

Jahresbericht 2020

Kurverwaltung Ahrenshoop, Ostseebad Ahrenshoop

Anm.: Die öffentliche Saisonauswertung fand coronabedingt nicht statt.
(Auszug aus dem Lagebericht für das Wirtschaftsjahr 2020)

1. Wirtschaftliche Rahmenbedingungen

Das touristische Jahr 2020 war für das Ostseebad Ahrenshoop wie für die gesamte Tourismusbranche einzigartig und instabil. Es war geprägt durch die weltweite Corona-Pandemie, die zu touristischen Einschränkungen beim Reisen sowie zu Komplettschließungen der gesamten Branche über längere Zeiträume führte.

Am 16. März 2020 mussten in Ahrenshoop alle touristischen Betriebe inklusive Gastronomie, Kultur- und Freizeiteinrichtungen schließen. Erst zu Pfingsten, am 25. Mai, startete der Tourismus wieder. Die Nachfrage setzte sofort ein und hielt sich auf einem hohen Niveau bis in den späten Herbst hinein. Mit Einsetzen der zweiten Corona-Welle mussten allerdings am 05. November wieder alle Türen für unsere Urlaubsgäste und Einheimischen schließen. Der zweite Lockdown zog sich dann bis Mitte des Jahres 2021 fort.

Während der Kurdirektor im 1. Quartalsbericht 2020 noch ein düsteres Bild bei der Einnahmen- und Ausgabensituation des Kurbetriebes gezeichnet hatte, konnte bereits zum Halbjahr ein besseres Ergebnis präsentiert werden. Seit dem 18.05.2020 waren touristische Reisen für Urlauber aus Mecklenburg-Vorpommern und seit dem 25.05.2020 für Urlauber aus ganz Deutschland in unserem Bundesland wieder möglich. Zunächst durften gewerbliche Betriebe zwar nur 60 Prozent ihrer Bettenkapazität belegen, aber ab Mitte Juni wurde auch diese Einschränkung gekippt und jeder Vermieter konnte unter Wahrung der notwendigen Gesundheits- und Hygienestandards wieder seine Kapazitäten voll belegen. Da durch die unsichere Lage in ausländischen Destinationen die innerdeutschen Reiseziele sehr nachgefragt waren, konnten wir selbst in der gewohnt gut ausgelasteten Hochsaison neue Rekorde einfahren. Der Anstieg der Buchungszahlen hielt sich bis in den späten Herbst hinein. Ende Oktober wurden die Übernachtungszahlen des Vorjahres wieder erreicht. Erst durch den nächsten Lockdown wurde die gute Entwicklung wieder ausgebremst. Somit blieb zum Jahresschluss ein negatives Ergebnis bei den Gästezahlen stehen.

2. Entwicklung im Wirtschaftsjahr 2020

2.1 Entwicklung der Gäste- und Übernachtungszahlen

Laut unserer AVS-Meldescheinstatistik wurden im vergangenen Jahr 352.270 Übernachtungen (-11,0% zum Vorjahr, vgl. 2019: 395.679, 2018: 385.784, 2017: 391.261, 2016: 377.680) in allen Betten der Hotellerie und bei den Privatvermietern gezählt. Bei den Gästeankünften von 60.064 (-20,0% zum Vorjahr, vgl. 2019: 75.050 2018: 73.472, 2017: 73.203, 2016: 70.008; 2015: 67.517) war das Defizit noch größer im Vergleich zum Vorjahr. Das deutliche Defizit bei den Ankünften gegenüber dem geringeren Übernachtungsdefizit führte positiv zu einer Erhöhung der Aufenthaltsdauer auf 5,9 Tage (vgl. 2019: 5,3). Die Gäste

die in diesen unsicheren Zeiten kamen blieben länger und verlebten im Ostseebad ihren Jahresurlaub. Die Bettenkapazität reduzierte sich durch Abmeldungen im privaten Vermietungssektor auf 3.022 Schlafgelegenheiten im Ort (-55 Betten; -1,8% zum Vorjahr). In unserer Statistik sind ab 2020 alle 293 Betten (bisher 103) in der REHA-Klinik aufgeführt, weil wir aufgrund rechtlicher Anpassungen bei der zukünftigen Bewertung fortan alle Klinikbetten und nicht nur die touristisch relevanten Betten berücksichtigen müssen. So kommen wir im Ort auf genau 3.315 Betten (Stand 31.12.2020). Die Auslastung bleibt noch auf einem wirtschaftlich stabilen Niveau von 34,3 Prozent (2018: 37,8%). Auch wenn das Krisenjahr 2020 nicht für eine Bewertung maßgebend sein kann, ein negativer Trend zeichnet sich in Ahrenshoop ab, der zukünftig beobachtet werden muss.

Die Angaben der amtlichen Statistik des Statistischen Amtes M-V für gewerbliche Betriebe ab 10 Betten sind seit 2018 nicht plausibel und werden auch dieses Jahr nicht mehr ausgewertet.

Unsere Gäste gaben uns in den vergangenen Jahren immer wieder gute Noten. Im vergangenen Jahr verschlechterte sich unsere Note in der Gästezufriedenheit auf 2,1 (vgl. 2019: 1,7, 2018: 1,7, 2017: 1,63 - lt. Vergleichender Gästemonitor 2017-2020, Benchmark Services, Berlin). Die Wiederbesuchsabsicht liegt gleichfalls schlechter bei 2,2 (vgl. 2019: 1,8), die Weiterempfehlungsabsicht bei der Note 1,9 (2019: 1,6).

Die Ursachen für die Verschlechterung sind darin begründet, dass wir durch die pandemische Lage in ganz Europa und den damit erschwerten Reisebedingungen viele Gäste in Ahrenshoop begrüßen konnten, die nicht zu unseren angestammten Zielgruppen gehören. Hier konnten wir mit unserem regions- und ortsspezifischen Leistungsspektrum bei dem wahrscheinlich eher dem Pauschalтуризм gewohnten Klientel nicht punkten. Die Gäste kamen mit anderen Erwartungen und Gewohnheiten. Außerdem standen viele unserer Angebote durch die strengen Gesundheits- und Hygieneregeln in der Hotellerie, der Gastronomie und den Freizeit- und Kultureinrichtungen nicht vollumfänglich zur Verfügung. Durch die lange Phase des Lockdowns wanderte zudem viele Mitarbeiter der Tourismusbranche in krisenfestere Branchen ab, sodass insbesondere die bereits seit Jahren angeschlagene Gastronomie weitere Qualitätsmerkmale streichen musste. Genauere Auswertungen lässt unser diesjähriges Gästemonitoring allerdings nicht zu, weil wir selbst nur eingeschränkt zu unseren Befragungsergebnissen kamen. Es nahmen nur 258 Personen an der Stichprobe teil.

2.2 Ortsbild und Sauberkeit, öffentliche Ordnung und Sicherheit beim Baden

Auch im Jahr 2020 konnten wir Dank der Leistungen der Mitarbeiter unseres Bauhofes unseren Gästen jederzeit ein gepflegtes Ortsbild bieten. Hier tragen gemeindliche Investitionen und Instandhaltungsmaßnahmen in den Straßen- und Wegebau genauso bei, wie die Investitionen der Kurverwaltung in die Verbesserung der touristischen Infrastruktur, insbesondere der Modernisierung der öffentlichen Toiletten. Auf Beschwerden von Gästen und Anregungen aus der Bevölkerung konnten wir durch den kurverwaltungseigenen Bauhof effizient reagieren und Probleme schnell beseitigen.

Gerade die Lärmentwicklung im Ort muss weiter beobachtet werden. Bei Baumaßnahmen kommt es des Öfteren zu Verstößen gegen die Ruhezeiten. Allein der Verkehr auf der

Landesstraße 21 sorgt für reichlich Lärm entlang der Ortslage. Diese Entwicklung müssen wir besonders im Hinblick auf unsere Seebad-Prädikatisierung weiter beobachten. Deshalb sollten alle Bemühungen im Bereich der Verkehrslenkung darauf gerichtet sein, den motorisierten Autoverkehr zu minimieren. Die Erstellung eines nachhaltigen Verkehrskonzeptes muss Lösungen für alternative Mobilitätsangebote entwickeln. Ein kostenfreier ÖPNV kann das Umsteigen der Gäste vom PKW in den Bus befördern. Parallel dazu sollten Angebote des ruhenden Verkehrs verteuert werden.

Im Bereich der Sicherheit gab es keine nennenswerten Vorkommnisse. Kleine Verstöße in der Ortslage und im Strandbereich wurden durch das Ordnungsamt oder den von uns beauftragten Sicherheitsdienst schnell abgestellt. Sorgen bereiten uns nach wie vor die Vielzahl der Hunde am Strand und uneinsichtige Hundehalter, die das Hundeverbot ignorieren. Unser Strandvogt wacht seit 2016 in den Sommermonaten am Strand. Er informiert die Gäste über Gefahren und Verbote. Er erklärt den Gästen die Bedeutung der Dünen für den Küstenschutz und dass sie deshalb nicht betreten werden dürfen. Ungelöst bleibt das Verkehrsproblem auf dem kombinierten Rad- und Gehweg entlang der Dorfstraße. Hier hilft nur gegenseitige Rücksichtnahme aller Verkehrsteilnehmer. Da wir innerhalb der Ortslage aus Platzgründen keinen separaten Radweg ausweisen können, behalten wir die Möglichkeiten zur Errichtung einer Dünenpromenade weiter im Auge. Diese kann den Fußgängerverkehr entlang der Dorfstraße entlasten.

Die DLRG-Rettungsschwimmer waren im Zeitraum zwischen 13.06. und 12.09.2020 im Einsatz. Die maximale Besetzungstärke lag coronabedingt bei maximal fünf Personen. Aufgrund der notwendigen Abstandregeln in Gemeinschaftsunterkünften durften wir unsere neue Unterkunft nur zu 50 Prozent belegen. So konnten wir nur ein bis zwei bewachte Strandabschnitte gleichzeitig anbieten. Seit 2015 betreut uns in materialtechnischen und organisatorischen Fragen die DLRG-Ortsgruppe Pramort. Ein Ausbildungscamp zu Pfingsten konnte nicht stattfinden, weil es für die Planung und Anwerbung lange Zeit keine Perspektive gab. Leider hatten wir 2020 zwei tödliche Badeunfälle in unserem Strandabschnitt zu beklagen. Beim Wellenbrecher verunglückte ein Einheimischer bei einem Rettungsversuch seiner Kinder tödlich. Am nördlichen Strandabschnitt nahe dem Nationalpark verschwand ein weiterer Badegast, der später tot geborgen wurde. Die gute Ausstattung der Wachstationen sowie die kostenfreie Mittagsversorgung in der örtlichen Hotellerie sind Pluspunkte bei der Anwerbung von ehrenamtlichen Rettungsschwimmern. Ein Dank gilt der Familie Fischer vom Hotel & Restaurant „Namenlos“, der Familie Sorau vom Hotel „Der Strandläufer“, der Familie Hoffrichter vom Restaurant „Achtern Strom“ sowie der Reha-Klinik, die trotz Corona zumindest die Abholung des Mittagessens ermöglichte. Die neugeschaffene Unterkunft wurde von den Rettungsschwimmern gut angenommen. Mittelfristig können wir die Kosten für die Badeaufsicht somit senken, weil wir die Bungalows nicht mehr teuer anmieten müssen.

Neben der Einsatzflagge der DLRG wehte am Strandzugang des Hauptturmes auch im Jahre 2020 die „Blaue Flagge“. Zum 23. Mal wurde sie uns von der „Deutschen Gesellschaft für Umwelterziehung“ als Umweltsymbol für einen sauberen Strand, für kontrolliert sauberes Badewasser und für unsere Umweltbildungsaktivitäten verliehen.

2.3 Kulturelles und sportliches Angebot

Die Corona-Krise hat landesweit die Kulturbranche besonders hart getroffen. Das wirkte sich selbstverständlich auch auf die kulturellen Aktivitäten der Kurverwaltung aus. Täglich wechselnde Verordnungen mit immer neueren Regelungen und Vorgaben, ob und unter welchen Bedingungen Veranstaltungen stattfinden können, ließen eine langfristige Planung nicht zu. Insbesondere unsere Großveranstaltungen mit einem großen Planungsaufwand im Vorfeld mussten nach und nach abgesagt werden, weil zum einen die Zeit für eine vernünftige Planung fehlte oder weil nicht absehbar war, ob die Veranstaltungen in der Perspektive überhaupt durchführbar sind und wenn ja, ob sie sich wirtschaftlich vertretbar durchführen lassen. So wurden nicht nur alle Veranstaltungen während der beiden Komplettschließungen im Frühjahr und Winter, sondern aufgrund der strengen Gesundheits- und Hygieneregeln auch die großen Volksfeste und kleinere Indoor-Events während der touristischen Öffnungszeiten komplett abgesagt. Die beliebten Kulturveranstaltungen Jazzfest, Lange Nacht der Kunst und Filmnächte fielen genauso aus, wie die Outdoor-Events Fischerregatta, Osterfeuer und Kinderfest. Der Tonnenbund, der eigentlich sein 100jähriges Jubiläum feiern wollte, musste sein Volksfest auch absagen und die Feierlichkeiten auf das nächste Jahr verschieben. Lediglich die Literaturtage fanden unter erheblichen Einschränkungen mit 17 Verlagen als Messe statt. Die Verlage organisierten dennoch 16 Lesungen. Das Abschlusskonzert der Naturklänge, welches eigentlich tausende Gäste am Hohen Ufer begeistern, konnten nur mit 500 Personen durchgeführt werden. Immerhin ein Angebot, was sehr gut aufgenommen wurde, obwohl das Konzert wegen eines Unwetters zur Halbzeit abgebrochen werden musste. Das Wintervergnügen war lediglich ein weihnachtlicher Imbiss ohne Musik. Das kleine kulturelle Angebot wurde noch durch Minikonzerte im Freien bereichert.

Der Kunstkatzen konnte im vergangenen Jahr nur drei eigene Ausstellungen durchführen. In Kooperation mit der Ahrenshooper Kunstauktions GmbH fand die Vorbesichtigung zur 46. Kunstauktion zwar statt, die Versteigerung selbst konnte nur noch durch die Verlagerung des Besucherbereiches vor die Strandhalle zu einem Erfolg geführt werden. Durch die langen Phasen des Lockdowns wurden die Ausstellungszyklen teilweise verlängert und bereits geplante Ausstellungen auf das nächste Jahr verschoben. Insgesamt kamen 2020 dann doch noch 10.581 Gäste. Die Ausstellung mit der höchsten Aufmerksamkeit erlangte die museale Ausstellung der jüdischen Künstlerin „Julie Wolfthorn“ 2019/20, die noch vor den coronabedingten Schließungen erfolgreich abgeschlossen werden konnte. Die besucherstärkste Ausstellung war die Bilderschau des Malers Hans Brosch mit 3.791 Gästen.

Die Ausstellung „EigenArt“ von Ahrenshooper Künstlern musste abgesagt werden.

2.4 Marketing und Gästeservice

Auch 2020 haben wir wieder aus Mitteln der Fremdenverkehrsabgabe die Ortswerbung organisiert. 131.100 EUR standen uns für das Marketing und für Kooperationen zur Verfügung.

Unsere Werbung umfasste neben Anzeigenschaltungen in zielgruppenspezifischen Magazinen hauptsächlich die Zuarbeit für redaktionelle Beiträge, aber auch die Erstellung von Printprodukten, wie z. B. Gästelotsen und Zuarbeiten für das Urlaubsmagazin Fischland-

Darß-Zingst. Der Gästelotse erschien 2021 in einem neuen Layout. Der Hundeflyer wurde neu aufgelegt und der Kunstpfadflyer nachgedruckt. Durch den Ausfall der verschiedenen Veranstaltungsformate konnten wir das eventbegleitende Marketing nicht durchführen. So wurden der Veranstaltungskalender und die vielen Plakate, Banner und Programmhefte für unsere Veranstaltungen gar nicht erst produziert.

Unsere Unternehmenskommunikation verfasste im vergangenen Jahr zwar nur 40 touristische Pressemitteilungen, dafür haben wir 44 Corona-Rundmails mit der neuesten Verordnungslage sowie mit zahlreichen nützlichen Infos zu Corona-Hilfen, Schutzstandards in den Einrichtungen und weiteren Handlungsempfehlungen an unsere Unternehmen, Politiker und Touristiker verschickt. In diesem Zusammenhang haben wir im September 2020 auch ein B2B-Newsletter für unseren Ort ins Leben gerufen und er wurde bereits viermal verschickt.

Selbstverständlich haben wir an den routinemäßigen Marketingmaßnahmen weitergearbeitet. So haben wir die MV-Kampagne 2021 des Tourismusverbandes MV im Rahmen der Kooperation mit dem Tourismusverbandes FDZ vorbereitet. Hier ging es um das Thema „Laufen“.

Unser Webauftritt www.ostseebad-ahrenshoop.de war gerade während der Corona-Krise eines der wichtigsten Kommunikationsmedien. Hier hielten wir alle tagesaktuellen Informationen für unsere Gäste parat. Mit 469.300 Sitzungen und 294.000 Nutzern in 2020 haben wir wieder eine sehr gute Reichweite mit unserem digitalen Angebot erreicht. 141.000 Personen nutzten unser Angebot auf mobilen Endgeräten. Die beliebtesten Seiten waren weiterhin Webcam, Startseite und unser Gastgeberverzeichnis. Wir verlegten außerdem Ausstellungseröffnungen und dessen Inhalte in den virtuellen Raum auf die Webseite, weil die Ausstellungen persönlich nicht besichtigt werden konnten.

Unser Abonnentenkreis des Online-Newsletters erhöhte sich auf 1.025. Insgesamt haben wir elf Ahrenshoop-Newsletter 2020 verschickt. Die Öffnungsrate liegt bei sehr guten 70%, die Klickrate bei 24%. Zur Erhöhung der Abonnentenzahl haben wir in 2020 mittels QR-Code-Schildern und -Aufklebern an verschiedenen Touchpoints im Ort die Bewerbung für diese direkte Kundenansprache intensiviert. 2020 haben wir erstmals vier Newsletter für den Kunstkatzen herausgegeben. Mit 311 Nutzern wird das Angebot noch sehr wenig genutzt, es spricht aber den direkten Kundenkreis des Kunstkatzen an, insbesondere bei Ausstellungseröffnungen.

Die sozialen Medien werden ebenfalls aktiv bespielt. Bei Facebook haben wir mittlerweile 5.507 „Gefällt mir“-Angaben und 5.613 Abonnenten. 219 Beiträge wurden 2020 veröffentlicht und dass trotz der vielen Veranstaltungsabsagen. Wir erreichten eine durchschnittliche Beitragsreichweite von 2.734 Nutzern. Bei Instagram nutzen wir den Kanal des Tourismusverbandes FDZ: [fischlanddarsszingst](https://www.instagram.com/fischlanddarsszingst/) und senden regelmäßig Fotos an die Verbandsmitarbeiter. Seit Februar 2019 pflegen wir auch unseren eigenen Youtube-Kanal Ostseebad Ahrenshoop.

Mit dem Tourismusverband Mecklenburg-Vorpommern und dem regionalen Tourismusverband Fischland-Darß-Zingst pflegt die Kurverwaltung weiterhin eine enge kontinuierliche Zusammenarbeit. Seit Januar 2018 zieht der Ahrenshooper Kurdirektor als ehrenamtlicher Vorstandsvorsitzender an der Spitze des Tourismusverbandes Fischland-

Darß-Zingst die Fäden. Nach der Kommunalwahl 2019 traten 2020 nach und nach wieder alle Ostseebäder in den Tourismusverband FDZ ein. Ein gutes und wichtiges Zeichen, um die wichtigen touristischen Themen, wie Mobilität, Qualität, Fachkräftemangel und Nachhaltigkeit bearbeiten zu können. Allerdings sind wir von wettbewerbsfähigen Strukturen in der Region weithin weit entfernt, da weder die finanzielle noch die personelle Ausstattung des Verbandes auskömmlich ist, um die notwendigen Leistungen abliefern zu können. 2020 wurde als bindendes Mittel an der Einführung einer elektronischen Gästekarte mit integriertem fahrpreislosen ÖPNV gearbeitet. Ab 01.01.2022 sollte die Karte mit einem entsprechenden Angebot eingeführt werden. Das Wirtschaftsministerium MV hat im Sommer 2020 einen Wettbewerb für Modellregionen ausgerufen. Regionen konnten sich bewerben, um verschiedenen rechtliche Aspekte auszuloten, die später in die Gesetzgebung einfließen sollen. Der TV FDZ hat sich mit dem Gästekartenprojekt beworben und den Zuschlag sowie fast eine Millionen Euro Fördermittel für die Umsetzung gewonnen. Alle Orte der Region haben mit einem Letter of Intent (LOI) ihre Mitarbeit am Projekt bekräftigt. 2021 hat der Verband die Arbeit innerhalb der Modellregion aufgenommen. Zwischenzeitlich kamen vom Ministerium größere Landespläne auf, die eine schnelle regionale Umsetzung ausbremsten. Einige Orte der Region konnten mit dem Tempo des Verbandes zudem nicht mithalten und schafften es nicht, ihre technischen und inhaltlichen Hausaufgaben zu erledigen. Nun ist eine Einführung einer regionalen elektronischen Gästekarte für 2023 geplant. Hierfür muss auch die Gemeinde Ostseebad Ahrenshoop durch Arbeiten an der Kurabgabensatzung und durch die Bereitstellung entsprechender finanzieller Ressourcen rechtzeitig Vorkehrungen treffen.

Auf europäischer Ebene wird unter dem Dach der Europäischen Vereinigung der Künstlerkolonien „EuroArt“ weiterhin zielstrebig gearbeitet. Die Generalversammlung 2020 wurde abgesagt und digital durchgeführt.

Seit 2014 sind wir durchgängig Nationalpark-Partner und unterstützen somit mit eigenen Aktivitäten die Nationalparkziele. 2020 erfolgte die Rezertifizierung und Verlängerung der Partnerschaft bis 2024.

Mit unserem Gästemanagement setzen wir auf qualitativ hochwertige Gästebetreuung in der Touristinformatio sowie im Gästehaus der Kurverwaltung. Seit 2018 sind wir mit dem Q-Siegel Stufe 1 der ServiceQualität Deutschland zertifiziert. Jährlich stellen wir einen neuen Maßnahmenplan auf, den wir gemeinsam im Betrieb umsetzen. Mit den neuen 16 Maßnahmen für 2019/20 wollen wir unseren Service kontinuierlich verbessern. Die erworbenen Kompetenzen wollen wir gern auch an die Unternehmen im Ort weiterreichen, um die Qualität in der gesamten Ortslage zu optimieren.

Unsere Touristeninformation in der Kurverwaltung, Träger der I-Marke, ist normalerweise Anlaufpunkt für unzählige Gäste. Im Krisenjahr kam es zu Schließungen und verkürzten Öffnungszeiten. Es durften aufgrund der Abstandregelungen auch nur zwei Gäste gleichzeitig die Kurverwaltung betreten. Unsere ganzjährigen Ortswanderungen konnten nur mit begrenzter Teilnehmerzahl stattfinden. Die monatlichen Radführungen fielen krankheitsbedingt und durch den Lockdown aus. In der Touristeninformation wurden 2020 Umsätze in Höhe von 12.279,95 EUR (vgl. 2019: 17.783,15, 2018: 19.690,63, 2017: 15.009,23 EUR) erarbeitet.

Für die Distribution von Unterkünften aller Art betreibt die Kurverwaltung eine eigene Zimmervermittlung. Hier bieten wir den Beherbergungsbetrieben im Ort eine Leistung an, die private Zimmervermittlungen im Ort nicht leisten. Wir vertreiben die Quartiere online auf externen Buchungsplattformen mit einer großen Reichweite. So geben wir zwar auch Provisionen an Dritte Dienstleister wieder ab, wir als Kurverwaltung ziehen unseren Nutzen aber nicht allein aus dem Gewinn durch Provisionen, sondern aus dem Plus an der Vermittlung von zusätzlichen Übernachtungen für den Ort – mehr Übernachtungen, mehr Kurabgabe, bessere Auslastung der Betten. Wir sehen uns nicht als Konkurrenz zu den privaten Zimmervermittlungen im Ort. Wir bedienen vielmehr große internationale Buchungsplattformen, wo wir als Ort nicht fehlen dürfen, um besser wahrgenommen zu werden. Für die privaten Zimmervermittlungen wäre dieser Weg unwirtschaftlich. Es wird erwartet, dass die kleineren regionalen Zimmervermittlungen von der Dynamik der großen Vertriebskanäle sowieso eingeholt werden. Daher bleiben den regionalen Unternehmen nur die Objektbewirtschaftung und der enge Kontakt zum Vermieter und Eigentümer, aus denen sie ihren Profit ziehen können. Unser System steht allen Vermietern im Ort offen, auch den Zimmervermittlungen.

In den letzten Jahren konnten wir unsere Provisionseinnahmen aus dem Vertrieb von Unterkünften kontinuierlich steigern. 2020 erreichten wir mit 78.300 EUR coronabedingt weniger (vgl. 2019: 103.600, 2018: 106.200, 2017: 83.300, 2016: 88.800, 2015: 53.900, 2014: 47.900, 2013: 41.900 EUR). Dem gegenüber stehen 48.300 EUR Provisionsausgaben, die wir an externe Vermittler und Buchungsplattformen, die unseren Unterkunftsbestand gebucht haben, wieder abgeben müssen (vgl. 2019: 51.000, 2018: 53.700, 2017: 38.000, 2016: 40.100, 2015: 20.700, 2014: 9.800, 2013: 1.200 EUR). Bei uns blieben 46.256,03 EUR an Provisionen (vgl. 2019: 52.902,48, 2018: 58.145,63 EUR). Dabei wurden 33.278,46 EUR Provisionen durch Fremdbuchungen und nur 9.032,57 EUR durch direkte Buchungen durch unsere Mitarbeiter eingenommen. Für den Ort generierten wir Umsätze in Höhe von 470.965,49 EUR (vgl. 2019: 603.900, 2018: 740.700, 2017: 545.300). Die Buchungen reduzierten sich auf 789 (vgl. 2019: 988, 2018: 1.257, 2017: 1.135). Wir betreuen derzeit 51 Vermieter (2019: 53) mit 106 (106) Objekten mit 253 (305) Gästebetten. Der Rückgang in 2020 ist im Wesentlichen auf die Massenstornierungen im Zusammenhang mit der Corona-Krise zurückzuführen.

3. Chancen und Risiken der zukünftigen Entwicklung

3.1 Entwicklungsausblick

In den Jahren von 2012 - 2017 konnten wir unser gesamtbetriebswirtschaftliches Ergebnis immer positiv gestalten. Durch die Übernahme der gemeindlichen Parkplätze 2018 sind wir mit den Jahresabschlüssen des Gesamthaushaltes des Kurbetriebes zwei Jahre hintereinander ins Minus gerutscht (2018: -26.100, 2019: -14.200). Schuld waren zunächst außerplanmäßige Abschreibungen wegen der eingelagerten PP-Schrankenanlage und dann ein zu hoher Kostenanteil, den wir von der Gemeinde gleichfalls übernommen haben, aber durch die Parkplatzentnahmen nicht gedeckt werden konnte. Die Gemeinde hat daher ab 01. Juli 2020 eine Erhöhung der Parkgebühren mit einer Satzungsänderung beschlossen.

Diese Erhöhung führte zu deutlich gestiegenen Einnahmen. So gab es im Bereich Parkplätze 2020 schon einen Überschuss von 99.600 EUR. Diese Mehreinnahmen sichern zukünftig auch unsere Liquidität, gerade in den Wintermonaten, wenn die Investitionen und Vorbereitungen schon umgesetzt werden, aber die Einnahmen aus der Kurabgabe erst spärlich fließen.

Betrachtet man den touristischen Bereich allein, war das Haushaltsergebnis im Bereich Kurverwaltung bis 2019 immer positiv und planmäßig (2018: +10.000, 2019: +500). Durch eine Sonderrückstellung in Höhe von 200.000 EUR im Jahresabschluss 2020 im Bereich Kurverwaltung rutschte aber auch das Ergebnis erstmals ins Minus (-69.700 EUR). Die Sonderrückstellung musste gebildet werden, weil gesetzliche Veränderungen uns rückwirkend bis 2018 zur teilweisen Rückzahlung der Mehrwertsteuer verpflichteten. Zukünftig wird uns für freizugängliche Leistungen, die dem Gemeinwohl unentgeltlich zur Verfügung stehen, wie die Badeaufsicht, den öffentlichen Toiletten und einigen anderen Leistungen des Kurbetriebes, die Mehrwertsteuer nicht mehr erstattet. Das führt zwangsweise zu einer Verteuerung, spätestens ab 2023, wenn die neue Gesetzeslage greift. Dennoch verzeichnete der Kurbetrieb auch 2020 eine solide Wirtschaftlichkeit. Trotz oder gerade weil Corona kein planmäßiges Haushaltsjahr zuließ, wäre der touristische Bereich ohne Sonderrückstellung mit einem positiven Ergebnis abgeschlossen worden. Die touristischen Schließungen führten zwar zu Mindereinnahmen bei der Kurabgabe und in den kommerziellen Bereichen des Kurbetriebes, aber durch behutsames kaufmännisches Agieren wurden gleichzeitig auch Sparmaßnahmen eingeleitet, wie zum Beispiel Kurzarbeit und ein Einstellungsstopp für ausgeschiedene Mitarbeiter. Viele Projekte und Veranstaltungen konnten wir, wie bereits oben beschrieben, gar nicht erst umsetzen, sodass einige Kostenpunkte entfielen.

Im Haushaltsplan 2021 wurde erneut ein Plus von 4.900 EUR ausgewiesen. Dieses Ergebnis kann planmäßig erreicht werden.

Die Einnahmen aus der Kurabgabe haben sich in den letzten Jahren ebenfalls stetig verbessert. Zu unserer täglichen Arbeit gehört weiterhin die akribische Erfassung aller Vermieter-Daten im elektronischen Meldescheinsystem und deren kontinuierlicher Abgleich. Eine Mitarbeiterin beschäftigt sich ganzjährig mit dieser Thematik. Nur so können wir den korrekten Einzug der Kurabgabe für die Ortsentwicklung sicherstellen. Nach der Erhöhung der Kurabgabe ab 2017 haben wir erstmals die 800.000er Marke durchbrochen. 2020 haben wir zusammen mit dem Amt Darß-Fischland den Kurabgabeneinzug in der REHA-Klinik überprüft und den aktuellen rechtlichen Anforderungen angepasst. Fortan sind alle Patienten, die nicht bettlägerig sind, kurabgabepflichtig. Das wird dauerhaft jährlich etwa 80.000 EUR zusätzliche Kurabgabe in unsere Kassen spülen.

Unsere Kalkulatoren der Kur- und Fremdenverkehrsabgabe von KUBUS haben empfohlen, ab 2020 fortlaufend entsprechende Nachkalkulationen der Jahresabschlüsse anzufertigen. So wurde für 2021 eine neue Kalkulation erstellt. Das Ergebnis machte erneut keine Anpassung der Kurabgabensätze erforderlich. Außerdem wurde 2021 der Realgrößenmaßstab der Fremdenverkehrsabgabe überprüft. Die Gemeinde beabsichtigt ab 2022 auf ein Vier-Vorteils-Stufen-Modell umzustellen. Eine entsprechende politische Entscheidung ist durch die Gremien der Gemeinde noch zu treffen. Eine Umstellung auf eine umsatzorientierte Bemessungsgrundlage wird vorerst nicht angestrebt.

Die Kurverwaltung wird im Rahmen einer Digitalisierungsoffensive weiter alle Bemühungen daransetzen, dass alle Vermieter von Unterkünften das vorgegebene elektronische Meldescheinverfahren nutzen. Das manuelle Meldescheinverfahren ist mit einem hohen Verwaltungsaufwand verbunden und bindet enorme personelle Ressourcen innerhalb der Kurverwaltung. Eine unverzügliche Abrechnung der Kurabgabe ist insbesondere in der Hochsaison schwer sicherzustellen. Die rechtlichen Grundlagen zur verpflichtenden Nutzung des elektronischen Meldescheinverfahrens sind mittlerweile gegeben. Abgesehen von wenigen Härtefällen ist eine flächendeckende Einführung im Ort möglich. Deshalb empfiehlt der Kurdirektor entsprechende Regelungen in zukünftigen Satzungen zu erlassen.

In der Kurdirektion, mit seinem Finanz- und Abgabewesen, haben sich die Arbeitsabläufe im Zusammenhang mit der neuen Buchhaltungssoftware DATEV zwischen Kurverwaltung und dem Steuerbüro weiter verfestigt. Bei den internen Abrechnungsprozessen gibt es allerdings immer noch weiteren Optimierungsbedarf.

Etwa 25 Prozent aller Aufwendungen in der Kurverwaltung flossen 2020 in die Entwicklung der touristischen Infrastruktur. Damit liegen wir kontinuierlich im Schnitt der letzten Jahre. Dabei wird neben der Instandhaltung und Pflege vorhandener Anlagen die Entwicklung einer zeitgemäßen Infrastruktur im Ort vorangebracht. 2020 waren Investitionen von insgesamt 205 T€ geplant. Unsere Planungen zur Infrastrukturverbesserungen im Ort konnten wir dieses Jahr nicht vollumfänglich umsetzen. Die geplante Verkaufsräumerverweiterung an der Kurverwaltung haben wir abgesagt, den Ausbau des behindertengerechten Übergangs am Strandaufgang 12 auf später verschoben. Der Gemeinde wurde im Jahresverlauf 2020 die Möglichkeit eröffnet, ein großes Grundstück in der Ortsmitte zwischen Strandhalle und Kurverwaltung zu erwerben. Daher haben wir unsere Planungen zurückgestellt, weil sich für den Kurbetrieb zukünftig völlig neue Möglichkeiten eröffnen. Die Sanierung und Modernisierung weiterer Toilettenanlagen hatten wir planmäßig 2020 ausgesetzt. Im Jahre 2021 setzten wir unsere Aktivitäten mit der Modernisierung der Toilette im Ortsteil Niehagen fort. Im Objekt der ehemaligen Apotheke am großen Parkplatz am Grenzweg hatten wir mit externen und internen Kräften eine neue Unterkunft für unsere Badeaufsicht geschaffen. Die Arbeiten waren bis Pfingsten planmäßig abgeschlossen. Das war mit Abstand die größte Investition 2020 mit einer Summe von 100 T€. Von der Schaffung von zwei E-Ladestationen für Fahrräder haben wir uns verabschiedet. Wir sehen dafür keinen öffentlichen Bedarf mehr. Ein möglicher Ausbau des Parkplatzes an der REHA-Klinik zu einem modernen Wohnmobilstellplatz wurde von der Gemeinde verworfen. Investiert wurde weiter in eine zusätzliche kleine Veranstaltungsbühne, in zwei Parkautomaten und neue Matratzen im Gästehaus. Außerdem wurden neue Büromöbel zur Schaffung von zwei weiteren Arbeitsplätzen in der Kurverwaltung angeschafft.

Die Mitarbeiter des Bauhofes sorgen als schlagkräftige Abteilung der Kurverwaltung für die tägliche Umsetzung gemeindlicher inkl. hoheitlicher Aufgaben. Die Mitarbeiter des Bauhofes stellen die Pflege und Instandhaltung der touristischen Infrastruktur, die Unterhaltung der kurverwaltungseigenen Objekte sowie die Strandreinigung sicher. Außerdem unterstützen die Bauhofmitarbeiter maßgeblich das Veranstaltungswesen beim Auf- und Abbau sowie der Betreuung von Großveranstaltungen und kleineren Events in der Strandhalle. Seit Februar 2020 liegt uns das beauftragte Konzept der Bauhoforganisationsuntersuchung vor. Die

Handlungsempfehlungen werden schrittweise umgesetzt. Für eine verbesserte Leistungsverrechnung und Auftragsbearbeitung wurde Ende 2020 eine Auftrags- und Zeiterfassungssoftware für den Bauhof angeschafft und schrittweise ab 2021 implementiert.

3.2 Chancen und Risiken der zukünftigen Entwicklung

Die Problemfelder von Ahrenshoop (Qualität, Fachkräftemangel, Mobilität) wurden in den zurückliegenden Jahresberichten hinreichend beschrieben und analysiert. Viele dieser Themen sind auch nicht kurzfristig zu lösen, manche lassen sich nur auf regionaler Ebene bearbeiten.

Der Fachkräftemangel in der Gastronomie, was mittlerweile gravierend zur Reduzierung des Angebotes im Ort führte, ist einer der auffälligsten Schwachstellen. Diese bekannte Personalkrise verschärfte und potenzierte sich deutlich während der anhaltenden Corona-Krise, weil viele Mitarbeiter in krisenfestere Branchen abwanderten. Dieses Problem erreicht nunmehr gerade in den Spitzenzeiten des Tourismus im Sommer und zum Jahreswechsel einen akuten Gefährdungsgrad am Produkt „Tourismus in Ahrenshoop“. Um hier einen positiven Trend zu erzeugen bedarf es einer großen Kraftanstrengung der Politik und der gesamten Tourismusbranche. Die Berufsfelder im Tourismus müssen modernisiert, die Wertschätzung und die Teilhabe der Mitarbeiter in den Betrieben gehören auf den Prüfstand. Die Bundespolitik muss ein vernünftiges Einwanderungsgesetz zur Anwerbung von Arbeitskräften auf den Weg bringen und auch saisonale Beschäftigung von ausländischen Mitarbeitern unbürokratisch ermöglichen. Anderenfalls sind die infrastrukturellen Rahmenbedingungen, wie bezahlbarer Wohnraum, attraktives Lebensumfeld sowie leistungsfähige Mobilität durch Land, Kreis und Kommunen zu gewährleisten.

Die Gäste betrachten das Mobilitätsangebot vor Ort als ein weiteres Problem in Ahrenshoop. Das Durchgangsdorf Ahrenshoop leidet am motorisierten Verkehr auf der Dorfstraße. Mit jeder neu ausgewiesenen Ferienhaussiedlung auf der Halbinsel erhöht sich der Verkehrsdruck. Die zeitgemäße Organisation der Verkehre auf der Halbinsel ist deshalb zwingend notwendig, wenn wir nicht den Anschluss an unsere Mitbewerber verlieren wollen. Ende 2020 war das vom Landkreis Vorpommern-Rügen im März 2019 beauftragte Mobilitätskonzept fertiggestellt. Die Gäste, Einwohner- und Unternehmerbefragungen konnten coronabedingt erst im Sommer 2020 durchgeführt werden. Die Ergebnisse liegen nun vor und erste Ergebnisse fließen bereits in den gerade in der Bearbeitung befindlichen Nahverkehrsplan des Landkreises ein. Im vorliegenden Angebot des Gästekartenprojektes des Tourismusverbandes FDZ sind ebenfalls schon einige Wünsche und Forderungen der Touristiker in der Region berücksichtigt worden. Zur möglichen Umsetzung ist obenstehend schon eine mögliche Perspektive umrissen worden. 18 Prozent unserer Gäste nutzen heute schon den ÖPNV. Andere Referenzprojekte zeigen auf, dass sich dieser Wert bei einem verbesserten Angebot und bei einer kostenfreien Nutzung deutlich erhöhen wird. Die Einwohner sollen davon gleichfalls profitieren, was nachhaltig das Mobilitätsverhalten unserer Gäste und Einwohner verändern wird. Das Thema Nachhaltigkeit wird in Zukunft sowieso einen besonderen Stellenwert einnehmen müssen. Unsere umwelt- und gesundheitsbewusste Zielgruppe spielt uns dabei in die Karten. Im Hinblick auf die Verbesserung der Mobilität sind mittelfristig also erste Lösungen möglich.

Das Gästekartenangebot kann zudem die Tourismusakzeptanz in der Bevölkerung verbessern. Gerade während der Corona-Krise wurde dieses lange vernachlässigte Problem sichtbar. Overtourism in den Spitzenzeiten, Verteuerung des Lebensumfeldes, Verknappung von Wohnraum, Überfüllung der lebensnotwendigen Wirtschafts- und Lebensbereiche, all das führte zu einem schlechten Image des Tourismus, der im Umkehrschluss uns aber alle ernährt.

Ostseebad Ahrenshoop, 01.12.2021

Roland Völcker / Kurdirektor