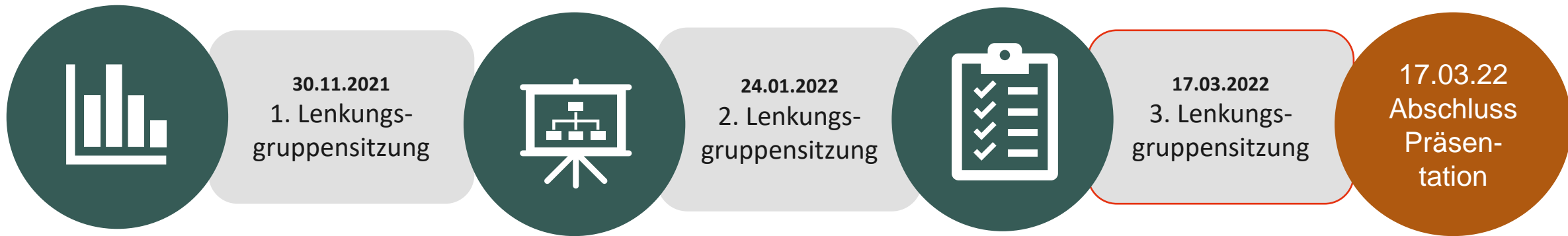


17. März 2022

3. Lenkungsgruppensitzung Entwicklung und Erstellung einer touristischen Konzeptidee in Wolgast, Los 1 Markenkonzept

Das ist der aktuelle Zeitplan des Projektes. Die Vorgabe Beendigung März 2022 wurde eingehalten.



1. Fakten-Analyse und Stärken-Schwächen-Analyse
Ableitung möglicher Handlungsfelder



2. Markenworkshop mit touristischen KnowHow-Träger:innen
3. Ausarbeiten der Handlungsfelder und Projektideen



4. Ausarbeitung des Vermarktungskonzeptes
5. Ausarbeiten der Projekte inklusive Zeit- und Ressourcenplan



Diese Projekte wurden in der letzten Lenkungsgruppe beschlossen und weiter ausgearbeitet.

HF Ausbaukonzept Hafen und Spitzenhörnbucht	HF City/Event- Kultur- Management	HF Standort-marketing für drei Zielgruppen	HF Stärkung tourist. und marit. WSK
Runder Tisch maritime Akteur:innen	Arbeitskreis Innenstadtverant- wortliche	Erstellen eines Vermarktungs- konzepts	Aufbau eines Unternehmens- services
Erstellen eines Nutzungskonzepts	Netzwerk Kulturschaffende	Umsetzen des Vermarktungs- konzepts	Evaluierung und Weiterentwicklung des EGZ Wolgast

Diese Projekte werden von der Stadtverwaltung ausgearbeitet.

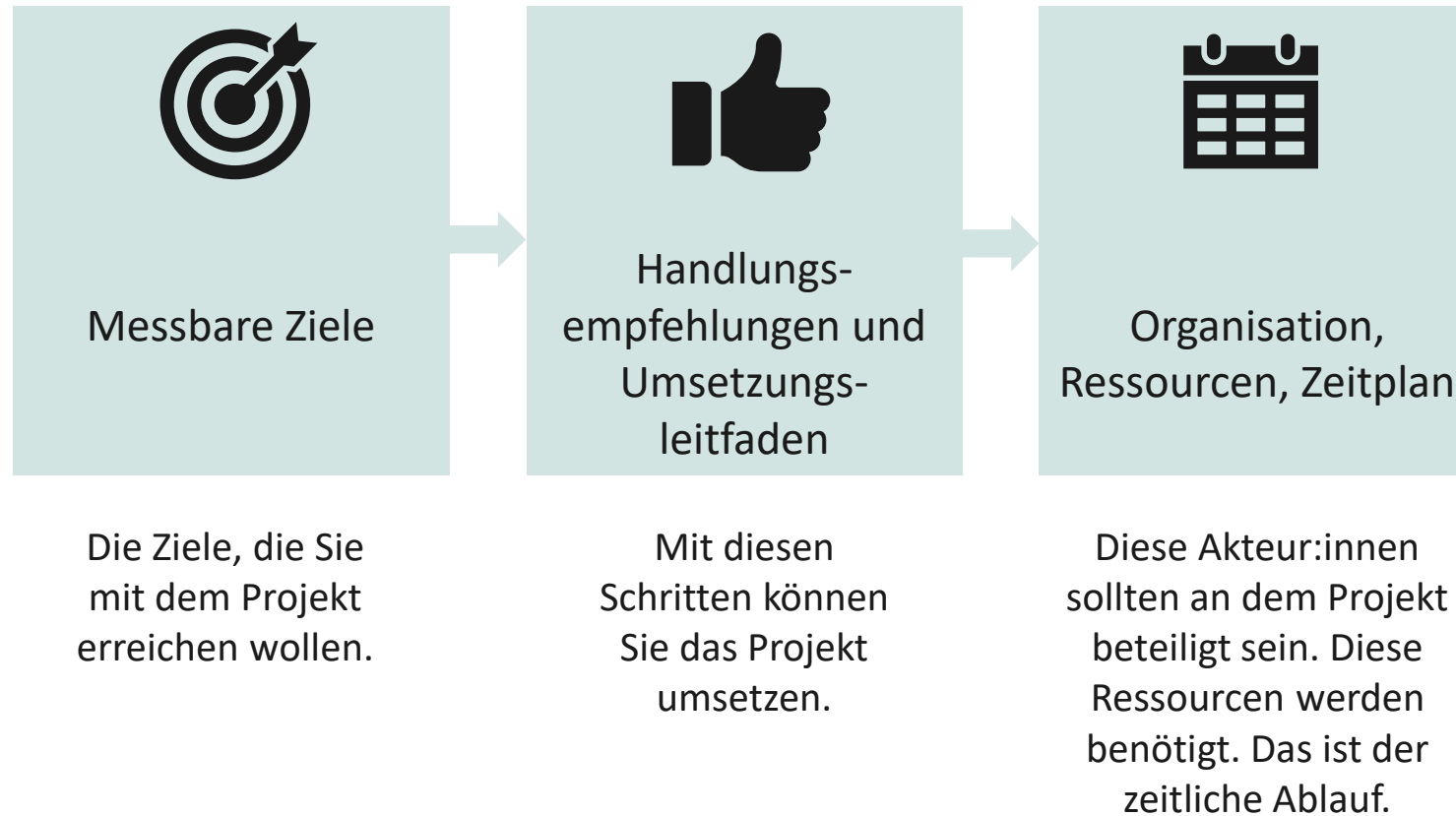
HF
Ausbaukonzept
Hafen und
Spitzenhörnbucht

Überprüfung des
Emissionsschutz-
gutachtens

HF
**Infra-
struktur-
Masterplan**

Machbarkeitsstudie
Seebühne

So haben wir jedes Projekt ausgearbeitet:

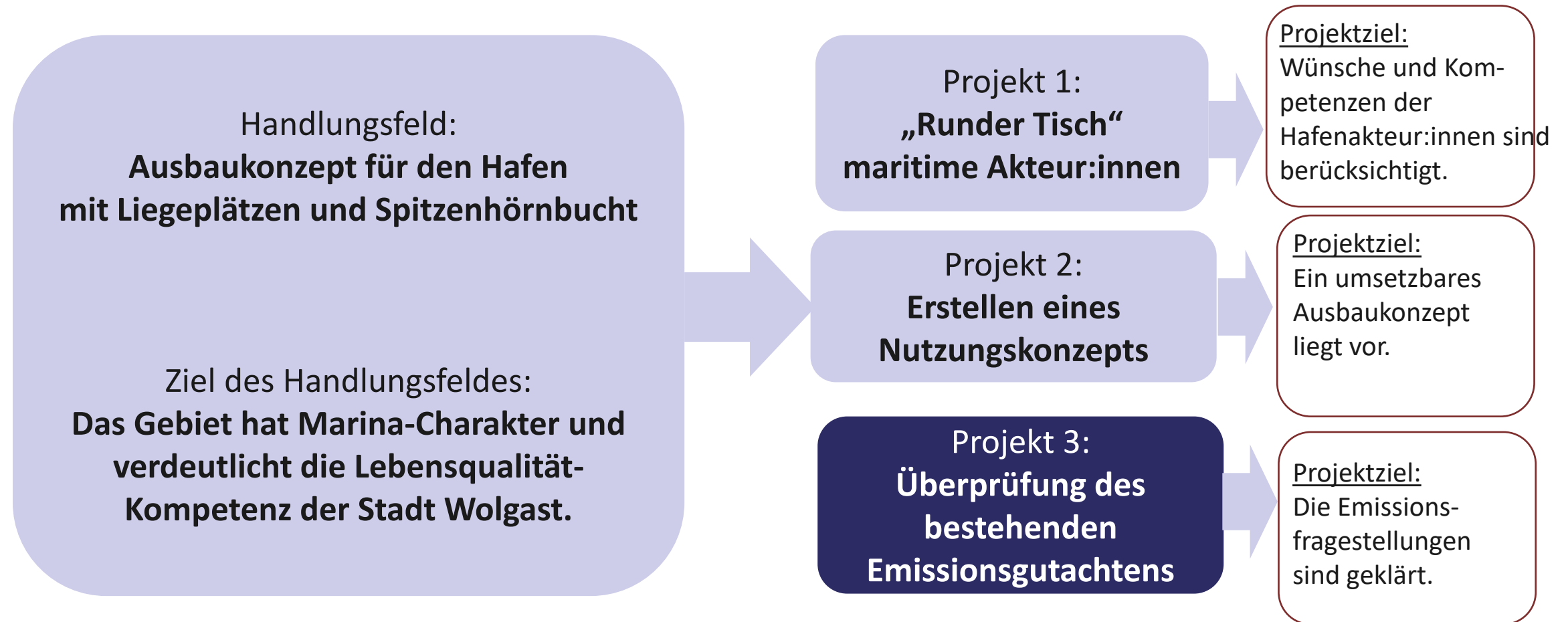


Als Gesamtprojektleiter zur Umsetzung aller Projekte schlagen wir 2. Bürgermeister Ralf Fischer vor.

1. Handlungsfeld

Ausbaukonzept Hafen mit Liegeplätzen und Spitzenhörnbucht

Diese Projekte wollen Sie im 1. Handlungsfeld „Ausbaukonzept Hafen...“ kurz- und mittelfristig umsetzen:



Projekt 1:
„Runder Tisch“ maritime Akteur:innen

Die Hafenakteur:innen werden eng in die Erstellung des Ausbaukonzepts mit einbezogen.

1. Das Bauamt identifiziert die Hafenakteur:innen. In Frage kommen Gastronomen, Hotelbesitzer, Laden- und Firmenbesitzer, Dienstleister wie Segelschulen und Eigentümer der Liegenschaften.
2. Die Projektleitung entwirft eine Agenda für den runden Tisch. Die Inhalte der Agenda:
 - Ideen von Seiten der Stadt zum Hafenausbau (Liegeplätze, Seebühne, Parkplätze Seebühne, Verschönerung und Ausbau der Hafenpromenade, Informationen und Beschilderung, Wünsche an die Dienstleister und Gastronomen etc.)
 - Ideen und Wünsche von Seiten der Akteur:innen
 - Mögliche Hindernisse zur Realisierung und Lösungen
 - Weitere Vorgehensweise und Verantwortlichkeiten
3. Die Projektleitung lädt per Anschreiben zum runden Tisch ein und führt ihn durch. Der erste fand bereits am 16. März statt.
4. Die Projektleitung bringt die am runden Tisch gesammelten Ideen in die Erstellung des Nutzungskonzepts ein.
5. Die Projektleitung bespricht den Entwurf des Nutzungskonzepts mit dem runden Tisch.
6. Der runde Tisch bewertet das Nutzungskonzept schriftlich.

Projekt 2:
Erstellung eines Nutzungskonzepts

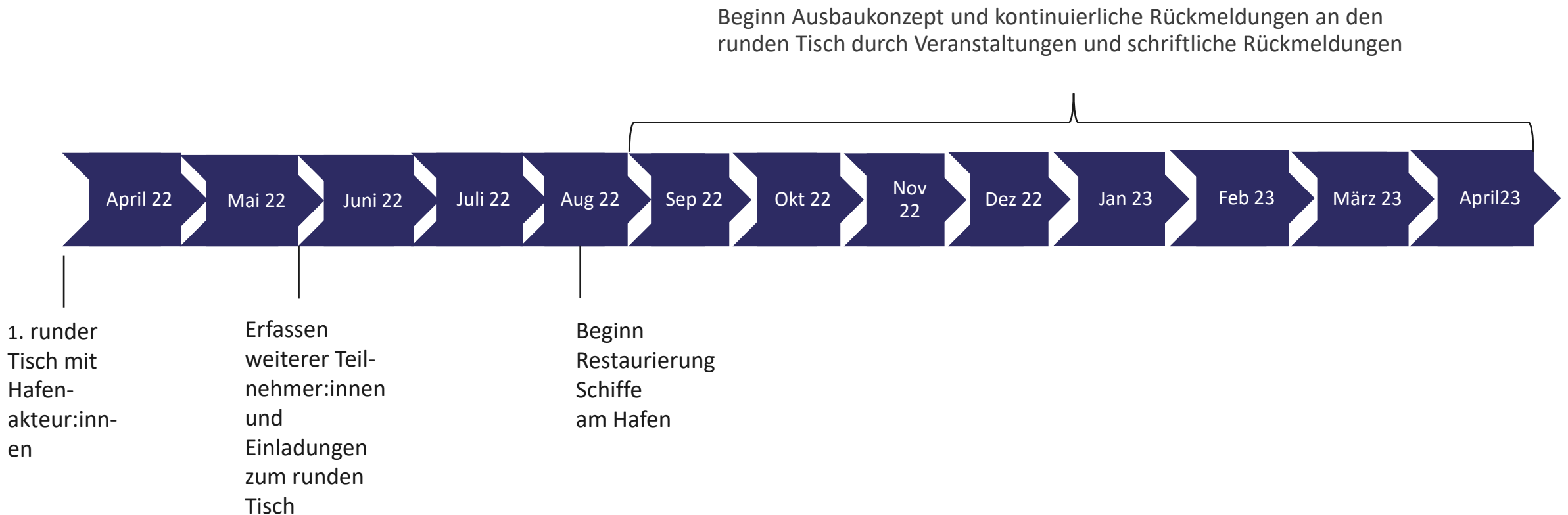
Der Hafen wird analog der beschlossenen Positionierung Wolgasts attraktiv gestaltet.

1. Das Bauamt ermittelt die baulichen Machbarkeiten zum Ausbau des Hafens wasser- und stadtseitig. Dabei werden bereits bestehende Vorschläge aus Los 2 (Standortbewertung) auf Markenkonformität geprüft und eventuell mit berücksichtigt.
2. Die Eigentumsverhältnisse der Liegenschaften zwischen Peenebrücke und Hafen sind zu prüfen.
3. Die bestehende Hafenpromenade wird attraktiver gestaltet und evtl. erweitert. Hierzu sind Ideen des runden Tisches (Projekt 1) einzuholen und gemeinsam auszuarbeiten.
4. Die im Hafen liegenden Boote und Schiffe werden restauriert. Dies kann unter Beteiligung der Bürgerschaft, zum Beispiel im Rahmen eines Ferienprogramms für die Wolgaster Jugend, geschehen.
5. Es wird geprüft, ob das Bürogebäude am Hafen erworben werden kann. Ein Investor wird gesucht, der das Gebäude renoviert und sinnvoll nutzt (z.B. Loft-Wohnungen, Geschäftsbereich im EG).
6. Das Bauamt ermittelt die Möglichkeiten der Spitzenhörnbucht als ergänzendes Wassersportzentrum. Dabei werden ebenfalls die Kompetenzen und Erfahrungen der maritimen Akteur:innen als Basis genutzt (siehe Projekt 1). Das Zentrum muss attraktiv für Übernachtungsgäste sein (z.B. Segelkurse).

Die Seebühne ist das zentrale Objekt des Hafenausbaus.

6. Die Seebühne und dazugehörige Parkmöglichkeiten sind ein gesondertes Projekt, das von der Stadtverwaltung erarbeitet wird.
7. Die Wirtschaftsförderung prüft und beantragt Fördermittel zum Ausbau des Hafens inklusive der Seebühne.
8. Beim Nutzungskonzept sind zu berücksichtigen:
 - Emissionsrechtliche Aspekte (siehe Projekt 3)
 - Die Erfordernisse der Bundeswasserstraße
 - Die Positionierung Wolgasts. Sowohl die Attraktivierung des Hafens als auch ein künftiges Wassersportzentrum sind anhand der Positionierung der Stadt zu gestalten. Es ist zum Beispiel von lärmenden Wassersportarten abzusehen.

Das ist der Zeitplan für die Umsetzung für ein Jahr:



Das ist die Projektorganisation Ausbau Hafen und Spitzenhörnbucht:

Projektleiter „Ausbau Hafen und Spitzenhörnbucht“

```
graph TD; A[Projektleiter „Ausbau Hafen und Spitzenhörnbucht“] --- B[Evtl. externe Dienstleister:innen Nutzungskonzept/ Emissionen]; A --- C[Akteur:innen Hafen (runder Tisch)]; A --- D[Fachbereich II und Wirtschaftsförderung];
```

Evtl. externe
Dienstleister:innen
Nutzungskonzept/
Emissionen

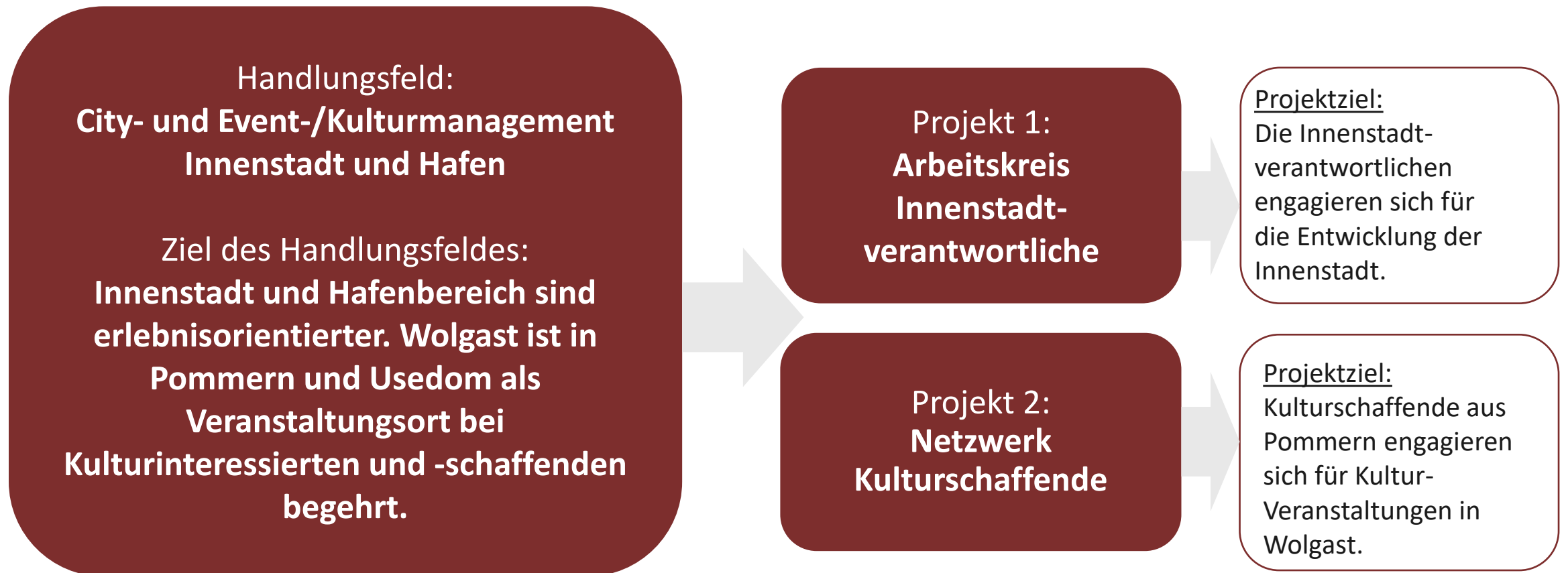
Akteur:innen Hafen
(runder Tisch)

Fachbereich II und
Wirtschaftsförderung

2. Handlungsfeld

City- und Event-/Kulturmanagement Innenstadt und Hafen

Diese Projekte wollen Sie im Handlungsfeld „Citymanagement Innenstadt und Hafen“ kurz- und mittelfristig umsetzen:



Grundsätzlich ist es möglich, einen gemeinsamen Kreis für beide Projekte zu schaffen. Das hängt von der jeweiligen Teilnehmerzahl ab.

Projekt 1:
Arbeitskreis Innenstadtverantwortliche

Eine erfahrene Person für das City- und Kultur/Eventmanagement wird zum 1. Juli eingestellt.

Aufgabenprofil des City- und Kultur/Eventmanagements:

- Verantwortung für das Kultur- und Veranstaltungsprogramm der Stadt Wolgast inklusive Veranstaltungskalender
- Generieren und Ausführen von Ideen für kostendeckende Veranstaltungen (Sponsoring, Werbung etc.)
- Verantwortung für die Kulturstätten der Stadt Wolgast (z.B. künftige Seebühne, Museen)
- Schnüren von Reisepaketen zu Kultur und Veranstaltungen gemeinsam mit der Marketingleitung
- Vermarktung der Innenstadt und des Kulturprogramms in Zusammenarbeit mit der Marketingleitung

Eine erfahrene Person für das City- und Kultur/Eventmanagement wird zum 1. Juli eingestellt.

Aufgabenprofil des City- und Kultur/Eventmanagements:

- Aufbau und Führen des Netzwerks Kulturschaffende (siehe Projekt 2)
- Aufbau und Leitung des Arbeitskreises Innenstadtverantwortliche
- Generieren und Umsetzen von Ideen zur Belebung der Innenstadt und des Hafens (siehe auch HF 1, Hafenausbau)
- Zusammendenken von Shopping- und Gastronomieerlebnissen und Veranstaltungen
- Aufgreifen von Trends im Kultur-, Veranstaltungs-, Gastronomie- und Shoppingbereich

Das Anforderungsprofil beinhaltet Berufserfahrung und Standvermögen.

Anforderungen an die/den City- und Kultur/Eventmanager:in:

- mehrere Jahre Berufserfahrung im Kultur- oder Citymanagement
- idealerweise Kenntnisse über die Kultur Pommerns und die Stadtgeschichte Wolgasts
- idealerweise Kontakte in die Kulturszene Pommerns, z.B. zur Landesbühne
- idealerweise eine Ausbildung im City- und/oder Kulturmanagement
- Durchsetzungsvermögen und Führungsqualitäten

Die Stelle hat eine starke Querschnittsaufgabe in der Durchführung aller Projekte.

Vor der Organisation des Arbeitskreises müssen bisher gescheiterte Aktionen genau analysiert werden.

Der City- und Event/Kulturmanager

1. informiert sich ausführlich über bereits unternommene Versuche, die Innenstadt zu beleben, über Erfolge und über Gründe für das Scheitern von Unternehmungen und des Innenstadtmanagements. Dazu führt sie/er Gespräche mit der Gesamtprojektleitung und anderen Wissensträger:innen. Er wird zur Durchführung der Markenstrategie verpflichtet.
2. führt mit allen Multiplikator:innen der Innenstadt und des Hafens ein persönliches Gespräch, um ein Gefühl für die Situation zu bekommen und ihre Ideen für den Aufbau eines Innenstadtkreises einzuholen. Ziel ist es, die Multiplikator:innen zum Mitmachen zu bewegen und den Arbeitskreis zum Arbeiten zu bringen.
3. initiiert eine den Arbeitskreis unterstützende Öffentlichkeitsarbeit, um auf den Arbeitskreis aufmerksam zu machen. Die erste Mitteilung widmet sich dem neuen Management und den Zielen, es erfolgt die Einladung/Aufruf zum Mitmachen, danach wird regelmäßig über die Arbeit des Arbeitskreises berichtet.
4. entwirft eine interaktive Arbeitskreis-Veranstaltung mit Programm. Das Programm enthält fachlichen Input von seiner Seite.

Der Arbeitskreis Innenstadt entwirft Ideen für deren Belebung.

5. Der Arbeitskreis kommt unter Leitung des City- und Event/Kulturmanagements zu Treffen zusammen. Die Treffen müssen regelmäßig abgehalten werden. Der Arbeitskreis wählt eine:n Sprecher:in, der/die am Netzwerk Kulturschaffende teilnimmt (evtl. ein gemeinsamer Arbeitskreis).
An den Treffen nehmen teil:
 - Gastronomen und Hoteliers der Innenstadt und des Hafens
 - Einzelhändler:innen der Innenstadt und des Hafens
 - in der Stadt beheimatete Kulturschaffende
 - Dienstleister:innen der Innenstadt und des Hafens
 - Marketingleitung
6. Der Arbeitskreis wird von dem Manager:in oder evtl. auch mit externer Unterstützung moderiert. Er
 - entwirft Ideen für die Belebung der Innenstadt und des Hafens.
 - diskutiert die vom Netzwerk Kulturschaffende vorgeschlagenen Veranstaltungsideen in Kombination mit Einkaufen, Gastronomie und Übernachtungsangeboten/-paketen.
 - formuliert Wünsche an die Stadtverwaltung zur Umsetzung von Ideen.
 - beschließt verbindliche Aufgabenstellungen.

Der Arbeitskreis Innenstadt entwirft Ideen für deren Belebung.

7. Das City- und Kultur/Eventmanagement berichtet vierteljährlich in der Stadtvertretung.
8. Die Stadtvertretung gibt diesem Rückmeldung zu Wünschen des Arbeitskreises. Darüber wird dem Kreis berichtet.
9. Das City- und Event/Kulturmanagement initiiert die Wiederholung der Bürger:innenbefragung, wenn mehrere Maßnahmen aus dem Arbeitskreis umgesetzt sind und wirken. Die Bürger:innenbefragung dient der Evaluation und der Generierung von weiteren Ideen aus der Bürgerschaft. Es werden in der Befragung auch die Kultur- und Veranstaltungswünsche abgefragt.

Projekt 2:
Netzwerk Kulturschaffende

Das City- und Event/Kulturmanagement gewinnt die Kulturschaffenden Pommerns für Wolgast.

Das City- und Event/Kulturmanagement

1. informiert sich ausführlich über das bisherige Veranstaltungsprogramm, über geschichtliche Hintergründe und über das Zusammenwirken von Akteur:innen.
2. führt mit wichtigen Multiplikator:innen, zum Beispiel mit der Vorpommerschen Landesbühne, Vorab-Gespräche. Ziel ist es, sie zum Mitwirken zu animieren.
3. initiiert eine, das Kulturnetzwerk unterstützende, Öffentlichkeitsarbeit, um auf das Netzwerk aufmerksam zu machen. Die erste widmet sich dem neuen Management und den Zielen, es erfolgt die Einladung/Aufruf zum Mitmachen, dann wird regelmäßig über die Arbeit des Netzwerks berichtet (in Verbindung mit Öffentlichkeitsarbeit Arbeitskreis Innenstadt).
4. entwirft eine interaktive Netzwerk-Veranstaltung mit Programm. Das Programm enthält fachlichen Input und Vorstellungen zu Kulturveranstaltungen von ihrer/seiner Seite.

Das Netzwerk trifft sich regelmäßig und generiert Veranstaltungsideen.

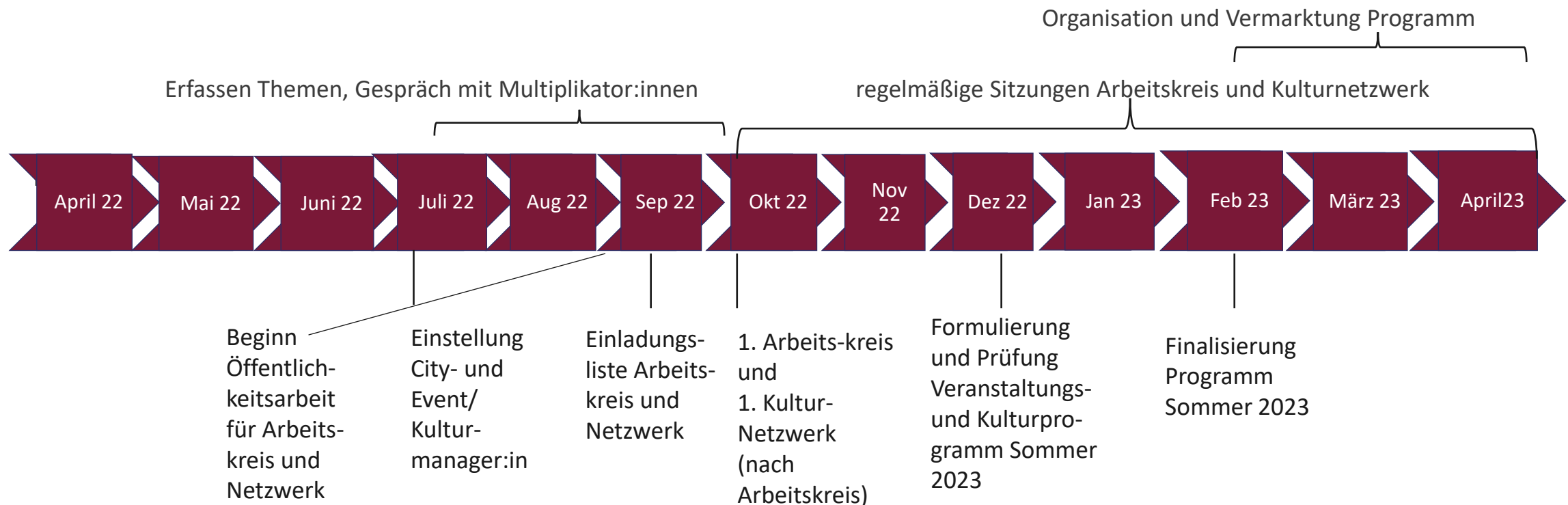
5. Das Kulturnetzwerk kommt unter Leitung des City- und Event/Kulturmanagements zu Treffen zusammen. Die Treffen können vierteljährlich abgehalten werden. An den Treffen nehmen teil:
 - Kulturschaffende Pommerns
 - Dienstleister:innen, z.B. Bühnenaufbau
 - Sprecher:in Arbeitskreis Innenstadt
 - Marketingleitung
6. Der Arbeitskreis entwirft in dem von dem Manager oder evtl. auch mit externer Unterstützung moderierten Kreis
 - Ideen für Kulturveranstaltungen mit maritimem oder geschichtlichem Hintergrund.
 - diskutiert Veranstaltungsideen in Kombination mit Einkaufen und Gastronomie.
 - formuliert Wünsche an die Stadtverwaltung zur Umsetzung von Ideen.
 - beschließt Aufgabenstellungen an Akteur:innen des Netzwerks.

Der City- und Kultur/Eventmanager koordiniert den Arbeitskreis und das Netzwerk.

Er

- strukturiert Ideen und Vorschläge.
- entwickelt Maßnahmen und prüft sie auf deren Machbarkeit.
- klärt organisatorische Rahmenbedingungen mit der Stadtverwaltung.
- ist Schnittstelle zwischen Arbeitskreis/Netzwerk und Stadtvertretung sowie Stadtverwaltung und vertritt die Interessen.
- informiert Kreis und Netzwerk regelmäßig über seine Arbeit.
- koordiniert Arbeitskreis Innenstadt und Kulturnetzwerk, bringt und denkt die Ideen beider zusammen.
- verantwortet mit Unterstützung des Marketings die Öffentlichkeitsarbeit des Arbeitskreises Innenstadt und des Netzwerks Kulturschaffende.

Das ist der Zeitplan für die Umsetzung für ein Jahr. Erstes Ziel ist ein kleines aber feines Programm für Sommer 2023.



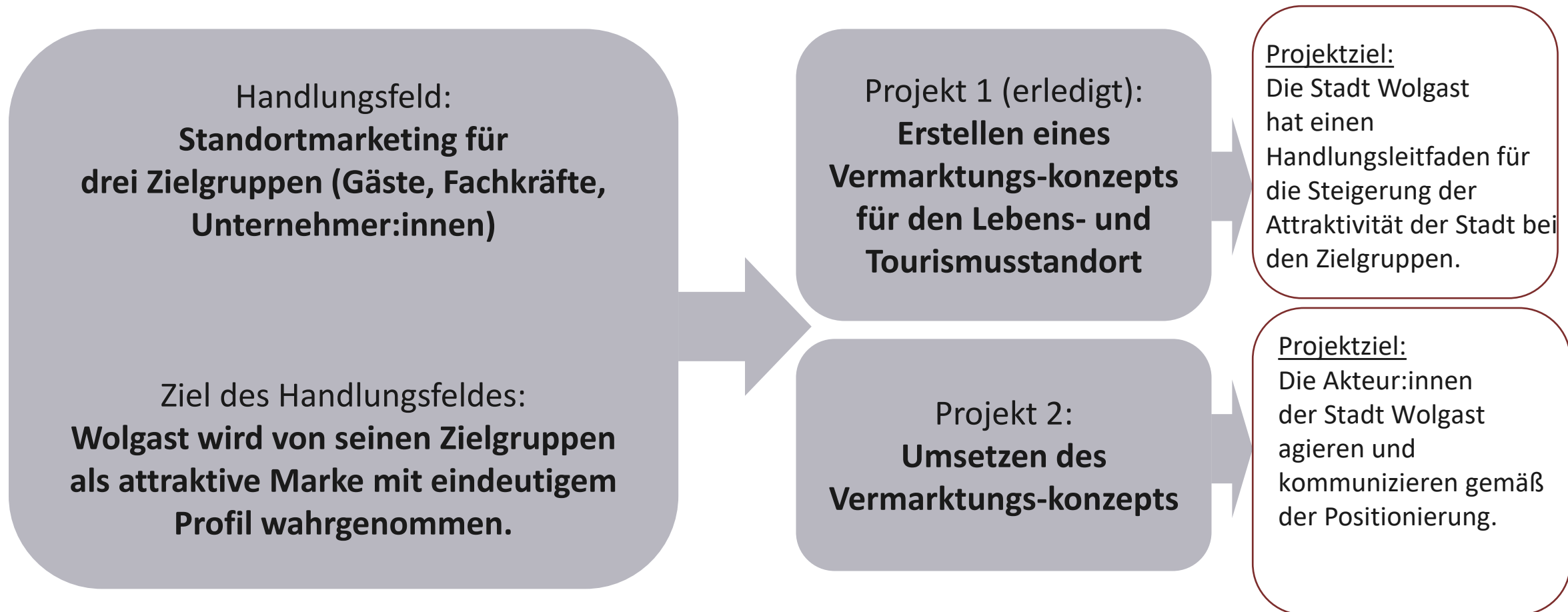
Das ist die Projektorganisation Umsetzung City- und Event/Kulturmanagement:



3. Handlungsfeld

Standortmarketing für drei Zielgruppen

Diese Projekte wollen Sie im Handlungsfeld „Standortmarketing“ kurz- und mittelfristig umsetzen:



Projekt 1

Erstellen eines Vermarktungskonzepts für den Lebens- und Tourismusstandort

Marketingdienstleister folgen zukünftig den Umsetzungsprinzipien. Diese dürfen weitergegeben werden.

Das **maritime Prinzip** ist ein **Kernprinzip**. Die maritimen Themen Hafen und Wassersport sind zu erfüllen.

Das **Bescheidenheitsprinzip** ist ein **Kernprinzip** und drückt sich zum Beispiel in schnörkellosen Bildern oder in Themen aus, die durch Fakten belegbar sind.

Das **Willkommensprinzip** ist ein **Kernprinzip**. Die Willkommenskultur muss dargestellt sein.

Das **Geschichtsprinzip** zeigt geschichtliche und historische Gegebenheiten.

Das **Pommernprinzip** wird durch Bezugnahme auf grenzüberschreitende oder geschichtliche Themen ausgedrückt.

Das **Naturprinzip** zeigt die Einbettung Wolgasts in einen interessanten Naturraum. Der Naturbezug muss erkennbar sein und positive Emotionen wecken.

Die Gäste-Zielgruppe Wolgasts:

Die Gäste der Stadt Wolgast sind interessiert

- an allen Themen einer Hafenstadt
 - an der Geschichte und Kultur Pommerns
 - an der grenzüberschreitenden Einbettung Wolgasts
 - an Themen, die zur pommerschen Historie passen, z.B. das Thema Pferde
- Es gilt, diese in Wolgast möglichen Kombinationen aus der Positionierung heraus bei der Entwicklung von Angeboten und im Marketing zu berücksichtigen.
- Eine Beschränkung auf Familien oder Singles ist nicht empfehlenswert. Angestrebt wird ein gehobenes bürgerliches Milieu an Gästen, das sich allein aus der Affinität zu Wassersportarten oder Reiturlaub und dem Kulturinteresse ergeben wird. Beides ist gezielt zu adressieren.