LANDESTOURISMUSKONZEPTION BRANDENBURG
Ergebnisprotokoll Multiplikatorenwerkstatt

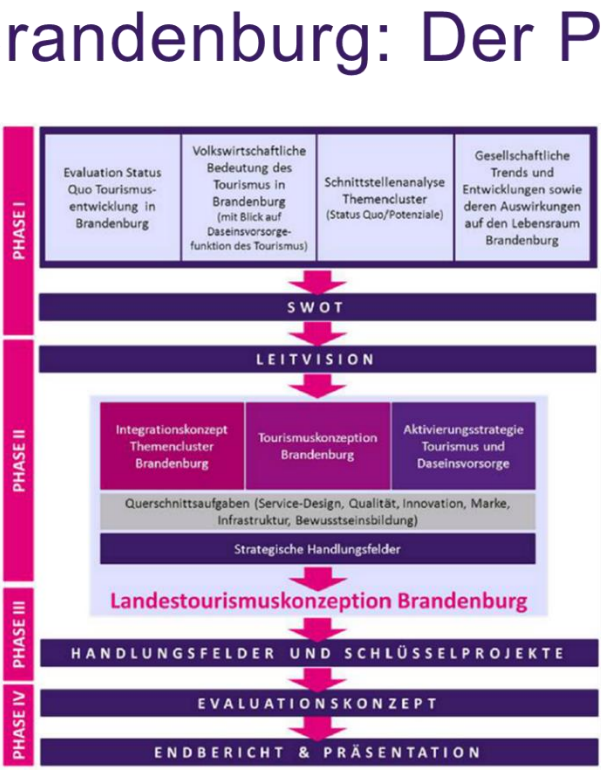
Datum:	15. April 2015
Sitzungsort und -dauer:	Tourismus Marketing Brandenburg GmbH, Potsdam 9 Uhr bis 12.15 Uhr
Teilnehmer:	Anlage 1

Hinweis zu diesem Flip-Chart-Protokoll

Ein Flip-Chart-Protokoll ist kein Konzeptpapier. Es dokumentiert die wichtigsten Inhalte der Diskussionen dieser Klausur, die am Flip-Chart schriftlich festgehalten wurden. Dieses Flip-Chart-Protokoll ist für die Teilnehmer dieser Klausur bestimmt. Weitere Leser werden gebeten, für Fragen Rücksprache mit den Teilnehmern der Werkstatt zu halten.

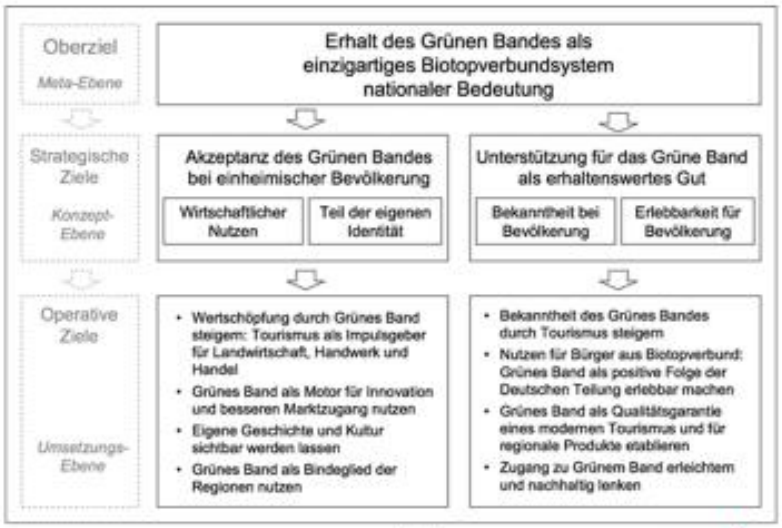
1. Begrüßung
Dieter Hütte begrüßt als Gastgeber die Teilnehmer in den Räumlichkeiten der TMB. Martin Linsen vom Ministerium für Wirtschaft und Energie begrüßte die Teilnehmer der Multiplikatorenwerkstatt und zeigt noch einmal den bisherigen Verlauf und die weiteren Schritte des Beteiligungsprozesses zur Erstellung der Landestourismuskonzeption auf. Sebastian Gries von Kohl & Partner moderierte die Werkstatt.

2. Erwartungen und Zielsystem der Landestourismuskonzeption Brandenburg
Sebastian Gries stellt den Prozess, die Erwartungen an die Landestourismuskonzeption Brandenburg sowie das Zielsystem an einem ausgewählten Beispiel vor.



Erwartungen an LTK und Prozess

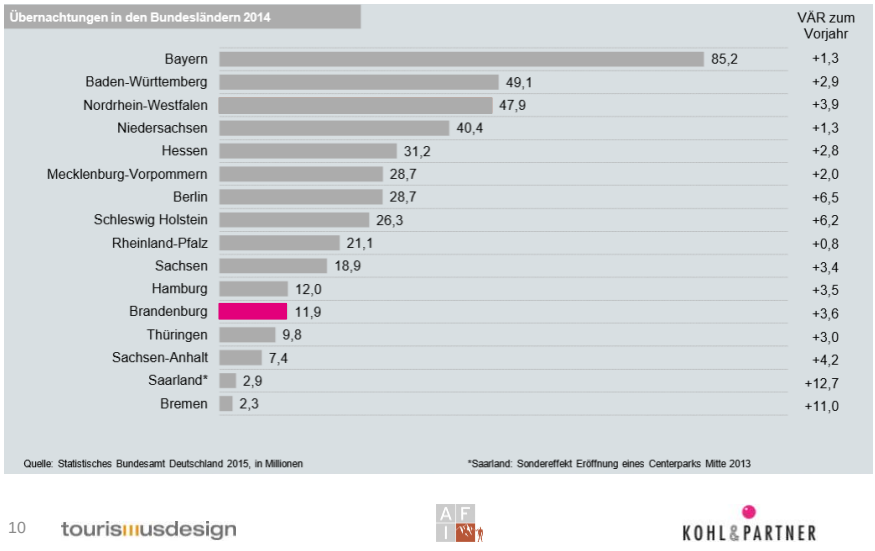
Zielsystem LTK Brandenburg – ein Beispiel

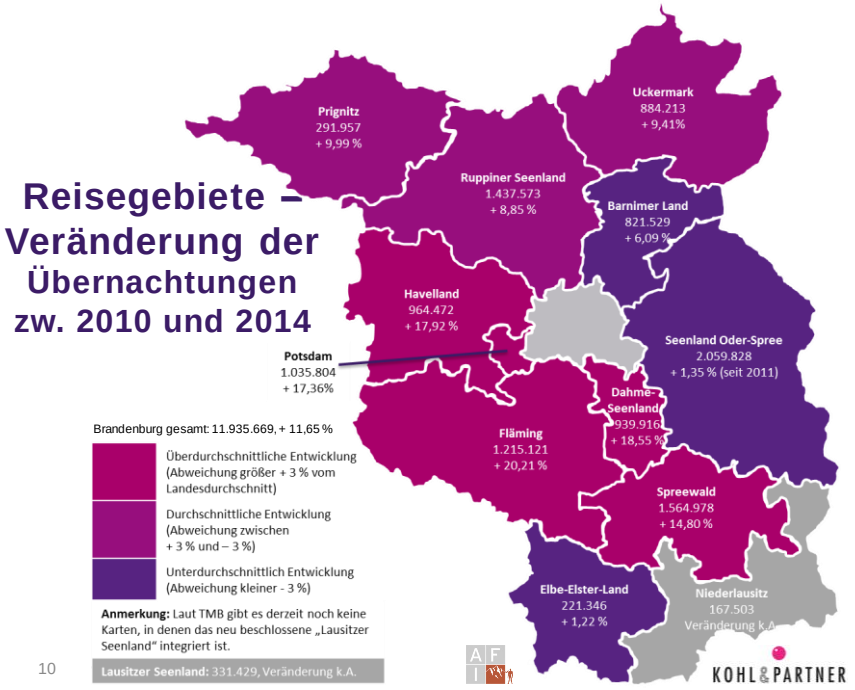


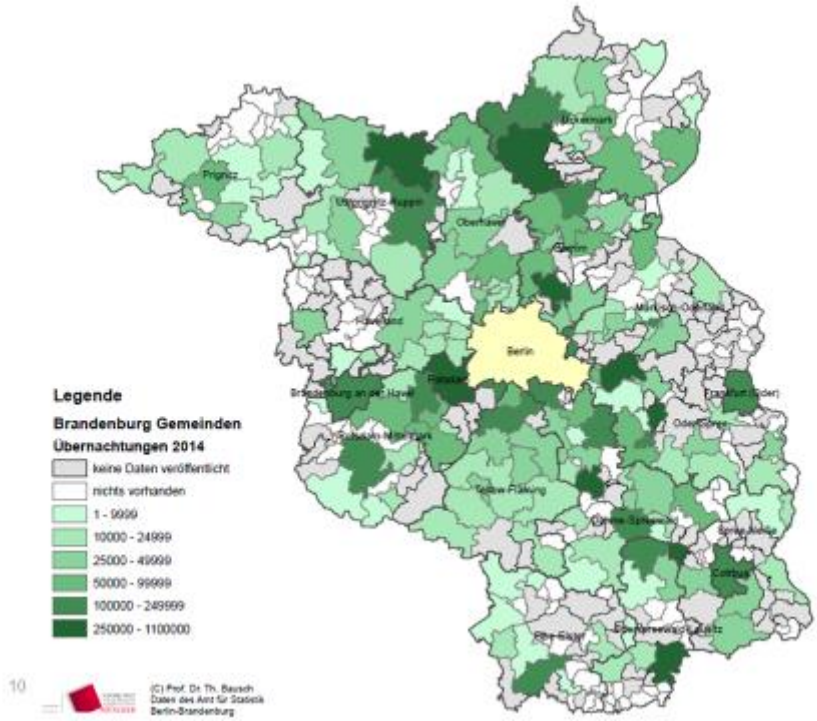
4 tourismusdesign KOHL & PARTNER

3. Ausgewählte Ergebnisse der statistischen Analyse

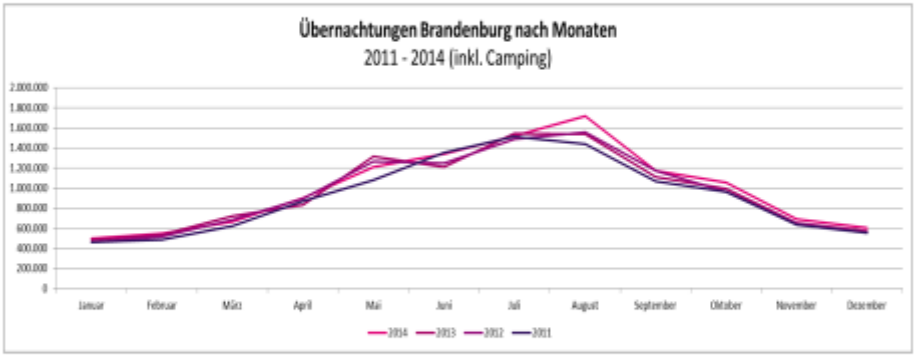
Die Berater präsentieren Ausgewählte Ergebnisse der statistischen Analyse, welche für die folgende Stärken-Schwächen-Analyse von besonderer Relevanz sind.







Brandenburg – ein **ein-saisonales** Reiseland



11 tourismusdesign

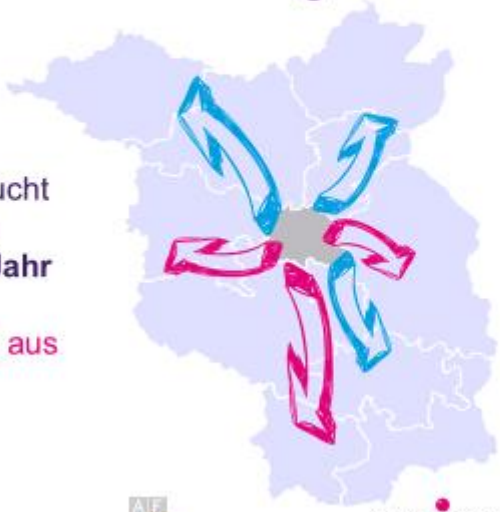
Quelle: Amt für Statistik Brandenburg, Stand 03/2015

KOHL & PARTNER

Statistisch betrachtet unternimmt jeder Berliner 12,5 Tagesreisen jährlich nach Brandenburg

Brandenburg verbucht
92,2 Millionen Tagesreisen pro Jahr

… davon **44,4 Mio.** aus Berlin.



12 tourismusdesign

Quelle: dwif (2014)

KOHL & PARTNER

Mit **über 90% der Übernachtungen** ist der **Binnenmarkt wichtigster Quellmarkt** Brandenburgs

Verteilung der Übernachtungen nach Quellmärkten 2014 in % (Sonstige: 2,56%)

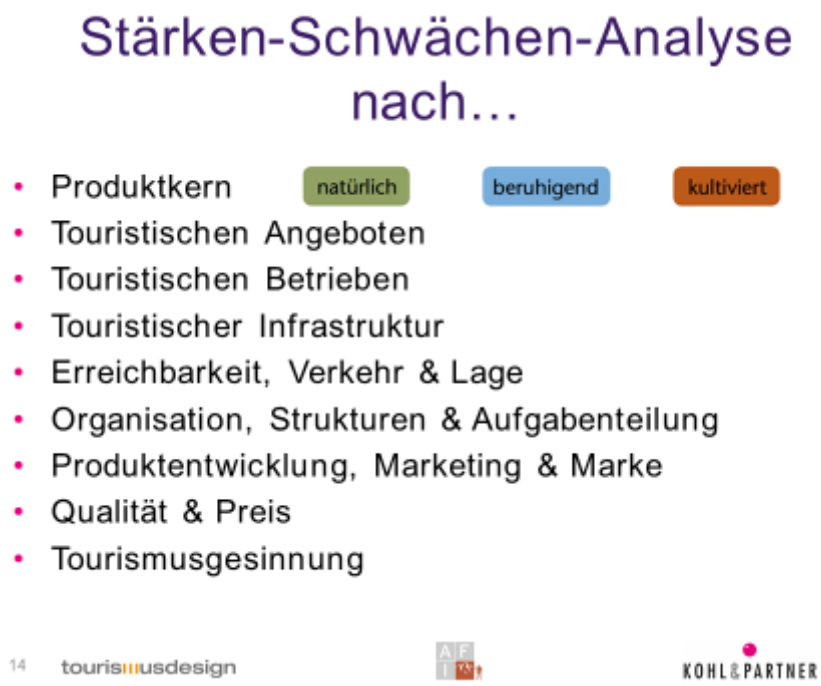
13 tourismusdesign

Quelle: Amt für Statistik Brandenburg, Stand 03/2015

KOHL & PARTNER

4. Vorstellung und Diskussion erster Ergebnisse der Stärken-Schwächen-Analyse
Die Berater stellen erste Ergebnisse der Stärke-Schwächen-Analyse vor. Diese werden im weiteren Workshopverlauf mit den Teilnehmern diskutiert und vervollständigt.
Eine Vielzahl von Untersuchungen und Dokumente seit 2006 aus unterschiedlichen Quellen wurde für die Stärken-Schwächen-Analyse berücksichtigt. Nachfolgend eine Auswahl der über 30 einbezogenen Studien und Veröffentlichungen.

Für die Analyse der Stärken und Schwächen untersuchen die Berater nachfolgende Bereiche.



Brandenburg hat echte Stärken …

- Weite, einsame Naturlandschaften
- spezialisierte Themenkompetenz Kultur mit nationaler Spitzenposition (Parks und Gärten, Potsdam, Brandenburg-Preußen)
- nationale Alleinstellung Wasser, Seen, Seenplatten (gemeinsam mit Mecklenburg-Vorpommern)
- Gute Infrastruktur und Positionierung national zum Thema Rad
- flächendeckende Thermen- und Bäderlandschaft
- Potenzial Regionaler Produkte, viele regionale Produzenten, Biolandwirtschaft, handwerkliche Erzeugung
- (einige wenige) Infrastrukturen nationaler Bekanntheit (Filmpark Babelsberg, Tropical Islands, Sanssouci, Lausitzring, Nationalpark Unteres Odertal)
- Direktanschlussmöglichkeit an nationalen und internationalen Markt über Megametropole-Berlin
- größte Kernmärkte im PLZ-Gebiet 0 und 1 sehr gut infrastrukturell angebunden
- Starker Tagesreisemarkt Berlin
- neue Marke Brandenburg (Marke besetzt Trend- und Sehnsuchtsthemen)
- Bekannte Destinationsmarken Spreewald und Potsdam (Berlin schwingt mit), bekannte Landschaftsmarken Schorfheide, Uckermark, Lausitz, Havelland

49 tourismusdesign KOHL & PARTNER

… aber auch Schwächen …

- kaum touristische Highlights nationaler Bedeutung
- starke markenunterstützende touristische Produkt- und Angebotsgruppen fehlen
- hohe Folgekosten Flächen-Infrastrukturpflege (insb. Radwege, Wasserwege)
- Kleinteiligkeit, Semiprofessionalität, Qualitätslücken im Gastgewerbe *
- Substanzverlust im Gastgewerbe durch zu geringe Investitionsquote
- Geringe Qualifizierungs- und Weiterbildungsbereitschaft
- Digitalisierungsgrad und –qualität bei touristischen Leistungsträgern niedrig
- Wachsender Know-How- und Qualitätsbruch zwischen großen Akteuren/Organisationen und Kleinstanbietern
- Rasant wachsender Fachkräftemangel
- unterdurchschnittlicher Anteil klassifizierter und profilierter Betriebe
- wenige starke Regionalvermarktungsinitiativen, fehlender Markentransfer
- Ein-Saisonalität (Sommer)
- keine größeren, zusammenhängenden Tourismusbereiche
- Erreichbarkeit touristischer Orte im ländlichen Raum insb. Nordbrandenburgs problematisch (ÖPNV und MIV)
- Unklare Aufgabenteilung in der touristischen Organisation
- mangelnde Kooperation der Betriebe untereinander
- Organisatorisch kleinstrukturierte Reiseregionen, Marktgerechter Professionalisierungsgrad in Reiseregionen kaum umsetzbar
- geringe Bedeutung und Bekanntheit Brandenburgs in internationalen Märkten
- geringe Finanzkraft in den Kommunen
- geringe Tourismusgesinnung in der Kommunalpolitik

50 tourismusdesign KOHL & PARTNER

Die Diskussionsergebnisse sind unter „6. Werkstattarbeit SWOT-Analyse“ gemeinsam mit den abgeleiteten Chancen und Risiken dokumentiert.

5. Impuls „Landestourismuskonzeption Brandenburg: welche Trends bieten Chancen?“
Prof. Dr. Thomas Bausch gibt für die weitere Diskussion der Chancen und Risiken für den Tourismus in Brandenburg einen Impulsvortrag zu Trends und Treibern im Tourismus unter besonderer Berücksichtigung deren Relevanz für den Tourismus in Brandenburg. Der Vortrag kann auf der Dialogplattform www.tourismuswirtschaft-brandenburg.de eingesehen werden.

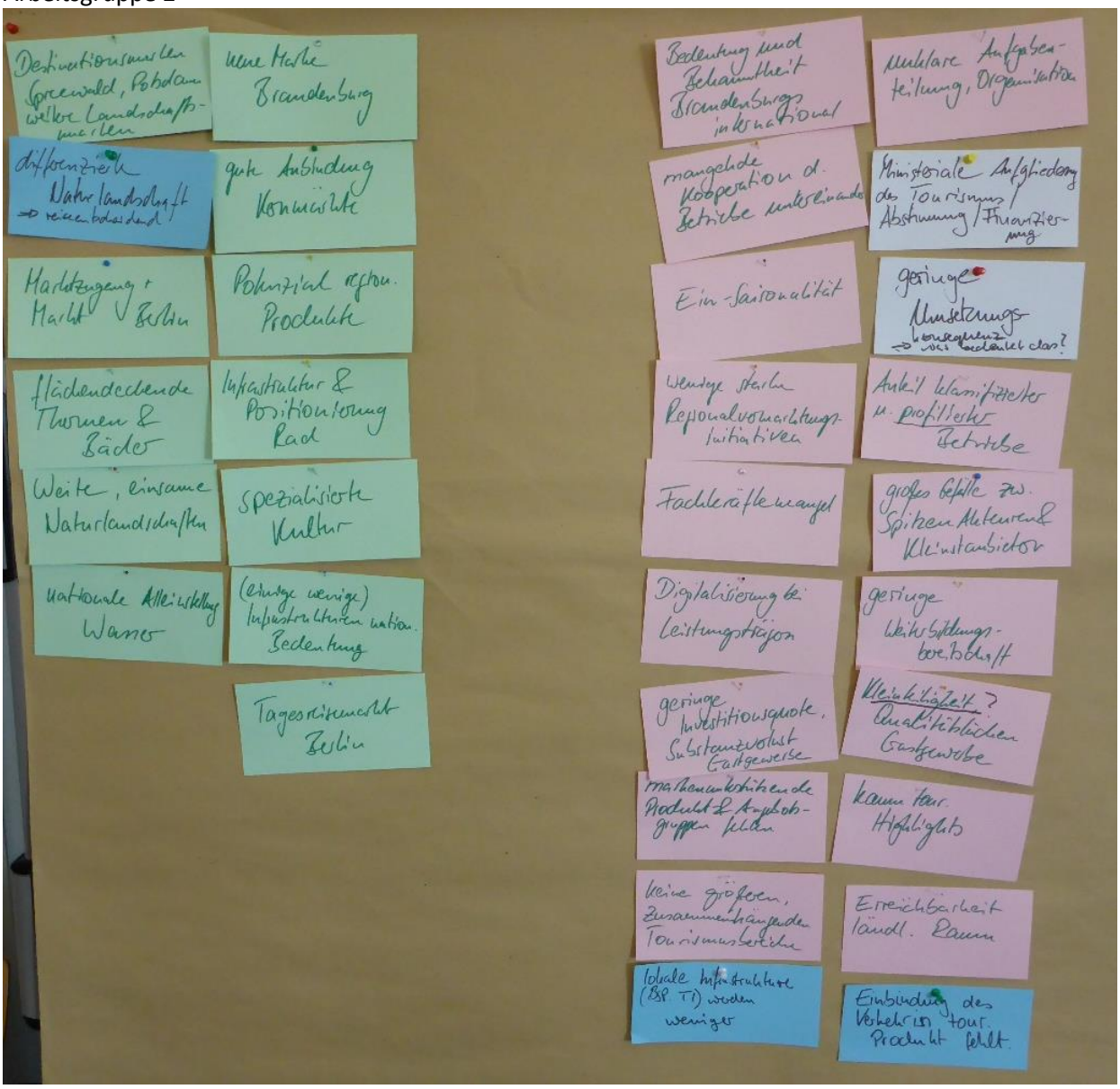
6. Werkstattarbeit: SWOT-Analyse

Unter besonderer Berücksichtigung der vorgestellten Stärken-Schwäche-Analyse und der für Brandenburg besonders relevanten Trends im Tourismus diskutieren die Teilnehmer in drei moderierten Gruppen die Chancen und Risiken der für die weitere touristische Entwicklung in Brandenburg. Die Ergebnisse der Gruppenarbeiten sind auf nachfolgenden Flip-Charts dokumentiert.

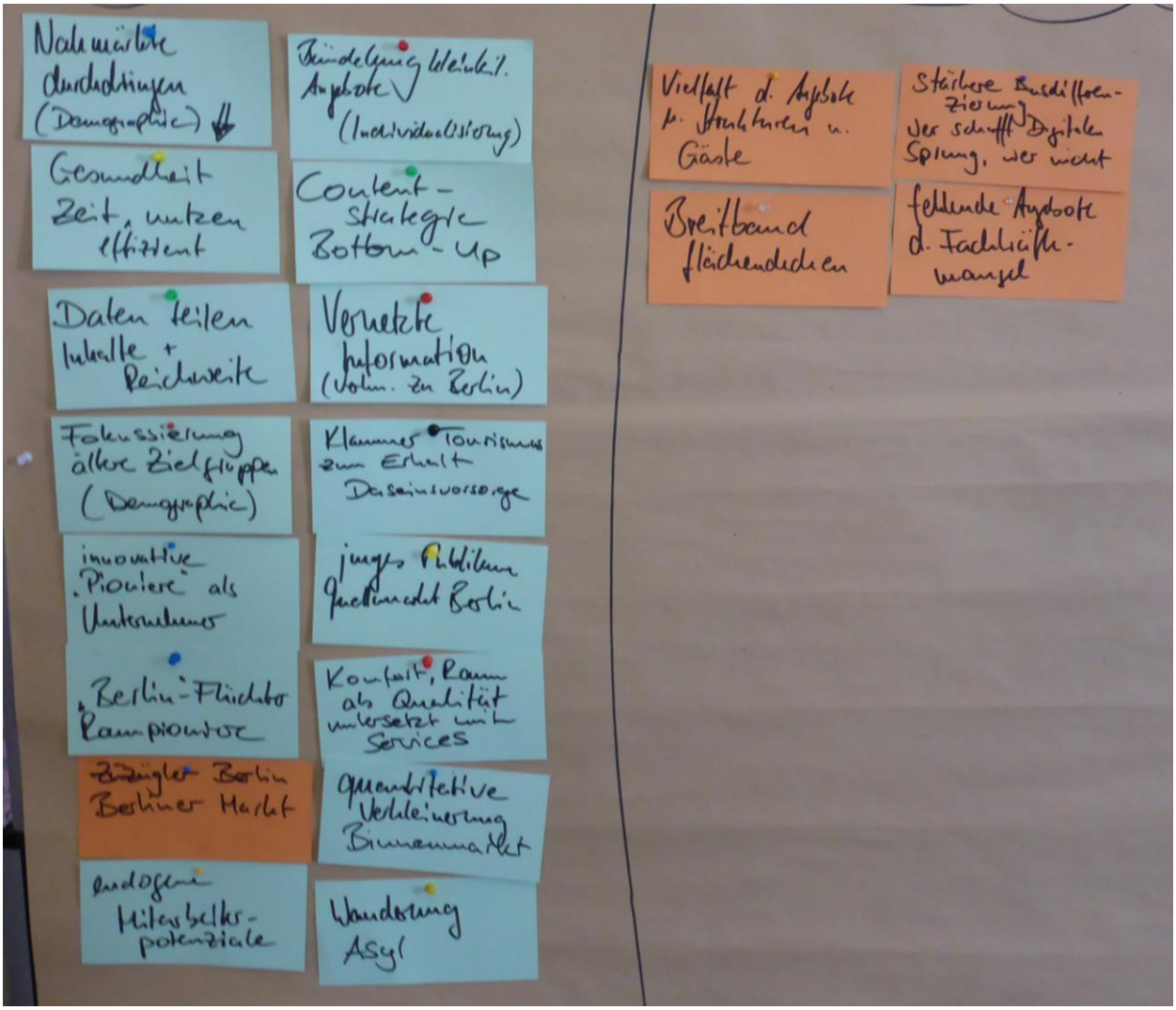
Arbeitsgruppe 1

Stärken-Schwächen-Chancen-Risiken

Arbeitsgruppe 2

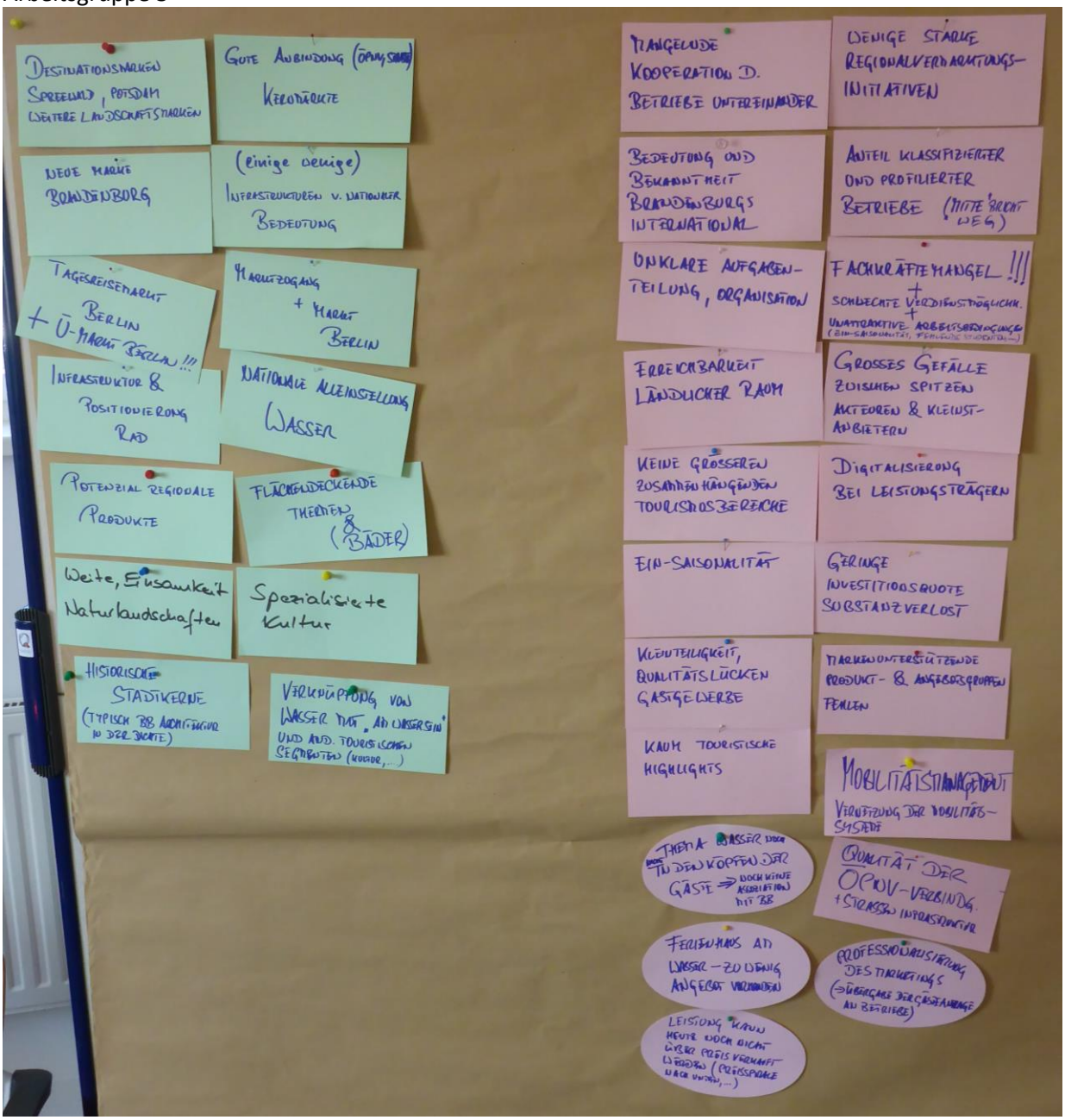


Stärken-Schwächen



Chancen-Risiken

Arbeitsgruppe 3



Stärken-Schwächen

Chancen-Risiken

7. Nächste Projektschritte und Partizipationsprozess

Im nächsten Projektschritt werden im Rahmen des Partizipationsprozesses drei Regionalwerkstätten zur Diskussion der Vision, Ziele und Handlungsfelder der neuen Landestourismuskonzeption mit Unternehmen, Regional- und Kommunalvertreter sowie weiteren interessierten Institutionen zu durchgeführt.

Die Teilnehmer der Multiplikatorenwerkstatt werden die Termine ihren Unternehmen, Mitgliedern und Interessenspartnern kommunizieren und um Teilnahme werben.

26. Mai 2015	Regionalkonferenz Oranienburg Orangerie im Schlosspark Oranienburg, Kanalstr. 26A 16515 Oranienburg
27. Mai 2015	Regionalkonferenz Cottbus Radisson Blu Hotel Cottbus, Vetschauer Str. 12, 03048 Cottbus
28. Mai 2015	Regionalkonferenz Bad Saarow Restaurant Park-Cafe Theater am See, Seestr. 22, 15526 Bad Saarow

Dauer jeweils 9 bis 13 Uhr mit anschließendem Mittagsimbiss.
Schriftliche Einladungen folgen.

Die Anmeldung erfolgt ab 4. Mai über die Online-Dialogplattform www.tourismuswirtschaft-brandenburg.de.

Teilnehmerliste

Multiplikatoren-Workshop Landestourismuskonzeption 2016 und Folgejahre
am 15.04.2015
Ort: Tourismus-Marketing Brandenburg GmbH

	Name	Institution	Unterschrift
1	Ruglin, Ellen	TV Seenland Oder-Spree	
2	Walters, Axel	Bad Saarow Kur GmbH	
3	Klodski, Jörg	VCB	
4	Würdemann, Birgit	AG Historische Stadtkerne	
5	Neumann, Petra	TV Niederlausitz	P. Neumann
6	Kummer, Dennis	pro agro e.V.	
7	Menzel, Daniel Sebastian	TV Fläming e.V.	
8	Wetzel, Madlen	TMB	
9	Birgit Krunkel	TMB	
10	Barbara Nitsche	IHK Potsdam	
11	Stefanic, Patrick	pro agro e.V.	
12	Ciminski, Lynn	Clustermanagement	
13	Zimmer, Andreas	CLM	
14	Tober, Jens	Stadt Brandenburg an der Havel	

+ Gutachterteam (Herr Gries, Herr Schober, Prof Bausch)

	Name	Vertretene Stelle	Unterschrift
15	Anet Hoppe	Tourismusverband LR tum Spreewald Neiße und Heide	
16	STEPHAN RICHTER	ZUKUNFTSAGENTUR BRANDENBURG GmbH	
17	Kostja Gaasen	LTV Brandenburg	
18	Petra Janke	Stadtmarketing / Tourismus Messe- u. Veranstaltungs GmbH	
19	Juliane Frank	TV Dahme-Seen	
20	Karolin Winkler	TV Lausitzer SL	
21	Dirk Wetzel	TMD GmbH	
22	BETTINA WEDDE	PTS	
23	Jens Beuchler	TMB	
24	Ingrid Faber-Schmidt	BKG gGmbH / Unterland Brandenburg	
25	Anke Sichles	TV Elbe-Elster-Land	
26	Thomas Bauer	Hochschule München / HFF	
27	MARTIN SCHEBERT	TOURISTUSDESIGN	
28	[illegible]	BKBV	
29	Peter Krause	TV Ruppiner Seenland	
30	Uwe Neumann	TV Prignitz	
31	Martin Lingen	MWE	
32	DIETER HÜTTE	TMB	
33	Lücke, Olaf	DEHOGA	
34	Vogel, Sabine	VBB	S. Vogel

+ MWE (Herr Lingen, Fr. Grünberg