% weit unter dem Landes- und

geringfügig unter dem nationalen Durchschnitt, was bei einem Landkreis mit einem so positiven Landschaftsimage eher verwundert.

Der relativ hohe Anteil erzeugter tierischer Produkte wie Fleisch oder Milch auf Rügen spiegelt sich bislang nicht in der Palette Original Rügener Produkte wieder. Gerade einmal 2% der über den Lebensmittelhandel gelisteten Produkte stammen von Rügen. Dies ist zum einen ebenfalls auf nicht mehr vorhandene Verarbeitungskapazitäten zurückzuführen, zum anderen auf die bisher unbefriedigenden Vermarktungsmöglichkeiten für regionale landwirtschaftliche Produkte und Erzeugnisse.

Folgende wichtige Vermarktungsdefizite bestehen auf Rügen:

- Die Zusammenfassung der landwirtschaftlichen Grunderzeugnisse zu qualitativ einheitlichen, mengenmäßig zum gewünschten Zeitpunkt lieferbaren Partien ist noch unbefriedigend und entwicklungsfähig.
- Eine engere und effizientere Zusammenarbeit von landwirtschaftlicher Primärproduktion, Verarbeitungsgewerbe und Vermarktungsunternehmen mit stärkerer Nutzung von Absatzfördermaßnahmen (Vermarktungs- und Werbestrategien; regionales Marketing) kann zur Überwindung des aktuellen Entwicklungsrückstandes maßgeblich beitragen.
- Bei der Konzentrationstendenz im Lebensmittelgroß- und –einzelhandel ist es besonders für die peripher zu den Verbrauchszentren und Konzernstandorten ansässigen Unternehmen mit innovativen Spezialprodukten schwer, im umkämpften überregionalen Lebensmittelmarkt Fuß zu fassen.
- Die Direkt- bzw. Regionalvermarktung von konventionellen und alternativen landwirtschaftlichen Erzeugnissen zur Einkommensdiversifizierung landwirtschaftlicher Betriebe stößt in den peripheren ländlichen und bevölkerungsarmen Gebieten Mecklenburg-Vorpommerns an Grenzen.
- Die Vermarktung ökologisch erzeugter Produkte erfolgt bislang auf Rügen fast ausschließlich über das Hofgut Bisdamitz und zwei Bioläden. Das Hofgut liegt strategisch günstig an einer gerade von Touristen stark frequentierten Durchgangsstraße. Eine überregionale Produktbelieferung erfolgt für den Raum Berlin bisher ebenfalls ausschließlich über das Hofgut Bisdamitz.
- Eine Vermarktungsstudie vom Juni 2000 macht vor allem auf das Fehlen eines professionellen Vertriebssystems aufmerksam, um das vorhandene große Abnahmepotenzial Rügens mit seinen wachsenden Touristenströmen auch für Lebensmittel des ökologischen Anbaus besser nutzen zu können. Die Vorschläge zur Optimierung der Situation werden aber nicht an konkreten Umsetzungsprojekten festgemacht. Die aktuelle BSE-Krise und die eingeleitete Neuorientierung der Agrarpolitik machen aber deutlich, dass hier ein Potenzial in Verbindung mit dem positiven Image von Rügen noch brach liegt, das dringend nach einer Projektumsetzung verlangt.

- Die Bemühungen um nachwachsende Rohstoffe für Energieversorgung und für die Industrie sowie deren Verarbeitung und Vermarktung in bzw. durch landwirtschaftliche Unternehmen sind bisher aus verschiedenen ökonomischen Gründen wenig erfolgreich gewesen. Im Interesse der Einkommenssicherung land- und forstwirtschaftlicher Betriebe sowie im Natur- und Umweltschutzinteresse sind jedoch vorhandene Potenziale zu untersuchen, Anbau- und Verarbeitungsversuche zu unterstützen und damit die Grundlagen und Vorbereitungen für spätere effiziente Nutzungsmöglichkeiten zu schaffen.

Allerdings nimmt die Nachfrage nach regionalen Produkten sowohl seitens der Lebensmittelhändler als auch der Urlaubsgäste zu und die Bemühungen um die Entwicklung innovativer Absatzschienen innerhalb der Region steigen. Vor allem Betriebe, die über weniger ertragreiche Böden verfügen, suchen intensiv nach alternativen Absatzmöglichkeiten für Veredelungsprodukte, da sie in der Veredelung eine große Zukunftsperspektive sehen.

Angebot und Nachfrage

Im Bereich der Rindfleischversorgung besteht auf Rügen ein Überangebot. Denn gerade einmal 17% der Rügener Produktion wird vor Ort auch nachgefragt. Anders verhält es sich im Bereich von Schweine- und Lammfleisch, wo jeweils die Nachfrage die auf Rügen erzeugten Produktionsmengen übersteigt.

Im Bereich der Schafhaltung hat sich eine Verschiebung vom Merino-Wollschaf hin zur Landschaftsrasse der Pommernschafe ergeben. Da über diese heimische Schafrasse auch eine gute Fleischqualität ermöglicht wird und die zunehmende Nachfrage nach Lammspezialitäten auch tourismusfördernde Effekte erzielen, zeichnet sich hier eine positive Entwicklung ab.

Die Mutterkuhhaltung konnte sich auf Rügen erst nach 1989 entwickeln. Mittlerweile verfügt die Insel über einen Bestand von rund 2.300 Tieren, die gerade mit ihrer praktizierten Freilandhaltung im Zeichen steigender Verbraucherverunsicherung durch die BSE-Fälle eine zunehmend wichtigere Rolle einnehmen. Dies gewinnt vor allem auch für die Tourismus-Destination Rügen an Bedeutung, wo nicht nur Raufutterverwerter für die Offenhaltung wertvoller Grünlandstandorte benötigt, sondern auch zunehmend hohe Fleischqualitäten regionaler Herkunft nachgefragt werden.

Trotz eines Milchaufkommens von rd. 50 Mio. Liter Milch aus Rügener Betrieben werden Trinkmilch und andere Frischmilcherzeugnisse bisher kaum auf Rügen verarbeitet. Einzig die Produktion des „Rügener Camembert“ stellt eine regionale Spezialität dar. 1997 wurde aufgrund der gewachsenen Nachfrage von Einheimischen und vor allem Touristen wieder die Molkerei Naturprodukt GmbH Poseritz in Betrieb genommen.

Obst- und Beerenanbau hatte auf Rügen eine Tradition, die aber nach 1989 weitgehend eingestellt wurde. Diese Produkte werden heute zu großen Mengen auf die Insel importiert. Mit der Erzeugung und Veredelung von Spezialitäten bildet sich aber auch hier wieder ein höherpreisiger Nischen-Markt. Die durch den Tourismus möglichen

Synergieeffekte sind hilfreich und sichern damit langfristig auch wieder ökologisch wertvolle Streuobstanlagen.

Aber auch die fehlenden Verarbeitungsmöglichkeiten der Getreideernte auf Rügen führen z.B. zu einer Verladung der Rohstoffe über die Hafenanlagen. Die Folge ist – mit Ausnahme des Spezialbrottes der Rügener Backwaren GmbH - die Verarbeitung von Mehl anonymer Herkunft in den Bäckereien auf Rügen, während anderenorts gerade auch die regionalen Backspezialitäten boomen.

Zwei auf Kartoffeln spezialisierte Betriebe sichern einen hohen Eigenversorgungsgrad der Insel. Dagegen ist der Feldgemüseanbau auf Rügen weitgehend zusammengebrochen, wäre aber durchaus wieder eine wünschenswerte Produktergänzung. Einzig die Erzeugung von Kohl konnte sich auf Rügen als nennenswerter Gemüseanbau halten.

Trends Landwirtschaft und Agrarpolitik

Die mit dem Strukturwandel der Landwirtschaft verbundene Intensivierung, Spezialisierung und Technisierung im Bereich der Produktion werden als Mitverursacher einer ständigen Verschlechterung der Qualität von Boden und Wasser sowie als vorrangig verantwortlich für den Rückgang von Biotopen mit seltenen Pflanzen- und Tierarten sowie der Vielfalt und Schönheit der Kulturlandschaft in einigen Region angesehen. Dagegen sind aber auch mit der Nutzungsaufgabe landwirtschaftlicher Flächen, die im Zuge der Agrar-Umwelt-Politik forciert werden, Entwicklungsperspektiven für Biotopstrukturen gegeben. Beide Entwicklungen – sowohl die Intensivierung als auch die Extensivierung bzw. Flächenstilllegung – werden sich parallel fortsetzen. Immer mehr Landwirte unterliegen inzwischen auch Beschränkungen bezüglich der Produktionsausrichtung ihrer Betriebe und der zum Einsatz gebrachten Produktionsmethoden aufgrund der Regulierungen zum Wasser- oder zum Naturschutz. Andere beteiligen sich freiwillig an Programmen, die eine Reduzierung der Intensität der Bodenbewirtschaftung aus Gründen des Arten- und Biotopschutzes mit finanziellem Ausgleich zum Ziel haben.

Bei fast allen Szenarien wird insgesamt die Zahl der Haupterwerbsbetriebe abnehmen und sich der Anteil landwirtschaftlicher Nutzung an der Gesamtfläche verringern. Daher stellen sich Fragen nach nachfolgenden Nutzungen (zum Beispiel Erholungsfunktionen, Aufforstung, Naturschutz etc.) bzw. nach der Intensität der Bodennutzung. Die veränderte strukturelle Entwicklung der Landwirtschaft wird sich auch auf die Qualität der Umwelt und der natürlichen Ressourcen in ländlichen Räumen auswirken.

Für Rügen ergeben sich daraus folgende Konsequenzen:

- verstärkte Nutzung von machbaren Erwerbs- und Einkommenskombinationen,
- Festhalten an einer flächenhaften Landbewirtschaftung einschl. einer Extensivierung,
- Entwicklung eines Leitbildes, um problematische Ziele, die sich nur schwierig gemeinsam verwirklichen lassen, einvernehmlich zu lösen
- Nutzung des naturraumbezogenen Images von Rügen für die Perspektiven der neuen Agrarpolitik.

Forstwirtschaft

Rund 17.000 ha der Insel Rügen sind Waldflächen, was einem Flächenanteil von 17% entspricht. Über 75% des Waldes sind dabei in unterschiedlicher Art und Intensität unter Schutz gestellt. Während vor 1989 Gedanken des Landschaftsschutzes und der Nutzung biologischer Selbstregulationsprozesse in der Regel im Hintergrund standen, wird seit einigen Jahren eine schrittweise Umsetzung der naturnahen Forstwirtschaft angestrebt. Zu diesem Konzept gehören die Rücknahme der standortfremden zugunsten heimischer Laubbaumarten, Bevorzugung natürlicher Verjüngung und Verzicht auf Kahlschläge, dadurch Vermeidung von Pestizideinsätzen und mineralischer Düngung sowie bodenschonende Verfahren der Holzurückung.

Auf Rügen arbeiten folgende staatliche Forstverwaltungen: das Forstamt Rügen, das Nationalparkamt Rügen im Nationalpark Jasmund, das Nationalparkamt Vorpommersche Bodenlandschaft auf Teilen Westrügens und Hiddensees sowie das Bundesforstamt Prora für Waldflächen des Bundes. Im Forstamt Rügen sind 21 Personen beschäftigt. Sie sind zuständig für die Durchsetzung des Bundes- und Landeswaldgesetzes, d.h. u.a. genehmigen sie Rodungen, Aufforstungen und Kahlschläge. Das Forstamt führt auch das Waldverzeichnis aller Waldbesitzarten. In diesem Verzeichnis sollen alle Flächen mit Angaben über Lage, Größe, Schutzstatus, Waldbesitzer u.ä. erfasst werden, die nach Landeswaldgesetz als Wald gelten. Zudem ist das Forstamt zuständig für die Förderung des Privat- und Körperschaftswaldes.

Im Sinne einer nachhaltigen Nutzung könnten jährlich rd. 35.000 Efm Holz aus Rügens Wäldern bereitgestellt werden. Tatsächlich werden jedoch nur rd. 50% dieser nutzbaren Menge eingeschlagen, mehrheitlich wegen des Waldumbaus Nadelhölzer. Davon werden nur rd. 5% auf der Insel selbst vermarktet, vielfach aber als weniger Wertschöpfung bringendes Brennholz. Die geringe Zahl holzverarbeitender Betriebe arbeiten vorwiegend mit eingeführten Fertigwaren. Auch wenn die regionale Herkunft also bislang noch keine ausschlaggebende Rolle spielt, rückt gleichwohl die Naturnähe der Waldbewirtschaftung auch auf Rügen immer stärker in das Konsumentenbewusstsein.

2.5.4 Fischerei

Durch den enormen Preisverfall sowie den Wegbruch der Subventionen Anfang der 90er Jahre hat die ökonomische Bedeutung der traditionsreichen Fischerei stark abgenommen. Heute existieren auf Rügen noch 8 Fischereigenossenschaften mit rd. 150 Fischern, mehrere Unternehmensgesellschaften und Einzelunternehmen mit rd. 35 Fischern sowie eine nicht bekannte Anzahl von Nebenerwerbsbetrieben. Die jährliche Fangmenge auf Rügen beträgt ca. 7.500 t, schwankt jedoch u.a. aufgrund wechselnder Quoten. Da die Küstengewässer Rügens zu den größten Laichgebieten des Ostseeherings zählen, stellt der sog. Rügen- oder Frühjahrshering mit rd. 2000 t die wichtigste Fangart.

Der Vorsitzende des Verbandes der Kutter- und Küstenfischer - Norbert Kahlfuss – hat die Schiffsbesatzungen auch aufgerufen, sich verstärkt auf den Fang des Herings zu



konzentrieren – dessen Fangquote bislang nicht ausgeschöpft ist -, denn „Jede Tonne Fisch, die wir nicht anlanden, werden andere liefern“.

Dorsch/Kabeljau und Seelachs ergeben zusammen eine Fangmenge von etwa 4000 t, Plattfische etwa 1000 t und die restlichen 500 t verteilen sich auf diverse Süßwasserfische. Die Mehrzahl der Fische wird international verarbeitet und vermarktet. Im Sinne einer nachhaltigen Wirtschaftsentwicklung wäre es zu begrüßen, wenn auch durch die Reaktivierung traditioneller Verarbeitungstechniken und die eindeutige Positionierung dieser Fischprodukte als Rügener Spezialität wieder verstärkt Fangerträge auch auf Rügen verarbeitet werden könnten. Kontroverse Auffassungen bestehen darüber, inwieweit das in Sassnitz-Mukran entstehende Fischwerk einen Beitrag für nachhaltige Perspektiven (Verarbeitung heimischer Fischqualitäten) liefert. Immerhin wird dieser Betrieb zahlreiche Arbeitsplätze anbieten und – was von erheblicher Bedeutung ist – auch die erste Verarbeitungsstufe für ca. 20.000 Jahrestonnen in der Anfangsphase beinhalten.

Zündstoff für die Berufsfischer liefert auch immer das Thema Offshore-Windparks in der Ostsee. Allein im Jahr 2000 haben von knapp 440 Berufsfischern im Bundesland wieder 35 das „Handtuch geworfen. Es wird befürchtet, dass sich diese Zahl bei der Ansiedlung von Offshore-Parks vor Mecklenburg-Vorpommerns Küste noch erhöhen könnte. Während des jüngsten Fischereitages Mitte 2001 in Stralsund gab es auch Kritik an den Reglementierungen der Europäischen Union: Gelder für Modernisierungen der Flotte liegen auf Eis; Schonzeiten und Mindestmaße für die Netze werden weiter verschärft. Der Agrarminister des Landes hat den Fischern jedoch zugesichert, dass das Land die Umrüstung der Boote für den Heringsfang finanziell unterstützen will.

2.5.5 Gewerbe/Industrie/Handwerk

Rügen besitzt nur wenig verarbeitende Industrie. Diese ist mittelständisch geprägt und beschäftigt in 13 Betrieben rund 1.050 Arbeiter und Angestellte.

Nahrungs- und Genussmittelindustrie

Der Bereich des Ernährungsgewerbes ist auf Rügen nur noch mit 7 Betrieben vertreten. Durch die Ansiedelung des aus den Niederlanden stammenden neuen Fischverarbeitungsbetriebes in Sassnitz-Mukran werden rd. 100 neue Arbeitsplätze entstehen. In den insgesamt drei bestehenden Fischverarbeitungsbetrieben wird Fisch aus entfernteren Fanggebieten verarbeitet, weil der Fisch aus der Küstenfischerei nicht die für die maschinelle Weiterverarbeitung notwendige Qualität aufweist. In den drei Betrieben werden Frischfisch, Gefrierfisch und Fischkonserven hergestellt. Die Listung von Räucherwaren oder marinierten Waren einiger Fischereigenossenschaften im Lebensmittel-einzelhandel als ausgesprochene Spezialität war bislang nur teilweise erfolgreich.

Die Milchproduktion hat sich dagegen zur dominierenden Einnahmequelle landwirtschaftlicher Tierproduktion auf Rügen entwickelt. Diese Situation spiegelt sich aber nicht in den Verarbeitungsstrukturen wieder, wo im Angebot und Verbrauch Rügener Traditionsmarken ohne regionalen Bezug dominieren. Vergleichbares gilt für Pflanzen- und

Fleischprodukte, bei denen der Kreislauf von Erzeugung, Verarbeitung und handwerklicher Produktion ebenso unterbrochen ist. Nachdem der einzige industrielle Schlachthof auf Rügen wegen zu geringer Auslastung geschlossen wurde, sind die Voraussetzungen für eine umfassende Fleischverarbeitung auf der Insel nicht mehr vorhanden. Auch das auf Rügen angebaute Getreide wird auf dem Festland vermahlen und erst danach wieder auf die Insel transportiert. Auch zur Weiterverarbeitung von Gemüse stehen keine Kapazitäten bereit. Durch diese fehlenden Verarbeitungskapazitäten gehen aber wichtige Wertschöpfungsgewinne, vor allem aber bedeutsame Imageträger in Form von Endprodukten mit regionalem Rügen-Bezug verloren.

Die steigende Verunsicherung der Verbraucher im Hinblick auf eine gesunde Ernährung bietet aber zunehmend Chancen. Auch in Regionen mit geringer Kaufkraft – wie Rügen – zeichnen sich beispielsweise Veränderungen im Fleischkonsum ab, wenn zwar seltener Fleisch nachgefragt wird, dafür aber gesicherte Herkunft und hohe Qualität verlangt werden. Dieser Trend macht sich auch in der Gastronomie bemerkbar, in der die Nachfrage nach Fleisch in Bio-Qualität seit Dezember 2000 überall in Deutschland so stark gestiegen ist, dass es zu erheblichen Lieferengpässen kam. Die gegenwärtige Fleischverarbeitungsstruktur auf Rügen ist aber nicht geeignet, aus dieser einmaligen – wenn auch bedauerlich hergeleiteten – Situation Kapital zu schlagen, obwohl dies gerade für Rügen eine Zukunftsperspektive darstellt.

Baugewerbe/Handwerk

In eine anhaltende Stagnation geraten jetzt die auf Rügen eher kleineren bis mittelgroßen Betriebe des Baugewerbes, die den Boom der Nachwendezeit nicht mehr kompensieren können. Davon betroffen ist damit auch die Handwerkerschaft, für welche die Baubranche lange Zeit eine Art Motorfunktion eingenommen hat.

Der Anteil der handwerklichen Wertschöpfung insgesamt an der Gesamtwirtschaft Rügens beträgt ca. 40%. Sie ist damit ähnlich bedeutsam wie die touristische Wertschöpfung, dennoch wird das Handwerk auf Rügen nicht zu den tragenden Säulen der Wirtschaft gerechnet. Allerdings kann das Handwerk eine zunehmend wichtigere Rolle für Rügen spielen, wenn innovative Unternehmensstrukturen und neue Geschäftsfelder genutzt werden. Die beginnenden Ansätze von Kooperationsformen im Bereich des Handwerks können zu einer besseren Qualität der Dienstleistungen führen und vor allem die Wettbewerbsfähigkeit handwerklicher Betriebe erhöhen. Ein Zukunftsfeld der Handwerkerschaft Rügens liegt auch in der Stärkung des ökologischen Profils der Insel durch die zunehmende Nutzung von Solar- und anderen Alternativenenergien, sowohl für den Tourismus als auch für andere Wirtschaftsbereiche.

2.5.6 Handel und private Dienstleistungen

Die Kaufkraft der Kommunen des Landkreises liegt noch deutlich unter dem Index der ostdeutschen und erheblich unter dem Index der Kaufkraft der Kommunen in Deutschland. Über Kaufkraftabflüsse liegen leider nur auf einzelne Kommunen bezogene Daten vor. Sollten sich jedoch die Angebotslücken bei Gütern des mittel- bis langfristigen Bedarfs

und die räumliche Konzentration der Anbieter auf die Touristenzentren fortsetzen, besteht die Gefahr weiterer Kaufkraftabwanderung.

Die Trends im Handel zeichnen sich noch immer durch zunehmende Konzentration der Handelsketten, mit einer gleichzeitigen Erhöhung der Verkaufsflächen aus. Diese Entwicklung macht es regionalen Anbietern immer schwerer, Nischen und Profilierungen für eine Zukunftsperspektive zu finden und so werden auch die Kommunen vor nur schwer lösbare Aufgaben der Attraktivitätssicherung zentraler Ortslagen gestellt. Auch die Sicherung der Grundversorgung der Bevölkerung in akzeptabler Entfernung zum Wohnort gerät durch die Verdrängung von kleineren Märkten in Gefahr. Hier sind z.B. Nahversorgungskampagnen und kommunale Märkte-Konzepte gefragt, wie sie zu der gemeinsamen Entschließung der für das Bau-, Wohnungs- und Siedlungswesen zuständigen Ministerien (ARGEBAU) mit der Ministerkonferenz für Raumordnung (MiKRO) definiert sind. Entsprechende Konzeptionen liegen bislang für Rügen noch nicht vor.

Der Anteil der in der Direktvermarktung erzielten Kundenbeziehungen ist noch immer äußerst gering, ohne erkennbare Tendenz nach einer stärkeren Konsumentennachfrage. Dagegen gewinnen Fachgeschäfte mit einem ausgewiesenen Angebot an Waren mit Markencharakter bzw. mit Herkunfts- und Qualitätszeichen einen zunehmend höheren Stellenwert. Die Verunsicherung durch aktuelle Lebensmittelskandale, Ernährungswissenschaftler und Medizin, hat einen Umfang erreicht, der dazu führen wird, dass auf die Beratung durch den Handel neuartige Aufgaben zukommen. Ein weiterer wichtiger Aspekt der Wertedynamik der Konsumenten ist die sich fortsetzende bildungsbedingte Emanzipation der Verbraucher. Sie werden hochsensibel für das jeweilige Preis-Leistungs-Konzept der Anbieter sein. Vertrauen macht Gelegenheitskunden dann zu Stammkunden. Gerade dadurch wird die Etablierung von Herkunfts- und Qualitätszeichen mit einer Regionalmarke so wertvoll und vordringlich.

2.5.7 Logistik

Als Umschlagplatz für Waren aus dem Ostseeraum bietet Rügen durch den Ausbau des Tiefseehafens Mukran sowie die nahezu optimalen Transportmöglichkeiten mit der Bahn hervorragende Voraussetzungen, ohne die Situation auf den überlasteten Hauptverkehrsstraßen der Insel weiter zu verschlechtern. Hier eröffnen sich – auch in Verbindung mit der EU-Osterweiterung – Perspektiven von internationaler Bedeutung. Um die Transportverbindungen von Rügen zum Festland zu verbessern, sind sowohl der Bau einer zweiten Sundquerung als auch der Ausbau der B 96 bis Bergen geplant.

2.6 Ver- und Entsorgung

Im Bereich Ver- und Entsorgung weist Rügen besondere Voraussetzungen auf, umweltverträglich zu arbeiten. Immer häufiger werden Forderungen erhoben, den Energiebedarf der Insel allein aus Windenergie zu speisen. Die hierzu geplanten Windparks und insbesondere die Offshore-Windkraftanlagen sind aber nur akzeptabel, wenn dabei auch die Belange und Interessen des Naturschutzes sowie des Tourismus gleichermaßen berücksichtigt werden. Der Landkreis Rügen strebt aber auch eine stärkere Nutzung von Solartechnologien an. Die Voraussetzungen für eine Anwendung sind aufgrund der jährlichen horizontalen Sonneneinstrahlung von 1098 kWh/m² sehr günstig. Auch der Bereich der Biomasse als Energiequelle stellt ein auf Rügen noch wenig genutztes Potenzial dar.

Rügen verfügt durch die getätigten Neuinvestitionen über moderne Anlagen im Bereich Ver- und Entsorgung. Zudem bietet die besondere Lage Rügens die Chance, als umweltverantwortlicher Zukunftsstandort beispielhafte Lösungsansätze für die Energieversorgung eines Landkreises zu bieten, und damit nicht nur einen Beitrag zur Entlastung der Umwelt zu leisten, sondern auch die Wettbewerbsfähigkeit der Rügener Betriebe zu verbessern.

2.7 Soziokultureller und Bildungsbereich

Der Bildungs- und soziale Sektor tritt zum Leidwesen der engagierten Personen und Institutionen auf Rügen meistens hinter anderen Bereichen wie Verkehr, Naturschutz oder Tourismus zurück. Zwar bestehen eine Vielzahl an Aktivitäten zur Förderung und Unterstützung soziokultureller Zielstellungen, doch werden besonders zahlreiche Aus- und Weiterbildungsangebote aufgrund mangelnder Teilnehmerzahlen – auch infolge des Bevölkerungsrückgangs - abgebaut. Um jedoch einer drohenden Abwanderung weiterer Anteile der jüngeren Bevölkerung Einhalt zu gebieten, ist es notwendig, diese Angebote zu sichern bzw. zu verbessern. Dies gilt auch für die Freizeitaktivitäten auf der Insel, die von den Rügener Jugendlichen vielfach als nicht sonderlich attraktiv eingeschätzt werden.

Es ist daher besonders wichtig, Initiativen wie das E-WERK in Sassnitz oder die Winterakademie Rügen zu unterstützen. Mit dem E-WERK ist ein Ort mit Jugendlichen für Jugendliche entstanden, durch den nicht nur ein zusätzliches Freizeit- und Bildungsangebot, sondern auch Arbeitsplätze (ABM, SAM, erster Arbeitsmarkt) und Bildungsmaßnahmen für Jugendliche geschaffen werden konnten. Die Winterakademie, die im vierten Jahr ihres Bestehens ihre Teilnehmerzahl bereits fast vervierfachen konnte, bietet insbesondere für die Tourismusbranche gute Chancen, den öffentlich beklagten Fachkräftemangel durch Qualifizierungsmaßnahmen zu reduzieren.

2.8 Natur und Landschaft

Die naturräumliche Vielfalt Rügens zählt zu seinen besonderen Stärken, die sich aber nicht nur an den Kreidefelsen oder Bodden festmachen. Infolge der vielfältigen Landschaftsformen kommen auf Rügen die unterschiedlichsten Vegetationsformen wie Salzrasen, Moore, Steilküsten mit einer bemerkenswerten Ausstattung an schützenswerten Arten vor. Als Besonderheit muss die Insel Vilm erwähnt werden, die seit Jahrhunderten forstwirtschaftlich nicht genutzt wurde und heute mit ihrer ursprünglichen Vegetation aus Buchen und Eichen als „Urwald des Nordens“ fasziniert und damit ein Bild der ursprünglichen Dynamik der Küstenwälder vermitteln kann.



Die reiche Naturlandschaft dokumentiert sich auch in der Naturgesinnung der Rüganer, die mit ihren 1586 erlassenen Waldschutzgesetzen die Tradition der Naturschutz-Philosophie in Deutschland begründeten. Rügen ist in logischer Konsequenz auch der Landkreis in Deutschland, in dem praktisch alle nationalen Naturschutz-Kategorien verankert sind, wenn man den angedachten Naturpark dazurechnet. Dies wird bislang aber noch eher als Nachteil, denn als einzigartiger Standortvorteil angesehen.

Die drei bedeutendsten Schutzgebiete der Insel sind derzeit der Nationalpark Jasmund, der Nationalpark Vorpommersche Boddenlandschaft sowie das UNESCO-Biosphärenreservat Südost-Rügen. Die Errichtung eines Naturparks Rügen wird augenblicklich nicht weiter verfolgt, da der Kreistag eine entsprechende Landschaftsschutz-Gebietsverordnung abgelehnt hat. Da Naturparke aber eine immer stärkere Rolle für die Regionalentwicklung spielen und auch eine nationale Tourismus-Destination deutscher Naturparke im Gespräch ist, sollte diese Entwicklung auf Rügen aufmerksam verfolgt werden, um nicht den Anschluss an zukunftsfähige Entwicklungen in Deutschland zu verpassen. Auch die Novellierung des Bundesnaturschutzgesetzes (2002) eröffnet hier neue Perspektiven für das Aufgabenspektrum von Naturparken neuer Prägung, die z. B. der Naturpark Usedom bereits wahrnimmt.

Als Folge der ungewöhnlich reichhaltigen Naturraumausstattung hat der landschafts-ästhetische Wert auf Rügen immer eine besondere Rolle gespielt, was sich in der Tradition der Landschaftsmalerei im besonderen widerspiegelt. Aber auch die Bedeutung des Tourismus als dominierender Wirtschaftsfaktor wäre ohne diese naturräumliche Vielfalt undenkbar. Die Natur ist daher auch weiterhin zu schützen bzw. nachhaltig zu entwickeln.

Der Küstenschutz wird Rügen als Insel vor dem Hintergrund global steigender Meeresspiegel vor große Herausforderungen stellen. Hier sind zukunftsfähige Lösungen gefordert, die sowohl Nachhaltigkeit wie Bevölkerungsakzeptanz zu berücksichtigen haben. Als Modellregion für nachhaltigen Tourismus spielt der Ostseeraum dabei eine wichtige Rolle mit zahlreichen grenzüberschreitenden Projekten, die sich den nachhaltigen Tourismus in Küstenregionen zur Aufgabe gemacht haben.

2.9 Ansatzpunkte für eine regionale Kreislaufwirtschaft

Regionale Kreislaufwirtschaft ist Teil einer ganzheitlichen, eigendynamischen Regionalentwicklung. Im Bereich der Ökonomie wird zunehmend das Ziel verfolgt, regionale Akteure aus dem Wirtschaftsleben zur Mitarbeit bei der Entwicklung von neuen Vermarktungsstrategien für einheimische Produkte und Dienstleistungen bzw. für die Ansiedelung zukunftsfähiger Industrie- und Technologiebereiche und Kooperationsformen zu motivieren.

Ansätze für eine regionale Kreislaufwirtschaft sind auf Rügen in Teilbereichen bereits erkennbar. Es fehlt bislang aber eine Koordination zwischen den verschiedenen Bereichen und eine gemeinsame Vermarktung der Ansätze, Dienstleistungen und Produkte mit Rügen-Bezug.

2.9.1 Tourismus

Grundlage des Erholungstourismus auf Rügen ist in erster Linie die intakte Umwelt. Um den Tourismus dauerhaft zu stabilisieren und dennoch die Eigenart der Insel zu erhalten, sind langfristige Strategien gefragt. Diese sollen einen Ausgleich zwischen den Interessen der Tourismuswirtschaft und dem Schutz natürlicher Ressourcen im Sinne eines nachhaltigen Tourismus ermöglichen. Aufgrund der Bedeutung des Tourismus und der Größe der Insel gibt es inzwischen eine Fülle von Aktivitäten, die sich um ein Gleichgewicht zwischen ökologischer, sozialer und ökonomischer Verträglichkeit bemühen. Dennoch ist ein Denken in Zusammenhängen einer nachhaltigen Entwicklung auf der Insel Rügen noch nicht umfassend verbreitet. Eine stärkere Vernetzung der Projekte untereinander könnte hier zu schnelleren Erfolgen führen.

Um die saisonale Abhängigkeit der Rügener Wirtschaft etwas abzufedern, muss eine Verlängerung der Urlaubssaison durch entsprechende Angebote ausgewählte Zielgruppen zentrales Marketing-Ziel werden. Ebenso ist eine längere Verweildauer anzustreben. Solche Maßnahmen tragen nicht nur zur Vermeidung von Verkehrsspitzen und damit zu einer Entlastung der Umwelt, sondern vor allem zu einer weiteren Verbesserung der ökonomischen Situation auf Rügen bei. Der touristische Trend zu flexibleren Reisezeiten eröffnet hier gute Absatzmöglichkeiten.

Eine wesentliche Erhöhung der Bettenkapazitäten auf Rügen erscheint nicht sinnvoll. Durch die regionale Konzentration des Tourismus auf wenige Zentren im Osten der Insel partizipiert aber auch nicht ganz Rügen gleichermaßen an diesem Wirtschaftszweig. Verschärft wird durch diese regionale Konzentration die ohnehin schon gespannte Verkehrssituation auf der Insel. Eine behutsame touristische Aufwertung und Belebung vor allem des Westens erscheint daher sinnvoll, wenn dies auf der Basis einer von der dortigen Bevölkerung umfassend mitgetragenen Konzeption erfolgt.

Im Konzept der regionalen Kreislaufwirtschaft für Rügen spielt die Gastronomie eine wichtige Vorreiterrolle, nicht nur weil sie heimische Produkte auf die Speisekarte bringen

kann, und damit die eigene Landwirtschaft unterstützt. Gleichzeitig wird mit den Angeboten regionaler Produkte die Austauschbarkeit verhindert und den Gästen die Möglichkeit gegeben, die gastronomische Profilierung Rügens zu erleben.

Die Rügener Kohlwochen sind ein Beispiel dafür, Produkte und damit die Region bekannter zu machen (sog. Cross-Marketing). Ein weiterer Ansatzpunkt ist die durch die Euroregion Pomerania geförderte Initiative „Regionale Esskultur“ mit dem Ziel, Rezepte aus der Region mit Produkten aus der Region zu verbinden. Hier muss die ausgezeichnete Philosophie dieses Ansatzes künftig von allen beteiligten Partnerbetrieben offensiver und umfassender in das Bewusstsein der Gäste gehoben werden.

2.9.2 Landwirtschaft

Die Landwirtschaft Rügens wird von der Großfläche dominiert. Diese Betriebsstruktur verursacht zum einen eine kapitalintensive Bewirtschaftung der Ackerflächen und damit eine Fokussierung auf die Pflanzenproduktion, zum anderen kann sie aber auch zur Monotonisierung des Landschaftsbildes beitragen. Allerdings sind die Großstrukturen nicht automatisch als eine weniger dauerhaft umweltgerechte landwirtschaftliche Nutzungsform anzusehen als die eher in Süddeutschland vorherrschenden Kleinstrukturen. Denn die floristische und faunistische Nivellierung wurde in Ostdeutschland vor 1990 nicht mehr mit sehr großer Intensität betrieben. So finden sich heute in den ostdeutschen Agrarlandschaften vor allem auch größere naturnahe Biotope. Allerdings nivellieren sich die Unterschiede seit 1990 zunehmend.

Die großen Schlagflächen auf Rügen bieten nach wie vor Entwicklungspotenzial für Managementsysteme eines ortsspezifischen Pflanzenbaus, mit dem gleichermaßen eine Erhöhung der Wirtschaftlichkeit der Landnutzung wie ihrer Umweltleistungen erreicht werden kann. Mit dem Gestaltungsprinzip der „Schlaginternen Segregation“ könnte der differenzierten Pflanzenentwicklung auf unterschiedlichen Standortverhältnissen durch Nutzung der durch Satellitennavigation gewonnenen Erkenntnisse Rechnung getragen werden. Dies führt dann zu integrierten Anbauverfahren, verbesserter Produktivität und gleichzeitig Realisierung von Umwelt- und Naturschutz-Zielstellungen. Allerdings ist die Situation der Vermarktung landwirtschaftlicher Produkte auf Rügen noch unbefriedigend. Dies gilt auch für den erstaunlich geringen Anteil ökologischer Anbauflächen, wo Mecklenburg-Vorpommern ansonsten national die Spitzenposition im Ökolandbau wahrnimmt.

2.9.3 Fischerei

Als traditioneller Wirtschaftszweig Rügens sollte auch die Fischerei in stärkerem Maße zur regionalen Wertschöpfung herangezogen werden. Zu denken wäre z.B. an eine regionale Verarbeitung und Vermarktung von Hecht und Zander als hochpreisige Delikatesse der Insel, die sowohl auf Rügen wie auch als Rügener Spezialität außerhalb der Insel angeboten werden kann. Aktionen wie zum Beispiel eine „Rügener Fischwoche“ an den Standorten der touristischen Zielgruppen sind hier denkbar, um auch während der Hauptfangzeit, aber außerhalb der Saison, Umsätze zu erzielen und einen Beitrag zur Saisonverlängerung zu leisten.

2.9.4 Produzierendes Gewerbe/ Industrie

Die Veredelung landwirtschaftlicher Produkte ist ein Bereich, der auf der Insel in Teilbereichen fast völlig fehlt. Der einzige Schlachthof und die einzige Mühle auf der Insel mussten aufgrund von gesetzlichen Auflagen bzw. fehlender Investitionsmöglichkeit schließen. Die notwendigen Betriebsgrößen konnten mit den vorhandenen Produktionsmengen nicht erreicht werden. So werden die landwirtschaftlichen Hauptprodukte der Insel, Getreide, Raps und Kohl, wie auch das Gros der Tiere zur Weiterverarbeitung auf das Festland transportiert, mit dem Ergebnis, dass die Wertschöpfung für Rügen verloren geht. Lediglich als Nischenangebot erfolgt die Weiterverarbeitung auf der Insel und der Vertrieb in Eigenregie über Verkaufsstände und ab Hof.

Ansätze für eine regionale Kreislaufwirtschaft im Bereich der Nahrungs- und Genussmittelindustrie sind beispielsweise mit dem industriellen Käsereibetrieb in Bergen vorhanden, der Produkte der Marke „Rügener Badejunge“ herstellt und diese bundesweit vertreibt. Auch die Vermarktung heimischer Produkte über das Hofgut Bisdamitz, die Molkerei in Poseritz und den Gutshof Arkona sind gute Ansätze. Letzterer bietet auch die Möglichkeit, dass – evtl. in einem Franchise-System – zertifizierte Produkte („Das Beste von Rügen“) im Landkreis aber auch außerhalb angeboten werden können.

Die fischverarbeitende Industrie ist traditionell stark auf der Insel vertreten. Zur Zeit sind noch zwei Betriebe mit der Verarbeitung von Fisch beschäftigt. Die Ansiedlung eines dritten Betriebes in Sassnitz-Mukran ist erfolgt. Dieser internationale Großbetrieb wird hauptsächlich Frischfisch und Gefrierware erzeugen, die, wie auch die Konserven, größtenteils in den Export gehen. Problematisch aus regionalwirtschaftlicher Sicht ist darüber hinaus, dass der verarbeitete Fisch nicht aus der Küstenfischerei stammt, sondern aus weiter entfernten Hochsee-Gewässern. Dies wird u.a. mit der nicht ausreichenden Qualität des einheimischen Fisches begründet.

Neben dem Fischwerk könnten auf dem Gelände des Fährhafens Sassnitz-Mukran weitere Ansiedlungen aus dem Bereich des produzierenden Gewerbes folgen. Dies sollten vorrangig solche Betriebe sein, die bei der Weiterverarbeitung der Haupttransportprodukte, zum Beispiel Getreide oder Holz, ansetzen. Die durch die Verarbeitung anfallenden Abfälle und die Abwässer könnten im Rahmen eines Stoffstrommanagements dem Kreislauf erhalten werden.

Eine interessante Initiative zur Begründung von Unternehmen und ihrer Firmenkonzptionen ist der „Job-Motor-Biosphäre“, der seinen Ursprung im Nationalparkamt (Biosphärenreservat) hat. Die Absolventen sollen durch eine gezielte Ausbildung in die Lage versetzt werden, Unternehmen zu begründen, welche die Prinzipien einer nachhaltigen Regionalentwicklung berücksichtigen und damit in hohem Maße auch zu einer regional wirksamen Wertschöpfung beitragen.

2.9.5 Handel und private Dienstleistungen

Die Vermarktung von Rügenprodukten wird durch den Einzelhandel bislang nur vereinzelt unterstützt, da nur wenige zertifizierte Produkte und praktisch keine darauf abgestimmte Logistik existieren. Als Barriere für die Aufnahme eines Produktes in das Sortiment des Einzelhandels erweisen sich darüber hinaus die Konditionen an die Hersteller. Neben großen Liefermengen, die häufig von kleineren Erzeugern nicht erfüllt werden können, sind die niedrigen Preise, welche die Zentralen den Erzeugern für ihre Produkte anbieten, kaum akzeptabel. In einem der beiden auf der Insel ansässigen großflächigen SB-Warenhäuser sind derzeit bereits Produkte aus Mecklenburg-Vorpommern in den Regalen speziell gekennzeichnet. Dies könnte auf ähnliche Art und Weise auch für die Rügenprodukte inselweit erfolgen.

Eine Alternative stellt der Vertrieb von Rügenprodukten, Frischfleisch und Fisch an mobilen oder stationären Verkaufsstellen dar. Diese sollten an Orten mit hoher Besucherfrequenz platziert werden, zum Beispiel auch im Eingangsbereich eines SB-Warenhauses. Für die Vermarktung der Rügenprodukte ist jedoch zunächst die Einrichtung einer professionellen Koordinierungsstelle vordringlich. Daneben benötigt Rügen eine Zentrale für das Marketing und den Vertrieb seiner Qualitätsangebote. Mit dem Rügen Produkte e.V. sind bereits die Voraussetzungen geschaffen, dass Erzeuger oder handwerkliche Verarbeiter eine einheitliche Kennzeichnung für Rügener Produkte vornehmen können. Dennoch existiert parallel dazu noch ein Qualitätszeichen der Nationalparkämter. Hier sollte über einen gemeinsamen Ansatz zur Vermarktung Rügener Produkte nachgedacht werden.

Für Produkte aus ökologischem Anbau, die - verstärkt durch die neuerliche BSE-Krise - zunehmend von den Verbrauchern nachgefragt werden, gibt es bislang auf Rügen als klassische Form der Vermarktung lediglich einen Bioladen in Wusse/Ummanz, dessen Kundenkreis vorrangig tourismusorientiert ist. Über die Direktvermarktung werden ökologische Lebensmittel vom Hofgut Bisdamitz und vom Familienbetrieb Thom in Stönckwitz abgesetzt.

Eine Vermarktung Rügener Öko-Produkte über den Lebensmitteleinzelhandel findet noch nicht statt. Allerdings beliefert das Hofgut Bisdamitz auch den Großhandel im Raum Berlin, Hamburg und Hannover. Das ausnehmend gute Image Rügens und die zu erwartende weitere Konsumentennachfrage nach Öko-Lebensmitteln sollten aber verstärkt genutzt werden, um zu einer zusätzlichen Profilierung Rügens beizutragen.

Bereits vorhanden ist das Angebot von Rügenprodukten über das Internet. Dieser Bereich ist über derzeit laufende nationale und internationale Projekte ausbaufähig (rmp-Projekt im Rahmen von LEADER).

2.9.6 Logistik

Die Logistik ist eine wichtige Branche für Rügen. Die Impulse durch den Fährhafen Sassnitz-Mukran sollten offensiv genutzt werden, u.a. für die Weiterentwicklung und Ansiedlung von verarbeitendem Gewerbe auf dem Gelände des Fährhafens. Um die Verkehrssituation auf der Insel zu entlasten und weiteren Landschaftseingriffen vorzubeugen, sollten die optimalen Voraussetzungen für den Gütertransport per Bahn und Schiff genutzt werden und gewerbliche Transporte, wo immer möglich, von der Straße auf das Schiff und auf die Schiene verlagert werden.

3 Stärken-Schwächen-Analyse / Chancen-Risiko-Abschätzung

Die Stärken-Schwächen-Analyse zeigt für die Insel Rügen auf, wo derzeit schon gute Ansätze und Voraussetzungen für die Regionalentwicklung vorhanden sind und an welchen Stellen Hemmnisse und Risiken zu verzeichnen sind.

Außerdem wird unter Berücksichtigung bestehender Trend- und Marktentwicklungen eine Chancen-Risiken-Abschätzung vorgenommen.

Damit soll in der unmittelbaren Gegenüberstellung deutlich werden, wo vor allem aus Stärken Chancen entwickelt und wie Schwächen abgebaut werden können

Vor allem aber sollen Stärken-Schwächen-Analyse und Chancen-Risiken-Abschätzung zum Leitbild führen und inhaltliche Grundlagen dafür liefern.

REGIONALES ENTWICKLUNGSKONZEPT RÜGEN				
Ziffer	Stärken	Schwächen	Chancen	Risiken
1. RÄUMLICHE GLIEDERUNG				
	<ul style="list-style-type: none"> Vielfältige Landschaftsstrukturen 	<ul style="list-style-type: none"> Geringe Bevölkerungsdichte Funktionsverlust 	<ul style="list-style-type: none"> Touristisches Entwicklungspotenzial 	<ul style="list-style-type: none"> Wenige Zentrale Orte, Bedeutungsverlust
2. VERKEHR				
2.1 Straßenverkehr	<ul style="list-style-type: none"> Gut durch Straßen erschlossen Hiddensee als autofreier Tourismusstandort 	<ul style="list-style-type: none"> Eingeschränkte Erreichbarkeit auf Straße und Schiene Fehlende A20-Anbindung Rügendamm u. Durchfahrt von Stralsund als Nadelöhr Qualitätsdefizite bei Straßenbreite und Ortsdurchfahrten Verkehrsüberlastung Mai bis August und im Südosten Problematische Belastungsspitzen an Wochenenden (Quartierwechsel/ Tagestourismus) Problematische Parkplatzsituation 	<ul style="list-style-type: none"> Bau der Autobahn A20 Bau A20 mit Stralsund-Anbindung Ortsumgehung Stralsund Intelligentes Verkehrsleitsystem „Autofreie“ Bereiche als touristisches Profil Änderung der An- und Abreisetage Neubau der Bundesstraße B 96 neu 	<ul style="list-style-type: none"> Gefährdung der touristischen Attraktivität Verkehrszunahme (2 bis 3fach !) Sanierungsbedarf Rügendamm Hohe Kosten für Straßenunterhaltung Gefährdung der touristischen Attraktivität Verminderung der Lebensqualität Verkehrszunahme/ Güterverkehr Engpass bei Lietzow

REGIONALES ENTWICKLUNGSKONZEPT RÜGEN				
Ziffer	Stärken	Schwächen	Chancen	Risiken
2.2 Schienenverkehr	<ul style="list-style-type: none"> Verbesserung Eisenbahnverbindungen i. d. letzten 10 Jahren Direkte IC- und Nachtzug-Verbindungen nach Binz Urlaubsexpress MV und Autoreisezug Elektrisierte Strecke Rostock-Stralsund Umspuranlage der DB Cargo im Fährhafen Mukran 	<ul style="list-style-type: none"> Strecke Rostock-Stralsund nur eingleisig Nur saisonales IC-Angebot Schlechte Nachtzugqualität 	<ul style="list-style-type: none"> Zweigleisiger Ausbau Rostock-Stralsund Saisonales Angebot von Autozügen Nutzung der Umspuranlage für Cargo-Verbindungen Bessere Vermarktung der Bahnangebote 	<ul style="list-style-type: none"> Streichung bestehender Interregio- und Regionalverbindungen Schlechte Nutzung bestehender Verbindungen
2.3 ÖPNV	<ul style="list-style-type: none"> Sicherung des Schülerverkehrs 	<ul style="list-style-type: none"> Finanzierungsprobleme Verkehrsverbund Beendigung RügenVerkehr 	<ul style="list-style-type: none"> ÖPNV-Ausbau Reaktivierung RügenVerkehr 	<ul style="list-style-type: none"> Minderung der ÖPNV-Qualität bei fehlender Anbieter-Kooperation
2.4 Radverkehr	<ul style="list-style-type: none"> Zunehmender Ausbau Radwegenetz Gute Ausschilderung der Radwege (km-Angaben) 	<ul style="list-style-type: none"> Lücken im Radwegenetz entlang B 196 (Bergen-Göhren) 	<ul style="list-style-type: none"> Lückenschluss des Radwegenetzes, v.a. im SW und W 	<ul style="list-style-type: none"> Erschwerter Radwegebau bei zahlreichen Alleen
2.5 Schifffahrt	<ul style="list-style-type: none"> Internationale Bedeutung Fährhafen Mukran Mukran kann auch polnisches Hinterland (Stettin kein Fährhafen) erschließen bis A 20-Anschluß realisiert wird DB-Cargo-Umspuranlage 	<ul style="list-style-type: none"> Sinkende Bedeutung der Fischerei-Schifffahrt Abstände der Anlaufhäfen für Privatverkehr 	<ul style="list-style-type: none"> Förderung Fischereischifffahrt Wachsende Bedeutung Ausflugs-Schifffahrt (Seebrücken und Bodden) Ausbau Fährverbindungen Maritimer Tourismus mit hohem Wachstumspotenzial Rügen für skandinavische Gäste interessant 	<ul style="list-style-type: none"> Stettin/ Swinemünde profitieren stärker von Verkehrswachstum (A20)

REGIONALES ENTWICKLUNGSKONZEPT RÜGEN				
Ziffer	Stärken	Schwächen	Chancen	Risiken
2.6 Luftverkehr	<ul style="list-style-type: none"> Attraktiver Verkehrslandeplatz Gütin mit modernem Abfertigungsterminal Sommeranbindung nach Berlin 	<ul style="list-style-type: none"> Ungenügende Fluganbindungen an deutsche Ballungszentren Gütin nicht instrumentenflugtauglich 	<ul style="list-style-type: none"> Flughafenausbau als touristischer Impuls für Süddeutschland oder bestimmte Zielgruppen (Managerseminare) touristische Rundflüge 	<ul style="list-style-type: none"> Lärmbelästigung
3. BEVÖLKERUNG				
3.1 Natürliche Bevölkerungsentwicklung	<ul style="list-style-type: none"> Bevölkerungszuwächse in kleinen Gemeinden 	<ul style="list-style-type: none"> Kontinuierlicher Bevölkerungsrückgang (negativer Geburtenüberschuss) 	<ul style="list-style-type: none"> Geringer Wohnsiedlungsdruck 	<ul style="list-style-type: none"> Verlust an Steueraufkommen Funktionsverluste Entleerung des ländlichen Raums
3.2 Migration		<ul style="list-style-type: none"> Wanderungsverluste 6%iger Zuzug im Wanderungssaldo 	<ul style="list-style-type: none"> Abschwächung Wanderungsverlust erkennbar 	<ul style="list-style-type: none"> Gefahr der „Überfremdung“ durch Nicht-Rüganer
4. ARBEITSMARKT				
4.1 Sozialversicherungs-pflichtige Beschäftigte nach Wirtschaftsabteilungen	<ul style="list-style-type: none"> Zuwachs an sozial-versicherungspflichtigen Beschäftigten Hoher Frauenanteil (53,2%) Hohe Zuwachsraten im Dienstleistungsbereich 	<ul style="list-style-type: none"> Stellenabbau im verarbeitenden Gewerbe Mängel bei Bildung und Qualifikation 	<ul style="list-style-type: none"> Weiche Standortfaktoren für Stellenzuwachs im Bereich Neue Medien / Nachrichtenübermittlung nutzen 	<ul style="list-style-type: none"> Imagegefährdung durch Verlust Lebensmittel-verarbeitender Arbeitsplätze
4.2 Arbeitslosenquote		<ul style="list-style-type: none"> Überdurchschnittlich hohe Arbeitslosenquote (Vgl. zu Ostdeutschland) hoher Arbeitslosenanteil im Dienstleistungssektor u. bei Fertigungsberufen 		<ul style="list-style-type: none"> Durch Tourismus und Baubranche große saisonale Abhängigkeit

REGIONALES ENTWICKLUNGSKONZEPT RÜGEN				
Ziffer	Stärken	Schwächen	Chancen	Risiken
4.3 Jugendarbeitslosigkeit		<ul style="list-style-type: none"> Mehr als doppelt so hohe Jugendarbeitslosigkeit im nationalen Vergleich Zu wenig attraktive Arbeitsplätze für junge Menschen 		<ul style="list-style-type: none"> Gefahr der Abwanderung der Jugend
4.4 Arbeitsbeschaffungsmaßnahmen		<ul style="list-style-type: none"> rückläufige Zahl der Arbeitsbeschaffungsmaßnahmen seit 1994 	<ul style="list-style-type: none"> Höhere Partizipation der Frauen an AB-Maßnahmen 	
4.5 Pendlerströme	<ul style="list-style-type: none"> Relativ geringer Auspendlersaldo (12,5%) im Vergleich ländlicher Regionen 		<ul style="list-style-type: none"> Verminderte Gefahr pendlerbedingtem Kaufkraftabflusses 	
5. WIRTSCHAFT				
5.1 Wirtschaftsstruktur	<ul style="list-style-type: none"> Zunahme Dienstleistungssektor 	<ul style="list-style-type: none"> Mangelndes unternehmerisches Know-how Rückgang im Baugewerbe Rückgang primärer Sektor (v.a. Landwirtschaft) Rückgang des produzierenden Gewerbes Zu starke Tourismusorientierung Versicherungsgewerbe und Dienstleistungsberufe (außer Tourismus) sind unterrepräsentiert Kapitalschwäche Mängel in aktiver Akquisitionspolitik Naturschutz wird als Wirtschaftshemmnis empfunden 	<ul style="list-style-type: none"> Langfristig sind ausgewogene Strukturen der verschiedenen Wirtschaftsabteilungen zu erwarten Aufbau einer Rügen-Identität Entwicklung parteiunabhängiger Kooperationen Naturraumpotenzial als wirtschaftliche Stärke nutzen 	

REGIONALES ENTWICKLUNGSKONZEPT RÜGEN				
Ziffer	Stärken	Schwächen	Chancen	Risiken
5.2 Wirtschaftliche Zukunftsperspektiven		<ul style="list-style-type: none"> Jugend beklagt zu geringe Ausbildung- und Arbeitsplatzchancen sowie unzureichende Existenzgründermöglichkeiten Fehlende unternehmerische Initiativen Zu wenig engagierte Vordenker 		<ul style="list-style-type: none"> Wanderungsverluste bei jungen Rügern
6. TOURISMUS				
6.1 Bedeutung des Tourismus auf Rügen	<ul style="list-style-type: none"> 2000 werden 1,3 Mio. Gäste und 6,1 Mio. Übernachtungen erwartet Fremdenverkehrsintensität pro 100 Einwohner von 8.026 touristischer Nettoprimärumsatz von über 600 Mio. DM 	<ul style="list-style-type: none"> Kapazitätszuwachs (> 15%) führt seit 1994 zu rückläufigen Auslastungszahlen 34,6% Auslastung (Schlusslicht an Ostseeküste) 	<ul style="list-style-type: none"> Zunehmende Gäste- und Übernachtungszahlen Markchancen bei skandinavischen Gästen Ausbau maritimer Angebote 	<ul style="list-style-type: none"> weiterer Kapazitätsausbau keine verbesserte Auslastung
6.2 Natürliches Angebot	<ul style="list-style-type: none"> Natur, Kultur, Klima 		<ul style="list-style-type: none"> Profilierung mit nachhaltigem Tourismus 	<ul style="list-style-type: none"> Gefährdung von Flora und Fauna durch übermäßige Nutzung

REGIONALES ENTWICKLUNGSKONZEPT RÜGEN				
Ziffer	Stärken	Schwächen	Chancen	Risiken
6.3 Abgeleitetes Angebot	<ul style="list-style-type: none"> • Beherbergungswesen in großer Bandbreite • sechs Betriebe mit „Öko-Audit“ • Regionale Produkte und Gerichte zunehmend angeboten • Gutes Preis-/Leistungsverhältnis • „Essen und Trinken 2000“-Erfolge • Gütesiegel „Regionale Esskultur“ • Aktionswochen in der Gastronomie, z.B. „Kohlwochen“ • vielfältiges Freizeitangebot 	<ul style="list-style-type: none"> • Kleine Betriebe: wenig Know-how und geringe Kapitaldeckung • Regionalität wird ungenügend dargestellt • Regionale Produkte unzureichend eingebunden • Unzureichende Allwetter-Angebote 	<ul style="list-style-type: none"> • Profilierung mit Rügener Produkten und Rügener Küche 	<ul style="list-style-type: none"> • Preis-Leistungsverhältnis, auch bei hohem Preisniveau
6.4 Kulturangebot	<ul style="list-style-type: none"> • vielfältiges Kulturangebot mit traditionellen Festivals • Störtebeker-Festspiele ca. 100 Mio. Umsatz 	<ul style="list-style-type: none"> • Kulturangebote überwiegend im Sommerhalbjahr • Einheimische vermissen Konzertangebote 	<ul style="list-style-type: none"> • Saisonverlängerung über Kulturangebote 	<ul style="list-style-type: none"> • zu viele gleichartige Angebote an einem Ort (Konzert, Fest), Besucherwerbung
6.5 Incoming-Agenturen und Reiseveranstalter	<ul style="list-style-type: none"> • Sonderofferten wie Limousinenvermietung 	<ul style="list-style-type: none"> • eher nur klassische Pauschalangebote • noch zu wenig nachhaltige Angebote • Agenturen fast nur in Hauptzentren 	<ul style="list-style-type: none"> • Angebote im Bereich Nachhaltigkeit und Umweltverträglichkeit • Aufbau einer Qualitätsmarke für touristische Angebote auf Rügen 	<ul style="list-style-type: none"> • übermäßiges Angebot reiner Ausflugsfahrten (Tagesgäste, Verkehr)

REGIONALES ENTWICKLUNGSKONZEPT RÜGEN				
Ziffer	Stärken	Schwächen	Chancen	Risiken
6.6 Touristische Nachfrage	<ul style="list-style-type: none"> • Binz, Kreidefelsen und Kap Arkona am bekanntesten • Binz als beliebtester Urlaubsort • hohe Auslastung im Sommerhalbjahr und an Feiertagen • Aufenthaltsdauer von 5,0 Tagen im nationalen Vergleich überdurchschnittlich 	<ul style="list-style-type: none"> • Saisonalität • private Vermieter im südwestlichen Teil Rügens weniger ausgelastet als in anderen Teilen der Insel • zu starke Konzentration auf Binz • Infrastruktur im SW- und Westteil hinkt Nachfrage hinterher 	<ul style="list-style-type: none"> • weitere attraktive Angebote zur Saisonverlängerung • Ausbau Angebote im Gesundheitsurlaub oder Urlaub auf dem Lande 	<ul style="list-style-type: none"> • Verkehrskollaps • unzufriedene Gäste wegen „Überfüllung“, einseitige Angebotsgestaltung
6.7 Touristische Vermarktung	<ul style="list-style-type: none"> • Kommunikations- und Marketingkonzept • Guter Werbe- und Kommunikationsmix • Katalog 2001 „Zeit für uns“ setzt Kommunikationskonzept um 	<ul style="list-style-type: none"> • eindeutige Abgrenzung v.a. zu Usedom noch nicht erkennbar • Systematik und inhaltliche Stringenz des Informationsmaterials verbesserungsfähig • Vermarktung über mehrere Internetadressen 	<ul style="list-style-type: none"> • entsprechend der Empfehlungen des Kommunikationskonzeptes: Konzentration auf Saisonverlängerung • Aufbau einer Qualitätsmarke für touristische Angebote auf Rügen / Produktlinien • neue Produkte und Arrangements, z.B. Hochzeit auf Rügen 	<ul style="list-style-type: none"> • Zusammenarbeit der lokalen Akteure muss besser klappen • mehrere „Verantwortliche“ für die touristische Vermarktung • „Autofreiheit“ für Teile Rügens als Profilierungschance

REGIONALES ENTWICKLUNGSKONZEPT RÜGEN				
Ziffer	Stärken	Schwächen	Chancen	Risiken
7. LANDNUTZUNG / FISCHEREI				
7.1 Landwirtschaft	<ul style="list-style-type: none"> Hoher Technisierungsgrad der Landwirtschaft 	<ul style="list-style-type: none"> Gefährdung des ländl. Raums als Lebensraum Rationalisierungsdruck Monotonie der Schlagflächen Rückgang der Tierbestände 	<ul style="list-style-type: none"> Schlaginterne Segregation Flexible Betriebe für neue Profilierung gewinnen 	<ul style="list-style-type: none"> Gefahr des Verlustes von Kreislaufwirtschaft Bodenwerterhaltung wird vernachlässigt
	<ul style="list-style-type: none"> Ertragssteigerungen im Ackerbau Hohes Angebot an Rindfleisch Kohl als Rügener Spezialität Obst- und Beerenvermarktung 	<ul style="list-style-type: none"> Arbeitskräfteverlust in den letzten 10 Jahren Imageverlust durch Rinder (BSE) Fehlende Fleischverarbeitungsstrukturen Unzureichende Versorgung mit Frischgemüse Ungenügender Anbau und Vermarktung ökologischer Produkte Milchverarbeitung auf der Insel nur in geringen Mengen 	<ul style="list-style-type: none"> Hohe Nachfrage nach Schweine- und Schafffleisch (Vermarktungsprofil „Rügenlamm“) Ausbau des Marketings (Cross-Marketing möglich) Vermarktung als regionale Profilierungschance Ökologische Produkte bieten Profilierungschance für Rügen bei einer neuen Agrarpolitik (BSE-Auswirkungen) 	<ul style="list-style-type: none"> Verlust der Bedeutung der Landwirtschaft Wachsende Konkurrenz durch EU-Osterweiterung (Polen) Verkehrsbelastungen (Transport zum und vom Festland)

REGIONALES ENTWICKLUNGSKONZEPT RÜGEN				
Ziffer	Stärken	Schwächen	Chancen	Risiken
7.2 Landwirtschaftliche Regionalvermarktung	<ul style="list-style-type: none"> Rügen Produkte e.V. bietet gute Struktur und ausbaufähige Basis 	<ul style="list-style-type: none"> Kommunikationsdefizite Konfrontation statt Kooperation Keine einheitliche Rügen-Produkte Vermarktung Nur 2% der LEH-gelisteten Produkte stammen von Rügen Noch geringe nationale Marktwahrnehmung Rügens Fehlende Lebensmittelverarbeitung auf Rügen Fehlende Wertschätzung eigener Produkte 	<ul style="list-style-type: none"> Hoher Imagewert Rügens für Cross-Marketing nutzen Rügen-Dachmarke 	<ul style="list-style-type: none"> Hoher Verkehrsaufwand zum Festland
7.3 Kooperation Landwirtschaft-Gastronomie	<ul style="list-style-type: none"> Gut eingeführte Aktionen für Einbindung regionaler Produkte 	<ul style="list-style-type: none"> Mangelnde Kooperation mit Rügener landw. Unternehmen Beliebigkeit der Produkte 	<ul style="list-style-type: none"> Profilierungschance für Rügen als Tourismusstandort Nachhaltige Fischvermarktung 	<ul style="list-style-type: none"> Stark schwankende Nachfragemengen
7.4 Fischerei	<ul style="list-style-type: none"> Fischverarbeitung auf der Insel 	<ul style="list-style-type: none"> Kaum Verwendung heimischer Fische 	<ul style="list-style-type: none"> Rügener Fisch als Konserven-Export Versuch einer eigenständigen Vermarktung Rügener Fisch-Delikatessen 	<ul style="list-style-type: none"> Geringe Glaubwürdigkeit durch die Verwendung nicht-heimischen Fisches
	<ul style="list-style-type: none"> Fischverarbeitungsansiedlung Mukran (1. Verarbeitungsstufe) 	<ul style="list-style-type: none"> Kein sensibler Standort Tourismus befürchtet negative Auswirkungen 	<ul style="list-style-type: none"> Arbeitsplatzeffekte 	<ul style="list-style-type: none"> Gefahr von Überfischung befürchtet Verdrängung heimischer Fischerei Negativwirkungen auf Tourismus befürchtet

REGIONALES ENTWICKLUNGSKONZEPT RÜGEN				
Ziffer	Stärken	Schwächen	Chancen	Risiken
7.5 Forst- und Holzwirtschaft		<ul style="list-style-type: none"> Verdrängung heimischer Baumarten Noch keine Vermarktung Rügener Holzprodukte 	<ul style="list-style-type: none"> Umstellung auf naturnahe Forstwirtschaft Zunehmende Nachfrage nach zertifiziertem Holz Walderhaltung und –mehrerung 	
8. GEWERBE/INDUSTRIE/ HANDWERK				
	<ul style="list-style-type: none"> Breites handwerkliches Angebot Bootsbau Rügen Druck Putbus und Wild East als positive Beispiele Kiesvorkommen Trent-Zessin 	<ul style="list-style-type: none"> Nur wenig verarbeitende Industrie Stagnation und mittlerweile drastischer Rückgang im Baugewerbe Stark geschrumpfter Bootsba Naturschutzkonflikt bei Kiesabbau Trent-Zessin Fleisch- und Milchverarbeitung nicht mehr auf Rügen Effizienz bisheriger Wirtschaftsförderung wird beklagt (personal- und Finanzmittel-Ausstattung) 	<ul style="list-style-type: none"> Regionales Handwerk mit Zukunft Neuorientierung auf Sanierung (Bauunterhaltung) Profil Rügens durch Leitunternehmen Gewerbeansiedlung in Neu-Mukran Schienenanbindung für Fischvermarktung nutzen Biomasse-Nutzung (Holzverarbeitungsbetrieb) Reaktivierung weiterer Fleisch- und Milchverarbeitung (Regionalimage) prüfen Prora auch als Standort für kleine Zuliefererbetriebe oder High-Tech-Unternehmen nutzen Geplantes Gründer- und Technologiezentrum Mukran 	<ul style="list-style-type: none"> Fehlender Branchenmix Arbeitskräfte-Abwanderung Weitere Arbeitsplatzverluste Zunahme der Verkehrsbelastung auf der Straße Konflikte mit Tourismus Zusätzliche Verkehrsbelastungen

REGIONALES ENTWICKLUNGSKONZEPT RÜGEN				
Ziffer	Stärken	Schwächen	Chancen	Risiken
9. HANDEL UND PRIVATE DIENSTLEISTUNGEN				
	<ul style="list-style-type: none"> Grundversorgung in der Fläche über Franchise (EDEKA, SPAR) gesichert Gute Versorgung im LEH-Bereich 	<ul style="list-style-type: none"> Wenig echte Dienstleistungsbereitschaft Zu hohe Einzelhandelsverkaufsflächen Großflächiger Einzelhandel nicht mehr ortszentral Attraktivitätsverlust der Ortskerne Mängel im Non-Food-Bereich 	<ul style="list-style-type: none"> Einrichtung von Nahversorgungszentren (z.B. mit Post) Nahversorgung als Lebensqualität bewusst machen 	<ul style="list-style-type: none"> Zunehmende Handelskettenkonzentration Weiterer Verlust von Nahversorgungsangeboten
	<ul style="list-style-type: none"> Gute Telekommunikationsmöglichkeiten Gute Haushaltsausstattung mit PC 		<ul style="list-style-type: none"> Chance für Technologiepark und Gründerzentren Gute Chancen für Anwerbung High-Tech-Dienstleister (Standortvorteil Freizeitwert) 	<ul style="list-style-type: none"> Mittel- bis Langfristige Bedarfsdeckung führt zu Kaufkraftabfluss (Möbel, Elektro, Textil, Computer)
		<ul style="list-style-type: none"> Geringe Kaufkraft im Landkreis 		<ul style="list-style-type: none"> Gefahr von Kaufkraftabflüssen

REGIONALES ENTWICKLUNGSKONZEPT RÜGEN				
Ziffer	Stärken	Schwächen	Chancen	Risiken
10. LOGISTIK				
	<ul style="list-style-type: none"> • Östlichster Tiefseehafen Deutschlands • Kein Lotsenzwang • Modernes Fährbrückensystem • DB-Cargo Umspuranlage (Transit Finnland und GUS) 		<ul style="list-style-type: none"> • Standortmarketing • Verlagerung der Warenströme auf die Schiene • Ausbau B96 neu 	<ul style="list-style-type: none"> • A 20 bringt Rostock und Stettin günstigere Standortvorteile • Belastungen durch zusätzlichen Verkehr

Regionales Entwicklungskonzept Rügen				
Ziffer	Stärken	Schwächen	Chancen	Risiken
11. VER- UND ENTSORGUNG				
	<ul style="list-style-type: none"> Substitution von Kohle durch Heizöl Energiekonzept von 1993 	<ul style="list-style-type: none"> Veraltetes Energiekonzept 	<ul style="list-style-type: none"> Ausbau der Erdgasversorgung als umweltfreundliche Alternative Marktanteil regenerativer Energien bis 1/3 möglich 	
	<ul style="list-style-type: none"> Über 60 Wk-Anlagen mit über 20 MW Leistung (> 20 % des Eigenbedarfs) Solartechnologie Projekt Anschlussgrad von 99% bei Wasserver- und 90% bei Wasserentsorgung Wachsendes Umweltbewusstsein führt zur Abfallreduzierung Reduktion der Restmüllmenge durch Öko-Audit bei sechs Hotelbetrieben Angebot von Beratungsdienstleistungen der Kreise beim Thema Abfallvermeidung 		<ul style="list-style-type: none"> Potentielle Off-shore-Standorte für Windkraft 50-100% Energieversorgung über Windkraftenergie denkbar Rügen als Standort umweltorientierter Energieversorgung profilieren Verbesserung der Wasserqualität in den Vorflutern Erweiterung der Öko-Partnerschaft Verbesserung der Wettbewerbsfähigkeit der Unternehmen 	<ul style="list-style-type: none"> Probleme mit Tourismus, Naturschutz, Fischerei, Schifffahrt

REGIONALES ENTWICKLUNGSKONZEPT RÜGEN				
Ziffer	Stärken	Schwächen	Chancen	Risiken
12. SOZIO-KULTURELLER BEREICH				
	<ul style="list-style-type: none"> Große Zahl und breit gefächertes Angebot wiederkehrender Veranstaltungen 70 Sportvereine auf Rügen Umfassendes Angebot kirchlicher Organisationen 	<ul style="list-style-type: none"> Kulturangebot wird bemängelt Festveranstaltungen nur im Sommer Freizeitangebote für Jugend wird als unzureichend angesehen 	<ul style="list-style-type: none"> Veranstaltungen auch außerhalb der Saison Vereine als wichtiges Freizeit- und Kulturangebot bewusst machen Vereine können auch nichtvereins-gebundene Aktivitäten für Jugendliche anbieten 	<ul style="list-style-type: none"> Gefahr der Abwanderung
13. NATUR UND LANDSCHAFT				
13.1 Naturschutz, Schutzgebiete, Umweltbildung	<ul style="list-style-type: none"> Lange Naturschutz-Tradition (seit 1586) Einziger Landkreis Deutschlands mit praktisch allen Schutzkategorien Hoher landschafts-ästhetischer Wert Rügens Ausgleichspool Rügen (APR) 	<ul style="list-style-type: none"> Eingriffsvermeidung kein Thema Landschaftliche Qualitätsverluste durch großflächige Flurstrukturen, Siedlungselemente, Gewerbegebiete, Rohstoffabbau, etc. Flächendruck durch Siedlung und Verkehr Fehlende Kommunikation 	<ul style="list-style-type: none"> Umweltbildung/ Naturverständnis in der Schule Profilierung von Rügen mit diesem umfassenden Natur- und Schutzgebietsangebot Naturpark als Entwicklungschance 	<ul style="list-style-type: none"> Gefährdung des Naturraumpotenzials durch zunehmende touristische Aktivitäten

REGIONALES ENTWICKLUNGSKONZEPT RÜGEN				
Ziffer	Stärken	Schwächen	Chancen	Risiken
13.2 Wasserschutzgebiete, Oberflächengewässer	<ul style="list-style-type: none"> Hohe Bedeutung der Bodden- und Küstengewässer für den Arten- und Biotopschutz 	<ul style="list-style-type: none"> Belastungen der Gewässer durch kommunale Abwässer und landwirtschaftliche Nährstoffeinträge 		
	<ul style="list-style-type: none"> Ausreichendes Trinkwasserdargebot durch Netzausbau und Verbrauchssenkung 	<ul style="list-style-type: none"> Lokal erhöhte Chloridkonzentrationen in Küstennähe 		<ul style="list-style-type: none"> Trinkwasser als limitierender Faktor der Bau- und Tourismusentwicklung
13.3 Küstenschutz	<ul style="list-style-type: none"> Hoher Anteil einer natürlich befestigten Küstenlinie 	<ul style="list-style-type: none"> Gefährdete Standorte bei evtl. Meeresspiegelanstieg 	<ul style="list-style-type: none"> Optionen für eine natürliche Küstendynamik 	<ul style="list-style-type: none"> Wegfall bislang dauerhaft genutzter Landstriche

4 REGIONAL-LEITBILD RÜGEN

Vorbemerkung

Das Regional-Leitbild definiert den Handlungsrahmen für die Ziele und Perspektiven einer zukunftsfähigen Entwicklung des Landkreises Rügen. Es wurde durch mehrere Zukunftswerkstätten vorbereitet und im Rahmen eines Forums von engagierten Bürgerinnen und Bürgern, Vertretern von Institutionen, Vereinen und Verbänden verschiedenster Fachrichtungen und Teilregionen der Insel formuliert. Da das Regional-Leitbild die Vision über die Entwicklung der Insel Rügen durch ihre Bewohner darstellt, war es notwendig im Forum auch einen repräsentativen Querschnitt der Berufe und Branchen, der gesellschaftlichen Gruppierungen und der Teilregionen des Landkreises einzubinden. Es hat sich gezeigt, dass diese interdisziplinäre Diskussion von großem Wert war und vor allem auch das Verständnis im ganzheitlichen Sinne, also über den eigenen Blickwinkel hinaus wecken konnte. Obwohl konsequent um Positionen gerungen wurde, hat dies in keiner Weise den Stil und das Niveau der Diskussionen beeinträchtigt. Für den Kreistag stellte dies eine umfassende Form der Bürgerbeteiligung und inhaltliche Vorbereitung einer politischen Entscheidung dar. Der Kreistag Rügen hat in seiner Sitzung am 10.05.01 das Regional-Leitbild Rügen beschlossen.

Alle Bürgerinnen und Bürger und alle für Rügen zuständigen Institutionen stehen in der gemeinsamen Verantwortung, dieses Leitbild aktiv und konstruktiv umzusetzen.

Präambel

Mit dem Regional-Leitbild haben sich die Bürgerinnen und Bürger des Landkreises Rügen die maßgebliche Grundlage für das Regionale Entwicklungskonzept (REK) erarbeitet. Das Leitbild für den Landkreis stellt für die Rüganer den Einstieg in den Prozess einer nachhaltigen Entwicklung im Sinne der Agenda 21 dar. Sie wollen damit die national und international hohe Bedeutung und Wertschätzung für ihren Lebens- und Wirtschaftsraum Rügen bewahren und mehren.

Dies ist auf Rügen nur dann dauerhaft zu gewährleisten, wenn neben wirtschaftlichem Erfolg auch soziale und ökologische Aspekte gleichermaßen Priorität genießen.

Die Einmaligkeit Rügens, die in besonderer Weise erhalten und langfristig gesichert werden muss, ergibt sich aus der Kombination der folgenden Merkmale:

- die Übereinstimmung von Verwaltungs-, Natur- und Kulturräumgrenzen,
- die einmalige Bodden- und Küstenlandschaft,
- die Vielfalt der Kulturlandschaften der Insel,
- die für Deutschland einmalige Dichte von Großschutzgebieten nach internationalem Standard,
- das reichhaltige Kultur- und Bauerbe sowie

- die besonderen Vorzüge der Lage im Ostseeraum für die Verkehrsverbindungen in die europäischen Wirtschaftsregionen

Um globale Klimaschutzziele zu erreichen, stellt sich Rügen auch seiner regionalen Verantwortung in allen davon betroffenen Bereichen und versteht dies gleichermaßen als einen Beitrag zur umweltbezogenen Wettbewerbsfähigkeit seines Standorts.

Mit Weltoffenheit und Toleranz setzt Rügen eindeutige Zeichen für Einheimische, Gäste, Investoren, das Zusammenleben auf der Insel und eine internationale Zusammenarbeit der Regionen.

4.1 Wirtschaft

Eine nachhaltige wirtschaftliche Entwicklung Rügens ist vor allem dann zu gewährleisten, wenn neben wirtschaftlichem Erfolg der Unternehmen auch die soziale und ökologische Verantwortung eine hohe Wertschätzung erfährt.

- Mit einem branchenübergreifenden Standortmarketing verleiht sich Rügen ein zukunftsfähiges Profil.
- Eine Marke „Rügener Qualität“ für Produkte und Dienstleistungen ist die Voraussetzung für ein regionales Bewusstsein und für die Vermarktung Rügens.
- Die Durchführung eines Agenda-Prozesses auf der Ebene der Kommunen und des Landkreises leitet eine Wirtschaftsentwicklung mit Zukunftsperspektiven ein.
- Die Sicherung sowie die Neuschaffung von Dauerarbeitsplätzen sind ein vorrangiges Ziel gemeinsamer Initiativen der Wirtschaft Rügens.
- Ein durchgängig hoher Qualitäts- und Umweltstandard ist auch eine Investition in die wirtschaftliche Rentabilität.
- Die Ansiedelung von Unternehmen auf Rügen beruht auf der Zielstellung dieses Regional-Leitbildes.

4.2 Tourismus

Die Insel Rügen ist eine der bedeutendsten Urlaubsregionen. Die touristische Entwicklung Rügens setzt auf die Verbindung von Naturlandschaft, Kulturlandschaft, kultureller Vielfalt und Qualitätsangeboten. Aus dieser Kombination ergibt sich der nachhaltige Wirtschaftsfaktor für den Landkreis.

- Der Tourismus ist für die Insel der bedeutendste Wirtschaftsfaktor, dem deswegen auf Rügen ein hoher Stellenwert eingeräumt wird.

- Schutz, Pflege und Entwicklung der Natur- und Kulturlandschaft sind eine wichtige Lebensgrundlage der Bevölkerung und ihre Vielfalt stellt die Voraussetzung des touristischen Angebots dar.
- Die Erhaltung und weitere Entwicklung der Kultur auf Rügen ist für den Tourismus von großer Bedeutung und wird in besonderer Weise gefördert und unterstützt.
- Die auf Rügen lebenden Menschen sind Partner ihrer Gäste aus aller Welt sowie gute Gastgeber und offenbaren dies auch aktiv.
- Rügen profiliert sich ganzjährig als „Insel der Erlebnisse“. Aus- und Aufbau der weiteren Freizeitstruktur erfolgen in Abstimmung mit den Bedürfnissen der Ruganer.
- Für die touristische Attraktivität Rügens ist eine schnelle und problemlose Erreichbarkeit in gleicher Weise Voraussetzung wie die Mobilität der Gäste auf der Insel.
- Der qualitative Ausbau des Gastgewerbes hat eine eindeutige Priorität. Die Bettenkapazität orientiert sich am Verhältnis 1:1 zur Gesamtbevölkerung und schließt damit weitere touristische Großprojekte auf der „grünen Wiese“ aus.
- Die Zusammenarbeit zwischen dem Tourismus und den flankierenden Wirtschaftsbereichen wird erweitert, um durch ein regionaltypisches Angebot die Wertschöpfung zu optimieren.
- Alle relevanten Bereiche werden durch ein professionelles Management des Tourismus gebündelt sowie koordiniert und damit effektiv unterstützt.
- Ein professionelles Marketing ermöglicht eine einheitliche Vermarktung Rügens unter Berücksichtigung regionaler Besonderheiten.

4.3 Landwirtschaft

Landwirtschaft ist traditionell ein tragender Wirtschaftszweig Rügens, der die Kulturlandschaft in Jahrhunderten geprägt hat. Als Grundlage der Lebensmittel- und Rohstoffproduktion sowie eines attraktiven Landschaftsbildes wird die Landwirtschaft zukunftsfähig weiterentwickelt.

- Landwirtschaft nimmt auf der Grundlage einer nachhaltigen Bewirtschaftung als Agrarkultur wieder einen zentralen Bestandteil im Wirtschaftsleben Rügens ein.
- Vielfältig strukturierte Landwirtschaftsbetriebe bleiben in allen Eigentumsformen erhalten und werden mit dem verarbeitenden Handwerk, mit Gesundheits- und Tourismusbetrieben sowie dem Handel zu einem stabilen Wirtschaftszweig mit hoher Wertschöpfung entwickelt.
- Eine artgerechte und qualitätsorientierte Tierhaltung sowie eine flächen-deckende, nachhaltige Landnutzung sind Voraussetzung für ein nicht versiegenderes Kapital. Daher wird ein hoher Marktanteil ökologischer Produkte und eine flächendeckende Umstellung auf gehobene Mindeststandards nachhaltiger Bewirtschaftung angestrebt.

- Die Bevölkerung und die Gäste der Insel werden mit hochwertigen Lebensmitteln versorgt und der Handel bzw. überregionale Märkte mit Rügener Qualitätsprodukten beliefert.
- Die Landwirtschaft pflegt den besonderen Charakter der rügenschon Kulturlandschaft durch naturnahe Bewirtschaftung und sichert damit die Leistungsfähigkeit des Naturhaushalts sowie garantiert eine attraktive Urlaubslandschaft. Diese Anforderungen der Gesellschaft erfordern eine Leistung, für welche die Rügener Landwirtschaft eine angemessene Honorierung erwarten kann.
- Regionale Produkte werden unter einem definierten Markenzeichen für Qualität und Herkunft von Rügen angeboten.

4.4 Wald- und Holzwirtschaft

Mit einer nachhaltigen, naturnahen Waldbewirtschaftung trägt Rügen zum Erreichen wichtiger Umweltstandards und zur Sicherung attraktiver Landschaftsbilder bei. Das Bewusstsein über Holz als nachwachsender Rohstoff trägt zur Stärkung der holzverarbeitenden Wirtschaftszweige bei.

- Waldbewirtschaftung auf Rügen wird auf die Prinzipien von Naturnähe und die Erzeugung von Qualitätsware umgestellt.
- Die Zertifizierung des gesamten naturgerecht erwirtschafteten Holzes erfolgt nach einem der international anerkannten Zertifizierungssysteme.
- Regionale Holzprodukte werden unter einem definierten Markenzeichen für Qualität und Herkunft von Rügen angeboten.
- Der Erhalt von Waldflächen genießt hohe Priorität. Aufforstungen und Erweiterungen erfolgen im Einvernehmen und in Abstimmung mit den Belangen von Naturschutz und Landeskultur.

4.5 Fischerei

Eine nachhaltig betriebene Fischerei stellt die Voraussetzung für eine langfristige Existenzsicherung der Betriebe und der Weiterentwicklung der Tradition der Rügener Küstenfischerei dar.

- Die Sicherung der Küstenfischerei durch eine eigenständige Vermarktungsinitiative für Rügener Fisch-Delikatessen hat eine hohe Priorität, um diese auch national anbieten bzw. listen zu können.
- Die nachhaltig betriebene Küstenfischerei Rügens stellt einen Imagevorteil dar, der bei der Produktvermarktung gezielt eingesetzt wird.

- Für den Fang und die Weiterverarbeitung werden orientiert an internationalen Standards gemeinsame Qualitätskriterien entwickelt, um damit eine unverwechselbare Marke für Rügener Fischverarbeitung aufzubauen.
- Die Errichtung von standortgerechten Weiterverarbeitungskapazitäten und ein qualitativ hochwertiger Ausbau des Vertriebs und der Vermarktung von Rügener Fischprodukten werden vorrangig unterstützt.

4.6 Handwerk/Gewerbe/Industrie/Handel

Das hohe Image des Standorts Rügen wird mit herausragenden Produkt- und Dienstleistungsqualitäten sowie einzigartigen Arbeitsplatzvorteilen von den Unternehmen gefördert.

- Eine intensive Zusammenarbeit aller Wirtschaftszweige ermöglicht eine professionelle Verarbeitung und ein einheitliches Marketing für Rügener Qualitätsprodukte.
- Der Standortvorteil des modernen Gewerbe- und Industriestandorts Sassnitz-Mukran als europäischer Verkehrsknotenpunkt (Schiene-Straße-Schiff) wird aktiv vermarktet und genutzt.
- Die Verlagerung gewerblicher Transporte auf Schiene und Schiff wird als Standortvorteil gezielt genutzt und ausgebaut.
- Der langfristige Erhalt des Fach- und Einzelhandels und eine damit verbundene Attraktivitätssteigerung für den Ortskernbereich wird aktiv gestärkt und unterstützt.
- Mit einer Qualitäts-Offensive werden Dienstleistungsbereitschaft und Service-Qualität entwickelt und verstärkt.
- Ein markt- und praxisorientiertes Lehrstellen- und Ausbildungsangebot erhöht die Chancen jüngerer Menschen für zukunftsfähige Arbeitsplätze oder Existenzgründungen auf Rügen.
- Fortbildungsmöglichkeiten und handwerkliche oder wissenschaftliche Innovationskräfte sowie Kooperationsstrukturen werden unterstützt, um die Wettbewerbsfähigkeit der Unternehmen zu erhöhen.
- Rügen soll als Berufsschul- und als Bildungsstandort gesichert und ausgebaut werden.

4.7 Verkehr/ Mobilität

Die optimale Anbindung Rügens und eine dauerhafte Sicherung der Mobilität für alle Menschen auf Rügen ohne Primat des Autos sind Voraussetzungen der Standortqualität der Insel.

- Der Ausbau des Schienen- und Straßennetzes, der Anbindungen im Schiffs- und Flugverkehr sowie der schienengebundenen Angebote im Landkreis verbessert die Standortqualität Rügens. Dazu gehören auch die Sicherung des Transitkorridors nach Skandinavien und in das Baltikum sowie die Optimierung der Fährverbindungen und Unterstützung der Ausflugs-Schifffahrt.
- Die Förderung umweltentlastender sowie energiesparender Verkehrstechniken und integrierter Verkehrsleitsysteme gewährleistet eine zukunftsorientierte Mobilität für Einheimische, Gäste und alle Wirtschaftsbereiche.
- Die Schaffung breiter Angebote zur Verkehrsberuhigung dienen der Qualitäts-erhöhung in touristischen Schwerpunktbereichen und sorgen für höhere Lebensqualität auf Rügen.
- Der Mobilitätsbedarf wird insbesondere durch ein optimales Angebot verknüpfter öffentlicher und privater Verkehrsträger und ein einheitliches Tarifsysteem gedeckt.
- Die Weiterentwicklung bzw. Optimierung von Wander-, Rad- und Reitwegesystemen wird unabhängig von klassifizierten Straßen unterstützt.

4.8 Freiraum- und Siedlungsentwicklung

Der Landkreis Rügen ist sich seiner hohen Verantwortung gegenüber seiner Baugeschichte bewußt. Der Schwerpunkt der Siedlungsentwicklung im Landkreis orientiert sich auch an einer Verkürzung der Entfernungen zwischen Wohnort, Arbeitsstätten und Infrastruktureinrichtungen.

- Die Sicherung und Pflege des baulichen Kulturguts auf Rügen genießt eine hohe Priorität.
- Ziel ist die Sicherung und Entwicklung qualitativ und quantitativ ausreichenden Wohnraumes für die Rügener Bevölkerung.
- Bestehende Wohn- bzw. Gewerberäume werden vorrangig gefördert und genutzt.
- Leerstehende landwirtschaftliche Gebäude mit erhaltungswürdiger Architektur oder sanierungsbedürftige Altlasten werden verstärkt einer neuen Nutzungsform zugeführt.
- Bei der Vergabe von Bauland werden vor allem solche Personen bevorzugt, die auf Rügen ihren Hauptwohnsitz haben oder einrichten möchten.
- Gefördert wird eine Bauentwicklung, die den regionaltypischen Charakter von Siedlungsstruktur und Architektur bei Sanierung und Neubau berücksichtigt.
- Regionalspezifische Baustile und -formen für Wohn- und Gewerbegebäude werden auch unter Verwendung regional produzierter Baustoffe sowie umweltorientierter Techniken weiterentwickelt.
- Verkaufsflächen des Einzelhandels im Hinblick auf Gesamtfläche und Standorte (Ortszentren) werden begrenzt und lokalisiert.

- Großflächige Gewerbeansiedlungen siedeln sich bevorzugt an bestehenden Gewerbestandorten am Transitkorridor der Schienenverbindung bzw. der B 96 nach Sassnitz bzw. Mukran an.

4.9 Ver- und Entsorgung

Das Prinzip der regionalen Kreislaufwirtschaft im Bereich der Entsorgung sowie ressourcenschonender Versorgungssysteme stellt für Rügen einen wichtigen Beitrag zur langfristigen Sicherung seiner Standortqualitäten dar.

- Eine stabile Grundversorgung mit Trinkwasser und Energiedienstleistungen als unabdingbare Lebensgrundlagen wird gewährleistet.
- Abfallvermeidung und –trennung werden optimiert, insbesondere auch durch Entwicklung eines Ressourcen- und Stoffstrommanagements.
- Die Lagerung von gesundheitsgefährdenden Abfällen schadet den vielfältigen Standortqualitäten Rügens und wird vermieden.
- Die Reduktion von Verpackungsmaterial und eine rationelle Energienutzung wird auch durch Verwendung regionaler Produkte angestrebt.
- Im Rahmen der Sanierung bzw. des Neubaus von Gebäuden wird eine Reduzierung des Energieverbrauchs angestrebt. Die öffentliche Hand übernimmt hier eine Vorbildfunktion.
- Die Energieversorgung wird durch Unterstützung vielseitiger, erneuerbarer sowie dezentraler Energiequellen optimiert. Die Belange von Tourismus, Naherholung und Naturschutz sind zu beachten. Windkraftanlagen nach dem Stand der Technik (2001) werden abgelehnt.
- Die natürlichen Standortvorteile Rügens für die Erzeugung solarer Energie werden umfassend genutzt und vermarktet.
- Naturnahe, dezentrale und bedarfsgerechte Abwasserbehandlungsverfahren und –anlagen sowie ein vorsorgender Grundwasserschutz werden unterstützt.

4.10 Bildung und Kultur

Rügens Kinder und Jugendliche sind die Zukunft der Insel und werden deshalb besonders in ihrer Entwicklung unterstützt. Das reichhaltige geschichtliche Erbe Rügens verpflichtet auch zu zukunftsorientierten Bildungs- und Kulturangeboten sowie zur Pflege und Weiterentwicklung bestehender Traditionen. Eine kulturelle Infrastruktur, die Traditionen, Gegenwart und Zukunft gleichermaßen lebt, dient unmittelbar dem Wirtschaftsstandort und der Lebensqualität der Insel Rügen.

- Die verschiedenen ländlichen Regionen Rügens werden als gleichwertige attraktive Lebens-, Arbeits- und Wohnbereiche gestaltet.

- Ein leistungsfähiges Angebot aller Schultypen unter besonderer Berücksichtigung der Inselstruktur bleibt erhalten und wird weiterentwickelt.
- Das schulische und außerschulische Bildungsangebot wird quantitativ und qualitativ gesichert und verbessert, damit es als persönliche Zukunftsperspektive wahrgenommen werden kann.
- Kunst und Kultur müssen auch durch Kooperationen öffentlicher und privater Träger getragen und erfüllt werden.
- Rügen ist Teil des Ostseekulturräumes. Der Landkreis entwickelt und pflegt internationale Kontakte im Ostseebereich.

4.11 Soziales und Freizeit

Alle Rügäner übernehmen Verantwortung im sozialen Bereich. Das Ehrenamt ist besonders zu unterstützen.

Attraktive Freizeitangebote im Landkreis werden allen Einwohnern zugänglich gemacht und gewährleisten damit eine hohe Lebensqualität und eine gute Voraussetzung für den sozialen Frieden.

- Die Vereine sind wichtiger Bestandteil des Freizeit- und Kulturangebots und werden in diesem Sinne aktiv unterstützt.
- Der Generationendialog stellt die zukunftsorientierte Weitergabe von Lebenserfahrungen dar. Älteren Menschen werden gezielt Aktivitätsmöglichkeiten in der Gesellschaft angeboten.
- Eine optimale Gesundheitsvorsorge sowie medizinische Betreuung gehören zur Lebensqualität Rügens.
- Ortszentren werden durch Vernetzung kultureller, sozialer bzw. kommerzieller Aktionen und Initiativen belebt.
- Die freie Jugendarbeit wird mit dem Ziel unterstützt, Rügen als besonderen zukunftsfähigen Arbeits-, Lebens- und Kulturraum zu verstehen.
- Gestaltungsspielräume, die Jugendliche selbstverantwortlich nutzen, werden erhalten, erweitert und neu geschaffen.

4.12 Natur und Umwelt

Die Natur- und Kulturlandschaften einschließlich der jahrtausendealten Siedlungs- und Kulturentwicklung sind ein im europäischen Maßstab einzigartiges und zukunftsfähiges Kapital des Lebens- und Erholungsraums sowie des Wirtschaftsstandorts Rügen.

- Vielfalt, Eigenart und Schönheit rügenscher Landschaft werden bewahrt, gepflegt und unter Berücksichtigung rügentypischer Siedlungs- und Landnutzungsformen entwickelt.

- Die Nutzungsfähigkeit der Naturgüter wie saubere Luft, reines Wasser, gesunde Böden, und die Leistungsfähigkeit des Naturhaushaltes werden durch eine nachhaltige Nutzung in Landwirtschaft, Waldwirtschaft, Fischerei, Tourismus, Verkehr bzw. Siedlungswesen erhalten, entwickelt und in geschädigten Landschaftsteilen wiederhergestellt.
- Die besondere Vielfalt, Eigenart und Schönheit von Natur und Landschaft der Insel Rügen sowie die Verantwortung der Gesellschaft und jedes Einzelnen für deren Bewahrung werden Bewohnern und Besuchern in geeigneter und mannigfaltiger Weise nahe gebracht.
- In den Naturschutzgebieten und Nationalparks wird das vielfältige Mosaik von Biotopen und Lebensgemeinschaften mit gebietstypischer Artenvielfalt wildlebender Pflanzen und Tiere dynamisch erhalten und der Eigendynamik natürlicher Prozesse gebührender Raum gegeben.
- Großflächige, naturverträgliche Nutzungsformen können die weitere Unterschutzstellung von Landschaften durch Schutzkategorien des Naturschutzgesetzes überall dort ersetzen, wo die damit angestrebten naturschutzfachlichen Ziele auch auf diese Weise erreichbar sind. Eine Zertifizierung Rügens als Naturpark wird angestrebt.
- Der große Natur- und Kulturreichtum Rügens mit seinem Schutzgebietssystem dient der Profilierung und Vermarktung des Landkreises als Region mit touristischem Alleinstellungswert und als Wirtschaftsstandort mit hohem Freizeit- und Naturerlebniswert.
- Die Internationalen Richtlinien und Kriterien für Nationalparke und Biosphärenreservate werden im Sinne dieses Leitbildes beachtet und als Standortvorteil genutzt.

5 Der Weg vom Leitbild zum regionalen Entwicklungskonzept

5.1 Vorbemerkung

Das Regional-Leitbild Rügen und das Regionale Entwicklungskonzept (REK) wurden von einem interdisziplinär zusammengesetzten Forum erarbeitet. Wie das Regional-Leitbild, wurde auch das Regionale Entwicklungskonzept (REK) im Kreistag endgültig verabschiedet. Auf diese Weise erhalten sowohl Leitbild wie REK einen deutlich höheren politischen Stellenwert sowie Verbindlichkeitsgrad.

Die Vorgehensweise mit der Erarbeitung über ein breit zusammengesetztes Forum ohne jegliche demokratische Legitimation hat sich in zahlreichen ähnlich gelagerten Prozessen bereits bewährt, sowohl auf der Ebene von Kommunen wie auch Landkreisen. Mit dieser Strategie werden zusätzlich zu den demokratisch gewählten Gremien weitere interessierte und sachkundige Personen in einen wichtigen Willensbildungsprozess eingebunden. Damit kann auch ein wirksamer Beitrag zum Abbau der vielbeklagten Politikverdrossenheit geleistet werden. Sachkundige Bürger/innen erhalten zusätzlich zu gewählten Parlamentariern auf der kommunalen Ebene die Chance, sich aktiv an der kreativen Entwicklung wichtiger Bausteine der Zukunft des Landkreises zu beteiligen.

Auf diese Weise werden weder Kreistag noch kommunalen Parlamenten ihre Kompetenzen entzogen, sondern ihnen arbeiten engagierte Bürger/innen konstruktiv zu. Dies entspricht sogar noch sehr viel stärker einem gelebten Stück weiterentwickelter Demokratie als die Herbeiführung der politischen Willensbildung ausschließlich über die parlamentarischen Gremien.

Im **Regional-Leitbild Rügen** wurde versucht, eine inhaltliche Ausrichtung für die Zukunftsvision des Landkreises zu entwickeln. Im ersten Schritt des Leitbildes waren dabei inhaltliche Aussagen über bestimmte einzuschlagende Lösungsansätze vorrangig und wichtig. Dabei entstand ein Regional-Leitbild Rügen, das noch wenig regionstypische Akzente enthielt. Dies ist aber ein durchaus normaler Vorgang, da es zweifelsohne gleichgelagerte inhaltliche Vorstellungen über die Zukunft mehrerer Regionen geben kann, die unabhängig voneinander entwickelt werden. Dies spiegelt damit lediglich eine annäherungsweise ähnliche politische Orientierung dieser verschiedenen Regionen wieder.

Die rügenspezifische Detailorientierung erhielt das Regional-Leitbild als gemeinsame inhaltliche Zielstellung, als aus dem Leitbild dann die **Umsetzungsstrategien** entwickelt wurden. Hier gibt es dann keine Duplizitäten mehr mit den Entwicklungsperspektiven anderer Regionen. Diese rügenspezifische Konkretisierung war aber erst möglich, als der inhaltliche Konsens zu unterschiedlichen fachlich-politischen Richtungen hergestellt wurde (Regional-Leitbild).

In einem zusätzlichen Schritt wurden schließlich aus den Strategien erste **konkrete Umsetzungsmaßnahmen** definiert, welche nun die klare Profilierung der Zukunft Rügens aus dem Regional-Leitbild erkennen lassen.

5.2 Umsetzungsstrategien

Nach Erarbeitung des Leitbildes und dessen Beschlussfassung im Kreistag von Rügen wurden übergeordnete Umsetzungsstrategien festgelegt. Daraus - vor allem auch über Anregungen und Hinweise aus den Arbeitsgruppen sowie von interessierten und potentiellen Projektträgern – wurden schließlich Maßnahmen und Projekte entwickelt und mit einer Priorisierung versehen.

Bei der Entwicklung der Umsetzungsstrategien wurde sich dabei konsequent an den verabschiedeten Leitbild-Zielen orientiert. Zu jedem Leitbild-Ziel wurden ein bis zwei Strategien entwickelt. Beispielhaft sind nachfolgend die Umsetzungsstrategien zum Bereich Wirtschaft skizziert, um die Vorgehensweise zu dokumentieren.

Vorgehensweise am Beispiel Wirtschaft

Leitbild-Ziel	Umsetzungs-Strategien
Mit einem branchenübergreifenden Standortmarketing verleiht sich Rügen ein zukunftsfähiges Profil	1. Rügen als Standort mit hohem Imagewert und Kooperations-Kompetenz positionieren
Eine Marke „Rügener Qualität“ für Produkte und Dienstleistungen ist die Voraussetzung für ein regionales Bewusstsein und für die Vermarktung Rügens	1. Entwicklung einer Marke „Rügener Qualität“ 2. Produkt-Marketing für „Rügener Qualität“
Die Durchführung eines Agenda-Prozesses auf der Ebene der Kommunen und des Landkreises leitet eine Wirtschaftsentwicklung mit Zukunftsperspektiven ein.	1. Abbau von Politikverdrossenheit und Vertrauensgewinnung für demokratische Willensprozesse 2. Dynamische Weiterentwicklung des Regional-Leitbilds Rügen im Sinne einer Kreis-Agenda
Die Sicherung sowie die Neuschaffung von Dauerarbeitsplätzen sind ein vorrangiges Ziel gemeinsamer Initiativen der Wirtschaft Rügens	1. Arbeitsplatzsicherung durch Gewährleistung infrastruktureller Rahmenbedingungen 2. Neuschaffung von Arbeitsplätzen durch Investitionsanreize für Zukunftsbranchen
Ein durchgängig hoher Qualitäts- und Umweltstandard ist auch eine Investition in die wirtschaftliche Rentabilität	1. Umwelt-Qualität als Ausdruck für Produkte und Dienstleistungen der Insel vermitteln 2. Qualitäts- und Umweltstandards für Außenmarketing einsetzen 3. Rügen als Standort für umweltbewusste Unternehmen positionieren
Die Ansiedlung von Unternehmen auf Rügen beruht auf der Zielstellung dieses Regional-Leitbilds	1. Regional-Leitbild Rügen als Basis eines Zukunftsstandards aktiv vermitteln 2. Regional-Leitbild als Qualitätsmerkmal für den Standort Rügens einsetzen

5.3 Arbeitsgruppensitzungen

Nach ausführlicher Diskussion des Leitbildes ging es in den Arbeitsgruppen um die konkrete Definition von Projektideen zur Umsetzung der jeweiligen Leitbild-Ziele. Hier konnten sich alle einbringen, die ein aktives Interesse an der Zukunftsgestaltung Rügens haben.

Bei der Bildung der Arbeitsgruppen waren bereits bestehende Interessensgruppen sowie die einzelnen Leitbild-Themen maßgebend.

Die Arbeitsgruppen im Rahmen des REK standen grundsätzlich allen Interessierten offen! Alle Arbeitsgruppen hatten eine/n Sprecher/in, der/die als Ansprechpartner für inhaltliche Belange zur Verfügung steht, sowie einen Mentor, der für organisatorische Fragen zuständig war. Die Koordination aller Arbeitsgruppen erfolgte im REK-Büro.

Folgende Übersicht zeigt die jeweiligen Arbeitsgruppen mit ihren Sprechern und Mentoren (Stand: 30.07.01):

Arbeitsgruppe	Verantwortlich
AG Standortmarketing	Sprecher: Herbert Ostermoor Sparkasse Rügen Tel. 03838 / 818 100 Fax: 03838 / 818 Mentor: Rolf Kammann Amt für Wirtschaft und Kultur Tel. 03838 / 813-327 Fax: 03838 / 813-270
AG Ländlicher Raum	Sprecher: Rolf Kammann Amt für Wirtschaft und Kultur Tel. 03838 / 813-327 Fax: 03838 / 813-270 Mentor: Bernd Lehmann Katasteramt Tel. 03838 / 813-70 Fax: 03838 / 813-712
AG Naturpotenziale	Sprecher: Christian Theel Amt für Wirtschaft und Kultur Tel. 03838 / 813-353 Fax: 03838 / 813-270 Mentor: Dr. Bodo Noack Umweltamt Tel. 03838 / 813-295 Fax: 03838 / 813-119

Arbeitsgruppe	Verantwortlich
AG LEADER +	<p>Sprecher: Olaf Müsebeck Regionale Entwicklungsagentur Rügen GmbH iG. Tel. 038 305 / 304 Fax: 038 305 / 55 890</p> <p>Mentoren: Christoph Voigt Regionale Entwicklungsagentur Rügen GmbH iG. Tel. 038 305 / 55 236 Fax: 038 305 / 55 890</p> <p>Christian Theel Amt für Wirtschaft und Kultur Tel. 03838 / 813-353 Fax: 03838 / 813-270</p>
AG Lokale Agenda	<p>Sprecher: Christian Theel Amt für Wirtschaft und Kultur Tel. 03838 / 813-353 Fax: 03838 / 813-270</p> <p>Mentor: André Wittkamp Bauamt Tel. 03838 / 813-402 Fax: 03838 / 813-459</p>
AG Energiezukunft	<p>Sprecher: Jens Siefke Solarinitiative M.-V. Tel. 03838 / 20 94 99 Fax: 03838 / 209 321</p> <p>Mentor: Uwe Robert Umweltamt Tel. 03838 / 813-332 Fax: 03838 / 813-119</p>
AG Kulturmarketing	<p>Sprecher: Susanne Burmester Erster Rügenschter Kunstverein Tel.: 038 309 / 82 43 Fax: 038 309 / 82 43</p> <p>Mentor: Doris Darms Amt für Wirtschaft und Kultur Tel. 03838 / 813-330 Fax: 03838 / 813-270</p>

Arbeitsgruppe	Verantwortlich
AG Gesamtverkehr	<p>Sprecher: Jörg Lettau Weiße Flotte GmbH Tel. 03831 / 2681-0 Fax: 03831 / 2681-29</p> <p>Mentor: Rolf Kammann Amt für Wirtschaft und Kultur Tel. 03838 / 813-327 Fax: 03838 / 813-270</p>
AG Tourismus-Leitbild	<p>Sprecher: Sönke Reimers Tourismusverband Rügen e.V. Tel. 03838 / 818-200</p> <p>Mentor: Dr. Brigitte Thom Amt für Wirtschaft und Kultur Tel. 03838 / 813-409 Fax: 03838 / 813-270</p>
AG Nahversorgung	<p>Sprecher: Uwe Hinz Gewerbe-Förderverein Bergen Tel. 03838 / 22016</p> <p>Mentor: Rolf Kammann Amt für Wirtschaft und Kultur Tel. 03838 / 813-327 Fax: 03838 / 813-270</p>
AG Bildungsforum	<p>Mentor: Dr. Klaus-Dieter Müller Schulamt Tel. 03838 / 813-187 Fax: 03838 / 813-300</p>
AG Jugend-REK	<p>Sprecher: Corinna Scherf Kreisjugendring Rügen Tel. 0172 / 95 08 747</p> <p>Mentor: Frank Sommer, Jugendamt Tel. 03838 / 813-301 Fax: 03838 / 813-300</p>
AG Qualität und Marketing in der Landwirtschaft	<p>Sprecher: Albrecht Kind Rügen Produkt e.V. Tel. 038 393 / 24 77 Fax: 038 393 / 323 97</p> <p>Mentor: Christian Theel Amt für Wirtschaft und Kultur Tel. 03838 / 813-353 Fax: 03838 / 813-270</p>

Arbeitsgruppe	Verantwortlich
AG Bewusstsein und Öffentlichkeitsarbeit der Landwirtschaft	Sprecher: Lothar Püschel Bauernverband Rügen Tel. 03838 / 222 39 Fax: 03838 / 25 05 72 Mentor: Christian Theel Amt für Wirtschaft und Kultur Tel. 03838 / 813-353 Fax: 03838 / 813-270

Die Arbeitsgruppen, „Architektur und Bauentwicklung“, „Wald und Holz“ sowie „Umsetzungsstrukturen REK-Projekte“ waren vorgesehen, aber sind nicht gegründet worden. Weit über 50 durchgeführte Arbeitsgruppensitzungen machen die Intensität des Diskussionsprozesses deutlich, der stattgefunden hatte.

Alle Arbeitsgruppen haben sich in mehreren Treffen zu den einzelnen Umsetzungsstrategien sowie möglichen Maßnahmen und Projekten verständigt. Die aktuell eingegangenen Projekte (mit konkreten Rügener Ansprechpartnern) sind nachfolgend aufgeführt.

In der Fortschreibungsphase des REK geht es nun darum, die vorliegenden Projektskizzen weiter zu vertiefen und zu konkretisieren, sowie aus Projektideen konkrete Umsetzungsvorhaben mit verantwortlichen Trägern zu entwickeln.

Die durch den Leitbild- und REK-Prozess verspürbare Aufbruchstimmung soll genutzt werden, um die Teilnehmer/innen an den Arbeitsgruppen auch weiterhin an Fortschreibung und Umsetzung der definierten Ziele des REK-Rügen zu beteiligen. Der Wille aller Beteiligten zu konsensfähigen Aussagen des Leitbilds hat letztlich auch dazu beigetragen, dass auf Rügen wieder vermehrt ein konstruktiver Dialog zwischen den einzelnen Fachdisziplinen geführt wird. Diese positive Grundhaltung sollte genutzt werden, um die neu entstandene Dialogkultur auch für eine zukunftsorientierte Präsentation Rügens national und international einzusetzen. All dies zeigt, dass mit Erstellung des REK der Prozess der regionalen Entwicklung nicht abgeschlossen ist, sondern lediglich eine allgemein akzeptierte Grundlage erhalten hat. Rügen kann auf dieser Basis aber seine Kreis-Entwicklung in einem Rahmen fortführen, der nicht nur vom Kreistag, sondern darüber hinaus auch von engagierten Bürgerinnen und Bürgern umfassend mitgetragen wird.

6 Konkrete Maßnahmenideen und Projekte aus den Arbeitsgruppen

Nachfolgend sind die entwickelten und definierten Umsetzungsstrategien aufgelistet. Die dazugehörigen Maßnahmenideen und Projekte wurden in den einzelnen Arbeitsgruppen thematisiert und weiterentwickelt.

Die Übersicht ermöglicht auch eine Zuordnung zum jeweiligen Leitbild-Ziel, zeigt damit den Vernetzungsansatz auf und benennt potenziell einzubindende Partner. Die abschließende Festlegung der dem Forum vorzuschlagenden Projekte hat in der jetzt laufenden Umsetzungsphase begonnen

Mit nahezu 400 potenziell umsetzungsfähigen Maßnahmen offenbart sich die Kreativität, die im Forum und zu den Arbeitsgruppen zu diesem Ideenpool geführt hat. Auch wenn jetzt nicht alle Maßnahmen sofort in eine konkrete Umsetzungsphase münden, gehen diese Ideen nicht verloren. Sie können jederzeit reaktiviert oder zwischenzeitlich auch detaillierter ausgearbeitet werden, um sie dann verfügbar zu haben, wenn günstige Rahmenbedingungen gegeben sind.

6.1 Beschreibung der Leitprojekte

Im folgenden werden diejenigen Projekte beschrieben, die bei dem Projekt-Ranking im Rahmen des REK-Forums am 09.10.01 in Binz als Leitprojekte bewertet wurden. Die weiteren konkreten Projekte der Arbeitsgruppen werden in Kapitel 6.2 aufgeführt.

1	Leitbild-Ziel Landwirtschaft nimmt auf der Grundlage einer nachhaltigen Bewirtschaftung als Agrarkultur wieder einen zentralen Bestandteil im Wirtschaftsleben Rügens ein	Umsetzungsstrategie Bedeutung von Landwirtschaft für Nahrungsmittelvorsorge, gesunde Ernährung, Landschaftsvielfalt, Arbeitsplatzsicherung sowie Attraktivität als Urlaubslandschaft vermitteln
Informationskampagne zur Rügener Landwirtschaft in Printmedien		
Maßnahmenbeschreibung 1. Informationsübergabe an die Pressemedien über die Arbeit in der Landwirtschaft, der Landwirtschaftspolitik und spezielle Ereignisse 2. Einladung und Informationen zur Durchführung und Gestaltung besonderer Höhepunkte: (z.B. Bauernversammlungen, Kreisleistungsmelken, Kreisleistungspflügen, Tag des offenen Hofes, Kreiserntefest etc.) 3. Lose Darstellung über die Entwicklung der Landwirtschaft des Kreises Rügen, verbunden mit einem Preisrätsel 4. Durchführung eines Pressegesprächs alle acht Wochen		
Wechselwirkungen Um die vielfach vorhandenen Informationsdefizite der Bevölkerung über landwirtschaftliche Fragestellungen abzubauen und die gesellschaftspolitische Bedeutung der Landwirtschaft bewusst zu machen, ist ein regelmäßiger und aktiver Kontakt zu den Medienvertretern aufzubauen und zu pflegen.		
Projektträger Kreisbauernverband Rügen e.V. Ansprechpartner: Geschäftsführer Hr. Püschel Gingster Chaussee 2 18528 Bergen auf Rügen		Projektpartner Ostseezeitung Lokalredakton (Hr. Häcker) Der Rügener (Hr. Dr. Urban) NDR 1 Radio M/V (Hr. Vonberg)
Kosten Ca. 1.000 EURO p. a.		Höhe Eigenbeteiligung Ca. 1.000 EURO p.a.
Fördermöglichkeiten LEADER+ (Kontakt: Ministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten in M.-V.; Ansprechpartnerin: Frau Dr. Gabriele Hussel, Postfach 544, 19048 Schwerin; Tel.: 0385/588-6353; Fax: 0385/588-6024; E-Mail: g.hussel@lm.mvnet.de , Website: http://www.mv-regierung.de/lm/pages/leader+.html)		

<p>2</p>	<p>Leitbild-Ziele</p> <p>a Landwirtschaft nimmt auf der Grundlage einer nachhaltigen Bewirtschaftung als Agrarkultur wieder einen zentralen Bestandteil im Wirtschaftsleben Rügens ein</p> <p>b Die Landwirtschaft pflegt den besonderen Charakter der rügenschene Kulturlandschaft durch naturnahe Bewirtschaftung, sichert damit die Leistungsfähigkeit des Naturhaushalts und garantiert eine attraktive Urlaubslandschaft. Diese Anforderungen der Gesellschaft erfordern eine Leistung, für welche die Rügenger Landwirtschaft eine angemessene Honorierung erwarten kann</p> <p>c Das schulische und außerschulische Bildungsangebot wird quantitativ und qualitativ gesichert und verbessert, damit es als persönliche Zukunftsperspektive wahrgenommen werden kann.</p>	<p>Umsetzungsstrategien</p> <p>1. Bedeutung von Landwirtschaft für Nahrungsmittelvorsorge, gesunde Ernährung, Landschaftsvielfalt, Arbeitsplatzsicherung sowie Attraktivität als Urlaubslandschaft vermitteln Umsetzungsstrategie</p> <p>2. Bedeutung der Landwirtschaft für Landschaftsstrukturen, Artenvielfalt und genetische Ressourcensicherung bewusst machen</p> <p>3. Förderung von Bildungsk Kooperationen</p>
<p align="center">Gläserne Lebensmittelproduktion im Internet, kombiniert mit Bauernverbands-Homepage</p>		
<p>Maßnahmenbeschreibung</p> <ul style="list-style-type: none"> • Prämierte Rügenprodukte (Dachmarke, „Regionale Esskultur“ und / oder “Das Beste von Rügen”) werden im Internet in ihrem gesamten Produktzyklus (Wiese – Kuh – Milch – Joghurt – Zertifizierung – Vertrieb – Handel) dargestellt. Neben prämierten Produkten kommen dafür auch andere Produkte z.B. der Edeldestilliererie (Obstsammelsystem, Nutzung und Erhaltung historischer Obstsorten, wertvolles touristisches Merchandising) in Frage. • Die Erarbeitung eines solchen Projektes kann im Rahmen von Schülerprojekten (z.B.: Projektkursen) erfolgen. Schüler gewinnen die notwendigen Informationen auf Höfen, beim Bauernverband, beim Rügen Produkt e.V. etc., erweitern damit selbst ihr Wissen um Landwirtschaft, erhalten Anregungen für ihre eigenen späteren Lebensläufe und werden damit zu wichtigen Multiplikatoren vernetzter Zusammenhänge. • In einem nächsten Schritt geht es um eine didaktisch sinnvolle Visualisierung im Internet: hier können die Schüler eine Kooperation mit EDV-Service Garz oder Wild East eingehen, von denen fachliche Hilfe (Gestaltung von Web-Seiten u.ä.) und temporäre Bereitstellung von Hard- und Software eingebracht werden kann. • Wichtiges Lehrmodul mit hohem Praxisbezug und geeignet, das vernetzte Denken zu schulen, sowie Erfahrungen in der Kommunikation schwieriger Sachverhalte zu sammeln. 		

Wechselwirkungen

Die komplexen Tätigkeitsfelder der Landwirtschaft finden in der Öffentlichkeit immer weniger Beachtung und der Allgemeinheit ist zu wenig bewusst, welche Produktionsabläufe letztendlich dem konsumfertigen Produkt vorausgehen. Gerade die durch BSE und MKS ausgelösten Diskussionen offenbaren, wie wichtig aber umfassendes Wissen um Nahrungsmittelproduktion und wie notwendig die Transparenz auf diesen Gebieten sind. Hinzu kommt das Problem, dass es auch für die Rügener Landwirtschaft schwieriger wird, qualifizierten Nachwuchs zu gewinnen.

Projektträger

Kreisbauernverband Rügen e.V.
Ansprechpartner:
Geschäftsführer Hr. Püschel
Gingster Chaussee 2
18528 Bergen auf Rügen

Projektpartner

Rügen Produkt e.V.,
Software-Anbieter,
Ernst-Moritz-Arndt-Gymnasium
(Projektgruppe, Hr. Jöhnke)

Kosten

ca. 50.000 EURO

Höhe Eigenbeteiligung

Schule / Kreis : 8.000 EURO
Partner (Unternehmen): 8.000 EURO
Bauernverband: 8.000 EURO

Fördermöglichkeiten

Als Modellvorhaben der Deutschen Bundesstiftung Umwelt (DBU) geeignet (Kontakt: Deutsche Bundesstiftung Umwelt, Postfach 1705, 49007 Osnabrück, An der Bornau 2, 49090 Osnabrück; Tel.: 0541/9633-0; Fax: 0541/9633-190; E-Mail: info@dbu.de; Website: <http://www.dbu.de>). Dafür ist es wichtig, einen auch auf andere Regionen übertragbaren Ansatz darzustellen (Förderhöhe 50-65 %).

Außerdem ist LEADER+ als Fördermöglichkeit denkbar (Kontakt: Ministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten in M.-V.; Ansprechpartnerin: Frau Dr. Gabriele Hussel, Postfach 544, 19048 Schwerin; Tel.: 0385/588-6353; Fax: 0385/588-6024; E-Mail: g.hussel@lm.mvnet.de, Website: <http://www.mv-regierung.de/lm/pages/leader+.html>).

3	Leitbild-Ziel Regionale Produkte werden unter einem definierten Markenzeichen für Qualität und Herkunft von Rügen angeboten	Umsetzungsstrategie Aufbau einer umfassenden Rügen-Qualitätsmarke
Beteiligung am Modellprojekt des BMVEL für integrierte Landwirtschaftsentwicklung ("Regionen aktiv")		
Maßnahmenbeschreibung Im September 2001 wurde vom Bundesministerium für Verbraucherschutz, Ernährung und Landwirtschaft (BMVEL) der Wettbewerb "Regionen aktiv - Land gestaltet Zukunft" ausgeschrieben. Ziel des Wettbewerbes ist es, den vielzitierten Wandel in der Agrarpolitik modellhaft zu realisieren. Dies wird über Maßnahmen insbesondere zur verstärkten Verbraucherorientierung, zur natur- und umweltverträglichen Landbewirtschaftung sowie der Stärkung ländlicher Räume mit einem Schwerpunkt auf der Schaffung zusätzlicher Einkommensquellen angestrebt. Sämtliche Ziele dienen der Erhöhung der Wertschöpfung ländlicher Regionen. Innerhalb des Wettbewerbes werden in zwei Runden bundesweit 15 Modellregionen ausgewählt, die dann über einen Zeitraum von ca. drei Jahren mit einer Summe von voraussichtlich 1,5 Mio. Euro gefördert werden.		
Wechselwirkungen Rügen bietet durch das nahezu fertig gestellte Regionale Entwicklungskonzept (REK) hervorragende Voraussetzungen für eine erfolgreiche Teilnahme an dem Programm des BMVEL. Ebenso bietet der Wettbewerb "Regionen aktiv" die Chance, zahlreiche Ziele des im Mai 2001 vom Kreistag beschlossenen Leitbildes umzusetzen. Die Teilnahme an dem Wettbewerb ist im Rahmen des REK von der Arbeitsgruppe Landwirtschaft als Leitprojekt definiert worden und in dieser vorrangigen vom REK-Forum mit großer Mehrheit bestätigt worden. Die Bedeutung einer Teilnahme geht weit über eine Umstrukturierung im landwirtschaftlichen Bereich hinaus, sie ist eine große Chance für die gesamte Entwicklung des ländlichen Raumes Rügens und bietet Synergien mit Handwerk, Handel und Tourismus.		
Projektträger Rügen Produkt e.V. in Kooperation mit dem „Kompetenzzentrum Regionalmanagement Rügen“ Ansprechpartner: Frieder Rock, Unternehmensberatung, c/o Rügen Produkt e.V. Darzer Weg 70 18528 Zirkow	Projektpartner Regionale Entwicklungspartnerschaft: Rügenprodukt e.V., Tourismusverband Rügen e.V., Kreisbauernverband, DEHOGA und weitere Mitglieder / Institutionen Die Kreisverwaltung ist in diese Partnerschaft eingebunden.	
Kosten Die Kosten für die ersten Schritte der Antragstellung sind bereits abgedeckt. Im Falle einer erfolgreichen Teilnahme am Wettbewerb wird vom BMVEL die Benennung einer öffentlich-rechtlichen Körperschaft als Abwicklungspartner gefordert. In dessen Zuständigkeit liegen vorrangig die Mittelverwaltung, die haushaltstechnische Überwachung des Programmes und der Einhaltung der Fördervorschriften sowie die Prüfung der Verwendungsnachweise. Der Kreishaushalt wird durch eine Unterstützung der Antragstellung als Abwicklungspartner nicht berührt.	Höhe Eigenbeteiligung Ansätze einer Eigenbeteiligung werden erst nach Wettbewerbszuschlag relevant, können aber über die Entwicklungspartnerschaft sichergestellt werden.	

Fördermöglichkeiten

Die Möglichkeit einer finanziellen Unterstützung bietet das Programm LEADER+ (Kontakt: Ministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten in M.-V.; Ansprechpartnerin: Frau Dr. Gabriele Hussel, Postfach 544, 19048 Schwerin; Tel.: 0385/588-6353; Fax: 0385/588-6024; E-Mail: g.hussel@lm.mvnet.de, Website: <http://www.mv-regierung.de/lm/pages/leader+.html>)

4	Leitbild-Ziel Vielfältig strukturierte Landwirtschaftsbetriebe bleiben in allen Eigentumsformen erhalten und werden mit dem verarbeitenden Handwerk, mit Gesundheits- und Tourismusbetrieben sowie dem Handel zu einem stabilen Wirtschaftszweig mit hoher Wertschöpfung entwickelt	Umsetzungsstrategie Bündelung landwirtschaftlicher Betriebe und Unternehmensgemeinschaften zu einer kombinierten Produktions-, Verarbeitungs- und Vermarktungsgemeinschaft
Rügen Markthalle		
Maßnahmenbeschreibung <p>Rügen gehört zu den meistbesuchten Ausflugszielen in Deutschland. Über 1,3 Mio. Gäste mit 6,2 Mio. Übernachtungen besuchen jährlich die Insel und sie wird derzeit von rund 78.000 Rügern bewohnt. Allein in der Kreisstadt Bergen auf Rügen leben 17.000 Menschen.</p> <p>Der größte Teil der gegenwärtig auf der Insel verzehrten Lebensmittel stammt nicht aus der Region. Dadurch werden lange Transportwege nötig, die Umwelt unnötig belastet und vor allem heimische Anbieter finden nur schlecht einen eigenen Absatzmarkt, Kaufkraft und regionale Wertschöpfung gehen verloren.</p> <p>Die Vermarktung von authentischen Rügenprodukten erfolgt bisher nicht mit einheitlicher Strategie und Konzeption. Auch für die Hotellerie und Gastronomie gibt es keinen Ansprechpartner. Geschäftliche Beziehungen werden vereinzelt und direkt zwischen Gastronomen und Mitgliedern des Rügen Produkt e.V. geknüpft.</p> <p>Ein zentraler Vermarktungsstandort von Rügenprodukten ist nicht vorhanden. Ein geeigneter Standort für eine Rügen Markthalle ist in Bergen (Nähe Kreuzung B96) vorhanden und verkehrsgünstig erschlossen. Der Zustand der Halle ist sehr gut. In dem Objekt sind bereits Verkaufsboxen als Stände für Produzenten vorhanden. Die Fläche über diesen Boxen bietet sich für eine gastronomische Nutzung an. Etwa 50 Parkplätze sind direkt an der Halle vorhanden, weitere könnten im direkten Umfeld entstehen.</p> <p>Potenzielle Partner einer Betreibergesellschaft sind der Besitzer der Halle, sowie ein Marketing- bzw. Werbeunternehmen, beide mit Sitz in Bergen.</p> <p>Die Markthalle Rügen soll sieben Tage die Woche jeweils von 6 – 20 Uhr für Einzelkunden und die Inselgastronomie geöffnet sein. Zum Angebot zählt alles, was auf Rügen produziert wird. Zugekauft und so auch deklariert werden auf Rügen nicht oder saisonal nicht vorhandene Produkte mit adäquatem Qualitätsstandard.</p> <p>Einkaufen – Verzehren – Erleben stellt das Motto dar: lebendige Tiere, Schau-Töpfern, Fische zerlegen vermitteln Erlebniseinkaufs-Charakter. Durch das gastronomische Angebot vor Ort können sich die Käufer direkt von der Frische und Qualität des zu erwerbenden Produktes überzeugen.</p> <p>Es wird ein Lieferservice angeboten.</p> <p>Das Internet wird als Informations- und Vertriebs-schiene genutzt. So kann ein potenzieller Urlauber in seinem Heimatort schon von der Möglichkeit des Einkaufens und Bestellens in der Rügen Markthalle erfahren (Rügenprodukte für die Ferienwohnung). Ein Versandservice kann als Geburtstags-, Weihnachts- oder Jubiläumspräsentangebot entwickelt werden.</p>		

Wechselwirkungen

Mit der Rügen Markthalle wird ein wichtiges Glied in der Kette von der naturnahen Erzeugung bis hin zur Nachfrage und der Konsumbereitschaft nach authentischen Produkten geschlossen. Die auf Rügen lebenden Verbraucher und die zeitweilig anwesenden Gäste erhalten ein einzigartiges Angebot rügenspezifischer Roh- und Verarbeitungsprodukte an einem attraktiven Standort mit Erlebniseinkaufs-Charakter. Das Projekt dient mit diesem vernetzten Ansatz den Interessen der Landwirtschaft, des Handwerks, des Tourismus, des Naturschutzes sowie der Verkehrsvermeidung.

Die noch vorhandenen Widersprüche zum Thema Sicherung der Nahversorgung durch Aktivierung einer innerörtlichen Handelsnachfrage (Leitbild-Ziel Nr. 34) können im Vorfeld durch die Einbindung zentrenorientierter Bergener Betriebe in das Vertriebskonzept ausgeräumt werden.

Projektträger

Betreiber-gesellschaft
Ansprechpartner: Hr. Kind
Rügen Produkt e.V.
Darzer Weg 70
18528 Zirkow

Projektpartner

Rügen Produkt e.V.
Einzelunternehmen als Vermarkter
Bäcker, Metzger, Fischerei-Genossenschaft

Kosten

Noch nicht bekannt.

Höhe Eigenbeteiligung

Noch nicht bekannt.

Fördermöglichkeiten

LEADER+(Kontakt: Ministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten in M.-V.; Ansprechpartnerin: Frau Dr. Gabriele Hussel, Postfach 544, 19048 Schwerin; Tel.: 0385/588-6353; Fax: 0385/588-6024; E-Mail: g.hussel@lm.mvnet.de, Website: <http://www.mv-regierung.de/lm/pages/leader+.html>) und Strukturfonds (EAGFL) der EU; „Förderung der Ernährungswirtschaft“ (30% der förderfähigen Ausgaben bzw. bis zu 35 % bei zusätzlicher Förderung aus EAGFL) oder „Förderung nach dem Marktstrukturgesetz“ degressiv bis 7 Jahre und bis 25 % der Investitionsaufwendungen über Ministerium für Landwirtschaft, Schwerin (Kontakt: Ministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten in M.-V., Paulshöher Weg 1, 19048 Schwerin, Tel.: 0385/588-0; Fax: 0385/588-6024, Internet: <http://www.mv-regierung.de/lm/>).

5	Leitbild-Ziel Der Ausbau des Schienen- und Straßennetzes, der Anbindungen im Schiffs- und Flugverkehr sowie der schienengebundenen Angebote im Landkreis verbessert die Standortqualität Rügens. Dazu gehören auch die Sicherung des Transitkorridors nach Skandinavien und in das Baltikum sowie die Optimierung der Fährverbindungen und Unterstützung der Ausflugs-Schifffahrt.	Maßnahmenbeschreibung Sicherung der Mobilität zur und auf der Insel Rügen
Neugründung Verkehrsgemeinschaft Rügen		
Maßnahmenbeschreibung Nachdem Ende des Jahres 2000 die Verkehrsgemeinschaft Rügen Verkehr aufgelöst wurde beschloss der Kreistag Rügen die Neugründung einer Verkehrsgemeinschaft. Diese befindet sich unter Beteiligung mehrerer Verkehrsbetriebe unter der Bezeichnung Insel Verkehr Rügen inzwischen in der Aufbauphase. Ziele der Verkehrsgemeinschaft sind zunächst vorrangig gemeinsam abgestimmte Marketingmaßnahmen und das Finden einer Rechtsform (GmbH, GbR oder sonstiges). Weitere Ziele und Maßnahmen sind die Optimierung des ÖPNV-Angebotes und der Angebote der Gelegenheitsverkehre zur Minderung des motorisierten Individualverkehrs, die Entwicklung gemeinsamer Mobilitätsprodukte für Touristen und Einheimische und potenziell auch der (Mit-)Aufbau und der (Mit-)Betrieb einer Mobilitätszentrale, die auf Rügen seit längerem geplant ist.		
Wechselwirkungen Der ganzheitliche umweltpolitische Wert eines funktionierenden Verkehrsverbundsystems ist unbestritten und steht außer Zweifel. Neben den Rüganern profitieren davon aber auch die Gäste und mit der Erhöhung der Attraktivität der Angebote der Verkehrsgemeinschaft steigt auch die Aufenthaltsqualität für die Besucher Rügens.		
Projektträger Verkehrsgemeinschaft Inselverkehr Rügen i.G. c/o Rugia Reisen Ansprechpartner: Hr. Thom (Sprecher der VG) Tannengrund 18 18528 Bergen auf Rügen		Projektpartner Verkehrsunternehmen und –anbieter der Insel Rügen, Landkreis Rügen (Amt für Wirtschaft und Kultur), Tourismusverband Rügen e.V. / Tourismuszentrale Rügen
Kosten 25.000 EURO Stammkapital für GmbH; 5.000 EURO Beratungsleistungen, sonst. Kosten für GmbH-Gründung ca. 75.000 EURO p.a. Betriebskosten (Personal- und Sachausgaben)		Höhe Eigenbeteiligung Abhängig von Fördermöglichkeiten
Fördermöglichkeiten 10.000 EURO im Kreishaushalt 2002 als Zuschuss vorgesehen.		

6	Leitbild-Ziel Die Weiterentwicklung bzw. Optimierung von Wander-, Rad- und Reitwegesystemen wird unabhängig von klassifizierten Straßen unterstützt	Umsetzungsstrategie Optimierung des Rügener Radwanderweges-netzes
Ausbau und Komplettierung des Radwegenetzes (technische Komponente)		
Maßnahmenbeschreibung Vollendung eines kreisweiten, vernetzten Radwegesystems auf Rügen, das sowohl den Einwohnern als auch Gästen ermöglicht, alle Gemeinden und wichtige touristische Ausflugsziele mit dem Fahrrad zu erreichen. In der Umsetzung sind dabei zwei Ziele zu verfolgen: die Errichtung eines touristischen Radwanderwegesystems, das breit gefächerte Angebote von Radrouten ermöglicht, sowie der Bau straßenbegleitender Radwege Die Umsetzung wird schrittweise erfolgen. 1. Die touristische Radwanderrundroute Rügen als Bestandteil der Radwanderfernroute ist vorrangig fertigzustellen. Dazu sind die bereits 140 km ausgebauten Wege um die restlichen ca 170 km entsprechend ausgeschilderten Streckenabschnitte als Radweg zu komplettieren 2. Als Ergänzung der Rügenrundroute sind für regionale und lokale Radwanderrouen schrittweise weitere Radwege zu errichten. 3. Es ist anzustreben, mit den Eigentümern der Bundes- und Landesstraßen einen schrittweisen Ausbau straßenbegleitender Radwege zu erreichen.		
Wechselwirkungen Ein attraktives Radwegeangebot sichert die Nachfrage einer wichtigen und in ihrer Bedeutung steigenden Zielgruppe. Außerdem trägt ein in sich geschlossenes Radwegenetz dazu bei, dass der touristische Individual-Binnenverkehr auf Rügen minimiert werden kann. Die Integration von weiteren touristischen Angeboten in die Routenplanung führt zu deren stärkerer Auslastung und damit zur Absicherung von Arbeitsplätzen.		
Projektträger Landkreis (Bauamt) Ansprechpartner: Hr. Friedrich Gartenstr. 1 18528 Bergen auf Rügen	Projektpartner Kommunen, Wirtschaftsministerium M.-V., Straßenbaubehörden des Landes AG Radwege	
Kosten Ca. 22 Mio. EURO für Ausbau und Komplettierung der Radwanderrundroute (ca. 170 km); ca. 25 Mio. EURO für den weiteren Ausbau regionaler Radwanderwege (ca. 200 km); ca. 45 Mio. EURO für den Ausbau strassenbegleitender Radwege an Bundes-, Landes- und Kreisstraßen	Höhe Eigenbeteiligung Abhängig von Beschlusslage des Projektträgers.	

Fördermöglichkeiten

Gemeinschaftsaufgabe zur Verbesserung der regionalen Wirtschaftsstruktur (Kontakt: Landesförderinstitut Mecklenburg-Vorpommern, Werkstraße 213, 19061 Schwerin; Ansprechpartnerinnen: Frau Göttmann-Fürst, Tel.: 0385/6363-1393, Frau Chiari 0385/6363-1282; E-Mail: info@lfi-mv.de, Internet: <http://www.lfi-mv.de>);

Kommunale Investitionspauschalen;

Gemeinschaftsaufgabe "Verbesserung der Agrarstruktur und des Küstenschutzes" – Ländlicher Wegebau (Kontakt: Ministerium für Ernährung, Landwirtschaft, Forsten und Fischerei, Paulshöher Weg 1, 19048 Schwerin, Tel.: 0385/588-0, Fax: 0385/588-6024), Zuschüsse bis zu 80% der förderfähigen Kosten werden gewährt;

Förderung der Entwicklung ländlicher Räume .

Förderung durch die Kommunalgemeinschaft Pomerania e.V. (Ernst Thälmann Straße 4, 17321 Löcknitz, Tel.: 039754/20580 bzw. 039754/22249, Fax: 039754/21053; Internet: <http://www.loecknitz-online.de>).

7	Leitbild-Ziele a Landwirtschaft nimmt auf der Grundlage einer nachhaltigen Bewirtschaftung als Agrarkultur wieder einen zentralen Bestandteil im Wirtschaftsleben Rügens ein b Der langfristige Erhalt des Fach- und Einzelhandels und eine damit verbundene Attraktivitätssteigerung für den Ortskernbereich wird aktiv gestärkt und unterstützt	Umsetzungsstrategien Bedeutung von Landwirtschaft für Nahrungsmittelvorsorge, gesunde Ernährung, Landschaftsvielfalt, Arbeitsplatzsicherung sowie Attraktivität als Urlaubslandschaft vermitteln Umsetzungsstrategie Nahversorgung als Teil von Lebensqualität bewusst machen
Bewusstseinskampagne Nahversorgung		
Maßnahmenbeschreibung Der Rückzug von Einzelhandelsbetrieben kennzeichnet seit Jahren Entwicklungen im ländlichen. Eine wohnortnahe Versorgung mit Backwaren, Fleisch- und Wurstwaren, sonstigen Lebensmitteln, Zeitschriften, Schreibwaren, Drogerieartikel, Wasch- und Putzmittel, Haushaltswaren, Textilien, Blumen oder Apothekerdienstleistungen in unmittelbarer Nähe des Wohnortes ist leider nicht mehr selbstverständlich und wird auch künftig immer weniger gewährleistet. Dies hat zur Folge, dass zur Sicherstellung der Nahversorgung zunehmend weitere Fahrten mit dem Auto unternommen werden müssen und Kaufkraft abwandert. Eine kommunale Bewusstseinskampagne „Nahversorgung ist Lebensqualität – Lebensqualität durch Nähe“ setzt zunächst bei den Bürgern an, denn diese sind es, die durch ihr Verhalten Veränderungen herbeiführen können. Es gilt Vernetzungen bewusst zu machen, den Menschen ein bestimmtes Maß an Betroffenheit zu vermitteln und durch diese Bewusstseinsbildung schließlich zur nachhaltigen Sicherung der Lebensqualität auf Rügen beizutragen. Es soll dabei deutlich werden „Auch mich geht Rügen etwas an“ Ein Kernteam aus 3 bis 5 Personen in den an einer konkreten Mitwirkung interessierten Gemeinden leitet das Projekt. In diesem kleinen Team werden Schwerpunkte und Prioritäten entwickelt, der Bewusstseins-Bildungsprozess initiiert und begleitet, Projekte vernetzt und Ergebnisse sichtbar gemacht. Als erstem Schritt wird dazu in drei oder vier Orten Rügens Versammlungen mit allen Trägern der Lebensqualität und den Bürgern und Bürgerinnen der Gemeinde vorbereitet. Bei diesen Veranstaltungen sollen dann Ansatzpunkte dargestellt und ein Projektteam gewonnen werden. Die Kernteams erstellen dann ein Konzept für den Bewusstseins-Bildungsprozess in der jeweiligen Kommune. Über einen noch zu definierenden Zeitraum werden Bewusstseinsimpulse geplant und ins Gemeindeleben integriert. Das erarbeitete Konzept bzw. seine Umsetzungsschritte mit allen dabei geplanten Aktivitäten wird dann bei einer Bürgerversammlung allen Bürgern und Bürgerinnen vorgestellt. Danach geht es an das Umsetzen der Einzelmaßnahmen, die von den jeweiligen Akteuren definiert worden sind. Den jeweiligen Kernteams sollen dabei eine Fülle von Hilfen zur Verfügung gestellt werden. Diese Hilfen in Form von „Arbeitsordnern“ sollen entwickelt und dann den auf kommunaler Ebene gebildeten Kernteams angeboten und zur Verfügung gestellt werden. Sie enthalten Ideen zur Umsetzung im Bereich der Öffentlichkeitsarbeit für die Arbeit mit Vereinen oder der freiwilligen Feuerwehr, für die Arbeit mit Schulen oder Kindergärten bzw. Anregungen für die Durchführung von Aktivitäten und Beispielen aus anderen Regionen. Welche Maßnahmen und Projekte tatsächlich zur Realisierung kommen, kann letztlich nur in		

der jeweiligen Kommune entschieden werden. Die Steuerung der gesamten Bewusstseinskampagne wird durch eine zentral eingerichtete Koordinierungsgruppe, bestehend aus einem Vertreter der Sparkasse Rügen, des Landratsamtes, der Arbeitsgemeinschaft der Gewerbevereine, der IHK und der Handwerkskammer geleistet. Sie geben den vor Ort entstehenden Kernteams Starthilfen und initiieren neu entstehende Ansätze in Kommunen, wo eine Eigeninitiative in einem ersten Anlauf nicht zustande kommt. Da der Projektansatz sehr stark mit der Agenda 21-Philosophie im Zusammenhang steht, bietet es sich an, in die jeweiligen Kernteams vor Ort auch die Personen zu integrieren die dort bereits tätig sind.

Wechselwirkungen

Der Kaufkraftabfluss im Einzel- und Fachhandel führt zu einem nachlassenden Steueraufkommen und damit zu einer spürbaren Einengung kommunaler Handlungsspielräume.

Eine sich zunehmend auf Stralsund bzw. das Angebot des Festlands verlagernde Nahversorgung führt zu einer Reduzierung der Angebotsvielfalt im Kernbereich der Kommunen auf Rügen und damit langfristig zu Geschäftsaufgaben und einer Verödung innerörtlicher Bereiche mit weiteren fatalen Folgen.

Eine auf Rügenger Qualitäts-Produkte ausgerichtete neue Markenpolitik sichert mit der Listung ihrer Angebote auch den entsprechenden Erzeuger- und Verarbeitungsbetrieben ihre Existenzgrundlage.

Projektträger

AG der Rügenger Gewerbevereine

Projektpartner

(Regional- und/oder Citymanager),
Gewerbevereine Bergen und Sassnitz,
Landkreis, kommunale Wirtschaftsförderung,
Sparkasse / OSGV,
Presse / Medien;
Gründung eines Redaktionsteams durch
Gewerbevereine;
Vergabe / Beauftragung der FH Stralsund
oder Grone-Schule

Kosten

100.000 EURO

Höhe Eigenbeteiligung

Abhängig von Absprache mit
Fördermittelgeber des Modellvorhabens.

Fördermöglichkeiten

Modellvorhaben des Ostdeutschen Sparkassen und Giroverbandes (Kontakt: Ostdeutsche Sparkassenstiftung für die Länder Brandenburg, Mecklenburg-Vorpommern, den Freistaat Sachsen und das Land Sachsen-Anhalt, Leipziger Straße 51, 10117 Berlin, Tel.: 030/2069-1855, Fax: 030/2069-2857, E-Mail: information@ostdeutschesparkassenstiftung.de, Internet: <http://www.ostdeutsche-sparkassenstiftung.de>) in Verbindung mit Sparkasse Rügen (Kontakt: Billrothstraße 4, 18528 Bergen/Rügen, Tel.: 03838/818-0, Fax: 03838/818-128, E-Mail: service@spk-ruegen.de, Internet: <http://www.spk-ruegen.de>), evtl. auch zusätzlich DBU-Stiftung, (Kontakt: Deutsche Bundesstiftung Umwelt, Postfach 1705, 49007 Osnabrück, An der Bornau 2, 49090 Osnabrück; Tel.: 0541/9633-0; Fax: 0541/9633-190; E-Mail: info@dbu.de; Internet: <http://www.dbu.de>), wenn ein nachvollziehbarer Modellansatz mit Umweltentlastungsansätzen (Verkehrs-, Verpackungsreduktion) dargestellt werden kann. In diesem Falle wäre auch eine inselumfassende Kampagne denkbar, die allerdings von wesentlich höheren Kosten ausgehen muss.

Auch Fördermöglichkeit über LEADER+ ist denkbar (Kontakt: Ministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten in M.-V.; Ansprechpartnerin: Frau Dr. Gabriele Hussel, Postfach 544, 19048 Schwerin; Tel.: 0385/588-6353; Fax: 0385/588-6024; E-Mail: g.hussel@lm.mvnet.de, Website: <http://www.mv-regierung.de/lm/pages/leader+.html>).

8	Leitbild-Ziel Der langfristige Erhalt des Fach- und Einzelhandels und eine damit verbundene Attraktivitätssteigerung für den Ortskernbereich wird aktiv gestärkt und unterstützt	Umsetzungsstrategie Attraktivitätssteigerung der Ortskerne durch Gemeinschaftsaktionen
Einsatz von City- und/oder Regional-Managern auf Rügen		
Maßnahmenbeschreibung In allen Wirtschaftsbereichen fehlt es an den personellen Möglichkeiten, betriebs- und wirtschaftszweigübergreifende Netzwerke aufzubauen und abgestimmte Maßnahmen zur Förderung und Qualifizierung des Produkt- und Dienstleistungsangebotes zu ergreifen. Die Folge sind unkoordinierte und konkurrierende Einzelaktionen, Parallel- und Doppelarbeiten, Ressourcenverschleiß. Zur Unterstützung der Unternehmen soll - beginnend für den Einzelhandelsbereich, aber mit der Option auch für weitere Wirtschaftsbereiche und dem Beispiel des Stralsunder Citymanagers folgend – ein City- oder Regionalmanager institutionalisiert werden. Dieser hat die Aufgaben, den Einzelhandel (auch ortsübergreifend) zu stärken, in dem Marketing- und Werbeaktivitäten angeschoben und umgesetzt werden, die vor allem die Binnennachfrage stärken sollen. Dem/den City-/Regionalmanagern obliegt dabei eine breites Aufgaben- und Handlungsfeld, welches vielfältige Bereiche berührt wie z.B. Stadtmarketing einschl. „Aktionen und Events“, Stadtentwicklung, Standort- und Unternehmensberatung, fließender und ruhender Verkehr, Kulturveranstaltungen u.a.. Der Einsatz von Citymanagern ist stadtweise (z.B. in Bergen und Sassnitz) denkbar, kann aber als Regionalmanager auch kreisweit erfolgen. Eine enge Mitwirkung bei dem Projekt Bewußtseinskampagne Nahversorgung ist unbedingt notwendig.		
Wechselwirkungen Mit dem Einsatz eines/er City-/Regionalmanagers/in auf Rügen kann ein wirksamer Beitrag zur Erhaltung der Attraktivität der Orte geleistet und damit auch der Abwanderung von Kaufkraft vorgebeugt werden. Mit einem solchen Vorhaben kann auch eine Stärkung des Mittelstandes auf Rügen erreicht werden.		
Projektträger Landkreis Ansprechpartner: Hr. Kammann Landkreis Rügen Gartenstraße 5 18528 Bergen auf Rügen	Projektpartner Kommunen, Gewerbevereine, IHK, Handwerkskammer, Einzelhandelsverband, Unternehmen	
Kosten Ca. 75.000 EURO Personalkosten p.a. (1 Manager, 1 Assistenz); ca. 25.000 EURO Sach- und Betriebskosten p.a.	Höhe Eigenbeteiligung In Abhängigkeit von bestehenden Fördermöglichkeiten sollte eine Kofinanzierung durch kommunale (Landkreis, Städte und Gemeinden) und privatwirtschaftliche Seite (Unternehmen und Unternehmensverbände) erfolgen. Gesonderte Aktionen und Maßnahmen sind ggf. durch Umlagen zu finanzieren.	

Fördermöglichkeiten

„Verbesserung der Regionalen Wirtschaftsstruktur“ (Beratungsdienstleistungen) bis zu ca. 50.000 EURO durch Wirtschaftsministerium, Schwerin ((Kontakt: Landesförderinstitut Mecklenburg-Vorpommern, Werkstraße 213, 19061 Schwerin; Ansprechpartnerinnen: Frau Göttmann-Fürst, Tel.: 0385/6363-1393, Frau Chiari 0385/6363-1282; E-Mail: info@lfi-mv.de, Internet: <http://www.lfi-mv.de> oder Wirtschaftsministerium Mecklenburg-Vorpommern, Referat Wirtschaftsnahe Infrastrukturförderung, Tel.: 0385/5885422).

9	Leitbild-Ziel Kunst und Kultur müssen auch durch Kooperationen öffentlicher und privater Träger getragen und erfüllt werden.	Umsetzungsstrategie Aufbau eines professionellen Kulturmanagements Rügen (evtl. Leader+ - Projekt)
Aufbau eines einheitlichen Veranstaltungskalenders einschl. eines Veranstaltungs-Planungs-Tools		
Maßnahmenbeschreibung Auf Rügen gibt es mehrere, von Unternehmen bzw. Institutionen geführte und bearbeitete Veranstaltungskalender, von denen jedoch keiner vollständig ist und deren Erstellung vermeidbare Doppelarbeiten verursacht. Um eine möglichst vollständige und aktualisierte Übersicht präsentieren zu können, ist es sinnvoll, Termine und Inhalte unter der Internet-Plattform www.Ruegen.de in einem EDV- und internetgestützten System zu erfassen und an unterschiedliche Ausgabemedien (z.B. Internet, Printmedien, TV) auszugeben. Hierbei wird das Ziel eines optimierten Cross-Media-Publishing verfolgt. Die Eingabe der Daten erfolgt dezentral durch die Veranstalter (Gemeinden, Kurverwaltungen, Museen, Theater usw.), die passwortgeschützte Zugänge erhalten. Zusätzlich soll ein nicht öffentlich einsehbarer Bereich potenziellen Veranstaltern ermöglichen, v.a. zeitliche Planungen für „ihre“ Events vorzunehmen.		
Wechselwirkungen Ein umfassender und in sich vollständiger Veranstaltungskalender stellt eine der Grundlagen für eine bessere Auslastung der Einzelveranstaltungen dar. Außerdem erhöht ein solches Angebot die Attraktivität des Tourismus-Standortes Rügen und stellt schließlich auch einen nicht zu unterschätzenden Beitrag zur Erhöhung der Freizeitattraktivität für die Rüganer dar.		
Projektträger Kooperation Ruegen.de c/o Landkreis Rügen, Amt für Wirtschaft und Kultur Ansprechpartner: Hr. Kammann Gartenstr. 5 18528 Bergen auf Rügen		Projektpartner Tourismusverband Rügen, Tourismuszentrale Rügen, Sparkasse Rügen, wild east marketing GmbH, E-Werk Sassnitz, Kultureinrichtungen, Städte und Gemeinden, Kurverwaltungen, Ostseezeitung, Der Rüganer, Rügen aktuell, Kabel+Sat Bergen
Kosten Ca. 5.000 EURO für Beschaffung / Programmierung und techn. Entwicklung von Software; Betriebskosten werden auf Nutzer / Projektpartner umgelegt.		Höhe Eigenbeteiligung Erfolgt in Form der Betriebskosten (Personal- und Sachausgaben) durch Projektpartner.
Fördermöglichkeiten Kulturförderung des Landes Mecklenburg-Vorpommern; der Finanzierungsanteil beträgt bis zu einem Drittel der förderfähigen Gesamtausgaben (Kontakt: Ministerium für Bildung, Wissenschaft und Kultur, Abteilung Kultur, Werderstraße 124, 19055 Schwerin, Tel.: 0385/588-7041, Fax: 0385/588-7087, Internet: http://www.kultus-mv.de). LEADER+ -Förderung ist denkbar (Kontakt: Ministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten in M.-V.; Ansprechpartnerin: Frau Dr. Gabriele Hussel, Postfach 544, 19048 Schwerin; Tel.: 0385/588-6353; Fax: 0385/588-6024; E-Mail: g.hussel@lm.mvnet.de , Website: http://www.mv-regierung.de/lm/pages/leader+.html).		

10	Leitbild-Ziel Kunst und Kultur müssen auch durch Kooperationen öffentlicher und privater Träger getragen und erfüllt werden.	Umsetzungsstrategie Förderung der kulturpolitischen Verantwortung in Politik und Verwaltung
Marketingkonzept für das Theater Putbus		
Maßnahmenbeschreibung <p>Das kulturhistorisch bedeutende Theater in Putbus leistet über einen Ganzjahresbetrieb einen wichtigen Beitrag zur kulturellen Versorgung der Region. Die Auslastung des Hauses ist jedoch keineswegs zufriedenstellend. Dies liegt u.a. auch daran, dass ein professionelles Marketing aufgrund der unzureichenden personellen und finanziellen Ausstattung des Hauses nicht stattfinden kann. Deshalb soll ein Marketingkonzept Wege aufzeigen, die Bewerbung von Besuchern zu optimieren und somit die Einnahmen zu steigern. Folgende Aufgaben sollten bearbeitet werden:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ist-Analyse aus der Sicht des Theaters • Ist-Analyse aus der Sicht von Besuchern/Partnern • Wie können Besucher des Theaters (Kundennummer) optimal informiert werden und als regelmäßiger Besucher gewonnen werden? • Wie können Einwohner Rügens als Theaterbesucher gewonnen werden? • Wie können Besucher Rügens als Theaterbesucher gewonnen werden? • Wie kann ein potentieller Rügenbesucher dazu bewegt werden, das Theater Putbus in sein Besuchsprogramm aufzunehmen? • Wie erreicht man, dass Partner (Kurverwaltungen, Hotels und Pensionen, Touristeninformationen) den Besuch des Theaters Putbus ihren Besucher empfehlen? • Welche Voraussetzungen für die Umsetzung dieses Marketingkonzeptes (personell und finanziell) sind nötig? 		
Wechselwirkungen Eine bessere Auslastung des Theaters Putbus trägt nicht nur zu einem höheren Kulturangebot für die Rügäner (Lebensqualität), sondern auch zu einer höheren touristischen Attraktivität des Standortes Putbus bei.		
Projektträger Landkreis Rügen, Amt für Wirtschaft und Kultur Ansprechpartner: Hr. Kammann Gartenstr. 5 18528 Bergen auf Rügen	Projektpartner Kulturstiftung Rügen, Sparkasse Rügen	
Kosten Ca. 15.000 EURO für die Erstellung des Konzeptes Folgekosten für Umsetzung	Höhe Eigenbeteiligung Noch zu prüfen	

Fördermöglichkeiten

Kulturförderung durch Bildungsministerium, Schwerin; der Finanzierungsanteil beträgt bis zu einem Drittel der förderfähigen Gesamtausgaben (Kontakt: Ministerium für Bildung, Wissenschaft und Kultur, Abteilung Kultur, Werderstraße 124, 19055 Schwerin, Tel.: 0385/588-7041, Fax: 0385/588-7087, Internet: <http://www.kultus-mv.de>)

Kulturstiftung der Deutschen Bank (Kontakt: 60262 Frankfurt am Main, Tel.: 069/910-35866, Fax: 069/910-36154, Internet: <http://www.db-kulturstiftung.de>, Ansprechpartner Herr Dr. Walter Homolka bzw. Herr Michael Münch);

Körper-Stiftung, Hamburg (Kontakt: Körper-Stiftung, Kurt-A.-Körper-Chaussee 10, 21033 Hamburg, Tel.: 040/72502457, Fax: 040/72503645, E-Mail: info@stiftung.koerber.de, Internet: <http://www.koerber-stiftung.de>);

Ostdeutsche Sparkassenstiftung, Berlin (Kontakt: Ostdeutsche Sparkassenstiftung für die Länder Brandenburg, Mecklenburg-Vorpommern, den Freistaat Sachsen und das Land Sachsen-Anhalt, Leipziger Straße 51, 10117 Berlin, Tel.: 030/2069-1855, Fax: 030/2069-2857, E-Mail: information@ostdeutschesparkassenstiftung.de, Internet: <http://www.ostdeutsche-sparkassenstiftung.de>).

11	Leitbild-Ziel Im Rahmen der Sanierung bzw. des Neubaus von Gebäuden wird eine Reduzierung des Energieverbrauchs angestrebt. Die öffentliche Hand übernimmt hier eine Vorbildfunktion	Umsetzungsstrategie Förderung des Einsatzes regenerativer Energien beim Wohnungsbau
Erstellung eines Info-Flyers zum Einsatz regenerativer Energien beim Wohnungsbau		
Maßnahmenbeschreibung Erstellung von Informationsmaterial als Leporello (A5) Aufgezeigt soll dabei werden: <ul style="list-style-type: none"> • Nutzung erneuerbarer Energien in Deutschland, M.-V., Rügen • Verständliche Darstellung der Energiespartechnologien (Gas-Brennwertheiztechnik, Wärmedämmung, Solares Bauen, Fenstertechnik) • Verständliche Darstellung der verschiedenen Anwendungstechniken (Solarthermie, Photovoltaik, Wärmepumpe, Biomassen, Windkraft, Brennstoffzelle) • Aktuelle Nutzung erneuerbarer Energieträger auf Rügen als Beispiele • Beispielhafte Photos von Anlagen mit Energietechnik und Wärmeeinsparung 		
Wechselwirkungen Das Projekt ermöglicht es potenziellen Bauträgern, sich zum frühestmöglichen Zeitpunkt ihres Bauplanungsvorhabens auch mit Alternativenenergien auseinanderzusetzen. Über energieplus e.V. Neubrandenburg können mit dem Vorhaben auch wichtige Bildungspolitische Inhalte verbunden werden.		
Projektträger Solarinitiative M.-V. e.V. Ansprechpartner: Hr. Dr. Schmidt 23966 Triwalk / Wismar	Projektpartner Ernst-Moritz-Arndt-Gymnasium Bergen (Hr. Ohnmacht); Ingenieurbüro für Energie- u. Haustechnik Ulf Dalibor, Sellin; Windwerk Rügen GmbH & Co. KG (Ulf Dalibor, Andreas Schönburg; EWE AG Bergen e.dis Energie Nord AG, Solar Time	
Kosten Eine Kostenabschätzung des Trägers liegt derzeit noch nicht vor (höchstens 5.000 EURO geschätzt).	Höhe Eigenbeteiligung Entscheidung des Trägers liegt derzeit nicht vor.	

Fördermöglichkeiten

„Vereinsförderung“ des Umweltministeriums, Schwerin (Kontakt: Umweltministerium Mecklenburg-Vorpommern, Schlosserstraße 6-8, 19048 Schwerin, Tel.: 0385/588-0; Fax: 0385/588-8717, E-Mail: poststelle@um.mv-regierung.de, Internet: <http://www.um.mv-regierung.de>);

Privater Sponsor von Rügen (Energiebereich) bzw. Wüstenrot-Stiftung (Kontakt: Wüstenrot Stiftung, Gemeinschaft der Freunde Deutscher Eigenheimverein e. V., Hohenzollernstraße 45, 71630 Ludwigsburg, Tel.: 07141/16-4777, Fax: 07141/16-3900, E-Mail: info@wstg.de, Internet: <http://www.wuestenrot-stiftung.de>) oder IKEA-Stiftung (Kontakt: Martin Hildebrand, Am Wandersmann 2-4, 65719 Hofheim-Wallau, Tel.: 06122/5854-295, 06122/5854-474, E-Mail: martin.hildebrand@memo.ikea.com, Internet: <http://www.umweltpreise.de>)

Umweltministerium (Hr. Koch): Umweltbildung

12	Leitbild-Ziel Die Erhaltung und weitere Entwicklung der Kultur auf Rügen ist für den Tourismus von großer Bedeutung und wird in besonderer Weise gefördert und unterstützt.	Umsetzungsstrategie Förderung der Entwicklung verschiedenster Kultureinrichtungen und -veranstaltungen auf Rügen
Etablierung des Gartenfestes Üselitz als fortlaufende Veranstaltung zur Förderung einer Rügener Landhauskultur		
Maßnahmenbeschreibung <p>Im Jahr 2000 fand erstmals das Üselitzer Gartenfestival statt, mit dem durch privates Engagement der Versuch unternommen wurde, die hohe Kultur- und Aufenthaltsqualität der ländlich geprägten Räume Rügens touristisch zu vermarkten, aber auch für Einheimische identitätsstiftende Veranstaltungen zu etablieren. Das Projekt könnte i.V.m. anderen Ansätzen wie zum Beispiel der Wiedernutzung von Gutshäusern oder der Nutzung bestehender bzw. Rekultivierung verwilderter (Landschafts-)Parks wie etwa in Putbus, Kartzitz oder Pansewitz dazu dienen, eine Landschafts- und Tourismusentwicklung zu befördern, die analog vorhandener Beispiele (England oder Toskana) die Region beleben und prägen könnte.</p> <p>Verbunden mit der Förderung einer Landhauskultur ist auch die Gestaltung entsprechender Angebote (ansprechende qualitative Aufenthaltsqualität), und damit die Bewerbung gut situierter Gästeklientel aber auch die Wiederinnutzungnahme historischer Bausubstanz gerade in den dünn besiedelten Bereichen der Insel.</p>		
Wechselwirkungen Die einmalige Substanz der Gutshäuser und ihrer Parkanlagen auf Rügen kann zur Akquirierung neuer Zielgruppen genutzt werden, um der Insel ein weiteres attraktives Profil zu verleihen. Das Gartenfestival bietet gute Gelegenheiten, dieses Potenzial auch breiter bewusst zu machen und evtl. Investoren zu finden bzw. zu gewinnen.		
Projektträger Familie Wellbergen Schwanthaler Str. 59 60596 Frankfurt/Main	Projektpartner Landkreis Rügen, Arbeitsgemeinschaft Urlaub und Freizeit auf dem Lande (AGUFL), Tourismusverband Rügen e.V. (TZR), Gemeinde Poseritz (Herr Lange), Insula Rugia e.V.	
Kosten 20.000 EURO p.a. zur Erarbeitung von Teilkonzepten und Maßnahmen incl. Marketingmaßnahmen (Broschüren, Anzeigenschaltung, Internetpräsentation)	Höhe Eigenbeteiligung Über touristische Unternehmen und Gemeinden	

Fördermöglichkeiten

Kulturstiftung der Deutschen Bank (Kontakt: 60262 Frankfurt am Main, Tel.: 069/910-35866, Fax: 069/910-36154, Internet: <http://www.db-kulturstiftung.de>, Ansprechpartner Herr Dr. Walter Homolka bzw. Herr Michael Münch);

Ostdeutsche Sparkassenstiftung, Berlin (Kontakt: Ostdeutsche Sparkassenstiftung für die Länder Brandenburg, Mecklenburg-Vorpommern, den Freistaat Sachsen und das Land Sachsen-Anhalt, Leipziger Straße 51, 10117 Berlin, Tel.: 030/2069-1855, Fax: 030/2069-2857, E-Mail: information@ostdeutschesparkassenstiftung.de, Internet: <http://www.ostdeutsche-sparkassenstiftung.de>);

„Verbesserung der Regionalen Wirtschaftsstruktur“ durch Landesförderinstitut, Schwerin (Kontakt: Landesförderinstitut Mecklenburg-Vorpommern, Werkstraße 213, 19061 Schwerin; Ansprechpartnerinnen: Frau Göttmann-Fürst, Tel.: 0385/6363-1393, Frau Chiari 0385/6363-1282; E-Mail: info@lfi-mv.de).

LEADER+ (Kontakt: Ministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten in M.-V.; Ansprechpartnerin: Frau Dr. Gabriele Hussel, Postfach 544, 19048 Schwerin; Tel.: 0385/588-6353; Fax: 0385/588-6024; E-Mail: g.hussel@lm.mvnet.de, Website: <http://www.mv-regierung.de/lm/pages/leader+.html>).

13	Leitbild-Ziel Rügen profiliert sich ganzjährig als „Insel der Erlebnisse“. Aus- und Aufbau der weiteren Freizeitstruktur erfolgen in Abstimmung mit den Bedürfnissen der Rügäner.	Umsetzungsstrategie Aus- und Aufbau der Freizeitinfrastruktur sowohl für Einheimische als auch für Gäste
Sicherung und Ausbau eines Netzes für kleine Häfen und Anleger zur touristischen und fischereilichen Nutzung		
Maßnahmenbeschreibung Auf Rügen gibt es eine Fülle von kleineren Häfen und Anlegestellen, die Ausgangspunkte und Potenziale für eine touristische und fischereiliche Nutzung darstellen, deren Inwertsetzung aber bisher aus unterschiedlichen Gründen wie z.B. Naturschutz oder Baurecht nicht erfolgen konnte. Mit der weiteren zu erwartenden Entwicklung des maritimen Tourismus ist aber eine abgestimmte und nachhaltige Innutzungnahme zu prüfen. Zwar gibt es mit dem sog. Landessportboothafenkonzept eine Zielorientierung für die größeren Standorte, diese ist jedoch nicht mehr aktuell und umfasst auch nicht die kleineren Lokalitäten. Auf die Erfahrungen des Gutachtens im Rahmen des Supportnet-Interreg IIc-Projektes "Möglichkeiten zur nachhaltigen Entwicklung der vorpommerschen Ostseeküste im Bereich des EU-Vogelschutzgebietes Greifswalder Bodden unter besonderer Berücksichtigung touristischer Nutzungen" kann zurück gegriffen werden.		
Wechselwirkungen Gerade die Vielzahl kleinerer Häfen stellt ein enormes touristisches Potenzial dar. Aber auch die fischereiliche Nutzung dieser Häfen beinhaltet nicht nur einen Rahmen wirtschaftlicher Wertschöpfung, sondern eine weitere touristische Profilierungsmöglichkeit. Immerhin verfügen die Insel-Mitbewerber vor allem in der Nordsee nicht über eine vergleichbare Ausstattung, die aber eine erhebliche imagebildende Wirkung aufweist.		
Projektträger Landkreis Rügen Amt für Wirtschaft und Kultur Ansprechpartnerin: Fr. Dr. Thom Gartenstr. 5 18528 Bergen auf Rügen		Projektpartner Gemeinden mit Häfen und Anlegern, Tourismusverband Rügen e.V. (TZR)
Kosten 20.000 EURO für die Studie		Höhe Eigenbeteiligung Im Umlageverfahren mit interessierten Gemeinden (Höhe noch unklar und abhängig von konkreten Fördermöglichkeiten des Antrages)
Fördermöglichkeiten KfW-Infrastrukturprogramm der Kreditanstalt für Wiederaufbau (KfW, Palmengartenstrasse 5-9, 60325 Frankfurt am Main, Tel.: 069/7431-0, Fax: 069/74312944, Internet: http://www.kfw.de ; Niederlassung Berlin: Charlottenstraße 33/33a, 10117 Berlin, Tel.: 030/20264-0, Fax: 030/20264-5188), es werden bis zu 50% des Fremdfinanzierungsanteils einer Investition finanziert; LEADER+ (Kontakt: Ministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten in M.-V.; Ansprechpartnerin: Frau Dr. Gabriele Hussel, Postfach 544, 19048 Schwerin; Tel.: 0385/588-6353; Fax: 0385/588-6024; E-Mail: g.hussel@lm.mvnet.de , Website: http://www.mv-regierung.de/lm/pages/leader+.html)		

14	Leitbild-Ziel Großflächige naturverträgliche Nutzungsformen können die weitere Unterschutzstellung von Landschaften durch Schutzkategorien des Naturschutzgesetzes überall dort ersetzen, wo die damit angestrebten naturschutzfachlichen Ziele auch auf diese Weise erreichbar sind. Eine Zertifizierung Rügens als Naturpark wird angestrebt.	Umsetzungsstrategie Einrichtung eines Naturparks auf Rügen vorbereiten
Einrichtung des Naturparks auf Rügen		
Maßnahmenbeschreibung Die Errichtung eines Naturparks auf Rügen ist vordergründig ein Akt der politischen Willensbildung. Er muss gewollt sein und sollte sich auf ein breites Bündnis lokaler Akteure mit konkretem Bezug zu Themen der Kulturlandschafts-Entwicklung beziehen. Diese sollten erst nach einer inhaltlichen Definition der Naturpark-Arbeit und ihrer Ziele eine Entscheidung über eine Organisationsstruktur und ggf. Satzung oder Richtlinien befinden.		
Wechselwirkungen Mit einem Naturpark können eine Fülle anstehender Naturschutz-, Landschaftspflege-, Landwirtschafts-, Besucherlenkungs-, Bildungs-, Vermarktungs- und Vertriebsaufgaben gelöst werden. Vor allem Naturparke neuerer Prägung und nach neuem Bundesrecht verstehen sich weniger als klassische Schutz-, sondern vielmehr als Instrumente einer nachhaltigen Wirtschaftsförderung.		
Projektträger Landkreis (Umweltamt) als Initiator Dr. Noack Billrothstr. 5 18528 Bergen auf Rügen		Projektpartner Landschaftsverband, Landschaftspflegeverband Südost Rügen, Nationalparkamt, Bauernverband, Natur- und Umweltverbände Insula Rugia e.V.
Kosten Gründungskosten abhängig von Struktur Personalkosten pro Jahr ca. 75.000 EURO, Sachkosten pro Jahr ca. 50.000 EURO		Höhe Eigenbeteiligung Abhängig von Organisationsstruktur
Fördermöglichkeiten Förderung von Naturparks durch das Land (institutionell); Projektförderung nach Gründung (Kontakt: Umweltministerium Mecklenburg-Vorpommern, Schlosserstraße 6-8, 19048 Schwerin, Tel.: 0385/588-0; Fax: 0385/588-8717, E-Mail: poststelle@um.mv-regierung.de , Internet: http://www.um.mv-regierung.de).		

15	Leitbild-Ziel Mit einem branchenübergreifenden Standortmarketing verleiht sich Rügen ein zukunftsfähiges Profil	Umsetzungsstrategie Rügen als Standort mit hohem Imagewert und Kooperations-Kompetenz positionieren
Dachmarke Rügen		
Maßnahmenbeschreibung <p>Die Verknüpfung und gemeinsame Vermarktung touristischer, landwirtschaftlicher und anderer Angebote der Region sind eine große Chance für die Insel zur Steigerung der Wertschöpfung und damit auch zur mittelfristigen Verbesserung der noch unbefriedigenden Arbeitsmarktsituation.</p> <p>Das im Rahmen des Regionalen Entwicklungskonzeptes (REK) für die Insel entwickelte „Leitbild für Rügen“ ist ein erster Schritt zur Entwicklung einer gemeinsamen Identität. Die Entwicklung der „Dachmarke Rügen“ mit gemeinsam getragener Corporate Identity ist eine logische Konsequenz daraus. Sie wird in der Außendarstellung der Insel und ihrer Unternehmen und Institutionen – hier insbesondere im multimedialen Bereich verbreitet. Mittels einer Internet-gestützten Regionalplattform, der Homepage www.Ruegen.de, sollen die Dachmarke und deren Produkte multimedial verbreitet und vermarktet werden.</p> <p>Das Vorhaben soll verschiedene Ansätze bündeln und das Bewusstsein um die Notwendigkeit der Vermarktung unter einem Dach fördern, ohne jedoch die inhaltliche Vielfalt der Angebote zu beschneiden.</p> <p>Die innere Identifikation mit einer Marke Rügen fördert dabei auch die Präsentation der „Marke Rügen“ den Gästen gegenüber – als wichtigste Grundlage für ein Marketing nach außen. Für die Außendarstellung und Vermarktung spielt das Internet als zukunftsgerichtetes Medium eine besondere Rolle.</p> <p>Zunächst soll mit Akteuren aus allen Wirtschafts, und Lebensbereichen der Insel Rügen eine gemeinsame Diskussionsbasis entwickelt werden. Diese versucht die sehr unterschiedlichen Sichtweisen und Interpretationen der Begriffe und Inhalte des Themas „Dachmarke“ miteinander in Einklang zu bringen.</p> <p>Dies bedeutet:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Über die Erarbeitung der Angebotsvielfalt und der vorhandenen Potenziale der Insel werden Vorschläge für die Botschaft der Insel nach innen und nach außen entwickelt (Markenphilosophie). • Gemeinsame Qualitätskriterien verschiedener Wirtschaftsbereiche werden erarbeitet und Ansätze für deren Kommunikation nach außen entwickelt. • Innovative Projekte werden entwickelt, die durch eine Bündelung verschiedener Angebotsfelder neue und für den Markt attraktive Angebote entstehen lassen. • Umsetzung von Corporate Identity, Corporate Design und Vermarktung der Produkte und Dienstleistungen über den Einsatz im multimedialen Bereich der Regionalplattform „www.Ruegen.de“. 		
Wechselwirkungen <ol style="list-style-type: none"> 1. Aufzeigen von Potenzialen durch die Erarbeitung einer Dachmarke Rügen. 2. Innovative und integrative Vorhaben steigern das Angebot von „Rügener Qualität“ und deren Nachfrage. 3. Mit dem Einsatz moderner IuK-Technologien erfolgt eine optimierte und zukunftsgerichtete Präsentation und Vermarktung. 4. Bekanntheitsgrad und Wirtschaft der Region werden nachhaltig gesteigert. 		

Projektträger Landkreis Rügen Amt für Wirtschaft und Kultur Ansprechpartner: Hr. Kammann, Hr. Dr. Theel Gartenstraße 5 18528 Bergen auf Rügen	Projektpartner Tourismusverband e.V./ TZR Kreisbauernverband Kreishandwerkschaft Werbe- und Förderverein Süd- /Südwestrügen Rügen Produkt e.V.
Kosten Derzeit BMBF-gefördert, weitere Förderung ab 2002 noch offen	Höhe Eigenbeteiligung Umsetzung der Dachmarke, kann erst später entschieden werden.
Fördermöglichkeiten Marketingplan ggf. über „Programm zur Verbesserung der Agrarstruktur und des Küstenschutzes“ (Kontakt: Ministerium für Ernährung, Landwirtschaft, Forsten und Fischerei, Paulshöher Weg 1, 19048 Schwerin, Tel.: 0385/588-0, Fax: 0385/588-6024, Internet: http://www.mv-regierung.de/lm); Modellhafte Dachmarkenumsetzung auch über DBU-Stiftung (bis 50 %) denkbar (Kontakt: Deutsche Bundesstiftung Umwelt, Postfach 1705, 49007 Osnabrück, An der Bornau 2, 49090 Osnabrück; Tel.: 0541/9633-0; Fax: 0541/9633-190; E-Mail: info@dbu.de ; Internet: http://www.dbu.de .) LEADER+, (Kontakt: Ministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten in M.-V.; Ansprechpartnerin: Frau Dr. Gabriele Hussel, Postfach 544, 19048 Schwerin; Tel.: 0385/588-6353; Fax: 0385/588-6024; E-Mail: g.hussel@lm.mvnet.de , Website: http://www.mv-regierung.de/lm/pages/leader+.html) evtl. auch –bei Zuschlag- „Regionen aktiv“ (siehe Nr. 3).	

16	Leitbild-Ziele a Die freie Jugendarbeit wird mit dem Ziel unterstützt, Rügen als besonderen zukunftsfähigen Arbeits-, Lebens- und Kulturraum zu verstehen b Gestaltungsspielräume, die Jugendliche selbstverantwortlich nutzen, werden erhalten, erweitert und neu geschaffen.	Umsetzungsstrategien 1. Unterstützung und Förderung der freien Jugendarbeit 2. Förderung der Gestaltungsspielräume für Jugendliche
Jugendsozialmanager zur Information, Beschaffung und Eigenwerbung von Fördermitteln		
Maßnahmenbeschreibung Mit der Einrichtung einer solchen Stelle soll die optimale Ausschöpfung aller Finanzierungsmöglichkeiten, die landes-, bundes- und europaweit für Jugendarbeit zur Verfügung stehen, angestrebt werden. Haupt- und ehrenamtliche Mitarbeiter im Jugendfreizeitbereich erhalten Unterstützung bei der Suche nach finanziellen Mitteln für geplante Projekte. Die teilweise Übernahme von verwaltungstechnischen Tätigkeiten, die mit dem Einwerben finanzieller Mittel verbunden sind, soll die Mitarbeiter entlasten und Ressourcen für die Verbesserung der inhaltlichen Arbeit freisetzen. Dadurch kann die Qualität der Jugendarbeit auf Rügen erhöht und das ehrenamtliche Engagement gestärkt werden. Die Eigeninitiative von Jugendlichen und jungen Erwachsenen auch außerhalb der Vereins-, und Verbandsarbeit wird gefördert, indem junge Menschen bei der Realisierung ihrer eigenen Ideen finanztechnisch beraten und begleitet werden können. Das Spektrum der Angebote im Bereich der Kinder-, und Jugendarbeit wird damit erweitert und sozial verträglicher. Inselweit werden präventive Projekte für verschiedenen Zielgruppen möglich. Neue Impulse im Bereich der Kinder- und Jugendarbeit sollen trotz geringer werdender Mittel im Kreishaushalt aufgegriffen werden können. Die kommunalen Mittel werden optimal verwendet, indem sie als Eigenanteil beim Einwerben von Drittmitteln eingesetzt werden. Der/die Inhaber/in dieser Stelle soll als Jugendsozialmanager für Jugendgruppen, Initiativen, Vereine und Einzelpersonen agieren, die Aktivitäten im Bereich der Kinder- und Jugendarbeit organisieren und durchführen wollen. Die erfolgreiche Arbeit setzt gute Kenntnisse über Träger, Gruppen und Initiativen voraus. Da der Kreisjugendring vielseitige Kontakte zu Vereinen, Verbänden, Gruppen und Initiativen hat, ist eine Anbindung der Stelle in Trägerschaft des Kreisjugendringes angedacht. Ein enger Informationskontakt sollte auch zu finanz-, jugend- und sozialpolitischen Gremien und Ämtern bestehen.		

Wechselwirkungen

Auf der Insel Rügen gibt es freie Trägerschaft der Jugendhilfe, ca. 80 Vereine und Verbände, über 40 Jugendeinrichtungen, Initiativen und Interessengruppen sowie zahlreiche lose Gruppen, die auf dem Gebiet der Kinder- und Jugendarbeit tätig sind und Aufgaben nach den Paragraphen 11-14 des KJHG erfüllen. Nur in Ausnahmefällen finanziert sich Jugendarbeit selbst, in der Regel besteht ein Zuschussbedarf. Die Haushaltssituation des Landkreises Rügen, der Städte und Gemeinden ist sehr angespannt und der Etat für den Bereich Jugendarbeit reicht bei weitem nicht aus, um allen einen bedarfsgerechten Zuschuss zu gewährleisten.

Zurecht wird von den freien Trägern der Jugendarbeit verlangt, nach alternativen Finanzierungen zu suchen und Drittmittel einzuwerben. Es gibt eine Vielzahl von Fördermöglichkeiten auf Bundes-, Landes- Europaebene, zahlreiche Fonds, Stiftungen und Sonderprogramme. Diese Finanzierungsmöglichkeiten werden im Landkreis Rügen noch nicht genügend ausgeschöpft. Dafür gibt es verschiedene Gründe.

Zumeist sind die Zugangsvoraussetzungen kompliziert, die Antragsformulare sehr umfangreich, und die Antragstellung ist mit einem hohen bürokratischen Aufwand verbunden. Sonderprogramme fordern aufgrund ihrer kurzen Laufzeit eine schnelle Reaktion der Träger. Die verschiedenen Fördermöglichkeiten sind unzureichend bekannt. Vielen haupt- und ehrenamtlichen Mitarbeitern im Jugendfreizeitbereich fehlt die nötige Kompetenz beim Umgang mit Förderrichtlinien und Antragsverfahren, bei der schriftlichen Projektbeschreibung und der Konzeptionserarbeitung. Nicht zuletzt mangelt es sowohl bei den ehrenamtlichen Mitarbeitern als auch bei den wenigen mit vielfältigen Aufgaben betrauten und oft überlasteten Hauptamtlichen an der notwendigen Zeit, sich mit diesen Fragen auseinanderzusetzen.

Dieses Defizit soll durch die Schaffung einer Arbeitsstelle zur Beratung von Vereinen und Initiativen zu Finanzierungsmöglichkeiten von Projekten ausgeglichen werden.

Projektträger

Kreisjugendring
Ansprechpartner: Fr. Scherf
Postfach 53
18541 Sassnitz

Projektpartner

Jugendhilfeplaner des Kreises,
Freie Jugendhelfeträger,
Landkreis: Hr. Sommer

Kosten

Ca. 40.000 EURO Personalkosten p.a. ,
ca. 1.500 EURO Sachkosten p.a.

Höhe Eigenbeteiligung

In Abhängigkeit von Fördermöglichkeiten

Fördermöglichkeiten

„Integration junger Menschen in das Arbeitsleben“ (zusätzlich zu Leistungen des KJfG DM 10/je Kopf zehn- bis 26 jähriger Einwohner des Kreisgebiets) durch Ministerium für Arbeit und Bau, Schwerin (Kontakt: Schloßstrasse 6-8, 19048 Schwerin, Tel.: 0385/588-0, Fax: 0385/588-3982, Internet: <http://www.am.mv-regierung.de>);

„Förderung des allgemeinen Arbeitsmarktes für Arbeitgeber“ (maximal 90 % der Lohnkosten) durch BBJServis gGmbH, Schwerin (Kontakt: BBJ Servis gGmbH für Jugendhilfe, Alt-Moabit 73, 10555 Berlin, Tel.: 030/39998-527 od. 030/39998-0, Fax: 030/39998-540, E-Mail: jugend@bbj.de, Internet: <http://www.bbj.de>);

„Verbesserung der Infrastruktur des Arbeitsmarktes“ (bis DM 40.000/Jahr für 2 Jahre, evtl. 2 Jahre Verlängerung) durch Ministerium für Arbeit und Bau, Schwerin (Kontakt: Schloßstrasse 6-8, 19048 Schwerin, Tel.: 0385/588-0, Fax: 0385/588-3982, Internet: <http://www.am.mv-regierung.de>).

17	Leitbild-Ziel Ein leistungsfähiges Angebot aller Schultypen unter besonderer Berücksichtigung der Inselstruktur bleibt erhalten und wird weiterentwickelt.	Umsetzungsstrategie Weiterentwicklung des schulischen Angebots auf Rügen
Grone Scan-Baltic – Berufsfachschule für Gesundheitsberufe		
Maßnahmenbeschreibung Das Grone Bildungszentrum hat Bedingungen geschaffen, die die gemeinsame Ausbildung deutscher Schüler mit Schülern aus Skandinavien und dem Baltikum ermöglichen. Durch die vorrangig günstige geographische und verkehrstechnische Lage der Insel Rügen sind zugleich auch die besten Voraussetzungen vorhanden, Ausbildungsmöglichkeiten in den Gesundheitsfachberufen bei der Grone-Schule in Bergen für Interessenten aus skandinavischen Ländern und dem Baltikum zu bieten. Die Grone-Schule übernimmt die Ausbildung von Schülern innerhalb der Berufsschulpflicht in den Gesundheitsfachberufen Altenpflege, Diätassistenten, Ergotherapie, Masseur- und med. Bademeister und Physiotherapie. Angestrebt wird die Bildung gemischter Klassen mit Schülern aus Skandinavien und später aus dem Baltikum (nach Beitritt der Staaten in die EU). Rügen erlangt Bedeutung auch als internationaler Schulstandort und erweckt Interesse bei jungen Skandinaviern und Balten.		
Wechselwirkungen Mit der Positionierung als internationaler Schulstandort gewinnt Rügen auch bei seinen Nachbarn ein neues Profil und Damit Attraktivität auch als Wirtschaftsstandort.		
Projektträger Grone Bildungszentrum für Gesundheits- und Sozialberufe gGmbH Ansprechpartner: Hr. Müller (Schulleiter) Calandstr. 7 18528 Bergen auf Rügen		Projektpartner Landratsamt Rügen, Ministerium für Bildung und Schulämter der beteiligten Länder, Berufsberatungen u.a. berufsberatende Ämter
Kosten 16.850 EURO je Schüler und Bildungsgang (3 Jahre) incl. Schulkosten, Investitionen, Mieten, Lehr- und Lernmaterial (zu tragen durch Herkunftsländer der Schüler) Geplante Investitionen für räumliche Erweiterungen einschließlich Ausstattung der Theorie- und Praxisräume z.B. mit Computern und einer zusätzlichen Kücheneinrichtung für Diätassistenten ca. 50.000 EURO		Höhe Eigenbeteiligung Vorhandene Schule als Ausbildungsbasis mit einem Zeitwert von 3,23 Mio. EURO, modern ausgestattete Unterrichts- und Praxisräume einschließlich Lehr und Lernmittel, möblierte Wohngemeinschaften
Fördermöglichkeiten INTERREG-Programm III-C (Ostseeregion) über EU; SOCRATES-Programm der EU über BiBB, Bonn (Kontakt: Bundesinstitut für Berufsbildung, Hermann-Ehlers-Straße 10, 53113 Bonn, Tel.: 0228/107-0, Fax: 0228/107-2977, E-Mail: zentrale@bibb.de , Internet: http://www.bibb.de)		

18	Leitbild-Ziel Ein professionelles Marketing ermöglicht eine einheitliche Vermarktung Rügens unter Berücksichtigung regionaler Besonderheiten.	Umsetzungsstrategie Vermarktung Rügens entsprechend dem Kommunikations- und Marketingkonzept für die Insel Rügen
Umsetzung des Tourismus- Marketingkonzeptes Rügen		
<p>Hintergrund dieses Projektes der AG „Umsetzung des Tourismus-Leitbildes Rügen“ bildet ein kontinuierlicher Diskussionsprozeß der Touristiker untereinander sowie mit Vertretern von Behörden, Organisationen und mit Politikern zur Zukunft des Tourismus auf Rügen, der vom Tourismusverband Rügen koordiniert wurde und als dessen Ergebnis 1999 ein Tourismus-Leitbild erarbeitet wurde.</p> <p>Ausgehend vom Tourismus-Leitbild wurden 1999 konkrete Umsetzungsprojekte vorgeschlagen, zu denen die Erarbeitung eines Marketingkonzeptes und eines Organisationsstrukturkonzeptes gehörten.</p> <p>Das Marketingkonzept wurde im Oktober 2000 vorgelegt.</p> <p>Im August 2001 wurde die im Organisationsstrukturkonzept vorgeschlagene Tourismus-Zentrale GmbH, in der der Tourismusverband Rügen Mehrheitsgesellschafter ist, gegründet. Ziel des Projektes ist, durch Umsetzung der vorgeschlagenen konkreten Kommunikations- und Marketingmaßnahmen eine Saisonverlängerung und damit höhere Wertschöpfung im Tourismus zu erreichen.</p> <p>Schwerpunktmaßnahmen sind die Kreation und Umsetzung von rügenweiten Produktpaketen mit Hauptzielrichtung auf die Auslastung der Nebensaison und deren zielgerichtete Vermarktung. Rügenspezifische Charakteristika, Landschaft und Kultur sollen verknüpft mit touristischen Aktivitäten vermittelt werden.</p> <p>Die Vermarktungsmaßnahmen sind auf konkret buchbare Angebote und Informationsvermittlung gerichtet, um die Verkaufs- und Vertriebschiene zu stärken. Begonnen werden soll mit ausgewählten Produktarrangements vorhandener Angebote unter dem Slogan „Rügen-Zeit für uns“.</p>		
Wechselwirkungen Die Tourismus-Marketingkonzeption macht die Querschnittsaufgabe des Tourismus deutlich, bei der nur unter aktiver Einbindung all dieser Bereiche und ihrer jeweiligen Akteure eine Finanzierungsgrundlage gefunden und ein Erfolg vorgezeichnet werden kann.		
Projektträger Tourismuszentrale Rügen (TZR) Ansprechpartner: Hr. Reimers Markt 4 18528 Bergen auf Rügen		Projektpartner Tourismusverband Rügen, Tourismusvereine, Tourismusunternehmen, weitere private Unternehmen, Landkreis, Kommunen, Kurverwaltungen, Kultureinrichtungen, Vereine und Organisationen Nationalparkamt
Kosten Ca. 900.000 EURO		Höhe Eigenbeteiligung In Abhängigkeit von Einzelmaßnahmen.
Fördermöglichkeiten In Abhängigkeit von konkreten, noch zu benennenden Einzelmaßnahmen.		

19	Leitbild-Ziel Ein professionelles Marketing ermöglicht eine einheitliche Vermarktung Rügens unter Berücksichtigung regionaler Besonderheiten.	Umsetzungsstrategie Vermarktung Rügens entsprechend dem Kommunikations- und Marketingkonzept für die Insel Rügen
Ausbau des Informations- und Reservierungs-Systems (IRS)		
Maßnahmenbeschreibung Seit Beginn des Jahres 2001 arbeiten die Kooperationspartner Landkreis, Tourismusverband und Sparkasse Rügen am Auf- und Ausbau der regionalen Internetplattform www.Ruegen.de . Als wichtiges und zukünftig an Bedeutung gewinnendes Instrument des Regionalmarketings soll die Plattform kontinuierlich ausgebaut und als <u>DIE</u> Internetadresse Rügens entwickelt werden. Insbesondere für den Wirtschaftszweig Tourismus, in dem bereits heute ein hoher Geschäftsanteil der Buchung über das Internet abgewickelt wird, wird die Bedeutung des Mediums zukünftig stark zunehmen. Doch auch andere Branchen und auch non-profit-Bereiche wie Bürgerinformation und Informationen aller Art sollen über die Homepage erreichbar sein. Die bestehende Plattform soll in den kommenden Monaten und Jahren kontinuierlich ausgebaut werden. Hierzu sind neue technische Lösungen und Bausteine zu entwickeln und einzusetzen und vor allem Inhalte einzustellen. Konkrete Vorhaben sind zum Beispiel der Ausbau der Wirtschaftsseiten, die Einstellung eines Veranstaltungskalenders, die Schaffung von Mehrsprachigkeit u.a..		
Wechselwirkungen Das IRS mit seinem vielfältigen Einstiegs- und Nutzungsmöglichkeiten stellt eine der Grundlagen dar, damit Rügen als attraktiver Wirtschafts-, Wohn- und Freizeitstandort wahrgenommen werden kann.		
Projektträger Kooperation Ruegen.de c/o Landkreis Rügen, Amt für Wirtschaft und Kultur Ansprechpartner: Hr. Kammann Gartenstr. 5 18528 Bergen auf Rügen		Projektpartner Kooperationspartner Tourismusverband und Sparkasse Rügen,
Kosten Mindestaufwand für 2002 ca. 117.000 EURO für Personalleistungen, weiterer techn. Ausbau, Betriebskosten usw. Optionalaufwand ca. 100.000 EURO für qualitativ hochwertigen Ausbau		Höhe Eigenbeteiligung Erlöse für 2002 noch unklar Eigenbeteiligung der Kooperationspartner für 2002 ca. 30.000 EURO
Fördermöglichkeiten Im Augenblick keine.		

20	Leitbild-Ziel Die Weiterentwicklung bzw. Optimierung von Wander-, Rad- und Reit-wegesystemen wird unabhängig von klassifizierten Straßen unterstützt	Umsetzungsstrategie Unterstützung der Weiterentwicklung durch attraktive Angebotsgestaltung und stärkere Ver-marktung (und dadurch induzierte hohe Nutzerfrequenz)
Komplettierung der Radtourenangebote		
Maßnahmenbeschreibung Mit den Radtourenangeboten sollen umweltfreundliche Angebote entwickelt werden, die zur Saisonverlängerung und damit höheren Wertschöpfung in der Region beitragen. Die Umsetzung soll im Rahmen der Umsetzung des Tourismus-Marketingkonzeptes Rügens erfolgen. Schwerpunktmaßnahmen sollen sein : <ul style="list-style-type: none">• Radtourenangebote in Verknüpfung mit den „Zeit für uns“- Angeboten• Entwicklung von Themen-Radtouren• Erarbeitung von Werbebroschüren zu Radtouren		
Wechselwirkungen Die attraktiven Radtourenangebote erweitern nicht nur die Produktpalette Rügens, sondern sie stellen auch einen Beitrag dar, um touristische Aktivitäten vom Individualverkehr auf Radverkehr umzulenken. Die an den Routen liegenden und in sie aktiv eingebundenen Betriebe profitieren unmittelbar von der Angebotskomplettierung.		
Projektträger Tourismuszentrale Rügen (TZR) Ansprechpartner: Hr. Reimers Markt 4 18528 Bergen auf Rügen		Projektpartner Radreiseveranstalter, Landkreis, Kommunen, Kurverwaltungen, Tourismusvereine, Nationalparkamt
Kosten Ca. 150.000 EURO		Höhe Eigenbeteiligung
Fördermöglichkeiten „Verbesserung der regionalen Wirtschaftsstruktur“ (je nach Fördergebietsvoraussetzung ca. 20-40%) ist zu prüfen (Kontakt: Landesförderinstitut Mecklenburg-Vorpommern, Werkstraße 213, 19061 Schwerin; Ansprechpartnerinnen: Frau Göttmann-Fürst, Tel.: 0385/6363-1393, Frau Chiari 0385/6363-1282; E-Mail: info@lfi-mv.de , Internet: http://www.lfi-mv.de); LEADER+ (Kontakt: Ministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten in M.-V.; Ansprechpartnerin: Frau Dr. Gabriele Hussel, Postfach 544, 19048 Schwerin; Tel.: 0385/588-6353; Fax: 0385/588-6024; E-Mail: g.hussel@lm.mvnet.de , Website: http://www.mv-regierung.de/lm/pages/leader+.html).		

21	Leitbild-Ziel Der Tourismus ist für die Insel der bedeutendste Wirtschaftsfaktor, dem deswegen auf Rügen ein hoher Stellenwert eingeräumt wird.	Umsetzungsstrategie Sicherung des Wirtschaftsfaktors Tourismus
Mitarbeiterfreundliche Hotellerie und Gastronomie		
<p>Hintergrund dieses Projektes der AG „Umsetzung des Tourismus-Leitbildes Rügen“ ist die Situation auf dem Arbeitsmarkt in der Tourismuswirtschaft und die sich daraus ergebenden Auswirkungen auf den Service im Bereich des Gastgewerbes.</p> <p>Initiiert auf einem arbeitsmarktpolitischen Forum von Vertretern der Tourismusbranche sowie des Arbeitsamtes, der Gewerkschaften und von Behörden des Landkreises entstand die Forderung, die Arbeits- und Rahmenbedingungen der in der Tourismusbranche Beschäftigten stärker unter die Lupe zu nehmen, um mögliche regionalspezifische Ursachen solcher auftretender Probleme wie hohe Fluktuation und Facharbeitermangel zu ermitteln und in Kooperation mit den Unternehmen, zuständigen Verbänden und Behörden Lösungen zu finden.</p> <p>Projektziel besteht somit in der Schaffung einer Kooperationspartnerschaft zur Beseitigung regionalspezifischer Ursachen von Arbeitskräftemangel sowie Arbeitsunzufriedenheit im Gastgewerbe.</p> <p>Zufriedene Beschäftigte in Hotels und Gaststätten sind zufriedene Gastgeber und strahlen damit auch Gastfreundschaft aus.</p> <p>In Foren sollen die Vertreter der unterschiedlichen Interessengruppen ihre Probleme darlegen können und Vorschläge zu ihrer Lösung beraten werden.</p> <p>Im Ergebnis der Foren soll ein Katalog für gastgewerbliche Unternehmen vorgelegt werden, der notwendige Kriterien aufzeigen könnte für mitarbeiterfreundliche Unternehmen.</p>		
Wechselwirkungen Da nur eine mitarbeiterfreundliche Hotellerie und Gastronomie der einheimischen Bevölkerung auch zukunftsfähige Arbeitsplätze bieten kann, zur Pendlerreduktion beiträgt und damit letztlich auch die Steuerkraft auf der Insel fördert, erfüllt dieses Projekt einen multifunktionalen Ansatz.		
Projektträger Landkreis/DEHOGA Ansprechpartner: Fr. Dr. Thom Landkreis Rügen, Amt für Wirtschaft und Kultur Gartenstr. 5 18528 Bergen auf Rügen Es sollte ein Unternehmen mit der Umsetzung dieses Projektes beauftragt werden		Projektpartner Bundesanstalt für Arbeit, Arbeitsamt Bergen; DGB, Büro Stralsund; Gewerkschaft NGG Rostock; Tourismusunternehmen, Tourismusverband Rügen e.V.
Kosten Die Durchführung der Foren sind noch kostenneutral, die Umsetzung könnte ggf. kostenrelevant werden.		Höhe Eigenbeteiligung Entfällt augenblicklich
Fördermöglichkeiten Noch nicht erforderlich.		

22	Leitbild-Ziel Betrifft alle Leitbild-Ziele.	Umsetzungsstrategie Betrifft alle Umsetzungsstrategien.																		
Bildung einer Lokalen Aktionsgruppe für das Förderprogramm LEADER+																				
<p>Im Rahmen der Umsetzung des Leitbildes für Rügen wurde eine Arbeitsgruppe LEADER+ eingerichtet. Diese hatte zum Ziel, die Strukturen für die europäische Gemeinschaftsinitiative LEADER+ auf Rügen vorzubereiten. Keine andere Arbeitsgruppe des REK fand so regen Zuspruch, in keiner anderen Gruppe wurden so intensiv auch kontroverse Meinungen ausgetauscht.</p> <p>Dieses Förderprogramm widmet sich schwerpunktmäßig der Entwicklung des ländlichen Raumes. Bereits durch die Vorgängerinitiative LEADER II wurden zahlreiche Projekte auf Rügen gefordert. In der nun anstehenden Förderperiode wurden gegenüber LEADER II einige Modifizierungen vorgenommen: so werden künftig eher konzeptionelle als investive Maßnahmen gefördert und so wird von der EU bei der Koordination des Programms eine stärkere Beteiligung von lokalen Akteuren nach dem „bottom up“-Ansatz gefordert. Bereits die breite Diskussion der künftigen Vorgehensweise auf Rügen durch anerkannte Akteure aller Bereiche aus Wirtschaft und Gesellschaft entspricht diesem geforderten Ansatz. Für die Umsetzung des REK in den kommenden Jahren bietet die Gemeinschaftsinitiative LEADER+ eine große Chance. Um entsprechende Beschlüsse des Kreistages vorzubereiten, beschäftigte sich die AG LEADER+ mit den künftigen Organisationsstrukturen. Mit dem nach langen Diskussionen einvernehmlich gefundenen Konsens über die Zusammensetzung einer von der EU geforderten Lokalen Aktionsgruppe (LAG), die als Gremium über die Beantragung von Projekten entscheiden wird, wird eine wesentliche Voraussetzung für eine zügige Beantragung Rügens als LEADER-Region erfüllt. Die LAG hat demnach folgende Zusammensetzung.</p> <table><tr><td>1. Kreisbauernverband</td><td>10. Jugend</td></tr><tr><td>2. Rügenprodukt e.V.</td><td>11. Kirchen</td></tr><tr><td>3. Tourismusverband</td><td>12. NLP-Ämter</td></tr><tr><td>4. Kreishandwerkerschaft</td><td>13. Naturschutzverbände</td></tr><tr><td>5. Landkreisverwaltung</td><td>14. RPNV</td></tr><tr><td>6. Sparkasse</td><td>15. Forstwirtschaft</td></tr><tr><td>7. Regionalvereine</td><td>16. Kunst & Kultur</td></tr><tr><td>8. Arbeitsamt</td><td>17. Städte- und Gemeindetag</td></tr><tr><td>9. Soziales / Sport</td><td></td></tr></table>			1. Kreisbauernverband	10. Jugend	2. Rügenprodukt e.V.	11. Kirchen	3. Tourismusverband	12. NLP-Ämter	4. Kreishandwerkerschaft	13. Naturschutzverbände	5. Landkreisverwaltung	14. RPNV	6. Sparkasse	15. Forstwirtschaft	7. Regionalvereine	16. Kunst & Kultur	8. Arbeitsamt	17. Städte- und Gemeindetag	9. Soziales / Sport	
1. Kreisbauernverband	10. Jugend																			
2. Rügenprodukt e.V.	11. Kirchen																			
3. Tourismusverband	12. NLP-Ämter																			
4. Kreishandwerkerschaft	13. Naturschutzverbände																			
5. Landkreisverwaltung	14. RPNV																			
6. Sparkasse	15. Forstwirtschaft																			
7. Regionalvereine	16. Kunst & Kultur																			
8. Arbeitsamt	17. Städte- und Gemeindetag																			
9. Soziales / Sport																				
Wechselwirkungen Das gesamte Programm LEADER+ ist auf das Ausschöpfen von Synergie-Effekten im ländlichen Raum gerichtet. Durch die interdisziplinäre Zusammensetzung des Gremiums LAG werden auch in der Begleitung und Beurteilung einzureichender Projekte erwünschte Wechselwirkungen befördert.																				

<p>Projektträger Bis zur endgültigen Klärung der Trägerschaft des Programms auf der Insel ist die Kreisverwaltung als neutrale Institution zuständig für die vor einer Antragstellung einzuleitenden Maßnahmen. Landkreis Rügen, Amt für Wirtschaft und Kultur Ansprechpartner: Hr. Kammann, Hr. Dr. Theel Gartenstr. 5 18528 Bergen auf Rügen</p>	<p>Projektpartner Die LAG wird nach ihrer Gründung intensiv in Entscheidungsprozesse einbezogen</p>
<p>Kosten Für Rügen stehen in der Förderperiode bis 2006 voraussichtlich 2,3 Mio. EURO aus EU-Mitteln bereit (75%-Förderung).</p>	<p>Höhe Eigenbeteiligung Einen Eigenanteil von 12,5% finanziert das Land, der Landkreis müsste sich mit ebenfalls 12,5% an der Finanzierung beteiligen. Partnerschaftliche Formen der Kofinanzierung in der Region sind möglich. Bei den zu beantragenden Projekten differiert der Eigenanteil je nach Art (nicht-investiv: Förderung bis zu 100%, je nach Gemeinnützigkeit des Trägers; investiv: Eigenanteil i.d.R. zwischen 60% bei privaten Unternehmen und 10% bei Gemeinden, gemeinnützigen Verbänden/Vereinen).</p>
<p>Fördermöglichkeiten Evtl. Kofinanzierungen.</p>	

6.2 Weitere Projekte der Arbeitsgruppen

Neben den in Kapitel 6.1 beschriebenen Leitprojekten werden nachfolgend auch die Projekte vorgestellt, die von den Arbeitsgruppen selbst auch als prioritär eingestuft wurden. Einige Arbeitsgruppen konzentrierten sich in ihrer Priorisierung lediglich auf ein Projekt, z.B. weil dessen Realisierung zahlreiche weitere Projekte nach sich ziehen würde (Bsp.: Naturpark Rügen in der AG Naturpotenziale). Als Ranking ist die Summe der Punkte angegeben, die von den Forums-Teilnehmern vergeben wurden.

6.2.1 Arbeitsgruppe Landwirtschaft / Öffentlichkeitsarbeit

Projekttitel	Zusatzinformation	Hauptverantwortlich	Partner	Ranking
Institutionalisierung eines Dialogs „Landwirtschaft und Tourismus auf Rügen“	Einmal jährliches Treffen mit dem Ziel, gemeinsame Zukunftsperspektiven zu diskutieren (öffentlichkeitswirksames Forum, Auslobung eines Innovationspreises)	Kreisbauernverband (Lothar Püschel)	Tourismusverband Rügen e.V.	13

6.2.2 Arbeitsgruppe Landwirtschaft / Vermarktung

Projekttitel	Zusatzinformation	Hauptverantwortlich	Partner	Ranking
Fleischverarbeitung mit vertraglicher Bindung an landwirtschaftliche Erzeuger		Herr Meckes	evtl. Rügen Produkte e.V.	1
Ausbau „Ummanner Landweg“ als landtouristisches Produkt	Landpartie, Fischerfahrt, Kutschpartie, Kinderfeste, Land-Hochzeit etc.	Frau Müller, Bauer Lange GbR	Holger Kliewe, Kliewe Geflügelhof	0
Biomarkt Rügen		Frieder Rock Unternehmensberatung	evtl. Hofgut Bisdamitz und andere Bio-Betriebe	0
Fischmanufaktur Rügen	Schaumanufaktur	Frieder Rock Unternehmensberatung		1

6.2.3 Arbeitsgruppe Verkehr

Projekttitel	Zusatzinformation	Hauptverantwortlich	Partner	Ranking
Organisation von Güter-Sammelverkehren / Gründung einer Logistik-Umschlag-Gesellschaft / elektronisch gestütztes Gütertransportsystem	Evtl in Verbindung mit Leitprojekt Nr.4 (Rügen Markthalle)	Privatunternehmen		12
Anrufbus- uns Anruf-Sammeltaxi-Systeme v.a. im ländlichen Raum und Systeme zum kostengünstigen Schülerverkehr	Förderantrag läuft z.Zt., Eigenfinanzierung noch nicht gesichert	Landkreis (Herr Langkammer), RPNV (Herr Däumler)	Taxiunternehmen	3
Weiterer Ausbau von Häfen und Anlegestellen auf Grundlage des Sportboothafenkonzeptes und des Nahverkehrsplans	s. auch AG Ländliche Räume (Leitprojekt Nr.13)	Landkreis (Frau Dr. Thom)	Kommunen, Regierungsbeauftragte, touristische Unternehmen	3
Gutachten zur alternativen Trassenführung und Beschleunigungsmaßnahmen vorantreiben, Aktion „freiwillig rechts ran“ prüfen und teilregionale Straßenentlastungen / Einbahnregelungen, z.B: Wittow und Mönchgut		Landkreis (Herr Langkammer)		3

6.2.4 Arbeitsgruppe Nahversorgung

Projekttitel	Zusatzinformation	Hauptverantwortlich	Partner	Ranking
Arbeitsgemeinschaft der Rügener Gewerbevereine	Bündelung der Gewerbevereinsaktivitäten auf der Kreisebene	Gewerbeverein Bergen (Bernd Rüpprich)	Gewerbevereine Sassnitz, Binz, Putbus	5

6.2.5 Arbeitsgruppe Kultur

Projekttitel	Zusatzinformation	Hauptverantwortlich	Partner	Ranking
Planung und Aufbau einer Kunsthalle Rügen		Kulturstiftung Rügen		1

6.2.6 Arbeitsgruppe Ver- und Entsorgung

Projekttitel	Zusatzinformation	Hauptverantwortlich	Partner	Ranking
Installation einer 1 MW-PV-Freiflächenanlage	Als Demonstrationsobjekt	Fa. Ecotec (Herr Klapheck)	Landratsamt, SIMV e-dis, Energie Nord	1
Schaffung einer Stelle „Energie“ in der Kreisverwaltung	Bislang erscheint „Energie“ nicht einmal im Stichwortverzeichnis. Ziel ist bessere Information und optimierte Mitarbeit im Projekt der „B7 – Ostseeinseln“	Landkreis (Umweltamt)	Versorgungsunternehmen (z.B. e-dis, EWE u.a.)	1
Bildung bzw. Wiederbelebung einer AG Anwendungszentrum Erneuerbare Energien (AEE)	Idee aus Umsetzungs-konzept Modellregion Rügen	Landkreis (Kreisplanung)	FH Stralsund Energieunternehmen	3
„Energie-Tour“ entwickeln	Informative Route zu ressourcenschonenden Energieversorgungsbeispielen auf Rügen	Solarinitiative M.-V. e.V.: Herr Machacek	Landkreis (Amt 80), Kommunen, Tourismusverband, Energieversorger, Einzelunternehmen	6
Dezentrale Abwasserbehandlung		Landkreis: Umweltamt		2

6.2.7 Arbeitsgruppe Ländliche Räume

Projekttitel	Zusatzinformation	Hauptverantwortlich	Partner	Ranking
Dokumentation ländlicher Bau- und Landschaftskultur	In Verbindung mit der Innutzungsnahme leerstehender Bausubstanz	Landkreis (Amt 80, Frau Darms)	Insula Rugia e. V. (Frau Dr. Berger) Landkreis (Amt 61)	8
Konzeption und Umsetzung eines Reitwegenetzes auf Rügen	Umsetzungspilotprojekt Ämter Südwest Rügen und Garz (inkl. Entwicklung und Förderung von Reitinfrastuktur und -angeboten)	Herr Hübner, Herr Burmeister	Reiterhöfe, Gemeinden, Kreisverband (Herr Krimling), Herr ter Smitten	4
Fortführung und Ausbau des Denkmalleitsystems des Landkreises	Dazu gehören auch die Herstellung von Infomaterial und die Darstellung im Internet POMERANIA-Projekt (Realisierung 2002)	Landkreis (Amt für Wirtschaft und Kultur, Frau Dr. Thom)		4

6.2.8 Arbeitsgruppe Bildung

Projekttitel	Zusatzinformation	Hauptverantwortlich	Partner	Ranking
Europaschule Ernst-Moritz-Arndt-Gymnasium Bergen	Seit 2001 im Bewerbungsverfahren, Projekte ergeben sich aus dem neuen Status der Schule	Ernst-Moritz-Arndt-Gymnasium Bergen	Landkreis Rügen (Frau Krah)l)	nicht bewertet
Baltisches Bildungszentrum Berufliche Schule Sassnitz	Öffnung und Ausbau der Beruflichen Schule Sassnitz für das skandinavische und baltische Ausland	Berufliche Schule Sassnitz		nicht bewertet

6.2.9 Arbeitsgruppe Tourismus

Projekttitel	Zusatzinformation	Hauptverantwortlich	Partner	Ranking
Rügenspezifische Weiterentwicklung, bzw. Spezifizierung von Viabono	Die Umweltdachmarke Viabono wird im Mai 2002 als entwickeltes Projekt vorgestellt. Sie ist umfassend angelegt, bedarf aber ggf. regionspezifischer Ergänzungen.	Landkreis Rügen: Frau Dr. Thom	Nationalparkamt, Umweltverbände	3
Durchführung von Projektwochen / Schulwettbewerb "Tourismus auf Rügen im Jahr 2010"	Schüler sollen die Bedeutung des Wirtschaftsfaktors und des Arbeitsplatzangebots Tourismus kennenlernen.	Reichel & Partner/ E. M .Arndt-Gymnasium (Bergen)	Tourismusverband	5

Projekttitel	Zusatzinformation	Hauptverantwortlich	Partner	Ranking
Touristiker in Schulen	Praktiker des Tourismus stellen sich zur Verfügung, um bei Schulabgängern für den Arbeitsplatz-Standort Rügen zu werben.	Tourismusverband (Herr Reimers)	DEHOGA, Schulen Landkreis (Frau Dr. Thom)	1
Aufbau bzw. Weiterentwicklung von Schulpatenschaften	Touristische Unternehmen bieten sich als Paten von Schulklassen an, um das Verständnis für Tourismus als Arbeitsplatz und Wirtschaftsfaktor zu erhöhen.	Christl. Jugenddorf Garz (CJD) Frau Bezold	DEHOGA Rügen	0
Aufbau einer Informationsdatenbank	Informationen über tour. Bildungsträger, Tourismusprojekte sowie Netzwerke und Mitglieder	Tourismusverband (Herr Reimers)	DEHOGA, Bildungsträger, Tourismusvereine, Kurverwaltungen	2
Erweiterung des Angebots von Kneipp-Anwendungen		Kneipp-Verein Rügen Herr Clemens (Göhren)	Tourismusverband	0
Organisation und Durchführung eines Triathlon "Iron Brathering"	Kajak, Radfahren, Laufen als Event für die Zwischensaison	Herr Elgeti	Tourismusverband	3
Qualitätssoffensive zur Umsetzung bzw. Evaluierung der Klassifizierungen und der geplanten Umweltdachmarke Viabono	Qualitätszirkel	Tourismusverband Herr Dr. Gelsborn)	DEHOGA, Umweltverbände	3
Fertigstellung des Kreidemuseums		Förderverein "Nationalpark Jasmund"	Kreidewerke	7

7 Öffentlichkeitsarbeit/ Presse, RÜGANA

Der Prozess einer Entwicklung von Leitbild und darauf aufbauendem Regionalen Entwicklungskonzept (REK) ist in einer ganz besonderen Weise von der Transparenz gegenüber der Öffentlichkeit und von seinem Charakter geprägt, dabei niemanden auszugrenzen. Das hohe Maß an Akzeptanz in der Bevölkerung, das ein zukunftsprägendes Leitbild entfalten muss, spiegelt sich meistens auch in der Motivation wider, den begonnenen Entwicklungsprozess weiter konstruktiv zu begleiten.

Um diese Zielsetzungen zu erreichen, die ja auch sehr viel mit der gewünschten Identität der Rügauer zu tun haben, war bei der Entwicklung des REK die Einbindung der breiten Öffentlichkeit ein wichtiger Baustein. Zwar ist es zunächst nicht umfassend gelungen, über die Forumsmitglieder auch weitere Personen aktiv aus deren beruflichem oder gesellschaftlichem Umfeld mit einzubinden. Mit der Einrichtung von Arbeitsgruppen und der Notwendigkeit zur Aktivierung weiterer Personen war dies aber erforderlich und ist in Teilbereichen gelungen.

Hohen Anteil an der Mobilisierung der Öffentlichkeit hatten aber die Vertreter der Medien auf Rügen. Sowohl „Rügauer“ wie „Ostseezeitung“ haben das Projekt wohlwollend und ausdauernd begleitet. Dabei waren auch die Versuche hilfreich, durch konstruktiv-kritische Kommentierungen Stimmungen auf den Punkt zu bringen oder Widersprüche herauszufordern.

Auch die Messe RÜGANA stellt eine solche Plattform dar, die vor allem jetzt – wo das REK vorliegt und umgesetzt werden muss – den interessierten Bürgern/innen Gelegenheit zum Dialog bieten kann. Vor allem die Umsetzung des REK lebt davon, dass die dort definierten Projekte und Maßnahmen, die bereits auf einem breiten Konsens beruhen, von engagierten Personen oder Personengruppen aufgegriffen werden.

Und nicht zuletzt sind auch die Unternehmen auf Rügen gefordert, ihre Unternehmens-Leitbilder ggf. zu modifizieren oder auf der Basis des Regional-Leitbildes Rügen überhaupt ein eigenes Leitbild bzw. eine schriftlich fixierte Unternehmensphilosophie zu entwickeln.

Denn schließlich beruht auch die Idee eine Dachmarke Rügen, wie sie im REK formuliert ist, auf der Identifizierung der Unternehmen mit dem Leitbild ihrer Region. Von daher leiten sich eine ganze Reihe von Gründen ab, warum auch weiterhin die Themen Leitbild, Regionales Entwicklungskonzept oder Dachmarke zu einer kontinuierlichen, umfassenden und offensiven Öffentlichkeitsarbeit genutzt werden sollten.

Schlusswort

REK – wie geht's weiter?

Mit dem Regionalen Entwicklungskonzept Rügen liegt nun ein Orientierungsrahmen für die weitere Entwicklung der Insel vor, an dem zahlreiche Akteure mitgewirkt haben. Kommunikation und Eigenengagement können als Erfolgsfaktoren in diesem Prozess gelten. Bereits jetzt lässt sich feststellen, dass das gemeinsame Arbeiten Dialoge befördert hat, die vorher aus unterschiedlichsten Gründen durch Konfrontationen gehemmt waren. Verständnis für die Zwänge und Notwendigkeiten des jeweils Anderen ist Voraussetzung und Wirkung eines Regionalen Entwicklungskonzeptes.

Häufig limitierender Faktor für die Umsetzung von Maßnahmen ist deren Finanzierung. Diese kann oft nur mit Hilfe von Förderungen bewerkstelligt werden. Und auch hier ist mit dem REK eine wesentliche Voraussetzung geschaffen worden. Zunehmend wird bei der Inanspruchnahme von europäischen oder nationalen Förderprogrammen die Einbindung der zu fördernden Projekte in einen gesamtregionalen Rahmen gefordert. Dieser Anforderung kommt Rügen mit dem vorliegenden REK nun nach.

Entscheidend wird sein, wie Rügen mit den vorhandenen und hier fixierten Zielen weiterhin umgehen wird. Die Arbeiten am REK halten also nicht an diesem Punkt inne, sondern werden kontinuierlich fortgeführt. Das REK entfaltet seine Wirkung nicht spontan, sondern konstant über einen längeren Zeitraum. Dafür ist es notwendig,

1. die zur Verfügung stehenden Finanzierungsmöglichkeiten auf EU-, Bundes- und Landesebene zu erkennen und zu nutzen: Dies geschieht derzeit z.B. mit der Teilnahme an den Wettbewerben zur EU-Gemeinschaftsinitiative LEADER+ und dem bundesweiten Wettbewerb des BMVEL Regionen aktiv oder den vorbereitenden Schritten zu einer „Dachmarke Rügen“ (Leitprojekt des REK) innerhalb des BMBF-Programmes „Interregionale Allianzen“.
2. Fortsetzung des Eigenengagements und Pflege der Kommunikation: Die begonnene Netzwerkarbeit muss im Sinne des REK weitergeführt werden, um Synergieeffekte nutzen zu können und um Parallelentwicklungen zu vermeiden. Dies kann institutionalisiert oder auch informell erfolgen. Die Gründungen der Lokalen Aktionsgruppe LEADER+ oder der Regionalen Partnerschaft Regionen aktiv sind bereits jetzt Beispiele für den Willen zur Kooperation.
3. Konstante Evaluierung: Dafür sollte der bislang zeitweilige Ausschuss des Kreistages seine Arbeit fortsetzen, um in regelmäßigen Evaluierungstreffen mit den Projekt- und Prozessverantwortlichen eventuell auftretende Umsetzungsschwierigkeiten definieren und nach Lösungsmöglichkeiten suchen zu können. Die parallel laufende wissenschaftliche Evaluierung des REK durch ein

Forschungsvorhaben an der Humboldt-Universität zu Berlin kann bei der selbstkritischen Überprüfung des bisher Erreichten eine wertvolle Hilfe sein.

4. Konsequente Weiterentwicklung des REK: Für eine regelmäßige Fortschreibung bieten sich z.B. jährliche Treffen des REK-Forums an, das bereits die Entwicklung des Leitbildes für Rügen erfolgreich abgeschlossen hat. Um die Signalwirkung des REK auch zukünftigen, leitbildkonformen Vorhaben zu ermöglichen, sollte in regelmäßigen Abständen über die Neuaufnahme von Projekten beraten werden.

Vor allem aber müssen der Schwung, der viele gesellschaftliche und wirtschaftliche Bereiche mit der Erarbeitung des Regionalen Entwicklungskonzeptes erfasst hat, und das Eigenengagement der beteiligten Bürger aufrecht erhalten und befördert werden. Der spürbare Rückenwind, den die Entwicklung Deutschlands größter und schönster Insel durch das gemeinsame Arbeiten am REK erfahren hat, lässt aber bereits jetzt ein positives Gesamturteil fällen.