

***Natürlich Rügen, DIE INSEL zu Land und zu Wasser erleben
„Bewertung der bisherigen Zielgruppenansprache im Marketing
der Tourismusregion Rügen im Hinblick auf Aktiv –und
Naturtourismus“***

animare projektmanagement tourismus

Inh. Romy Sommer

Rosa-Luxemburg-Straße 14

18055 Rostock

Tel: 0381 440 4949

Fax: 0381 440 4949

e-mail: info@animare.net

28. Januar 2009



Inhaltsverzeichnis

1	Zielgruppen des Naturtourismus auf Rügen	3
1.1	Anforderungen- Wandern	4
1.2	Anforderungen- Radfahren	4
1.3	Anforderungen- Reiten.....	4
1.4	Anforderungen- Wasserwandern	4
2	Informationsbeschaffung	5
3	Bewertung der Ansprache der Zielgruppen	6
3.1	Analyse und Bewertung Internetauftritt der TZR	6
3.1.1	Aufmerksamkeit	7
3.1.1.1	Zusammenfassung.....	8
3.1.1.2	Vorschläge	9
3.1.2	Interesse	9
3.1.2.1	Zusammenfassung – allgemeiner Eindruck.....	10
3.1.2.2	Vorschläge:	11
3.1.3	Wunscherzeugung.....	11
3.1.3.1	Zusammenfassung – allgemeiner Eindruck.....	12
3.1.3.2	Vorschläge	13
3.1.4	Aktion	13
3.1.4.1	Allgemeiner Eindruck - Zusammenfassung	14
3.1.4.2	Vorschläge	14
3.2	Einbindung der Insel Rügen in das Marketing des Landes Mecklenburg-Vorpommern	15
3.2.1	Die Online-Darstellung.....	15
3.2.2	Die Darstellung in den Printmedien des Landesverbandes	17
3.3	Analyse und Bewertung Printmedien.....	17
3.3.1	Angeforderte Printmedien.....	17
3.3.2	Reiten.....	18
3.3.2.1	Gesamtfazit und Vorschläge:.....	19
3.3.3	Wandern	20
3.3.3.1	Gesamtfazit und Vorschläge	20
3.3.4	Radfahren	21
3.3.4.1	Gesamtfazit und Vorschläge:.....	23
3.3.5	Wasserwandern	23
3.3.5.1	Gesamtfazit und Vorschläge:.....	23
3.3.6	Weitere Werbemittel	24
3.4	Bezug zum überarbeiteten Wegenetz	24

1. Zielgruppen des Naturtourismus auf Rügen

Die relevanten Zielgruppen wurden bereits in der Zielgruppenanalyse vorgestellt und charakterisiert. Im Folgenden werden nur kurz die Anforderungen der jeweiligen Zielgruppen zusammengefasst und wiederholt, auf welche ein zielgerichtetes Marketing eingehen sollte.

Dabei ist zu beachten, dass sich die Anforderungen von erfahrenen und vergleichsweise unerfahrenen „Naturtouristen“ erheblich voneinander unterscheiden können. Als unerfahrene Naturtouristen können Erholungsurlauber gelten, welche eine Aktivität oder eine Sportart ausprobieren wollen. Erfahrenen Touristen haben den Sport oder die Aktivität bereits mehrfach ausgeübt und haben ein entsprechend höhere Erwartungshaltung oder der Sport/ die Aktivität stellt den Hauptinhalt des Urlaubs dar. Dementsprechend werden gezielt Regionen ausgewählt, in denen Sport oder Aktivität befriedigend ausgeübt werden können.

Informationsangebote, die für Anfänger ausreichend bis attraktiv sind, können daher für erfahrene Natursportler durchaus unattraktiv, weil nicht ausreichend sein. Im Zweifelsfall sollte daher immer ein höherer Informationsgrad angeboten werden.

Nachfolgend wird in Tabelle 1 ein kurzes Übersichtsprofil Rügens in Bezug auf den Naturtourismus verdeutlicht.

Tabelle 1: Überblick des Rügen- Profils in Bezug auf Naturtourismus

Einzigartige Eigenschaften	Insellage + Platz,
Regionale Identität	Größte deutsche Insel, Meer
Spezifisches Tourismusprofil	Meer, Entspannung, Wellness- Wohlfühlen
Rolle des Naturtourismus innerhalb des Profils	z.Zt. eher als Ergänzung, weniger als eigenständiges vollwertiges Segment
Natürliche Voraussetzungen für Naturtourismus	Geringe Einwohnerdichte, abwechslungsreich strukturierte Landschaft, sandiger Untergrund
Mögliche Begrenzungen für Naturtourismus	Insel = begrenzter Platz, Besucherdichte in der Hochsaison begrenzt Ruhefaktor
Größtes Potenzial	Qualitativ hochwertiger Erholungs- und Aktivtourismus
Wichtigste Zielgruppen	Radfahren, Wandern, Reiten, (Kanu + Kajak), siehe Datenauswertung TMV

1.1 Anforderungen- Wandern

- **Tourengestaltung** : Informationen zum Strecken(Natur)Erlebnis, Etappenlänge, Abwechslungsreichtum, individuelle Änderungsmöglichkeiten
- **Tourenziele:** natürliche (und kulturelle) Höhepunkte, unter Umständen: Lehrpfade, Aussichtstürme, Museen
- **Wanderleitsystem:** Informationen über Wegweiser, Wandermarkierungen, Wanderkarten, topografische Karten
- **Wegbeschaffenheit:** naturbelassen bis asphaltiert
- **Qualitätskriterien und Zertifizierung:** relevante Informationen, z.B: „wanderbares Deutschland“
- **Unterkünfte:** Abstände, Ausstattungen, Qualität
- Schnittpunkte / Übergänge zum Gesundheitstourismus in den Bereichen Nordic Walking, Laufen,, klimatische Terrrainkur

1.2 Anforderungen- Radfahren

- Qualitätsgewöhnte/verwöhnte Touristen, überdurchschnittliche Tagesausgaben
- **Tourengestaltung/ Linienführung:** umwegarm und plausibel, Führung möglichst auf straßenunabhängigen Wegen (siehe Nationaler Radverkehrsplan)
- **Wegequalität:** i.d.R. Asphaltdecke oder ungebrochene Oberflächen (Empfehlungen für Radverkehrsanlagen ERA 95, Sicherheitsstandards
- **Tourengestaltung und Tourenziele:** transparente online Gestaltung, regelmäßige radfahrerfreundliche Gastronomie und Beherbergung, keine/ kaum Nutzungskonflikte
- **Qualitätskriterien:** ADFC


1.3 Anforderungen- Reiten

- **Segmente:** Anfänger/Wiedereinsteiger- Professionelle, Anlagen- oder Landschaftsreiter, Wanderreiter, Training/ Turnier- Freizeit- Gesundheitsorientiert
- Sehr heterogene Kundenstruktur, i.d.R. gut verdienend, „doppelter Qualitätstourismus“
- **Wegesystem:** steinlose Sandwege oder feste Grasnarbe, Begrenzte Kombinierbarkeit der Wegenutzung mit anderen Natururlaubern, keine Nutzung öffentlicher Wege möglich
- **Tourengestaltung:** Tagestouren zwischen 25-50km, regelmäßige Versorgungsgewährleistung der Pferde mit Tränken, „Pferdefreundliche“ Gastronomie und Ausflugsziele, Naturerlebnis
- **Leitsystem:** einheitliche, durchgängige Beschilderung (vgl. Rad+ Wandern), Hinweise auf reiterfreundliche Infrastruktur, Verzeichnisse von Dienstleistern, Ärzten zumindest an den Übernachtungsmöglichkeiten
- **Qualitätskriterien/ Zertifizierungen:** allg. Anforderungen an Wege und Leitsysteme, Unterkünfte DTV ,DLG; Orientierung an Qualitätsinitiativen (Reiten in Sachsen, Eifel zu Pferd)

1.4 Anforderungen- Wasserwandern

Wasserwandern wird in dieser Untersuchung nur als Nutzung von Kanu und Kajak verstanden.

- Unterscheidung in Vereins und Nichtvereinsfahrer

- 
- **Tourengestaltung:** Kanu 20-25 km / Tag, Eintages- bis Vierertages-Touren, nur Vereinsfahrer sind länger unterwegs, keine Kombination mit Motorbooten, Landschaftserlebnis und Ruhe
 - **Streckenverlauf:** naturschutzgerechtes Verhalten auf und am Wasser, wassertouristische Infrastruktur, touristische Sehenswürdigkeiten
 - **Leitsystem:** Wassergerecht, d.h. Ein- und Ausstiegsstellen, angepasste Rastplätze, Umtragstellen

2 Informationsbeschaffung

Die klassischen Hauptwege der Informationsbeschaffung über das Urlaubsziel sind das Internet, Katalog, Broschüren und Auskünfte der verschiedenen Ebenen von Touristinformationen und die persönliche, weitergegeben Erfahrung. Letztgenannte ließ sich im Rahmen dieser Untersuchung nicht prüfen und bewerten.

Erster Anlaufpunkt der Informationsbeschaffung über das Internet ist die Domain www.ruegen.de, die den Anspruch verfolgt, die zentrale touristische Informations- und Marketingplattform für die Insel zu sein. Pächter und Betreiber der Domain ist die „Tourismuszentrale Rügen, Gesellschaft für Marketing und Öffentlichkeitsarbeit mbH“; der Inhaber ist der Landkreis Rügen.

Ein **überregionaler** Kooperationspartner ist der Tourismusverband MV. Auf der offiziellen Homepage www.auf-nach-mv.de wird das Segment Radfahren unter der Rubrik „Auf dem Rad“ und die Segmente Wandern und Reiten unter den Rubriken „ErlebnisReich Natur“, bzw. „In der Natur/ Camping“ geführt und beworben.

Ergänzend zu den Informationen, die auf den Internetseiten von ruegen.de angeboten werden, ist eine Reihe von Printmedien erhältlich, welche ergänzende oder weiterführende Informationen u.a. zu den für Naturtourismus relevanten Themen anbieten. Hierfür wurden folgende Anlaufstellen identifiziert und kontaktiert.

- Rügen auf einen Klick (Ralswiek)
- Rügen ABC (Binz)
- Touristservice Sassnitz
- Informationsamt Breege

Im Segment Naturtourismus existieren mit den vorhandenen Großschutzgebieten einige wichtige regionale Kooperationspartner, die zum Teil auch Marketingfunktionen übernehmen. Hervorzuheben ist an dieser Stelle, dass die Bezeichnung als Großschutzgebiet als Gütesiegel verstanden werden kann, welches für die Qualität und Nachhaltigkeit eventueller Angebote bürgt. Für Rügen sind dies:

- Nationalpark Jasmund
- Nationalpark Vorpommersche Boddenlandschaft
- Biosphärenreservat Südost-Rügen

3 Bewertung der Ansprache der Zielgruppen

Zur Analyse der bisherigen Zielgruppenansprache wurde das **AIDA** Modell herangezogen. Dabei handelt es sich um ein Modell der Werbewirksamkeit, das vier Phasen der Wirkung von Werbung beschreibt. Diese durchläuft der Gast, bevor er letztlich ein Produkt kauft, bzw. eine Reise bucht.

In der ersten Phase **A= Attention / Aufmerksamkeit** soll die Aufmerksamkeit des potenziellen Gastes geweckt werden, damit der die Angebote überhaupt wahrnimmt.

Die geweckte Aufmerksamkeit geht in die zweite Phase **I = Interest/ Interesse** über. Hier muss Interesse für ein bestimmtes Angebot oder eine bestimmte Region geweckt werden, um in die engere Wahl des Kunden zu gelangen.

In der folgenden Phase **D = Desire / Verlangen** soll der Wunsch erzeugt werden, eine Reise oder ein Angebot zu erwerben und zu buchen. Dies geschieht in der Regel über die besonderen Vorzüge des Angebotes oder seine spezielle Relevanz für den Kunden, bzw. die Zielgruppe.

Letztendlich muss es dann in der vierten **Phase A= Action/ Aktion** die Möglichkeit für den Kunden geben, selbst aktiv zu werden. Idealerweise nutzt er dabei die bereitgestellten Möglichkeiten eine Reise oder ein Angebot zu buchen. Zu Aktion zählt aber auch das Anfordern weiterer Informationsmaterialien oder persönliche Buchungsanfragen.

Sowohl für Internet-Präsenzen als auch für Printmedien ist dabei in den einzelnen Phasen auf die Einhaltung verschiedener Kriterien zu achten um die Werbung optimal auszurichten und eine entsprechende Wirkung (= Aktion/ Buchung des Gastes) zu erzielen.

3.1 Analyse und Bewertung Internetauftritt der TZR

Das Internet ist zum einen die insgesamt wichtigste Informationsquelle für Urlauber und Touristen. Es werden gut erreichbare allgemeine und weiterführende Informationen erwartet, die es ermöglichen, sich „einen Eindruck“ zu verschaffen. Aus Sicht der Anbieter besteht hier die Möglichkeit den Kunden anzusprechen und von den eigenen Qualitäten zu überzeugen. Zum anderen werden auch viele Reisecenter- Funktionen erwartet, z.B. Unterkunfts- und Aktivitätsbuchungsmöglichkeiten. Der Trend zur stärkeren Individualisierung (Buchbarkeit nach Baustein- Prinzip) erfordert oft einen Spagat zwischen Einfachheit-Übersichtlichkeit und Bedürfnis- Befriedigung- Komplexität.

3.1.1 Aufmerksamkeit

Aufmerksamkeit /Attention	Anmerkungen/ Begründungen
URL	www.ruegen.de als umfassende Dachplattform
Positionierung in Suchmaschinen	<p>Suchergebnisse:¹</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Suchbegriffe: „wandern + Rügen“ Google: ".../Aktivitäten/Wandern-ruegen.html" → 5 < x < 10.ter hit Yahoo: 1)/route3 und 2)/route1 → 5 < x < 10.ter hit ▪ Suchbegriffe: „Rad fahren + Rügen“ Google: 1) Tourismuszentrale: .../tzt-broschuere-radfahren.html → 5 < x < 10.ter hit 2) Aktivitäten: .../ radfahren-ruegen.html → 5 < x < 10.ter hit Yahoo: Aktivitäten/ radfahren-ruegen.html → 5 < x < 10.ter hit ▪ Suchbegriffe: „Reiten + Rügen“ Google: Aktivitäten: .../reiten-ruegen.html x < 5.ter hit Yahoo: Aktivitäten: .../reiten-ruegen.html x < 5.ter hit ▪ Suchbegriffe: 1. „Wasser wandern + Rügen“, 2. „Kanu + Rügen“ 3. „kajak + Rügen“ Google: 1. → kein Treffer x < 20 (Bemerkung: nur „wandern“ hits bis auf 1. Anbieter); 2. Aktivitäten: .../kanu-und-kajak-fahren-auf-ruegen.html → x < 5.ter hit; 3. Aktivitäten: .../kanu-und-kajak-fahren-auf-ruegen.html → 5 < x < 10.ter hit Angebot: .../kundenplakate_tzt/ruegen-safari.html → 5 < x < 10.ter hit Yahoo: 1. kein Treffer x < 20 (Bemerkung: hier viele echte Wasserwandern hits); 2. Angebot: .../kundenplakate_tzt/ruegen-safari.html → 10 < x < 15.ter hit, 3. Angebot: .../kundenplakate_tzt/ruegen-safari.html → 10 < x < 15.ter hit Aktivitäten: .../kanu-und-kajak-fahren-auf-ruegen.html → 10 < x < 15.ter hit
Verfügbarkeit in anderen Sprachen	<ul style="list-style-type: none"> ☉ Übersicht in Englisch erhältlich, ☉ Unternavigation von .../Aktivitäten ist stark geschrumpft (Aktivitäten: 11->6), kein Veranstaltungskalender, Urlaubshotline nicht englisch verfügbar ▪ ☉ Rad fahren: 2x Angebote, Karte und Tourenvorschläge auf Englisch, ☉ .../ruegenturen0.html - 2 tourenvorschläge auf Schwedisch ☉ z.Zt. nicht aufrufbar, am Seitenende versteckt ▪ ☉ Wandern: Verweis auf Telefon – Tourismuszentrale ☉ Nordic Walking: 2x Angebote ▪ ☉ Reiten, Wasserwandern: keine Verfügbarkeit
Klare Inhalte und Strukturen	<ul style="list-style-type: none"> ☉ Inhalte sind eindeutig ☉ nach der Startseite erfolgt weitere Navigation Mischung aus Horizontal (mitte) - und Vertikal (links)Elementen ☉ Erläuterungstexte im Fließtext, vglw. klein, unstrukturiert ☉ ☉ Naturtouristische Angebote an mehreren Stellen: .../Aktivitäten (Haupt), .../Natur und Wohlfühlen/ Naturerlebnis –Anbieter, (Erlebnisse: Rügen-Safari)
Corporate Design	☉ linke Navigationsleiste, Kopfleiste, Buchungshotline und Farbgebung der mittleren Spalte sorgen für einheitlichen Eindruck
Bilder, Photos	☉ Kopfleiste mit passenden Fotos, jede Seite ist mit mindestens einem Foto

¹ Erläuterung: Begriffe in Anführungszeichen „...“ wurden jeweils mit den Suchmaschinen google und yahoo gesucht. Als Ergebnisse wurden die Treffer (hits) auf den Seiten (Bsp: /wandern-ruegen.html), bzw. die Angebote (Bsp. wandern → route 3) des Internetauftritts www.ruegen.de angegeben. Die Position des Ergebnistreffers wurde unterschieden zwischen: unter den ersten fünf Ergebnissen (x < 5), zwischen fünf und zehn (5 < x < 10), und später als 10.ter Treffer (x > 10)

	unterlegt ● nur sieben Kopfleisten-Bilder für die sieben Hauptnavigationenpunkte samt den Unterpunkten (Bsp.: für Aktivitäten immer gleich), Mittel/ Textspalte mit oft kleinen, blassen, (unscharfen) Navigationsbildern
Saisonalität	☹ Saisonangebote, Saisonspecials vorhanden (kein Naturbezug), ☹ Saisonbezug auf der Startseite ● kein Foto, weitergehende Saisoninfo führt zu standardisierter 12- Monatsseite

Tabelle 2, Quelle: eigene Zusammenstellung

3.1.1.1 Zusammenfassung

Positionierung in Suchmaschinen: In den Bereichen Wandern, Rad fahren, Reiten ist zumindest eine Seite von www.ruegen.de auf der ersten Seite beider Suchmaschinen vertreten. Dies garantiert die Grundaufmerksamkeit des Nutzers (Die zweite Seite wird meist nicht aufgerufen, wenn sich die Bedürfnisse auf der ersten Seite befriedigen lassen). Für google trifft dies auch auf Kanu- und Kajak Fahren zu; yahoo führt diesen Bereich erst auf der zweiten Seite.

Generell sind die Suchergebnisse befriedigend, da sich zumindest eine ruegen.de Seite auf der wichtigen ersten Seite der Suchmaschinen findet. Verfolgt www.ruegen.de den Anspruch Der Dachanbieter für Naturtouristische Produkte zu sein, dann muss das Ziel eine Positionierung unter den ersten drei Anbietern, bzw. die erste Position sein, um nicht nur als ein Anbieter unter mehreren/ vielen wahrgenommen zu werden.

Verfügbarkeit in anderen Sprachen

Der Gesamteindruck der ruegen.de- domain ist in sich geschlossen. Die vorhandenen Struktur und Elemente fügen sich zu einem corporate-design Eindruck zusammen. Es gibt dennoch Verbesserungsmöglichkeiten: Erläuterungstexte sind mehrheitlich im Fließtext mit sehr kleiner Schriftgröße verfasst. Bilder sind vorhanden und haben einen thematischen Bezug zur jeweiligen Seite, es sind jedoch zu wenig im Vergleich zu den Texten. Ein positiver Eindruck entsteht durch die Verwendung kleiner Grafiken und Photos für die weitere Navigation zu konkreten Seiten (Bsp. Radwegenetz, Reiterhöfe), sie genügen jedoch nicht immer den bei kleinen Bildern höheren Anforderungen an Gestaltung und Aussagekraft.

Ein Saisonalitätsbezug wird durch Informationen für jeden Monat des Jahres hergestellt, bei der entsprechenden Seite handelt es sich jedoch hauptsächlich um eine Textseite ohne aktive Verknüpfungen zum Rest der Homepage.

Es ist auf zwei Hauptwegen möglich, an Informationen über Naturtourismus auf ruegen.de zu gelangen. Diese sind „Aktivitäten“ und „Natur & Wohlbefinden“. Das entspricht der durchaus verschiedenen Herangehensweise der einzelnen Gäste. Es erfordert jedoch verstärkte Aufmerksamkeit durch den Seitenbetreuer, da die Aktualität und Abstimmung zweier Bereiche zu gewährleisten ist.

Wenn verstärkt ausländische Zielgruppen angesprochen werden sollen, ist die zur Verfügung gestellte Information eindeutig zu wenig. Gerade diese Zielgruppen haben das Bedürfnis nach umfassender Information über den Zielort bevor das nötige Vertrauen aufgebaut ist, um die Reise dorthin anzutreten.

3.1.1.2 Vorschläge

- Überdenken der Mischnavigation um größere Übersichtlichkeit zu erzielen, entweder in der Bildmitte oder links navigieren oder linke Navigation hervorheben, bzw. mittlere Navigation stilistisch überarbeiten
- Textredaktion der Informationsseiten zur einfacheren Lesbarkeit: Strukturierung des Textbildes mit Absätzen, Schriftgröße und Zeilenabstand, kürzen- dafür Bilder einfügen
- Mehr Bilder: in den Kopfleisten (je nach Aktivität), auf den Übersichtsseiten, mindestens eines pro Aktivität
- Saisonalitätsbezug aufteilen, d.h. jeder Monat für sich. Eventuell durch ein zusätzliches Element auf der ersten Übersichtsseite. Die jeweiligen Texte überarbeiten (Photos!) mit Angeboten auf der Website verknüpfen.

3.1.2 Interesse

Interesse / Interest	Anmerkungen/ Begründungen
Ansprechende Texte, Informationen	<p>.../Aktivitäten: ☹ kleiner, unstrukturierter Fließtext auf erster Aktivitäten- Seite ☹ i.d.R. kleine (80x80) Navigationsbilder</p> <p>Reiten: ☹ keine Einleitung, Verweis auf Print- Broschüre Wandern: ☹ keine Einleitung, Nordic Walking: - kurze Einleitung Wasser wandern: kurze Einleitung Rad Fahren: ☹ keine Einleitung, ☺ umfassende Menüpunkte</p> <p>.../ Natur & Wohlbefinden:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ 12 Navigationspunkte- Horizontalmenü, zu viel ▪ Fließtext, nur 1 Foto
Attraktionen	<p>☺ Allgemeine Information auf .../highlights-ruegen.html ☺ Bsp. Wandern: (5) Tourenvorschläge führen jeweils zu einem Highlight .../ Natur& Wohlbefinden: Großschutzgebiete eher wenig interessant präsentiert (ein Bild + Fließtext) ☺ Bsp. Radfahren: 10 Touren lokalen und regionalen Highlights ☹ Informationen + Buchung über externe Seiten: www.mecklenburger-radtour.de</p>
Bilder / Photos	<p>/Aktivitäten: ☺ prinzipiell mit Photos unterlegt, z.T. nur Navigationsbilder (diese alle mit Relevanz) ☹ u.U. nur Deckblatt der Broschüre (Reiten, Wassersport) ☹ Format: 80x80 Pixel (für weitere Navigation) ist zu klein für Informationsgehalt/ Ansprache</p>
Karten	<p>Radfahren: ☺ Übersichtskarte übersichtlich, Verlinkung zu einzelnen Touren funktioniert, jeweils Tourendaten (☹ sehr knapp) + Übersichtskarte (zu klein) Wandern: Übersichtskarte vorhanden, ☹ allerdings sehr unübersichtlich (490x 490 pixel), Verlinkung für Info zu einzelnen Routen funktioniert nur im Internet Explorer (Firefox- Mozilla nicht), weitergehende Verknüpfung funktioniert nicht Reiten: ☺ Verknüpfung mit http://reiten-mv.i-ventions.de/ vermittelt Eindruck des Wegenetzes (ganze Insel bereitbar), allerdings ☹ anspruchsvolles, vgl. kompliziertes Kartenwerkzeug Wasserwandern: ☹ keine Karte</p>

Tourenvorschläge	Wandern: ☺ 5 Tourenvorschläge online, gut Rad fahren: ☺ Tourenvorschläge online Reiten: keine Vorschläge verfügbar, Wasserwandern: Angebote der jeweiligen Kooperationspartner, durchaus gut
Aktualisierungen	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ☺ Veranstaltungskalender, (erst) in der 2. Ebene zu finden (unter .../Aktivitäten)
Kontaktinformationen	☺ prinzipiell immer über das Buchungs- und Informationscenter vorhanden, allerdings nicht immer expliziter Verweis

Tabelle 3, Quelle: eigene Zusammenstellung

3.1.2.1 Zusammenfassung – allgemeiner Eindruck

Für die Phase des Interesseweckens gilt in verstärkter Weise, was bereits für die erste Phase „Aufmerksamkeit“ angesprochen wurde. In der Regel sind die Seiten vor den entsprechenden Angeboten mit unstrukturierten Fließtexten kleiner Schriftgröße ausgestattet. Dies macht die Texte schwer lesbar, was dazu führt, dass diese nur unvollständig oder überhaupt nicht gelesen werden. Oft fehlen informative (Kurz)Einleitungen auch vollständig (Bsp. Reiten Wandern). Dies muss nicht zwangsläufig negativ sein, wenn wie beim Radfahren umfassende Menüpunkte vorhanden sind. In Hinblick auf Erstbesucher sollte eine Einleitung allerdings nicht fehlen. Ansprechende Photos sind generell zu wenig vorhanden, diese sind allerdings notwendig, um die Aufmerksamkeit auf der Seite zu halten.

Beim Vergleich der einzelnen (naturtouristischen) Aktivitäten stellt sich der Eindruck einer nicht durchgängig –einheitlichen weil nach und nach organisch gewachsenen Struktur ein. Die Themen sind je nach Datenlage unterschiedlich gut ausgeführt. Wandern und Rad fahren können als gut, Reiten und Wasserwandern als „mit Entwicklungspotenzial“ beschreiben werden.

Für weitere Informationen und persönlichen Kontakt wird an verschiedenen Stellen auf das Informations- und Buchungcenter verwiesen. Ein Test des Centers war allerdings nicht Bestandteil dieser Analyse.

Ein wichtiges Hilfsmittel zur Kundengewinnung sind in dieser Phase Übersichtskarten: An dieser Stelle ist das Radfahren gut aufgestellt: die Übersichtskarte ist wirklich übersichtlich, es existieren Verknüpfungen zu einzelnen Touren (Übergang zu Phase „Desire/Verlangen“), welche auch funktionieren. Radfahren kann als Orientierung für die weiteren Aktivitäten dienen. Die Übersichtskarte für Wandern ist eher unübersichtlich, die weitere Verknüpfung funktioniert nicht. Bei Reiten wird auf ein externes Angebot <http://reiten-mv.i-ventions.de/> verwiesen. Das dort zu findende Kartenwerkzeug ist zwar qualitativ hochwertig, allerdings nicht einfach zu finden oder zu bedienen. Die dortige Datenbank ist noch nicht ausreichend mit Rügen- spezifischen Daten hinterlegt. Bei Wasserwandern fehlt eine Übersichtskarte noch völlig.

Ähnliches gilt für den Bereich Tourenvorschläge. Hier sind jedoch Radfahren und Wandern gut aufgestellt. Die Tourenvorschläge sind online verfügbar und informativ. Reiten und Wasserwandern sind an dieser Stelle noch nicht ausgebaut, es besteht Entwicklungsbedarf.

In der Phase „Aufmerksamkeit“ wurde die Dopplung zwischen den Menüpunkten „Aktivitäten“ und „Natur & Wohlbefinden“ angesprochen. Auch in Bezug auf „Interesse“ muss darauf geachtet werden, dass

Informationen, Karten, etc entweder doppelt angeboten werden oder frühzeitig auf eine gemeinsame Seite verweisen. In jedem Fall besteht Koordinierungsbedarf.

3.1.2.2 Vorschläge:

- Textredaktion der Übersichtsseiten, Strukturierung und mehr Photos
- Wandern: Erstellung einer neuen, einfachen Wegenetz Übersichtskarte (ohne Tourensymbole, dafür Streckenverläufe farblich einzeichnen), eventuell mit einer großformatiger Karte hinterlegen (als „pop up“ mit mindestens. 1024x768)
- Reiten, Wasserwandern: vorhandenes Datenmaterial sichten und strukturieren. Datenbanken aktualisieren (Reiten). Eventuell neue Daten sammeln.
- Dopplung zwischen Natur und Wohlbefinden beachten. Sinnvoll ergänzen- Koordinierungsbedarf. Unter Umständen „Konkurrenz“ verringern durch eigenständige Menüpunkte „Wohlbefinden + Gesundheit“ (Wellness?) und „Natur“ (Natur und Erlebnis“?).

3.1.3 Wunscherzeugung

Wunscherzeugung/ Desire	Anmerkungen/ Begründungen
Erfahrungsgerechte Informationen	Rad Fahren: ☹ Online Tourenbeschreibung ist informativ und übersichtlich Reiten: <ul style="list-style-type: none"> ▪ ☹ Informationen zur Aktivität bleiben allgemein: „naturfreundliches Reiten“ hat keinen Bezug zur Insel; Verlinkung: www.reiten-in-mv.de/Regionen ist noch verh. Unstrukturiert, Fließtext, keine Bilder oder Piktogramme ▪ ☹ http://reiten-mv.i-ventions.de/ Datenbank zu Rügen bietet keine Detail- oder Planungsinformationen ▪
Paketangebote	2) Urlaubshotline, Angebote sind über „Pauschalen“ wählbar: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Rad fahren/ Skaten: liefern 2 Angebote ▪ Segeln/ Surfen/Kanu: liefern mehrere Angebote, Relevanz? ▪ dazu: (-Angeln/ Jagd), (- Natur/ Nationalpark) ▪ ☹ Wandern, Reiten fehlen 2) .../Aktivitäten: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Wandern: „Wanderspecials“ wählbar, ☹ allerdings werden Unterkünfte und Aktivitäten gemischt angeboten ▪ Rad fahren: 10 Touren jeweils als Paket buchbar ▪ Reiten fehlt ▪ Wasserwandern als Paket über externe buchbar
Aktivitätsangebote	2) Urlaubshotline: über Kategorie „Aktiv und Erleben“ wählbar, in Verbindung mit Unterkunftssuche und Unterkunftsausstattung : <ul style="list-style-type: none"> ○ Reiten ○ Wassersport ○ Fahrradverleih => ☹ Wandern fehlt, keine gesonderte Wahlmöglichkeit 2) .../Aktivitäten: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Allgemein Aktivitäten in Unternavigation von .../ Aktivitäten im Unterkunftsverzeichnis mit eingestreut ▪ Wandern: „geführte Wanderungen“ über externe Partner angeboten und buchbar ▪ Kanu Kajak: einzelne Halb/Tagesangebote über externe verfügbar

Attraktivität der tourist. Angebote (Bilder, Informationen)	<p>Wandern:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ ☺ - 5 Wanderrouten, mit Karten und Bildmaterial ▪ Geführte Wanderungen, mit Beschreibungen, ☹ ohne Karten ▪ Wanderspecials – direkter Anbieterverweis, ☹ inhomogen, Quartiere und Aktivitäten gemischt, Angebotsqualität und Relevanz variiert <p>Radfahren:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ 10 Tourenvorschläge, ☹ Tourenbeschreibungen und Kartendarstellung auf www.ruegen.de allerdings wenig informativ ▪ 2 Pauschalangebote: ☹ jeweils keine Streckenkarte zur Orientierung, ein Angebot ohne Bilder ▪ Darstellung auf externen Seiten/ Kooperation -www.mecklenburger-radtour.de/ allerdings sehr gut <p>Reiten: keine Tourenvorschläge, nur Reitwegenetz; Datenbank unvollständig Wasserwandern: Datenbank unvollständig; attraktive Angebote auf den Seiten der Kooperationspartner (rügen-safari, Seekaja- Reisen Trojan)</p>
Unterkunftsverzeichnis	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Über online Urlaubshotline einsehbar ▪ z.T. Vorschläge über Aktivitäten
Unterkunftsbeschreibungen (Preise, etc)	In Unterkunftsverzeichnis enthalten
(Anfahrtsbeschreibungen)	Sind eingestreut vorhanden

Tabelle 4 Quelle: eigene Zusammenstellung

3.1.3.1 Zusammenfassung – allgemeiner Eindruck

Generell gibt es zwei Wege, um zu einzelnen konkreten Angeboten zu gelangen: direkt über die Auswahlmöglichkeiten der Urlaubshotline und mit „Durchklicken“ über die Aktivitäten der Homepage.

Die Urlaubshotline ist sehr übersichtlich aufgebaut und mit kurzer Orientierung leicht zu bedienen. Sie richtet sich vorrangig auf Unterkünfte, es gibt aber auch Ergänzungskriterien zu gewünschten Aktivitäten und eine gesonderte Suchfunktion zu Pauschalangeboten. Diese sind nach verschiedenen Kriterien, darunter Naturerlebnis, wählbar. Wandern und Reiten sind unter den Suchkriterien jedoch nicht enthalten, Kanu und Kajak können nur kombiniert mit Segeln gesucht werden. Durch die Suchmaske lassen sich ((wenn letztendlich vorhanden) schnell Angebote zu den einzelnen Vorgaben produzieren. Der Schwerpunkt liegt hier letztlich auf den Unterkünften, bei Suchergebnissen für Aktivitäten tauchen oft Unterkünfte auf, welche diese anbieten. Weitergehende – Wunsch erzeugende- Informationen sind oft nicht enthalten. Die vorhandenen Pauschalangebote (Bsp. Radfahren) sind entsprechend den Kriterien des online Katalogs (bzw. CMS- Content Management System) eingestellt. Dabei ist negativ zu bewerten, dass dabei keine Karten oder sogar keine Bilder enthalten sind.

Die Herangehensweise über die Navigation „.../Aktivitäten“ liefert entsprechend mehr Aktivitätsangebote. Je nach Entwicklungsstand und Datenlage werden unterschiedlich viele Angebote geliefert. Dementsprechend liefern Wandern und Radfahren viele eigenständige ansprechende Ergebnisse, darunter Pauschalen und einzeln buchbare Angebote. Reiten und Kajak/ Kanu greifen zur Präsentation von Angeboten auf eine Datenbank zurück. In den Angebotslisten mischen sich Aktivitätsangebote mit Unterkünften. Einige Angebote sind unvollständig ausgefüllt – Wunscherzeugung findet hier nicht statt- die entsprechende Information ist dann erst auf den (qualitativ unterschiedlichen) Seiten der jeweiligen Anbieter zu finden.

Sehr positiv hervorzuheben ist die Präsentation der Radfahren- Tourenvorschläge, die über www.mecklenburger-radtour.de angeboten werden. Auf www.ruegen.de werden die Touren nur sehr kurz charakterisiert. Die „Wandern“ Angebote sind – bis auf die Strecken-Übersichtsseite- sehr gut präsentier, die Vielfalt der Möglichkeiten ist groß aber nicht unübersichtlich.

Die Aufteilung der Buchungsmöglichkeiten ist sinnvoll, da es sich um zwei Herangehensweisen handelt (Unterkunft – Aktivität). Es sollte jedoch geprüft werden, ob sich das Angebotsbild nicht stärker vereinheitlichen oder sogar in einer Datenbank zusammenfassen lässt. Beide Buchungsmöglichkeiten sollten sich sinnvoll ergänzen, z.B. Wanderunterkünfte auch über Urlaubshotline anwählen.

3.1.3.2 Vorschläge

Urlaubshotline:

- Suchkriterien um Wandern und Reiten erweitern
- Suchkriterium Segeln von Kanu/ Kajak trennen
- Einzelne Aktivitäts-Angebote und Datenbank- Kriterien prüfen: Handelt es sich um konkrete Angebote oder um Unterkünfte mit (theoretischen) Angeboten?

.../ Aktivitäten:

Reiten: vorhandene Informationen der Insel aufarbeiten, d.h. Kriterienkatalog für die Präsentation der einzelnen Anbieter überarbeiten. Ergebnisse in Karten- Datenbank (extern) und Angebotskatalog (intern) einpflegen; Informationen über Kennzeichnung und Ausweisung der Reitwege sammeln und aufbereiten (z.B. exklusive Nutzung, Beschilderung, Wartung)

Wandern: Übersichtspräsentation verbessern (siehe Interesse)

Radfahren: Präsentation der Tourenvorschläge auf ruegen.de verbessern oder direkt zu extern überleiten.

3.1.4 Aktion

Aktion /	Anmerkungen / Begründungen
Verfügbarkeitsprüfung	☉ in Urlaubshotline standardmäßig enthalten
Unterkunfts-Buchung	☉ in Urlaubshotline standardmäßig enthalten
Pauschal-Buchung	(Urlaubshotline, beliebiger Zeitraum, keine Ortsbeschränkung) - Rad fahren: 2x ☉, „RügenRad 2009“ (Info), „Rügen mit dem Rad erkunden 7Ü/F 2009“ (☉ Info + Karte) - ☉ Segeln/Surfen/Kanu: 0 x - Natur/ Nationalpark: 1x Pauschale, kein direkter Bezug - Angeln/ Jagd: 0 x => ☉ Angebote stets mit Karte/Lagebeschreibung- google/maps Anwendung
Aktivitäts- Buchung	Urlaubshotline, über „Aktivitäten“ wählbar: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Reiten: diverse Angebote, Überhang der FeWo-Anlagen, ☉ kein Piktogramm für Reiten, keine ausdrückliche Erwähnung im Text ▪ Wassersport: ☉ diverse Angebote, Piktogramme: Bootssteg, Gewässernähe allgemein Wassersportangebote, Bootsverleih ▪ Fahrradverleih: diverse Angebote, Überhang von FeWo-Anlagen, Fahrrad-Bezug u.U. nur über Piktogramme

	⇒ ☹ Angebote i.d.R. mit Karte/Lagebeschreibung- google/maps Anwendung ⇒ 🗺 Piktogramme z.T. unklar, Ausstattung aber keine Angebote .../Aktivitäten: Verweis auf Unterseiten, z.B: Kooperationspartner
Online shop	Online shop vorhanden: Rad fahren: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Verlinkung von Touren zum Karten(ver)kauf
Verlinkung zu lokalen Anbietern	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Radfahren: Tourenangebote/ Pauschalen sind über externen Partner www.mecklenburger-radtour.de buchbar ▪ Kanu/ Kajak: www.safari-tours.de und www.seekajakreisen.de als wichtigster Aktivitäten- Partner

Tabelle 5, Quelle: eigene Zusammenstellung

3.1.4.1 Allgemeiner Eindruck - Zusammenfassung

Urlaubshotline:

Wie bereits erwähnt ist die online Buchungsplattform sehr komfortabel eingerichtet. Für Angebote, die hier zu finden sind, sind Verfügbarkeitsprüfungen und Buchungen möglich. (Wie aktuell die jeweiligen Angaben sind konnte in dieser Analyse nicht geprüft werden) Wenn keine online Buchung möglich ist existiert die Möglichkeit des telefonischen Kontakts zum Buchungscener oder dem jeweiligen Kooperationspartner. Prinzipiell kann also jedes Angebot, welches der Gast buchen will auch gebucht werden.

Ausgehend vom allgemeinen touristischen Trend zu mehr Individualisierung, d.h. mehr individuell zusammenstellbare Pauschalangebote, ist das Angebot noch ausbaufähig. Besonders die als „verwöhnt geltenden“ Radfahrer werden mehr als zwei Pauschalangebote erwarten unter denen sie auswählen – und buchen- können.

.../Aktivitäten:

Wie bereits unter „Wunscherzeugung“ erwähnt, ist der Ausbau der verschiedenen Aktivitäten und das resultierende Angebot noch sehr inhomogen. Buchungen können aber mit Ausnahme der (extern angebotenen) Radtouren nicht vorgenommen werden. Dafür existieren immer Kontaktmöglichkeiten zu den jeweiligen Anbietern oder zur Buchungszentrale. Damit ist die Aktion „Anfrage“ ermöglicht.


3.1.4.2 Vorschläge

Urlaubshotline:

- mehr Pauschalen aufnehmen,
- bei Wandern: Synergien mit Wellness und Nordic Walking suchen.

.../Aktivitäten:

- Pauschalen , bzw. Aktivitätsangebote der Kooperationspartner bereits auf den rügen.de Seiten führen



3.2 Einbindung der Insel Rügen in das Marketing des Landes Mecklenburg-Vorpommern

Der wichtigste **überregionale** Kooperationspartner ist der Tourismusverband MV. Er bietet zahlreiche Kommunikationsmedien für die Bewerbung der Tourismusprodukte des Landes Mecklenburg-Vorpommern an. Dazu gehören die offizielle Homepage www.auf-nach-mv.de, die übersichtlich nach Segmenten strukturiert die Angebote in den einzelnen Regionen präsentiert.

Ergänzend zu den Informationen, die auf den Internetseiten angeboten werden, ist eine Reihe von Printmedien erhältlich, welche ergänzende oder weiterführende Informationen u.a. zu den für Naturtourismus relevanten Themen anbieten:

- Der Urlaubskatalog
- Urlaub mit Kind und Kegel
- Radfernwege – sieben abwechslungsreiche Erlebnistouren
- Landurlaub Mecklenburg-Vorpommern
- Reiten in MV
- Erlebnisreich Natur
- Schlösser, Parks & Herrenhäuser
- etc.

3.2.1 Die Online-Darstellung

Die Insel Rügen ist im Dachportal des Landestourismusverbandes www.auf-nach-mv.de als eine der Tourismusregionen des Landes gut repräsentiert. Einträge und Angebote der Insel Rügen finden sich unter fast allen Rubriken. Im Zusammenhang mit dem Wegenetz relevant sind hier vor allem die Menüpunkte:

- **Urlaubstipps / Auf dem Rad / Radwandern auf Radfernwegen**

Hier ist die Insel Rügen über den Ostseeküsten-Radfernweg und den Radfernweg Hamburg-Rügen an das Radfernwegenetz angebunden. Die jeweiligen Beschreibungen verweisen auf die Schönheiten der Streckenabschnitte auf der Insel Rügen. Kartendarstellungen sind in zwei verschiedenen Versionen erhältlich. Beide Radfernwege werden über den Freizeitnavigator MV als auch über Google Earth dargestellt. Ersterer verzeichnet den Ostseeküsten-Radfernweg allerdings entlang der Festlandostseeküste bis zur Insel Usedom ohne die Insel Rügen zu integrieren. Ein folgenschweres Detail, das zu einiger Verwirrung bei den Radfernwanderern führen kann.



- **Urlaubstipps / Auf dem Rad / Radwandern auf Radrundwegen**

In dieser Rubrik ist die Insel Rügen mit dem Rügen-Rundweg vertreten, der den Radwanderer entlang der 580 km langen Küstenlinie einmal rund um Rügen oder als Abkürzung über Bergen quer durch Rügen führt.

- **Urlaubstipps / Im Backsteinland / Pilgerrouten**

Hier findet sich kein entsprechender Eintrag für die Insel Rügen, obwohl Rügen auch dieses Thema mit einem eigenen Pilgerweg bedienen kann.

- **Urlaubstipps / In der Natur / Camping / Wandern – Wunder am Wegesrand**

Das Thema Wandern wird bei www-auf-nach-mv.de nach einer allgemeinen Einleitung über den Link zur Webkarte des Freizeitnavigators regionalspezifisch gegliedert. Die Einträge in dieser Karte für die Insel Rügen sind mit nur einem Rundweg „Rund um Bergen“ nicht zufrieden stellend und wenig repräsentativ. Da es den Tourismusregionen selbst obliegt, dem Landestourismusverband entsprechende Daten zuzuleiten, besteht hier nach der Neukonzeption des Wanderwegenetzes ein dringender Nachholbedarf.

- **Urlaubstipps / In der Natur / Camping / Pferdeland mit Tradition**

Auch hier erfolgt nach allgemeiner Darstellung des Themas für ganz Mecklenburg-Vorpommern die regionalspezifische Aufbereitung über den Freizeitnavigator.

Dieser verzeichnet im Überblick ein umfangreiches Reitwegenetz auf der Insel Rügen mit entsprechenden Reiterhöfen, jedoch ohne Detailangaben. Für derartige Informationen wird der interessierte Besucher an den regionalen Tourismusverband der Insel Rügen weiter verwiesen, der für die umfassende Darstellung seines reittouristischen Angebotes verantwortlich ist.

- **Karte mit Touren und Ausflugszielen**

Der Tourismusverband MV bietet mittlerweile die Vollversion des Freizeitnavigators in CDrom-Format zum Kauf an. Frei einsehbar bleibt die Vorversion, die zum Zeitpunkt dieser Analyse nur unzureichend funktionierte. Die Ergebnisse können deshalb nur ein unvollständiges Bild der Darstellung des Wegenetzes der Insel Rügen über die Seiten des Tourismusverbandes MV wiedergeben. Sie widerspiegeln allerdings das aktuelle Bild, das der interessierte Besucher in der Planung seiner nächsten Reise derzeit zu Hause vor seinem Bildschirm bekommen kann.

Die webbasierte Karte des Freizeitnavigators gliedert die Einträge in die drei Segmente „Wanderwege“, „Radwege“ und „Reitwege“. Die Rubrik „Wanderwege“ verzeichnet mit dem Wanderweg „Rund um Bergen“ lediglich einen Eintrag zum Wanderwegenetz auf der Insel Rügen. Die Rubrik „Radwege“ listet immerhin vier Einträge:

- Eine Insel zum Verlieben – rund um den Nonnensee
- Ostseeküsten Radfernweg (allerdings wie beschrieben ohne die Insel Rügen auf geradem Weg zur Insel Usedom)
- Radfernweg Hamburg-Rügen – allerdings mit lückenhaftem Verlauf auf der Insel Rügen
- Rügen-Rundweg

Als Überblickssituation über das Radwegenetz der Insel Rügen ist diese Darstellung wenig befriedigend. Hier sollte mit dem Landestourismusverband eng zusammen gearbeitet werden, wenn es um die Aktualisierung der Wegenetzdaten in der Neuauflage des Freizeitnavigators geht.

3.2.2 Die Darstellung in den Printmedien des Landesverbandes

In den relevanten Broschüren des Landesmarketings ist die Insel Rügen als Urlaubsregion mit den entsprechenden Angeboten gut repräsentiert. Die detaillierte Darstellung in den einzelnen Broschüren ist nicht Gegenstand dieser Analyse. An dieser Stelle mag der Verweis darauf genügen, dass in den folgenden Auflagen der überwiegend im jährlichen Rhythmus erscheinenden Broschüren in der Zusammenarbeit mit dem Landestourismusverband darauf zu achten sein wird, dass das Profil als Wander-, Radwander- und Reitregion noch klarer herausgestellt wird und die überarbeiteten Wegesysteme, Routen und Angebote auch im Landesmarketing dargestellt werden.

3.3 Analyse und Bewertung Printmedien

Eine ausführliche Analyse der Printmedien nach dem AIDA- Ansatz ist möglich, sie wäre aber im Rahmen dieser Untersuchung nicht verhältnismäßig zu Anzahl und Umfang der Medien. Im Folgenden erfolgt daher eine vereinfachte Beschreibung und Bewertung unter Bezugnahme auf die AIDA- Punkte „Interesse, Aufmerksamkeit, Wunsch und Aktion“.

3.3.1 Angeforderte Printmedien

Für eine Auswertung wurden die bereits angesprochenen touristischen Informationsstellen oder thematisch relevanten Institutionen telefonisch und per Mail kontaktiert. Dabei wurden die verfügbaren Unterlagen zu den Aktivitäten „Wandern, Radfahren, Reiten und Wasserwandern (Kanu/ Kajak fahren)“ angefordert. Die angefragten Institutionen und die Ergebnisse sind in folgender Tabelle aufgelistet.

Tabelle 6: Übersicht der angeforderten Informationsmaterialien

Institution	Anforderung von Broschüren/ Flyern zum Thema	Bemerkungen	Stand	Anfrage per
Tourismusverband Mecklenburg-Vorpommern	„ErlebnisReich Natur 2009“	Bestellung als - animare	abgeschlossen	Telefon
www.ruegen.de	Katalog „Rügen“	Bestellung als - animare	abgeschlossen (Gastgeberverzeichnis 2009 Insel Rügen; Rügen Highlights 2009; Rügen mit Bus; Kultur & Natur;	online

			Wohnpark Granitz Baabe; Urlaub genießen; Haus Eintracht; Naturschutzgebiet Neuensiener See – Südost Rügen)	
Rügen auf einen Klick (Ralswiek)	Reiten, Wandern, Radwandern, Wasserwandern	Bestellung als - animare	keine Reaktion	E-Mail
Rügen ABC (Binz)	Wandern, Wasserwandern	Bestellung als - privat, Geschenke im familiären Rahmen	abgeschlossen Reaktion: → kein Zusenden von Katalogen, da Produkte und Leistungen Online erhältlich	Telefon
Touristservice Sassnitz	Reiten, Wasserwandern	Bestellung als - privat, Geschenke im familiären Rahmen	abgeschlossen („Gastgeberverzeichnis Insel Rügen – Sassnitz & Halbinsel Jasmund“; Broschüre „Reiten auf der Insel“)	Telefon
Informationsamt Breege	Wandern, Radfahren	Bestellung als - privat, Geschenke im familiären Rahmen	Keine Reaktion	Telefon
Nationalpark Jasmund	Wandern, Radfahren	Bestellung als - privat, Geschenke im familiären Rahmen	Abgeschlossen: (Die Stubnitz; Kreidefelsen am Meer; Auf zu den Wissower Klinken; Auf zum Königsstuhl; Erlebniswelt Kreidefelsen)	Telefon
Biosphärenreservat Süd-Ost Rügen	Reiten, Wandern, Radwandern, Wasserwandern	Bestellung als - animare	keine Reaktion	E-Mail
Vorpommer-sche Boddenland-schaft	Reiten, Wandern, Radwandern, Wasserwandern	Bestellung als - animare	keine Reaktion	E-Mail

Aus der Tabelle wird ersichtlich, dass einige Kontaktstellen entweder keine Materialien versenden konnten oder nicht auf die telefonische Anfrage reagierten. In diesem Fall wurde einmal per Email nachgefasst. Wenn dann noch immer keine Reaktion erfolgte, wurde nicht weiter nachgefragt, wie es auch ein potenzieller Besucher tun würde.

3.3.2 Reiten


- „Reiten auf der Insel“; Format A4/3, 22+2 S., verantwortlicher Kontakt ist Tourismuszentrale Rügen GmbH.
 - Die Broschüre ist nicht datiert und bietet eine Übersichtskarte der Insel mit Reiterhöfen und Reitwegen. 16 Reiterhöfe werden stichpunktartig genauer vorgestellt, dazu kommen auf zwei Seiten weitere Dienstleister im Bereich, z.B. Anbieter von Kremserfahrten.

- Das Layout der Broschüre ist einheitlich und durchgängig und vermittelt einen geschlossenen Gesamteindruck. Das Layout der jeweiligen Anbieterseiten wird durch den Stichpunktcharakter dominiert. Die Qualität der Bilder auf den einzelnen Anbieterseiten variiert stark.
- Für die Interesse- und Wunscherweckung fehlen kurze Informationstexte zu den einzelnen Höfen, die dem jeweiligen Anbieter ein „Gesicht“ geben und die Möglichkeit einräumen das Besondere herauszustellen. Das Reitwegenetz weist bei genauerer Betrachtung noch einige Lücken auf, welche Rundritten über die Insel im Wege stehen. Außerdem sind viele Stichwege verzeichnet, was die im Gegensatz zu lokalen Rundritten ebenfalls weniger attraktiv ist.
- Für die Kontaktaufnahme sind für jeden Reiterhof Postanschrift, Telefon, Email und Internetseite aufgeführt. Für weitere Informationen im Internet wird auf www.reiten-auf-ruegen.de verwiesen. Diese Adresse führt zu www.ruegen.de, zum Menüpunkt .../Aktivitäten/Reiten.
- **Fazit:** Die Broschüre ist mit den zusammengetragenen Daten über Anbieter und Wege eine gute Grundlage für ein Rügen-übergreifendes Marketing für das Segment Reiten. Es gibt aber Verbesserungsbedarf. Das auf der Karte verzeichnete Wegenetz kennzeichnet zum großen Teil keine ausgewiesenen und beschilderten Reitwege sondern bereitebare Wege, d.h. wo das Reiten erlaubt ist. Die Angaben der Karte sind ohne Gewähr, wodurch potenziellen (Aus)reitern keine Sicherheit vermittelt werden kann. Noch fehlen Angebote, die das Besondere der Insel herausstellen und Pauschal- oder Saisonalangebote.

3.3.2.1 Gesamtfazit und Vorschläge:

Unmittelbar sollte der vorhandene Datenbestand in die Portale, bzw. Seiten auf www.ruegen.de und www.reiten-in-mv.de und den Freizeitnavigator eingepflegt werden. Darauf aufbauend empfiehlt sich die Aufnahme weiterer, detaillierter Daten zur Pferdeunterbringung (z.B. Größe und Standard der Boxen, Paddocks, Weiden) und die Erstellung einer rügenweiten Liste von (Pferde)Tierärzten, Serviceanbietern wie Hufschmiede, Zubehör-, Ausrüstungs- und Futtermittelverkauf.

Im Rahmen der gegenwärtigen integrierten Erstellung eines rügenweiten Wegenetzes sollten die Bedürfnisse der Reiter natürlich berücksichtigt werden. Der Schwerpunkt sollte dabei zum einen auf dem Lückenschluss des vorhandenen Wegenetzes liegen und zum anderen möglichst allen Anbietern einen lokalen Rundweg ermöglichen. Ersteres erhöht die Attraktivität für ganz Rügen und ermöglicht Angebote wie Wanderreiten oder Stationsurlaube. Wenn die Mehrheit der bisher bereitebaren Wege in das neue Wegenetz übernommen werden kann, zeichnen sich bisher nur wenige zu überbrückende Verbindungsstellen mit ggf. allerdings erheblichem Arbeitsbedarf ab, z.B. Kasselwitz-Ausbau, Lietzow, Dalkvitz, Boldevitz, Wittower Fähre (!). Lokale Rundwege sind besonders für den jeweiligen einzelnen Reiterhof hilfreich und ermöglichen das regionale/ lokale Erleben der Insel für die (Reit)urlauber sowie koordinierte Angebote mehrerer Reiterhöfe.



Für das weitere reittouristische Marketing und die Möglichkeiten der Kooperation innerhalb einer Region sei an dieser Stelle auf etablierte und führende Reitregionen wie die Eiffel und die Lüneburger Heide verwiesen.

3.3.3 Wandern

- „Auf zum Königsstuhl“ und „Auf zu den Wussower Klinken“; beide DIN A 4/ 3 (gefaltet), Hrsg. Nationalpark Jasmund.
 - Die Flyer enthalten jeweils eine Beschreibung eines Lehrpfades vom Parkplatz Hagen zum Nationalparkzentrum. Sie enthalten keine Karten oder Bilder, nur eine Skizze des Stationsverlaufs mit einer Beschreibung der Stationen.
 - Fazit: Die Flyer stellen eine informative und unterhaltsame Begleitung der Lehrpfade dar und fügen sich gut in das Konzept des Besucherzentrums. Die Verwendbarkeit ist zwangsläufig stark beschränkt.


- „Kreidefelsen am Meer“, DIN A 4/3, Hrsg. NP Jasmund
 - gefalteter Infolyer zum Nationalpark (Zonen, Tourismus, Fauna, Flora, etc) inklusive einer Übersichtskarte. Diese enthält die Wanderwege, Radwege, Orte mit Gastronomie im Bereich des NP.
 - Der Flyer ist durch den Verhältnismäßig kleinen Maßstab lokal gut benutzbar aber auch auf den Bereich des Nationalparks beschränkt. Das Layout ist wenig ansprechend und monotone, in der oberen Hälfte stehen Textblöcke, in der unteren jeweils ein Foto.

Weitere, im Handel erhältliche Wanderliteratur:

- Wanderkarte „Rügen + Hiddensee“, Verlag: Grünes Herz; 1. Auflage vom März 2008
- „Rügen, Hiddensee und Darß“, Wandern kompakt: 30 Wanderungen - 30 Detailkarten - Viele Reise-Infos, 120 Seiten Verlag: Bruckmann; 1. Auflage vom März 2004
- „Insel Rügen: Wander- und Bikekarte“, gefaltete Karte, Verlag: KOMPASS -Karten, Innsbruck; Auflage: N.-A. (Mai 2007)
- ...

3.3.3.1 Gesamtfazit und Vorschläge

Bis auf die Tourenvorschläge im Nationalpark Jasmund wurden keine weiteren Materialien verschickt. Eine Übersichtskarte des Wander-Wegenetzes auf Rügen oder eine ansprechende Charakterisierung der Möglichkeiten war nicht erhältlich. Die Produktion und Verteilung einer solchen generellen Beschreibung mit Kartenübersicht und Verweis auf die entsprechenden Detailkarten oder weiterführende Literatur ist vor allem aus Gründen des Marketing (Aufmerksamkeit erregen und Interesse wecken), weniger aus Gründen der Praktikabilität anzuraten.



Wie bereits erwähnt besteht die Möglichkeit für Wanderurlauber, sich über Wandertouren bei den Touristinformation oder im Internet auf www.ruegen.de zu informieren, mit den genannten Stärken und Schwächen.

Die Qualität und Aktualität der genannten weiteren Wanderliteratur wurde im Rahmen dieser Untersuchung nicht geprüft.

3.3.4 Radfahren

- Übersichtskarte „Radfahren auf Rügen + Hiddensee“, TZ Rügen GmbH, undatiert
 - Die Karte beinhaltet eine Übersicht der Insel zur ersten Orientierung. Es sind acht kleine Touren verzeichnet inklusive einer Tourenbeschreibung auf der Rückseite, darüber hinaus eine Rügenrundtour, ein Teil des Radweges Rügen-Hamburg und die Strecken des ‚Fahrradbus‘ RADzfat. Für Detailinformationen wird auf die offiziellen Fahrradwanderkarten verwiesen. Für weitere Informationen wird auf www.ruegen.de und www.fahr-rad-auf-ruegen.de verwiesen.
 - Die Karte verdeutlicht auf einen Blick die Möglichkeiten, die Insel mit dem Rad zu erleben. Die Farbgebung und die Gestaltung gehen etwas zu Lasten der Übersichtlichkeit, schaffen dafür aber einen individuellen Eindruck.
 - Die lokalen Tourenvorschläge sind auf Grund der großen Kartenmaßstabs und der Knappheit der Beschreibung kaum nachzuvollziehen. Informationen zur Beschilderung der Radwege existieren nicht. In den „wichtigen Hinweisen“ erhält man die Information, dass noch nicht alle Radwege völlig ausgebaut sind und zum Teil sogar stark frequentierte Straßen genutzt werden müssen. Dies wirkt auf Ausflügler wie Radurlauber eher abschreckend.
 - Als Kontakte stehen die Inserenten auf der Rückseite und die Tourismuszentrale zur Verfügung, allerdings kein Kartenvertrieb.
 - Fazit: Die Karte erfüllt die Anforderungen an eine Übersichtskarte und ist generell für das Gesamt- Fahrradmarketing nutzbar. Wie auf der Karte angekündigt braucht man für detailliertere Informationen allerdings andere Quellen. Das Fehlen von Ausschilderungssymbolen und der Verweis auf die Unvollständigkeit des Radwegenetzes und eventuelle Gefährdungen (Straßen) sind konsequent und ehrliche, wirken an dieser Stelle aber eher abschreckend als werbend, da die Informationen allgemein sind und somit für die Insel gelten. Denkbar ist an dieser Stelle die Hervorhebung sicherer und / oder ausgebauter Routen.

- „Radeln auf Rügen- Nördlicher Teil“; (Uriel Design und Marketing) Herausgeber nicht verzeichnet, Schutzgebühr 2,-€
 - Diese Übersichtskarte zeigt Radwege der nördlichen Hälfte Rügens, eingezeichnet sind Referenzen zum Gastgeber- und Gastronomieverzeichnis auf der Rückseite und Markierungen für Ausflugsziele. Eine Beschreibung der Sehenswürdigkeiten findet sich am rechten oberen Kartenrand.



- Die Karte erfüllt wesentliche Anforderungen einer Radkarte: die vorgeschlagenen Radwege sind farbig markiert und gut erkennbar. Die gemeinsame oder getrennte Nutzung mit Straßen ist meist gut erkennbar. Gefahrenstellen sind gesondert markiert. Eine farbliche und damit orientierungsfreundliche Markierung einzelner Radwege oder Radtouren ist jedoch nicht vorhanden. Weiterhin fehlt eine Maßstabsangabe, was die Planung einzelner Ausflüge stark erschwert.
 - Die Aufzählung und Kurzbeschreibung der Sehenswürdigkeiten listet die wichtigsten Sehenswürdigkeiten auf, ist insgesamt aber eher unübersichtlich und wenig ansprechend im Fließtext verfasst. Gezielte Tourenvorschläge sind nicht vorhanden.
 - Kontaktmöglichkeiten bestehen in erster Linie zu den Inserenten, vor allem auf der Rückseite der Karte. An zentraler Stelle sind hier insgesamt 48 Touristik-Informationsstellen von ganz Rügen aufgelistet.
 - **Fazit:** Die Karte ist als preisgünstige Variante für Tagesausflügler gut nutzbar. Da weitergehende Anforderungen wie Tourenvorschläge, Radwegekennzeichnung, Beschreibungen der Ausflugsziele nicht erfüllt werden, ist sie für Radurlauber nicht empfehlenswert.
- „Rügener Radeltouren“ 65 S., 1998, Broschüre B. Bormann
 - Die Broschüre enthält neun Touren inklusive Wegbeschreibung und Sehenswürdigkeiten entlang des Weges, dazu eine Rundtour in vier Abschnitten. Die Broschüre enthält praktisch keine Karten, zu den Touren gibt es je einen stark abstrahierten Routenüberblick. Es sind wenige Fotos in schwarz-weiß vorhanden, diese aber in guter Qualität und thematisch passend. Zu den Sehenswürdigkeiten der Touren gibt es knappe aber informative und interessante Informationsboxen.
 - In Ermangelung einer Karte sind die Streckenbeschreibungen zwangsweise sehr ausführlich und dadurch unpraktisch. Da die Broschüre bereits 1998 veröffentlicht wurde stellt sich die außerdem die Frage ob die Beschreibungen heute noch gelten.
 - **Fazit:** Vor allem durch das Fehlen von Karten und durch das Alter ist die Broschüre nicht mehr empfehlenswert. Die Beschreibung der Ausflugsziele ist ein gutes Beispiel, wie sich kurz interessante Informationen vermitteln lassen. Eine Aufarbeitung und Aktualisierung der Tourenvorschläge sollte angedacht werden.
 - „Kreidefelsen am Meer“, DIN A 4/3, Hrsg. NP Jasmund
 - gefalteter Infolyer zum Nationalpark (Zonen, Tourismus, Fauna, Flora, etc) inklusive einer Übersichtskarte. Diese enthält die Wanderwege, Radwege, Orte mit Gastronomie im Bereich des NP.
 - Der Flyer ist durch den Verhältnismäßig kleinen Maßstab lokal gut benutzbar aber auch auf den Bereich des Nationalparks beschränkt. Das Layout ist wenig ansprechend und monotone, in der oberen Hälfte stehen Textblöcke, in der unteren jeweils ein Foto.

3.3.4.1 Gesamtfazit und Vorschläge:

Das erhaltene und gesichtete Material ist zur Übersicht und im Falle der Karte der Tourismuszentrale für Werbezwecke geeignet. Für Details und Touren bleibt der Besucher auf (kostenpflichtige) Privatkarten angewiesen. Um diese zu beziehen werden keine direkten Hilfestellungen oder Verweise gegeben. Das beschriebene Printmaterial steht damit klar hinter den Internetseiten für Radfahren auf Rügen zurück. Das Prüfen des im Handel erhältlichen Kartenmaterials war nicht Inhalt dieser Analyse, angesichts der Vielfalt der erhältlichen Rad- und Wanderkarten ist aber davon auszugehen, dass sich die Medien in Bezug auf Aktualität, Gestaltung und regionalen Bezug stark voneinander unterscheiden. Der Abschluss der Erstellung des Wegenetzes stellt auch für den Radtourismus eine wichtige Zäsur da, die für geplante und nachfolgende genutzt werden muss.

3.3.5 Wasserwandern

- „Rügen Maritim“ DIN A 4, 24+2 S., 2007, Landkreis Rügen und Tourismuszentrale
 - Die Broschüre ist übersichtlich, einheitlich und mit ansprechendem Layout gestaltet sowie reich bebildert. Der Bezug zur Insel und zu den vorgestellten Sportarten ist jeweils klar, z.B. wird z.B. mit themenbezogenen Bildern dargestellt. In den Segmenten Segeln, Schiffsausflüge und Angeln verdeutlichen übersichtliche Karten die Möglichkeiten. Kontaktmöglichkeiten bestehen über Gastgeber- und Serviceanbieterverzeichnisse.
 - Der inhaltliche Schwerpunkt der Broschüre liegt auf Segeln, Schiffsausflügen und Angeln. Auf einer Seite werden die Themen „Segeln, Surfen, Kajak“ behandelt. Im Anbieterverzeichnis dieser Seite werden zum Thema Kanu + Kajak zwei Anbieter genannt: Rügen-Safari.de, Seekajakreisen.de von Th. Trojan.
 - **Fazit:** Die Broschüre präsentiert den maritimen Bereich überzeugend. In Bezug auf Wasserwandern ist die Broschüre vor allem wegen der Kürze der Abhandlung nicht geeignet um das Thema zu bewerben oder weiteres Interesse zu wecken.

▪ „Rügen Maritime“ DIN A4, 24+2 S., 2007, Die Broschüre ist eine direkte Übersetzung der der o.g. Broschüre. Die Bewertung kann damit für den internationalen Markt übernommen werden. Inwieweit die gelisteten Gastgeber und Serviceanbieter ihre Angebote auf Englisch weiterführen konnte im Rahmen dieser Untersuchung nicht geprüft werden.

3.3.5.1 Gesamtfazit und Vorschläge:

Auch wenn das Segment Wasserwandern hinter den anderen Natursportarten zurücksteht sollte es doch weiter als wichtiges Zusatzangebot behandelt werden, da es eine wasserbezogene Abwechslung während des Urlaubes darstellt. Neben einer verbesserten Kartendarstellung der existierenden Angebote kleiner Reisen mit dem Seekajak, eine Rundreise im großen Jasmunder Bodden, Ausflüge im Bereich Rügen-Hiddensee und ein Teilangebot der bisherigen Rügen-Rundtour mit dem Seekajak denkbar.

3.3.6 Weitere Werbemittel

- „Natürlich - Rügen mit dem Bus“, mehrseitige Broschüre, Hrsg. RPNV des Landkreises Rügen
 - Die Broschüre enthält einen Haltestellenplan inkl. Ausflugsplaner für die Strecke Bergen <-> Dranske, d.h. die Nordroute. Es gibt Beschreibung und Tipps für Sehenswürdigkeiten entlang der Strecke, bzw. zu jeder Haltestelle. Ein kleiner Kartenausschnitt verdeutlicht jeweils die lokale Einbettung. Auf Rad- oder Wanderwege wird nicht gesondert eingegangen. Im gleichen Format sind außerdem erhältlich: Königstuhl <-> Klein Zicker (Ostroute), Bergen <-> Stralsund (Südroute).
 - Besonders für Tagesausflüge mit dem RPNV welche keine ausgedehnten Wanderungen oder Radtouren enthalten ist die Broschüre mit den Übersichten gut geeignet; das Kartenmaterial ist allerdings sehr unübersichtlich, da es sich jeweils um einen kleinen Ausschnitt aus einer topografischen Karte handelt. Es wird auf RADzfatz Busse verwiesen, allerdings ohne Angabe wann und wie oft diese fahren.

3.4 Bezug zum überarbeiteten Wegenetz

Für alle Aktivsportarten sollten die Möglichkeiten der Darstellung in interaktiven Karten im Internet genutzt werden, um dem aktiven Selbst-Informationsbedürfnis einer steigenden Zahl von Aktivurlaubern gerecht werden zu können. Im Segment Reiten ist dies bereits durch eine Verlinkung der www.ruegen.de Homepage mit www.reiten-in-mv.de geschehen. Es wurde bereits erwähnt, dass es dort anscheinend noch Datenbankprobleme gibt. Zwar ist das Einpflegen der Daten in eine für die online- Darstellung notwendige Datenbank ein durchaus aufwendiger Prozess, online Kartendarstellungen stellen aber einen Standard für hochwertige Tourismusportale dar. Im Bereich Reiten gibt es eine Verlinkung zum „Freizeitnavigator Mecklenburg Vorpommern“ des Tourismusverbandes MV. Die weitere Nutzung des Freizeitnavigators für die Segmente Wandern, Radfahren, Wasserwandern erscheint sinnvoll, auch wenn die Anwendbarkeit des Freizeitnavigators kontrovers diskutiert werden kann.

Aus der gegenwärtigen (2008/2009) Überarbeitung des Wegenetzes dürfte eine Reihe von Veränderungen und Erweiterung resultieren. Ausgenommen hiervon sind große Teile des Radwegenetzes, welches mit Fördermitteln errichtet wurde, wobei es auch hier zu einer Neubeschilderung kommen kann. Außerdem ist eine georeferenzierte Neuaufnahme des Wegenetzes geplant. Hierbei muss unbedingt die spätere Kompatibilität und Verwendbarkeit zumindest mit der Online-Kartendarstellung der Wahl gewährleistet werden, optimal ist die Gewährleistung eines Standards, welcher mehrere Optionen offen hält.

Nach erfolgter Abnahme des Wegenetzplanes sollten die Informationen den gängigen Kartenherstellern zugänglich gemacht werden um schnellstmöglich von dem Angebot „Rügen aus einem Guss“ und der Abschaffung von Ungenauigkeiten und regionalen Abstimmungsbrüchen profitieren zu können.