

## Dobbertiner Leitlinien

Wir engagieren uns gemeinsam für:

1. **Qualitativ hochwertige Reittourismusbetriebe von Stall und Unterkunft bis zum Service für Pferd & Mensch**
2. **Ein liberales Reitwegerecht in großer Verantwortung für die Natur und andere Nutzer**
3. **Attraktive, kreative und national wie international konkurrenzfähige Produkte**
4. **Ein kundenorientiertes, zeitgemäßes und professionelles online & offline-Marketing auf allen Ebenen**
5. **Eine intensive, vertrauensvolle Zusammenarbeit aller Interessengruppen**

Der Umsetzung dieser Leitlinien dienen folgende konkrete Einzelziele bzw. Aufgaben:

### 1. Qualitativ hochwertige Reittourismusbetriebe von Stall, Unterkunft bis hin zum Service für Pferd und Mensch

*Hier geht es vor allem um:*

- die Sensibilisierung der Betriebe für die Bedürfnisse unterschiedlicher Zielgruppen in Hinblick auf Ausstattung, Angebote, Service, um Klassifizierungen und Qualitätssysteme
- Informationen, Schulungen etc. für interessierte Reittourismusbetriebe und die Fortsetzung des beispielgebenden Lehrgangs **“Fachkraft für Reittourismus“**

### 2. Ein liberales Reitwegerecht in großer Verantwortung für die Natur und andere Nutzer

*Hier geht es vor allem um...*

- **Pilotregionen** zur Gestaltung eines liberalisierten Reitwegenetzes, attraktive Möglichkeiten für das Strand- und Wasserreiten mit seriösem Monitoring und Evaluierung der Wirkungen auf Wegequalität und Nutzungskonflikte
- die Erarbeitung einer **Selbstverpflichtung** der Reiter und Fahrer zu ihrem sensiblen Verhalten in der Natur und zum Respekt gegenüber den berechtigten Interessen anderer Wegenutzer
- die Bestimmung von touristisch-relevanten **Ankerreitrouuten** und einem vorrangigen Engagement für deren Umsetzung und Bewerbung

### 3. Attraktive, kreative, national und international konkurrenzfähige Produkte

*Hier geht es vor allem um...*

- Differenzierung und Zielgruppenorientierung, die Kopplung reittouristischer Angebote mit den Urlaubswelten des TMV, attraktive Rundum-Sorglos-Angebote für klar definierte Zielgruppen
- identitätsstiftende, regional verankerte, **MV-typische Angebote**, die es nur hier geben kann, um sich von der Konkurrenz sichtbar zu unterscheiden

### 4. Ein kundenorientiertes, zeitgemäßes und professionelles online & offline-Marketing auf allen Ebenen

*Hier geht es vor allem um...*

- kundengerechte, aktuelle **Internetauftritte** und deren Verlinkung mit dem TMV
- zielgruppengerechte, „weibliche“ **Kommunikationsstrategien** aufgrund der „Frauendominanz“ im Reitsport und den angemessenen Einsatz der **Sozialen Medien**
- einen kundengerechten **on- und offline-Vertrieb**

### 5. Eine intensive, vertrauensvolle Zusammenarbeit aller Interessengruppen

*Hier geht es vor allem um...*

- mehr **regionale Netzwerke**, die sich auf das Thema Pferd spezialisieren
- eine Verbesserung des Zusammenwirkens sowie konkrete, **gemeinsame Aktivitäten** aller Teilsegmente des Pferdelandes MV und Bündelung der Kräfte zur Stärkung der politischen Akzeptanz
- die Fortsetzung der **jährlichen Fachtagungen** als gemeinsames Forum sowie weitere Kommunikationsinstrumente zur Lösung gemeinsamer Aufgaben und Probleme