

Herzlich
willkommen!



4. TOURISMUSTAG
FISCHLAND-DARß-ZINGST



*Gemeinsam
Zukunft wagen!*

18. September 2025

Strandhotel Fischland,
Ostseebad Dierhagen



Impulse
Good practices
Austausch



Ihr Moderator



Dr. Alexander Schuler
Geschäftsführender Gesellschafter & Sprecher der
Geschäftsführung von BTE Tourismus- und Regionalberatung

10:00 Uhr – Begrüßung

- Hendrik Schinkmann (2. Vorstandsvorsitzender Tourismusverband Fischland-Darß-Zingst e.V.)
- Pedjman Hamie (Hoteldirektor Strandhotel Fischland & Dünenmeer) und Andreas Kühl (Kurdirektor Ostseebad Dierhagen)
- Thomas Kalweit (Geschäftsführer Tourismusverband Fischland-Darß-Zingst e.V.)

Erster Einblick in die landesweite Gästenumfrage

- mit Thomas Kalweit

Impuls: „Zwischen Strandkorb und Bushaltestelle“

- mit Iris Hegemann (Deutscher Tourismusverband e. V.)

Podiumsdiskussion

- mit Anja Sylvester (LandLogistik GmbH), Knut Schäfer (Weiße Flotte GmbH) und Ulrich Sehl (Verkehrsgesellschaft Vorpommern-Rügen)

12:15 bis 13:00 Uhr – Mittagspause

- inkl. Mittagssnack

Ab 13:00 – Workshopsessions

- Workshop „Mobilität 2040 – Gestalten wir gemeinsam die Wege von morgen für Fischland-Darß-Zingst“ mit Dr. Alexander Schuler
- Workshop „Traditionelle Küche trifft pflanzliche Inspiration“ mit Dominika Mazurkiewicz (Vorstandsvorsitzende Babsi Community e.V.)

Ergebniszusammenfassung

- mit Dominika Mazurkiewicz & Dr. Alexander Schuler

Bis 15:30 – Ausblick & Verabschiedung

Grußwörter

Hendrik Schinkmann, 2. Vorsitzender des TV FDZ

Pedjman Hamie, Hoteldirektor im Strandhotel
Fischland & **Andreas Kühl**, Kurdirektor des
Ostseebades Dierhagen

Thomas Kalweit, Geschäftsführer des TV FDZ



Erste Einblicke in die landesweite Gästenumfrage



Thomas Kalweit

Geschäftsführer des Tourismusverbandes
Fischland-Darß-Zingst e.V.



1.178 ausgefüllte Fragebögen für Fischland-Darß-Zingst

(Zeitraum 01.01. bis 09.09.2025)

- 35 % aus Zingst
- 17 % aus Born a. Darß
- 15 % aus Ahrenshoop
- 9 % aus Dierhagen





Fischland-Darß-Zingst



53 % reisten
mit Partner



24 % reisten
als Familie



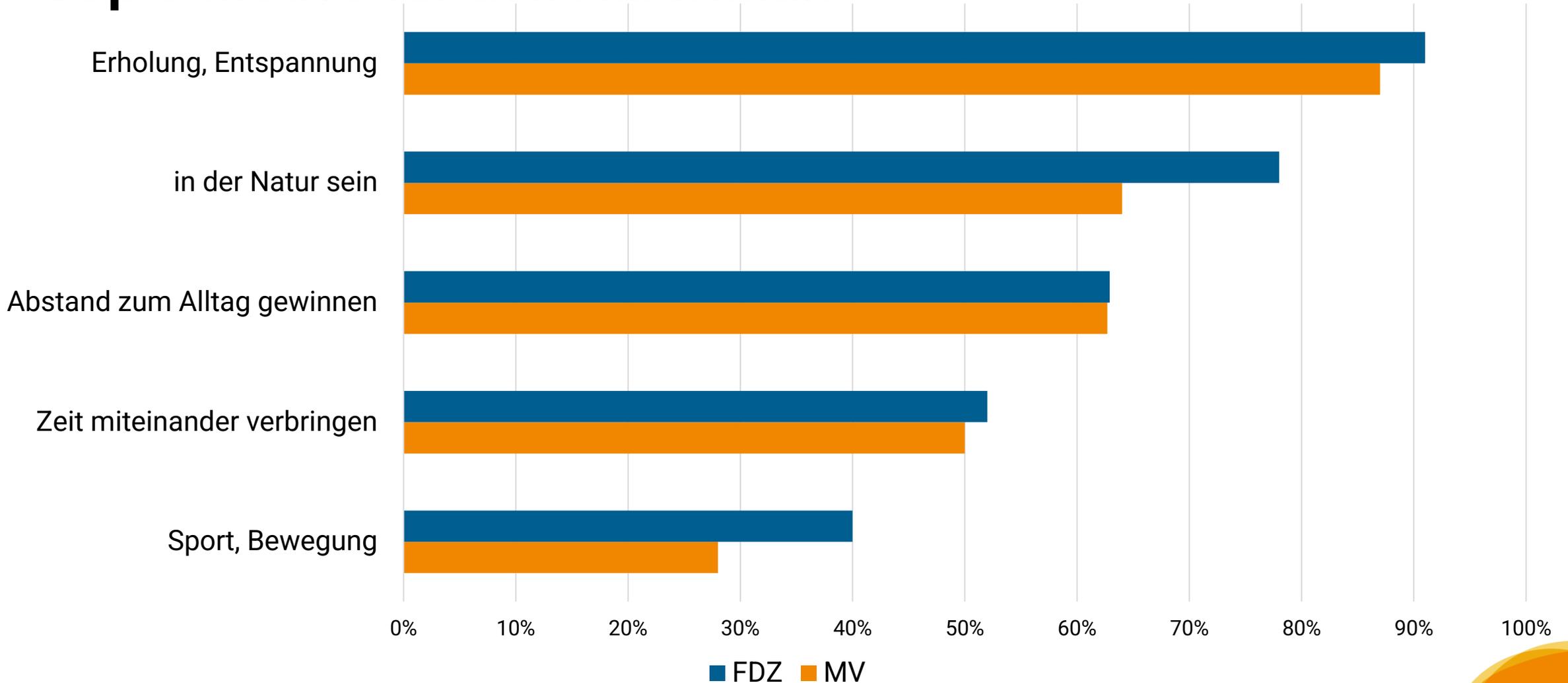
78 % wollen
in die Natur

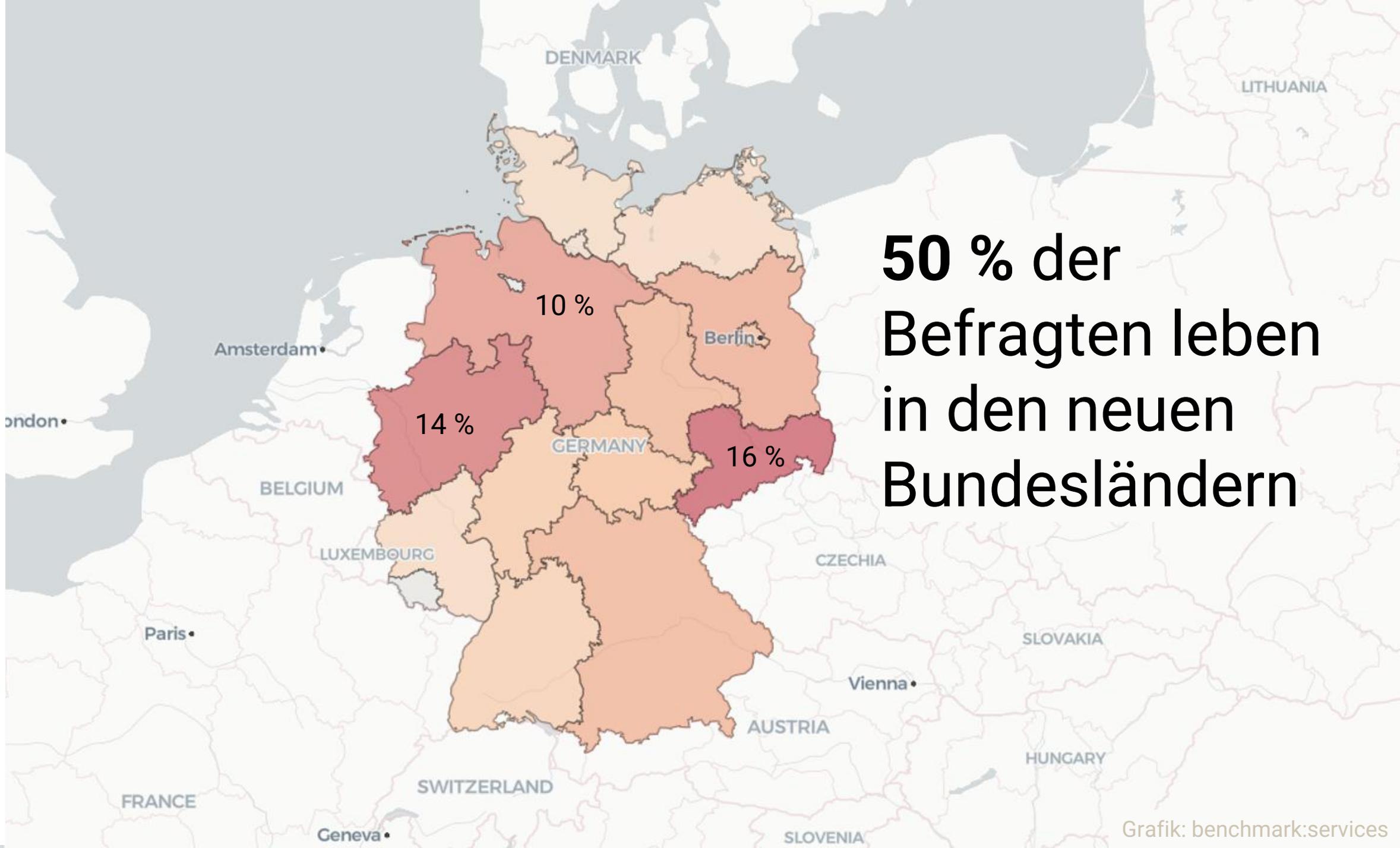
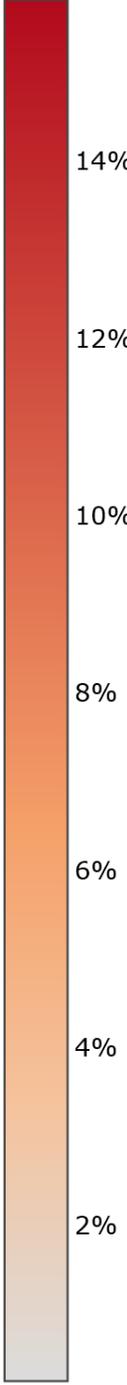
Fotos: KI generiert



Fischland-Darß-Zingst

Top 5 Motive für den Aufenthalt

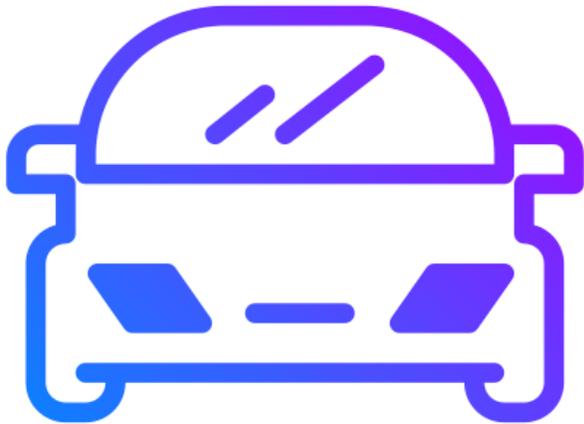




50 % der Befragten leben in den neuen Bundesländern

Verkehrsmittel für die Anreise

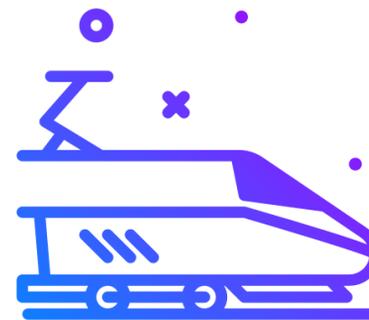
80 %
PKW



9 %
E-PKW



6 %
Bahn



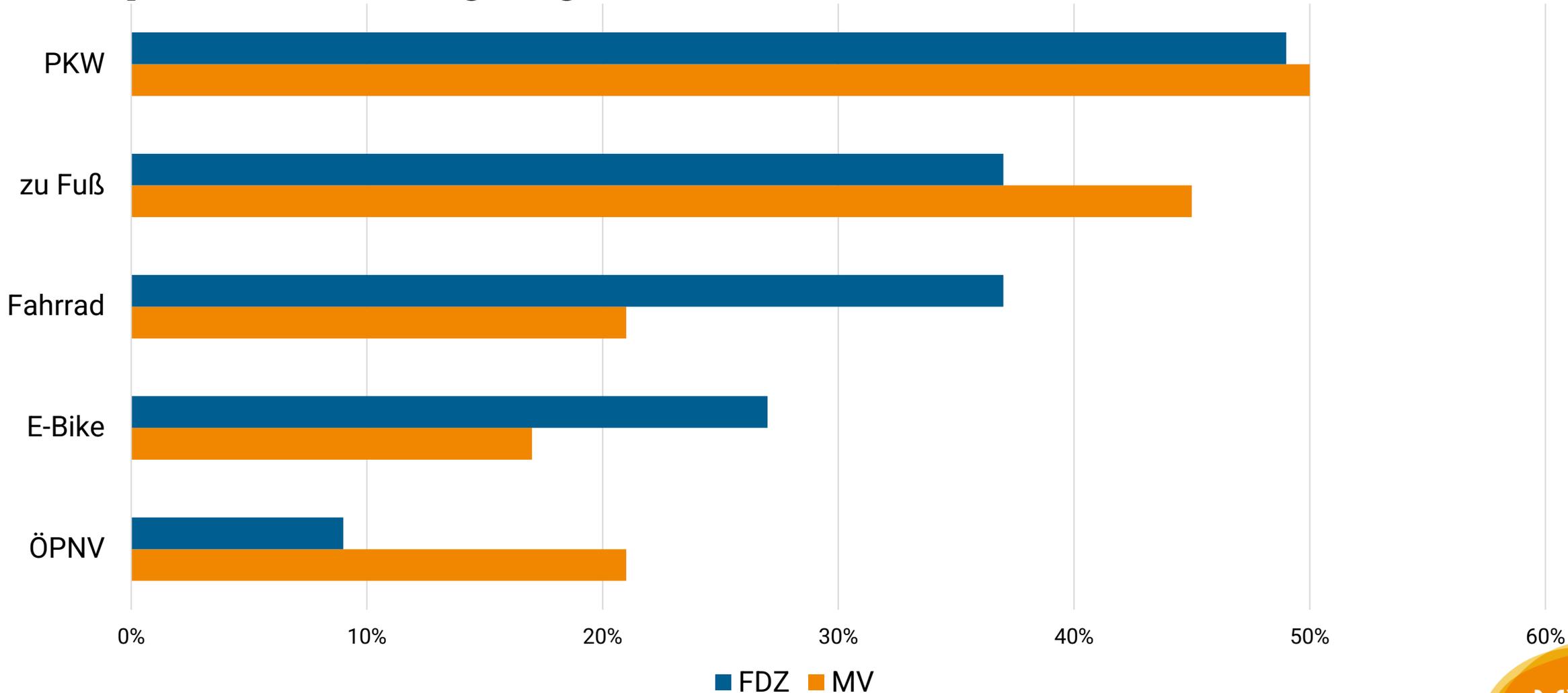
3,5 %
Caravan





Fischland-Darß-Zingst

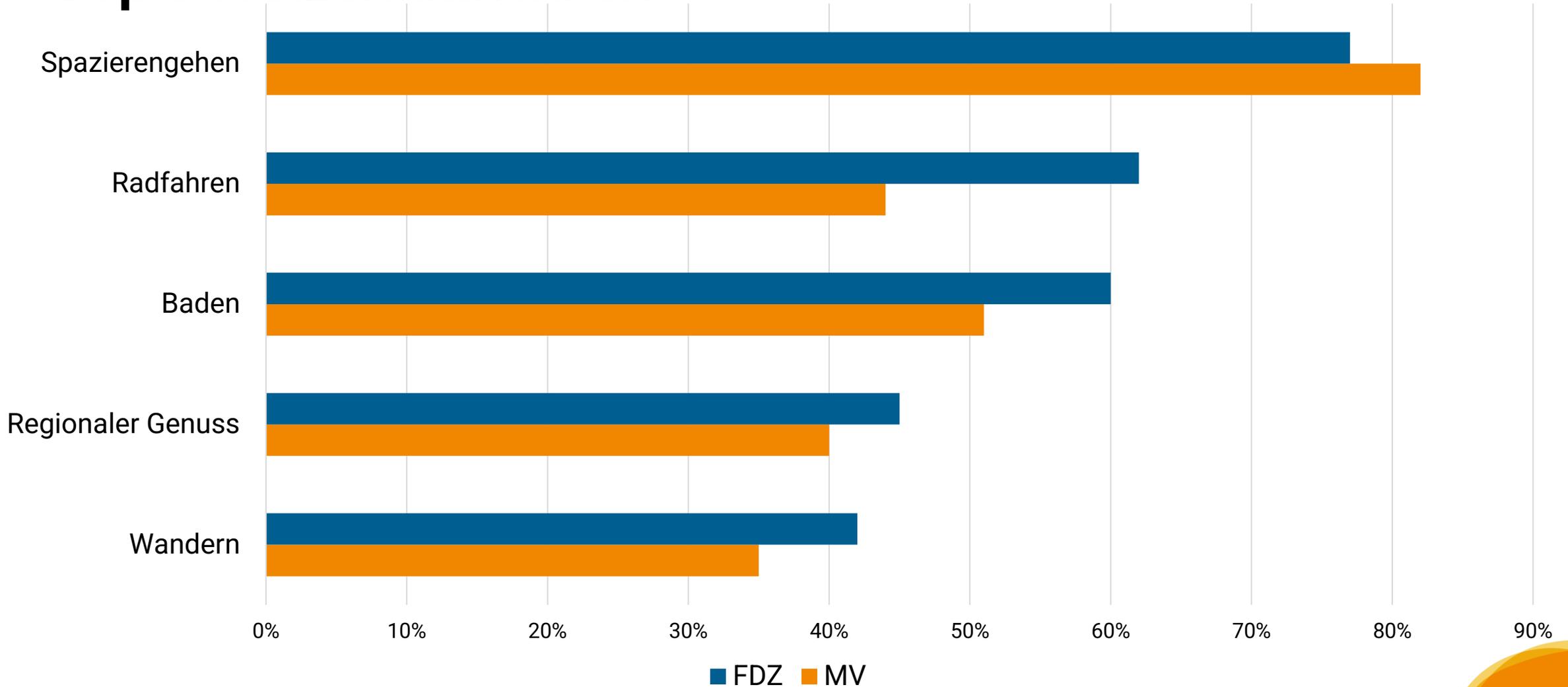
Top 5 Fortbewegung vor Ort





Fischland-Darß-Zingst

Top 5 Freizeitaktivitäten





Fischland-Darß-Zingst

Verpflegung im Urlaub

Ø 4,3

Restaurant-
besuche



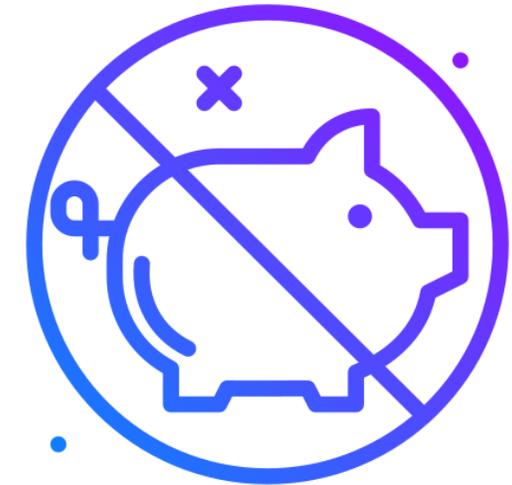
Ø 5,2

Imbiss*-
besuche



7 %

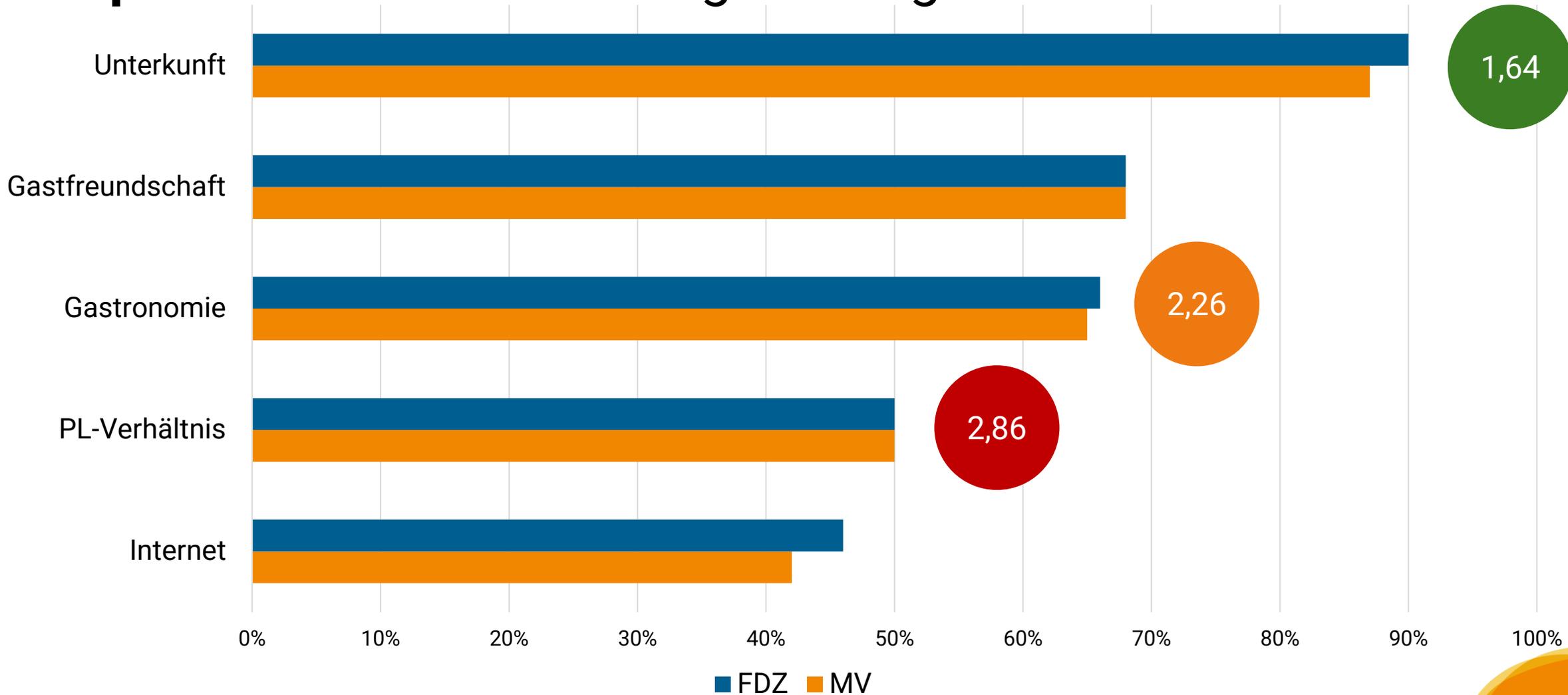
vegetarisch/
vegan





Fischland-Darß-Zingst

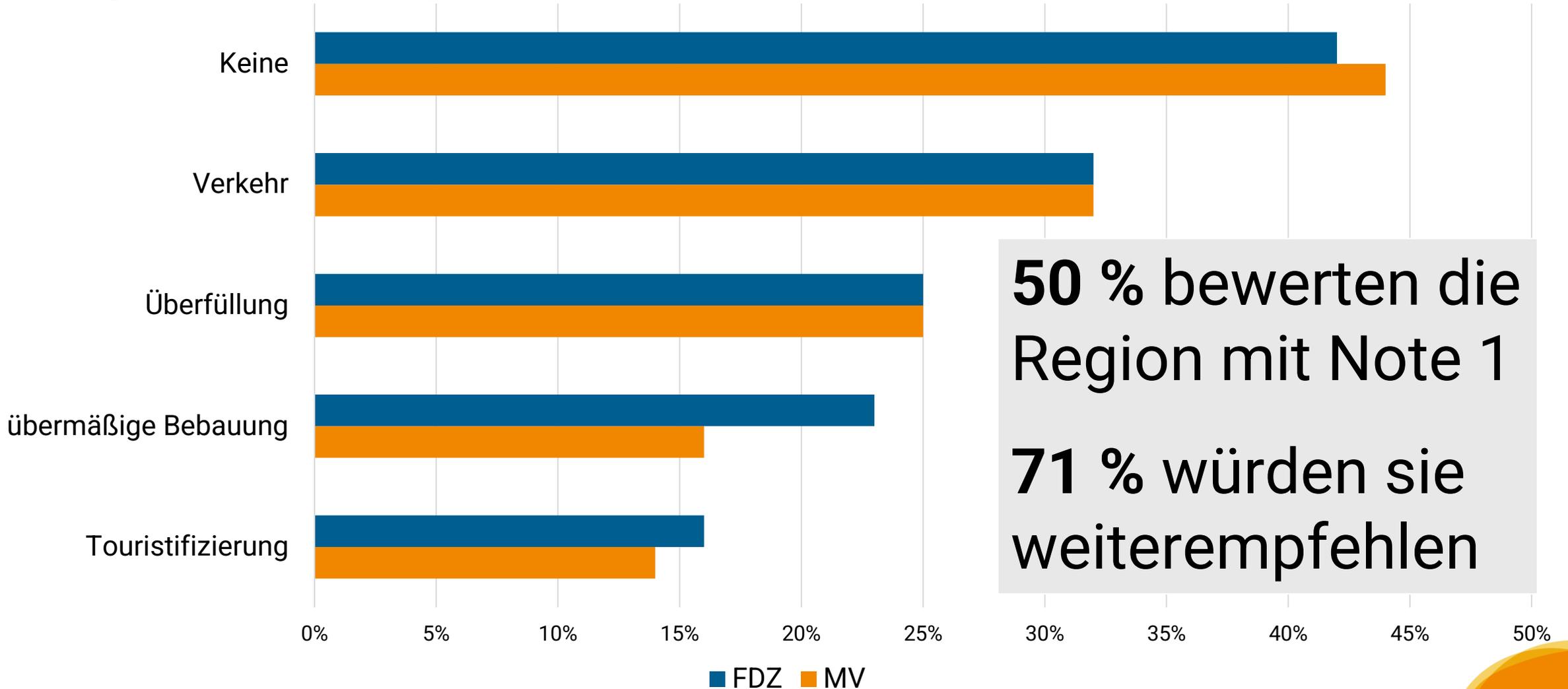
Top 5 Relevanz & Benotung der Angebotsfaktoren





Fischland-Darß-Zingst

Top 5 Belastungen durch den Tourismus



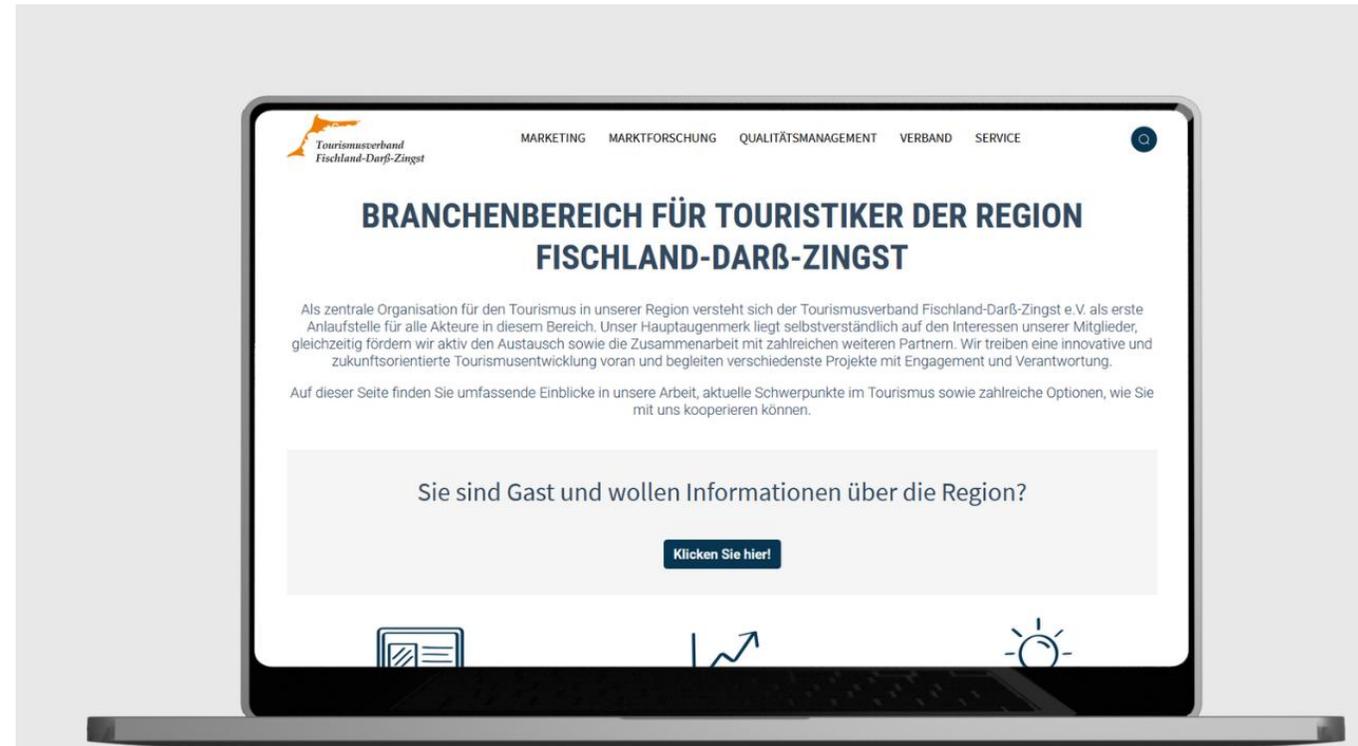
50 % bewerten die Region mit Note 1
71 % würden sie weiterempfehlen



Launch unserer neuen B2B-Webseite

**Informationsplattform für
Gastgeber, Dienstleister und
Partner der Region, u.a. zu**

- Marketing & Kommunikation
- Marktforschung
- Qualitätsmanagement
- Verband, Gremienarbeit,
Presse & Service
- Branchen-Newsletter



www.tv-fdz.de

„Zwischen Strandkorb und Bushaltestelle: Wie clevere Mobilitätsideen den Tourismus voranbringen und Gäste wie Regionen ins Rollen kommen“



Iris Hegemann

Leitung Kooperationen & Fachthemen beim Deutschen
Tourismusverband e. V.

Zwischen Strandkorb und Bushaltestelle:

**Wie clevere Mobilitätsideen den Tourismus voranbringen und Gäste
wie Regionen ins Rollen kommen**

Iris Hegemann, Leitung Kooperationen & Fachthemen



Wir machen den Tourismus stark. In Deutschland.

Der Deutsche Tourismusverband ist der Dachverband der Tourismusorganisationen der Länder, Regionen und Orte in Deutschland. Wir sind Interessenvertreter, Netzwerker und Impulsgeber für den Deutschlandtourismus und setzen uns dafür ein, den Wirtschaftsfaktor Tourismus in Deutschland zu stärken, die touristische Infrastruktur bedarfsgerecht auszubauen und einen nachhaltigen Qualitätstourismus zu entwickeln.

Wirtschaftsfaktor Tourismus in Deutschland

Wirtschaftliche Kennzahlen für das Jahr 2019



2,8 Mio. Erwerbstätige waren 2019 in Deutschland direkt im Tourismus beschäftigt. Das sind **6,1 %** der gesamten Erwerbstätigen im Inland.

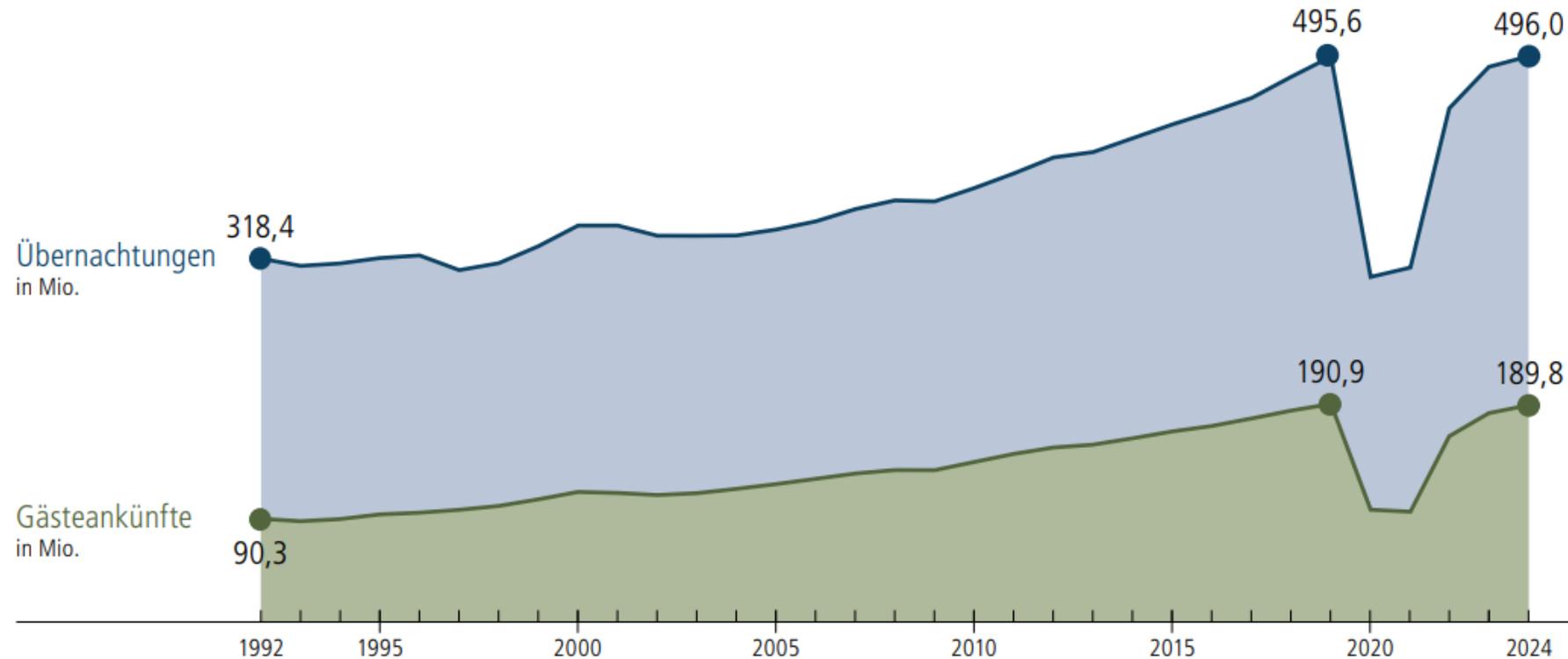
Hinzu kamen **1,3 Mio.** Personen, die indirekt für den Tourismus tätig waren. Damit hingen 2019 **4,1 Mio.** bzw. **9 %** der Erwerbstätigen vom Tourismus ab.



Der inländische Tourismus hat 2019 **123,8 Mrd. Euro** erwirtschaftet. Das entspricht **3,99 %** der Bruttowertschöpfung Deutschlands.

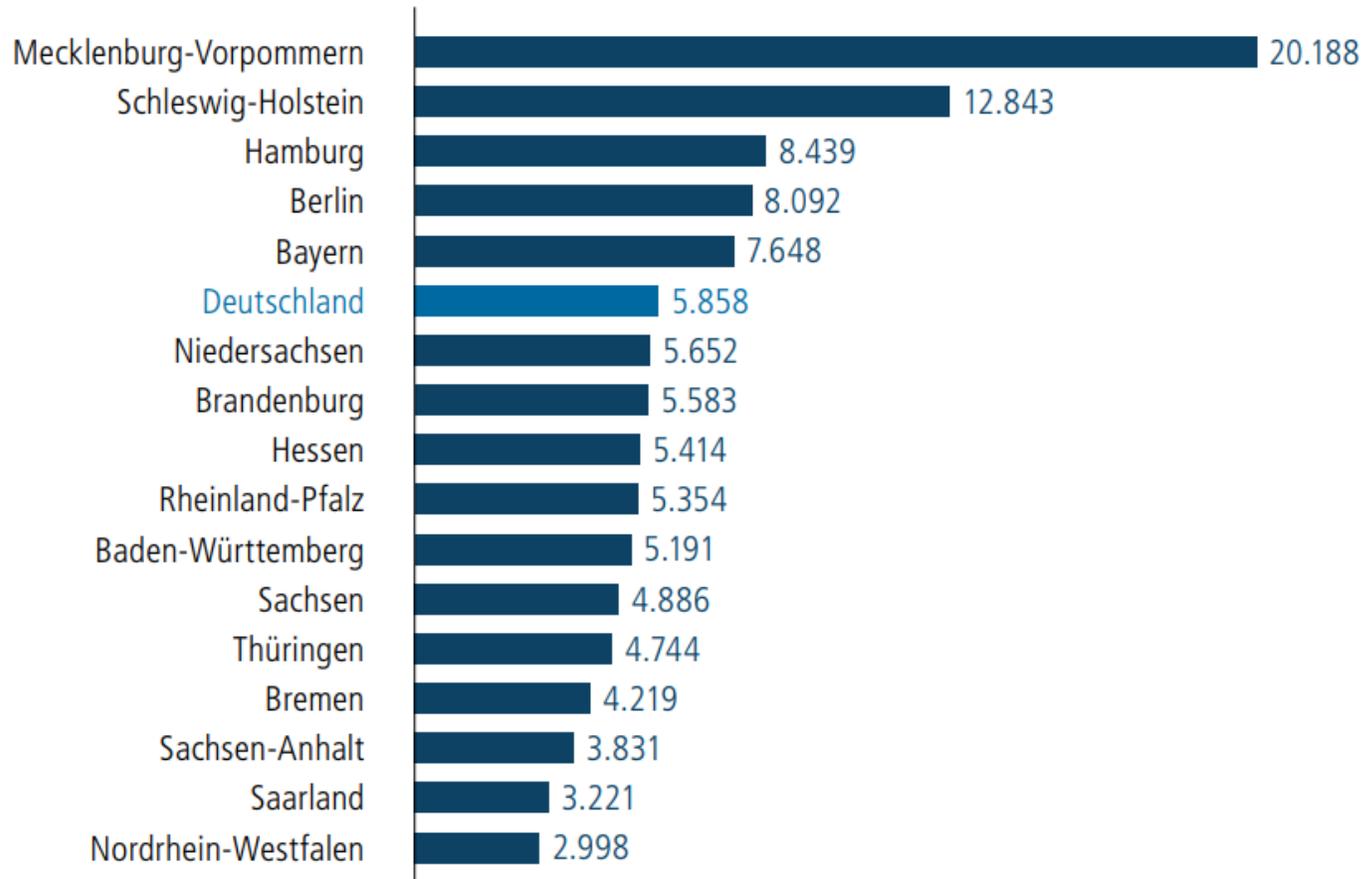
Inklusive der indirekten touristischen Produktion erhöht sich die tourismusbedingte Bruttowertschöpfung auf **216,2 Mrd. Euro** bzw. **6,96 %**.

Rekord 2024: So viele Übernachtungen wie noch nie

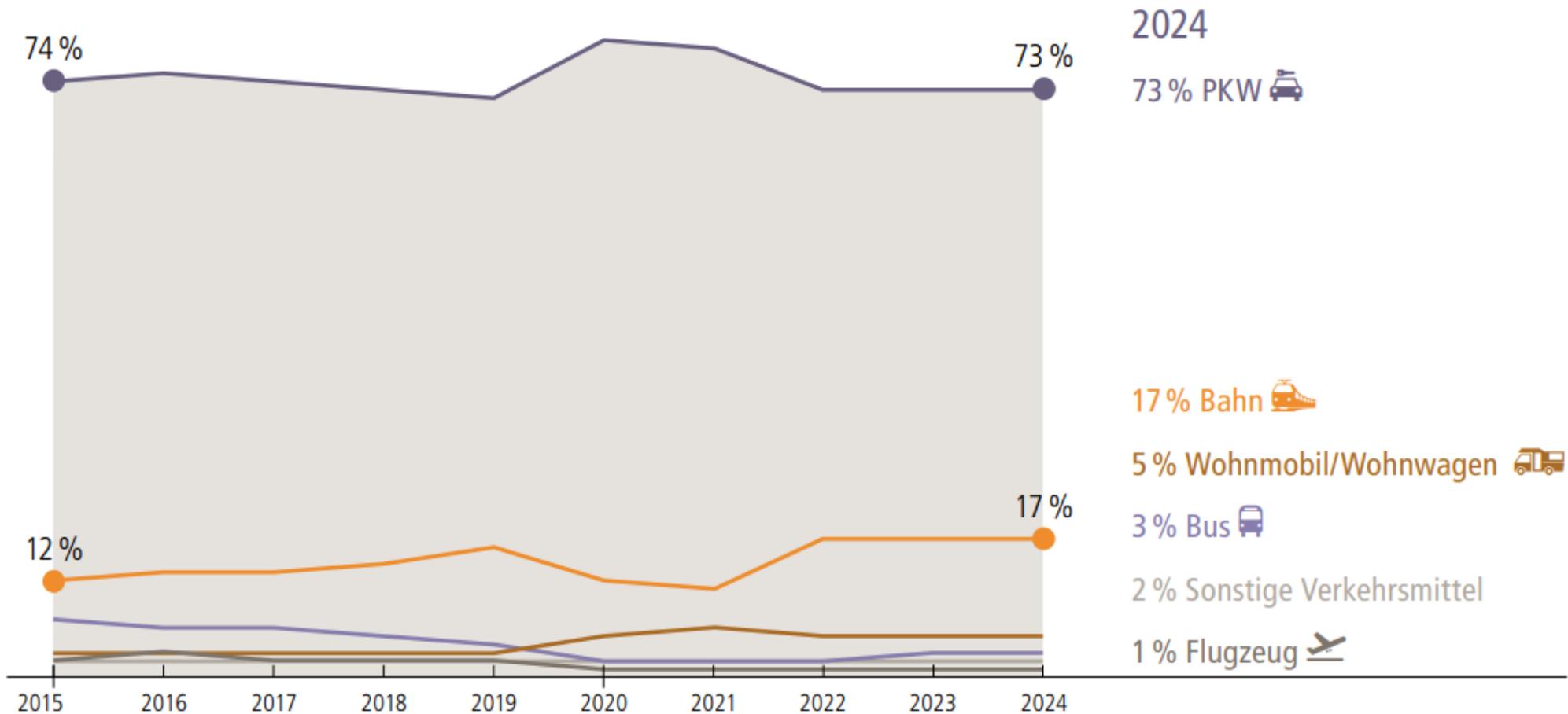


Tourismusintensität im Bundesvergleich

Übernachtungen je 1.000 Einwohner*

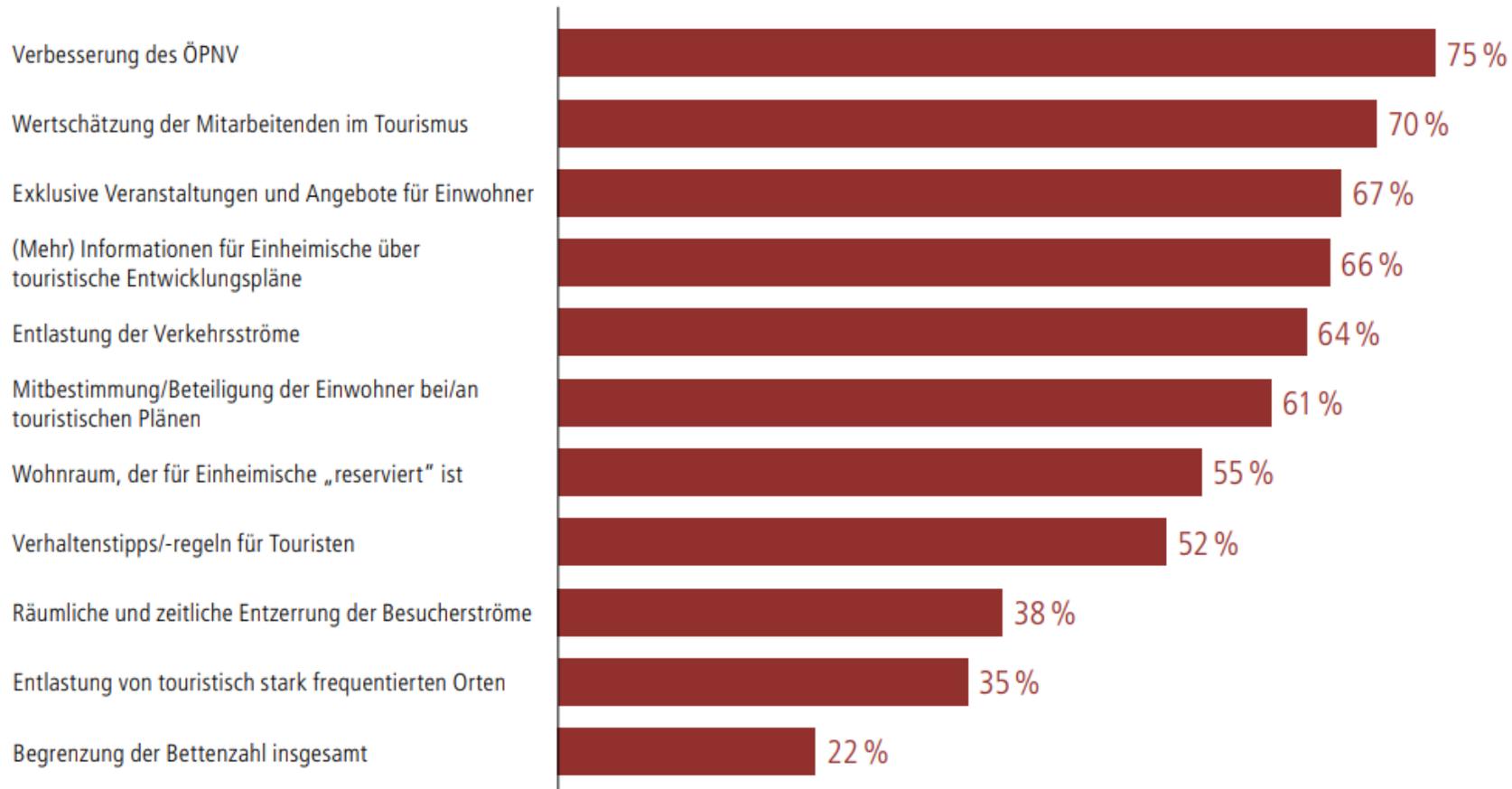


Mit dem Auto in den Deutschlandurlaub

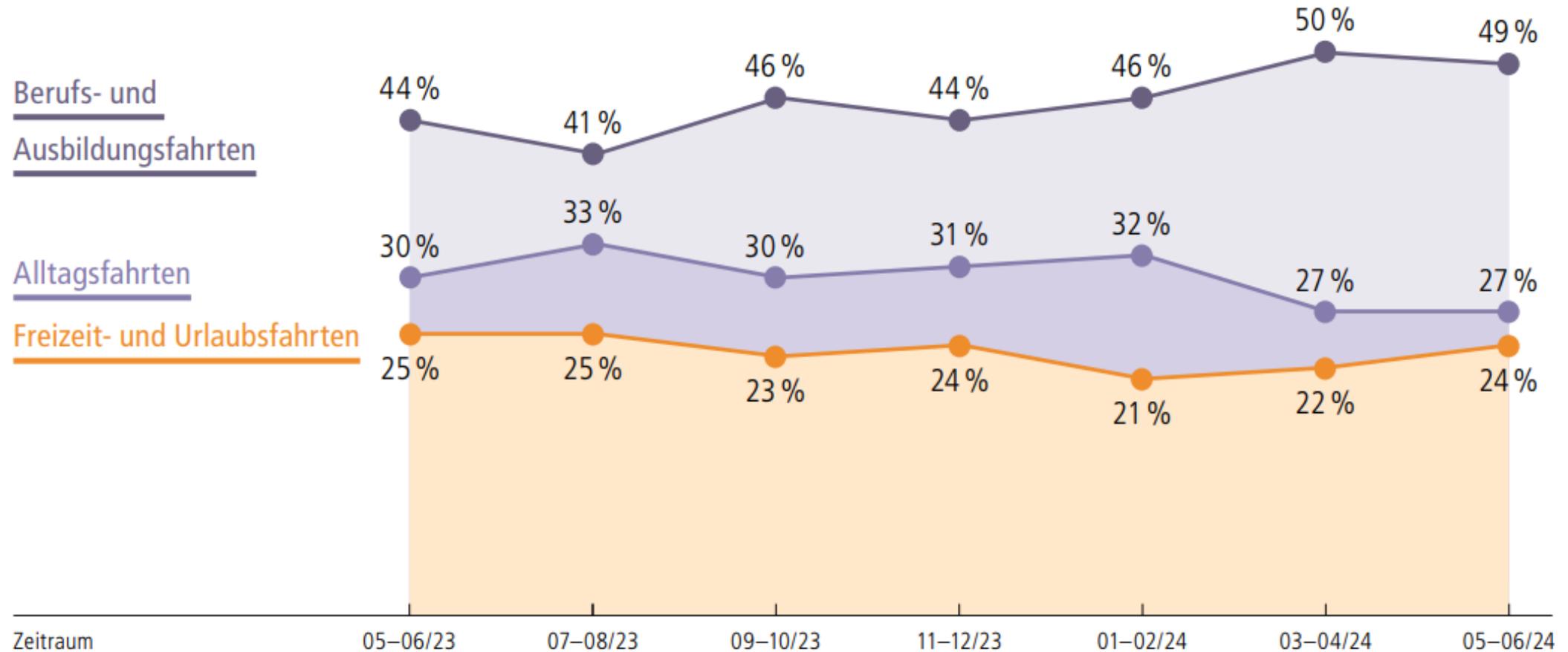


Maßnahmen zur Steigerung der Tourismusakzeptanz

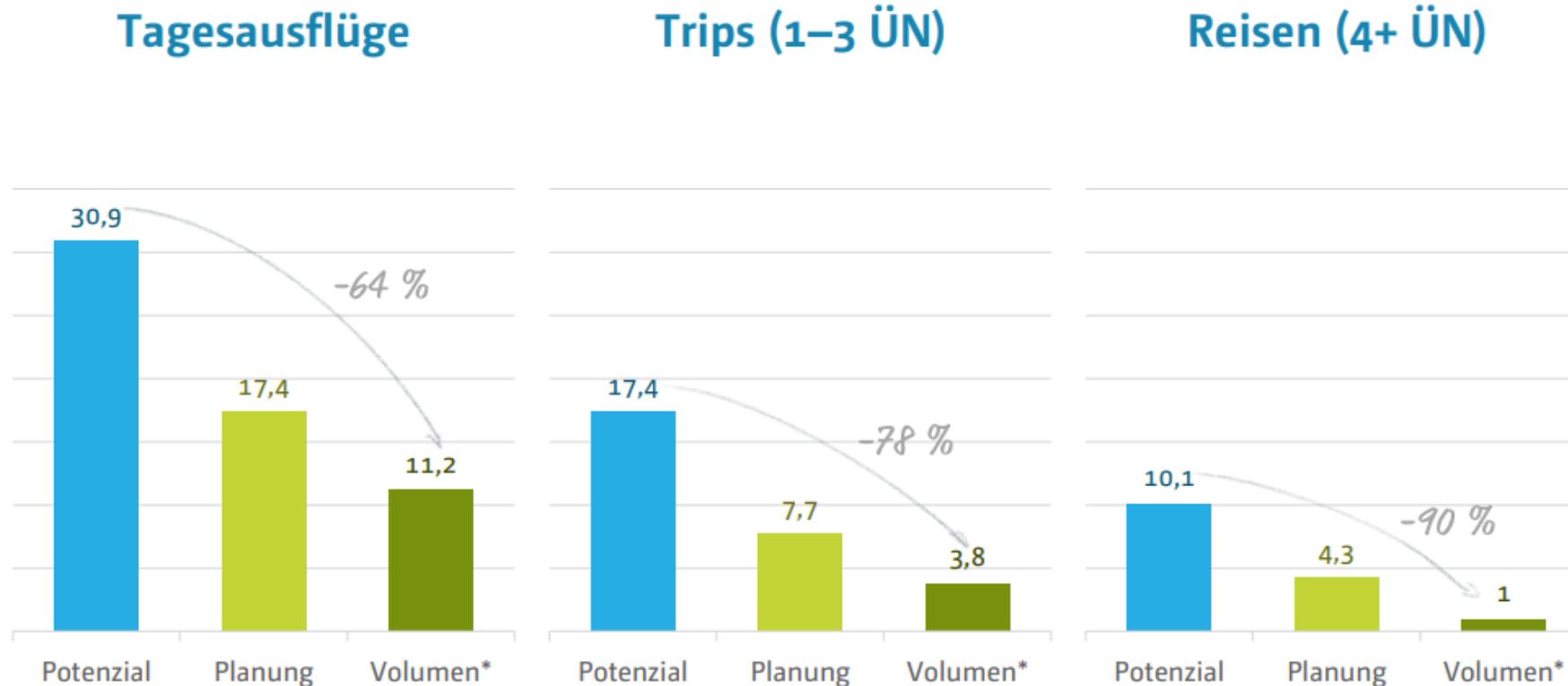
Reduzierung negativer Effekte des Tourismus - Zustimmungswerte der Einheimischen*



Deutschlandticket: Knapp jede 4. Fahrt ist eine Freizeit- oder Urlaubsfahrt



Fahrradtourismus: Wie aktivieren wir das Potenzial



Quelle: eigene Berechnungen auf Basis BMDV/SINUS 2023
Potenzial: „... kommt für mich infrage“; Planung: „Plane ich“
*Volumen: „in den letzten zwei Jahren ... gemacht“



Netzwerkforum Mobilität



ÖPNV WIRKT.
FÜR DICH.
FÜR ALLE.

ZUKUNFT
NAH
VERKEHR

ZUKUNFT
NAH
VERKEHR

ZUKUNFT NAHVERKEHR

36%

ÖPNV & Tourismus

Neu denken, gemeinsam handeln

DENK
DENK
DENKRAUM
RAUM
RAUM

ZUKUNFT
NAH
VERKEHR X SZ Institut



Wie können Tourismus und ÖPNV
zusammenwirken, um gemeinsam
nachhaltige, attraktive und clevere
Reiseangebote zu schaffen?

LEITFRAGE

Neue Narrative & Kommunikation stärken

ÖPNV muss nicht nur funktionieren – er muss begeistern. Damit Mobilitätsangebote als Gewinn wahrgenommen werden, braucht es eine positive, nutzerzentrierte Kommunikation:

- neue Erzählungen, die Bequemlichkeit, Nachhaltigkeit und Erlebniswert verbinden
- starke Bilder für Mehrwerte wie Lebensqualität, Umweltentlastung, Gesundheitsgewinn
- weg vom Beförderungsfall zum hin zum attraktiven Mobilitätsangebot

Kooperationen & iterative Entwicklung

Die Mobilitätswende im Tourismus gelingt nur als Gemeinschaftsleistung:

- bestehende Angebote intelligent vernetzen
- Erfolgsmodelle sichtbar machen und skalieren
- kollaborative Prozesse etablieren – von Pilotprojekten bis Crowdsourcing
- Mobilitätsverantwortlichkeiten in Tourismusregionen als Knotenpunkte etablieren

Neue Metriken & Standards definieren

Was gemessen wird, wird gemacht. Es braucht klare, verbindliche Anforderungen an öffentlich geteilte Mobilität:
(analog zu bestehenden Parkraumschlüsseln)

- Einführung eines verpflichtenden „ÖPNV-Schlüssels“ in Quantität und Qualität
- Qualitätsbewertung von Destinationen anhand von Erreichbarkeit und Komfort

Kooperative Finanzierungsmodelle

Mobilität ist Daseinsvorsorge – aber auch Wirtschaftsfaktor. Die Zukunft liegt in hybriden Finanzierungsmodellen:

- Public-Private-Partnerships (3P)
- Kreuzfinanzierungen zwischen touristischer Wertschöpfung und Mobilitätsangeboten
- Beteiligung von Stakeholdern durch innovative Refinanzierungskonzepte
- Förderkulissen weiterdenken: Mobilität als Standortfaktor

 **AUSGANG** / EXIT
BAHNHOF / SEE **D4**

60.000 € - 80.000 €

pro PKW-Stellplatz



Pragser Wildsee

in Südtirol

Ringbus-Erlebnis

Kreuz und Quer durchs Ammergebirge





Sächsische Schweiz

Nachhaltige Mobilität



*Kandidaten-Perle



SMILE24



**Jetzt
interaktiv
entdecken!**



Projekt SMILE24 – Mobilität neu gedacht

- Projekt und Finanzierung
- „SMILE24“ ist ein umfassendes Mobilitätsmodellprojekt entlang der Schlei (Kreise Schleswig-Flensburg & Rendsburg-Eckernförde).
- Gefördert mit über **30 Mio. €** vom Bundesministerium für Digitales und Verkehr, plus **7 Mio. €** vom Land Schleswig-Holstein. Gesamt etwa **36 Mio. €**.
- Zielsetzung
- Rund-um-die-Uhr-Mobilität (24/7), die Nutzung eines Autos überflüssig macht („Mobil in der Schlei-Region – ganz ohne eigenes Auto“).

Komponenten des Mobilitätsangebots

- **Elektrische Expressbusse:** Verdichteter Fahrplan, stündliche Verbindungen zwischen Kappeln, Schleswig und Eckernförde, auch in der Hauptsaison zusätzliche Tourismuslinien.
- **NAHSHUTTLE (On-Demand):** Rund um die Uhr buchbar per App oder Telefon, bedient ein dichtes Netz (virtuelle & reale Haltestellen in max. 300 m Entfernung), ohne Aufpreis mit Deutschlandticket nutzbar.
- **Bike- & Carsharing:**
 - Bikesharing: Über 50 Stationen, erste 30 Minuten gratis.
 - Carsharing: Elektroautos von Flow und Cambio, flexible Tarife, Ladeinfrastruktur vorhanden.
- **Zentrale Mobilitäts-App:** Planung, Buchung, Bezahlung aller Angebote an einem Ort; integriert ÖPNV, Shuttle, Sharing.
- **Barrierefreiheit & Nahversorgung:** Alle Busse sind barrierefrei (Rampen, Platz für Rollstuhl, Rollator, Kinderwagen). Virtuelle Haltestellen ersetzen lange Fußwege.

Auszeichnung & Wirkung

- Träger des Deutschen Mobilitätspreises 2024 (Kategorie „Praxisbeispiele“).
- Gewinner des Deutschen Tourismuspreises 2024.
- UITP Special Recognition Award 2025 als weltweite Anerkennung – Innovationskraft und Verknüpfung verschiedener Mobilitätsformen.
- **Erfolge & Nutzen:** 50 % mehr ÖPNV-Nutzung seit Deutschlandticket-Einführung.
- Mehr Lebensqualität, klimafreundlich, weniger Auto-Verkehr, soziales Teilhabe (zugänglich für alle).

Herausforderungen

- Finanzierung & Verstetigung
- Betriebskosten & Infrastruktur
- Nachfrageentwicklung
- Politische & administrative Unterstützung
- Akzeptanz & Verhaltensänderung

Aus für Alpen-ICEs: "Schlag ins Gesicht" – Kritik an Bahn-Plänen

Die DB will mehrere Direktverbindungen aus Norddeutschland in Südbayerns Feriengebiete fast komplett streichen, etwa den ICE "Karwendel". In den betroffenen Regionen herrscht Entsetzen, man befürchtet drastische Auswirkungen auf den Tourismus.

Von  Anton Rauch



Marschbahn

Sylt -Hamburg



Tourismus kann ÖPNV

- **Nachfrage schaffen:** Touristen sorgen für zusätzliche Fahrgäste, besonders in Randzeiten und saisonalen Spitzen.
- **Angebote rechtfertigen:** Touristische Nachfrage begründet neue Linien, Taktverdichtungen oder Freizeitverkehre.
- **Wirtschaft stärken:** Zusätzliche Fahrgastzahlen erhöhen Einnahmen und sichern Arbeitsplätze im ÖPNV.
- **Innovation fördern:** Touristische Mobilitätsprojekte (z. B. Gästekarten, On-Demand-Shuttles) treiben neue Lösungen voran.
- **Imagegewinn:** Tourismus positioniert den ÖPNV als erlebbar, nachhaltig und attraktiv.

ÖPNV kann Tourismus

- **Erreichbarkeit sichern:** Gute ÖPNV-Anbindungen machen Destinationen ohne Auto zugänglich.
- **Flexibilität bieten:** Gäste können spontan Ausflüge machen, ohne Parkplatzsuche oder Stau.
- **Nachhaltigkeit stärken:** Klimafreundliche Mobilität ist für Gäste zunehmend ein Entscheidungskriterium.
- **Komfort & Erlebnis steigern:** Mitreisende genießen Landschaft, haben freie Hände für Gepäck oder Fahrräder.
- **Wettbewerbsvorteil schaffen:** Destinationen mit gutem ÖPNV-Angebot sind attraktiver und wettbewerbsfähiger.

Erfolgsfaktoren & Handlungsempfehlungen

- **Niedrigschwellig starten:** Pilotprojekte statt Großkonzepte.
- **Kooperation suchen:** Tourismus + Verkehrsträger + Kommune.
- **Kommunikation:** Sichtbar machen, wie einfach die Mobilitätslösung ist.
- **Daten nutzen:** Digitale Informationen & Verknüpfung über Apps/Portale.
- **Nachhaltigkeit betonen:** Mobilität als Teil des touristischen Qualitätsversprechens.

H FGÖ

Hinweise

zur Berücksichtigung des Freizeitverkehrs bei der Gestaltung des ÖPNV

Ausgabe 2021



Inhaltsübersicht

	Seite
1 Einführung	5
2 Grundlagen	5
2.1 Zur Bedeutung des Freizeitverkehrs	5
2.2 Organisations- und Arbeitsstrukturen im Tourismus	6
2.3 Organisations- und Arbeitsstrukturen im ÖPNV	7
3 Freizeitverkehr und ÖV – eine Bestandsaufnahme	9
3.1 Definition/Abgrenzung der Freizeitverkehrsarten	9
3.2 Alltäglicher Freizeitverkehr	10
3.2.1 Verkehrsaufkommen, Modal-Split und Entwicklungspotenziale	10
3.2.2 Rahmenbedingungen und Anforderungen an den ÖPNV	11
3.3 Nicht alltäglicher (touristischer) Freizeitverkehr	12
3.3.1 Verkehrsaufkommen, Modal-Split und Entwicklungspotenziale	12
3.3.2 Rahmenbedingungen und Anforderungen an den ÖV	16
4 Handlungsfelder und Instrumente	18
4.1 Grundsätzliche Angebotsgestaltung	18
4.1.1 Freizeitverkehr als Bestandteil des Gesamtverkehrs	18
4.1.2 Restriktionen für die Angebotsgestaltung	18
4.2 Gestaltungsspielräume bei touristischen Verkehren	19
4.2.1 Bedienzeiträume	19
4.2.2 Fahrtenhäufigkeit und Anschlüsse	19
4.2.3 Bahnhöfe und Haltestellen	20
4.2.4 Fahrzeuge und Personal	20
4.2.5 Verlässlichkeit des Angebotes	21
4.3 Marketing und Service	21
4.3.1 Information und Public Awareness	21
4.3.2 Dienstleistungsmentalität und Zusatzleistungen	22
4.4 Gestaltung und Vertrieb von Tarifangeboten	22
4.5 Handlungsfelder und Instrumente im Freizeitverkehr	23
5 Praxisbeispiele	25
6 Ausblick und offene Fragen	32
7 Literaturverzeichnis	33
8 Abkürzungsverzeichnis	35

Ausblick & Fazit

- Gäste wählen zunehmend Reiseziele nach Erreichbarkeit & Mobilität.
- Mobilität ist keine Nebensache, sondern Kernbestandteil touristischer Qualität.
- Fazit in einem Satz: *„Zwischen Strandkorb und Bushaltestelle entscheidet sich, ob Urlaub wirklich entspannt, nachhaltig und zukunftsfähig ist.“*

Vielen Dank!

Dipl. Geogr. Iris Hegemann
Leitung Kooperationen & Fachthemen
Tel.: 030 / 856 215 -112
hegemann@deutschertourismusverband.de
<https://www.linkedin.com/in/iris-hegemann>

Podiumsdiskussion

mit Anja Sylvester (LandLogistik GmbH),
Knut Schäfer (Weiße Flotte) und Ulrich Sehl
(VVR)



Podiumsdiskussion



Anja Sylvester
Geschäftsführerin LandLogistik GmbH

LAND.**LOGiSTiK**

**LandLogistik -
immer in Bewegung**

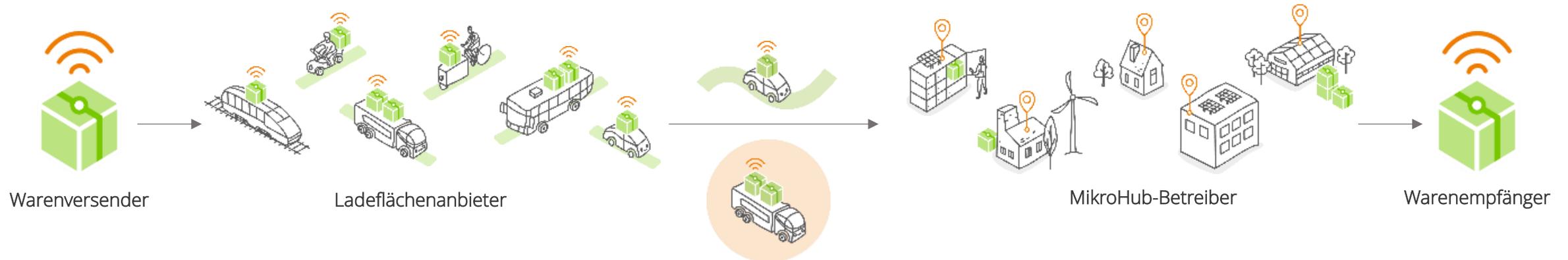


landlogistik.eu

LandLogistik verknüpft vorhandene Ladeflächen aller Verkehrsmittel im Personen- und Güterverkehr zu einem neuen Logistikangebot.

Mit unserer digitalen Buchungsplattform »CargoSurfer« schaffen wir Transparenz und erzielen so eine effiziente Auslastung vorhandener Kapazitäten.

Das stärkt regionale Wirtschaftskreisläufe, Nachhaltigkeit und die Nahversorgung im ländlichen Raum.



Digitale
**Vermittlungs-
plattform** für
ungenutzte
Ladeflächen im
Personen- und
Güterverkehr

Versenden
leicht
gemacht!

Willkommen!



Benutzername oder E-Mail

Passwort

LOGIN

Passwort vergessen?

Barrierefrei 



cargosurfer.eu

Podiumsdiskussion



Knut Schäfer
Geschäftsführer Weiße Flotte GmbH



Nachhaltige Mobilität und Tourismus ÖPNV auf dem Wasser

ÖPNV auf dem Wasser

Nutzung vorhandener Wasserwege → Entlastung von Straßen, Brücken und Tunneln

Stau- und baustellenunabhängig → hohe Zuverlässigkeit

Attraktiv für Einheimische **und** Touristen → Steigerung der Lebensqualität in stark frequentierten Regionen

Barrierearme Zugänge für Fahrräder, Kinderwagen und Rollstühle

Hohe Transportkapazität für viele Fahrgäste gleichzeitig

Stärkung regionaler Wertschöpfung (Tourismus, Gastronomie, Hafenwirtschaft)

Flexibel erweiterbar: saisonal, bedarfsorientiert oder taktgebunden

Imagegewinn für Städte/Regionen als Vorreiter nachhaltiger Mobilität

Best Practice: Gästekarte im Mönchgut

Gästekarte-Inklusivleistungen:

- Kostenfreie Schiffsfahrten ab vier Inselhäfen

Gästekarte-Ermäßigungsleistungen:

- 25% Rabatt auf Robbenfahrten
- 25 % Rabatt auf Vilm-Exkursionen
- 50% Rabatt auf Fahrten nach Lauterbach



#FREIFAHRTSCHEIN

Schiff
Bäderbahn
Ortsbus
BUSkam
Linienbus

Best Practice: ÖPNV im Auftrag des BVG Berlin

Solar-Elektro-Fähren

- Insgesamt sechs Solarfähren in der Flotte
- Aufladung via Sonnenenergie und Landstrom möglich
- Einsparung von ca. 22,2 t CO² pro Jahr/Schiff
- Bis zu vier „Fährbären“ fahren täglich in Berlin



Best Practice: Hybridfähren in Rostock

Warnow-Fähren

- Hybridisierung von 2 Auto-/Personenfähren
- Täglich bis zu 20 Stunden im Betrieb (365 Tage im Jahr)
- Dieserverbrauch um 40% & Motorbetriebsstd. um 75% reduziert
- Mit Deutschlandticket nutzbar



Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

Sprechen Sie uns gerne an.

Kontakt:

Knut Schäfer, Geschäftsführer

knut.schaefer@weisse-flotte.de

Weisse Flotte GmbH

Fährstraße 16, 18439 Stralsund

www.weisse-flotte.de

Podiumsdiskussion



Ulrich Sehl

Geschäftsführer der Verkehrsgesellschaft Vorpommern-
Rügen mbH

*„Die Verkehrsgesellschaft Vorpommern-Rügen mbH als
Mobilitätsdienstleister in der Region“*

Dierhagen, den 18.09.2025

Verkehrsgesellschaft Vorpommern-Rügen mbH

- Beauftragung durch öffentlichen Dienstleistungsauftrag 09/2035
- Landkreis Vorpommern-Rügen zu 100% Gesellschafter
- Aufgabenträger ist der Landkreis



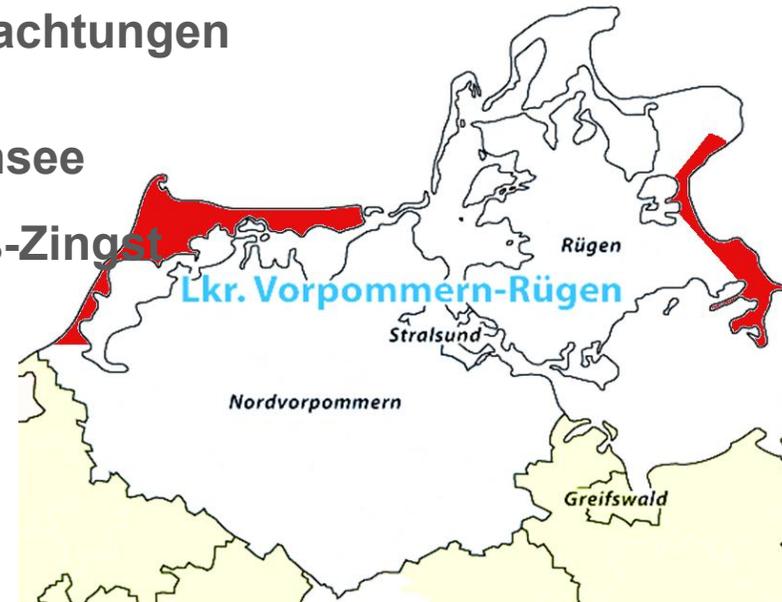
Mobilität im gesamten Landkreis!

- Schülerverkehr
- Regionalverkehr
- Stadtverkehr
- Touristische Verkehre
- Rufbusverkehre

Was prägt das VVR-Liniennetz?

Tourismus

- **Tourismusregion mit über 10 Mio. Übernachtungen**
(Beherbergungsbetriebe mit mind. 10 Betten)
- **6,6 Mio. Übernachtungen Rügen / Hiddensee**
- **3,1 Mio. Übernachtungen Fischland-Darß-Zingst**
- **0,4 Mio. Übernachtungen Stralsund**
- **Hotspots im Bediengebiet VVR**
 - u.a. Fischland-Darß-Zingst
 - und der Südosten der Insel Rügen



Mit 31% aller touristischen Übernachtungen des Landes im Landkreis in nur 3 Regionen Stralsund, Fischland-Darß-Zingst – Ostküste Rügens ist der Landkreis Tourismusregion Nummer 1 !

Produkte

- Stadtverkehre
- innerörtliche Mobilität
- regionale Mobilität
- überregionale Mobilität
- Rufbussystem

Stralsund, Bergen, Ribnitz-
Damgarten, Sassnitz

Binz, Baabe,
Sellin, Göhren,
(Zingst)

über 80 Linien

L320, L202



Fahrzeuge

- Standardlinienbusse (10m / 12m / 15m / 18m)
- RADzfatz-Angebot - Einsatz von Fahrradanhängern in Tourismusregionen
- Kleinbusse
- Rufbusse



Partnerschaften & Kooperationen

Mit Gemeinden und Gebietskörperschaften gemeinsam den ÖPNV entwickeln!

(1) Tarifprodukte

- Kurkartenregelungen
- Seniorenticket Stralsund („70+“)
- Kombitickets („Bernsteinticket“ u.a.)



(2) Leistungsentwicklung

- Finanzierungsbeitrag zu Angebotsausweitungen (über den Landkreis)
 - Taktverdichtung / -verlängerung / Erschließung / Fahrzeuge

Vielen Dank!

Kontaktdaten:

Ulrich Sehl

Zum Rauhen Berg 1

18507 Grimmen

Mail: ulrich.sehl@vvr-bus.de

Telefon: 038326 / 60 04 10

Mehr Informationen unter:
vvr-bus.de



Fischland-Darß-Zingst

Podiumsdiskussion

»Wie stellt sich die derzeitige Situation der touristischen Mobilität in der Destination Fischland-Darß-Zingst dar, und welche Potenziale und Herausforderungen sind damit verbunden?«



Anja Sylvester
*Geschäftsführerin
LandLogistik GmbH*



Knut Schäfer
*Geschäftsführer Weiße
Flotte GmbH*



Ulrich Sehl
*Geschäftsführer der
Verkehrsgesellschaft
Vorpommern-Rügen mbH*

Mittagspause

13:00 Uhr geht es mit Workshops weiter

Neues aus der Geschäftsstelle

FDZ-Bilddatenbank

- Zentraler Zugang zu hochwertigen Bildern und Videos
- Kostenfreier Zugriff auf professionelle Aufnahmen aus Shootings
- Ideal für Marketing- und Pressearbeit



Neues aus der Geschäftsstelle

B2B-Informationsplattform

- Branchenportal für Gastgeber, Dienstleister und Partner der Region
- Aktuelles aus dem Bereich Marketing, Marktforschung, Qualitätsmanagement, Verband und Presse



Neues aus der Geschäftsstelle

Sie sind noch nicht für den **Branchen-Newsletter** angemeldet?

Melden Sie sich an und verpassen Sie nichts mehr.





Fischland-Darß-Zingst

Workshopsessions



Dominika Mazurkiewicz

*Vorsitzende des Vereins Babsi Community & Senior
Consultant bei BTE Tourismus- und
Regionalberatung*

**Workshop „Traditionelle Küche trifft
pflanzliche Inspiration“**

Raum: Saal



Dr. Alexander Schuler

*Geschäftsführender Gesellschafter & Sprecher der
Geschäftsführung von BTE Tourismus- und
Regionalberatung*

**Workshop „Mobilität 2040 - Gestalten wir
gemeinsam die Wege von
morgen für Fischland-Darß-Zingst“**

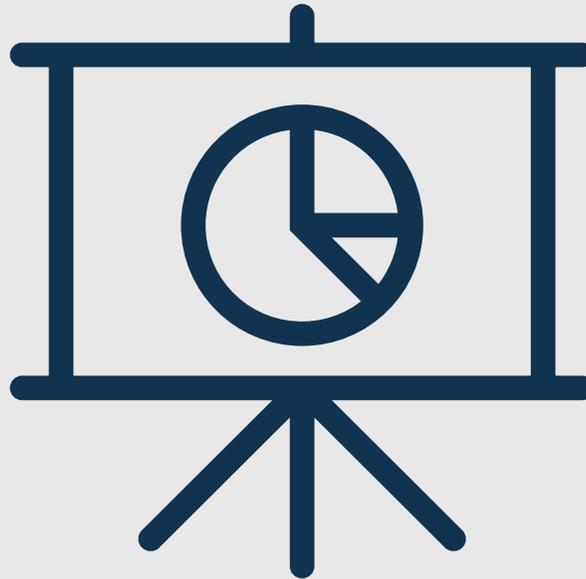
Raum: 4. Etage



Fischland-Darß-Zingst

Ergebniszusammenfassung

mit Dominika Mazurkiewicz und Dr. Alexander Schuler





Fischland-Darß-Zingst

Ausblick & Verabschiedung

mit Thomas Kalweit

18.09.2025

4. Tourismustag Fischland-Darß-Zingst



©TMV/Tiemann

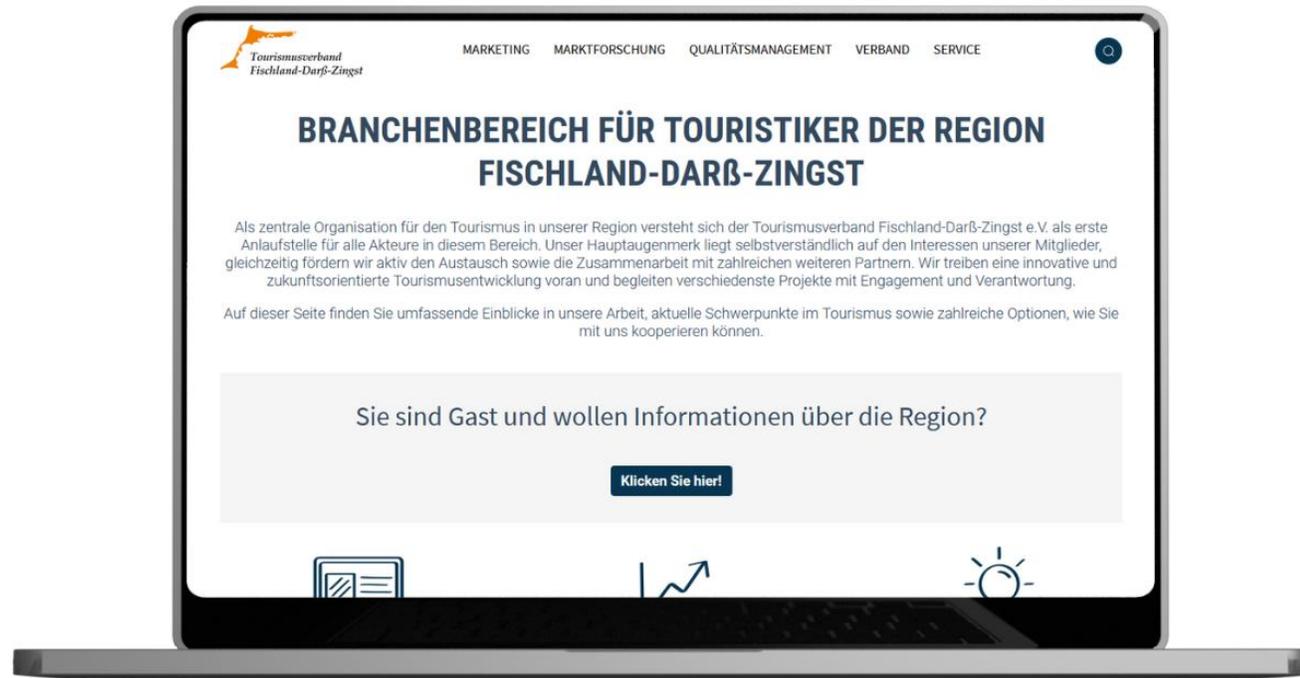
MV 
tut gut.



Fischland-Darß-Zingst

Ausblick & Verabschiedung

Alle Präsentationen und Workshopergebnisse werden im Nachgang auf dem Branchenportal: www.tv-fdz.de hochgeladen.





Fischland-Darß-Zingst

Ausblick & Verabschiedung

Feedback geben! Wie hat Ihnen der Tourismustag gefallen?



Vielen Dank für Ihre Teilnahme!

Wir danken unseren Sponsoren für die freundliche Unterstützung:



Einfach. Sicher. Besser.



Fonds des Landes MV für
Vorpommern
und das östliche Mecklenburg



OSTSEEBAD DIERHAGEN
... zu jeder Jahreszeit

