

# **Touristisches Leitbild für die Feldberger Seenlandschaft**



## Einleitung

Nur wer die touristische Zukunft aktiv gestaltet, wird den sich wandelnden Marktbedingungen gewachsen sein. In Zeiten wachsenden Wettbewerbs zwischen den Tourismusdestinationen im In- und Ausland, wird es immer notwendiger, die individuellen Merkmale einer Region herauszuarbeiten, ein eigenständiges Profil aufzubauen und sich dadurch am Markt zu behaupten.

Sich verändernde Rahmenbedingungen sind die Herausforderungen der Tourismuswirtschaft. Besonders beeinflusst wird diese durch die demografische Entwicklung, die Finanzausstattung der Kommunen, durch den Wandel der Wirtschaftsstrukturen, die Energiewende, oder durch die Erreichbarkeit auf dem Lande.

Ein touristisches Leitbild dient in erster Linie als Wegweiser für alle Beteiligten, die an der Tourismusbranche beteiligt sind. Es beschreibt den Rahmen, in dem sich das zielorientierte Handeln der Tourismuspoltik, der Touristiker, der tourismusabhängigen Unternehmer, Institutionen, sowie der Bürgerinnen und Bürger bewegen soll. Nur wenn gewährleistet ist, dass alle Beteiligten an einem Strang ziehen – und zwar in die dieselbe Richtung – können neue Ansätze und Ideen auch tatsächlich umgesetzt und in konkrete Maßnahmen überführt werden. Das Leitbild verdeutlicht Geschlossenheit nach innen und außen und ist Ausdruck gemeinschaftlicher Verantwortung. Es zeigt dabei die mittel- bis langfristige strategische Ausrichtung der Tourismusgemeinde Feldberger Seenlandschaft auf und benennt die wichtigsten Aufgaben, um die vereinbarten Ziele zu erreichen.

Ein touristisches Leitbild ist kein Marketingkonzept – bildet aber die Grundlage, um ein solches zu erstellen.

Der hier zur Diskussion gestellte Entwurf eines touristischen Leitbilds ist Ergebnis eines zweijährigen Prozesses, in dem alle interessierten Akteure in Form von Gesprächsrunden, Arbeitsgruppen und Workshops eingebunden wurden.

Der Entwurf ist bewusst auf das nötigste reduziert und in hohem Maße anwendungsorientiert. Er ist in drei Teile untergliedert:

1. Das Selbstverständnis zeigt Stärken und Besonderheiten der Feldberger Seenlandschaft auf, mit denen sich alle Akteure vor Ort identifizieren.
2. Die Ziele und primären Handlungsschwerpunkte geben eine Entwicklungsrichtung für die nächsten Jahre vor und beschreiben konkrete Teilziele.
3. Die zentralen Handlungsfelder verstehen sich als Strategien, mittels derer die definierten Ziele erreicht werden können. Den jeweiligen Handlungsfeldern lassen sich konkrete Einzelmaßnahmen zuordnen.

Wenn im folgenden Text von *wir* und *unser* gesprochen wird, so sind damit alle handelnden Personen der Feldberger Seenlandschaft gemeint.

## Unser Selbstverständnis – „Wer sind wir und was macht uns aus?“

### Die Feldberger Seenlandschaft: Perle in der Tourismusregion Mecklenburgischen Kleinseenplatte



Unsere größte Stärke ist die eiszeitlich geprägte Naturlandschaft der Feldberger Seenlandschaft und der näheren Umgebung. Die Besonderheit besteht in der großen landschaftlichen Vielfalt, die auf kleinem Raum erlebbar ist. Dies bedingt die reizvollen Abwechslung zwischen den zahlreichen Klarwasserseen mit hervorragender Wasserqualität, den weitläufigen und alten Buchenwäldern sowie der Wiesen und Moore. Darüber hinaus ist – für ein Flachlandbereich –

das Höhenrelief ungewöhnlich stark gegliedert. Inmitten des Naturparks Feldberger Seenlandschaft können intakte Natur und ursprüngliche Landschaften entdeckt werden.

### Hans Fallada

Hans Fallada war einer der bedeutendsten Erzähler des 20. Jahrhunderts. Von 1933 bis 1944 war der Ort Carwitz sein Lebensort, wo er seine schöpferischste Zeit erlebte. Das Wohnhaus des Schriftstellers ist heute der Öffentlichkeit als Museum zugänglich und fungiert als Veranstaltungsort für Lesungen und Konzerte. Seit 2002 ist das Hans-Fallada-Museum Carwitz von der Bundesregierung als *kultureller Gedächtnisort von nationaler Bedeutung* zertifiziert. Hans Fallada stellt für die Feldberger Seenlandschaft ein weiteres Alleinstellungs- und Identifikationsmerkmal dar und dient dem Tourismus als kulturelles Zugpferd.



### Authentische Vielfalt



Wir bieten unseren Gästen vielfältige und hochwertige Tourismus- und Erholungsangebote. Unsere Region ist prädestiniert für ein landschaftsgebundenes, sanftes Urlaubserlebnis. Im Vordergrund steht die Erholung durch Aktivität in der Natur. Die Seen laden zum Baden, Paddeln oder Tauchen ein. Wanderer und Radfahrer werden ebenfalls mit passender Infrastruktur bedient. Zudem gibt es eine Vielzahl kleiner, kultureller und

kulinarischer Angebote. Einige regionale Erzeuger bieten Produkte von hoher Güte und Qualität an.

Unsere Stärke ist gelebte Authentizität: Die vorherrschende touristische Struktur befördert die Arbeit der vielen Kleinanbieter, die im Einzelhandel, in der Beherbergung

oder auch bei Kunst und Kultur zum einzigartigen Flair der Gemeinde beitragen. Besondere Persönlichkeiten und Einrichtungen/Angebote verkörpern die Tourismusregion zusätzlich nach außen. Sei es die Luzin-Fähre mit dem Fährmann, der Naturpark-Ranger, der Pilzexperte, der Schäferhofladen, der Literat, den Musiker, der Fischer und viele mehr. Dank dieser vielen Botschafter können wir uns von anderen Tourismusregionen abheben und ein positives Lebensgefühl auf unsere Gäste ausstrahlen.



Eine weitere Besonderheit ist die gegenseitige Teilhabe zwischen Einheimischen und Gästen. Das bedeutet, dass wir es unseren Gästen ermöglichen, an dem was uns wichtig ist, partizipieren zu können. Die Initiative „FeldBürger werden!“ ist ein Ausdruck dieses Bestrebens.

### Urlaubs- und Erholungsort Feldberg

Feldberg blickt auf eine über 150-jährige Tradition als Urlaubs- und Erholungsort zurück. Schon im Jahr 1855 entstand in Feldberg die erste Wasserheilanstalt. Die Seenlandschaft und das erholsame Reizklima lockten all sommerlich viele Gäste – besonders Berliner – nach Feldberg. Um das Kur- und Erholungswesen auf eine wirtschaftliche und nachhaltige Grundlage zu stellen, wurde 1998 die *Klinik am Haussee* angesiedelt. Die Fachklinik ist Zentrum für Neurologie, Kardiologie, Psychosomatik und Orthopädie sowie für Medical-Wellness.



Mit dem Prädikat Feldbergs als *Kneipp-Kurort* verstehen wir uns als aktiven Teil der Gesundheitsregion Mecklenburgische Seenplatte.

Wir sind uns der hohen Bedeutung des Tourismus für die Feldberger Seenlandschaft bewusst, denn er ist eines der wichtigsten wirtschaftlichen Standbeine für unsere Region. Gleichzeitig trägt der Tourismus dazu bei, die Lebensqualität der Bevölkerung in der Feldberger Seenlandschaft zu steigern.

## Wir verstehen uns als Teil eines Ganzen

Die Feldberger Seenlandschaft ist eingebettet in die touristische Gebietsgemeinschaft Mecklenburgische Kleinseenplatte mit Anknüpfungspunkten zu der Nachbarregion Uckermärkische Seen. Als Teilregion der Mecklenburgischen Seenplatte binden wir unsere Tourismusarbeit in die Aktivitäten des Tourismusverbandes Mecklenburgische Seenplatte e.V. (TVMSE) ein. Dieser ist seinerseits Mitglied im Landestourismusverband Mecklenburg-Vorpommern e.V., in dem wir damit mit der Marke *Mecklenburgische Seenplatte* vertreten sind.



Wir sind bestrebt, unsere Kräfte zu bündeln und Synergieeffekte durch Kooperationen mit Partnern in der Region optimal zu nutzen.

## **Unsere Ziele und primären Handlungsschwerpunkte – „Wo wollen wir hin?“**

### Schärfung des Profils: Stärkung der bestehenden Alleinstellungsmerkmale

Eine intakte Natur bildet die Basis und ist das Kapital für den Tourismusstandort *Feldberger Seenlandschaft*. Daher bedarf der Erhalt und der Schutz der Naturlandschaft unsere besondere Aufmerksamkeit. Zur nachhaltigen Weiterentwicklung als Urlaubsregion soll zukünftig auch der Naturpark Feldberger Seenlandschaft bei strategischen Überlegungen und konkreten Maßnahmen stärker mit einbezogen werden.

Hans Fallada ist für die Feldberger Seenlandschaft ein Identifikationsmerkmal und kulturelles Zugpferd. Deshalb werden auch weiterhin die Unternehmungen rund um das Hans-Fallada-Museum mit den zur Verfügung stehenden Ressourcen unterstützt.

In unserem Gemeindegebiet und dem Umland ist die Zahl der Künstler und Kulturschaffenden stark gestiegen; diese Entwicklung gilt es weiter zu befördern: Die hier lebenden Menschen und die touristische Zielgruppe schätzen den Zuwachs an kulturellen Veranstaltungen und Einrichtungen und profitieren von der freundlichen, willkommen heißenden Atmosphäre der Region.

Mit dem Prädikat Feldbergs als *Kneipp-Kurort* eröffnen sich mannigfaltige Chancen und Herausforderung, die wir gemeinsam nutzen und denen wir uns gemeinsam stellen wollen. Die weitere Profilierung als Gesundheitsstandort soll vorangetrieben werden, indem der Zielgruppe genau passende Angebote und Produkte offeriert werden. Darüber hinaus müssen Wege gefunden werden, in welcher Form die kneippsche Lebensphilosophie noch mehr in unser Umfeld integriert werden kann.

Mit der Initiative „FeldBürger werden!“ ermöglichen wir unseren Gästen und uns Einheimischen, konkret an der nachhaltigen Entwicklung der Region in Form von Wiesenpatenschaften teilzuhaben. Wir wollen dieses Projekt noch stärker als Aushängeschild für den nachhaltigen Tourismus etablieren.

Das regionale Qualitätsversprechen *Meine Feldberger Seenlandschaft* soll alle, die am Tourismusgeschäft teilnehmen, als Gemeinschaft präsentieren. Dadurch dürfen Gäste überall eine mit gleichen Standards, allgemeingültige Willkommenskultur erwarten.

### Sanfter Tourismus und Nachhaltigkeit in allen Bereichen

Wir setzen konsequent auf eine sanfte Tourismusedwicklung. Wir versuchen, die Bedürfnisse unserer Gäste bestmöglich zu befriedigen und gleichzeitig die Zukunftschancen der Feldberger Seenlandschaft zu wahren beziehungsweise zu erhöhen.

Wir wollen die vorhandenen Ressourcen nachhaltig managen, so dass wirtschaftlichen, sozialen und ästhetischen Erwägungen Rechnung getragen wird. Gleichzeitig müssen die kulturelle Integrität, die grundlegenden ökologischen Prozesse und die biologische Vielfalt und Lebensgrundlagen erhalten bleiben.

## Qualitatives Tourismuswachstum und Saisonverlängerung

Wir wollen die Besucherzahlen in der Hochsaison (Mai bis September) durch eine hohe Servicequalität und ein verlässliches Angebot an touristischen Dienstleistungen und gastronomischen Einrichtungen stabilisieren. Dazu möchten wir unsere Stammkunden noch stärker an uns binden und neue Gäste hinzugewinnen.

Wir fördern saisonverlängernde Maßnahmen, die die Attraktivität der Feldberger Seenlandschaft erhöhen und wollen kurz- bis mittelfristig die Gäste- und Übernachtungszahlen in den Monaten April und Oktober (langfristig: Oktober bis April) durch attraktive Reiseanlässe steigern.

## Zielgruppenschärfung

Bei allen strategischen Überlegungen und insbesondere bei der Entwicklung passgenauer Produkte (sowie deren Vermarktung) ist eine konsequente Zielgruppenausrichtung von enormer Bedeutung.

Wir wollen uns deshalb an den Bedürfnissen unserer Gäste und an der Vereinbarkeit dieser mit unseren Ressourcen und Zielen orientieren.

Unsere präferierte Zielgruppe lässt sich wie folgt charakterisieren:

- richtet Lebensweise auf Gesundheit und Nachhaltigkeit aus
- stark naturbezogen, sucht Individualität und Gemeinsinn, verbindet Genuss und Verantwortung
- Bedürfnis nach Stressfreiheit, Entschleunigung und Beständigkeit
- interessiert an wirtschaftlich, gesundheitlich und ökonomisch sinnvollen Produkten und Dienstleistungen
- bevorzugt regionale Anbieter und regionale Produkte
- verfügt häufig über ein überdurchschnittliches Einkommen
- interessiert an Kultur, besitzt hohes Qualitätsbewusstsein, ist bereit, dies auch monetär zu äußern

Die Bedürfnisse dieser Zielgruppe sind unabhängig von Alter, Herkunft und Familienstand.

Aufgrund der schlechten Anbindung an den ÖPNV konzentrieren wir uns mehr auf die Übernachtungsgäste als auf die Tagesgäste.

Zukünftig sollen verstärkt Familien angesprochen werden, da Kinder zukünftige Gäste werden können. Als potentialträchtige Zielgruppe sollen perspektivisch Tagungs- und Seminargäste angesprochen werden, weil diese im besonderen Maße als Multiplikatoren fungieren, die zu einem späteren Zeitpunkt mit Partner oder Familie wiederkommen können.

## Qualitätssteigerung

Ausdrücklich erklärtes Ziel ist es, unsere Wettbewerbsfähigkeit durch eine stetige Qualitätsverbesserung, stärkere Serviceorientierung und Steigerung der Gastfreundschaft zu stabilisieren und auszubauen. Hierzu haben wir mit „Meine Feldberger Seenlandschaft“ ein regionales Qualitätsversprechen entwickelt. Es umfasst alle für den Tourismus relevanten Bereiche und soll soweit etabliert werden, dass es den Stellenwert einer Qualitätsmarke erreicht.

Es ist uns wichtig, unseren Gästen eine zielgruppenspezifische Angebotsstruktur bieten zu können. Dies betrifft in erster Linie Beherbergung, Gastronomie, Freizeitangebote und Einzelhandel.

Rückblickend auf die Saison 2015 ist festzustellen, dass im gastronomischen Bereich Kapazitätsgrenzen erreicht und zu Spitzenzeiten überschritten wurden. Daher erscheint es uns notwendig, die Ansiedlung von gastronomischen Betrieben zu fördern. Mit Blick auf die Bedürfnisse der anvisierten Zielgruppe wollen wir weitere, qualitativ hochwertige gastronomische Angebote schaffen, die authentisch die Feldberger Seenlandschaft repräsentieren und die regionale Identität wahren.

Der Ausbau des barrierearmen Tourismus soll auch im Hinblick auf den demografischen Wandel stärker unterstützt werden. Die Feldberger Seenlandschaft ist bestrebt, *Urlaub für alle* zu ermöglichen.

Perspektivisch wollen wir uns um eine Zertifizierung als *Q-Stadt* durch ServiceQualität Deutschland bemühen.

## Erhalt und Ausbau der touristischen Infrastruktur

Um unser touristisches Angebot sicherzustellen, betrachten wir den Erhalt der bestehenden Infrastruktur als ein wesentliches Handlungsfeld, in dem alle Akteure aktiv werden können. Dazu soll ein zentrales Verzeichnis erstellt werden, welches stets aktuell gehalten wird. In diesem werden die Standorte von Infotafeln und Schaukästen, Bänken, Rastplätzen, Wegbeschilderungen, aber auch von Aussichtspunkten und Sichtachsen erfasst und einer Zuständigkeit zugeordnet. Wir möchten, dass im Gemeindehaushalt ein fester Posten für den Erhalt des gemeindlichen Anlagevermögens eingestellt wird. Dieser soll ebenfalls das in diesem Zusammenhang geleistete bürgerschaftliche Engagement unterstützen. Zur weiteren Sicherung der touristischen Infrastruktur sind wir bereit Partnerschaften als Bürger, Vereine und Unternehmen zu übernehmen.

Die in den letzten Jahren bereits unternommenen Anstrengungen zum Ausbau des Radwanderwegnetzes wollen wir weiter vorantreiben und befördern.

Zukünftig möchten wir uns auch als *Wanderregion* etablieren. Dies impliziert eine Aufwertung des Themas Wandern und bedingt einen hohen Stellenwert in unseren Überlegungen und unserem Handeln. Dazu muss ein qualitativ hochwertiges Wanderwegnetz geschaffen werden.



Wir wollen Ideen entwickeln, wie die Mobilität innerhalb der Gemeinde verbessert werden kann, damit auch die Ortsteile mit touristischen Angeboten erreicht werden können.

### Regionale Wertschöpfung und regionale Produkte

Ortsansässige Unternehmen sollen erhalten, gestärkt und die regionale Wertschöpfung erhöht werden, indem wir regionale Wertschöpfungsketten aufbauen.

Gemeinsam sollen Produkte ausgewählt werden, die in der Vermarktung und in der Außenwirkung einen besonderen Stellenwert einnehmen sollen und als Botschafter der Region dienen können. Wir unterstützen deren Vermarktung, in dem wir für unsere Gäste Informationen bereitstellen, woher diese Produkte stammen und wo sie erhältlich sind.

### Vernetzung der lokalen Akteure

Mit der Konstituierung eines Kur- und Tourismusausschusses hat die Gemeinde Feldberger Seenlandschaft nach innen und außen klar signalisiert, dass der Tourismus in all seinen Facetten für unsere Gemeinde einen wesentlichen Wirtschaftsfaktor darstellt.

Wir verstehen den Kur- und Tourismusausschuss als zentralen Anlaufpunkt für alle touristischen Belange. Er soll Vernetzungsstelle für alle Akteure sein, die der Tourismus tangiert. Das Gremium soll als Mittler zwischen Verwaltung, Institutionen und Unternehmen fungieren und dafür Experten hinzuziehen dürfen. Im Gegenzug erwarten wir vom Ausschuss wertvolle Impulse für die weitere Tourismusarbeit.

Wir wollen unsere vielfältigen Angebote und Aktivitäten stärker miteinander vernetzen und damit dem Gast besser zugänglich machen. Eine stärkere Zusammenarbeit soll zudem Räume für Innovation öffnen.

Wir möchten das Engagement der einheimischen Bürger und Leistungsträger noch mehr in die touristische Entwicklung mit einbeziehen. Wir versprechen uns davon eine noch stärkere Identifikation mit der Region und erhoffen uns ein Mitwirken beim Erhalt und der Verbesserung des touristischen Angebots.

### Vermarktung

Mit dem Relaunch der Internetseite *feldberger-seenlandschaft.de* verfügen wir über eine zeitgemäße Präsenz und ein modernes Instrument im Onlinemarketing. Wir betrachten die Webseite als Plattform für die Vermarktung unserer touristischen Angebote und Produkte. Dazu streben wir an, dass möglichst alle Angebote zur Übernachtung über diese Webseite gebucht werden können. Für diese Zielstellung, unternehmen wir alle uns zur Verfügung stehenden Mittel und Anstrengungen, um den Breitbandausbau flächendeckend zu befördern.

## Regionale und überregionale Kooperationen

Wir wollen über unseren Tellerrand hinaus schauen und deshalb die bestehenden Kooperationen mit unseren kommunalen Partnern in der touristischen Gebietsregion Kleinseenplatte ausbauen. Wir wollen bei unserer Tourismusarbeit die Konzeptionen und Strategien des Landkreises aktiv mit einbinden. Außerdem soll die Zusammenarbeit im Außenmarketing mit dem Tourismusverband Mecklenburgische Seenplatte e.V. intensiviert werden.

Heike Zumbrink  
Kordinatorin AG Tourismusstrategie des Kur- und Tourismusausschuss