



KOHL ► PARTNER

Die Umsetzung der BrandenburgCard in der Uckermark



Antworten auf die „W“ Fragen

1. Welche Rolle spielen wir in dem Projekt?
2. Was bringt die Card den Beteiligten?
3. Welche Inhalte, Finanzierung und Projektschritte sind für das Land geplant?
4. Wo steht das Projekt in der landesweiten Umsetzung heute?
5. Wie kann das Projekt konkret in der Uckermark umgesetzt werden?
6. Welche Weiterentwicklungsmöglichkeiten gibt es nach Einführung der Card?
7. Welche Fragen gibt es noch?

Antworten auf die „W“ Fragen

- 1. Welche Rolle spielen wir in dem Projekt?**
2. Was bringt die Card den Beteiligten?
3. Welche Inhalte , Finanzierung und Projektschritte sind für das Land geplant?
4. Wo steht das Projekt in der landesweiten Umsetzung heute?
5. Wie kann das Projekt konkret in Ihrer Stadt/ Region umgesetzt werden?
6. Welche Weiterentwicklungsmöglichkeiten gibt es nach Einführung der Card?
7. Welche Fragen gibt es noch?

1. Vorstellung



Diplom- Geograph Christopher Krull (Projektleiter)

Senior Berater und Standortleiter Bayern

Studium der Fremdenverkehrsgeographie (Universität) und 27 Jahre Erfahrung als leitender Destinationsmanager Schwarzwald, Weserbergland und Oberstaufen. Davon 21 Jahre Geschäftsführer und Entwickler der Marke Schwarzwald bei der Schwarzwald Tourismus GmbH. Hier auch u.a. Umsetzer der Vorteilskarten SchwarzwaldCard und KONUS Gästekarte (Freifahrt im ÖPNV). Zuvor Tätigkeiten für die Reiseanalyse Studienkreis für Tourismus, Busreiseveranstalter und einen Freizeitpark.

Seit 2020 bei Kohl & Partner.

Fachliche Schwerpunkte

- Touristische Strategie-, Orts- und Regionalentwicklung / Destinationsentwicklung/ Markenentwicklung
- Tourismus-, Marken-, Kommunikations-, und Marketingkonzepte
- Naturtouristische Produkt- und Angebotsentwicklung
- Kultur-, Gesundheits-, und Kurtourismus
- Moderation, Vorträge, Beratung, Mentoring
- Touristische Vorteilskarten, Innovative Marketingkampagnen

E-Mail: christopher.krull@kohl-partner.eu

1. Kurzportrait

Kohl & Partner



Hotellerie & Gastronomie

Individuelle Strategien und Umsetzungsbegleitung für jede Betriebsgröße

Wir entwickeln und begleiten Hotel- und Gastronomieprojekte fundiert und ganzheitlich zum Erfolg.



Touristische Destinationen

Regionaltypische und zukunftsorientierte Ergebnisse

Wir entwickeln und positionieren Räume und Erlebnisse, mit denen sich Gäste und Einheimische wohlfühlen.



Seminare & Trainings

Praxisnah und aktuelles Know-how

Wir geben unser Wissen weiter: an Unternehmer, Führungskräfte und Mitarbeiter touristischer Betriebe.



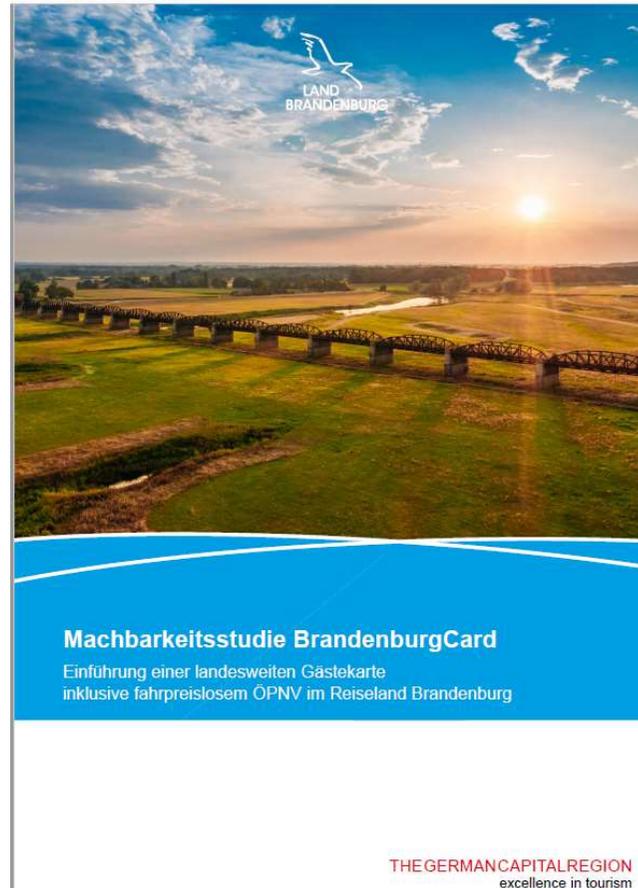
Touristische Infrastruktur

Von der Idee bis zur perfekten Realisierung und operativen Optimierung

Wir entwickeln und realisieren Freizeit- und Infrastruktur-Betriebe, sowohl zukünftige als auch bestehende.

1. Wir haben die Machbarkeitsstudie für das Land erstellt

K > P



Antworten auf die „W“ Fragen

1. Welche Rolle spielen wir in dem Projekt?
2. **Was bringt die Card den Beteiligten?**
3. Welche Inhalte , Finanzierung und Projektschritte sind für das Land geplant?
4. Wo steht das Projekt in der landesweiten Umsetzung heute?
5. Wie kann das Projekt konkret in Ihrer Stadt/ Region umgesetzt werden?
6. Welche Weiterentwicklungsmöglichkeiten gibt es nach Einführung der Card?
7. Welche Fragen gibt es noch?

2. Die Geburtsstunde der touristischen GästeCard

- 1995: Sighard Preis, damaliger Geschäftsführer der TAO (Tourismus Agentur Ossiacher See) erfindet die Kärnten Card
- 5 Jahre später entstehen mit der Bodensee Erlebniskarte und der SchwarzwaldCard die ersten Inklusivkarten in Deutschland
- Heute (nach 26 Jahren) existieren mehr als 100 Inklusivkarten im deutschsprachigen Raum



2. Drei Card-Modelle haben sich in Destinationen durchgesetzt



2. Gästekarten: wir kennen sie alle

Mehr als 100 Karten im deutschsprachigen Raum



2. Was bringt die Card?

Gästekarten Vorteile: Alle sind Gewinner!

Land/ Region/ Ort

- Nachhaltigkeit, Klima- und Umweltschutz (ÖPNV)
- Erlebnis- und Leistungspräsentation
- Serviceleistung für Stakeholder und Gäste
- Marken- und Imageaufbesserung
- Bekanntheit und Begehrlichkeit
- Wettbewerbsvorteil
- Höhere Meldeehrlichkeit und Abgabeeinnahmen, bessere Finanzlage
- Bessere Datenlage und Marktforschung

Leistungsträger/ Akzeptanzstellen

- Mehr u. zusätzliche Gäste
- Zusätzliche Werbung und Bekanntheit
- Sichere und zusätzliche Einnahmen
- Höhere Kapazitätsauslastung
- Wachsende und zusätzliche Nebeneinnahmen
- Netzbildung und Werbebünde

Hotelier / Gastgeber

- Höhere Attraktivität
- Besseren Service
- Wettbewerbsvorteil
- Zusätzliche Werbung
- Mehr Gäste und Auslastung
- Besseres Preis/ Leistungsverhältnis
- Mehr Umsatz

Gast

- Kostenersparnis
- Einfaches Handling (Ticketing)
- Besseren Service (Tarifgebiete ÖPNV)
- Eintritt in Erlebnis- Mobilitätswelt
- Freiheit (einfach mal ausprobieren)
- Orientierung und Information
- VIP Gefühl Wertschätzung

2. Gästekarten allgemein

Zentrale Lernerfahrungen aus erfolgreichen Projekten

- **Mobilität** als Leistungsbestandteil von Cards gewinnt stets an Bedeutung
- **Markenkonforme Leistungen** werden idealerweise integriert
- **Mitarbeiter-Cards** werden als Teil von Employer Branding Initiativen angeboten (Mitarbeiter-Edition)
- **VIP-Leistungen** werden integriert (Luxusgüter der Zukunft aufnehmen: mehr Zeit, mehr Raum, mehr Aufmerksamkeit)
- **Hinter-die-Kulissen-Schauen** als Leistungsbestandteil (z.B. Brot backen)
- **Regionale Produkte** inkl. Dienstleistungen werden eingebunden (Beispiel: Almbutler, Radbutler, Genuss-Botschafter, ...)
- **Digitale Lösungen** sind immer stärker im Einsatz (App-Lösungen, VR/AR in der Card integriert)

2. Unser Card Modell- Favorit

- Eine auf **Kurtaxabgabe basierende Umlagekarte** für Übernachtungsgäste mit der Basisleistung der enthaltenen ÖPNV Nutzung im Gesamtgebiet
- Mit der Möglichkeit der späteren **Hinzunahme von weiteren Attraktionen** und Ausflugszielen als Inklusivleistungen
- Mit der Möglichkeit zur **Hinzunahme von Rabattleistungen** als Bonus
- Mit der Möglichkeit der ortseigenen **Erweiterung mit ortsüblichen Leistungen**
- Mit späteren Ausbaustufen für **verschiedene Zielgruppen**
- Mit der späteren Ausbaustufe zur Erweiterung auf ein **Kaufkartensystem**

2. Die Umlagekarte auf Basis Ortstaxe

- **Zielgruppe:** Übernachtungsgast
- **Vertrag:** zwischen Betreiber und Akzeptanzstelle sowie Betreiber und Ort
- **Preismodell:** kostenfrei für Nutzer durch Erhöhung der Ortstaxe/ Gästeabgabe um 0,50€ – 2,50 € pro Pers. pro ÜN
- **Vertrieb:** Erhalt bei Anreise im Hotel
- **Abrechnung:** nach Frequenzen oder Pauschale oder Fixum Anteil am Normaltarif
- **Ausschüttungsquote:** häufig pauschales Fixum, ansonsten ca. 40%
- **Technik:** keine Technik nötig bei Fixumvereinbarung, Technik dennoch sinnvoll mit Meldescheinsystem-Gästekarte, Bar Code, QR Code

2. Best Practice kurtaxenbasierte Umlage mit ÖPNV: KONUS

Inhalte/Mehrwert für den Gast

- Kostenlose Nutzung des gesamten ÖPNV in der Ferienregion Schwarzwald
- Einfache Nutzung: 1 x Anmeldung bei der Ankunft, keine Auseinandersetzung mit Tarifgrenzen etc. vor Ort
- Sonderangebote & Ermäßigungen in teilnehmenden Gemeinden

Organisation

- Organisation & Vermarktung über STG
- STG hält Verträge mit Verkehrsverbänden und anderen Leistungspartnern

Preise/Gültigkeit

- Umlagekarte für Gäste über die reguläre Kurtaxe
- Gültig für den Aufenthaltszeitraum (kann für die Abreise, jedoch nicht für die Anreise in den Schwarzwald genutzt werden)



Abrechnungssystem

- € 0,42 netto pro meldepflichtige Übernachtung pro teilnehmender Gemeinde
- 40,5 Cent an Verkehrsverbände
- 1,5 Cent für Marketingmittel an STG (Flyer, Werbung, Abwicklung etc.)

2. Gästekarten allgemein

Zentrale Lernerfahrungen aus erfolgreichen Projekten

- **Mobilität** als Leistungsbestandteil von Cards gewinnt stets an Bedeutung
- **Markenkonforme Leistungen** werden idealerweise integriert
- **Mitarbeiter-Cards** werden als Teil von Employer Branding Initiativen angeboten (Mitarbeiter-Edition)
- **VIP-Leistungen** werden integriert (Luxusgüter der Zukunft aufnehmen: mehr Zeit, mehr Raum, mehr Aufmerksamkeit)
- **Hinter-die-Kulissen-Schauen** als Leistungsbestandteil (z.B. Brot backen)
- **Regionale Produkte** inkl. Dienstleistungen werden eingebunden (Beispiel: Almbutler, Radbutler, Genuss-Botschafter, ...)
- **Digitale Lösungen** sind immer stärker im Einsatz (App-Lösungen, VR/AR in der Card integriert)

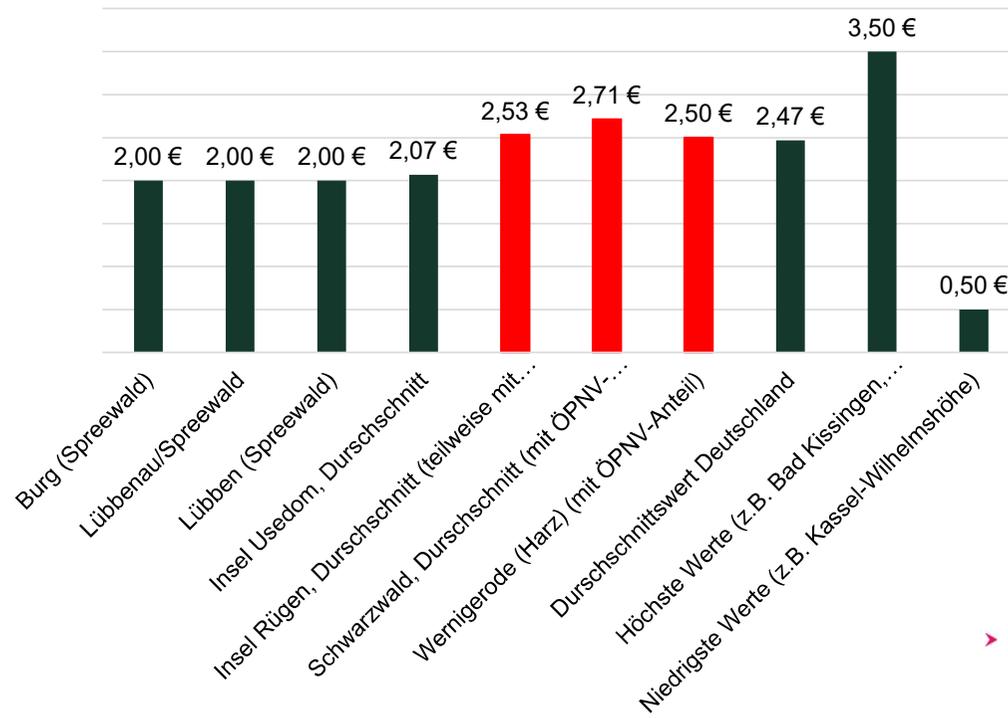
2. Leitbild Moderne Mobilität

Zukunftstrends und relevante Entwicklungstendenzen



- Verkehrswachstum durch wirtschaftliche Entwicklung und Individualmotorisierung
- Mobilitätsverhalten & Pandemieeffekt & Kriegseffekt , Spritpreiserhöhung, 49 Euro Ticket
- Digitalisierung und Automatisierung
- Verkehrswende und klimafreundliche Mobilität
- Innovationsfelder: Smart Mobility, Sharing & Co.

2. Benchmark Kurabgaben bei integriertem ÖPNV



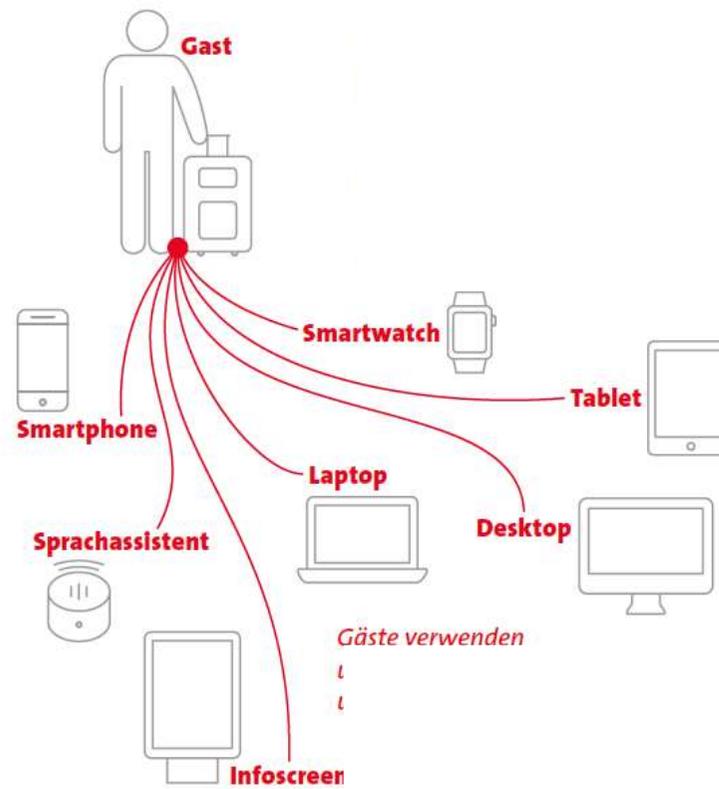
➤ Daten: Lübben (Spreewald) und Lübbenau/Spreewald: Kurbeitragssatzungen, Sonstige Abgaben: Finanztest 7/2016, Stand 2016.

5. Der digitale Weg

The image displays a collage of digital travel solutions. On the left, a mobile app interface for KaiserBad Ellmau shows a pool area and the text "KaiserBad Ellmau - Freibad & Hallenbad" with "GEÖFFNET (Schließt um 20:45 Uhr)". Below this, a route is shown with a walking icon (4), a bus icon, and another walking icon (1), with times 15:48 and 15:56. In the center, a "Routenplanung" screen shows a route from Ellmau (15:48) to Ellmau Dorf/Bauhof (15:52) via Bus 4061, and then to Ellmau KaiserBad (15:56). The bus is noted as "pünktlich". On the right, a woman is shown wearing a VR headset, with the text "Virtual Reality" below her. The background features a topographic map with a highlighted route.

Digitale Lösungen immer stärker im Einsatz (App
Lösungen, Self Tracking, Besucherlenkung, VR/AR)

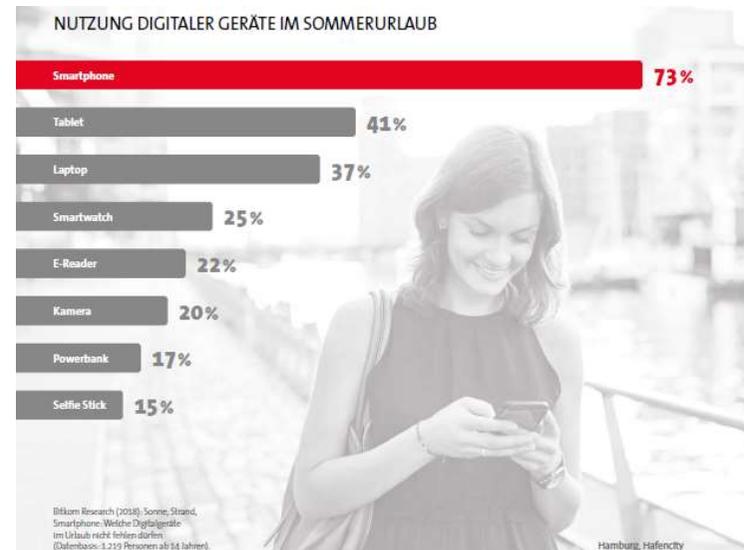
5. Der digitale Weg



5. Der digitale Weg



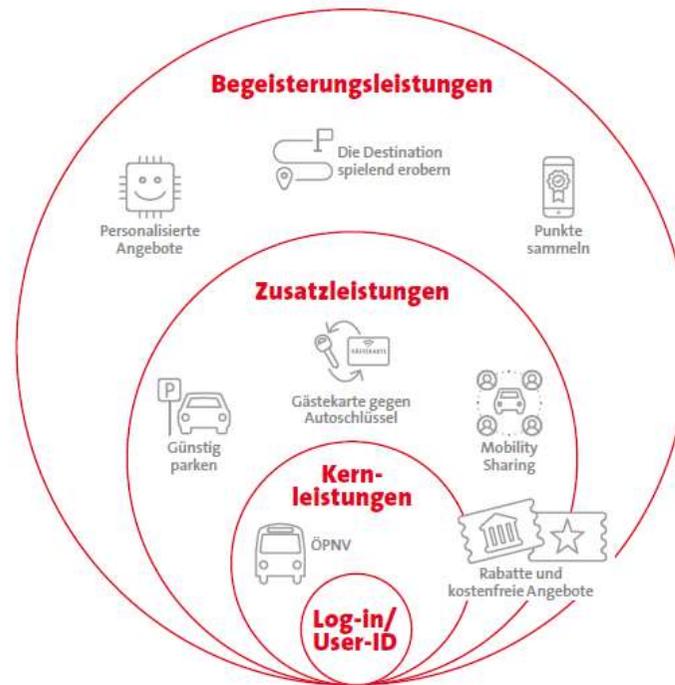
Quellen: 1 Bitkom Research (2018): Zwei von drei Bundesbürgern nutzen Reise-Apps (Datenbasis: 1.012 Personen ab 16 Jahren, darunter 851 Urlauber). 2 Bitkom Research (2019): Die Zukunft der Consumer Technology 2019 (Datenbasis: 1.205 Personen ab 16 Jahren). 3 BfW (2018): Digital Trends: Umfrage zur Nutzung des Smartphones im Urlaub (Datenbasis: 1.044 Personen ab 16 Jahren, von denen 855 ihr Smartphone im Urlaub nutzen).



5. Der digitale Weg



5. Der digitale Weg



5. PWA Best Practices



Deine Eintrittskarte zu exklusiven Vorteilen

Die digitale Gästekarte für Flims Laax Falera



Als Übernachtungsgast oder Ferienwohnungseigentümer in Flims Laax Falera kommst du in den Genuss von vielen Vorteilen in der Bündner Ferienregion. Mit der digitalen Gästekarte stehen dir zusätzliche, exklusive Angebote in deinen Ferien zur Verfügung.

[Mehr Infos](#)



TIPP Digitale Wilder Kaiser Card am Handy

Sie haben bereits eine Unterkunft gebucht? Dann fragen Sie gleich bei Ihrem Vermieter für die digitale GästeCard auf Ihrem Handy. Einfach Mailadresse angeben, schon wird die GästeCard digital, auch schon vor Antritt des Urlaubes, an Ihr Smartphone geschickt.

Antworten auf die „W“ Fragen

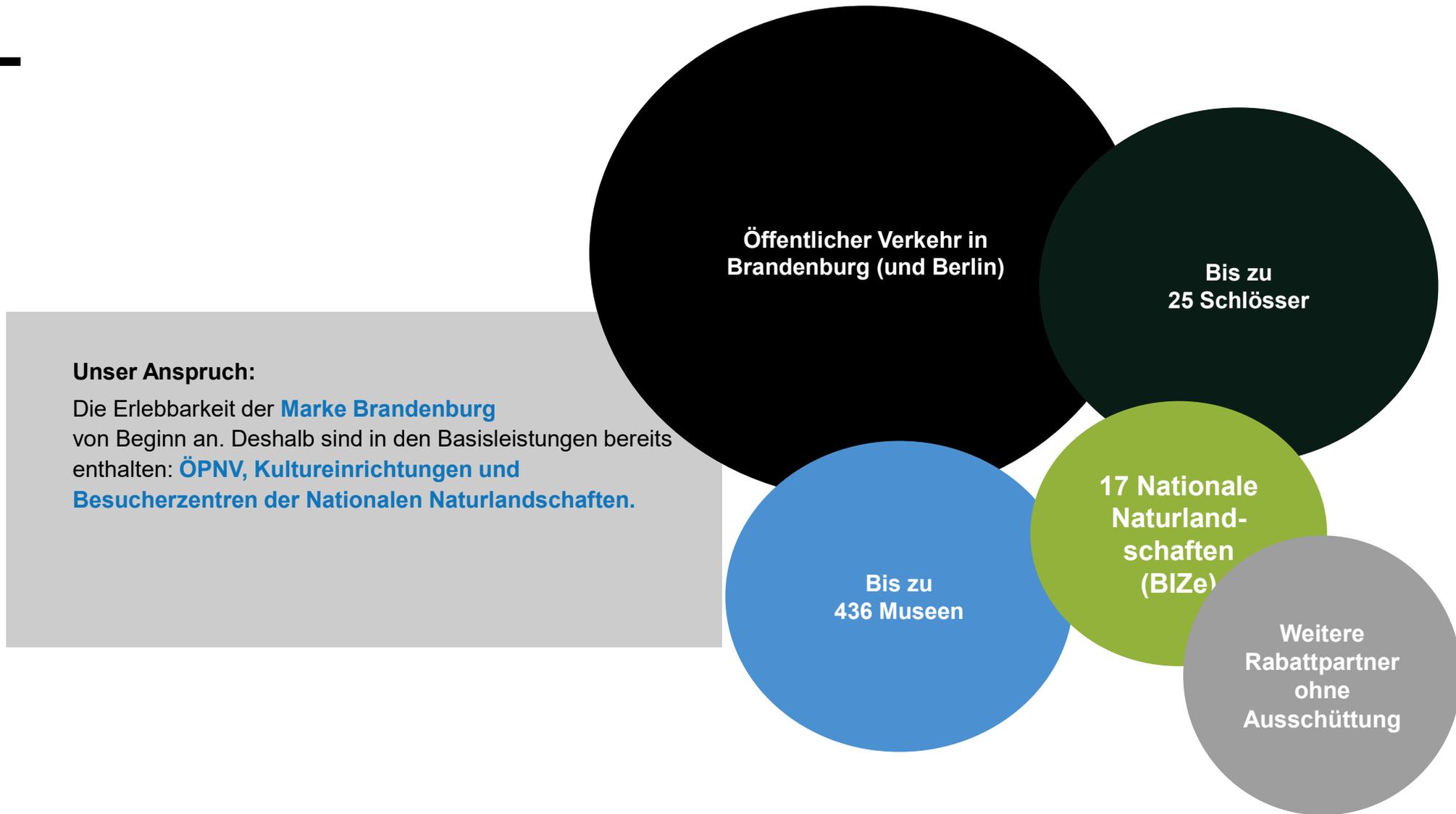
1. Welche Rolle spielen wir in dem Projekt?
2. Was bringt die Card den Beteiligten?
3. **Welche Inhalte, Finanzierung und Projektschritte sind für das Land geplant?**
4. Wo steht das Projekt in der landesweiten Umsetzung heute?
5. Wie kann das Projekt konkret in Ihrer Stadt/ Region umgesetzt werden?
6. Welche Weiterentwicklungsmöglichkeiten gibt es nach Einführung der Card?
7. Welche Fragen gibt es noch?

3. Das Card- Modell für Brandenburg

- Eine auf **Kur- und Gästeabgabe basierende Umlagekarte** für Übernachtungsgäste mit der Basisleistung der enthaltenen ÖPNV Nutzung sowie Eintritte in Museen, Schlösser und Gärten
- Mit der Möglichkeit der späteren **Hinzunahme von weiteren Attraktionen** und Ausflugszielen als Inklusivleistungen
- Mit der Möglichkeit zur **Hinzunahme von Rabattleistungen** als Bonus
- Mit der Möglichkeit der ortseigenen **Erweiterung mit ortsüblichen Leistungen**
- Mit späteren Ausbaustufen für **verschiedene Zielgruppen**
- Mit der späteren Ausbaustufe zur Erweiterung auf ein **Kaufkartensystem**

3. Inhalte, Finanzierung, weitere Schritte

Inhalte



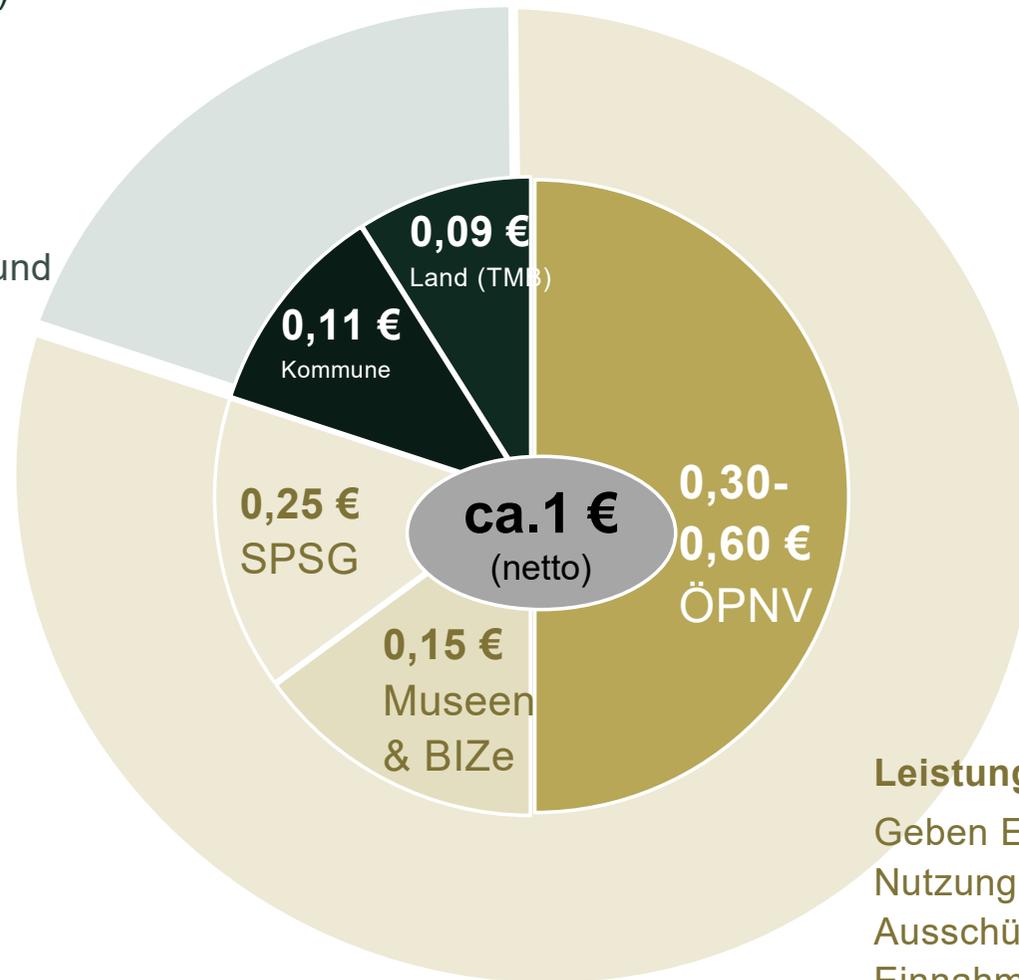
3. Inhalte, Finanzierung, weitere Schritte



Ausschüttungen (Schema mit Beispielbeträgen)

Organisationspartner:

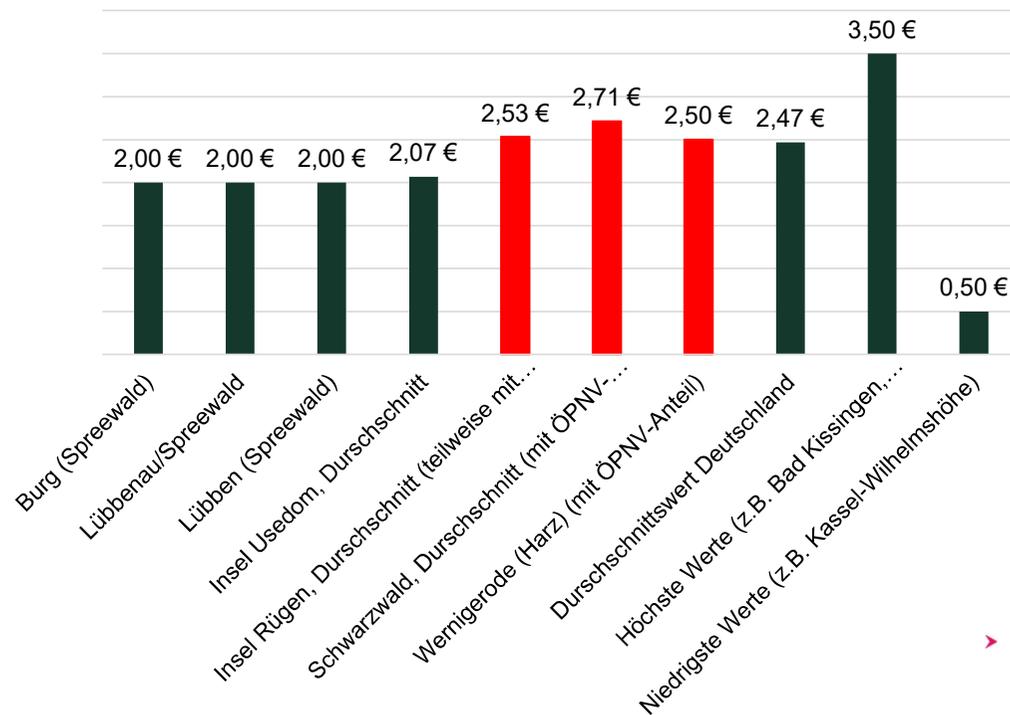
Kommune und Land übernehmen Verwaltung und Betrieb und erhalten Ausschüttung aus Einnahmen.



Leistungspartner:

Geben Eintritte und freie Nutzung und erhalten Ausschüttung aus Einnahmen.

3. Benchmark Kurabgaben bei inegriertem ÖPNV



➤ Daten: Lübben (Spreewald) und Lübbenau/Spreewald: Kurbeitragsatzungen, Sonstige Abgaben: Finanztest 7/2016, Stand 2016.

Antworten auf die „W“ Fragen

1. Welche Rolle spielen wir in dem Projekt?
2. Was bringt die Card den Beteiligten?
3. Welche Inhalte , Finanzierung und Projektschritte sind für das Land geplant?
4. **Wo steht das Projekt in der landesweiten Umsetzung heute?**
5. Wie kann das Projekt konkret in Ihrer Stadt/ Region umgesetzt werden?
6. Welche Weiterentwicklungsmöglichkeiten gibt es nach Einführung der Card?
7. Welche Fragen gibt es noch?

4. Wo steht das Projekt heute?

-  Eine Studie, die die Machbarkeit eines landesweiten Gästetickets belegt. **1**
-  Pilotregionen und -Kommunen, die bereit sind, mitzumachen. **2**
-  Ein Finanzierungsmodell, das im besten Falle zu mehr Einnahmen führen kann. **3**
-  Beteiligungspartner*innen für Inhalte, die unseren Gästen echte Mehrwerte bieten. **4**
-  Eine Ausschreibung zur Anschaffung der Cardplattform. **5**
-  Beratende Unterstützung der Kommunen bei der Einführung der BrandenburgCard. **6**

4. Inhalte, Finanzierung, weitere Schritte

K > P

Finanzierung

Die BrandenburgCard stützt sich auf eine **umlagebasierte Lösung** nach dem **Kommunalabgabegesetz Brandenburg (KAG)**.



Finanzierung basiert auf Kurbeitrag bzw. Gästebeitrag. Die Beiträge sind zweckgebunden für die Finanzierung der benannten touristischen Aufgaben. Die Umsetzung der Beiträge obliegt der einzelnen Kommune selbst durch Satzungseinführung. Die Landkreise sind mittelbar über ihre Verkehrsgesellschaften beteiligt.

2. Inhalte, Finanzierung, weitere Schritte

KAG § 11 aktuell

Meldepflicht des Gastgebers an die Kommune

(3) Wer **Personen** zu Heil- oder Kurzwecken gegen Entgelt **beherbergt**, wer ihnen als Grundeigentümer Unterkunftsmöglichkeiten in eigenen Wohngelegenheiten, z. B. Fahrzeugen oder Zelten, gewährt oder wer sie in den Fällen des Absatzes 2 Satz 3 in eigenen Einrichtungen betreut, kann **durch die Satzung verpflichtet werden, diese Person der Gemeinde oder dem Gemeindeverband zu melden**, den Kurbeitrag einzuziehen und an die Gemeinde oder den Gemeindeverband abzuliefern; er haftet insoweit für den Kurbeitrag.

Kurbeitrag bei Kurorten

(1) Die Gemeinden, als **Kurort anerkannt** sind, können

für die **Herstellung, Anschaffung, Erweiterung und Unterhaltung** der zu Heil- oder Kurzwecken in dem anerkannten Gebiet bereitgestellten Einrichtungen und Anlagen sowie für die zu diesem Zweck durchgeführten **Veranstaltungen** einen Kurbeitrag erheben.

Gemeindeverband, so kann nur dieser den Kurbeitrag erheben. Die Satzung kann in diesem Falle bestimmen, daß die Gemeinde einen angemessenen Anteil an dem Kurbeitragsaufkommen für ihre eigenen Aufwendungen im Sinne des Satzes 1 erhält.
Satz 4: Kurbeitragsfähig sind auch die Kosten für die auch im Rahmen eines **überregionalen Verbunds den Abgabepflichtigen nach Absatz 2 Satz 1 eingeräumte Möglichkeit der kostenlosen Nutzung des öffentlichen Personennahverkehrs** gemäß § 1 Absatz 2 des ÖPNV-Gesetzes.

Gästebeitrag bei Nicht Kurorten

(5) **Nicht zur Erhebung von Kurbeiträgen berechnigte Gemeinden können zur Deckung der Kosten nach Absatz 1 Satz 4 einen Gästebeitrag** erheben. Beitragspflichtig sind die Personen, die in der Gemeinde für touristische Zwecke Unterkunft nehmen, ohne in ihr ihren Wohnsitz im Sinne der §§ 7 bis 11 des Bürgerlichen Gesetzbuches zu haben.

4. Inhalte, Finanzierung, weitere Schritte

KAG § 11 aktuell

Dies bedeutet aktuell:

- Kurorte können für alle Kosten und Umlagen einen Kurbeitrag verlangen
- Nicht prädikatisierte Orte nur für eine ÖPNV Umlage

Lösung des Problems:

- Änderung und Anpassung des KAG, sodass auch Nicht Kurorte für alle Kosten und Umlagen einen Gästebeitrag erheben können
- Als Zwischenlösung für Nicht Kurorte: Einführung eines Gästebeitrags zunächst nur des ÖPNV als Basisleistung der BrandenburCard

4. Potentielle und Ortspartner mit Teilnahmeinteresse



Landkreis Barnim

- Joachimsthal
- Schorfheide

Landkreis Elbe-Elster

- Verbandsgemeinde Liebenwerda

Landkreis Dahme Spreewald

- Lübben

Landkreis Oberhavel

- Fürstenberg
- Gransee
- Zehdenick

Landkreis Oberspreewald-Lausitz

- Lübbenau
- Senftenberg

Landkreis Ostprignitz-Ruppin

- Neuruppin
- Rheinsberg
- Stechlin

Landkreis Prignitz

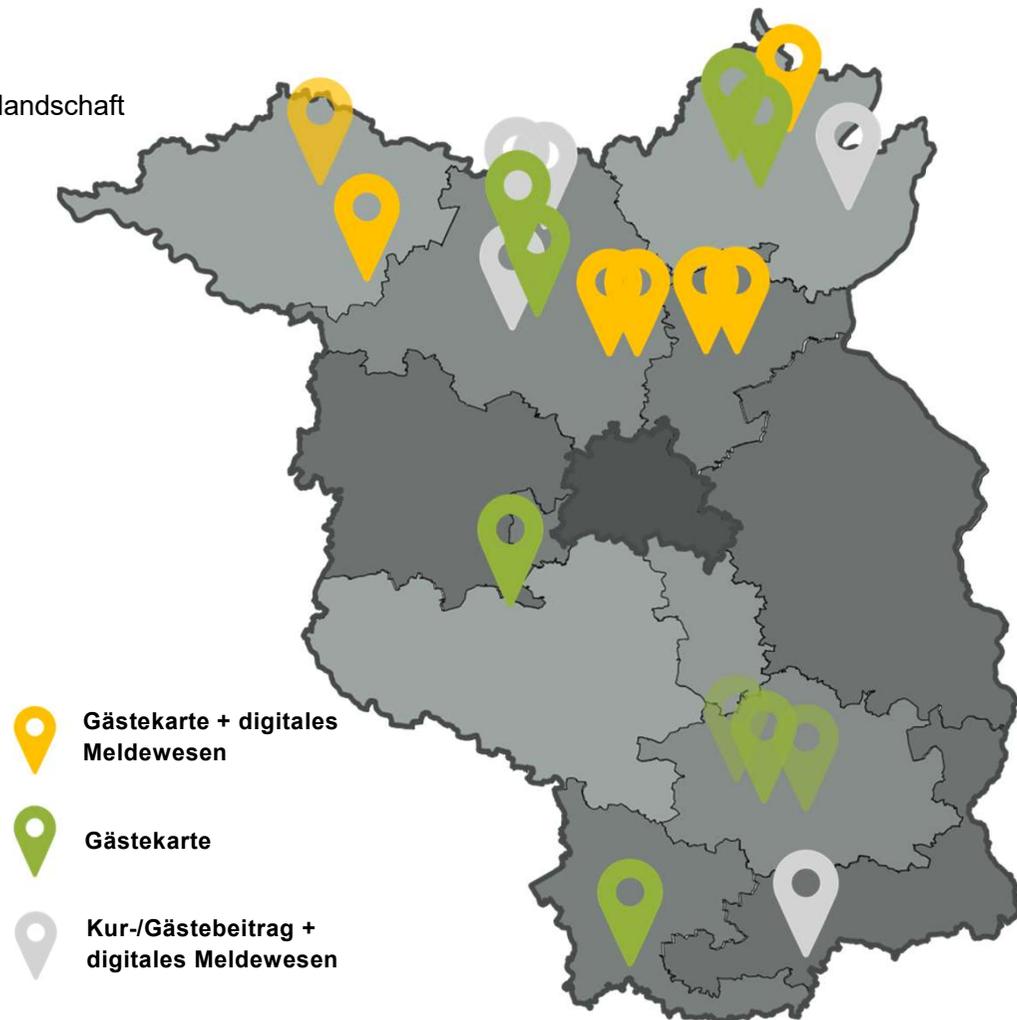
- Biosphärenreservat Flusslandschaft Elbe und Kleeblattregion

Landkreis Spree-Neiße

- Burg

Landkreis Uckermark

- Angermünde
- Lychen
- Prenzlau
- Templin



4. Kontinuierliche Entwicklung mit Augenmaß



Antworten auf die „W“ Fragen

1. Welche Rolle spielen wir in dem Projekt?
2. Was bringt die Card den Beteiligten?
3. Welche Inhalte , Finanzierung und Projektschritte sind für das Land geplant?
4. Wo steht das Projekt in der landesweiten Umsetzung heute?
5. **Wie kann das Projekt konkret in Ihrer Stadt/ Region umgesetzt werden?**
6. Welche Weiterentwicklungsmöglichkeiten gibt es nach Einführung der Card?
7. Welche Fragen gibt es noch?

5. Wie kann das Projekt konkret in Ihrer Stadt/ Region umgesetzt werden?

K ► P

Besonderheiten für **NEUE** Orte, die **keine Kurorte** sind

1. Der Gemeinderat beschließt zunächst die **Einführung eines digitalen Meldewesens**
2. Nach Abschluss des ÖPNV Vertrages mit dem regionalen ÖPNV beschließt die Stadt eine **Gästebeitragssatzung** mit Beitragsordnung und Durchführungsverordnung und gibt die **Gästekarte** als Brandenburg Card **mit Basisleistung ÖPNV** über die Gastgeber an die übernachtenden Gäste aus.
3. Nach Novellierung des KAG passt die Stadt die Beitragssatzung an und beschließt eine zusätzliche Abgabe für:
 - ortsübliche Leistungen
 - weitere landesweite Leistungen (Museen, BIZ, Schlösser)
 - ggf. weitere örtliche und regionale Leistungen

5. Drei Schritte Verfahren zur Einführung der Brandenburg Card

Begründung und Zielstellung der Maßnahme

Mit der schrittweisen Einführung einer Gästekarte mit Vorteilsleistungen (u.a. kostenfreie Nutzung des ÖPNV) und der damit verbundenen Erhebung eines Gästebeitrags sollen mittelfristig folgende **Ziele für die Kommune** erreicht werden:

- Erzielung eines **finanziellen Deckungsbeitrags** für die touristischen Aufwendungen der Kommune
- Unterstützung zur Erfüllung der **Vorschriften des Landesmeldegesetzes**
- Einführung eines digitalen Meldewesens und damit Erhalt von **verlässlichen Daten** zur Tourismusedwicklung und aktuellen Datenlage sowie Planungsdaten für Tourismusprojekte
- Unterstützung des **ÖPNV und der ÖPNV- Versorgung** und Anbindung
- **Reduktion des touristischen Individualverkehrs** als Beitrag zum Klima- und Ressourcenschutz
- Schaffung eines zusätzlichen **Anreizes der Gäste** für die Wahl der Kommune als Reiseziels und Hebung der Servicequalität für den Gast vor Ort

5. Drei Schritte Verfahren zur Einführung der Brandenburg Card

Schritt 1: Einführung eines **digitalen Meldewesens**

➤ Konkrete Maßnahmenbeschreibung

- Das Land (TMB) hat die technische Systemsoftware für eine **landesweite digitale Meldedatenplattform** mit Cardfunktion ausgeschrieben
- Nach Zuschlagserteilung wird das System voraussichtlich im Frühjahr 2023 installiert
- Die **Kommunen** können sich mit einem kostenpflichtigen **Lizenzvertrag** an dieses Landessystem anschließen
- Die **Erhebung der Daten** erfolgt dann über einen Login bei den **Gastgebern**
- Die **Weitergabe der Daten** an die Kommune erfolgt **automatisch** und digital

➤ Kosten- und Mittelaufwand für die Kommune

- Es ist mit einem Aufwand für Mandanteneinrichtung, Stammdateneingabe, Schulungen und Roll Out bei den Gastgebern in Höhe von rund einmalig 10.000 € und jährlich rund 3.000 € für eine Lizenz zu rechnen
- Der Personalaufwand kann für das digitale Meldewesen in der laufenden Verwaltung miterledigt werden

5. Drei Schritte Verfahren zur Einführung der Brandenburg Card

Schritt 1: Einführung eines **digitalen Meldewesens**

➤ **Begründung und Vorteile**

- Nach den Vorschriften des **Meldegesetzes § 24** müssen fremde Personen, die in Beherbergungsstätten Unterkunft nehmen, angemeldet werden - die Angaben zur Meldung sind vorgeschrieben
- Auf Verlangen sind die Meldungen von den Unterkunftgebern den Meldebehörden vorzulegen
- Mit der Einführung eines digitalen Meldewesens schafft die Stadt geordnete Strukturen, damit **ihre Beherbergungsbetriebe ihren Verpflichtungen nach dem Meldegesetz nachkommen können**
- Gleichzeitig verfügt damit die Kommune über die Möglichkeit zur Führung einer aktuellen Tourismusstatistik und eine aktuelle Datengrundlage
- Andererseits ist das digitale Meldewesen die **Grundvoraussetzung zur Einführung einer späteren Gästeabgabe** und der Herausgabe der Brandenburg Card als Gästekarte

➤ **Anlage**

A 1 Auszug Landesmeldegesetz § 24

5. Drei Schritte Verfahren zur Einführung der Brandenburg Card

Schritt 2: Einführung einer **Gästebeitragssatzung** und Gästekarte mit ÖPNV Nutzung

Konkrete Maßnahmenbeschreibung

- Nachdem die Voraussetzung eines regionalen ÖPNV- Vertrages gegeben ist, führt die Kommune einen Gästebeitrag nach dem KAG ein
- Auch nicht prädikatisierte Orte (kein Kurort), dürfen entsprechend KAG § 11 Absatz 2 Satz 1 des BbgKAG eine Gästeabgabe erheben um den Abgabepflichtigen die Möglichkeit einer kostenlosen Nutzung des öffentlichen Nahverkehrs gemäß § 1 Absatz 2 des ÖPNV Gesetzes einzuräumen
- Hierfür erlässt die Kommune entsprechend einer Mustersatzung, eine **Abgabesatzung**, eine **Beitragsordnung** und eine **Durchführungsverordnung**
- Die **Unterkunftsgeber** (Beherbergungsbetriebe) werden damit verpflichtet bei den Gastgebern den **Gästebeitrag einzuziehen** und an die **Kommune weiterzuleiten**
- Als Gegenleistung erhält der Gast **vom Gastgeber eine Gästekarte ausgehändigt**, die ihn zur fahrpreislosen Nutzung des ÖPNV berechtigt
- Der **Gästebeitrag** beinhaltet somit eine Umlage als Kostenersatz für **den ÖPNV und eine Verwaltungskostenumlage** für die Kommune
- Dem **Gastgeber** entsteht lediglich ein sehr **geringer Mehraufwand**, da er per Meldegesetz bereits verpflichtet ist, die für die Gästekarte notwendigen Daten zu erheben
- Die **Abrechnung** zwischen dem Gastgeber und der Kommune erfolgt **automatisch digital**

5. Drei Schritte Verfahren zur Einführung der Brandenburg Card

Schritt 2: Einführung einer **Gästebeitragssatzung** und Gästekarte mit ÖPNV Nutzung

➤ **Kosten- und Mittelaufwand für die Kommune**

keine Finanzaufwendungen

ca. 30% Arbeitsstelle, die über Verwaltungsumlage abgedeckt werden kann

➤ **Begründung und Vorteile**

Die Gäste erhalten eine Gästekarte mit fahrpreisloser ÖPNV Nutzungsmöglichkeit und die Kommune einen vollständigen Kostenersatz für die Gästekarte und ihren Verwaltungs- und Kostenaufwand mit dieser Gästekarte

➤ **Anlage**

A 2 Auszug aus dem KAG § 11,

A 3 Gästebeitragssatzung Muster Bdbg 22

A 4 Beitragsordnung_Satzung_Bdbg_Kurtaxe

A 5 Durchführungsverordnung_Satzung_Bdbg_Kurtaxe

5. Drei Schritte Verfahren zur Einführung der Brandenburg Card

Schritt 3: Einführung einer **Gästekarte mit weiteren Leistungen**

➤ Konkrete Maßnahmenbeschreibung

- Nachdem das **KAG angepasst** ist, sollen auch nicht prädikatisierte Orte ihren Aufwand für touristische Belange über eine Gästeabgabe finanzieren können
- Die Kommune beschließt die Anpassung des Beitragssatzes der Gästeabgabe und kalkuliert die Aufwendungen ihrer ortsüblichen Leistungen, als auch weiterer landesweiter Gästekartenleistungen (Museen, Freibäder etc.) in ihren Abgabesatz ein
- Da Meldescheinsystem, Gästekartensystem und Satzung bereits beschlossen und eingeführt sind, muss lediglich die Beitragsordnung per Gemeinderatsbeschluss angepasst (erhöht) werden

➤ Kosten- und Mittelaufwand für die Kommune

keine

➤ Begründung und Vorteile

Ausweitung der Kostendeckung, Mehreinnahmen in den Kommunalhaushalt, Attraktivitätssteigerung der Gästekarte

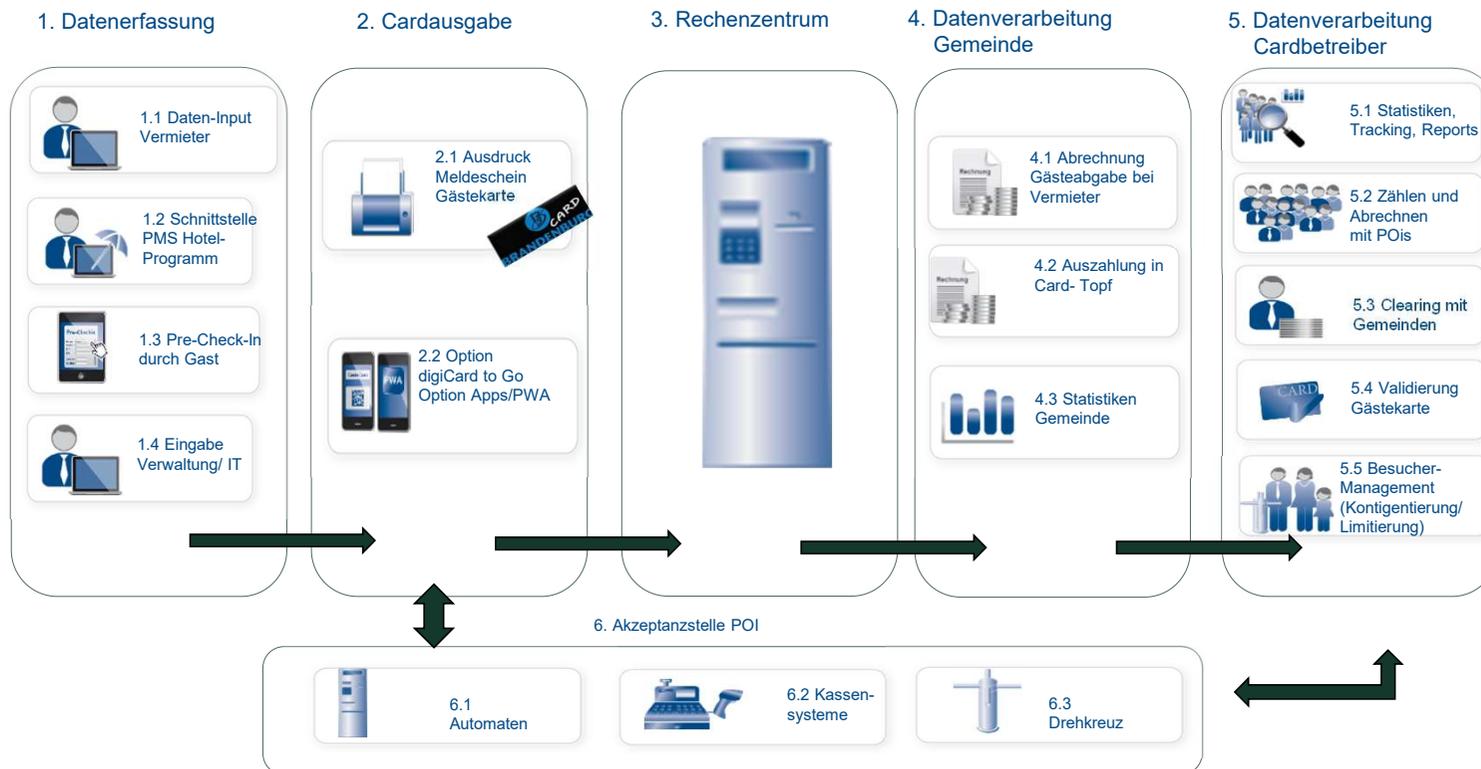
5. Wie kann das Projekt konkret in Ihrer Stadt/ Region umgesetzt werden?

Fahrplan zur Einführung der BasisCard für Orte mit bestehender Kurtaxe

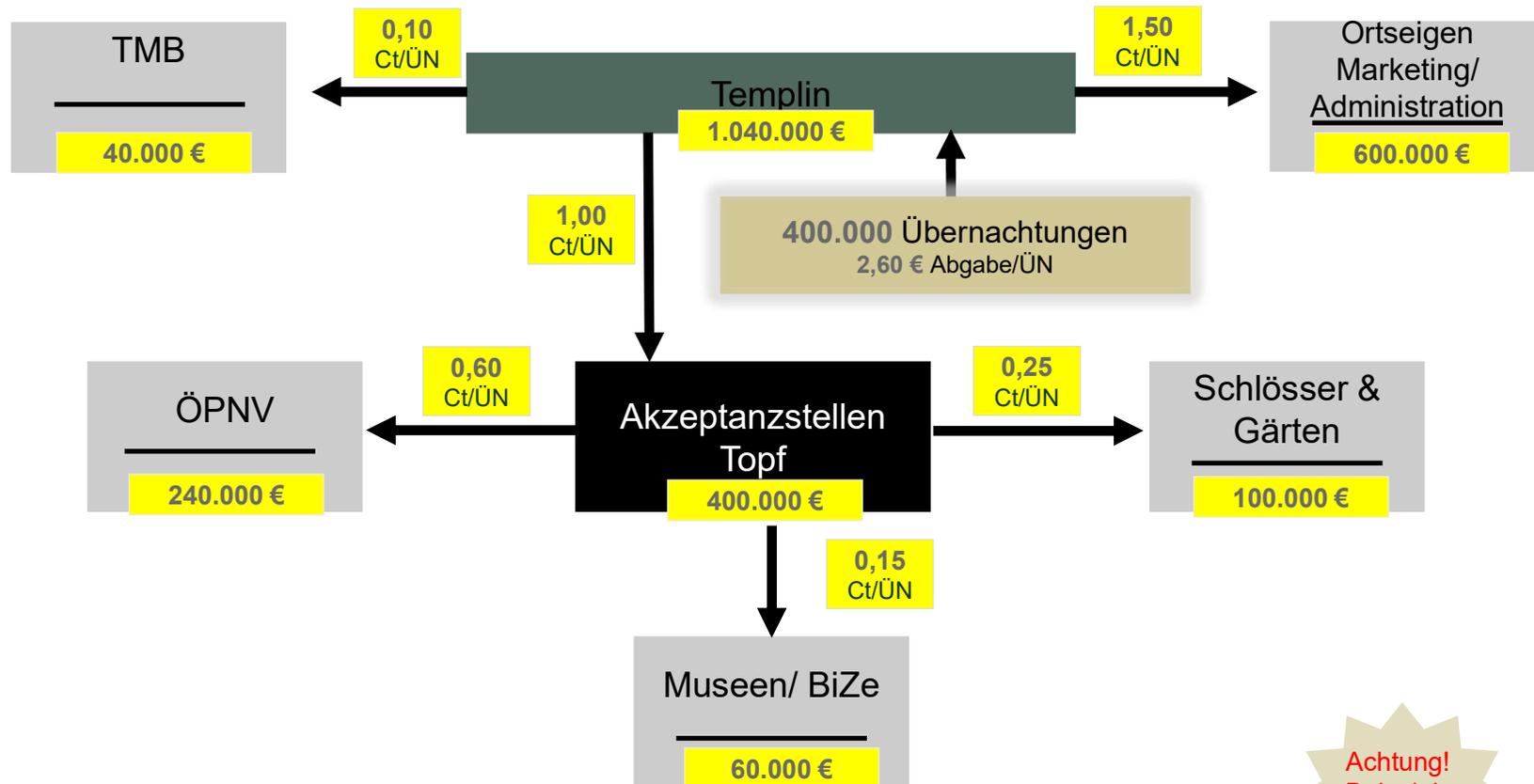
1. Der **Gemeinderat beschließt** die **Erhöhung** der Abgabe um den landesweiten BasisCard Anteil
2. Optional und empfohlen: Der Gemeinderat beschließt eine **neue Satzung nach der Mustersatzung** mit einheitlichen Regelungen der Bemessungsgrundlagen (z.B. Altersgrenzen) und Ausnahmetatbeständen (z.B. Senioren, Geschäftsaufenthalte), die die bisherige Satzung ersetzt.
3. Optional und empfohlen: Der Ort führt ein, für alle Beherbergungsbetriebe verpflichtendes **digitales Meldewesen** ein.
4. Der Ort ergänzt sein elektronisches Meldescheinsystem ggf. mit dem **Modul GästeCard** und ggf. einer Schnittstelle zum landesweiten System
5. Die **Gästedaten** werden beim Gastgeber digital erfasst und an die **Kommune** zur Abrechnung digital **weitergeleitet**.
6. Der Gastgeber erhält vom Ort eine einheitlich gestaltet Gästekartenvorlage als **Vordruck** für seine Gäste
7. Der Gast erhält die **GästeCard** bei seiner **Ankunft** von seinem Gastgeber
8. Der **Ort rechnet** entsprechend der gemeldeten Gästedaten **mit dem Gastgeber ab** und **zahlt** den für die BasisCard vorgesehenen Anteil **an den BasisCardbetreiber**
9. Der BasisCardbetreiber **schüttet** das Geld an die Akzeptanzstellen **aus**

5. Wie kann das Projekt konkret in Ihrer Stadt/ Region umgesetzt werden?

Technische Umsetzung



5. Modellrechnung für eine Gästekarte Templin



Achtung!
Beispiel
Keine be-
schl. Daten

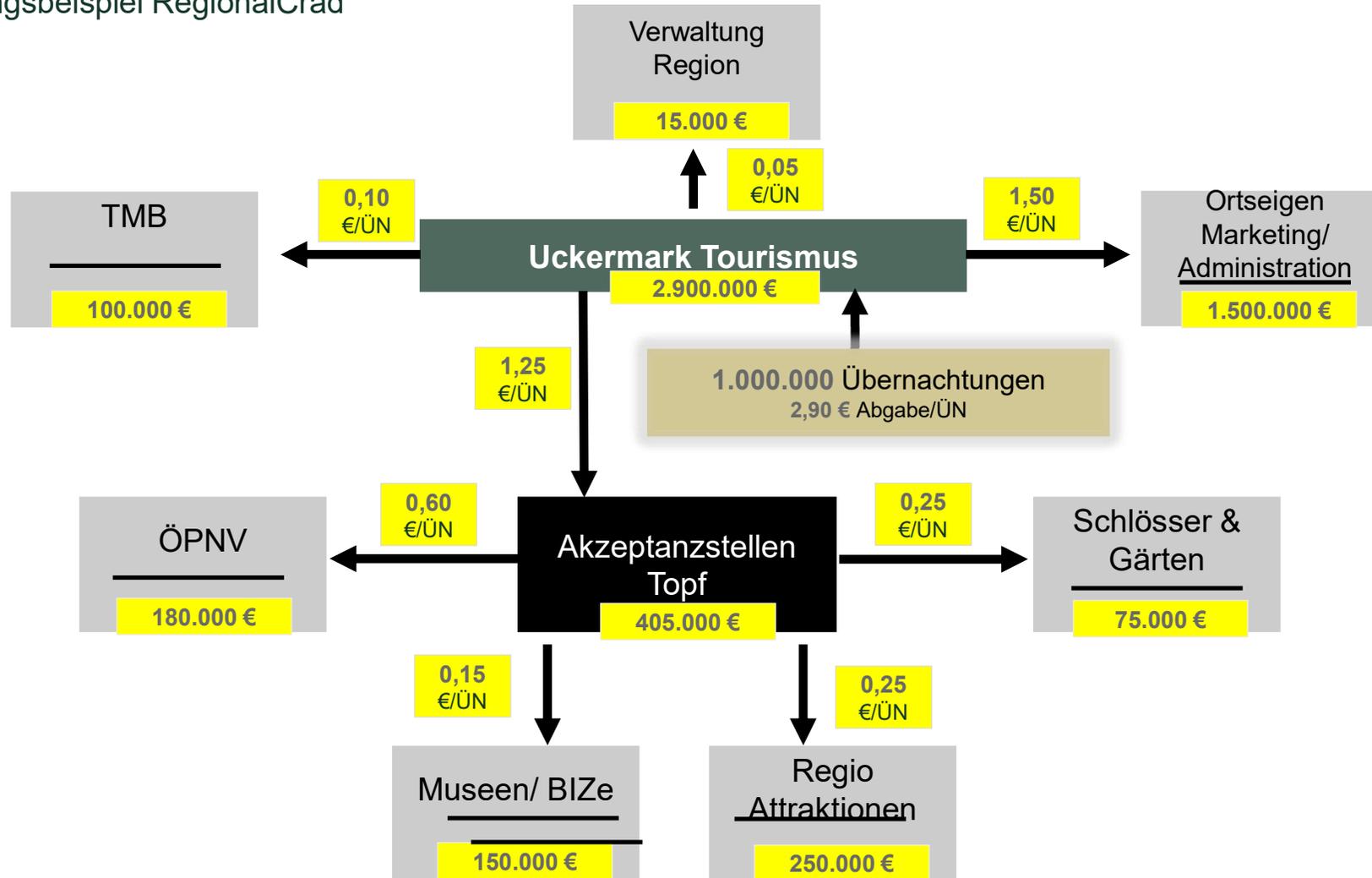
5. Aufwertung der vorhandenen Gästekarte Templin

Beitrag €	Leistungen
1,50	Kostenfrei: UVG Linienbusse im Stadtgebiet
1,10	Kostenfrei: + VBB, so oft man will nach Berlin und zurück + 20 SPSG Schlösser, Sanssouci und Co + Museen überall
<u>2,60</u>	

5. Modellrechnung für eine Uckermark Card

Finanzierungsbeispiel RegionalCrad

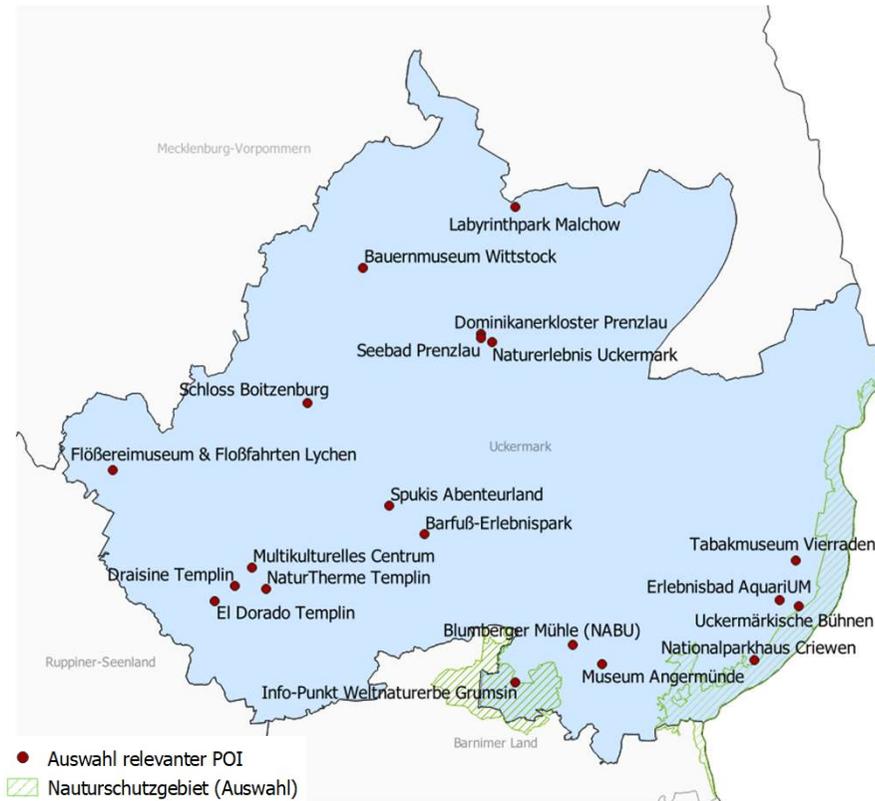
K > P



Achtung!
Beispiel
Keine be-
schl. Daten

5. Touristische Ziele in der Uckermark

Touristische Ziele in der Uckermark (Auswahl)



Naturerlebnisse

- Nationalpark „Unteres Odertal“
- NABU-Erlebniszentrum Blumberger Mühle
- Weltnaturerbe „Grumsin“

Museen & Schlösser

- Schloss Boitzenburg
- Flößereimuseum Lychen
- Tabakmuseum Vierraden
- Etc.

Freizeiteinrichtungen

- NaturTherme Templin
- Spukis Abenteuerland
- El Dorado Templin
- Etc.

5. Potenzielle Angebote und Partner für die RegionalCard: Überblick über touristische Attraktionen und Hot Spots

Prignitz	Ruppiner Seenland	Uckermark
<ul style="list-style-type: none"> • Besucherzentren des Biosphärenreservates (Rühstädt und Burg Lenzen) • Ölmühle Wittenberge • Schwimmhallen und Freibäder • Museen (Förderkreis Prignitzer Museen) • Tierpark Perleberg • Therme Bad Wilsnack • Attraktionen und Angebote vom Biosphärenreservat (u.a. Nationales Naturmonument Grünes Band, Storchendorf Rühstädt, Naturführungen aller Art) 	<ul style="list-style-type: none"> • Alle Schlösser • Ziegeleipark Mildenberg • Glasmacherhaus Neuglobsow • NaturParkHaus in Menz • Tierpark Kunsterspring • Freizeitpark Germendorf • Fahrraddraisine Fürstenberg/Havel • Schlosspark Oranienburg 	<ul style="list-style-type: none"> • El Dorado Westernstadt • NaturThermeTemplin • Draisine • Blumberger Mühle • UBS Uckermärkische Bühnen Schwedt • Geführte Touren • AquariUM Schwedt • Dominikanerkloster Prenzlau • Nationalparkhaus • Barfußerlebnispark • Städtische Museen • Kinos in Schwedt • MKC Multikulturelles Centrum Templin • Seebad Prenzlau • Naturerlebnis Uckermark • Labyrinthpark Malchow • Straußenhof & Barfuss-erlebnispark Berkenlatten • Spukis Abenteuerland • Floßfahrten Lychen

5. Ausflugsziele, Sehenswürdigkeiten und Attraktionen ^{K > P}

Mögliche Top-Inhalte nach Regionen

Prignitz		Ruppiner Seenland		Uckermark	
Kristall Kur- & Gradier-Therme	<ul style="list-style-type: none"> • 25,50€ • ganzjährig • 2.283 Bewertungen 	Fontane Therme	<ul style="list-style-type: none"> • 75,00€ • ganzjährig • 979 Bewertungen 	Naturtherme Templin	<ul style="list-style-type: none"> • 22,00€ • ganzjährig • 2.506 Bewertungen
Burg Plattenburg	<ul style="list-style-type: none"> • 3,50€ • ganzjährig • 226 Bewertungen 	Schloss und Park Rheinsberg	<ul style="list-style-type: none"> • 10,00€ • ganzjährig • 3.597 Bewertungen 	Erlebnisbad AquariUM Schwedt	<ul style="list-style-type: none"> • 13,00€ • ganzjährig • 619 Bewertungen
Kloster Heiligengrabe	<ul style="list-style-type: none"> • 7,00€ • Wintereingeschränkt • 216 Bewertungen 	Schloss und Park Oranienburg	<ul style="list-style-type: none"> • 4,00€ • Wintergeschlossen • 1.329 Bewertungen 	El Dorado „Westernstadt“ Templin	<ul style="list-style-type: none"> • 16,50€ • Wintergeschlossen • 1.766 Bewertungen
Bischofsburg Wittstock	<ul style="list-style-type: none"> • 4,50€ • Wintereingeschränkt • 146 Bewertungen 	Ziegeleipark Mildenberg	<ul style="list-style-type: none"> • 8,00€ • ganzjährig • 1.497 Bewertungen 	Blumberger Mühle (Naturerlebniszentrum)	<ul style="list-style-type: none"> • 4,00€ • ganzjährig • 146 Bewertungen
Prignitzer Kleinbahnmuseum	<ul style="list-style-type: none"> • 2,00€ • Ausgewählte Tage • 102 Bewertungen 	Saurierpark Germendorf	<ul style="list-style-type: none"> • 6,00€ 	Spukis Abenteuerland (Indoorspielplatz)	<ul style="list-style-type: none"> • 4,50/9,00€ • ganzjährig • 365 Bewertungen
Biosphärenreservat Flusslandschaft Elbe	<ul style="list-style-type: none"> • 2,50/3,00€ • Besucherzentren Lenzen u. Rühstädt 	Gedenkstätte und Museum Sachsenhausen	<ul style="list-style-type: none"> • Audio Gd 3,- • ganzjährig • 11.063 Bewertungen 	Barfuss-Erlebnispark Gerswalde	<ul style="list-style-type: none"> • 3,00€ • ganzjährig
		Gedenkstätte Ravensbrück	<ul style="list-style-type: none"> • Audio Gd. 3,- 		

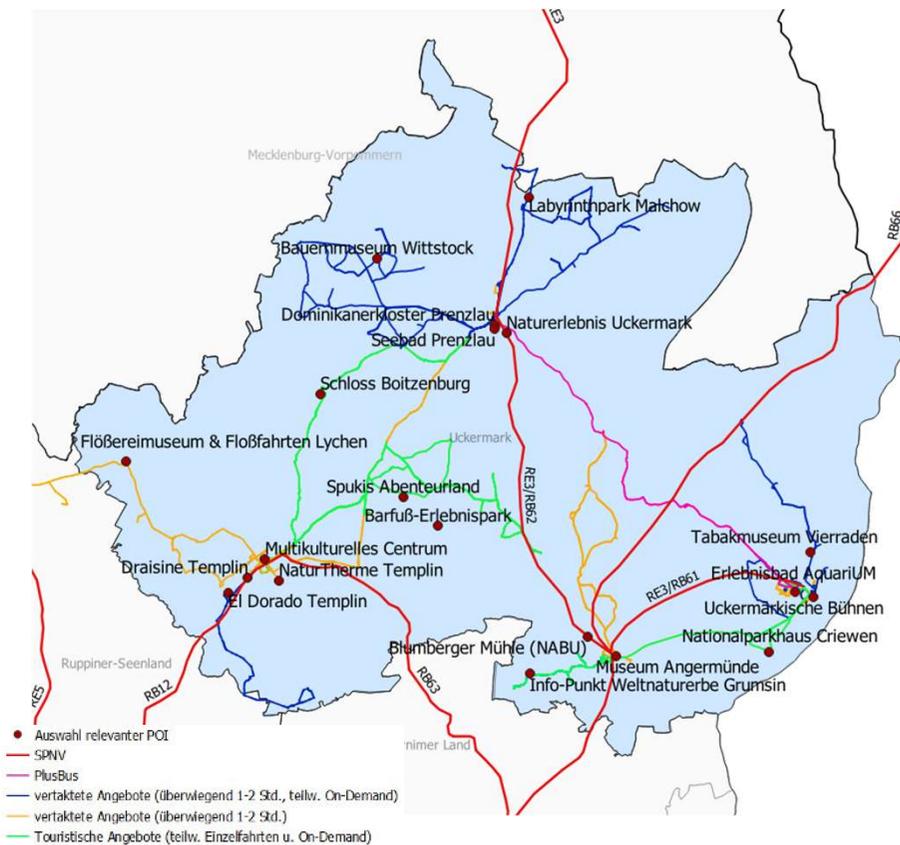
➤ TMB Tourismus-Marketing Brandenburg GmbH 2020 (www.reiseland-brandenburg.de), Webpräsenz der jeweiligen Anbieter

5. Potentielle Inhalte UckermarkCard

Tourismusverwaltungen	Mögliche Verkaufsstellen	Freibäder	Schifffahrt	Kanuverleih	Rad- KFZ Verleih	Freibäder
<p>Hauptamtlich:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Templin • Lychen • Prenzlau • Anger-münde • Schwedt <p>Ehrenamtlich:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Warnitz • Brüssow • Fürsten-werder • Ringen-walde • Boitzen-burg 	<ul style="list-style-type: none"> • Kundencenter UVG • TIs • UBS Ucker-märkische Bühnen Schwedt • Städtische Museen • Blumberger Mühle • National-parkhaus 	<ul style="list-style-type: none"> • Amt Brüssow • Stadt Prenzlau • Stadt Angermünde (Technische Werke) • Stadt Templin 	<ul style="list-style-type: none"> • Reederei Kohn Prenzlau • Reederei Ziem Templin • Reederei Kreyß Lychen 	<ul style="list-style-type: none"> • Wassersport PCK Schwedt e.V. • Fischer Zahn • AHORN Seehotel Templin • Strandbad Wolletzsee • Adventure Camp Solaris • Flusslandschafts-reisen • Schloss Boitzenburg • Knaufis Fürstenwerder 	<ul style="list-style-type: none"> • Hertz • Fahrrad- und Touristikcenter Bodo Butzke • Fahrradhaus • Fahrradverleih „Am Nationalpark“ Diana Fuchs • Daun • Winkler • AHORN Seehotel Templin • BARUM Bike • bonum gustum Flieth • TI • Jentho • Knüppel • Rad der Stadt 	<ul style="list-style-type: none"> • Amt Brüssow • Stadt Prenzlau • Stadt Angermünde (Technische Werke) • Stadt Templin

5. Mobilitätsangebote in der Uckermark Erste Hinweise zur Verbesserung des Verkehrsangebotes

Uckermark (Mo - Fr, schematisch)



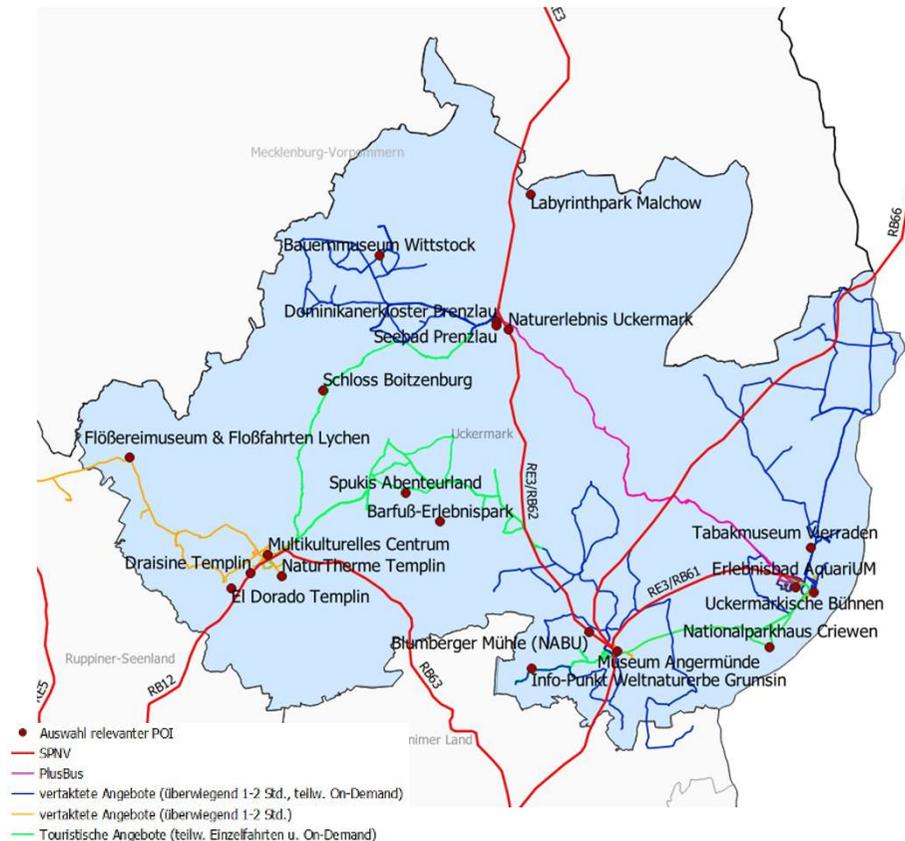
Karte: IGES 2020, Daten: © GeoBase-DE / BKZ 2019

- Erreichbarkeit der POI
 - Sehr gute Erreichbarkeit einer Vielzahl von POI durch SPNV, PlusBus - 403 und National-parklinie 468 sichergestellt
 - Einzelfahrten auf Uckermark-shuttlelinien 503 u. 504 führen zu Angebotslücken zw. Templin-Boitzburg bzw. Angermünde
 - Saisonales Angebot WelterbeBus 452 führt zu mangelhafte Erreichbarkeit von Grumsin zu Ferienzeit
 - Keine grenzüberschreitenden Angebot in Richtung MV vorhanden
 - Angebotslücken erkennbar, u.a. Barfuß-Erlebnispark

➤ Anmerkung: Linienbezeichnung Busverkehre fehlt.

5. Mobilitätsangebote in der Uckermark Erste Hinweise zur Verbesserung des Verkehrsangebotes

Uckermark (Sa+So, schematisch)



Karte: IGES 2020, Daten: © GeoBase-DE / BKZ 2019

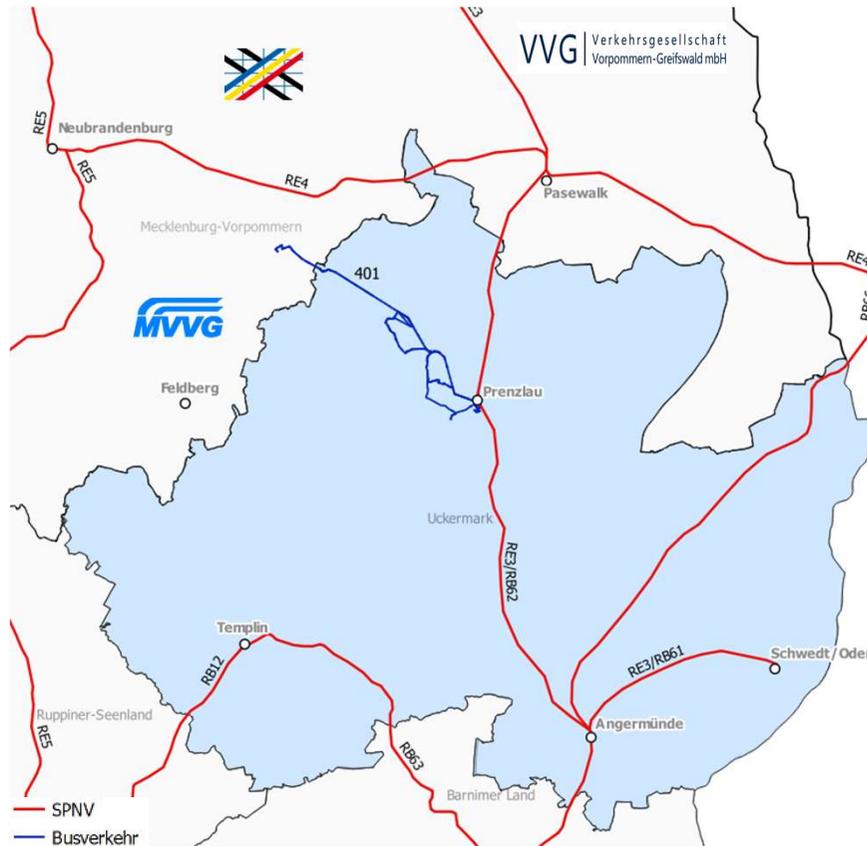
Erreichbarkeiten der POI

- Auch an Wochenenden bleibt großer Teil der Region durch SPNV, PlusBus 403 und National-parklinie 468 gut erreichbar
- Regionale Rufbusangebote stärken Erreichbarkeit in der Fläche, insbes. für Bereiche Gartz und Angermünde relevant
- Ausweitung Angebot „Uckermark-Shuttle“ empfohlen, insbes. die Linien 503 u. 504
- Auch an Wochenenden besteht kein Angebot in Richtung MV
- Angebotslücken erkennbar, u.a.
 - Labyrinthpark Malchow
 - Barfuß-Erlebnisparks

➤ Anmerkung: Linienbezeichnung Busverkehre fehlt.

5. Mehrwerte durch die RegionalCard Überregionale Destinationen mitdenken

Grenzüberschreitende ÖPNV-Angebote (Überblick)



Karte: IGES 2020, Daten: © GeoBasis-DE / BKG 2019

Empfehlungen zur räumlichen Gültigkeit

- Mit **Buslinie 401** und **RB 66** erstes länder- bzw. staats-übergreifende Angebote im VBB-Tarif vorhanden
- Einbindung von Destinationen außerhalb Brandenburgs prüfen, u.a.
 - RE 3 → Greifswald/Stralsund
 - RE 4 → Neubrandenburg
 - Busverkehre der MVVG und VVG
- Abstimmungs-/Verhandlungs-bedarf mit Tarifführern
 - SPNV: VMV
 - Bus: MVVG und VVG
- Zusätzlicher Umlagebeitrag erforderlich



Antworten auf die „W“ Fragen

1. Welche Rolle spielen wir in dem Projekt?
2. Was bringt die Card den Beteiligten?
3. Welche Inhalte , Finanzierung und Projektschritte sind für das Land geplant?
4. Wo steht das Projekt in der landesweiten Umsetzung heute?
5. Wie kann das Projekt konkret in Ihrer Stadt/ Region umgesetzt werden?
6. **Welche Weiterentwicklungsmöglichkeiten gibt es nach Einführung der Card?**
7. Welche Fragen gibt es noch?

6. Weiterentwicklungsmöglichkeiten

für Sie als Ort/ Region

- Inhalte
 - Jährliche Erweiterung der Basisleistungen: 1. Jahr ÖPNV, 2. Jahr Schlösser und Museen
 - Erweiterung der ÖPNV Abdeckung (Nachbarregion, Landesübergreifend)
 - Erweiterung der Mobilitätsangebote (auch zur Anreise, Leihräder etc.)
 - Erweiterung um lokale Attraktionen und Leistungen
 - Erweiterung um markenkonforme, regionaltypische Angebote
 - Erweiterung um Bonuspartner

- Zielgruppen
 - Mitarbeiterkarte/ Fachkräftekarte
 - Kaufkarte für Bürger und Tagesgäste

- Das Beste: Fahrtziel Natur bleibt

6. Empfehlungen zur Verbesserung des Verkehrsangebotes Maßnahmen im bestehenden ÖPNV-Angebot



➤ Mögliche Mobilitätsmaßnahmen

- Verbesserung der Angebotsqualität und Aufwertung von Relationen (bspw. zu PlusBus-Verbindungen, Einbindung flexibler Verkehre inkl. Rufbusverkehre etc.) prüfen, u.a.
 - Taktverdichtung Lychen – Templin am Wochenende
 - Taktverdichtung Templin – Boitzenburg
 - Templin – Gerswalde – Angermünde
 - Prenzlau – Fürstenwerder an Ferientagen
 - Angermünde – Grumsin am Wochenende/Ferientagen
 - Ausweitung RufBus Gartz an Wochentagen
 - Flächenerschließung um Prenzlau und Templin
 - Anbindungen in Richtung Mecklenburg Vorpommern, z. B. Prenzlau – Boitzenburg – Feldberg und Prenzlau – Woldegk - Neubrandenburg
- Möglichkeiten der Fahrradmitnahme im Bereich Bus prüfen, z. B. Nationalparklinie 468



6. Mobil sein in den Reiseregionen

Einbindung weiterer Mobilitätsangebote



Bikesharing
(z.B. UsedomRad)



Carsharing
(z.B. BarShare)



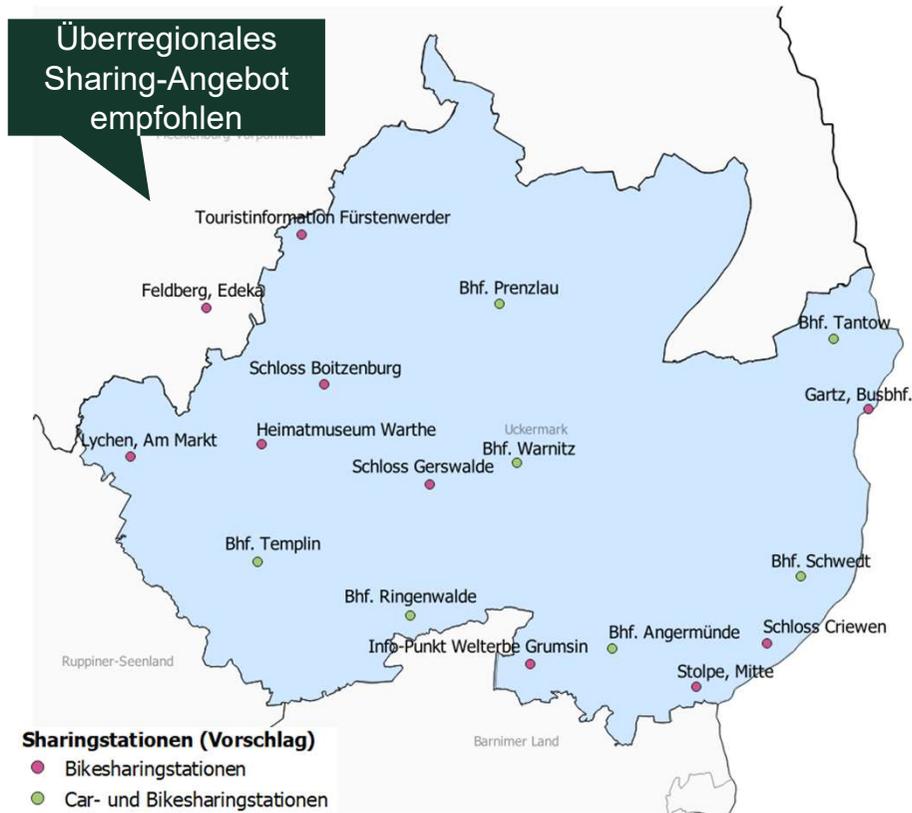
Schiffahrt



Parken

6. Mehrwerte durch die RegionalCard Die Uckermark ohne eigenen Pkw erleben

Vorhandene Sharing-Angebote in der Uckermark



- Empfehlungen für Sharing-Angebote
 - **Harmonisieren** bestehender Angebote bzw. Anbieter
 - Aufbau einer **zentralen Sharing-Plattform prüfen**
 - Aufbau eines flächen-deckenden Angebotes durch etablierten/regionalen Akteur
 - Verknüpfung von Sharing-Angeboten prüfen
 - Vermittlung von Car- und Bikesharing aus einer Hand
 - Verknüpfung mit anderen Verkehrsmitteln und tour. Leistungsträgern
 - Etablierung Carsharing an ÖPNV-Verknüpfungspunkten prüfen

6. Mobilitätsangebote in der Uckermark Erste Hinweise zur Verbesserung des Verkehrsangebotes

Vorhandene Sharing-Angebote in der Uckermark



Fahrradverleihangebote in der Uckermark

- Anbieter sind zumeist Unter-künfte, Dienstleister und Touristinformationen
 - Angebote nicht flächendeckend etabliert, Angebotslücke im Raum Gartz erkennbar
 - Mangelnde Flexibilität für Nutzer
 - Öffnungszeiten, Preise, Verleihbedingungen etc. variieren
 - i.d.R. keine One-Way-Mieten
- Angebote lediglich für Tagesausflüge o.ä. attraktiv

Karte: IGES 2020 Daten: © GeoBasis-DE / BKG 2019

Bislang keine Carsharing-Angebote in Region vorhanden

Fachkräfte-Cards werden als Teil einer Employer Branding Initiative angeboten (Mitarbeiter-Edition).



Markenkonforme Leistungen werden idealerweise integriert.





Schwarzwälder-Kirschtorten-Seminar

Hinter die Kulissen schauen als Leistungsbestandteil (Brot backen, Slow Food, ...)

Antworten auf die „W“ Fragen

1. Welche Rolle spielen wir in dem Projekt?
2. Was bringt die Card den Beteiligten?
3. Welche Inhalte , Finanzierung und Projektschritte sind für das Land geplant?
4. Wo steht das Projekt in der landesweiten Umsetzung heute?
5. Wie kann das Projekt konkret in Ihrer Stadt/ Region umgesetzt werden?
6. Welche Weiterentwicklungsmöglichkeiten gibt es nach Einführung der Card?
7. Welche Fragen gibt es noch?

7. Kannbruchstellen

Die oft zu hörenden Argumente dagegen

- Vermieter/ Kurverwaltung/ Bürgermeister
 - Wir haben **kein Meldescheinwesen** und das wird von den Vermietern auch nicht gewollt
 - Wir haben **keine Kurtaxe**
 - Unser **KAG** gibt eine Umlageregelung nicht her
 - Eine **Kurtaxe** von 2.50 Euro wird von den Gastgebern **nicht akzeptiert**
 - Wenn wir die Kurtaxe erhöhen, **fahren die Gäste woanders hin**
 - Die Vermieter sind nicht dafür bereit und ausgestattet, **digital** zu melden
 - Der **Verwaltungsaufwand** ist zu groß
- Leistungsträger
 - (ÖPNV) Ich muss einen **nutzungsabhängigen Tarif** kalkulieren
 - Ich brauche eine **Mindesteinnahmegarantie oder Ausfallbürgschaft**
 - Ich habe jetzt schon **Kapazitätsengpässe**
 - Mehr als 20 % gehe ich nicht vom **Normalpreis** runter

- Christopher Krull, Tel. 0049 170 2919 623
- Christopher.Krull@kohl-partner.eu

7. Workshop

1. SWOT Analyse
2. Ideen für die Uckermark Card

7. . Stärken Schwächen Profil – Potential für eine Card

sehr ← verbesserungsfähig zufriedenstellend → sehr

	THEMA / BEWERTUNG	1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	Erreichbarkeit / Lage		1	1			1	3	2	
2	Ortsbild/ Sauberkeit/ Architektur/ Gebäudezustand						1	4	4	
3	Attraktionen/ Freizeiteinrichtungen/ POIs				1	4	1	3		
4	Kultureinrichtungen					2	2		3	2
5	Veranstaltungen/ Events				2	2			3	2
6	ÖPNV/ Mobilitätsangebote		1	3		3	2			
7	Gastronomie/ Einzelhandel		4	2	2					
8	Attraktivität der Umgebung und Region						2	2	2	3
9	Gästeführungen				2		2	2		3
10	Gästeservice TI, Cardbetreiber					1	1	1	5	1
11	Marketingmittel und Kraft		5	2	1					
12	Bedeutung des Tourismus, Bekanntheit				1	4	2	2		
13	Beherbergungsbetriebe			1	3	1	3			
14	Bevölkerung/ Bewusstsein		1	4	1	1	2			
15	Politische Unterstützung		1	1	4	3				

*Ergebnisse aus Workshop vom 05.12.23

Jetzt sind Sie dran!

Workshop in 2 Gruppen das Besondere für unsere RegionalCard

- ▶ Hinter die Kulissen Schauen Angebote
 - ▶ Mitmach- Angebote
 - ▶ Merchandise Artikel
-
- ▶ Das Uckermark Erlebnispaket

Hinter die Kulissen Schauen Card-Angebot von:

Mitmachveranstaltung/ VIP für Card:

Unser Card Merchandise Artikel, von:

Name des Erlebnisbausteins			
Kurzbeschreibung			
Beteiligte Leistungsträger	Leistungsbeschreibung	Verfügbarkeit/ Dauer	Kosten p. Teilnehmer
Zielgruppen			
	Attraktivität (hoch, mittel, niedrig)	Individualität (hoch, mittel, niedrig)	
Das Besondere/ Merkwürdige			
	Originalitätsgrad	Regionalitätsgrad	Markenkonformitätsgrad
Organisation/ Preis	Aufwand	Hürden/ Schwierigkeiten	Preis (60% von Normal)